



# UNA MANO CONCRETA.



**Oltre 800 prodotti Coop e Grandi Marche a prezzi ribassati.** Dalla nostra Cooperativa una grande mano alle famiglie in questa fase di emergenza sanitaria ed economica.





# INDICE

N° 76 - Febbraio 2021

## IN PRIMO PIANO

UNA MANO CONCRETA 03

CONVENIENZA AL PRIMO POSTO 05

## L'INIZIATIVA

COLLEZIONAMENTO RE-GENERATION 07

COME SONO ANDATI GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO? 14

PAGOPA, CASHBACK E LOTTERIA DEGLI SCONTRINI: SCOPRIAMO LE NOVITÀ DEL MOMENTO 16

SOSTENIAMO LA RICERCA OGGI PER TORNARE VICINI DOMANI: OLTRE 1,5 MILIONI DI EURO RACCOLTI 18

## DAI PUNTI VENDITA

INAUGURATO IL NUOVO PUNTO VENDITA DI PRATO VIA BOLOGNA 09

## SCOPRI L'ORTOFRUTTA

PARLIAMO DI... ARANCIA ROSSA DI SICILIA TAROCCO IGP FIOR FIORE 1,5 KG 12

FRUTTO DI STAGIONE: IL MANDARINO TARDIVO DI CIACULLI 13

## IL CONTEST

ASSAGGIA E SCATTA 15

## IN PRIMO PIANO

# Una mano concreta

A cura del Direttore Marketing di Unicoop Firenze, Francesca Gatteschi



Le conseguenze sociali ed economiche dell'emergenza sanitaria sono un numero sempre maggiore di persone in difficoltà e un'amplificazione dei disagi sociali.

I nuovi bisogni scaturiti dalla crisi derivante dalla pandemia sono molti e diversificati, con numeri che coinvolgono una fascia di cittadini toscani più ampia che in passato. L'area del bisogno riguarda soprattutto le richieste di cibo e sostegno economico.

121.000

Le persone che in Toscana vivono sotto la soglia di povertà

55%

I poveri che hanno meno di 35 anni

-730 euro

Il reddito disponibile perso da ogni toscano nel 2020 in termini di potere d'acquisto

La flessione vendite della rete fisica della grande distribuzione nel 2021, secondo stime dell'Ufficio Studi Coop

-2,6%

444.000

I posti di lavoro andati perduti nel 2020, di cui oltre il 70% femminili (dati ISTAT)

La Cooperativa, che nasce per tutelare le fasce più deboli e svantaggiate della popolazione, è stata, fin dall'inizio dell'emergenza sanitaria, un punto di riferimento per la comunità e le istituzioni del territorio. Oggi deve ancora con più forza affermare il proprio ruolo, la propria missione e la propria identità.

Il 2021 per certi versi sarà un anno ancora più difficile del 2020,

anche se non mancheranno opportunità dovute ai cambiamenti inattesi che la pandemia ha prodotto.

Gli eventi recenti infatti hanno inciso profondamente nella quotidianità di tutti i cittadini, accelerando i processi di trasformazione dei valori e dei comportamenti che ci guidano nelle nostre scelte di acquisto.

Per questo e coerentemente con le iniziative messe in campo negli scorsi mesi, abbiamo deciso di lanciare un'importante campagna a difesa del potere d'acquisto di Soci e clienti, abbassando i prezzi di oltre 800 prodotti. Moltissimi saranno a marchio Coop, che hanno già un prezzo basso rispetto ai prodotti confrontabili presenti sul mercato, ma non mancherà una selezione di prodotti delle Grandi Marche. >>>

# Convenienza al primo posto

È un investimento importante per la Cooperativa, che ci permetterà di rafforzare il nostro primato di convenienza sui prezzi a scaffale rispetto a tutti i concorrenti, tenendo sempre a mente che convenienza non significa perseguire una logica di guerra di prezzo all'ultimo centesimo, ma praticare il prezzo più basso possibile dentro una serie di garanzie e regole per noi irrinunciabili.

I nostri prodotti sono espressione di qualità, sicurezza, etica e sostenibilità ambientale: valori che incarnano il nostro modo di stare sul

mercato, perché la nostra politica commerciale deve sempre avere una forte caratterizzazione anche sul piano sociale.

L'elemento cardine della nostra politica promozionale rimarrà sempre "La buona spesa", di cui interprete principale è il prodotto a marchio. Pertanto, la nostra strategia commerciale non cambia, la convenienza a scaffale è sempre al primo posto.

