



N° 99  
Settembre 2023

# LA LINEA DI DIFESA

Una politica coraggiosa per proteggere  
il potere di acquisto delle famiglie dal carovita.



## IN QUESTO NUMERO:

- Unicoop Firenze il primato in convenienza certificato da Altroconsumo
- Il negozio di Firenze in via Cimabue compie 35 anni
- Il Centro Carni di Pontedera
- Ricordando Francesco Nuti



**IN PRIMO PIANO**

**02** La nostra sfida. Difendere il potere di acquisto di Soci e clienti.

**INIZIATIVE E NOTIZIE**

**05** 50 anni e un obiettivo. Continua il concorso fotografico per i nostri lavoratori.

**06** Teniamoci aggiornati! Ecco le iniziative e le novità da non perdere di vista.

**I NOSTRI NEGOZI**

**08** Un traguardo da festeggiare. Il negozio di Firenze in via Cimabue compie 35 anni.

**I NOSTRI REPARTI**

**10** Il reparto Generi Vari si racconta! Alessandra Gori, Business Manager Generi Vari e Surgelati, ci spiega i nuovi obiettivi.

**I NOSTRI CENTRI DI PRODUZIONE**

**12** Mettiamo al centro la qualità. Il Centro Carni di Pontedera: sicurezza e qualità, le parole chiave che lo caratterizzano.

**NOI**

**14** Caruso Pascoski. Ricordando Francesco Nuti.

**16** Molto più di un Caporeparto. Buona pensione, Maurizio!

**I NOSTRI PRODOTTI**

**17** All'assaggio! I risultati dei nostri test con sorprese e conferme.

**ACCANTO A TE**

**18** MYWelfare. Questo mese parliamo della sostenibilità come stile di vita.

**AMBIENTE**

**19** Riduci, ricicla, rigenera. Gli ecocompattatori Coripet arrivano nei nostri negozi.

**SOLIDARIETÀ**

**20** Effetto Dynamo. Un'emozione da ricordare per i nostri colleghi volontari al Camp.

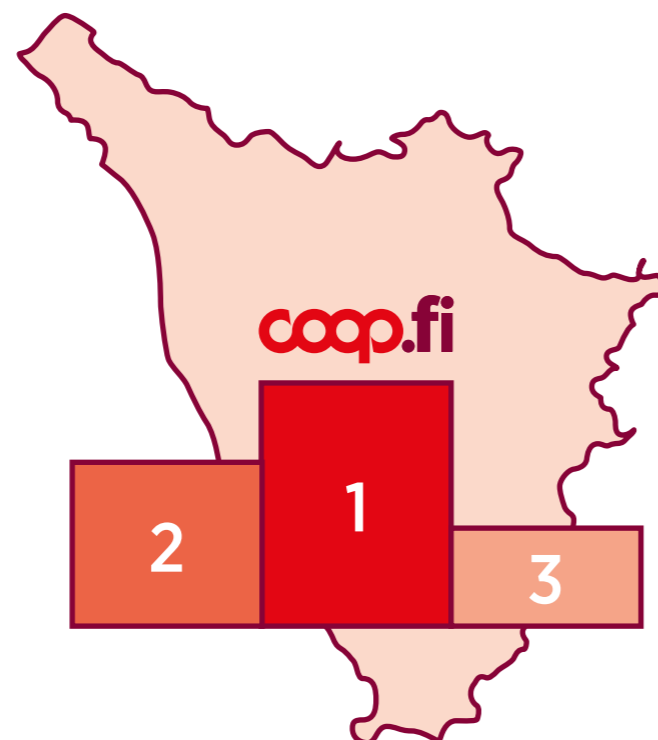


# LA NOSTRA SFIDA

Difendere il potere di acquisto di Soci e clienti.

**Unicoop Firenze è l'insegna più conveniente in sei capoluoghi toscani. Lo dimostra Altroconsumo, l'associazione indipendente dei consumatori che periodicamente mette a confronto i punti vendita della grande distribuzione italiana.**

L'indagine, che si è svolta tra il 7 marzo e il 1° aprile 2023, pone **la Cooperativa in vetta tra i supermercati più competitivi e convenienti in sei città: Arezzo, Firenze, Lucca, Pisa, Pistoia e Prato**. Per ciascun centro abitato, l'analisi ha determinato il **massimo risparmio annuo** ottenibile dalle famiglie con Coop.fi: dai **431€** a Pistoia agli oltre **600€** a Lucca.



Questo grande risultato è il frutto delle scelte commerciali vincenti che la nostra Cooperativa ha fatto negli ultimi 18 mesi, finalizzate a rallentare il più possibile gli effetti inflattivi sui prezzi al consumo, per salvaguardare il "potere di acquisto delle famiglie".

Ripercorriamo i grandi investimenti messi in campo alla fine del 2022 fino a oggi.

Dopo il **blocco totale dei prezzi nel periodo natalizio**, durato fino all'8 gennaio, la Cooperativa ha rilanciato l'impegno sulla convenienza con l'iniziativa **"Tutti i giorni una mano concreta"**

**per la tua spesa"** che prevedeva, fino all'8 aprile, **il blocco dei prezzi di 700 prodotti di uso quotidiano**, sia a marchio Coop che di altre marche. I prodotti scelti, con stesso prezzo di vendita in tutti i negozi della Cooperativa, erano tutti confrontabili con quelli dei nostri principali competitor (Esselunga, Conad, Eurospin e LIDL), dimostrando la nostra indiscussa leadership di prezzo.

**Fino all'8 aprile**  
**700 PRODOTTI**  
**A PREZZI BLOCCATI**  
**E CONVENIENTI.**

**Tutti i giorni una mano concreta per la tua spesa.**  
**coop.fi**

Scarica **MYA**, l'App di noi lavoratori di Unicoop Firenze



Per noi che ci lavoriamo.



