



ECCELLENTE CONVENIENZA

Nei nostri negozi, un risparmio concreto su un prodotto di qualità come l'Olio Extra Vergine di oliva.



IN QUESTO NUMERO:

- L'importante campagna dell'Olio Extra Vergine.
- Le iniziative Solidali del Natale.
- I nostri Temporary al Lucca Comics & Games e ad Autumnia.
- I nostri reparti pronti per le feste.

APPROFONDIMENTO

04 Il giro dell'olio in 60 parole. Un piccolo vocabolario dedicato all'olio extra vergine.

INIZIATIVE E NOTIZIE

06 Iniziative solidali.
07 Teniamoci aggiornati! Ecco le iniziative e le novità da non perdere di vista.

I NOSTRI TEMPORARY

08 Insieme a Lucca Comics & Games. Il nostro Temporary Store.
10 Il meglio dell'autunno. Il nostro Temporary Store ad Autumnia.

I NOSTRI NEGOZI

12 Entusiasmanti novità. Il negozio di Colle di Val d'Elsa si è rinnovato.
14 20 anni nelle colline del Chianti. Il compleanno del negozio di Tavarnelle.
16 25 anni di storia. Un negozio che cresce insieme al territorio.
18 Un negozio che sa di casa. 10 anni di Tavarnuzze.

I NOSTRI REPARTI

20 Una giornata a Colfiorito. Alla scoperta di uno dei nostri importanti fornitori.
22 Doni dal territorio. Le piante da appartamento in vendita nei nostri negozi.
24 La magia è nei dettagli. Decorazioni natalizie che trasformano la casa in un luogo speciale.
26 Le tradizioni delle feste. I prodotti di Natale del reparto Generi Vari.
28 Gastronomia in festa. Scopriamo le proposte tra novità e tradizione.

NOI

30 Crescere per guidare il futuro. Percorso formativo per Allievi Direttori.

I NOSTRI PRODOTTI

32 Come sono andati gli assaggi dei Prodotti a Marchio? Dal 23 ottobre al 6 novembre.

ACCANTO A TE

34 MYWelfare. Parliamo dell'area dedicata a MYWelfare rinnovata.
35 Come condividere la tua opinione sul piano MYWelfare.

SOLIDARIETÀ

36 Dal 13 dicembre al 13 gennaio. Aiutiamola a realizzare il suo sogno.

In copertina alcuni colleghi del Superstore di Sesto Fiorentino.

**Dalla
Cooperativa
tanti auguri
di Buone Feste
a Voi e alle
Vostre famiglie.**



**L'IMPORTANTE CAMPAGNA
DELL'OLIO EXTRA VERGINE**

Un prodotto che tutela
il potere di acquisto dei Soci

Dal **28 novembre** ha preso il via la **campagna dell'Olio Extra Vergine Fior fiore Coop Nuovo raccolto 100% italiano** in latta da 5 litri. È una straordinaria iniziativa che racconta l'impegno della Cooperativa nel proporre ai Soci **i prodotti migliori alle migliori condizioni**, garantendo **tutela del potere d'acquisto, qualità, sicurezza, convenienza, eticità**, insieme alla **valorizzazione del ricchissimo patrimonio enogastronomico italiano**.

È un appuntamento importante, che assume ancora più valore in questo 2025, **perché la campagna dell'olio per i Soci Unicoop Firenze compie 20 anni**. In questo arco di tempo la Cooperativa, ha fatto un investimento importante, e collaborando per il confezionamento con la cooperativa olearia **Montalbano**, riconosciuta a livello internazionale, ha garantito ai Soci un prodotto buono, giusto e accessibile.

Per celebrare il ventesimo appuntamento, ai Soci che sceglieranno l'Olio Extra Vergine Fior fiore verrà dato in omaggio il volume **Il giro dell'olio in 60 parole**, un piccolo dizionario essenziale dell'extra vergine in cui **Cinzia Scaffidi**, giornalista e docente dell'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo (CN), ci conduce per mano dentro il mondo dell'olio.

L'Olio Extra Vergine Fior fiore sarà contenuto in una latta **firmata dagli Artisti Speciali della cooperativa Sociale di tipo "B" Made in Sipario Onlus**.

L'impegno della Cooperativa si è tradotto in questi anni in numeri importanti: nel **2025** l'investimento di Unicoop Firenze nella campagna dell'Olio è di 9 milioni di euro. Pari investimento è stato effettuato nel **2024**, anno in cui sono stati acquistati e venduti oltre 3 milioni di litri di olio novello Fior fiore Coop, per un valore di 28 milioni di euro.

Tra ottobre e novembre sono stati organizzati appuntamenti formativi - visite e degustazione presso l'Olearia Montalbano a cui **hanno partecipato 500 Soci e circa 100 lavoratori e lavoratrici**.

L'iniziativa è stata presentata nei giorni scorsi presso il punto vendita **Coop.fi di Novoli**, alla presenza di **Daniela Mori, Presidente del Consiglio di Sorveglianza di Unicoop Firenze**,

che ha dichiarato: «La campagna dell'olio Coop rappresenta una straordinaria iniziativa che non è solo un'opportunità di convenienza, ma un appuntamento tanto atteso dai nostri Soci, anche per il valore che questo prodotto riveste nella cultura alimentare toscana e mediterranea. In un momento in cui le famiglie affrontano la difficoltà quotidiana di far quadrare i bilanci, vogliamo sottolineare più che mai il valore di questa campagna che rappresenta un grande investimento per la Cooperativa e che lanciamo con la volontà di offrire ai nostri Soci un olio extra vergine italiano di grande qualità garantito dalla bravura dei tanti agricoltori coinvolti, dal marchio Fior fiore che contraddistingue la miglior proposta alimentare di Coop e realizzato con una filiera che rispetta anche il mondo della produzione».



Spendi punti

€31,00

e 350 punti
oppure per i Soci **€38,00**
invece di €57,00

**OLIO EXTRA VERGINE
DI OLIVA
FIOR FIORE COOP**
5 litri

**MAX 2 PEZZI
PER CARTA SOCIO**



**Scopriamo la campagna
dell'Olio Extra Vergine
Fior fiore.**

IL GIRO DELL'OLIO IN 60 PAROLE

Un piccolo vocabolario dedicato all'olio extra vergine

Parlare dell'olio è addentrarsi in un mondo ricco di saperi e sapori: per raccontarlo a chi lo porta in tavola. Unicoop Firenze ha realizzato questa pubblicazione che vuole essere un contributo originale alla comprensione del mondo dell'ulivo e dell'olio.



Ve ne offriamo un approfondimento apparso su l'Informatore di novembre.

AMARO IN BOCCA

Quando si tratta di olio, l'amaro in bocca è un **buon segno e un pregio**: deriva dalle olive fresche e verdi ed è dovuto ai **polifenoli**, molecole complesse che regalano all'olio anche la sua nota piccante, proprietà **antiossidanti e antinfiammatorie**, e ne garantiscono la conservabilità.

Un buon extra vergine ne contiene circa 300-400 mg per chilo. Quanto è amaro dipende poi dalla varietà e dallo stato di maturazione delle olive, dall'altitudine a cui sono state coltivate, dal metodo di estrazione e dalla conservazione.

CLIMA

Un elemento fondamentale e critico per l'olivo, pianta adatta ai **climi temperati** come quello mediterraneo, oggi soggetto ai **cambiamenti legati al riscaldamento globale**, che mette a rischio l'olivicoltura: precipitazioni anomale per frequenza e abbondanza e calura estiva oltre i 35°C colpiscono l'olivo, poco resistente alle situazioni estreme perduranti.

Per questo l'olivicoltura si sta spostando verso nord e, insieme, verso la **produzione intensiva e semintensiva** di cui la Spagna è pioniera, con piante a distanza ridotta e meccanizzazione di tutte le operazioni agronomiche.

CIVILTÀ DELL'OLIVO

L'espressione descrive bene la profonda influenza dell'olivo e del suo olio sulle **società del Mediterraneo**: con la sua coltivazione ha guidato lo sviluppo economico, culturale e sociale di popoli come **Fenici, Greci, Romani**. È stato cibo, fonte di illuminazione e produzione durante la rivoluzione industriale. È un filo rosso che ha attraversato i secoli e unito generazioni intorno alla cura che questa pianta richiede.