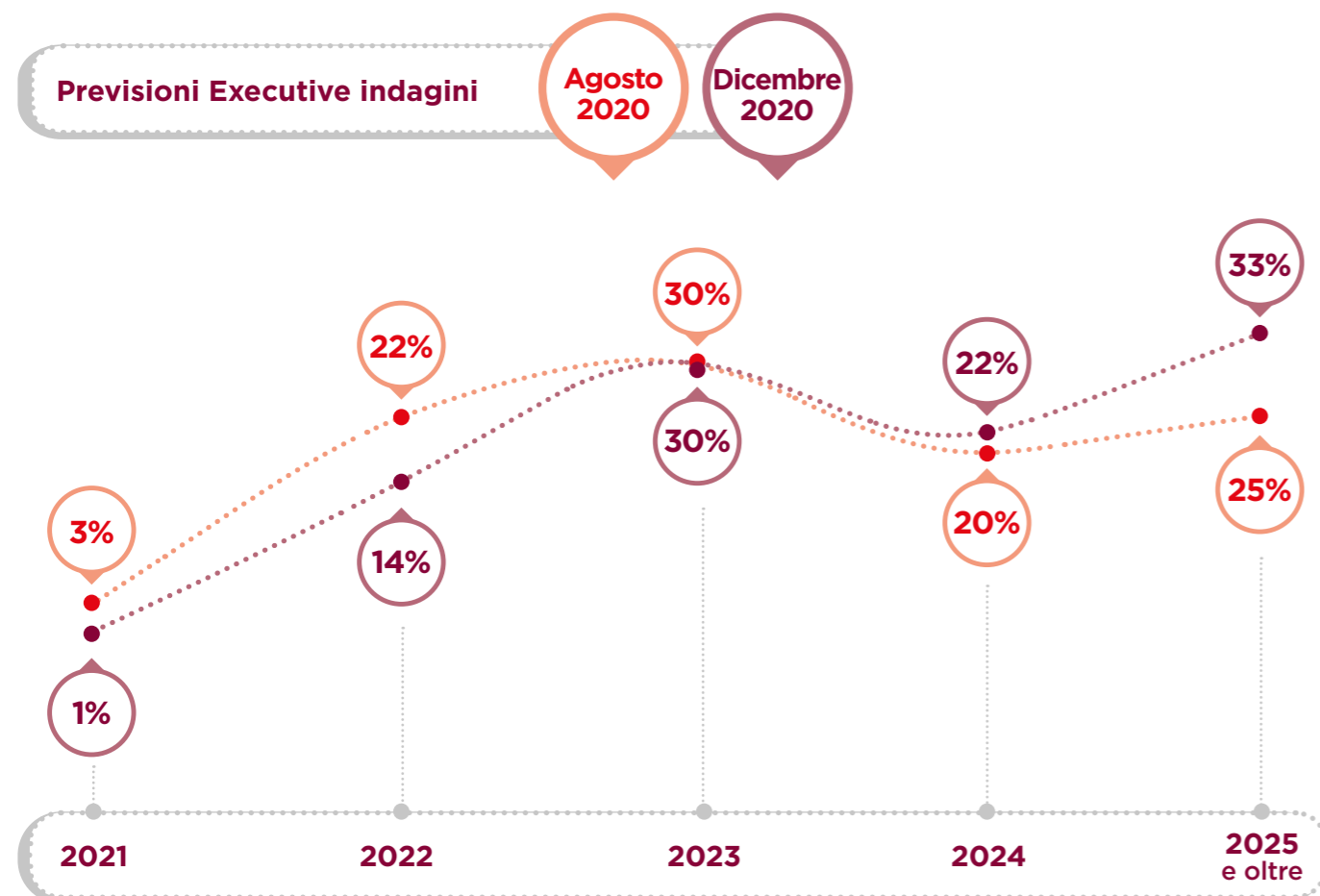
Le nostre scelte promozionali saranno finalizzate a esprimere la nostra identità sociale, oltre che

commerciale. Si baseranno sulla buona spesa e i valori del prodotto a marchio Coop, sulla convenienza ma anche su iniziative di attrazione a tema. La fidelizzazione dei nostri Soci sarà infine sempre un obiettivo primario.

Per il pieno successo di questa campagna abbiamo previsto una comunicazione mirata ed efficace, ma non dimentichiamo che il primo e più importante veicolo di informazione è la relazione dei lavoratori con i Soci e i clienti che soprattutto in punto vendita, ogni giorno, può fare la differenza.

## TEMPI PIÙ LUNGI DEL PREVISTO PER LA RIPRESA ECONOMICA

Quando l'economia italiana tornerà ai livelli pre-Covid? (% rispondenti)



Fonte: Ufficio Studi Coop "Italia 2021. Il Next Normal degli italiani", Executive Survey, Agosto 2020  
Ufficio Studi Coop "2021 restart. Il nuovo inizio per l'Italia e gli italiani", Executive Survey, Dicembre 2020

**N**e parliamo con **Andrea Timpano**, Responsabile Marketing Operativo di Unicoop Firenze, che ci descrive i contenuti della nuova campagna e le iniziative di questo mese.



### IN COSA CONSISTE L'OPERAZIONE DI RIBASSO DEI PREZZI "UNA MANO CONCRETA"?

**L**a campagna prevede un ribassamento dei prezzi di oltre 800 prodotti nel periodo compreso dal 18 febbraio al 3 maggio 2021. Metteremo in campo sia prodotti di Grandi Marche che a marchio Coop, per un **messaggio di convenienza e qualità** trasversale in un periodo complicato per molte famiglie.

I prodotti oggetto del ribasso sono stati selezionati per coprire le varie esigenze, anche nuove, di spesa dei nostri Soci e clienti: dagli alimentari alle bevande, dall'igiene personale alla pulizia della casa, dai prodotti specifici per l'infanzia a quelli per gli animali domestici.

Tanti saranno a marchio Coop: dall'eccellenza Fior Fiore alla tracciabilità totale Origine, dai prodotti biologici ed ecosostenibili Vivi Verde alla linea Crescendo dedicata ai più piccoli, da Amici Speciali a tutte le altre linee Coop. >>>

DAL 18 FEBBRAIO AL 3 MAGGIO  
**UNA MANO CONCRETA.**



Oltre 800 prodotti  
Coop e Grandi Marche a prezzi ribassati:  
**una grande mano per la tua spesa.**

**coop.fi**  
fidarsi conviene.

Nello specifico, il pacchetto sarà formato da quasi 400 prodotti di 116 Grandi Marche e da **403 prodotti a marchio Coop** così suddivisi:

 <b>180</b> prodotti	 <b>30</b> prodotti	 <b>27</b> prodotti
 <b>32</b> prodotti	 <b>38</b> prodotti	 <b>23</b> prodotti
 <b>18</b> prodotti	 <b>33</b> prodotti	 <b>22</b> prodotti

Si tratta di prodotti molto importanti per le nostre vendite, sia come quantità che come valore. Si pensi che il venduto in promo di questi prodotti è di oltre il 30%, articoli quindi molto ricercati da Soci e clienti.