Dall'11 aprile, fino alla fine di giugno, con l'iniziativa "Una Buona Spesa", abbiamo erogato buoni sconto sulla spesa per tutti, con ulteriori vantaggi per i Soci. Contemporaneamente e per tutto il periodo sono partiti forti sconti sulle marche e sul prodotto Coop.



In questo ultimo trimestre dell'anno è già annunciato un balzo del 7-10% delle bollette elettriche. Lo stesso vale per il prezzo del carburante. Dopo i picchi raggiunti ad agosto, i prezzi restano comunque molto elevati. Il rischio è che il caro carburante determini un effetto a cascata sui generi di consumo, dato che la merce che arriva sugli scaffali dei nostri supermercati viaggia su gomma. L'inflazione alimentare in Italia resta ancora molto alta e si va a sommare a quella a due cifre dello scorso anno.

È previsto un autunno caldo e una vera e propria stangata per le famiglie, con rincari per scuola, trasporti, casa e spesa.

**Essere impresa cooperativa oggi implica affermare nel presente e nel futuro la nostra identità e portare avanti la nostra missione.**

I risultati dell'indagine di Altroconsumo, ci fanno capire che la strada intrapresa dalla Cooperativa, a tutela del potere di acquisto, è stata compresa dai nostri Soci e consumatori e dimostrano che Unicoop Firenze è un riferimento a tutela del bene comune nel nostro territorio di appartenenza.

Importanti attività sono previste in questo ultimo trimestre dell'anno.

È stata prorogata al 30 settembre la campagna prezzi convenienti su 600 prodotti.

**FINO AL 30 SETTEMBRE**  
**OLTRE 600\* PRODOTTI A**  
**PREZZO**  
**CONVENIENTE**

**Una mano concreta per la tua spesa con una selezione di prodotti a marchio Coop e di altre marche allo stesso prezzo in tutti i punti vendita.**

**coop.fi**

\* I prodotti sono presenti in base all'assortimento disponibile del punto vendita.

Avremo ancora le iniziative "Grandi Marche", e in tutti i punti vendita "Una Buona Spesa" con l'erogazione di buoni sconto per tutti i clienti e sempre maggiori vantaggi per i Soci.

Nel periodo natalizio, infine, non lasceremo da sole le famiglie toscane ma leosterremo con forza con i nostri sconti e attenzione ai prezzi, perché tutti possano festeggiare il Natale senza esclusioni di alcun genere.

Questo è e sarà sempre il nostro modo di portare avanti la missione e i valori della Cooperativa.



# 50 ANNI E UN OBIETTIVO

Continua il concorso fotografico per i nostri lavoratori.

Il contest sta riscuotendo grande successo.

Ogni giorno i colleghi ci contattano, guidati dalla voglia di cercare lo scatto più adatto a raccontare un momento significativo, capace di racchiudere emozioni e sentimenti del nostro vivere la Cooperativa.

Percepire in ognuno di loro la voglia e l'entusiasmo di partecipare, mettendo in gioco la propria creatività, è forse la cosa più bella di questa iniziativa.

Puoi inviare le tue foto fino al 20 settembre.



**Partecipa al concorso!**

## VALORE MONTEPREMI



**1° premio:** voucher viaggio per 2 persone del valore di €2.000,00



**2° premio:** voucher viaggio per 2 persone del valore di €1.000,00



**3° premio:** voucher viaggio per 2 persone del valore di €500,00



# TENIAMOCI AGGIORNATI!

Ecco le iniziative e le novità da non perdere di vista.

## FINO ALL'11 OTTOBRE: IL NUOVO COLLEZIONAMENTO SCUOLA E SPORT.

Il 31 agosto è iniziata la raccolta bollini per la nuova collection, attiva nei negozi di Unicoop Firenze, che quest'anno sarà dedicata alla **scuola** e allo **sport**.  
Assieme ai bollini che concorrono all'assegnazione dei premi, a Soci e clienti verranno dati dei **buoni** che potranno essere consegnati alle scuole oppure alle associazioni sportive che parteciperanno all'iniziativa.

### LA MECCANICA

Raccogliendo i bollini potrai scegliere tra 9 oggetti esclusivi dal design funzionale. Le scuole e le associazioni sportive con i buoni potranno selezionare, all'interno di un catalogo premi, i prodotti che riterranno più idonei.



Scopri tutti i premi.



## SOLIDARIETÀ: raccolta straordinaria di materiali scolastici.

**Sabato 9 settembre si è svolta nei punti vendita Unicoop Firenze la raccolta di materiali per la scuola.**

Complice la crisi economica che colpisce sempre più famiglie, soprattutto se con figli in età scolare, per alcuni bambini e ragazzi riempire lo zaino con quaderni, penne e matite può essere una difficoltà in più. Proprio per far fronte a questo problema è stata organizzata presso i nostri negozi, insieme alla **Fondazione Il Cuore si scioglie**, questa iniziativa di solidarietà in collaborazione con oltre 200 associazioni di volontariato toscane.



## LA BONTÀ CHE SI TRAMANDA NEL TEMPO.

Ascolta il racconto dei nostri colleghi!



### Il reparto Gastronomia racchiude mille sapori e profumi.

Molte sono le specialità che la cucina toscana ci riserva, conservando gusti e tradizioni di un mondo passato, ma con la capacità di rimanere sempre al passo con i tempi conservando la bontà.

Il lampredotto, piatto unico della gastronomia fiorentina, cucinato da secoli nella città di Firenze, ci viene raccontato, grazie ad aneddoti e storie di ieri e di oggi, dai colleghi **Michele Maione**, Caporeparto e **Stefano Grifoni**, addetto qualificato del negozio di Firenze via Cimabue.



Guardiamo insieme la seconda puntata!

## FINALMENTE IN NEGOZIO! CONTINUA LA STORIA DELLA FILIERA ORTOFRUTTA.



Dopo esser stati selezionati direttamente nel campo del produttore, trasportati e controllati nel nostro magazzino, i prodotti dell'**Ortofrutta** arrivano nei negozi.

