



IN CAMMINO VERSO IL FUTURO

Lo scenario di oggi e le sfide di domani

nell'editoriale del nostro Presidente del Consiglio di Gestione

Michele Palatresi





INDICE

N° 69 - Maggio/Giugno 2020

IN PRIMO PIANO

IL BILANCIO 2019 E UNO SGUARDO AL FUTURO 03

L'APPROFONDIMENTO

APPROVATO IL BILANCIO 2019 05

PREMIO VARIABILE 2019 08

LE INIZIATIVE STRATEGICHE DEI PROSSIMI MESI 10

23 MAGGIO GIORNATA NAZIONALE DELLA LEGALITÀ 14

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

PARLIAMO DI... INSALATE BIOLOGICHE VIVI VERDE COOP 16

FRUTTO DI STAGIONE: LA PESCA PIATTA 17

L'INIZIATIVA

TORNANO GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO COOP 18

#OLTRELAMASCHERINA

LA FORZA NEL RITROVARSI FAMIGLIA 19

IN PRIMO PIANO

Il bilancio 2019 e uno sguardo al futuro

A cura del Presidente del Consiglio di Gestione, Michele Palatresi



Parlare di risultati di bilancio di esercizio, visto tutto quello che è successo e tuttora sta succedendo, acquisisce sicuramente un significato particolare rispetto agli anni scorsi.

Il 2019 si apriva con una grande sfida per la nostra organizzazione, rappresentata dalle scelte strategiche che avevamo deciso d'intraprendere nella parte finale del 2018, relativamente al riposizionamento del nostro prodotto a marchio e della nuova politica sulle promozioni.

A questo abbiamo aggiunto, nel corso dell'anno, una serie di iniziative sul versante sociale e

ambientale, come la decisione di eliminare definitivamente dai nostri scaffali i prodotti di plastica monouso, che sicuramente ha rappresentato un investimento importante per i nostri conti economici, ma anche un grande segnale di coerenza rispetto alla nostra missione. **L'insieme di tutte queste azioni ha contribuito a rafforzare il rapporto di fiducia con i nostri Soci e con i cittadini nei territori dove operiamo.**

I risultati e gli elementi critici

Il risultato non era assolutamente scontato, ma **grazie al contributo di tutte le persone che operano all'interno della Cooperativa, anche nel 2019 abbiamo raggiunto un risultato importante**, riuscendo a rafforzare ulteriormente la nostra solidità dal punto di vista economico/patrimoniale, ma anche dal punto di vista identitario.

Nonostante l'ottimo risultato complessivo, non possiamo non tenere in considerazione quegli elementi che rappresentano dei segnali di attenzione e che non dobbiamo trascurare.

Due sono i punti critici sui quali vorrei soffermarmi:

- La crescita dei costi è stata superiore alla crescita del margine e questo ha penalizzato il risultato della nostra gestione caratteristica, che è stato inferiore rispetto a quello dell'anno precedente.
- L'utile della Cooperativa è sostanzialmente concentrato nel risultato delle strutture di più grandi dimensioni.

Il combinato disposto di questi due fattori, che erano già evidenti, almeno in termini di tendenze, anche nei risultati dei bilanci degli ultimi anni, potrebbe rappresentare una seria minaccia per le prospettive della nostra Cooperativa.

A questo si aggiunge una situazione che, con le vicende di questi ultimi mesi, cambierà sostanzialmente il quadro di riferimento in termini di stili di vita ma anche di stili di consumo. >>>

Uno sguardo al futuro

Sicuramente in questo momento è molto difficile fare previsioni e disegnare scenari futuri, serve molta freddezza e lungimiranza. Molti sostengono che niente sarà come prima, altri che presto, con la scoperta del vaccino, tutto tornerà come prima, ma probabilmente la verità è che tutti, persone e imprese, **ci troveremo proiettati in una sorta di "nuova normalità" che sicuramente non avrà gli stessi connotati nei quali eravamo soliti vivere e operare fino a qualche mese fa.**

Durante i periodi di isolamento forzato, abbiamo assistito a una drastica metamorfosi dei comportamenti d'acquisto delle persone, sicuramente indotte da stati d'animo o obbligate da normative e ordinanze, che inevitabilmente finiranno per condizionare il modo di approcciarsi al consumo e ai canali distributivi nei prossimi anni.

Abbiamo assistito alla riscoperta del negozio sotto casa. La prossimità e la rapidità di spesa hanno fatto la differenza. Il contingente-

mento degli accessi ha penalizzato le strutture più grandi e più efficienti dal punto di vista della maggiore frequentazione per metro quadro.

Sicuramente la situazione che ci troveremo ad affrontare nel prossimo periodo non corrisponderà assolutamente a quella vissuta in questi ultimi mesi, però dei segnali erano già evidenti prima dell'evento Coronavirus. Il ritorno a negozi più piccoli, più veloci, più vicini, così come la ricerca di maggiore essenzialità e sostenibilità (sociale e ambientale), erano tendenze già in atto. Il periodo straordinario che abbiamo vissuto non farà altro che accelerarle.

Tutto questo andrà di pari passo con **la necessità crescente delle persone di sentirsi "sicure e tutelate"** nel momento in cui si recano a fare la spesa in un negozio.

Il concetto di sicurezza però non sarà solo quello di tipo sanitario. **La tutela che le persone ricercheranno avrà un significato molto**

più ampio che abbraccerà la qualità e la sicurezza dei prodotti, la conoscenza delle provenienze, il rispetto dell'ambiente, la valorizzazione delle produzioni e dell'economia locale e sicuramente anche la difesa del potere d'acquisto, che diventerà un fattore determinante nella scelta di un punto di vendita, allorquando l'emergenza sanitaria si tramuterà inevitabilmente in emergenza economica e sociale.

Purtroppo assisteremo a un innalzamento dei livelli di disoccupazione, un aumento della povertà e una progressiva crescita delle disuguaglianze.

La Cooperazione di Consumo nasce proprio per tutelare le fasce più deboli e svantaggiate della popolazione, quindi adesso è il momento, ancora di più, di riaffermare il nostro ruolo, la nostra missione e la nostra identità; adesso a maggior ragione la Cooperativa deve fare la Cooperativa!

tutti remiamo nella stessa direzione si può superare qualsiasi difficoltà, raggiungere qualunque obiettivo e farlo in tempi anche sufficientemente rapidi.