#### Le Grandi Marche a prezzi ribassati:

Ace	Kimbo	Pavesi
Agras	Kinder	Pepsi
Alpro	Knorr	Perlana
Amadori	Kraft	Petti
Amica Chips	Krustagroup	Pfanni
Amuchina	La Fiammante	Philadelphia
Asdomar	La Molisana	Pizzoli
Barilla	La Valle degli Orti	Plasmon
Bauli	Latte Maremma	Polident
Beretta	Lavazza	Pringles
Bioform	Leerdammer	Proraso
Biraghi	Lipton	Purina
Birra Moretti	Loriana	Quasar
Borgioli	Lysoform	Rana
Calvé	McVitie's	Rascal+Friends
Camoscio d'oro	McCain	Recla
Casa Modena	Meno30	Regina
Cerealia	Mentadent	Riso Gallo
Chanteclair	Milk	Riso Scotti
Cuki	Motta	Sacme
Daily Bread	Mukki	San Benedetto
Danone	Mulino Bianco	Santa Lucia
De Cecco	Müller	Schweppes
De Rica	Mutti	Sensodyne
Elmex	Napisan	Sottilette
Estathé	Negrone	Spuma di Sciampagna
Fabuloso	Nonno Nanni	Star
Fage	Novi	Svelto
Fattorie Natura	Nutella	Tavernello
Felce Azzurra	Oreo	Tuscany
Fiesta	Oro Saiwa	Uovo del Casentino
Findus	Orologel	Vallelata
Finish	Ortolina	Valsugana
Galbani	Pai	Vichi
Germo	Pan di Stelle	Vipiteno
Heinz	Paneangeli	Wc Net
Ichnusa	Parmalat	Wudy
Italpizza	Parmareggio	Zuegg
Kellogg's	Pastificio Monti	

# Collezionamento RE-GENERATION

I prodotti della linea ecosostenibile Re-Generation di Berndes, Guzzini e Mirabello sono i protagonisti del nostro primo collezionamento dell'anno.

I temi centrali della nuova collezione saranno l'italianità e l'ambiente: **tutti i prodotti infatti sono realizzati in Italia utilizzando materie prime riciclate.**

## COME FUNZIONA IL COLLEZIONAMENTO?

Ogni 15 euro di spesa e ogni 5 euro di prodotti Vivi Verde Coop, in tutti i punti vendita Unicoop Firenze e su Piùscelta, i nostri Soci e clienti ricevono un bollino da applicare sull'apposita scheda.

L'erogazione dei bollini andrà avanti dall'11 febbraio al 5 maggio,

mentre sarà possibile ritirare i premi fino al 23 maggio.

Anche per questa collezione andremo a premiare la fedeltà dei nostri Soci, che infatti potranno utilizzare i punti spesa in alternativa al contributo in denaro per il ritiro del premio.



## QUANTO FORNO RE-GENERATION *Mirabello*



Il guanto forno Re-Generation Mirabello è realizzato con materie prime di alta qualità, parte delle quali deriva dal riciclo di fibra di cotone o di altre fibre miste.

Il tessuto esterno del guanto è realizzato in 100% cotone, di cui il 30% riciclato, mentre l'imbottitura interna è realizzata in 100% fibre varie riciclate.

### QUANTO FORNO

Guanto forno di dimensioni ampie per una maggiore comodità, realizzato con minimo il 60% di fibre riciclate (grazie al tessuto esterno, realizzato in 100% cotone di cui il 30% riciclato e all'imbottitura, realizzata in 100% fibre varie riciclate). Il prodotto risponde alle più recenti normative europee (DPI di II livello secondo EU 2016/425). Lavabile in lavatrice. Dimensioni: 33x19 cm.

15 bollini + 3,90€ oppure  
15 bollini + 300 punti

## CI SONO ALTRI DETTAGLI CHE DOBBIAMO SAPERE SU QUESTA CAMPAGNA DI RIBASSO?

I prodotti ribassati verranno esposti in modo evidente in apposite testate a rotazione. Tra questi, quelli più significativi saranno inseriti nelle varie offerte a cui sarà applicato lo sconto promo, partendo da quello ribassato.

È importante sottolineare che il ribasso effettuato non è sostitutivo delle promozioni e avverrà in tutti i nostri punti vendita, a eccezione dei Tradizionali/Superettes. Infatti, anche se il prezzo dei prodotti di marca è differente tra le nostre strutture più grandi e quelle più piccole, la percentuale di riduzione sarà la stessa.

## OLTRE A QUESTA CAMPAGNA, PREVEDIAMO ALTRE INIZIATIVE DI CONVENIENZA?

La Cooperativa, per rispondere alle esigenze di risparmio di Soci e clienti, affiancherà alla nuova campagna una serie di iniziative promozionali. Il tema della sostenibilità, non solo sociale ed economica, ma anche ambientale, è un elemento che ci guida in tutte le nostre scelte.

A breve partirà il nostro prossimo collezionamento che riguarderà la Linea forno Re-Generation, uno Scegli Tu sulle linee Vivi Verde e Bene.sì, dal 11 al 24 febbraio, e nuovi dieci prodotti scontati per l'iniziativa Convenienza Forza 10, dal 25 febbraio al 24 marzo.

PRODOTTI RE-GENERATION **guzzini**

I prodotti della linea Re-Generation Guzzini sono realizzati in polipropilene (PP) riciclato con la percentuale minima del 50% per il Mescolatore e dell'80% per i manici della Spatola e della Grattugia, derivante

da rifiuti post-consumo (PCR). Tali materiali provengono dalla raccolta differenziata di prodotti precedentemente utilizzati dai consumatori. Si tratta quindi di oggetti che altrimenti andrebbero in discarica

o ancora peggio dispersi nell'ambiente e che invece vengono riutilizzati per dare vita a dei nuovi prodotti per una concreta attuazione dei principi di economia circolare.