Un percorso ricco di attenzioni dove ogni collega, grazie alla propria professionalità ed esperienza, controlla il prodotto affinché il processo, che vede la merce giungere in punto di vendita, sia il più corretto possibile.

Questo permette di mantenere alto il livello di **qualità** proposto al Socio e al cliente.

Per raccontare l'ultimo passaggio dei prodotti verso i negozi e i banchi di vendita abbiamo incontrato a Pontedera, in via Terracini, l'ispettrice **Enrica Scarselli** e il Caporeparto **Alessio Giacomelli**.

Ringraziamo la collega **Sabina Cecchini**, addetta, che si è gentilmente prestata per le riprese video.

Nel video: **Alessio Giacomelli**, Caporeparto Ortofrutta, **Enrica Scarselli**, Ispettrice Ortofrutta e **Sabina Cecchini**, addetta Ortofrutta.



# UN TRAGUARDO DA FESTEGGIARE

Il negozio di Firenze in via Cimabue compie 35 anni.



Guarda il video e festeggia con noi il compleanno del negozio.

Un compleanno è sempre una data felice, ma è ancora più bella quando sono gli occhi sorridenti dei colleghi che trasmettono questa emozione a chi entra in negozio: siamo stati accolti così, in una torrida mattina di fine estate...



Il punto vendita di **via Cimabue** è un negozio storico della Cooperativa che ha visto realizzare al suo interno innovazioni e sperimentazioni nel corso degli anni.

Dal vecchio spaccio di via Gioberti, nel **1988**, la Cooperativa ampliò la superficie del suo punto di vendita, il più centrale nella città di Firenze, spostandosi nell'odierna collocazione di via Cimabue.

Quello non fu solo un cambiamento di locazione, ma segnò una svolta storica nella grande distribuzione poiché, proprio in questo negozio, **si sperimentò la possibilità di vendere frutta e verdura sfuse**, a quei tempi prerogativa dei banchi del mercato o delle botteghe dedicate.

Il 1988 vide anche, sempre in questo punto di vendita, la nascita del **primo banco pescheria** di Unicoop Firenze.

Adesso il negozio, dopo l'ultima ristrutturazione, ha assunto una nuova linfa vitale che lo fa spiccare nel quartiere per la qualità dei prodotti, le peculiarità del territorio e per la cortesia e la cordialità con cui si accolgono Soci e clienti che rappresentano sia la cittadinanza fiorentina, sia quella internazionale che anima Firenze in ogni stagione dell'anno.

La Cooperativa, il lavoro, i valori e la passione in questi 35 anni di attività del negozio possiamo viverli anche noi, ascoltando le parole dei colleghi **Paolo Latini**, Direttore del negozio, **Stefano Innocenti**, addetto Ortofrutta, **Debora Terzi** addetta Generi Vari-Profumeria e **Arianna Romiti**, addetta Pescheria.



## Territorio e contesto

Il negozio di via Cimabue si trova nel **quartiere 2** della **città di Firenze**, a pochi metri dalla centrale piazza Beccaria, nella zona limitrofa ai viali di circosollazione.

La piazza, dedicata al giurista e filosofo **Cesare Beccaria**, presenta nelle costruzioni che la caratterizzano una forma circolare, impronta assunta durante i lavori di ristrutturazione in occasione di Firenze Capitale d'Italia, grazie all'architetto Giuseppe Poggi.

Al centro troneggia l'antica **Porta alla Croce**, baluardo delle mura che, un tempo, abbracciavano la città.

Sulla piazza si affaccia l'**Archivio di Stato** di Firenze.

La zona è ricca di negozi, attività commerciali sia moderne che storiche e di locali, a pochi metri dal fiume Arno.





# IL REPARTO GENERI VARI SI RACCONTA!

Alessandra Gori, Business Manager Generi Vari e Surgelati, ci spiega i nuovi obiettivi.

**“La squadra è stata ripensata in relazione alle specificità dei negozi”.**

**“Il ruolo del Category è stato rivisto completamente,** rovesciando il punto di attenzione: dalla categoria merceologica siamo passati a mettere in primo piano le esigenze di spesa dei nostri consumatori e i negozi che gli stessi frequentano.

La Cooperativa è da tempo impegnata a ridisegnare la rete di vendita in base al ruolo che i negozi hanno nel loro contesto di mercato. Il progetto si è sviluppato ponendo il “Socio al centro”, pensando ai bisogni a cui rispondere con ogni punto vendita. Fondamentale è stato comprendere come varia il comportamento del Socio a seconda del negozio che frequenta.

A partire da questo studio abbiamo sentito la necessità che il nostro gruppo di lavoro si specializzasse in base alle caratteristiche di ciascun formato di vendita.

Gli assortimenti, infatti, dovranno essere costruiti in base al ruolo del negozio, non solo decidendo “quante” referenze, ma anche “quali” referenze.

**Abbiamo Category che seguono i Superstore, i Super di riferimento e i Super Urbani e quelli che si occupano dei negozi di prossimità: tutti i Minimercati e le Superettes.**

La riorganizzazione del settore è avvenuta contestualmente, inoltre, allo sviluppo del **progetto di lancio del nuovo Prodotto a Marchio**, che familiarmente abbiamo denominato “Progettone” (iniziato a gennaio 2022 e ancora in corso).

**Il “Progettone” ha evidenziato in maniera coraggiosa la strategicità della nostra marca in termini complessivi, in quanto portatrice di tutti i valori dell’insegna Coop ed espressione delle nostre politiche commerciali.**

Una maggiore specializzazione dei ruoli ci ha permesso di monitorare il suo andamento e di correggere eventuali criticità. Decidere cosa va o non va in un assortimento è una sfida

importante che vede impegnati i Category in un lavoro di cesello, sempre più delicato e complesso.

Questo lavoro richiede professionalità, capacità di osservazione e di ascolto, intuizione, umiltà e tanta passione.