Quindi non ci rimane che avere **piena coscienza delle nostre forze, e fiducia reciproca tra colleghi, nella consapevolezza che tutti gli sforzi che riusciremo a produrre andranno a migliorare i livelli di soddisfazione e di fiducia dei nostri Soci e clienti,** vero scopo del nostro agire quotidiano, permettendo alla nostra Cooperativa di costruire una prospettiva sicuramente all'altezza della sua storia.

Grazie e buon lavoro a tutti.

abbassare i costi erano obiettivi che già avevamo per riuscire a garantire un futuro alla nostra Cooperativa. Adesso si tratta di accelerare il passo, perché ci troveremo in un contesto economico e sociale ancora più impegnativo, più affollato in termini di competitor (sia fisici che virtuali) e molto più selettivo.

Tutti possiamo fare la nostra parte. Lo abbiamo dimostrato anche in questi mesi difficili, dove il valore del gruppo, lo spirito di sacrificio, il senso di appartenenza e la responsabilità che ognuno di noi ha messo nel proprio lavoro sono stati gli ingredienti fondamentali che hanno fatto la differenza e hanno dimostrato che quando

Gli obiettivi

Per rispondere in modo adeguato alla richiesta di tutela complessiva di tutti i nostri Soci, serviranno risorse importanti, quindi sarà necessario diventare ancora più efficienti nella gestione della macchina organizzativa, soprattutto nella componente commerciale, visto che sia quella immobiliare che quella finanziaria, risentiranno sicuramente degli effetti collaterali della pandemia.

La nostra traiettoria era già disegnata, quello che adesso cambia davvero è il fattore tempo.

Diventare più efficienti nella gestione dei processi, eliminare gli sprechi di qualsiasi natura (a partire dalle avarie e dagli ammanchi) e

Approvato il bilancio 2019

I risultati del 2019

Nel corso dell'esercizio 2019 i ricavi per vendite al dettaglio sono stati **2.140 milioni**. L'incremento rispetto allo scorso anno è dovuto in particolare all'apprezzamento dimostrato da Soci e clienti rispetto alla scelta di Unicoop Firenze di contenere le attività promozionali a favore di un consistente e continuativo abbassamento del livello dei prezzi.

Il bilancio evidenzia un utile netto pari a quasi **52 milioni**, così composto:



Nello specifico le imposte **incidono per il 34%** sul risultato lordo, a conferma che la nostra Cooperativa contribuisce in maniera importante al gettito fiscale del Paese.

La Cooperativa ha rafforzato il **patrimonio netto** portandolo a **1.675 milioni** di euro, ammontare superiore a quello del prestito sociale.

Gli investimenti fatti sono stati di oltre **32 milioni di euro**, proseguendo nella politica di ammodernamento della rete di vendita con particolare attenzione alle questioni di natura ambientale e migliorando l'accessibilità per il Socio consumatore.

L'occupazione: la Cooperativa nel 2019 ha 7.894 dipendenti, di cui circa il **91% a tempo indeterminato**. Nel corso del 2019 sono state svolte **117.154 ore di attività di formazione** professionale, sviluppo nel ruolo, aggiornamento tecnico-specialistico e formazione obbligatoria, per un investimento complessivo superiore a 3,8 milioni di euro.

Il primato della convenienza...

Il primato della convenienza viene principalmente raggiunto attraverso il livello dei nostri prezzi a scaffale dei prodotti di largo e generale consumo. **Il raggiungimento e mantenimento di questo primario obiettivo viene verificato attraverso diversi indicatori rilevabili da fonti interne ed esterne alla Cooperativa.**

Si rileva che l'indice dei prezzi dei beni alimentari, per la cura della

casa e della persona (rilevazione ISTAT, variazione 2019 su 2018) è incrementato dello 0,6% a livello nazionale, è rimasto invariato nella rilevazione sul comune di Firenze, è diminuito dello 0,7% nella rilevazione sui prezzi applicati dalla Cooperativa.

Da un'elaborazione 2019 "REF Ricerche su dati Nielsen" su supermercati e ipermercati nazionali, emerge che **nelle 7 province in**

cui opera Unicoop Firenze l'indice dei prezzi rilevati è inferiore (96,9) alla media nazionale (100). Fare la spesa nelle province dove è presente la Cooperativa consente un risparmio annuo di circa 200 euro. Il risparmio annuo può arrivare fino a un massimo di 1.450 euro se si ricorre esclusivamente all'assortimento del prodotto a marchio Coop. »»»

...e della qualità

L'attività di controllo è la funzione indispensabile per tutelare i nostri Soci e clienti e dare loro puntuali garanzie sulla qualità organolettica dei prodotti venduti nei nostri punti vendita. Il nostro impegno per la difesa della salute del consumatore e dell'ambiente non rappresenta una

prerogativa commerciale, bensì valoriale.

L'ufficio qualità della Cooperativa articola la propria attività nell'ambito del controllo prodotti e fornitori locali. In totale ha gestito rapporti con 1.327 fornitori, di cui 990 sotto costante monitoraggio. Nell'anno

sono state effettuate **16.450 analisi** su 631 fornitori locali, **102 verifiche ispettive presso siti produttivi** e **18 verifiche documentali su fornitori locali**. Abbiamo inoltre effettuato **360 verifiche sui nostri punti vendita**, comprese analisi sui prodotti in vendita e tamponi sulle superfici di lavoro.

Territorio

Nel 2019 la Cooperativa ha collaborato con più di mille fornitori toscani, di prodotti alimentari e non alimentari, per un giro d'affari pari al 25% del fatturato annuo all'acquisto della Cooperativa.