È un patrimonio millenario ancora vivo, a tavola e non solo.

D.O.P. E I.G.P.

Su **110** registrati in Unione Europea, l'Italia conta ben **42 extra vergini D.O.P.** a cui si **aggiungono 7 extra vergini I.G.P.** su un totale di 20 europei.

Le quattro D.O.P. toscane sono **Chianti Classico, Lucca, Seggiano e Terre di Siena**. D.O.P. e I.G.P. sono strumenti di tutela importanti che proteggono la qualità e il legame fra il prodotto e il territorio, oltre che un criterio guida per il consumatore: ogni regione ne ha almeno uno, quindi si può scegliere fra un'ampia varietà di caratteristiche e profili organolettici.

EXTRA VERGINE ED ETICHETTA

L'extra vergine è chiamato così **dal 1960**, quando la normativa italiana (adottata poi a livello globale) ha definito tutte le categorie di olio: è tale l'olio di oliva **ottenuto direttamente dalle olive** (senza correzioni), **solo con procedimenti meccanici** (la spremitura) e con una **percentuale di acidità libera non superiore allo 0,8%** (8 grammi di acidi grassi per chilo). Per legge l'etichetta deve riportare il numero di lotto, le informazioni nutrizionali, la nazione di origine o l'indicazione della provenienza UE o extra UE e la quantità di prodotto nella confezione. Non c'è la scadenza, ma si deve indicare il termine minimo di conservazione (T.M.C.); è però a discrezione del produttore la durata del periodo: solitamente si sceglie di indicare 18 mesi dalla data di confezionamento che non è, invece, un'informazione obbligatoria.

FILTRATO

Filtrato o no? Questione di gusti, ma anche di durata. **Il filtraggio elimina le ultime particelle di acqua e le impurità** (che possono restare sulle olive dopo il lavaggio) dalle quali potrebbero avviarsi processi di fermentazione non pericolosi, ma che alterano sapore e profumo. È un'operazione quindi che non modifica la qualità dell'olio, ma lo rende più durevole. Chi lo preferisce non filtrato dovrà consumarlo in tempi più brevi, indicativamente entro sei mesi dal confezionamento.

MOSCA E XYLELLA

Un parassita temibile per la produzione di olio è la **mosca dell'olivo** (*Bactrocera oleae*): attraverso le larve, che si nutrono della polpa del frutto, causa la caduta precoce delle olive e compromette la qualità dell'olio. La lotta si conduce oggi con **preparati organici o biologici**, che risultano i più efficaci dato il divieto (dal 2020) di usare il dimetoato, un insetticida sintetico molto tossico. Killer degli olivi è invece la **Xylella Fastidiosa**, un batterio arrivato dal Sud America: viene trasmesso da insetti vettori, come la cosiddetta Sputacchina, e fa morire la pianta ostruendone i vasi linfatici. È comparso in Salento 15 anni fa e si calcola che siano 21 milioni gli alberi disseccati in questi anni. Si stanno ricercando varietà meno suscettibili anche se, ad oggi, non ne risultano di immuni.

SALUTE

Tanti e ormai ampiamente documentati sono i benefici dell'oro verde: ci rifornisce di **grassi insaturi** (gli Omega 3, 6 e in particolare 9), che riducono il colesterolo "cattivo" (LDL) e aumentano quello buono (HDL), hanno **proprietà antinfiammatorie** e effetti benefici sulla **salute cardiovascolare e sul sistema nervoso**. È ricco di **vitamina E**, che contrasta l'invecchiamento, e di **vitamina A**, utile alla vista e alla crescita. In più aiuta a **metabolizzare i lipidi e ad assorbire le vitamine cosiddette liposolubili**, come la K1, contenuta nelle verdure a foglia verde. Elisir di lunga vita, fa bene anche perché è buono e, con il suo gusto, **rende felice il palato!**

VARIETÀ

Al mondo esistono circa **duemila varietà di olivo**, di cui ben **540 presenti in Italia**. In Toscana le più diffuse sono **Frantoio, Moraiolo e Leccino**; nel resto del Paese, **Coratina, Taggiasca, Carolea, Nocellara**, etc. Gli extra vergini sono spesso ottenuti da mix di varietà diverse di olive, componendo così un universo davvero variegato. Tutti gli oli monovarietali prodotti in Italia sono invece descritti sul sito **olimonovarietali.it**, un ottimo strumento per scoprire la ricchezza di questo patrimonio nazionale.



INIZIATIVE SOLIDALI

I PANETTONI COOP PER LA CARITAS Una nuova iniziativa solidale

Fra i prodotti solidali nella cesta del Natale 2025, anche il **panettone classico e senza canditi** e il **pandoro classico a marchio Coop**.

Uno comprato, uno donato: per ogni panettone o pandoro venduto, la Cooperativa donerà altrettanti pezzi alla **Caritas Toscana**, che poi li consegnerà alle famiglie in difficoltà e li userà per il pranzo natalizio nelle mense solidali. Ma ci sono vantaggi anche per i Soci: se compreranno uno dei tre dolci a marchio Coop nella settimana **dal 18 al 24 dicembre**, riceveranno un **buono** di pari valore sulla propria carta Socio.

Il buono sarà spendibile **dal 1° al 31 gennaio**.

Per te
che sei Socio



PRENDI 1
DONIAMO 1
+
1 BUONO
PER TE

I PANETTONI ARTIGIANALI PER IL MEYER Doniamo con gusto

Il panettone artigianale del Banco del Gusto è firmato da Luisanna Messeri

Una prelibatezza realizzata seguendo la **ricetta tradizionale**, arricchita con **arance candite siciliane, uvetta bagnata nel Vin Santo e sale di Volterra**, conosciuto come il "sale più puro d'Italia". Il panettone è disponibile sia nella versione maxi da 3 kg - solo su prenotazione il **6 dicembre** nei supermercati più grandi, con consegna **l'11 e il 18**, e il **13** con consegna il **18 dicembre**, al costo di 49 euro, di cui 15 vengono donati - o nella versione da **1 kg** al costo di 19 euro, di cui 5 vengono donati, in vendita anche nei supermercati più piccoli fino al **24 dicembre**.



coop.fi
Lavorazione
Artigianale
una ricetta
della tradizione
ricreata con
amore insieme a
Luisanna Messeri



TENIAMOCI AGGIORNATI!

Ecco le iniziative e le novità da non perdere di vista

Se sei Socio IL NATALE È PIÙ CONVENIENTE

Buono Sconto 10% per i Soci.

La Cooperativa è da sempre a fianco dei Soci per tutelare il potere di acquisto durante questo mese di dicembre.

Dal 1° al 7 dicembre, nei punti vendita interessati dalla promozione, ogni Socio che avrà speso almeno 30 euro, in una o più spese, riceverà un Buono Sconto.

Dall'8 al 18 dicembre, il Buono Sconto potrà essere usato su una spesa a scelta.



INSIEME A LUCCA COMICS & GAMES

Il nostro Temporary Store

Il 2 novembre scorso si è conclusa la 59ª edizione del festival Lucca Comics & Games.

Per l'edizione 2025 il festival ha scelto il tema "French Kiss", il bacio "alla francese", un gesto intimo e rivoluzionario.

Da qualche anno ormai, andare al **Lucca Comics & Games** non significa necessariamente essere conoscitori di fumetti. Quello che un tempo era l'evento più atteso da nerd e lettori di comics, oggi è diventato una grande festa aperta a tutti gli appassionati di cultura pop nella sua accezione più ampia.

Nei cinque giorni della manifestazione i biglietti venduti sono stati **oltre 280.000**.

L'edizione si chiude con numeri straordinari: più di **900 ospiti**, **730 espositori**, **30.000 cosplayer ufficiali per 1500 appuntamenti** e **12 mostre**.

In questo evento internazionale la presenza del Temporary di Unicoop Firenze si conferma una garanzia di valore per i visitatori.

Francesca Barsotti, Direttrice del Temporary, ci ha raccontato: "Creare una struttura completa, ovvero il punto ristoro della nostra Cooperativa, all'interno del Real Collegio è stata grande sfida. La collaborazione di molte persone con un lavoro attento, preciso, ci ha permesso di partecipare in modo importante e riconosciuto da tutti i presenti a questa manifestazione.