**L’assortimento del Prodotto a Marchio si è molto ampliato.**

Per dare spazio ai nuovi articoli sono state fatte scelte mirate. Faccio alcuni esempi: quando parliamo di prodotti di marca ne parliamo spesso in maniera un po’ generica. C’è la marca da tutti riconosciuta, penso a Mulino Bianco, a Barilla, etc. La sua presenza sui nostri scaffali va garantita, anche nel piccolo negozio. Al tempo stesso la marca “più marginale” può essere “sacrificata” a favore di un Prodotto a Marchio molto superiore nel rapporto qualità-prezzo, che non sottrae valore all’offerta, ma aumenta fiducia nell’insegna. La sostituzione dei prodotti deve avvenire, però, in modo molto attento, per non correre il rischio di critiche e lamentele da parte dei clienti.

Ad esempio, nel reparto vini di un Minimercato non creeremo un assortimento che sarà un di cui di quello di un grande negozio. Applicheremo logiche commerciali coerenti con il modello di “piccola cantina”, inserendo ciò che un consumatore cerca di più in quel determinato negozio.

**Grazie a questa riorganizzazione auspichiamo che il risultato del nostro lavoro, sinergicamente a quello dei Capireparto e addetti, renda Soci e clienti soddisfatti dell’offerta di spesa in ogni punto vendita.**

Anche gli **Ispettori** di reparto rivestono un ruolo centrale nel fare da ponte tra la Direzione Merci e il negozio che ascolta il cliente, monitorando costantemente la coerenza delle scelte fatte.

Per questo esprimono una grande competenza e stimolano il confronto costruttivo.

Dobbiamo monitorare sempre i risultati delle nostre scelte, e correggere se necessario eventuali errori.

**La nostra è un’unica squadra, formata da noi, dai colleghi dei negozi** con i quali ci incontriamo periodicamente e dalle altre Direzioni, **che lavora insieme per arrivare a un unico obiettivo comune: la soddisfazione di Soci e clienti che ci frequentano”.**



**ALESSANDRA, SARA, ROBERTO E MANUELA CI PARLANO DELLO SVILUPPO DEL SETTORE GENERI VARI.**



Da sinistra: **Gabor Desideri**, Category Liquidi e Surgelati prossimità - **Giuseppe Bentivoglio**, Ispettore Generi Vari e Surgelati - **Annalisa Maiuri**, Category Chimica-Farmaci riferimento - **Alessandra Gori**, Business Manager Generi Vari e Surgelati - **Francesco Fantechi**, Ispettore Generi Vari e Surgelati - **Luca Bigozzi**, Category Alimentari prossimità - **Gianna Crescioli**, Category Chimica e Pet Food prossimità - **Gabriele Calabrese**, Ispettore Generi Vari e Surgelati - **Patrizia Montomoli**, Category Alimentari riferimento - **Sara Mariani**, Category Alimentari riferimento - **Simone Malisan**, Category Liquidi riferimento - **Roberto Picariello**, Ispettore Generi Vari e Surgelati - **Alberto Tucci**, Category Pet Food e Surgelati riferimento.

# METTIAMO AL CENTRO LA QUALITÀ

Il Centro Carni di Pontedera: sicurezza e qualità, le parole chiave che lo caratterizzano.

**Ne abbiamo parlato con Carlo Calusi, Business Manager Carni-Pescheria e Responsabile Centro di lavorazione carni, Marco Dotti, Responsabile del magazzino.**

**Q**ualità e sicurezza alimentare sono state le chiavi di lettura in questa esplorazione che ha toccato le infrastrutture all'avanguardia dei centri di lavorazione, di produzione e della logistica per poi approfondire le filiere animali di Unicoop Firenze, la loro gestione e le loro evoluzioni.

Dal racconto di Carlo e dei suoi collaboratori è emersa la costante capacità di Unicoop Firenze di garantire la qualità insieme ai più severi standard di sicurezza alimentare e di percorrere i tempi soddisfacendo le aspettative del consumatore per quanto riguarda la tracciabilità, la chiarezza delle etichette, la sostenibilità, l'origine italiana del prodotto e il benessere animale.

Il Centro Carni di Pontedera nasce con l'obiettivo di centralizzare le lavorazioni e la frollatura in passato delegata ai singoli reparti Macelleria di ogni punto di vendita. La sua nascita ha permesso di standardizzare la gestione dei reparti Carni, migliorando lavorazioni e prodotti. A oggi tutta la carne venduta nei reparti Macelleria di Unicoop Firenze viene lavorata nel Centro Carni di Pontedera.

La struttura nasce dodici anni fa e tutt'ora rappresenta uno degli investimenti più importanti di Unicoop Firenze. Questo impianto ha permesso l'attuazione della politica commerciale del reparto Carni, generando un cambio di paradigma che è intervenuto in modo sostanziale a migliorare la qualità della carne stessa.

## PIANIFICAZIONE DELL'APPROVVIGIONAMENTO, DELLA GESTIONE ORDINI E DELLA SICUREZZA ALIMENTARE.

Nel Centro, oltre ai laboratori per la produzione, sono attivi gli uffici che si occupano di:

**1. Approvvigionamenti.** Rappresentano una fase estremamente complessa e al tempo stesso determinante, **dal punto di vista della qualità della carne**, che risponde puntualmente alle esigenze quotidiane dei punti vendita. Le variabili che possono interferire e modificare il fabbisogno sono molteplici: il meteo, i piani promozionali, nonché le dinamiche specifiche di un negozio.

**2. Monitoraggio, pianificazione e gestione ordini.** È essenziale per la buona riuscita del lavoro, la conoscenza della filiera a 360°. Questo comporta un **monitoraggio costante** e una **pianificazione degli acquisti** dai vari macelli e fornitori. Nel momento della **ricezione degli ordini** effettuati dai negozi, dopo la prima fase di verifica, parte la catena di produzione, con specifiche diverse per ogni comparto delle merci.