I reparti maggiormente coinvolti sono l'ortofrutta (valorizzazione delle produzioni di eccellenza: pera Decana, zucchine col fiore, prodotti nichel free quali pomodori e insalate, mele antiche del Mugello), **la forneria** (accordi di filiera per la fornitura di farina di grano tenero,

valorizzazione del pane del Mugello), **la gastronomia** (prodotti tipici del territorio), **le carni** (filiera del suino e dell'agnello toscano, filiera del bovino allevato in Toscana) e **la pescheria** (pescato dell'Arcipelago Toscano). Il reparto generi vari ha favorito l'inserimento della **birra del Mugello** e di corner tematici per la promozione dei prodotti del territorio. L'impegno sul territorio di Unicoop Firenze comprende anche il **sostegno al progetto Meyerpiù**, attraverso una donazione di euro 1,5 milioni in 3 anni, dal 2018 al 2020.

Ambiente

Punti vendita eco-sostenibili

Dall'anno 2007 a oggi **Unicoop Firenze ha realizzato 44 impianti fotovoltaici**.

L'autoproduzione di energia elettrica per l'anno 2019 è aumentata del 9,6% rispetto all'anno precedente.

L'energia elettrica che abbiamo prodotto corrisponde al consumo annuo di una cittadina di circa tredicimila abitanti, per una **riduzione di CO₂ immessa in atmosfera** pari all'assorbimento di CO₂ prodotto da 195 ettari di foresta naturale.

Grazie a un continuo adeguamento tecnologico e a un'attenta attività di monitoraggio dei consumi elettrici, siamo riusciti a ottenere una significativa riduzione del consumo elettrico su tutta la rete di vendita, producendo così un beneficio ambientale pari all'assorbimento di CO₂ prodotto da 34 ettari di foresta naturale.

Nel reparto ortofrutta, per i prodotti toscani confezionati, i vassoi di plastica sono stati sostituiti con **vassoi di carta o cartoncino**. Inoltre le vaschette in polistirolo sono state sostituite con vassoi di cartoncino o in r-pet. **Nel corso dell'anno è iniziata l'operazione di completa sostituzione delle confezioni in plastica per la frutta e verdura, con confezioni in carta, cartoncino o r-pet.**

Nel reparto generi vari, a partire dal mese di giugno 2019, si è provveduto all'**eliminazione totale** dagli assortimenti **di tutti i prodotti monouso in materia plastica**; dal mese di ottobre 2019 è stata **sostituita tutta la linea assortimentale dei sacchetti per l'immondizia, con prodotti di plastica riciclata**. A queste iniziative si aggiungono il progetto **colonnine per la ricarica dei veicoli elettrici**, quello relativo agli olii domestici esauriti e la nostra costante attenzione alla tutela delle acque, tramite un attento monitoraggio dei nostri scarichi idrici.

Raccolta differenziata

La **raccolta effettuata** presso i punti vendita e i magazzini della Cooperativa **supera l'80% del totale dei rifiuti prodotti**. La gestione prevede una valorizzazione degli imballaggi in carta e/o plastica, producendo così un abbattimento

dei costi di smaltimento. Un importante contributo alla riduzione dei rifiuti lo abbiamo conseguito grazie al progetto **"Casse Blu"**, prevedendo l'utilizzo di un **imballo recuperabile** per diminuire l'impatto ambientale dell'imballaggio in polistirolo **nel reparto pescheria**.

Attività sociali, solidaristiche e culturali

Fondazione Il Cuore si scioglie

Unicoop Firenze prosegue nel sostegno alla Fondazione Il Cuore si scioglie che **porta avanti da molti anni progetti di solidarietà in Italia e all'estero**, insieme alle associazioni di volontariato del territorio.

Nel corso del 2019 la Fondazione ha mantenuto l'impegno a favore delle adozioni e dei sostegni a distanza, mettendo in campo numerosi progetti a livello locale, nazionale e internazionale.

I principali progetti della Fondazione con riferimento al territorio toscano:

- portato avanti l'iniziativa di crowdfunding solidale **"Pensati con il Cuore"**, per dare ascolto alle richieste d'aiuto provenienti dal territorio;
- promosso, insieme alle associazioni di volontariato, due **"raccolte alimentari"** nell'anno per contenere l'emergenza sociale sul nostro territorio, che hanno permesso di accumulare 427 tonnellate di prodotti alimentari;

- promosso il progetto **"Natale Insieme"** finalizzato a raccogliere fondi per regalare un Natale più sereno a chi si trova in condizioni di disagio. I fondi raccolti hanno permesso di finanziare i pasti del periodo natalizio, organizzati dalle associazioni del territorio, a favore delle persone che vivono in condizioni di povertà e serviranno anche a sostenere l'assistenza ai senza fissa dimora e alle famiglie povere del territorio.



FONDAZIONE
IL CUORE SI SCIOGLIE
ONLUS

L'impegno per la cultura

Anche nel 2019 è continuato il nostro **sostegno alla promozione dei vari eventi culturali** (teatri, concerti, musei, cinema, mostre e altre manifestazioni artistiche), mettendo anche a disposizione i nostri punti di vendita e favorendo la partecipazione dei nostri Soci agli eventi e l'accesso di tutti alla cultura.

Anche lo scorso anno, è proseguito con successo il **progetto culturale Bibliocoop**, avviato nel 2010, in collaborazione con la Regione Toscana, **per favorire l'accesso a libri e letture negli spazi Unicoop Firenze**.

Premio variabile 2019

A cura di Fabrizio Guerrini,
Direttore Persone Unicoop Firenze



Parlare di risultati e di andamenti economici in questa fase può apparire distonico rispetto al contesto che tutti noi abbiamo vissuto in questi mesi come cittadini, come persone e come lavoratori.

La priorità assoluta è stata, ed è ancora, la difesa della salute di tutti e la sicurezza nei luoghi di lavoro.

Abbiamo visto, in prima persona, quanto sia importante il nostro lavoro: grazie alla vostra partecipazione, al senso di responsabilità e professionalità, **siamo stati un riferimento per i cittadini**, in termini

di sicurezza e di garanzia di un servizio essenziale.

Il valore del lavoro, **durante questa emergenza sanitaria, è emerso** in modo evidente e ci ha permesso di capire **come i risultati di una Impresa derivino dal gioco di squadra e dal contributo individuale di ciascuno di noi.**

Dal 2013 il Contratto Integrativo di Unicoop Firenze, prorogato al 31 dicembre di quest'anno, prevede una forma di partecipazione economica agli utili, con lo scopo di favorire la partecipazione e la

responsabilizzazione dei dipendenti, con contratto di lavoro stabile, verso i risultati complessivi della Cooperativa.