Personalmente, lavorare a questo evento è stato impegnativo, faticoso, ma nello stesso tempo mi ha dato **tanta energia** e mi ha fatto capire cos'è la **collaborazione**, cos'è la **disponibilità delle persone** e che tutto si è realizzato grazie a un grande lavoro collettivo.

Con me hanno dato il loro prezioso contributo colleghi che provengono da negozi diversi, da realtà variegata. È stato veramente bello osservare, come se fossi dietro ad una finestra, i colleghi che entravano subito in armonia, dividendosi compiti e supportandosi.

Questa è la bellezza di noi che lavoriamo in Unicoop Firenze; posso dire con certezza che i due elementi che ci identificano sono **l'ambiente positivo** e **la collaborazione**.

Questo risultato, senza il contributo di tutta la Cooperativa, non sarebbe stato possibile!

Saluto i colleghi di tutti i negozi, invitandoli a vivere l'esperienza del Temporary il prossimo anno perché è veramente positiva e ti dà un'energia incredibile!"



Ascoltiamo le voci delle colleghe e dei colleghi del Temporary Store.



Alcuni colleghi e colleghe che hanno partecipato al Temporary Store.



IL MEGLIO DELL'AUTUNNO

Il nostro Temporary Store ad Autumnia



Da sinistra: **Antonio Di Nolfi**, Responsabile Temporary Store Autumnia - **Giulia Degli Innocenti** - **Caterina Girasoli** **Sofia Fugazzotto** - **Monia di Fabrizio** e **Francesca Ferri**.

Da 7 al 9 novembre, si è svolto l'appuntamento più atteso dell'autunno valdarnese: Autumnia, la fiera dedicata all'agricoltura, all'alimentazione e all'ambiente che per la 26ª volta, si è svolta nel centro storico di Figline.

Ci ha raccontato queste intense giornate **Antonio Di Nolfi**, Capoparto Ortofrutta del **Superstore di Figline**: "Quest'anno è stato un piacere essere il referente per il Temporary di Autumnia.

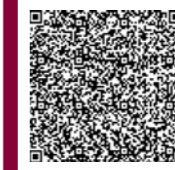
È un appuntamento che ci vede protagonisti da molti anni e io, in prima persona, sono stato entusiasta per questa attività che ci permette di **conoscere i clienti in un contesto molto vivace** e importante per il territorio del Valdarno.

Quest'anno abbiamo gestito uno stand diviso in due parti: quella **ricreativa** in cui erano presenti vari giochi sia per grandi che per piccoli, affiancata da quella che potremmo definire la **"vetrina" dei nostri prodotti a marchio**.

Sono stati protagonisti i prodotti **Vivi Verde**, la nostra linea biologica, che rappresenta tutti i nostri valori in merito alla sostenibilità e alla qualità dei prodotti. I clienti hanno potuto **assaggiare i succhi di frutta 100% biologici, i frollini, le marmellate, la crema cacao e nocciole** e molti altri.

È stato un **momento importante perché i nostri clienti hanno potuto provare dei prodotti che non conoscevano e fidelizzarsi maggiormente ai nostri marchi**.

Colgo l'occasione di ringraziare tutti i colleghi che mi hanno accompagnato in questo breve viaggio, ma anche coloro che sono rimasti in negozio e grazie al loro impegno sono riusciti a fare in modo che noi potessimo stare qui a curare questo evento."



Scopriamo com'è stato lavorare al Temporary Store ad Autumnia.

Tra i numerosi stand allestiti in piazza Marsilio Ficino e nelle vie circostanti si sono potuti ammirare **prodotti agroalimentari del territorio**, partecipare a **incontri tematici** e **conoscere le novità nel settore agricolo**.

Ha riscosso grande interesse il nostro Temporary Store gestito dai colleghi del **Superstore di Figline**, che si trova a poca distanza dalla fiera.



ENTUSIASMANTI NOVITÀ

Il negozio di Colle di Val d'Elsa si è rinnovato

Il tempo può influenzare l'ambiente e l'umore, ma non ha inciso sull'apertura del nuovo negozio di Colle di Val d'Elsa, dove i colleghi hanno creato un'atmosfera calda e accogliente nonostante la giornata piovosa.

La mattina del 30 ottobre c'è stato un importante momento di ringraziamento dedicato alle colleghe e ai colleghi che hanno dato il loro fondamentale contributo alla realizzazione del nuovo negozio.

Francesco Tirinnanzi, il nuovo Direttore ci ha raccontato:

“Il nuovo Coop.fi di Colle di Val D'Elsa è un supermercato di riferimento caratterizzato da un assortimento ampio e dettagliato, che propone **un'esperienza di spesa completa** in grado di rispondere a tutte le esigenze di Soci e clienti, garantendo i massimi livelli di qualità e convenienza.

Ad accogliere Soci e clienti, un ampio assortimento di **frutta e verdura fresca**, privilegiando i prodotti di stagione esposti secondo la stagionalità e in modalità mercato rionale, in modo da favorire la **fruibilità degli spazi con un focus sul territorio** con prodotti da fornitori locali e da agricoltura biologica.

In **Forneria** è presente il pane cotto a legna insieme ad un'offerta di pani di Cerealia. Colorano il banco l'assortimento di pizze, focacce e schiacciate alla pala prodotte dai nostri colleghi.

Nel bellissimo banco della **Gastronomia** grande valore è stato dato a un assortimento che parla di freschezza, innovazione e completezza con un focus su prodotti di alta qualità e del territorio.

Completa l'offerta il banco caldo della **Rosticceria**, ampliato e rinnovato. L'ampio assortimento di **carni rosse e bianche di qualità**, sia a marchio Coop che selezionate del nostro territorio, permette ai clienti di poter scegliere tenendo sempre in primo piano la sicurezza e la freschezza.



Francesco Tirinnanzi, Direttore del Supermercato di Colle di Val d'Elsa.

Il momento prima dell'inaugurazione.



Le colleghe e i colleghi del Supermercato di Colle di Val D'Elsa.

Il reparto **Pescheria** offre prodotti sfusi insieme a un assortimento di referenze confezionate.

La nuova disposizione dei banchi frigo e degli scaffali permette ai Soci di potersi muovere **in un percorso di spesa semplice e veloce**, in cui ogni richiesta può trovare la sua risposta adeguata.



Da sinistra: **Laura Coletta** e **Manila Farini**.

L'intervento interno al negozio ha visto un rifacimento sia nell'impiantistica che nell'arredo, con la sostituzione di banchi, casse, frigo e luci in un'ottica di **efficientamento energetico e maggiore sostenibilità**.

L'aspetto che mi rende veramente soddisfatto e orgoglioso sono i colleghi che, insieme, si sono impegnati nelle varie fasi precedenti all'apertura, e adesso trasmettono tutto il loro entusiasmo ai nostri Soci e clienti, che ci hanno accolto a braccia aperte”.



Scopriamo insieme il negozio rinnovato.

Territorio e contesto

Colle di Val d'Elsa è una cittadina toscana ricca di storia, nata lungo la Via Francigena e sviluppatasi fin dal Medioevo come centro artigianale e produttivo. Il suo territorio, attraversato dal fiume Elsa e caratterizzato da dolci colline, conserva ancora oggi un centro storico affascinante, borghi medievali e antiche strutture che raccontano secoli di vita. La città è conosciuta in tutto il mondo come la “**Città del Cristallo**”, grazie a una tradizione vetraria che nel tempo si è trasformata in un vero distretto produttivo.

Accanto alla lavorazione del cristallo, Colle di Val d'Elsa ha visto crescere un tessuto economico diversificato, in cui commercio, artigianato e turismo convivono e si rafforzano a vicenda.

Oggi Colle di Val d'Elsa è un luogo dinamico, dove **storia e innovazione** si incontrano: un centro commerciale naturale vivace, un'economia in evoluzione e una forte attenzione per la sostenibilità e la valorizzazione del territorio.

Un equilibrio armonioso che continua a rendere questa città un punto di riferimento nella Val d'Elsa.