**3. Qualità e Sicurezza.** Il ruolo dell'**Ufficio Qualità** all'interno del Centro è primario nel garantire il rispetto di tutte le regole igienico-sanitarie e di sicurezza degli alimenti che vengono qui prodotti. Alle normative vigenti, abbiamo aggiunto un **regolamento interno** (descritto nel manuale di autocontrollo) ancora più restrittivo. Oltre ai controlli di produzione sono importanti le **verifiche sulle materie prime e sui prodotti finiti**. Nei primi sei mesi del 2023 sono stati effettuati accertamenti

su circa 300 prodotti per un totale complessivo di 2.000 analisi di dati. Le verifiche non si fermano al Centro Carni, ma si spostano presso i fornitori, andando sia nei loro stabilimenti che in quelli relativi alle materie prime per accertare che siano rispettati gli standard dei capitolati concordati.

Il Centro, dal 2016, si è dotato di una **certificazione volontaria ISO 22.000** che prevede il controllo annuale da parte di un ente esterno di tutti gli aspetti igienico-sanitari e gestionali dello stabilimento. Possedere questa certificazione garantisce a Soci e clienti elevati standard qualitativi che riguardano sia la sicurezza alimentare che il livello di competenza aziendale con cui si muove Unicoop Firenze.

### TRACCIABILITÀ

Importantissimo, il controllo della **tracciabilità delle carni**. Siamo dotati di un sistema molto stringente e dettagliato, che prevede due tipi di tracciabilità a seconda delle esigenze:

- **La tracciabilità per auricolare:** questo tipo di tracciabilità consente, dal punto di vista igienico-sanitario, di "isolare", in caso di analisi dai risultati non conformi, un capo, senza andare a ritirare tutta una partita di merce. Gli animali hanno un nome e un cognome, sono descritti da una serie di numeri che li accompagnano dalla nascita fino alla macellazione. Un processo così capillare, mantenuto in tutti gli step di lavorazione, garantisce di poter rispondere al cliente anche sulla singola confezione di fettina di carne.
- **La tracciabilità a partita:** le informazioni sono legate a un gruppo di animali. Possiamo risalire, andando al livello massimo, alla partita di provenienza, e non al singolo.

### SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Un'altra caratteristica del Centro Carni è la sostenibilità ambientale della struttura, per quanto riguarda il risparmio energetico.



Carlo Calusi, Business Manager Carni-Pescheria e Responsabile Centro Carni.

Sul tetto si trova un impianto fotovoltaico da circa 3,5 kWh, che raggiunge il massimo della resa d'estate, quando la domanda di energia delle celle frigorifere è più alta. Il Centro è dotato di un sistema idrico di raccolta dell'acqua piovana, successivamente filtrata e depurata per essere utilizzata per il raffreddamento degli impianti frigo; una volta riscaldata, serve anche per il lavaggio degli impianti produttivi, recuperando così quel calore che sarebbe stato inutilmente disperso.

Nei prossimi numeri parleremo di filiere...

**Guarda il video e ascolta le parole di Carlo Calusi e Marco Dotti. Il racconto dell'organizzazione del Centro Carni continua nel prossimo MYUnicoop.**





# CARUSO PASCOSKI

Ricordando  
Francesco Nuti.



**Qualche anno fa lo storico negozio di Prato San Marco venne scelto da Francesco Nuti come scenario del suo celeberrimo film... scopriamo la storia e i nostri colleghi che ne furono "protagonisti"!**

Tutti i racconti hanno in sé mistero, aneddoti e curiosità... in questo caso, **protagonista della storia è una forte amicizia**, un legame genuino tra i nostri colleghi che hanno vissuto insieme questa particolare avventura... e non solo.

**Francesco Nuti e la Coop, possiamo ricordare il famoso regista e interprete così?**

**Tiziano Brachi:** Certo. Il primo ricordo, in realtà, risale al **1974**, quando venne a lavorare in Cooperativa, proprio **nel negozio di Prato San Marco** con direttore Golfredo Biancalani. L'apertura fu il 17 ottobre. Il punto di vendita, che ottenne subito successo tra Soci e clienti, era posto su due piani, con al piano inferiore gli alimentari. Cercavamo persone addette all'insacchettamento della spesa. **Nuti** fu uno dei primi a occuparsene.

**Tiziano, ma tu conoscevi già Francesco Nuti?**

**Tiziano:** Francesco era mio amico di infanzia. In uno dei nostri consueti incontri al circolo, mi chiese se era possibile fare delle riprese per un suo film dentro al negozio di Prato San Marco, dove io ancora lavoravo come responsabile. Mi confrontai con il Direttore che confermò la disponibilità della Cooperativa, chiedendomi di presidiare il momento in cui venivano registrate le scene.

**Stiamo parlando del film Caruso Pascoski, cos'è successo?**

**Marco Rastrelli:** Era il **1987**, avevamo poco meno di 20 anni. Formavamo un gruppetto di ragazzi tutti molto giovani e tra noi c'era una sana competizione.

Ognuno aveva l'ambizione di fare qualcosa, ma non c'era un atteggiamento sbagliato e, se non eri tu quello che primeggiava in una specifica occasione, si era comunque felici per il gruppo.

Tiziano in quel momento rivestiva un ruolo, che ora non esiste più, di Capo settore, figura intermedia tra il Direttore e il Capo-reparto. Nonostante il ruolo ricoperto, stava dentro il gruppo con anima e corpo, mai con distacco e sempre pronto a rimboccarsi le maniche per primo.

Il film fu l'occasione per consolidare la squadra.

**Eravamo molto uniti, lavoravamo con gli stessi e per gli stessi ideali, racchiusi nello spirito della Cooperativa.**

Tiziano ci faceva frequentemente scherzi e non capivamo mai se scherzasse o facesse sul serio.

**INQUADRA IL QR CODE  
PER ASCOLTARE  
IL RICORDO DI MARCO.**



Un giorno arrivò e disse **"Vi faccio fare un film..."**.

Ci chiamarono davvero!

Eravamo vestiti tutti e tre con la divisa da macellaio. La nostra "interpretazione" consisteva nel far finta di aver paura e scappare nella scena in cui Nuti si trova nella corsia del supermercato, impugna la pistola ed è in procinto di usarla.