Il premio variabile di risultato è formato da due componenti: una su redditività ed efficienza e un'altra sul recupero dei costi.

Partecipare ai risultati economici attraverso il proprio lavoro deve essere un incentivo affinché aumenti in noi la consapevolezza dell'importanza del nostro contributo per i risultati della Cooperativa e, di rimando, dei nostri risultati individuali.

I risultati

Vediamo nel dettaglio i premi raggiunti quest'anno.

Il premio di risultato sulla redditività ed efficienza prevede la distribuzione ai lavoratori del 25% dell'utile commerciale al netto delle imposte: nel 2019 il risultato è stato *positivo ma inferiore*

all'anno precedente, consentendo comunque la distribuzione della quota corrispondente.

Il premio di risultato sul recupero dei costi prevede la distribuzione ai lavoratori del 25% dell'effettivo recupero di differenze inventariali e rotture e avarie rispetto

all'anno precedente: nel 2019 c'è stato. Questo risultato, in particolare, è strettamente collegato al lavoro delle persone. Pertanto **ciascuno di noi, attraverso le azioni di tutti i giorni, può intervenire direttamente sul miglioramento della gestione della merce.**

Un nuovo contesto

Il risultato che ha determinato l'erogazione del premio è figlio di una realtà che nel corso di queste settimane è profondamente cambiata incidendo radicalmente sugli scenari futuri.

Lo scenario del 2019 sembra

qualcosa che appartiene a un'epoca passata e ormai distante dalla nuova realtà.

Tutti ci domandiamo, rispetto alla nostra vita, al nostro lavoro, alle nostre relazioni: quali cambiamenti

produrrà questa esperienza?

I cambiamenti saranno significativi e, nonostante l'incertezza degli eventi, avranno impatti importanti anche sulla nostra Cooperativa.

Sicuramente **i cambiamenti maggiori saranno nella visione sociale del paese:** ancora li avvertiamo poco, ma finita questa fase, con il sostegno di misure straordinarie del governo, degli ammortizzatori sociali, avremo una povertà più diffusa, più disoccupazione e un paese ancora più indebitato.

È ancora presto però per avere stime ufficiali sulle dimensioni di questa **crisi economica**, provocata dallo tsunami del Coronavirus.

Perché questa, **subito dopo quella sanitaria, è la nuova emergenza** che abbiamo di fronte, della quale il crollo delle borse mondiali è solo un sintomo: si tratta di contenere – impedire è impossibile, come per il contagio invisibile – l'impatto economico del Coronavirus.

Si tratta di posti di lavoro, stipendi, vita.

Cosa accadrà dopo, quando gradualmente l'economia inizierà a ripartire, rimane oggi molto incerto.

C'è un calo importante delle presenze nei nostri supermercati, dovuto anche al nuovo fenomeno del distanziamento sociale e del contingentamento. **L'atteggiamento dei Soci e dei clienti verso i consumi e verso la spesa non è detto che ritorni ai livelli precedenti** sia per composizione del "carrello" sia per livelli di consumo.

La nostra Cooperativa si trova oggi a operare in un contesto sempre più fluido e instabile in cui vengono meno alcuni paradigmi che ci hanno guidato in questi anni.

La centralità del tema ambientale, l'evoluzione degli stili di consumo e il processo di digitalizzazione sono solo alcuni dei fattori che stanno modificando in maniera irreversibile il contesto, obbligandoci a dotarci di strumenti innovativi e flessibili per gestire la nuova complessità.

La sfida della Cooperativa sarà dunque, sempre più, quella di dotarsi di **una strategia efficace, centrata sulla presenza nei nostri territori, ben radicata con le comunità dei nostri Soci e con le persone che in Cooperativa ci lavorano**, puntando sul loro contributo in termini di capacità di lettura del nuovo contesto e *"disponibilità al cambiamento"*, a tutti i livelli dell'organizzazione.

INFORMAZIONI UTILI

Premio variabile di risultato per redditività ed efficienza

Distribuzione del 25% dell'utile commerciale al netto delle imposte. I punti vendita hanno una quota sulla redditività di punto vendita e sui risultati gestionali sempre di punto vendita (vendite, produttività, soddisfazione dei Soci e clienti).

Il magazzino ha una quota collegata ai risultati della rete di vendita e ai risultati quantitativi e qualitativi del magazzino. La sede ha una quota sulla redditività della Cooperativa e sui risultati dei punti vendita.

Premio variabile di risultato per contenimento dei costi

Distribuzione del 25% di quanto risparmiato sulla base di alcuni parametri: il 5% va ai dodici negozi più virtuosi della rete di

vendita, il rimanente 20% è distribuito a quei negozi e ai magazzini che hanno contribuito a determinare tale risultato.

Le iniziative strategiche dei prossimi mesi

Come già ribadito negli editoriali precedenti, il nostro paese nei prossimi mesi farà i conti con una crescita della povertà. Uno studio dell'Unione generale del lavoro stima che entro la fine di giugno 13,8 milioni di persone – il 23% della popolazione – potrebbero finire sotto la soglia di povertà relativa, segnando un incremento di 4,8 milioni rispetto a inizio anno. Mentre in totale potrebbero essere 9,8 milioni i cittadini italiani a trovarsi sotto la soglia di povertà assoluta, a fronte dei 5 milioni calcolati nell'ultima rilevazione dell'Istat nel 2018.

I dati riguardanti il nostro primato della convenienza, presentati nelle pagine precedenti, attestano come nelle 7 province dove opera la Cooperativa l'indice dei prezzi rilevati sia inferiore rispetto alla media nazionale. Dati che testimoniano il ruolo fondamentale che ha Unicoop Firenze nel calmierare i prezzi, a beneficio non solo dei nostri Soci e clienti, ma per tutti i consumatori toscani in generale. Azione che mai come nei prossimi mesi sarà fondamentale per le persone che si troveranno in difficoltà.