20 ANNI NELLE COLLINE DEL CHIANTI

Il compleanno del negozio di Tavarnelle

Colline, cipressi e distese di filari di vite compongono un paesaggio che ti avvolge e ti accoglie nella sua bellezza millenaria. In questa cornice si trova il negozio di **Tavarnelle Val di Pesa**, che il 3 dicembre 2000 ha inaugurato il nuovo punto vendita nella sede attuale, e che adesso festeggia 20 anni.



Carlo Cuniberti, Direttore del Minimercato di Tavarnelle.

Carlo Cuniberti ha raccontato con grande entusiasmo il suo negozio:

“Il nostro è un punto vendita molto frequentato dai turisti, situato nelle colline del Chianti, che registra un significativo aumento delle presenze dalla primavera.

La nostra Cooperativa era già presente, prima dell'apertura di questo punto vendita 20 anni fa, grazie ad un piccolo spaccio proprio nel centro del paese.

Il flusso di frequenza da parte di Soci e clienti varia in modo sostanziale durante l'anno. Si può stimare un **aumento di circa 40% dei frequentatori in estate**.

Questo ovviamente comporta una gestione molto attenta e professionale da parte di tutti i miei collaboratori, che con grande attaccamento al lavoro si rendono sempre disponibili per far funzionare al meglio la complicata macchina organizzativa.



Paola Paoli.



Valentina Bartalesi.



Lorenzo Landini, Caporeparto Macelleria.



Anna Di Lorenzo.



Laura Badii.



Alexander Palumbo.



Da sinistra alcuni colleghi dei reparti Forneria e Gastronomia: **Chiara Manetti - Ilaria Pasquini - Fabiana Francini - Antonella Pollina**, Caporeparto e **Lorenzo Losi**.



Giulia Masi.

I Soci che frequentano il negozio hanno un **rapporto molto stretto** con noi lavoratori.

La **sezione Soci** si trova a fianco del nostro ingresso; il rapporto tra noi è quasi quotidiano, perché sia la Presidente che i Consiglieri che vengono a fare la spesa in negozio dimostrano in ogni occasione l'attaccamento alla Cooperativa e ai suoi valori.

Nella gestione del punto vendita sono coadiuvato da **quattro Capireparto** e da circa **quaranta collaboratori**.

Nell'organico sono presenti tanti dipendenti “storici” che avevano vissuto anche il piccolo negozio ed erano presenti all'apertura di questo nuovo.

Ovviamente negli anni si sono aggiunte tutte le altre persone che si sono perfettamente integrate.

Saluto tutti i colleghi della Cooperativa e del negozio, augurando un **felice compleanno** a questo importante punto a vendita del Chianti.”



**Viviamo insieme
il ventesimo compleanno
del punto vendita.**

Territorio e contesto

Il paese di Tavarnelle in Val di Pesa è situato sul crinale di colline a cavallo tra la Val di Pesa e la Val d'Elsa, **nel cuore del Chianti**.

Il luogo era già conosciuto in antichità come “**tabernulae**” poiché indicava una stazione sulla strada minore che collegava la via Francigena alla via Volterrana nel percorso di pellegrinaggio. Molti dei suoi abitanti sono legati alle attività produttive del settore vitivinicolo.

Tra i luoghi di interesse si può segnalare: **la stazione di posta**, complesso di edifici adibiti alla sosta, al riposo e allo scarico delle merci lungo la strada romana per Siena, e **la chiesa di Santa Lucia al Borghetto**, convento francescano, edificata dopo la visita di San Francesco d'Assisi in Val di Pesa nella prima metà del XIII sec.



25 ANNI DI STORIA

Un negozio che cresce insieme al territorio

Da venticinque anni il negozio delle Piagge rappresenta un luogo in cui qualità e convenienza si intrecciano con la vita quotidiana delle persone.

Nel corso degli anni è diventato molto più di una semplice attività commerciale, affermandosi come un vero e proprio simbolo di continuità e di fiducia, nato dalla convenienza e cresciuto grazie alle persone.

Un anniversario che rappresenta un momento di celebrazione condiviso, con le principali novità illustrate dal **Direttore del Supermercato, Paolo Morandi**.

"Nel quartiere delle Piagge si respira un'aria multietnica e il centro commerciale svolge un ruolo di **aggregazione e socializzazione**.

Il nostro fiore all'occhiello è la **Forneria** con la sua **schacciata**.



Paolo Morandi, Direttore del Supermercato di Firenze Le Piagge.

Nel tempo sono state fatte variazioni all'area di vendita e questo ha consentito di creare un **hub per la preparazione delle spese online della nostra Cooperativa**. Spese che, da qui, vengono direttamente consegnate a domicilio ai Soci che usufruiscono di questo servizio.



Da sinistra: **Federica Musetti, Marina Rombenchi e Aleida Cruz del Socorro**.



Da sinistra: **Gaia Vanini e Cristina Cinganelli**.



Da sinistra: **Antonio Pecere, Caporeparto Macelleria e Antonio Boretti**.



Helenium Mariani.



Domenico Ritondale.

C'è grande collaborazione e interazione con la **sezione Soci** che condivide con noi molte iniziative e che il lunedì gestisce lo **scambio dei libri**, un'attività che funziona molto bene ed è apprezzata dai Soci.

Svolgo la funzione di Direttore da circa **27 anni**, questo è il mio 17° negozio! Ho conosciuto molte persone dalle quali ho imparato, e spero di aver lasciato qualcosa a mia volta. Alle Piagge, il gruppo attuale si è formato quasi interamente in occasione dell'apertura.

In questi **25 anni sono nate e maturate molte professionalità**: giovani che hanno mosso qui i primi passi nel mondo del lavoro, collaboratori che hanno trasformato un'esperienza temporanea in una carriera, colleghi e colleghe che con passione e competenza hanno arricchito l'attività con nuove idee e nuove energie. **Le diverse esperienze professionali si sono integrate progressivamente, contribuendo alla formazione di un team coeso, competente e orientato all'innovazione.**

Posso affermare con certezza che questo negozio, insieme a ogni altro punto vendita della nostra Cooperativa è molto più di un supermercato! Vi aspetto alle Piagge!"



Da sinistra: **Luisa Calabrese, Nicoletta Puggelli e Benedetta Braccini**.



Da sinistra: **Samuele Caponeri e Marcella Cherubini**.



Viviamo insieme
i 25 anni del negozio
delle Piagge.

Territorio e contesto

Le Piagge è un quartiere della periferia ovest di Firenze, nato negli anni '70-'80 per far fronte all'emergenza abitativa. Caratterizzato da grandi palazzi residenziali — le cosiddette "navi" — sorge lungo via Pistoiese, tra il fiume Arno e la ferrovia.

Tradizionalmente considerato marginale, il luogo ha sviluppato una vivace

comunità grazie ai progetti culturali ed educativi promossi dalla **Comunità delle Piagge di Don Santoro**.

Oggi il quartiere è oggetto di riqualificazione urbana con **parchi, orti, percorsi ciclopeditoni e pannelli fotovoltaici**. Ci sono inoltre accordi per rendere l'area più sicura, sostenibile e attenta alla salute dei cittadini.



UN NEGOZIO CHE SA DI CASA

10 anni di Tavarnuzze

Un negozio di quartiere, un negozio di vicinato, ma soprattutto, un negozio che ti accoglie con il calore della Cooperativa.

Appena si varcano le porte del negozio di Tavarnuzze, si percepisce subito un'atmosfera estremamente **accogliente**.

Ciò che caratterizza il negozio non è soltanto la qualità dei prodotti, ma la capacità di creare **un legame umano autentico con i Soci**.

Un rapporto che nasce giorno dopo giorno, fatto di attenzioni, di volti riconosciuti e di nomi ricordati.

Enrico Checcucci, Direttore del negozio, ci racconta questa realtà:

"I nostri Soci chiamano il negozio **"bottega"** perché è un negozio piccolino. Questo mese, l'attuale sede del negozio compie **10 anni**, ma nel paese di Tavarnuzze era già presente uno spaccio ancora più piccolo adiacente alla piazza principale.



Ilaria Bianconi, Caporeparto Ortofrutta, Salumi, Latticini e Surgelati.



Enrico Checcucci, Direttore del Minimercato di Tavarnuzze.



Daniela Mariotti.



Enrico Zecchi.