È stato bello! Fu davvero una cosa interessante, perché dall'esterno non hai idea di come si costruisca un film fino a che non lo vivi. Ricordo che l'attrice americana Clarissa Burt sbagliò l'espressione e ripartimmo da capo e poi che una notte Francesco Nuti si arrabbiò tantissimo.

**Quindi Tiziano vi ha fatto un regalo?**

**Gabriele Calabrese:** Un aspetto importante, che mi piace ricordare, è la **spontaneità** del gruppo, le cene e le scommesse. In quegli anni eravamo tutti pronti a fare quel qualcosa in più, era ambizioso divenire anche terzo di sala. Per il film ci fu l'ennesima battuta di Tiziano che non prendemmo al momento troppo seriamente; io ricordo di essere stato



**La foto... a distanza di quarant'anni!** Da sinistra **Marco Rastrelli**, Direttore negozio 030 Prato Pleiadi - **Tiziano Brachi**, pensionato, ex responsabile - **Gabriele Calabrese** Ispettore Generi Vari e Surgelati e **Stefano Pecchioli**, addetto Generi Vari 030 Prato Pleiadi.

alle casse quando la disse e, il giorno dopo, arrivò la troupe in negozio. Nessuno di noi era addetto al reparto Macelleria: io avevo 17 anni, ero appena entrato.

Il giorno lavoravamo, la sera sistemavamo tutto il negozio per stare tutta la notte a seguire le fasi delle riprese.

Filmavano questa scena, ripetendola molte volte, per essere nella pellicola del film solo qualche secondo.

**Non ricordo la stanchezza, solo la felicità di poter partecipare a questa cosa inaspettata. Clarissa Burt, bella donna, Simona Izzo e Ricky Tognazzi: tutto bello!**

Per fare una minima comparsa ci hanno pagato e **questi soldi non sono andati in beneficenza, ma...**

**Stefano, ci dici tu dove sono andati i compensi per le vostre comparse?**

**Stefano Pecchioli:** Il ricordo indelebile che ho è quando la troupe scese le scale tra il nostro stupore generale. Dopo le registrazioni del lunedì, martedì e mercoledì, il giovedì fu giorno di paga.

**Noi non abbiamo mai visto la cifra pattuita, perché i nostri soldi andarono tutti da "Pietrino", alla Castellina, noto ristorante della Prato "bene".**

Eravamo solo io, Marco, Gabriele, Tiziano e il Direttore Paolo Martelli, escludendo una parte del gruppo che, ancora adesso, dopo anni, ci rinfaccia di non aver partecipato a quella cena!

**...Cosa mi è rimasto?**

Il dispiacere per la morte di una celebrità che abbiamo avuto l'opportunità di conoscere, ma anche il groppo allo stomaco, la lacrima trattenuta a stento, che ha pervaso tutti noi nell'essere in fila per una foto a distanza di quasi quarant'anni, e un'amicizia ancora intatta che continua e continuerà per sempre.



# Molto più di un Caporeparto. BUONA PENSIONE, MAURIZIO!

**Dalle fondamenta del negozio fino al suo splendore, così si può definire in poche parole la storia in Cooperativa del nostro collega.**

## Raccontaci di te.

Io sono di San Giustino e ho iniziato a lavorare in Cooperativa nel 1983, a luglio.

**Quindi l'ingresso nel "nostro mondo" come lo vorresti definire oggi al termine del tuo lungo percorso, un pacco regalo fortunato?**

Devo molto a Unicoop Firenze, ho sempre creduto nella Cooperativa quale portatrice di valori.

Tra i molti insegnamenti che ho ricevuto dalla mia famiglia, uno è il **rispetto per il lavoro**: mi sono impegnato sempre al massimo, mi sono sentito apprezzato per quello che facevo e sono stato stimolato a dedicarmi sempre di più al raggiungimento di risultati positivi.

**Come definiresti la Cooperativa nel tuo "passaggio generazionale"?**

È "quella spinta in più".

LA FORZA DELLA COOPERATIVA  
È LA SUA CAPACITÀ DI COINVOLGERE  
NOI LAVORATORI.



**Maurizio Giambanelli**  
Caporeparto Generi Vari.

Ascoltiamo  
le toccanti  
parole  
di Maurizio.



Con le sue forze e capacità è riuscita ad arrivare a livelli altissimi. Un'azienda che si evolve e che riesce a coinvolgere i dipendenti nel suo continuo cambiamento: per me questa è la sua forza.

## Sei sempre stato legato al settore dei Generi Vari?

Sì, il mio reparto è sempre stato i Generi Vari.

Quando sono iniziati i lavori per il nuovo negozio di Sansepolcro, sono stato incaricato di seguire il cantiere dal momento in cui si scavavano le fondamenta.

È stato fin dall'inizio molto emozionante:

**mi sono sentito partecipe di questo "mondo" che ho visto, anche fisicamente, crescere.**

## Un lavoro che va oltre il negozio!

Esattamente.

Il vivere la Cooperativa mi ha permesso di creare rapporti che vanno al di là del lavoro.

Ho condiviso ideali di lavoro e di vita.

Durante la giornata trascorriamo insieme tante ore e questa situazione permette di instaurare un rapporto sia di lavoro che personale. Si viene così a creare un confronto quotidiano che dà la possibilità di migliorare e condividere metodi di lavoro più produttivi. Il risultato è un costante miglioramento del lavoro e dell'organizzazione.

Elemento fondamentale, per me, è la possibilità di crescita nel continuo confronto e il lavoro di squadra: **un valore importante, importantissimo, in cui si rispecchia la Cooperativa.**

## Un percorso di vita.

In questo periodo di lavoro in Cooperativa ho ricevuto e ho dato tanto, sono cresciuto sia dal punto di vista lavorativo che da quello umano.

