



**DIFENDIAMO
LA SPESA
DAI RINCARI**



L'iniziativa della Cooperativa contro gli aumenti:
oltre 600 prodotti Coop a prezzi protetti. Il nostro impegno
a tutela del potere d'acquisto di Soci e clienti nell'editoriale
della Direttrice Marketing, Francesca Gatteschi





INDICE

N° 85 - Gennaio 2022

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

Inquadra i QR Code

per Android  per iPhone 

DEFENDIAMO LA SPESA AI RINCARI



IN PRIMO PIANO

COOP CONTRO IL RINCARO DELLA SPESA 03

L'APPROFONDIMENTO

LE NOSTRE PROSSIME INIZIATIVE 05

#COOPFORAFRICA: OBIETTIVO RAGGIUNTO! 07

NEI NOSTRI NEGOZI NESSUN RINCARO E PREZZO GARANTITO: MASCHERINE FFP2 A 50 CENTESIMI L'UNA 08

L'IVA SUGLI ASSORBENTI È PASSATA AL 10%. MA LA BATTAGLIA SULLA TAMPON TAX NON È ANCORA VINTA. 09

L'INIZIATIVA

COME SONO ANDATI GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO? 10

IL CONTEST

ASSAGGIA E SCATTA 11

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

PARLIAMO DI... SPECIALE AGRUMI 12

FRUTTO DI STAGIONE: L'ARANCIA TAROCCO IPPOLITO 13

STORIE DI ORDINARIA STRAORDINARIETÀ

LA STORIA DI GRISÙ, IL NOSTRO COLLEGA MACELLAIO-CLOWN 14

SALVA LA VITA AL MARITO DONANDOGLI UN RENE. LA STORIA DELLA NOSTRA COLLEGA BARBARA 14

LA STORIA DI RICCARDO, CASSIERE E GIOCATORE DI GOLF 15

IN PRIMO PIANO

Coop contro il rincaro della spesa

A cura della Direttrice Marketing di Unicoop Firenze, Francesca Gatteschi



I problemi meteorologici che flagellano gli agricoltori e la ripresa della domanda post Covid, con gli effetti negativi della pandemia sulla logistica e sui trasporti, stanno gonfiando i prezzi del mondo agroalimentare.

con tutte le leve possibili per calmerare eventuali effetti dei rincari. Una missione che portiamo avanti costantemente e che si accentua in fasi particolarmente delicate, come quella che stiamo attraversando, in cui le oscillazioni dei prezzi potrebbero diventare ancora più sostenute.

nostrì consumatori riguarderà una serie di prodotti indispensabili per la spesa quotidiana (industriale e freschissimi), per un totale di più di 600 referenze e prevede il blocco dei prezzi, oppure in alcuni casi il loro abbassamento.

A ciò si aggiunga che anche la crisi delle materie prime e il caro energia stanno avendo ripercussioni dirette sui prezzi al dettaglio dei prodotti alimentari, con una moltitudine di rincari che stiamo continuando a registrare nel corso di questi mesi.

Il rischio che dobbiamo evitare, inoltre, è che un aumento generalizzato dei prezzi incida negativamente sui consumi e dunque sulla ripresa economica della nostra regione.

I prezzi di alcuni prodotti saranno protetti da rincari perché già i più convenienti, altri invece vedranno una riduzione importante. I prodotti scelti, di cui faranno parte anche le linee Bene.sì, Crescendo, Amici Animali e Vivi Verde, sono espressione di qualità, sicurezza, etica e sostenibilità ambientale, oltre che di convenienza: valori che incarnano il nostro modo di stare sul mercato. »»»

Fino al 9 marzo saremo protagonisti di un'azione a difesa della spesa quotidiana di Soci e clienti contro i rincari. L'iniziativa a difesa del potere d'acquisto dei

Sebbene non al livello dell'inflazione su bollette e trasporti, anche l'aumento dell'alimentare si sta facendo sentire sul potere d'acquisto delle famiglie, specialmente tenendo conto che si tratta di una spesa, quella per il cibo, che costituisce in media il 15% del totale dei consumi.