Ogni Socio è una persona con la sua storia, le sue abitudini e i suoi gusti. La possibilità di chiamarsi per nome, di scambiare due parole, di ricordare le preferenze di ognuno crea un ambiente familiare, quasi domestico. **Questo senso di vicinanza genera un sentimento di appartenenza che va ben oltre il semplice atto d'acquisto e porta con sé i valori fondanti della nostra Cooperativa.**

È proprio questa cura del dettaglio che fa sentire il Socio importante, valorizzato, ascoltato; l'attaccamento alla Cooperativa si nota perché i Soci entrano nello spazio di vendita come se fossero a casa loro.

È un negozio che nel suo piccolo riesce a dare il massimo del servizio.

Il Socio entra da noi per una spesa giornaliera e trova una selezione accurata di prodotti Freschissimi, Ortofrutta, Forneria, Gastronomia e Macelleria e un'offerta di prodotti industriali.

Siamo **14 colleghi**, me compreso, e posso affermare **che il clima è molto positivo, si lavora in squadra e ci si aiuta sempre con un sorriso!**

Nel corso degli ultimi diciotto mesi abbiamo registrato una crescita a due cifre nella nostra base clienti, un risultato che è stato per tutti una grande soddisfazione!

Il Minimercato di Tavarnuzze è frequentato da Soci stanziali, che vivono nel paese, e il nostro essere ogni giorno presenti come Cooperativa, offrendo un buon servizio assieme a buoni prodotti, ci rende sempre più orgogliosi del nostro lavoro".



Claudia Belli.



Conosciamo il team del punto vendita di Tavarnuzze.

Territorio e contesto

Da Firenze, attraverso Porta Romana e percorrendo la via Senese, si arriva a Tavarnuzze, località nel comune di Impruneta.

Tavarnuzze si trova nel punto in cui la via Imprunetana si unisce alla via Cassia, ed è storicamente un punto di passaggio per i viaggiatori. Il nome "Tavarnuzze" deriva da **"taverne"**, indicando che in passato vi erano luoghi di ristoro per i viaggiatori. La zona era caratterizzata da taverne che sorgevano lungo il torrente **Pescina**, e il territorio era parte del piviere dell'Impruneta.

Dal 1890 al 1935 i collegamenti con Firenze, San Casciano in Val di Pesa e Greve in Chianti furono assicurati dalla **tranvia del Chianti**, che a Tavarnuzze aveva una delle stazioni.

Sulla sommità del colle si trovava il famoso **Castello dei Buondelmonti**, di cui sono rimaste visibili solo le fondamenta; Buondelmonte de' Buondelmonti viene citato da Dante nel Paradiso.





UNA GIORNATA A COLFIORITO

Alla scoperta di uno dei nostri importanti fornitori

Investire sulle risorse per accrescere le loro conoscenze e competenze è un impegno che con convinzione la nostra Cooperativa da sempre porta avanti. La giornata a Colfiorito è un momento che esprime pienamente questa volontà.

La visita al fornitore è un'esperienza su campo estremamente formativa perché consente di vedere con i propri occhi la filiera produttiva dall'origine della materia prima, passando per i processi di lavorazione, fino al prodotto che arriva sugli scaffali dei punti vendita di Unicoop Firenze.

Eleonora Petrocchi, Ufficio Formazione, ci ha introdotto a questa giornata.

“Questa esperienza si inserisce nel più ampio **“Progetto Mestiere”** che ha l'obiettivo di accompagnare le risorse della Cooperativa verso l'acquisizione di nuove competenze tecniche o la riqualificazione di quelle già in possesso. Trasferire conoscenze nuove o diverse da un lato permette di svolgere il proprio lavoro con maggiore professio-

nalità e dall'altro permette anche di appassionarsi maggiormente a questo. Il **“Progetto Mestiere”**, declinato per singoli reparti, si rivolge a target specifici, dai nuovi assunti ai Capireparto Formatori, e si avvale di **diverse modalità formative**, come aule in presenza, corsi in e-learning, affiancamento su campo, visite a fornitori e attività laboratoriali. Nel 2025 siamo partiti con le attività rivolte ai reparti **Forneria e Ortofrutta**.

La visita all'azienda Colfiorito, che ha coinvolto i Capireparto Formatori del reparto Ortofrutta, è nata all'interno di questo quadro di attività ed è stata co-progettata con i colleghi della business unit di riferimento. Si tratta di un fornitore con il quale la Cooperativa ha rapporti consolidati nel tempo, che ci ha aperto le porte permettendoci di visitare i propri stabilimenti e ha condiviso con noi la propria storia e la propria mission. Lo ha fatto con un racconto professionale, ma anche emozionante, visto che si tratta di un'azienda familiare radicata da sempre nel territorio di Colfiorito, dove lo sviluppo del business si intreccia con le storie delle persone che hanno contribuito a farlo.

Il racconto di ogni partecipante verrà trasmesso ai colleghi di reparto, diventando così materiale da condividere anche con **Soci e clienti**.



Le colleghe e i colleghi che hanno partecipato all'esperienza formativa presso l'azienda Colfiorito.

Infine, ma non per questo meno rilevante, la partecipazione di altre figure della business Ortofrutta, dai **Category** ai **Buyer** fino agli **Ispettori**, ha reso l'esperienza ancora più ricca di contenuti, offrendo l'opportunità di un confronto completo e approfondito”.

“Oggi è una giornata importante di formazione e di condivisione delle informazioni anche con i nostri gruppi dirigenti e con i Capireparto, nello specifico coi Capireparto Formatori” ha aggiunto **Stefano Trefoloni**, Category Manager Ortofrutta.

“Sono momenti importanti anche per aumentare la **consapevolezza** su quello che ogni giorno trattiamo.

Anche dal mio punto di vista, lato commerciale, non sono mancate riflessioni e considerazioni e, sicuramente, queste si protrarranno oltre la giornata di oggi. Auspico nuove giornate come questa perché diventino **elemento di stimolo e di condivisione** sia per noi, che lavoriamo in Cooperativa, ma allo stesso tempo per il fornitore che riceve, in modo diretto, il punto di vista di coloro che, quotidianamente, si interfacciamo con i Soci e clienti”.

La nostra Cooperativa pone grande attenzione nella formazione dei dipendenti per creare un ambiente di lavoro competente, collaborativo e proiettato al futuro.

La crescita delle persone diventa così la crescita dell'intera organizzazione.

Come si racconta un'esperienza di formazione e di scoperta? Inquadra il QR e vivi con noi le emozioni della giornata.

Stefano Romanelli ci parla dei prodotti di Colfiorito e saluta i suoi "vecchi" colleghi.





DONI DAL TERRITORIO

Le piante da appartamento in vendita nei nostri negozi

Negli ultimi anni il mercato delle piante da appartamento e delle composizioni floreali ha vissuto una crescita notevole, spinto da una rinnovata attenzione verso il verde domestico, la sostenibilità e il valore emotivo che le piante portano con sé.



Non si tratta più soltanto di elementi decorativi: sono diventate parte integrante dell'arredo, simboli di benessere e regali sempre più apprezzati, soprattutto durante il periodo delle festività natalizie.

La domanda crescente ha portato la nostra Cooperativa a ricercare sempre più sul mercato professionisti del settore che sappiano coniugare i nostri valori con le richieste dei Soci.

Nasce così la ricerca accurata in cui il settore presenta alla clientela, nelle aree dedicate di ogni punto vendita, una vasta gamma di piante: dalle classiche sempreverdi alle esotiche, dalle fiorite alle succulente, fino a varietà pregiate con colorazioni e forme particolari.

Parallelamente, le composizioni floreali non sono più semplici accostamenti di piante: si studiano abbinamenti cromatici, armonie di forme, materiali naturali e contenitori che valorizzano il verde e dialogano con lo stile della casa.



Da sinistra: Francesco Grassellino, Direttore del Superstore di Prato Pleiadi - Beatrice Liboni - Maria Grazia Samori - Claudio Calamai, Caporeparto Ortofrutta - Paolo Bernetti - Francesca Carli e Niccolò Concina, Buyer Ortofrutta.



Un altro elemento fondamentale è la crescente attenzione per il territorio, per cui scegliamo di puntare sulla freschezza garantita dalla filiera locale, riducendo i tempi di trasporto e offrendo piante più resistenti, vitali e durature.