Abbiamo chiesto ad **Andrea Timpano, Responsabile Marketing Operativo di Unicoop Firenze**, quali saranno le prossime iniziative commerciali per far fronte a questa nuova emergenza economica:

"In risposta alla situazione contingente, con le altre cooperative abbiamo progettato delle azioni mirate sul tema della convenienza, perché anche in questa fase la tutela del potere di acquisto per le fasce più deboli rimane il nostro principale obiettivo, insieme alla garanzia della sicurezza nel fare la spesa".



PREZZI FERMI

Per salvaguardare il tessuto economico e sociale del nostro Paese, a garanzia non solo dei consumatori ma anche dei produttori, **blocciamo i prezzi fino al 30 settembre.**



Oltre 2.000 prodotti industriali Coop che troveremo in tutti i nostri punti vendita contrassegnati da questo stopper.

10 PRODOTTI A 10 EURO

Per tutelare il potere d'acquisto dei consumatori offriremo **un pacchetto speciale di 10 prodotti base di uso quotidiano al costo di 10€**, con tutta la qualità e la sicurezza dei prodotti a marchio. Ne faranno parte articoli come biscotti, pasta e passata di pomodori.



"tutela del potere d'acquisto"



CONVENIENZA TRIPLA

Un'attività promozionale quindicinale su prodotti Coop dei reparti freschissimi, Carni, Pesce e Ortofrutta a **sconto percentuale.**

VICINI AL TERRITORIO CON LE SUE STORIE

Dal 28 maggio al 10 giugno oltre 60 prestazioni saranno in offerta per lo Speciale Toscana.

Inoltre dal 29 maggio, ogni lunedì e venerdì, per un totale di dieci appuntamenti, sul quotidiano **La Nazione** i lettori troveranno un "post it - coupon", che potranno consegnare alla cassa dei nostri punti vendita insieme al relativo prodotto, presentato il giorno precedente sulle pagine del quotidiano con il racconto della storia del produttore e della filiera. **Il Socio che presenterà il coupon riceverà 100 punti omaggio sulla Carta Socio** (previo l'acquisto del prodotto sponsorizzato). L'iniziativa è valida fino all'11 luglio, a eccezione dei coupon del 29 maggio relativi ai pomodori a grappolo, che possono essere presentati alle casse fino al 20 giugno.

La valorizzazione di questo tipo di prodotti ci consente di soddisfare le esigenze dei clienti con **prodotti freschi, controllati, di filiera corta** e che abbiano anche un prezzo accessibile, e allo stesso tempo, di **sostenere l'economia del nostro territorio**, contribuendo alla ripresa della nostra regione.



"Negli ultimi mesi segnati dal Covid-19, il poter approvvigionarsi nelle filiere vicine è stato fondamentale (ricordiamo che la Cooperativa conta il doppio dei fornitori locali rispetto alla media dei concorrenti). Rispetto al pesce, per esempio, grazie al rapporto consolidato con i pescatori dell'Arcipelago Toscano, abbiamo potuto continuare a rifornirci anche nei momenti più difficili. Lo stesso vale per la frutta e la verdura" ha affermato **Francesca Gatteschi, Direttore Acquisti**

di Unicoop Firenze, in una recente intervista per il lancio dell'iniziativa su "La Nazione". Quest'iniziativa è un modo per far conoscere il territorio con le eccellenze del mondo agroalimentare toscano e per dare una vetrina importante ai fornitori toscani, elementi imprescindibili di quell'economia che produce ricchezza, occupazione, indotto e che cura e valorizza il nostro paesaggio. Il tutto, come vedremo nelle prossime pagine, in un contesto in cui

legalità, etica e diritti dei lavoratori sono garantiti e la qualità dei prodotti è verificata e assicurata attraverso i controlli effettuati.

Inquadra il QR Code



Potrai leggere le storie di "PRODOTTI E PRODUTTORI" sull'Informatore Online

"valorizzare e contribuire"

UNA NUOVA CAMPAGNA IN FAVORE DELL'AMBIENTE

L'emergenza Covid-19 ha consolidato l'importanza di due dei **valori** su cui la Cooperativa si concentra da sempre: **la salute e l'ambiente**.

Dal punto di vista interno, dopo aver aperto un canale importante per la fornitura di mascherine a tutela della salute dei lavoratori, contestualmente la Cooperativa si è attivata per organizzare un **sistema corretto di gestione dei rifiuti speciali come mascherine e guanti** con degli appositi contenitori posizionati nelle aree dedicate ai lavoratori di sedi, magazzini e punti vendita. Da inizio emergenza sono stati gestiti circa 630 ritiri per un totale di 1.450 scatole movimentate e poi avviate a termodistruzione.

Le scatole utilizzate sono omologate e dotate di chiusura a fascetta, per evitare qualsiasi dispersione del contenuto. Inoltre sono state predisposte precise regole e opportune procedure, indicando ai lavoratori di non gettare guanti e mascherine monouso in contenitori non dedicati a questo scopo.

"Insieme alla tutela della salute ci siamo mossi pensando anche all'ambiente, non trascurando l'aspetto dello smaltimento di tali rifiuti" hanno dichiarato **Giovanni Petrelli e Nicola Fredducci**, rispettivamente Responsabile e Assistente Energia e Risorse Ambientali, che hanno seguito il progetto.

La necessità di un uso continuo e costante di mascherine e guanti infatti avrà conseguenze dirette sull'ambiente generando una notevole quantità di rifiuti che dovranno essere smaltiti correttamente senza correre il rischio che siano dispersi nell'ambiente. Sono miliardi infatti le mascherine e guanti usati e gettati che finiscono ogni giorno negli inceneritori, in discarica o, peggio, abbandonati per strada o in mare nel mondo.

A questo scopo la Cooperativa si sta muovendo per **sensibilizzare Soci e clienti** al corretto smaltimento di mascherine (che devono essere conferite con i rifiuti indifferenziati) e di guanti (anche nel caso di quelli in Mater-Bi, disponibili nel reparto ortofrutta e, in quanto biodegradabili, con un impatto ambientale minore).



La copertina del numero di giugno dell'Informatore.