Il nostro impegno prioritario rimane quello di tutelare il potere d'acquisto di Soci e clienti agendo

“
Il nostro impegno prioritario rimane quello di tutelare il potere d'acquisto di Soci e clienti
”

Questa iniziativa va in continuità con quelle che hanno caratterizzato il 2021, che ha visto un nostro forte impegno sulla convenienza, prima con il ribasso di oltre 800 prodotti a marchio e di marca, poi, da agosto a novembre, con la formula dei buoni sconto da 10 euro e lo sconto del 10% sulla spesa, con un investimento totale pari a 40 milioni di euro.

Uno degli obiettivi per il prossimo triennio sarà, pertanto, quello di "difendere la spesa quotidiana di Soci e clienti dai rincari", confermando la nostra leadership di prezzo e tornando ad allungare le distanze con i concorrenti, nel rispetto della sostenibilità economica.

Metteremo in campo tutte le nostre forze, anche comunicative, per la realizzazione della nostra missione e le nostre persone saranno protagoniste nel sostenere queste azioni fondamentali a tutela della nostra comunità di appartenenza.

LE PERSONE AL CENTRO DEL SUCCESSO DELLE NOSTRE INIZIATIVE

Su una tematica così importante come la difesa del potere d'acquisto di Soci e clienti e sulle azioni correlate messe in campo, la Direzione Persone ha intrapreso un'importante attività di ascolto prendendo a riferimento l'ultima e significativa iniziativa "Il modo buono di fare la spesa" che ha coinvolto le grandi strutture, per valutarne l'impatto sui punti vendita.

Sono stati ascoltati direttori, capireparto e addetti, con i quali sono stati trattati tutti gli aspetti che determinano il buon

funzionamento di una campagna, dalla comunicazione alla relazione con il cliente, dalla logistica al rifornimento dello scaffale.

La Cooperativa investe molto su queste attività, mettendo sempre al centro del proprio agire le persone, siano esse lavoratori, Soci o clienti.

L'APPROFONDIMENTO

Le nostre prossime iniziative

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



PUOI DARCI QUALCHE ULTERIORE DETTAGLIO SU COME SI SVILUPPERÀ LA NUOVA INIZIATIVA A DIFESA DELLA SPESA QUOTIDIANA DI SOCI E CLIENTI DAI RINCARI?

La nuova iniziativa, valida dal 13 gennaio al 9 marzo, riguarda 631 prodotti e si estende fino ai Minimercati.

I prodotti che abbiamo scelto di proteggere dai rincari sono confrontabili direttamente con gli analoghi della marca privata dei nostri principali concorrenti: su questi vogliamo essere sempre più convenienti e, dove possibile, uguali al discount nel rispetto di una serie di garanzie di qualità e regole per noi irrinunciabili.

Abbiamo studiato una campagna di comunicazione impattante, a partire dal volantino distribuito porta a porta. Abbiamo creato, infatti, un volantino dedicato con circa 200 prodotti, da veicolare in concomitanza con quello classico del periodo. Il messaggio è molto forte: "Difendiamo la vostra spesa quotidiana. Coop vi garantisce il prezzo più basso nel rispetto del lavoro, dell'ambiente e della qualità".

Tutti i prodotti inoltre sono evidenziati, sullo scaffale, da uno stopper dedicato che riporta il messaggio "Prezzo Protetto fino al 9/3". La campagna di comunicazione si sviluppa in punto vendita con manifesti dedicati, spot radio e, dove disponibili, sugli schermi. Esternamente usciamo con una pagina sui quotidiani e uno spot nazionale visibile su TV regionali e cinema toscani. >>>

CHE ALTRE ATTIVITÀ ABBIAMO PREVISTO PER QUESTO MESE?

Innanzitutto partiamo con un'attività fidelizzante. Fino al 5 febbraio, in tutti i nostri punti vendita ad esclusione di Superettes e Tradizionali, aggiungendo 5,90 euro ogni 30 euro di spesa si potrà ricevere subito una bottiglia per olio da 500 ml firmata Brandani, da collezionare.

Si tratta di un prodotto fatto interamente a mano in Italia, disponibile in quattro colori, che sarà molto apprezzato dai nostri Soci e clienti.



PUOI DARCI ANCHE QUALCHE ANTICIPAZIONE SUL PRIMO COLLEZIONAMENTO DI QUEST'ANNO?