**MESCOLATORE**

Ideale per tutte le preparazioni dal salato al dolce. Dotato di una scala graduata all'interno. L'ampia base garantisce stabilità e il manico con forma ergonomica ne facilita l'uso. Capacità: 3 litri.

25 bollini + 4,90€ oppure  
25 bollini + 390 punti



**SPATOLA**

Indispensabile per le preparazioni e perfetta per stendere e livellare salse o creme all'interno degli stampi da forno. Dimensioni: 28 cm.

10 bollini + 1,90€ oppure  
10 bollini + 150 punti



**GRATTUGIA**

Perfetta per arricchire gli impasti e le ricette con formaggio, limone, zenzero, cioccolato e molto altro. Dimensioni: 28 cm.

20 bollini + 3,90€ oppure  
20 bollini + 300 punti

PRODOTTI RE-GENERATION **Berndes**

Gli stampi da forno Re-Generation Berndes sono realizzati in alluminio riciclato, che rispetto all'alluminio standard ha un impatto ambientale molto ridotto. Sono rivestiti con un rivestimento

antiaderente di alta qualità e ad alto spessore, sicuro perché privo di PFOA, metalli pesanti e BPA. Anche le confezioni di tutti i prodotti del collezionamento sono eco-sostenibili, perché sono realizzate

con il 100% di cartone riciclato. Questi prodotti inoltre a differenza dei comuni stampi da forno in metallo non arrugginiscono.



**STAMPO PANE**

Ideale per pane e plumcake dolci o salati. Dimensioni: 27x13 cm.

25 bollini + 4,90€ oppure  
25 bollini + 390 punti



**TEGLIA PIZZA**

Ideale per fragranti pizze e soffici focacce. Dimensioni: Ø 33 cm.

25 bollini + 4,90€ oppure  
25 bollini + 390 punti



**TEGLIA ROTONDA**

Perfetta per un dolce dessert o per quiches, timballi e torte salate. Dimensioni: Ø 26 cm.

25 bollini + 4,90€ oppure  
25 bollini + 390 punti



**TEGLIA RETTANGOLARE**

Perfetta per gustose lasagne, crespelle e pasta al forno o per un secondo di carne o pesce accompagnato da verdure. Dimensioni: 29x25 cm.

30 bollini + 5,90€ oppure  
30 bollini + 470 punti

# Inaugurato il nuovo punto vendita di Prato Via Bologna

I 300 mq del punto vendita, comodo da raggiungere anche a piedi o in bici, sono pensati per una spesa veloce e giornaliera. Scopriamo il negozio appena riaperto

**M**ercoledì 20 gennaio si è svolta l'inaugurazione del nuovo punto vendita di Prato Via Bologna.



Il periodo che stiamo vivendo ha accentuato alcune necessità come la raggiungibilità, la vicinanza, la sicurezza e la rapidità dei tempi di spesa, rendendole ancora più importanti nella scelta dei consumatori. Il nuovo negozio ha l'obiettivo di soddisfare queste esigenze integrandole in una proposta più ampia e complessiva.

Prato Via Bologna propone un'offerta molto sviluppata su freschi e freschissimi, proprio per la frequenza con cui il punto vendita è pensato per accogliere i clienti.

con una selezione di altre marche, pensati, insieme al no food, a completamento della spesa.

*"L'emergenza sanitaria, che da un anno sta affliggendo tutto il mondo e il nostro Paese, ha prodotto profondi cambiamenti, nei pensieri, negli stili di vita e nelle abitudini, anche di consumo, degli italiani. La nostra Cooperativa, attenta alle esigenze di Soci e clienti, da sempre garante della qualità e fortemente legata al territorio, propone in via Bologna "un nuovo vicino di casa"! »»*

Ortofrutta, forneria e gastronomia sono i fiori all'occhiello del negozio, che presenta anche una proposta di prodotti industriali, prevalentemente a marchio Coop e



Si tratta di un negozio piccolo, di quartiere, semplice e veloce che sarà in grado di cogliere questi nuovi bisogni e tendenze di spesa. Sono convinto che l'elemento fondamentale che decreterà il successo di questo punto vendita sarà la relazione che si verrà a creare con Soci e clienti. Parlo di empatia, ma anche di professionalità e di entusiasmo. Elementi che renderanno speciale ogni giorno l'esperienza di spesa, trasmettendo quei valori che contraddistinguono le persone che lavorano nella nostra Cooperativa" ha ricordato ai ragazzi del punto vendita il Direttore di Area 1 e 4, **Fabio Pelagotti**.

"Sento il privilegio di far parte di un progetto innovativo come questo. Il negozio è stato rinnovato per venire incontro alle esigenze dei Soci e dei clienti che abitano nelle



vicinanze e vogliono fare acquisti in modo veloce, senza rinunciare alla scelta e alla qualità. Siamo pronti ad accoglierli e a rispondere nel migliore dei modi alle loro esigenze. Grazie a tutte le persone che ci hanno dato una mano, so che non

sarà un'impresa facile, ma come ho detto ai ragazzi, insieme possiamo arrivare a obiettivi che da soli sarebbero impensabili" ha affermato il Capo Negozio **Matteo Mele**.

## LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Oltre ad aver svolto un percorso di formazione dedicato, le giovani risorse di Coop.fi Prato Via Bologna hanno

partecipato a una serie di incontri, finalizzati ad affrontare le tematiche chiave del punto vendita e del contesto di riferimento.

Un importante processo partecipativo che ha visto coinvolti anche i Business Manager, il Direttore Persone, Fabrizio Guerrini, il Direttore Marketing, Francesca Gatteschi, e il Direttore di Area 1 e 4, Fabio Pelagotti.