"smaltire rifiuti speciali"

23 maggio Giornata nazionale della legalità

In questo periodo di lockdown, iniziative come il blocco dei prezzi e il controllo delle filiere hanno dato maggiori certezze ai tanti produttori del territorio

La Giornata nazionale della legalità viene celebrata il 23 maggio, data in cui si verificò nel 1992 la **strage di Capaci** in cui persero la vita **Giovanni Falcone**, la moglie **Francesca Morvillo** e gli agenti della scorta **Vito Schifani, Rocco Dicillo** e **Antonio Montinaro**.

Con l'emergenza Coronavirus e l'impovertimento del tessuto socio-economico in molte realtà del nostro Paese, **il pericolo di un rafforzamento pervasivo del sistema criminale è sempre più attuale**. Spaccio di stupefacenti, riciclo di denaro, gestione appalti, prestiti usurari e caporalato sono alcune delle attività con cui **la malavita prospera, approfittando anche dell'impiego di molte unità operative delle forze dell'ordine nell'azione necessaria di contenimento della pandemia**.

Sicurezza e legalità devono essere considerati obiettivi primari per la collettività; infatti i costi pagati a causa delle irregolarità sono altissimi per l'economia: tasse evase, sfruttamento di persone, sottrazione di ricchezza alle imprese, ai lavoratori e allo Stato indeboliscono le risorse italiane.

Coop in testa alla classifica Oxfam sui diritti umani nelle proprie filiere di produzione agroalimentare

Oxfam Italia, movimento che ha l'obiettivo di eliminare l'ingiustizia della povertà, **ha stilato una classifica delle insegne della grande distribuzione italiana nel rapporto "Diritti a scaffali e giustizia nella filiera agroalimentare" valutando le modalità con cui le principali catene italiane stanno affrontando il tema dei diritti umani nelle loro filiere di produzione agroalimentare**.

Coop si riconferma in testa alla classifica tra le 5 catene della

grande distribuzione italiana esaminate (Coop, Conad, Esselunga, Gruppo Selex, Eurospin), **mantenendo un significativo distacco rispetto ai concorrenti e ottenendo un 40% come punteggio complessivo**, quando tutti i competitor si posizionano al massimo al di sotto del 30%. Già infatti nel rapporto pubblicato a novembre 2018 Coop aveva ottenuto il punteggio più alto in tutti i parametri.

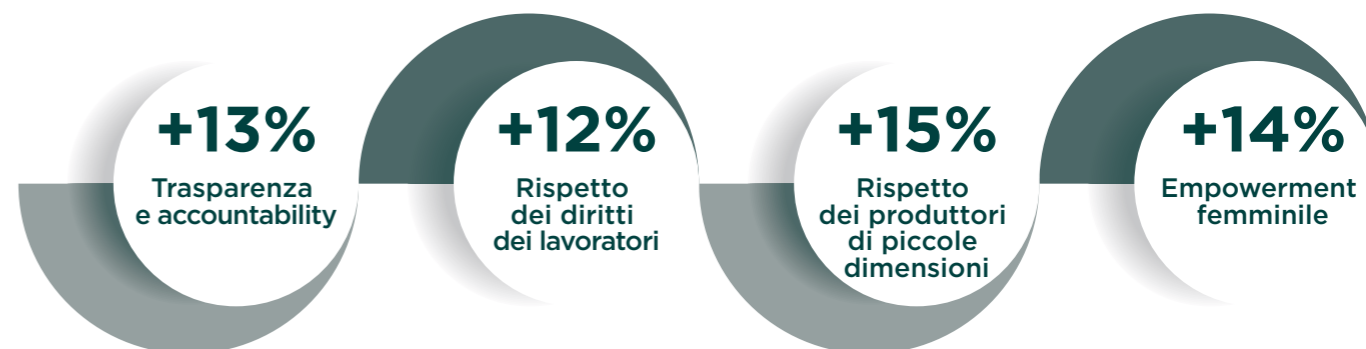
"Abbiamo parlato tanto di legalità e ci siamo dimenticati che la lotta alla mafia ha bisogno di civiltà. La mafia si combatte con le politiche sociali, con il lavoro, con la scuola e con la cultura. Devo dire che gli scaffali con i prodotti e progetti che avete sostenuto, sono stati una pagina di cultura, 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".

Un passaggio dell'intervento di Don Ciotti lo scorso febbraio al gruppo dirigente della Cooperativa. Unicoop Firenze sostiene i prodotti dell'associazione Libera Terra che riunisce e coordina cooperative sociali, strutture produttive e centinaia di ettari di terreno sottratti alle mafie in Sicilia, Puglia, Calabria e Campania.



I miglioramenti di Coop rispetto all'anno precedente



L'azione di Coop

Dal 1998 Coop monitora i fornitori di prodotto a marchio nel rispetto dello standard SA8000 (il primo standard internazionale con cui si garantisce che un'organizzazione sia socialmente responsabile e rispetti l'eticità del lavoro), chiedendo la sottoscrizione di un codice etico e svolgendo controlli, con auditor qualificati e indipendenti. La qualità dei prodotti è sinonimo di rispetto dei diritti dei lavoratori, in questo impegno sono coinvolti tutti

gli **800 fornitori** di prodotti agricoli e oltre **70.000 aziende agricole**. **Con la campagna "Buoni e Giusti" Coop ha messo sotto la lente dei controlli le filiere più a rischio dell'agroalimentare italiano**, promuovendo così l'eticità di quest'ultime.

Dal lancio della campagna nel 2016 sono state 13 le filiere sotto i riflettori, per un totale di oltre 600 aziende sottoposte ad audit. In totale **sono 11 le aziende espulse** negli ultimi 7 anni.

Ricordiamo inoltre che **per alcuni prodotti ritenuti più a rischio**, Coop ha deciso di effettuare **controlli lungo tutta la filiera produttiva**. **Da questo impegno nasce la linea Origine**. Le filiere controllate Coop consentono di ricostruire la storia di ogni prodotto, con l'identificazione di tutte le aziende coinvolte: in ogni momento è possibile risalire agli operatori che hanno preso parte alle singole fasi di trasformazione.