Il primo del 2022, con partenza a febbraio, sarà nazionale e riguarderà due importanti aziende, leader di mercato, che svilupperanno per la loro prima volta nella GDO un'attività di collezionamento. Il tema principale è quello della vita all'aria aperta e, tra i concetti chiave, troviamo parole fondamentali per la nostra Cooperativa come sostenibilità, salute e riciclo. Tra i premi troveremo molti oggetti utili per una vita salutare.

ABBIAMO PENSATO A INIZIATIVE INCENTIVANTI L'USO DELLA NOSTRA CARTA "SPESA IN"?

In questi mesi continueranno le iniziative per sostenere la sottoscrizione e l'utilizzo della nostra **Carta Integra**. In particolare, i Soci che la richiederanno entro il 31 marzo riceveranno un mini elettrodomestico in omaggio, a scelta tra quattro diversi articoli. I possessori della carta invece continueranno a ricevere il doppio dei punti sul totale della spesa se la utilizzeranno al momento del pagamento. Un ulteriore modo per fare la spesa con ancora più vantaggi.



INFINE NON MANCHERANNO INIZIATIVE PER PROMUOVERE LA FREQUENTAZIONE DI TEATRI E MUSEI...

Il sostegno alla cultura e alla crescita culturale del nostro territorio di riferimento rimane per la Cooperativa un punto essenziale della propria missione, soprattutto in una fase come quella che il mondo dell'arte e dello spettacolo sta attraversando a causa della pandemia.

ABBIAMO DATO SPAZIO ALL'ARTE IN OGNI SUA FORMA, CON DUE CARTE VALIDE PER TUTTO IL 2022.

La **carta Passepartout Family**, valida per due adulti e un numero illimitato di bambini, consente l'accesso per un anno a tutte le meraviglie delle Gallerie degli Uffizi, oltre al Museo Archeologico e all'Opificio delle Pietre Dure. È acquistabile nei nostri negozi al prezzo di 50 euro (e mille punti della carta Socio), anziché 100, e si ritira agli Uffizi.



La nuova **Carta Toscana al Cinema**, acquistabile con 1.000 punti, valida in oltre 60 sale in Toscana, offre la possibilità di andare al cinema per tutto il 2022 a prezzo ridotto ogni giorno della settimana.



A fine anno avevamo già consegnato 1.200 Carte Toscana al Cinema e 530 Carte Passepartout Family.

#Coopforafrica: obiettivo raggiunto!

La campagna proseguirà fino al 16 gennaio per cercare di arrivare a un risultato ancora più ambizioso, ovvero superare 1.500.000 euro rispondendo così alle richieste di molti Soci e consumatori, che hanno continuato a donare negli ultimi giorni di raccolta. Anche se al momento della pubblicazione di questo articolo l'ammontare raccolto non è ancora ufficiale, possiamo comunque affermare di aver raggiunto e superato l'obiettivo di un milione di euro.



Ad oggi, complessivamente, alle casse sono stati raccolti oltre 190.000 euro, una conferma di quanto la campagna sia stata sentita dai nostri Soci e clienti. Anche al nostro interno c'è stata molta partecipazione: alle donazioni di ore di permesso

e/o retribuzione si aggiungono alcune iniziative prese dai vari punti vendita, come molte lotterie interne che hanno portato un ulteriore contributo all'iniziativa. Nel prossimo numero renderemo con precisione l'ammontare delle ore

donate, ma per il momento un grande grazie a tutte quelle persone che si sono adoperate per il pieno successo della campagna. Abbiamo dedicato l'ultima di copertina alle iniziative dei nostri colleghi con il risultato parziale delle donazioni interne.

Nessuno si salva da solo

L'iniziativa di raccolta fondi, per favorire la vaccinazione e la lotta al Covid in Africa, ha visto le cooperative di consumatori italiane, fra cui Unicoop Firenze, al fianco di tre realtà umanitarie fortemente impegnate sul versante della solidarietà internazionale, come l'Agenzia ONU per i Rifugiati-UNHCR, la Comunità di Sant'Egidio e Medici Senza Frontiere.

Tutte e tre le organizzazioni sono già attive sul territorio africano per favorire la vaccinazione. Nonostante ciò, in Africa solo il 7% della popolazione ha ricevuto una dose di vaccino, le persone nella maggior parte dei casi non hanno la possibilità di scegliere e il Covid-19 continua a fare paura.