La Cooperativa, selezionando fornitori e piante coltivate in Toscana, sostiene la produzione locale, riducendo l'impatto ambientale e proponendo prodotti autentici e curati.

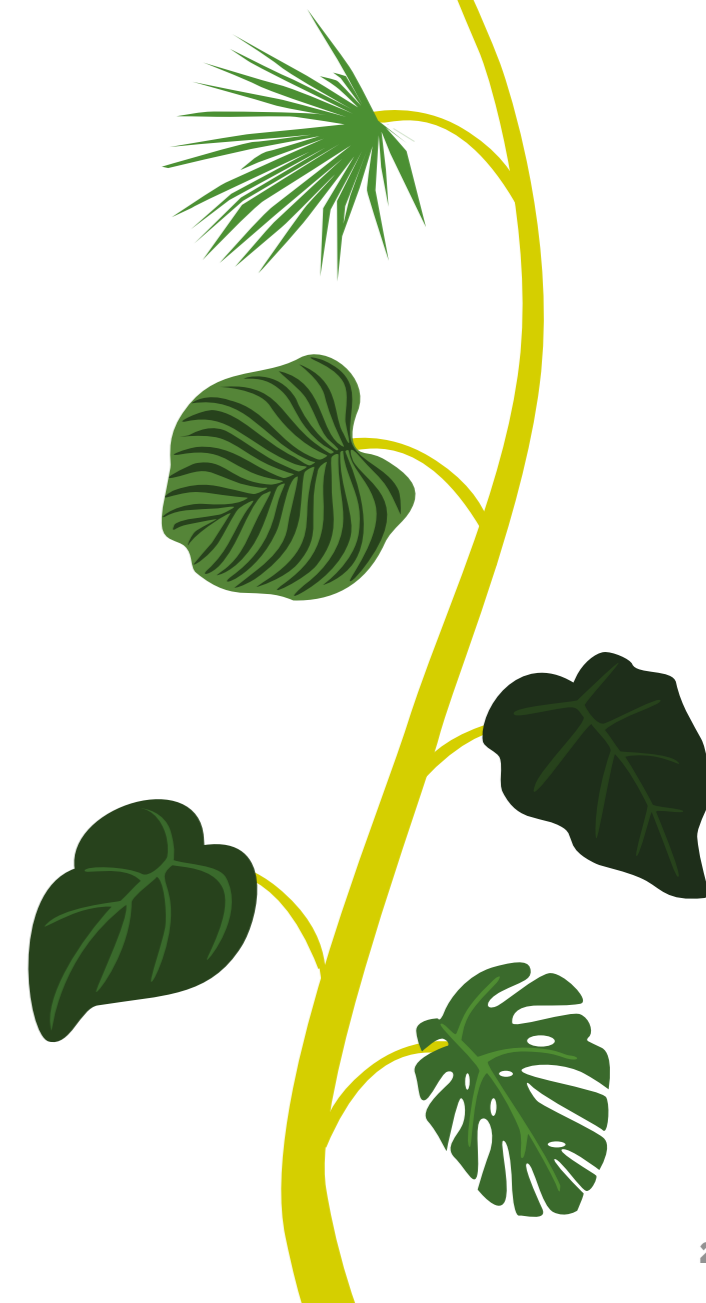
Le festività natalizie rappresentano, da sempre, uno dei periodi più importanti per il mercato del verde. In questo periodo fioriscono le proposte: ci sono le Stelle di Natale, simbolo imprescindibile delle feste, che come ogni anno la Cooperativa proporrà nell'importante campagna per i Soci dal 4 al 24 dicembre. Seguono le piante fiorite stagionali, casette natalizie con piante in miniatura, composizioni decorative con elementi naturali e centrotavola, perfetti per donare atmosfera alla casa.

Regalare una pianta o una composizione floreale a Natale è un gesto che parla di attenzione e sensibilità. Non è solo un regalo materiale, ma un pensiero che continua a crescere e che accompagna chi lo riceve anche dopo le feste.

È una scelta elegante, versatile e adatta a tutti: dalla piccola pianta ornamentale per un dono semplice, alle composizioni più ricercate per un regalo importante.



Ne abbiamo parlato con Claudio Calamai, Caporeparto Ortofrutta, e Maria Grazia Samori del Superstore di Prato Pleiadi, Niccolò Concina, Buyer, e Lisandro Losi della ditta Losi Flores, fornitore storico della Cooperativa la cui attività è situata a Monteverchi.





LA MAGIA È NEI DETTAGLI

Decorazioni natalizie che trasformano la casa in un luogo speciale

Il Natale è più di una festa: è un'emozione che trasforma ogni casa in un luogo accogliente grazie a colori, luci e profumi.

Gli articoli natalizi che il settore **No Food** della nostra Cooperativa, propone - dalle decorazioni per l'albero, ai complementi d'arredo tematici, fino alle fragranze speziate - **hanno il potere di trasformare gli ambienti e far vivere l'incanto delle feste in ogni dettaglio.** La convenienza si riflette soprattutto nei prodotti, come **l'albero verde da 180 cm con luci da 200 led.**

L'ALBERO DI NATALE: IL CUORE SCINTILLANTE DELLA CASA. L'albero è il simbolo più iconico del periodo natalizio. Addorbarlo significa dare il via ufficiale alle feste, e ognuno lo decora a modo proprio.

Le palline, le decorazioni pendenti e le **luci** lo vestono di magia e raccontano una storia fatta di ricordi, tradizioni e nuovi inizi.

I clienti trovano luci per ogni occasione: scintille di magia dentro e fuori casa, che negli ultimi anni sono diventate un elemento decorativo e un complemento di arredo. **Nell'ampia scelta di prodotti, anche le classiche catene luminose a LED per interni e esterni, bianche e multicolor.**

La gamma di **palline e decori** è ampia: oro e bianco, oppure un mix vivace di colori e materiali naturali; ogni ornamento contribuisce a creare un'atmosfera unica, capace di emozionare grandi e piccini.



Da sinistra: **Greta Balsimelli** e **Cristina Ballocci**, Caporeparto No Food del Superstore Montevarchi.

DECORAZIONI PER LA CASA: DETTAGLI CHE FANNO LA DIFFERENZA.

Le decorazioni non si fermano all'albero. La **casa**, durante il periodo natalizio, diventa un luogo da vivere con tutti i sensi.

Ghirlande sulla porta, centrotavola, addoppi su mensole e mobili, piccoli villaggi luminosi, lanterne e figure natalizie, morbidi cuscini e soffici plaid a tema creano un percorso visivo che accompagna gli ospiti in un'atmosfera di festività.

Tra gli accessori più amati spiccano gli **gnomi natalizi**, con i loro cappucci morbidi e le lunghe barbe bianche: **simbolo di fortuna e buon auspicio, portano un tocco di simpatia e calore in ogni ambiente.**

COMPLEMENTI D'ARREDO A TEMA: DOVE L'ATMOSFERA INCONTRA LA QUOTIDIANITÀ.

Anche **la tavola** diventa protagonista del Natale. **Tovaglie, runner, tovagliette e stoviglie a tema** permettono di preparare pranzi e cene in un contesto curato ed elegante.

Piatti decorati, bicchieri trasparenti con dettagli dorati, posate scintillanti e centrotavola coordinati trasformano ogni incontro in un momento di festa, rendendo la convivialità ancora più sentita.

L'oggettistica a tema - come piccoli soprammobili, figure in legno, calendari dell'avvento o decorazioni in tessuto - dà carattere agli spazi quotidiani, facendo vivere l'atmosfera natalizia dal mattino alla sera.

LUCI, CANDELE E PROFUMATORI: L'EMOZIONE DEI SENSI.

Le **luci soffuse, calde e intermittenti** creano una sensazione di intimità e serenità perfetta per il Natale.

Le **candele**, con le loro fiammelle danzanti, aggiungono romanticismo e calore, **mentre i profumatori avvolgono la casa** con fragranze speziate - cannella, arancia, vaniglia, pino e chiodi di garofano - che evocano ricordi e tradizioni.

Sono questi dettagli sensoriali a rendere davvero speciale la casa a Natale.

La magia delle feste è fatta di ciò che condividiamo e la Cooperativa presenta la nuova mascotte per questo natale 2025: Eppi Quokka, un dolce peluche che ci fa conoscere un simpatico animalletto australiano.