Un giusto prezzo a tutela della legalità

Ma la battaglia non si vince solo con i controlli. È necessario evitare che la ricerca del prezzo più basso possibile faccia a pugni con i diritti delle persone. Per questo motivo **Coop non prende parte alle aste al ribasso e cerca di costruire relazioni stabili e di lungo periodo con**

i propri fornitori. Relazioni che in questi mesi difficili hanno permesso il corretto approvvigionamento delle merci, nonostante la crisi di alcuni settori. **Il blocco dei prezzi di questi mesi ha offerto maggiori certezze ai tanti produttori del territorio**.

Ricordiamo che invece alcune grosse catene alimentari di discount italiani hanno lanciato aste al ribasso per aggiudicarsi beni alimentari al minor costo possibile, imponendo prezzi di vendita bassissimi ai fornitori già in affanno.

La Valle del Marro

Dal 2007 Unicoop Firenze sostiene e valorizza il lavoro e i prodotti della Cooperativa **Valle del Marro - Libera Terra**, condividendo motivazioni e



impegno della cooperativa calabrese e rendendo il **consumo critico e responsabile protagonista del cambiamento** che è in atto nella Piana di Gioia Tauro sui terreni confiscati alla 'ndrangheta. 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.

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

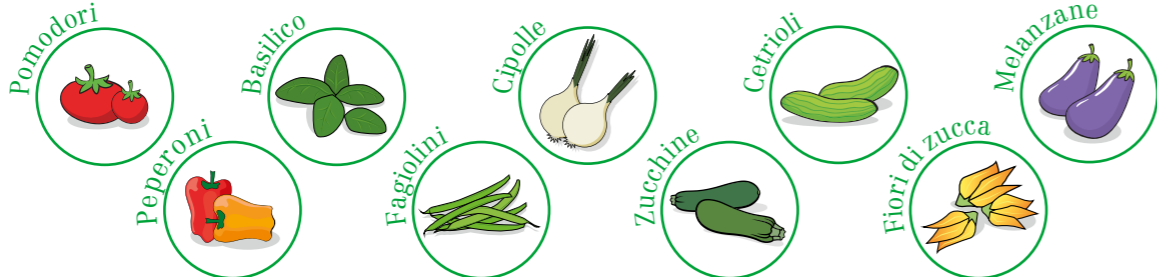
STAGIONALITÀ

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

FRUTTA



VERDURA



PARLIAMO DI...

Insalate biologiche Vivi verde Coop

Le insalate in busta di IV gamma biologiche a marchio Vivi verde sono 4: **rucola, valeriana, insalatina** e un gustoso **Mix "Serena"** con radicchio rosso, indivia scarola e indivia riccia, coltivate e confezionate in Italia.

Le verdure di IV gamma sono coltivate da aziende agricole specializzate, particolarmente attente a tutte le fasi del processo produttivo, dalla selezione delle varietà, alla preparazione dei letti di semina, all'irrigazione, alla concimazione, alla difesa fitopatologica nonché alla fase di raccolta e successiva tempestiva consegna ai centri di raccolta.

Le materie prime sono poi processate da fornitori con **moderne linee di lavaggio, di selezione e di confezionamento** con una **rigida gestione della catena del freddo**

e con **tempi estremamente ridotti indispensabili per garantire la freschezza del prodotto** che arriva sulle nostre tavole.

L'accurato processo di lavaggio garantisce un risparmio idrico notevole rispetto al consumo di acqua del lavaggio domestico delle insalate di prima gamma.

A massima garanzia della qualità e della sicurezza alimentare, dal momento in cui l'insalata viene posta nelle vasche di lavaggio, **tutto il processo di lavaggio, pesatura e imbustamento è automatizzato** e le insalate non vengono mai direttamente manipolate dal personale.

Le verdure di IV gamma biologiche a marchio Vivi verde, oltre a essere prodotte nel rispetto dei rigorosi piani di controllo previsti dal capitolato Coop, sono **coltivate secondo**

il metodo biologico in conformità al Reg. CE 848/2018 eliminando sostanze chimiche di sintesi quali fitofarmaci e concimi nel rispetto della natura e della biodiversità.

In totale sono 29 le aziende agricole coinvolte e 44.000 le analisi effettuate. Con i suoi controlli, Coop garantisce l'intera filiera produttiva, dal campo fino al consumatore, attraverso piani di verifiche ispettive, di controllo di processo e di prodotto.

Inoltre, **le verdure di IV gamma Vivi verde** create da Coop nel 2010 sono **confezionate in un imballaggio biodegradabile** prodotto dalla coltivazione del mais. Al fine di rafforzare ulteriormente la tracciabilità e garantire maggiore trasparenza, su ogni busta viene riportato lo stabilimento, la linea e l'orario di confezionamento, oltre al lotto.



FRUTTO DI STAGIONE

La pesca piatta

La Pesca Saturnia® appartiene alla tipologia *Platicarpa*, ha origine nei paesi asiatici ed è caratterizzata dalla peculiare forma schiacciata, per questo è anche conosciuta come "pesca piatta".

L'antenata italiana di questo frutto è la pesca Tabacchiera, coltivata prevalentemente in Sicilia, sulle pendici dell'Etna, ma anche in altre regioni: Calabria, Campania e Marche. È proprio tra le zone

collinari attraversate dal fiume Chienti, tra Macerata e Fermo, che da circa 30 anni si coltiva la Pesca Saturnia®.

Il suo patrimonio genetico le conferisce una dolcezza e una uniformità di gusto che non esistono nelle classiche pesche tonde. Per questo, oltre che per il suo profumo e il suo aroma, viene preferita dai consumatori.

L'insieme di queste peculiarità

le ha fatto spesso attribuire l'appellativo di "*pesca gourmet*", tanto che se ne fa un largo utilizzo anche nelle cucine della ristorazione italiana più rinomata. Essendo un frutto delicato, si richiede grande accortezza e specializzazione nel suo trattamento e impiego. La forma piatta, inoltre, fa sì che non ci sia tanta polpa al centro; questa caratteristica garantisce un gusto unico e uniforme.

IN CUCINA

Crumble di pesche piatte e cioccolato



Un dessert pieno di contrasti, dai gusti alle consistenze. La dolcezza conferita dalle pesche piatte si sposa con le note amare del cioccolato fondente.