Non sono mancati i tradizionali auguri da parte del Presidente del Consiglio di Gestione, Michele Palatresi, che ha voluto salutare e fare il suo personale in bocca al lupo ai ragazzi la sera prima dell'inaugurazione.

I dipendenti saranno costantemente coinvolti tramite delle attività di ascolto per monitorare l'andamento del negozio. Questo dimostra l'importanza che la Cooperativa dà a tutti i suoi punti vendita, dalle strutture più grandi a quelle più piccole.



## UNA PANORAMICA DEL NEGOZIO

Il reparto ortofrutta privilegia la frutta e la verdura di stagione, proveniente da fornitori scelti, locali e toscani. Offre una proposta selezionata di frutta e verdura biologica e, tra i prodotti confezionati, zuppe pronte, legumi e frutta secca.

Un'ampia scelta di prodotti a marchio Coop fra i salumi e i latticini, come negli altri settori del negozio, garantisce la massima qualità e convenienza. L'assortimento è completato da una vasta selezione di prodotti di marca.

Il reparto carni propone assortimenti selezionati di carni rosse e bianche (pollo, tacchino, coniglio e avicoli speciali) per tutte le necessità, fra cui la Scottona Fior Fiore Coop.

Forneria e gastronomia hanno un aspetto innovativo. Il banco servito si trova posizionato al centro della piazza dove si possono scegliere pane sfuso, schiacciata e pizza calda per la parte forneria e una selezione di salumi per la gastronomia.



Completano l'offerta il pane fresco confezionato e i prodotti Banco del Gusto, oltre a formaggi e salumi confezionati e prodotti senza glutine e senza lattosio. Fra le tipologie di pane, da segnalare quelle di Montepiano e del Mugello. Presente inoltre il servizio di prenotazione dolci e salati per rinfreschi.

Per gli industriali, come dicevamo, prevale il prodotto a marchio Coop, con rappresentate anche le marche più affermate nelle rispettive categorie, oltre ai prodotti più innovativi, come ad esempio i free from (prodotti "senza" alcuni ingredienti, adatti a chi ha esigenze particolari).



Anche in questo piccolo punto vendita, la tutela dell'ambiente ha un posto di rilievo. L'illuminazione a led, i banchi salumi, latticini e surgelati chiusi con sportelli e la centrale frigo di tipo a CO<sub>2</sub> garantiscono la riduzione dei consumi.

Quanto alle casse, sono presenti casse self con possibilità di servizio assistito, dove si possono pagare anche utenze e acquistare ricariche telefoniche. Infine trova spazio nel nuovo negozio di Via Bologna una piccola zona relax attrezzata dopo la barriera casse.

# SCOPRI L'ORTOFRUTTA

## STAGIONALITÀ

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

### FRUTTA



### VERDURA



## PARLIAMO DI...

# Arancia Rossa di Sicilia Tarocco IGP Fior Fiore 1,5 Kg

L'Arancia Tarocco Fior Fiore è coltivata in Sicilia tra la fascia pedemontana dell'Etna e la piana di Catania, dove le forti escursioni termiche e il terreno vulcanico, fertile e secco, favoriscono l'accumulo nel frutto di un alto contenuto di antociani. Questi pigmenti naturali conferiscono alla polpa il tipico colore rosso.

Succosa, dolce, naturalmente ricca di vitamina C e particolarmente adatta a essere consumata a spicchi, l'arancia rossa di Sicilia IGP Fior Fiore non subisce alcun trattamento dopo la raccolta.

Ricordiamo che il periodo di maturazione dei frutti va dalla metà

di dicembre fino a maggio, a seconda delle varietà. In particolare il Tarocco è raccolto tra dicembre e maggio. La varietà Moro si coltiva invece nel più breve periodo di dicembre-febbraio. La varietà Sanguinello, infine, si raccoglie da febbraio ad aprile. Come per le altre nostre arance e limoni, che non subiscono trattamenti dopo la raccolta, la buccia è edibile.

Le vitamine e le sostanze benefiche dell'arancia sono utili per regolare le funzioni digestive e metaboliche, e per prevenire infezioni e invecchiamento cellulare, grazie alle notevoli qualità antiossidanti delle antocianine.



## FRUTTO DI STAGIONE Il mandarino tardivo di Ciaculli



Questa tipologia di mandarino nasce, in quella che una volta era chiamata la Conca d'Oro di Palermo, per effetto di una mutazione spontanea del mandarino Avana, rilevata negli anni '40.

Viene chiamato "tardivo" perché la sua maturazione avviene di solito tra i mesi di febbraio e aprile, quindi un po' in ritardo rispetto agli altri mandarini.

Il frutto è caratterizzato da un sapore intenso e dolce, per effetto di un elevato contenuto di saccarosio.

Il mandarino di Ciaculli ha una dimensione medio-piccola e una consistenza più turgida, con un esocarpo più sottile e pochi semi al suo interno. L'apporto nutrizionale è caratterizzato da un buon contenuto di vitamina C, carotenoidi e sali minerali.

Progressivamente, la coltura del Mandarino tardivo di Ciaculli si è estesa anche alla Piana di Catania.



## IN CUCINA Crema al mandarino tardivo di Ciaculli

### Procedimento:

**Ingredienti:**

- 4 tuorli d'uovo
- 110 g di zucchero + 50 g
- Scorza tritata di 2 mandarini tardivi di Ciaculli
- 50 g di farina 00
- 300 ml di latte
- 100 ml di succo di mandarino tardivo di Ciaculli fresco e filtrato
- 400 ml di panna

Prendete un pentolino di medie dimensioni, unite a freddo i tuorli con lo zucchero e amalgamateli bene utilizzando la frusta. Aggiungete quindi la farina setacciata e il succo di mandarino, sempre continuando a mescolare. Infine unite il latte e la scorza del frutto.