La scelta è ricaduta proprio su questo esemplare, purtroppo in via di estinzione, per sensibilizzare in un momento dell'anno particolare l'attenzione sull'ambiente, tema molto importante.

Il Natale, con le sue infinite possibilità decorative, è l'occasione perfetta per trasformare la casa in un luogo di calore e bellezza, dove ogni dettaglio racconta **la magia delle feste, vissute con il cuore da noi che lavoriamo in Unicoop Firenze.**



I colleghi del reparto No Food ci mostrano le tante novità natalizie.



LE TRADIZIONI DELLE FESTE

I prodotti di Natale del reparto Generi Vari

Il Natale, festa di famiglia e di condivisione, è anche un'occasione per riscoprire i sapori della tradizione.

In Italia, ogni regione vanta una propria tradizione di dolci e specialità che accompagnano le festività ed è durante il Natale che questi prodotti vengono valorizzati al massimo, con particolare attenzione a **panettoni, pandori, dolci locali, vini e confezioni regalo.**

Per prepararsi al meglio a questo periodo, è fondamentale gestire con attenzione **la campagna natalizia**, curare la presentazione e garantire una comunicazione efficace rivolta ai Soci e ai clienti.

Lo studio della campagna parte in estate, quando, analizzando i risultati della campagna natalizia precedente, si cominciano ad analizzare e selezionare le proposte dei vari fornitori.

L'assortimento è da sempre costituito da **una parte tipica**, fatta dai dolci tipici della nostra tradizione natalizia, e **una che cambia ogni anno**, caratterizzata per lo più dai trend del settore e dai gusti del momento (farcite ai frutti, cioccolate bianche, fondenti e di provenienza).

Anche nella ricorrenza natalizia cerchiamo di privilegiare e far crescere i nostri fornitori toscani, studiando con loro delle proposte di buona vendibilità negli ambiti del forno classico, della pasticceria e della regalistica.

Una volta deciso l'assortimento massimo, si procede con la selezione dei prodotti per i punti vendita più piccoli fino ad arrivare a definire l'assortimento delle Superettes. **La proposta cerca di rispondere alle esigenze economiche di tutti**, passando per prodotti basici e convenienti fino a quelli premium, in tutti i formati di rete.



Da sinistra: **Luca Bigozzi**, Category Manager Chimica Formati di Riferimento - **Gabriele Calabrese**, Ispettore Generi Vari e Surgelati **Sara Mariani**, Category Manager Drogheria 1 Formati di Riferimento e **Francesco Ruggiero**, Caporeparto Generi Vari Superstore Sesto Fiorentino.

Infine, si definiscono le quantità da ordinare, in collaborazione con la logistica, e viene aperto un **magazzino** dedicato a gestire questo importante flusso di merce, che, da metà ottobre fino alla Befana, verrà consegnato giornalmente ai punti vendita.

Il Natale, festa della condivisione, diventa una nuova occasione per sottolineare come la nostra **Cooperativa sia molto più di un supermercato.**

Il Natale in Unicoop Firenze ha da sempre allestimenti curati e spettacolari che ci contraddistinguono da tutto il resto della grande distribuzione. Fondamentale è il lavoro dei colleghi che rendono possibile tutto questo, impegnandosi al loro meglio per rispondere alle esigenze di Soci e clienti.



Diamo uno sguardo all'ampia scelta di prodotti natalizi del reparto Generi Vari.





GASTRONOMIA IN FESTA

Scopriamo le proposte tra novità e tradizione

A Natale, la Gastronomia assume un ruolo centrale. Le feste non sono solo un momento in cui ci si riunisce attorno alla tavola, ma anche un'occasione in cui tradizione, convivialità e gusto si fondono per creare un'esperienza unica.

La scelta dei prodotti alimentari diventa dunque fondamentale per soddisfare le aspettative dei Soci, che in questa fase dell'anno ricercano qualità, autenticità e possibilità di vivere un momento speciale.

La Cooperativa si distingue da sempre nella vendita dei prodotti gastronomici delle feste proprio grazie alla capacità di proporre un assortimento vario, bilanciato e calibrato sui bisogni di Soci e clienti.



Alcuni colleghi del reparto Gastronomia e Rosticceria del Supermercato di Firenze via Carlo del Prete.
Da sinistra in alto: **Fabio Consigli, Matteo Morelli e Francesco Giorgio Pompa Abate.**
Da sinistra in basso: **Beatrice Canepa - Silvia Cionfi e Silvia Raveggi, Caporeparto.**



Nel periodo delle feste, l'obiettivo principale è **portare gioia e convivialità**. I prodotti gastronomici sono perfetti per questo, in quanto capaci di unire le persone attorno al gusto e alla tradizione.

Sia che si tratti di un **prodotto di nicchia**, destinato ai palati più esigenti, sia di un articolo più economico, ma **ben selezionato**, ciò che conta è offrire al consumatore la possibilità di **scegliere il meglio in base alle proprie esigenze**, perché la vera ricchezza della tavola delle feste sta nella qualità delle esperienze condivise.

L'assortimento propone piatti della tradizione e preparazioni pronte a base di maionese, tra le quali ricordiamo **monoporzioni** al banco, **cestini di insalata russa con gamberi**, le **tartine con salsa di aneto e salmone**, **gli articoli sfusi da banco, insalata russa casalinga o gastronomica** e le **proposte take away** (cestini brisee, pirottini freschi e più tipi di insalata russa).



Anche la gamma dei prodotti per i **cesti di nostra produzione** prevede un'attenzione specifica sulle salse, i sottoli, i sughi e le gelatine, ricercati per qualità e rilevanza territoriale.

A questa proposta si affiancano le versioni di **cesti confezionati già preparati dai fornitori** con prodotti toscani.

Quest'anno un focus particolare è riservato ai nuovi articoli a marchio **Fior fiore Special Editon**, che possono essere regalati o acquistati per la ricorrenza.

Nello specifico, assieme al classico antipasto di affettati, vengono inseriti per questo 2025:

- **Antipasto Emiliano** composto da salumi e formaggi;
- **Valigetta con due varianti di Parmigiano Reggiano**, da vacche rosse e vacche brune;
- **Formaggio tre latti a caglio vegetale**, prodotto tradizionale della Garfagnana.



Siamo andati nel Supermercato di Firenze - via Carlo del Prete, a farci raccontare questa grande offerta dalle colleghe: Silvia Raveggi, Caporeparto Gastronomia e Rosticceria, Marina Cascio, Ispettrice di settore.



CRESCERE PER GUIDARE IL FUTURO

Percorso formativo per Allievi Direttori

Il 20 Novembre si è concluso a Firenze il percorso formativo per Allievi Direttori, ormai giunto alla XIII edizione, previsto dall'Academy di Unicoop Firenze per chi intraprende un percorso di sviluppo verso questo ruolo di responsabilità.

Diventare Direttore di punto vendita è un processo che richiede di lavorare su diverse aree di competenza, stimolando una crescita personale e professionale attraverso **esperienze in punto vendita e un percorso d'aula dedicato**. Il ruolo di Direttore richiede visione, competenze trasversali e capacità di leadership. Il percorso formativo nasce con l'obiettivo di accompagnare i futuri responsabili in un'esperienza completa. Il cuore del programma è l'**apprendimento operativo**, attraverso cui gli allievi acquisiscono competenze fondamentali per la gestione quotidiana del punto vendita.

LA FORMAZIONE D'AULA.

La proposta d'aula sostiene **la costruzione e l'evoluzione del ruolo** attraverso metodologie attive e partecipative, esperienziali e ludiche. L'obiettivo è consolidare competenze tecniche e trasversali, indispensabili per un management coerente con i valori cooperativi. Il confronto tra esperienze e l'interazione professionale arricchiscono il percorso, favorendo una visione ampia e innovativa.

CONTENUTI CHIAVE.

Il programma d'aula si articola in quattro aree principali:

- **Cultura e Identità dell'Impresa Cooperativa:** valori, mission e complessità del sistema cooperativo.
- **Management:** leadership, coaching, regolamenti e relazioni sindacali, principi di gestione del gruppo.
- **Business, Strategie e Innovazione:** scenari del retail, valore della prossimità al territorio.
- **Gestione del Punto Vendita:** conto economico e dati di vendita, logistica e sicurezza.