**Mi sono trovato a fare qualcosa di più dell'essere "un Caporeparto".**

Molto spesso i colleghi più giovani mi hanno fatto sentire come un genitore al quale ci rivolgiamo per un consiglio. È stato bello sentirmi così, riconosciuto da tutti come il padre di una famiglia, la persona a cui ti puoi affidare e con la quale ti puoi confidare.

## Ci sono persone che ti piace ricordare?

Ho provato grande gioia nella festa con tutti i Capireparto dei Generi Vari organizzata da **Giuseppe Bentivoglio**. Ci sono persone che hanno significato molto per me. Cito **Golfredo Biancalani** che è un modello da seguire sia per capacità, che per umanità, e che, partito dal basso, ha raggiunto la cima della piramide.

**Marino Gori**, dal quale ho sempre trovato disponibilità per parole e condivisione di momenti della mia carriera lavorativa, fino a ricordare persone come **Roberto Montagnani** e **Otello Bassi**, con i quali ho iniziato a fare le prime ristrutturazioni in vari negozi di Unicoop Firenze.



# ALL'ASSAGGIO!

I risultati dei nostri test  
con sorprese e conferme.



**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

## Risotto alla Milanese Coop - 250 g

**R**iso 100% italiano, un soffritto di cipolla, vino bianco e zafferano sono i veri protagonisti del risotto alla milanese Coop. Cremoso, delicato, ispirato alla tradizione! Pronto in soli due minuti.

### DATI DEL TEST

Il prodotto è stato provato da **802** colleghi, di cui **639** donne e **163** uomini, ottenendo il punteggio medio di **6,9**.

### ALCUNI COMMENTI

#### DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

I colleghi vorrebbero un prodotto in quantità maggiore e più cremoso.



Aumenterei la quantità perché è un po' scarsa per due persone.

Ottimo risotto fresco, pronto da scaldare al microonde, di buon gusto e consistenza!

Forse metterei un po' più di formaggio o zafferano.



## Gelato Caramel Cookie Coop - 300 g

**U**n gelato al gusto del biscotto al caramello "Speculoos", tipico della tradizione belga. Una vera tentazione per i golosi!

### DATI DEL TEST

Il prodotto è stato provato da **981** colleghi, di cui **781** donne e **200** uomini, ottenendo il punteggio medio di **6,9**.

### ALCUNI COMMENTI

#### DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

I colleghi vorrebbero una confezione più resistente e maggiore chiarezza nella descrizione del prodotto in etichetta.



Il sapore della cannella sovrasta quello del caramello. Questo ingrediente dovrebbe essere inserito in bella vista sull'etichetta.

Aumenterei la quantità di prodotto, perché è talmente buono che non basta mai!

Per me è perfetto così.



Migliorerei la confezione del prodotto, perché con il caldo estivo riuscire a portare a casa l'articolo integro e non allo stato liquido è un'impresa. Inoltre, essendo di carta non si richiude bene e con la condensa si deforma.



## Questo mese parliamo della sostenibilità come stile di vita.

**La Cooperativa consegna un kit per incentivare uno stile di vita sano e la mobilità sostenibile.**

L'iniziativa nasce per promuovere stili di vita sani e orientati all'attenzione verso l'ambiente, a cui il nostro piano MYWelfare dà una forte importanza. Praticare attività fisica è fondamentale non solo per ridurre il nostro impatto ambientale, ma anche per tenersi in forma, insieme, divertendosi.

Durante questo mese, in occasione della settimana europea sulla mobilità urbana sostenibile, che si terrà dal 16 al 22 settembre, verranno consegnati i Kit "All'aria aperta" e "In bicicletta" a chi lo aveva richiesto e scelto nei mesi scorsi. Unicoop Firenze ha ricevuto una menzione sul sito europeo dedicato alla mobility week.

Questo è un modo per promuovere un sano stile di vita, favorendo la mobilità attiva e altre soluzioni di trasporto rispettose dell'ambiente.



**Inquadra il QR Code per fissare un appuntamento con i colleghi dell'Ufficio Paghe.**



Da sinistra: **Filippo Tomaselli**, Direttore del negozio 331 Sesto Fiorentino, **Sara Pinzauti**, impiegata Co.Ges. Ru e Politiche Retributive, **Damiano Niccolai**, addetto reparto Macelleria e **Santa Chiarlitti**, addetta Generi Vari, Surgelati, Non Alimentari e Casse.

**Siamo andati nello storico negozio di Sesto Fiorentino - piazza Vittorio Veneto/angolo via Cavallotti - e con i colleghi Filippo, Sara, Santa e Damiano abbiamo scoperto il contenuto dei due kit.**

**Guardiamolo insieme!**



### Kit "All'aria aperta"

Contiene: zaino, occhiali da sole e marsupio sport.



### Kit "In Bicicletta"

Contiene: casco, occhiali da sole e borsa bici universale.



# RIDUCI RICICLA RIGENERA

Gli ecocompattatori Coripet arrivano nei nostri negozi.



**L'iniziativa di posizionare degli ecocompattatori per bottiglie in plastica PET sta riscuotendo molto successo, come dimostrano gli altissimi conferimenti dei nostri Soci.**

### Perché introdurre una raccolta selettiva della plastica PET con gli ecocompattatori?

Il PET è una delle plastiche più facilmente riciclabili e presenta caratteristiche idonee all'utilizzo nel settore alimentare, come la protezione dall'umidità e da altre sostanze gassose. Sui contenitori è indicato con questo simbolo:



La direttiva UE 2019/904 (direttiva SUP), oltre ad avere vietato la vendita di articoli monouso in plastica, ha stabilito alcuni obiettivi importanti di recupero da raggiungere entro il 2030, con la necessità di creare un nuovo mercato per tali materie. È nostro interesse quindi incentivare dei meccanismi che supportino la raccolta e il recupero del PET.

L'ecocompattatore che installiamo con il consorzio Coripet permette di raccogliere bottiglie in plastica PET che abbiano contenuto alimenti e li avvia al riciclo per riottenere nuove bottiglie alimentari.