Mettete sul fuoco la crema, portatela a bollire e, continuando a mescolare per evitare che si attacchi, fatela cuocere per 4/5 minuti. Quando si sarà addensata,

spegnete il fuoco e lasciatela raffreddare completamente.

Mentre la vostra crema al mandarino si raffredda, montate a neve ben ferma i 400 ml di panna, fredda di frigo.

Unite la panna montata alla vostra crema con movimenti circolari dal basso verso l'alto, per evitare che il composto si smonti, e il vostro dolce sarà pronto da gustare.

# 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

**I frollini con malto d'orzo e il probiotico alla fragola  
al centro dell'assaggio numero 32**

**FROLLINI CON MALTO D'ORZO SENZA ZUCCHERI AGGIUNTI  
BENE.SÌ COOP - 330 g**



Questi frollini sono ideali per chi vuole ridurre il consumo di zuccheri senza rinunciare al gusto. Buoni da gustare in qualsiasi momento della giornata, ottimi da inzuppare a colazione.



## TEST DI ASSAGGIO

Il prodotto è stato assaggiato da **477 colleghi**, di cui 363 donne e 114 uomini.

È stato molto gradito dalla maggioranza degli assaggiatori, ottenendo il punteggio medio di **7,3**.

## ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGGI ASSAGGIATORI

I colleghi si sono dimostrati concordi nel volere un packaging più accattivante. Secondo alcuni, la confezione andrebbe resa più solida e resistente per non correre il rischio che i biscotti si rompano, altri invece la vorrebbero con meno incarti e, quindi, più sostenibile.

Il gusto, considerata la tipologia di biscotto, è piaciuto molto, per questo molti assaggiatori vorrebbero delle varianti al cioccolato e ai frutti.

**PROBIOTICO FRAGOLA  
BENE.SÌ COOP - 6x100 g**

In una bottiglietta di probiotico Bene.sì Coop ci sono almeno 10 miliardi di fermenti probiotici Lactobacillus paracasei.

Contiene le vitamine B6 e D che aiutano il normale funzionamento del sistema immunitario.



## TEST DI ASSAGGIO

Il prodotto è stato assaggiato da **461 colleghi**, di cui 349 donne e 112 uomini.

È stato molto gradito dalla maggioranza degli assaggiatori, ottenendo il punteggio medio di **7,6**.

## ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGGI ASSAGGIATORI

Alcuni colleghi vorrebbero che il prodotto fosse più denso e meno dolce. Le osservazioni principali però si sono concentrate sulla confezione di carta che si rompe spesso e sulla bottiglietta che fa rimanere una minima parte di prodotto nelle scanalature interne.



# ASSAGGIA E SCATTA



Dopo una passeggiata  
in vigna una bella merenda  
Fior Fiore! 😊

da Arianna Cheli



da Dario Bartolotta



Crostatina con crema al cacao  
per una pausa veloce  
e molto golosa! 😊

Guarda  
il video  
sui biscotti  
Bene.sì 😊



da Lucia Venturi



Quest'anno voglio condividere  
con voi la mia idea di regalo  
ecologico e utile. I miei cesti  
preparati con prodotti Vivi Verde  
sono molto graditi da chi li  
riceve, e sono anche un invito  
a compiere scelte di spesa  
più responsabili! 😊

da Ginevra Bianchi



## ASSAGGIA E SCATTA

**Vuoi partecipare al prossimo contest  
video e fotografico sugli assaggi  
del prodotto a marchio?**

**Ti piace testare i prodotti  
in famiglia o con gli amici?**

Assaggia il prodotto che ti viene  
proposto di volta in volta tramite mail  
e poi scattati una foto o riprenditi  
in un breve video (max 15 secondi).  
Spazio alla tua creatività!

**Importante:**  
ricorda che il prodotto deve essere  
ben visibile e riconoscibile.

Invia i tuoi contributi a:  
**ufficio.comunicazione.interna@  
unicoopfirenze.coop.it**  
oppure nell'area personale MYA  
cliccando sul pulsante scrivici.

# PagoPA, Cashback e Lotteria degli scontrini: scopriamo le novità del momento

La fine del 2020 e l'inizio del 2021 hanno portato numerose novità soprattutto per la nostra barriera casse e il nostro punto accoglienza.

Cerchiamo di capire meglio.



## PagoPA

È il sistema nazionale di pagamenti verso la pubblica amministrazione. Da dicembre 2020 i nostri punti vendita sono attivi per l'accettazione di questo servizio.

Mediante il sistema **PagoPA** i clienti possono pagare tasse, rette scolastiche, multe, quote associative, ticket sanitari e altre utenze o imposte. Si tratta di pagamenti verso le pubbliche amministrazioni (centrali e locali) e gli altri soggetti aderenti a **PagoPA**: aziende a partecipazione pubblica, scuole, università, aziende sanitarie locali.



## Cashback

È una iniziativa del Governo che consiste in un rimborso per i consumatori che effettuano i pagamenti con carte elettroniche (Bancomat, Carte di Credito, Satispay) in negozi fisici.

Gli obiettivi del **Cashback** sono quelli di sostenere i negozi fisici che a causa dell'emergenza sanitaria hanno dovuto affrontare notevoli difficoltà, incentivare la diffusione dei pagamenti elettronici e combattere l'evasione fiscale.

Per quanto ci riguarda direttamente, sono compresi i pagamenti elettronici effettuati presso tutti i punti vendita Coop.fi (al momento in cui andiamo in stampa non è abilitata la carta SpesaIn) e i pagamenti elettronici effettuati soltanto sui Pinpad fisici (box/totem) di Piùscelta.