Questo percorso è un investimento sul futuro della Cooperativa e delle persone che la guidano. Gli Allievi Direttori, al termine, sono pronti a interpretare il ruolo con competenza, responsabilità e visione strategica.

Il 20 novembre si è tenuto l'**evento conclusivo**, che ha portato i Direttori a guardare al percorso fatto e al vissuto maturato in questo tempo di formazione, confrontandosi nell'occasione con i **Responsabili del Settore Formazione, Selezione, Sviluppo, il Direttore Persone**, ma anche con i **Direttori di Rete** e i **Responsabili d'Area di Terre di Mezzo**.

Sono stati presenti anche **Silvana Volpi** e **Simone Bini, Direttori storici della Cooperativa**, con cui si è tenuto un bellissimo confronto sul ruolo di responsabilità e sull'importanza di dar voce ai valori che contraddistinguono la nostra realtà. Si è infatti reso evidente come in percorsi di sviluppo sia necessario potersi affidare non solo alla figura del formatore per acquisire gli elementi di competenza e interpretazione del ruolo, ma anche a quella del **mentore**, ovvero un profilo che, più che essere un **esempio in termini di professiona-**

lità, incarni e veicoli i valori dell'impresa e aiuti a comprendere l'organizzazione in cui si lavora o ci si appresta ad esercitare un nuovo ruolo.

E così, da un semplice quanto bello spazio di condivisione e di apertura alle esperienze di ciascuno dei presenti è emerso un concetto chiave per le prospettive future dei percorsi evolutivi e che sarà oggetto di importanti riflessioni applicative, ovvero la **mentorship** e la necessità di una relazione che vada al di là di "cosa faccio", ma che sposti il focus su "**chi sono**" e "**cosa trasmetto**" nel contesto in cui agisco.



Ascoltiamo le opinioni degli Allievi Direttori che hanno partecipato alla formazione.



Da sinistra: **Fabrizio Guerrini**, Direttore Persone **Simone Bini**, Ex Direttore di punto vendita **Silvana Volpi**, Ex Direttrice di punto vendita e **Antonio Renzi**, Responsabile Formazione.



Guardiamo l'intervento di Simone Bini e Silvana Volpi.



COME SONO ANDATI GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO?

Dal 23 ottobre al 6 novembre.

Infuso di Finocchio Vivi Verde Bio Coop - 20 filtri

L'infuso di finocchio Vivi Verde Bio Coop è realizzato con semi di finocchio ottenuti secondo metodi biologici. Ha un gusto leggero, rinfrescante e aromatico. Il finocchio aiuta nei casi di gonfiore allo stomaco e favorisce la diuresi.

DATI DEL TEST

Il prodotto è stato provato da **612 colleghi**, di cui **509 donne** e **103 uomini**, ottenendo il punteggio medio di **7.49 su 9**.

ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

I colleghi hanno apprezzato il prodotto, consigliando di intensificare il sapore e differenziare maggiormente il packaging delle varie tisane della linea.



Le confezioni delle tisane Vivi Verde si assomigliano molto. Secondo me un packaging diverso le renderebbe più accattivanti.

Cambierei sicuramente le modalità di apertura della confezione e soprattutto della plastica che avvolge la scatola.

Non apporterei modifiche a questo prodotto, ottimo rapporto qualità-prezzo.

Inserirei qualche riga sui benefici apportati dal bere la tisana e la quantità da assumere.



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

Polpette Vegetali Gli Spesotti Coop - 200 g

Un prodotto della linea Gli Spesotti Coop pratico e veloce da cucinare in forno, fornello o padella. Dal sapore deciso, è ottimo per un pranzo o una cena alternativa alla carne. A base di glutine di frumento preffritta, decongelata.

DATI DEL TEST

Il prodotto è stato assaggiato da **649 colleghi**, di cui **534 donne** e **115 uomini**, ottenendo il punteggio medio di **6.12 su 9**.

ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

Il prodotto è stato mediamente apprezzato. I commenti più ricorrenti suggeriscono di rendere più distintiva l'etichetta e alleggerire l'intensità del sapore delle spezie e del piccante.



Non sono un amante di questi prodotti, ma è stata una piacevole scoperta, cambierei il colore verde della confezione.

Le polpette vegetali risultano molto speziate, andrebbe specificato sulla confezione, anche se per mio gusto sono molto buone e non banali grazie proprio a queste spezie. La confezione andrebbe migliorata con una funzione richiudibile.

Sono ottime, le ho già ricomprate, ma la confezione non è troppo invitante.



Guarda il video dedicato agli assaggi di questo mese e rispondi al questionario entro il 14 dicembre.





Parliamo dell'AREA DEDICATA A MYWELFARE RINNOVATA

Da oggi, cliccando su MYWelfare, troverai una **struttura completamente aggiornata**, pensata per rendere più semplice, immediata e accessibile la consultazione di tutto ciò che riguarda il nostro piano MYWelfare.

All'interno saranno presenti le quattro aree principali del piano MYWelfare, ciascuna con iniziative, opportunità e servizi dedicati.

Sono inoltre disponibili:

- un'area dedicata alle convenzioni attive;
- un portale indirizzato esclusivamente all'utilizzo dei Crediti Welfare;
- la possibilità di fissare un appuntamento con il Team MYWelfare per ottenere supporto o chiarimenti sul piano.

Un modo ancora più semplice, chiaro e intuitivo per orientarsi tra i contenuti del nostro piano MYWelfare, scoprire novità e accedere più velocemente ai servizi a disposizione.

Rimani aggiornato sul nostro piano MYWelfare iscrivendoti al canale **Whatsapp** o attraverso la newsletter che riceverai direttamente sulla tua mail.



Come condividere LA TUA OPINIONE SUL PIANO MYWELFARE

A quasi tre anni dall'avvio del piano MYWelfare, abbiamo preparato un breve questionario per raccogliere il tuo punto di vista.

Le risposte ci aiuteranno a **migliorare i servizi esistenti** e a **sviluppare nuove iniziative** sempre più vicine alle esigenze di chi lavora in Cooperativa.

La compilazione richiede meno di 2 minuti ed è completamente anonima.

MY uniconop firenze PERSONE, STORIE, PARTECIPAZIONE

MYWelfare Per noi che lavoriamo in Unicoop Firenze

INFORMA

Un altro anno di benessere insieme

Grazie per aver scelto, anche quest'anno, le opportunità del nostro piano MYWelfare.

Famiglia e istruzione

Salute, benessere e prevenzione

Risparmio e tempo libero

Mobilità sostenibile

Resta aggiornato sull'App MYA per non perderti le novità.

Iscriviti al canale MYWelfare di Whatsapp

Vuoi aiutarci a migliorare i nostri servizi? Condividi con noi la tua opinione.



SOLIDARIETÀ

Dal 13 dicembre al 13 gennaio

Amal

19 anni, vive in Cisgiordania e sogna di fare l'infermiera.

Aiutiamola a realizzare il suo sogno.

Sosteniamo insieme la formazione universitaria di **studenti palestinesi** in Toscana. L'obiettivo è finanziare **borse di studio** della durata di tre anni, garantendo anche vitto, alloggio, corsi di lingua, supporto psicologico, copertura sanitaria, attività di tutoraggio e abbonamento ai trasporti locali.

Puoi donare nei punti vendita di Unicoop Firenze €1,00 - €5,00 - €10,00 oppure 100 - 500 - 1000 punti della Carta Socio, comunicando il codice "Studenti Palestina". La Fondazione Il Cuore si scioglierà raddoppierà quanto sarà raccolto alle casse.

Inoltre, dal 15 al 24 dicembre, se utilizzi Carta Spesa in per fare la spesa, l'1% di quanto spendi andrà a sostegno del progetto.



FONDAZIONE
IL CUORE
SI SCIOGLE

unicoop
firenze

in collaborazione con



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE



CENTRO
INTERNAZIONALE
STUDENTI
GIORGIO LA PIRA
Fondazione



idea
unicoopfirenze

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

Vuoi segnalarci una storia? Scrivici
ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it



oppure inquadra il QR Code.

Per noi che ci lavoriamo.

Scarica la nuova App MYA da:



Google
Play



App
Store