Quindi stiamo improntando una nuova raccolta selettiva che va oltre la normale raccolta differenziata domestica, dove, attraverso il processo "Bottle to bottle" la bottiglia torna a essere bottiglia attraverso minori e più semplici passaggi di separazione

e selezione rispetto alle bottiglie provenienti dalla raccolta differenziata urbana. Oltre quindi a ridurre le lavorazioni fra la raccolta e il riciclo, si riduce anche l'immissione di nuova plastica PET e si chiude l'economia circolare.



**L'App di Coripet è disponibile gratuitamente scansionando il QR Code!**

### Come funziona l'ecocompattatore?

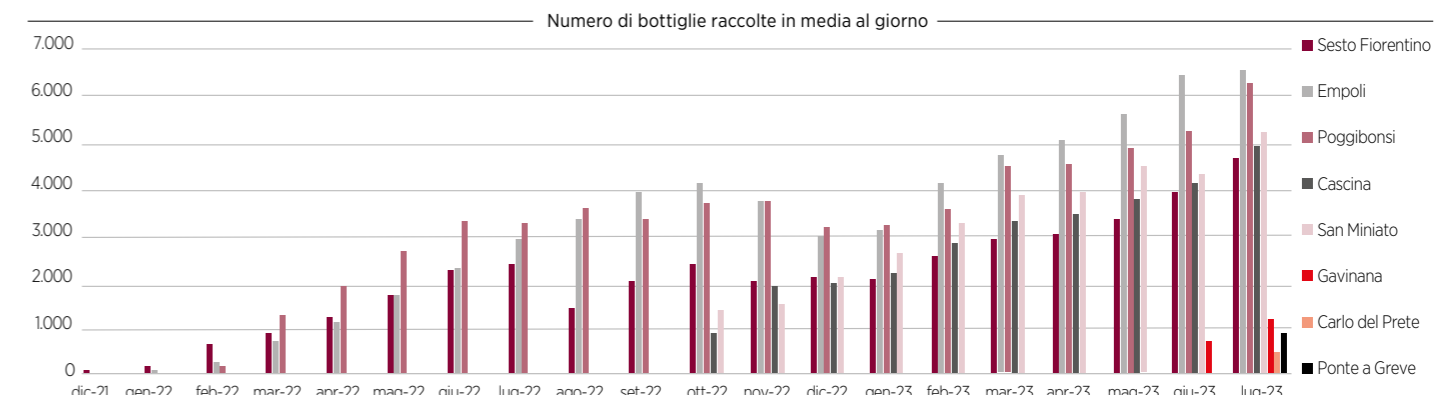
L'ecocompattatore viene fornito in comodato d'uso dal consorzio Coripet (consorzio volontario senza fini di lucro che riunisce i produttori e i riciclatori di imballaggi in PET). Per poter accedere al servizio il Socio deve per prima cosa scaricare l'App, registrarsi e abbinare la tessera Socio. Dopodiché può presentarsi al macchinario e iniziare a conferire le proprie bottiglie vuote, intere, non pressate e con l'etichetta (è il codice EAN dell'etichetta l'unico strumento che definisce se la bottiglia è alimentare o no). Per ogni bottiglia conferita, il Socio vede riconosciuto sulla propria tessera "1 punto Socio".

### Quali sono i risultati ottenuti?

I risultati ottenuti sono importanti, come dimostrano i dati in tabella: dall'inizio del progetto sono state raccolte 7.097.458 bottiglie.

Coop.fi	N° bottiglie raccolte in media in un giorno a luglio	Coop.fi	N° bottiglie raccolte in media in un giorno a luglio
Sesto Fiorentino	4.755	San Miniato	5.301
Empoli	6.581	Gavinana	1.244
Poggibonsi	6.351	Carlo del Prete	528
Cascina	4.953	Ponte a Greve	901

In tabella sono riportati i conferimenti medi di un generico giorno del mese di luglio\*.



Il grafico riporta l'andamento della media del numero di bottiglie conferite in un giorno. In totale sono state raccolte 7.097.458 bottiglie dall'inizio del progetto\*.

\*Gli ecocompattatori dei negozi di Gavinana, Carlo del Prete e Ponte a Greve sono stati installati nell'estate del 2023.



# EFFETTO DYNAMO



FONDAZIONE  
IL CUORE SI SCIOGLE

Un'emozione da ricordare per i nostri colleghi volontari al Camp.

**G**razie a un'iniziativa organizzata dalla Fondazione Il Cuore si scioglie, il 12 e 13 luglio scorsi, alcuni nostri colleghi hanno partecipato a un'esperienza da volontari presso il **Dynamo Camp** che, a Limestre sull'Appennino pistoiese, ospita gratuitamente bambini e ragazzi affetti da patologie gravi o croniche e le loro famiglie per vacanze di terapia ricreativa.

Nei due giorni il gruppo ha fatto squadra e si è rimboccato le maniche, collaborando alle attività quotidiane necessarie a garantire momenti di svago e felicità agli ospiti del Camp.

I colleghi hanno avuto l'opportunità di mettersi in gioco, visitando il Camp e scoprendo quanto viene fatto all'interno della struttura, dando il proprio contributo alle attività di piccola manutenzione di questa bellissima oasi.

Per tutti sono stati **momenti importanti ed emozionanti**, in cui anche piccoli gesti, come sciogliersi le scarpe o lavorare insieme sotto al sole, hanno avuto un **valore importante da conservare come un bel ricordo e da valorizzare ogni giorno**, anche una volta tornati a casa.



**Riproponiamo l'esperienza della nostra collega Elisa Ranfagni al Dynamo Camp.**



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

Vuoi segnalarci una storia? Scrivici [ufficio.comunicazione.interna@uniconopfirenze.coop.it](mailto:ufficio.comunicazione.interna@uniconopfirenze.coop.it)



oppure inquadra il QR Code.

**Per noi che ci lavoriamo.**

[myuniconopfirenze.coop.it](https://myuniconopfirenze.coop.it)



Scarica l'App MYA