### Come funziona?

Per ogni periodo del programma, si può ottenere un rimborso massimo di 150 euro, pari a 300 euro annui. Non c'è un importo minimo di spesa. Ogni acquisto effettuato con carte e app di pagamento registrate ai fini del **Cashback** fa accumulare il 10% dell'importo speso, fino a un massimo di 15 euro per singola transazione.

Si otterrà il **Cashback** accumulato solo se alla fine del periodo verrà raggiunto il numero minimo di transazioni valide (50 per ciascun periodo).

Dal 1° gennaio 2021, se si supera la soglia massima di rimborso di 150 euro, le transazioni continueranno a essere comunque

conteggiate fino al termine del periodo di riferimento, ma solo ai fini della partecipazione al **Super Cashback**. Al termine di ciascun periodo, si conclude il calcolo delle transazioni che consentono di ottenere i relativi rimborsi e si riparte da zero all'avvio del periodo successivo.

### Che cos'è il Super Cashback?

I primi 100mila partecipanti che, nel singolo semestre di riferimento, abbiano totalizzato il maggior numero di transazioni con carte e app di pagamento registrate ai fini del Programma, ricevono un **Super Cashback** di 1.500 euro.

Per partecipare bisogna scaricare l'app IO della pubblica amministrazione e disporre dello SPID per la validazione digitale dell'identità.

Hai bisogno di informazioni?  
Scansiona il QR CODE



## Lotteria degli scontrini



La **Lotteria degli scontrini** si pone gli stessi obiettivi del Cashback. È un'iniziativa del Governo e consiste nell'estrazione di premi a

fronte di acquisti di beni e servizi fatti soltanto in negozi fisici tramite mezzi di pagamento elettronici (Bancomat, Carte di Credito o Carte Privative come la nostra SpesaIn).

Per ogni euro speso con pagamento elettronico, al consumatore spetterà un biglietto virtuale, fino a un massimo di 1.000 biglietti virtuali per acquisti di importo pari o superiore a 1.000 euro.

Se l'importo speso è superiore a

1 euro, l'eventuale cifra decimale superiore a 49 centesimi produrrà comunque un altro biglietto virtuale.

Per partecipare occorre generare il proprio codice sul portale [www.lotteriadegliscontrini.gov.it](http://www.lotteriadegliscontrini.gov.it)

Hai bisogno di informazioni?  
Scansiona il QR CODE



Per tutte queste iniziative, allo scopo di gestire correttamente le relazioni con i clienti, sono state predisposte le **Faq** per ogni addetto alla cassa e punto accoglienza.

# Sosteniamo la ricerca oggi per tornare vicini domani: oltre 1,5 milioni di euro raccolti

Le cifre dell'iniziativa, il ruolo dei lavoratori della Cooperativa e come si concretizzerà il nostro sostegno

Con il crowdfunding "Sosteniamo la ricerca oggi per tornare vicini domani" abbiamo raccolto oltre un milione e mezzo di euro in quaranta giorni, grazie alle donazioni arrivate dai punti vendita, sulla piattaforma Eppela, tramite bonifico bancario e al raddoppio di Unicoop Firenze, Coop Alleanza 3.0, Unicoop Tirreno, Coop Centro Italia, Coop Unione Amiatina e Coop Reno.

Oltre a dipendenti, Soci e clienti, hanno aderito pubblicamente alla campagna amministratori e personaggi del mondo dello spettacolo.

Il totale, compresi i contributi delle cooperative, ammonta precisamente a 1.578.099 euro, quasi 80.000 euro in più dell'obiettivo,

mentre le donazioni complessive sono state 151.114.

Insieme al risultato economico, la campagna mirava a far conoscere e apprezzare l'importanza della ricerca e dell'impegno dei giovani ricercatori del Mad Lab della Fondazione Toscana Life

Sciences. Il numero dei donatori e la visibilità che ha avuto l'iniziativa confermano la sensibilità dei cittadini verso il ruolo della ricerca scientifica: non solo per uscire dalla crisi della pandemia, ma anche come investimento rilevante per il nostro Paese e per il nostro futuro. Un ruolo importante per il successo dell'iniziativa lo hanno avuto i nostri lavoratori, che hanno donato oltre 40.000 euro tramite ore di permesso e di retribuzione, e insieme alle Sezioni Soci si sono impegnati per promuovere questa campagna in punto vendita, nonostante le difficoltà dovute alla pandemia.



Il sindaco di Firenze Dario Nardella con Claudio Vanni, Responsabile Relazioni Esterne di Unicoop Firenze, e alcuni lavoratori di Ponte a Greve.



I colleghi di Poggibonsi Salceto.

“

La pandemia ha riportato in primo piano l'importanza della ricerca scientifica. Come Coop abbiamo deciso di sostenere una importante realtà, che opera a livello internazionale e che ha sede in Toscana. Abbiamo voluto promuovere una raccolta fondi popolare tra i nostri Soci e clienti, che facesse arrivare capillarmente a tutti il messaggio che non esiste futuro senza ricerca e che è compito di tutti, ognuno

come può, sostenere i giovani ricercatori di talento che possono aiutarci a sconfiggere il virus e le sue mutazioni. Siamo molto felici della risposta arrivata dal territorio e della grande voglia di contribuire emersa nelle scorse settimane. Questo non è il momento di fermarsi e proprio per andare avanti saranno indispensabili le nuove strutture di ricerca finanziate da **Sosteniamo la ricerca oggi per tornare vicini domani.**



Daniela Mori  
Presidente del Consiglio di Sorveglianza di Unicoop Firenze

”

## INIZIATIVE A TUTTO CAMPO

Video appelli, partecipazione, donazione di ore di lavoro e tante idee creative: i lavoratori di Unicoop Firenze hanno preso parte, in maniera entusiasmante, alla campagna.