L'equilibrio tra le consistenze completa l'esplosione di gusto di questo piatto, un perfetto mix tra il morbido dei frutti e il croccante del crumble.

Ingredienti base:

- 4/5 pesche non troppo mature
- 50 g di cioccolato fondente
- zucchero di canna a piacere

Ingredienti crumble:

- 250 g di farina 0
- 80 g di zucchero di canna
- 60 ml di olio di girasole deodorato o di mais
- 60 ml di acqua
- 1 pizzico di sale
- 1 pizzico di curcuma

Procedimento:

Tagliare a fette irregolari le pesche, adagiatele su una teglia foderata con carta forno e, se siete particolarmente amanti del dolce, spolverizzate con un po' di zucchero.

Prepariamo ora l'impasto: in una terrina uniamo gli ingredienti secchi, poi l'olio e a poco a poco l'acqua. A seconda della farina scelta, potrebbe essere necessaria più o meno acqua, dunque aggiungetela a poco a poco, regolandovi con la consistenza dell'impasto, che dovrà essere asciutto: non impastatelo come una frolla ma lavoratelo pochissimo, giusto il tempo di

amalgamare tutti gli ingredienti, e poi sbriciolatelo sulle pesche. Dopo aver ricoperto le pesche con l'impasto, senza averlo schiacciato o premuto sulla frutta, spolverizzate con qualche granello di zucchero di canna e cospargete il tutto di cioccolato fondente, precedentemente tagliuzzato a tocchetti e a scaglie non troppo sottili.

Infornate la vostra composizione a 170° C fino a doratura. Croccante il primo giorno, morbido e ancora più goloso nei giorni seguenti.

Tornano gli assaggi dei prodotti a marchio Coop

Un lavoratore coinvolto è un lavoratore consapevole. Attraverso la condivisione è in grado di raccontare al consumatore il valore della nostra offerta sotto tutti i punti di vista

Il prodotto a marchio Coop ha, da sempre, un ruolo centrale nella strategia della Cooperativa perché esprime i valori di qualità, sicurezza, eco-sostenibilità e miglior rapporto qualità/prezzo presente sul mercato.

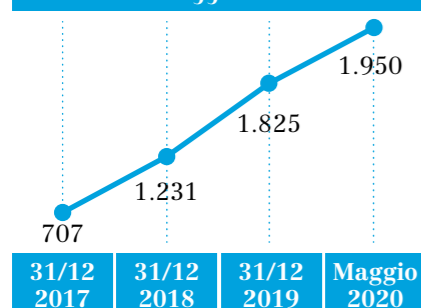
L'emergenza sanitaria legata al Covid-19 ha messo in evidenza improvvisamente l'importanza di questi valori per la salute delle persone.

Nel mese di giugno torna l'iniziativa degli assaggi dei prodotti a marchio Coop, dedicata ai dipendenti.

Il riprendere quest'iniziativa vuole essere un modo per riappropriarci lentamente delle nostre abitudini dopo mesi difficili.

Il progetto infatti è iniziato nel 2017 e nel corso del tempo è diventato sempre più partecipato e condiviso. La comunità dei dipendenti assaggiatori conta circa 2.000 partecipanti.

Numero assaggiatori 2017-2020



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

QUESTI I PRODOTTI IN ASSAGGIO FINO AL 28 GIUGNO

I colleghi iscritti agli assaggi potranno ritirare i prodotti gratuitamente in punto vendita, passandoli in cassa insieme alla propria Carta Socio.



FROLLINI CON CACAO E MANDORLE COOP - 500 g



PIZZA DI GRANO KAMUT MARGHERITA BIOLOGICA VIVI VERDE COOP 340 g - surgelata



GELATO PISTACCHIO DI SICILIA FIOR FIORE COOP - 300 g

La forza nel ritrovarsi famiglia

Dire che quest'ultimo periodo non è stato, e non è, difficile non sarebbe veritiero...

Ricordo i primi momenti, l'assalto ai prodotti (candeggine e disinfettanti in genere), gli scaffali vuoti, l'improvviso uso delle mascherine...

Tutto ciò ha avuto un forte impatto a livello psicologico ed emotivo su tutti noi. Pur con queste difficoltà, ci siamo trovati a svolgere un ruolo importante per i bisogni della comunità e ne abbiamo sentito tanto il peso...

MA... sono arrivati, in accordo con il Direttore Alessandro Marilli e il Caporeparto Paolo Marcantonini, i turni notturni e poi la divisione in gruppi. Mi sono ritrovata nel gruppo B... e anche questa divisione è risultata inizialmente non facile, ma poi ci siamo ritrovati un gruppo unito e coeso.

RITROVATI perché, è vero, ci conosciamo da tanto tempo

e lavoriamo nello stesso reparto ma, in questo periodo, abbiamo riscoperto la nostra umanità e, nonostante tutto, l'entusiasmo di ritrovarci ogni notte e ogni mattina presto a **LAVORARE**, sì, ma fieri di dare il nostro contributo e soprattutto sentendoci **FAMIGLIA**, uniti, **INSIEME**, circondati da tanto calore umano, come non mai! Lo stesso calore umano con il quale fui accolta in Coop anni fa, che mi è rimasto sempre nel cuore e di cui io e tutti ne abbiamo, più o meno consapevolmente, bisogno.

I nostri momenti di pausa poi, per colazione o cena, sono diventati momenti **DAVVERO** speciali, che ci hanno fatto riscoprire la gioia di stare insieme, infondendoci gli uni gli altri coraggio, forza e speranza, con la consapevolezza di essere di aiuto per noi e per il prossimo.

GRAZIE DI CUORE GRUPPO B!
Lucia



Lucia (Generi vari Figline Valdarno) con il Gruppo B (Nicola, Sergio, Beatrice, Ketty, Miria, Sofia, Paola, Marco G., Elisabetta, Laura e Giulia).

#OLTRELAMASCHERINA



Il dipinto realizzato
dalla nostra collega
Monica Bellesi
del punto vendita
di Lastra a Signa.

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

Seguici on line su
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