Iniziativa diversa, per un unico grande fine: sostenere la ricerca!

Da Santa Maria a Monte a Sansepolcro, da Poggibonsi ad Arezzo, il video dell'Informatore TV riassume

alcune delle tante azioni realizzate all'interno dei nostri punti vendita.

Scopri di più



## A COSA SERVIRANNO I FONDI RACCOLTI

I fondi raccolti verranno utilizzati per far sì che ricercatori e ricercatrici possano rispondere tempestivamente a nuovi interrogativi come la valutazione dell'effetto di possibili mutazioni del virus e l'eventuale sviluppo di terapie combinate.

Inoltre, le risorse raccolte permetteranno la costituzione di un team

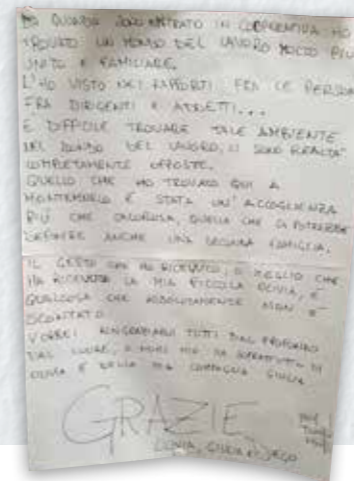
di Data Science per l'applicazione di competenze informatiche e nuove tecnologie al servizio della ricerca scientifica, con lo scopo di ridurre la complessità delle valutazioni cliniche sulla sicurezza ed efficacia di nuove cure, permettendo un più rapido passaggio dalle scoperte scientifiche all'utilizzo pratico dei nuovi trattamenti medici.

Infine, in termini infrastrutturali, una parte delle risorse raccolte consentirà la realizzazione di un'area utile per garantire lo stoccaggio a lungo termine di materiale biologico a bassissime temperature e di un nuovo laboratorio qualificato per la gestione di patogeni in un ambiente di massima sicurezza.

## Storie di ordinaria straordinarietà

Insieme alle tante iniziative legate alla campagna i dipendenti della Cooperativa si sono adoperati per altri **progetti davvero speciali.**

I lavoratori di **Montemurlo** hanno realizzato una sottoscrizione per la bambina di un collega per acquistare delle creme particolari per la sua malattia genetica.



A **Buggiano** invece, come lo scorso anno, è stato realizzato un calendario benefico che riprende i lavoratori del punto vendita con le loro mascherine. In poco tempo è stata raccolta una somma importante da devolvere all'ospedale Meyer.



# I ricordi di Liliana Segre per non dimenticare il dramma della Shoah



Il Giorno della Memoria è una ricorrenza internazionale celebrata il 27 gennaio di ogni anno per commemorare le vittime dell'Olocausto.

Pubblichiamo un estratto della testimonianza di Liliana Segre resa nell'ultima occasione pubblica lo scorso 9 ottobre alla Cittadella della Pace di Rondine.

*"Mi camminava vicino il comandante dell'ultimo campo. Era un uomo alto, elegante: si mise in mutande (...), buttò via la divisa, buttò via la pistola. Era per terra la sua pistola. Io non ero quella che sono oggi, mi ero nutrita di odio e di vendetta. Lasciando la mano sacra di mio padre, giorno dopo giorno, ero diventata un'altra, quella che loro*

*volevano che io diventassi: un essere insensibile che sognava odio e vendetta. Pensai: io adesso raccolgo questa pistola, che avevo tanto visto usare, e gli sparo, perché mi sembrava proprio il giusto finale di quel periodo incredibile di cui ero stata testimone.*

*Quel giorno fu un attimo, un attimo importantissimo, decisivo nella mia vita: perché ho capito che mai per nessun motivo al mondo io avrei potuto uccidere qualcuno.*

*Che non ero come il mio assassino. Non ho raccolto quella pistola e in quel momento sono diventata quella donna libera e quella donna di pace con cui ho convissuto fino ad adesso".*

La Cooperativa ha consegnato un cofanetto contenente il video della testimonianza della senatrice

a vita a oltre 300 istituti comprensivi toscani, accompagnato da una breve descrizione dell'iniziativa.

L'auspicio è che possa essere utilizzato in più classi e in più occasioni e restare a disposizione, nelle biblioteche scolastiche, per gli studenti che vogliono sentire cosa sono state le leggi razziali, le deportazioni e la vita nei campi di concentramento.

L'iniziativa fa seguito al lavoro svolto negli anni con i percorsi educativi sul tema della memoria, intesa come ciò che permette alla comunità di costruire gli strumenti per rimanere liberi, ma anche come chiave per leggere il mondo contemporaneo e materia prima dei valori collettivi e dell'identità sociale di tutti.

## UNICOOP FIRENZE condanna gli attacchi web durante l'iniziativa sul Giorno della Memoria



La Cooperativa ha condannato duramente quanto accaduto in occasione dell'iniziativa promossa dalla Sezione Soci di Arezzo per il Giorno della Memoria 2021.

L'evento digitale, una camminata virtuale nei luoghi ebraici della città, che vedeva la partecipazione del giornalista Marco Botti per una riflessione sull'Olocausto, è stata interrotta da alcuni attacchi web e ripetutamente disturbata da interventi di stampo nazifascista, che sono arrivati a minacciare di morte il giornalista.

La Cooperativa ha espresso la massima solidarietà a Botti e stigmatizza fortemente la vicenda: *"Eventi come questi ci fanno capire ancora di più quanto sia importante portare avanti iniziative sulla Memoria. Approfondiremo quanto successo e non ci fermeremo davanti a questi episodi di violenza. Mai come adesso ricordare il passato è necessario per evitare che fenomeni simili riaccadano in futuro".*