Con questa campagna abbiamo voluto contribuire a mettere in sicurezza i Paesi più poveri del mondo, dove la pandemia si scarica su sistemi sanitari fragili e insufficienti e neutralizzare il più possibile un virus in fase di mutazione, partendo dal presupposto che nessuno si salva da solo di fronte al Covid-19.

Nei nostri negozi nessun rincaro e prezzo garantito: mascherine FFP2 a 50 centesimi l'una

Unicoop Firenze continua a proteggere la salute dei propri Soci, clienti e dipendenti anche attraverso la calmierazione dei prezzi

Per affrontare questa nuova fase dell'emergenza da Covid-19, a livello nazionale, il Governo,

attraverso un recente decreto, ha deciso di tutelare i cittadini garantendo un **prezzo calmierato delle mascherine FFP2**.

La Cooperativa ha risposto subito positivamente a questo richiamo, impegnandosi a fornire a Soci e clienti i dispositivi di sicurezza a un prezzo sicuro e conveniente, in linea con l'iniziativa di Coop.

Da ottobre, il prezzo delle mascherine nei nostri punti vendita è fisso a 50 centesimi l'una. Una decisione, questa, che va ad aggiungersi alle moltissime già messe in campo dalla nostra Cooperativa sia verso i Soci che verso i propri collaboratori.

Sin dall'inizio dell'emergenza sanitaria, infatti, la Cooperativa ha messo a disposizione delle proprie lavoratrici e dei propri lavoratori gel disinfettante e guanti monouso da utilizzare durante il turno di lavoro; è stata incrementata la frequenza delle pulizie e la costante sanificazione di tutti gli ambienti riservati ai dipendenti e aperti al pubblico, così come di tutte le superfici nei punti vendita, sedi e magazzini.

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

In collaborazione con la Regione Toscana, inoltre, il **7 giugno 2021** Unicoop Firenze ha inaugurato il **centro vaccinale dedicato esclusivamente ai propri dipendenti**, nella sede di Sesto Fiorentino di Villa Donatello, dando vita così al primo hub per i lavoratori della grande distribuzione.

Con la partenza della terza vaccinazione, la Cooperativa ha messo a disposizione un nuovo hub vaccinale, questa volta collocato presso il parcheggio del centro commerciale



"I Gigli", a Campi Bisenzio, **ponendo in primo piano, ancora una volta, la salute e la sicurezza di noi lavoratori.**

L'IVA sugli assorbenti è passata al 10%.

Ma la battaglia sulla tampon tax non è ancora vinta.

Tra i provvedimenti inseriti nella manovra di BILANCIO 2022 c'è la **riduzione dell'IVA per i tamponi e gli assorbenti femminili dal 22 al 10%** dal 1° gennaio 2022.

Un risultato importante, ottenuto anche grazie alla nostra campagna nazionale "Close The Gap" che ha messo al centro del dibattito politico e sociale un tema fondamentale per ridurre le differenze.

Nei giorni scorsi, la nostra Cooperativa è intervenuta sui prezzi di vendita a scaffale dei prodotti di marca e di quelli Coop, adeguandoli al nuovo regime IVA, con l'obiettivo di **rendere visibili ai nostri Soci e clienti le riduzioni di prezzo** in virtù dell'abbassamento dell'aliquota.

I nuovi prezzi si applicano a tutti gli assorbenti, interni ed esterni, salva slip inclusi, tranne i prodotti "compostabili" che rimangono all'attuale **aliquota del 5%** (dovuta alla "sostenibilità" ambientale di queste referenze).

L'IVA SUGLI ASSORBENTI SCENDE AL 10%. MA VOGLIAMO DI MENO.

CLOSE THE GAP
RIDUCIAMO LE DIFFERENZE



Un primo risultato raggiunto. Ma puntiamo a un ulteriore abbassamento al 4%.

La prima tappa di Close the Gap dello scorso marzo aveva visto una grande partecipazione. Oltre a un notevole incremento delle firme per la petizione Stop Tampon Tax, l'abbassamento dei prezzi aveva riscosso un grande successo nei negozi **con punte di aumenti del 45% delle vendite per gli assorbenti**

a marchio Coop, a riprova di un importante coinvolgimento della comunità su questo tema. Inoltre, alla petizione avevano aderito anche molte amministratrici e amministratori toscani, insieme ad associazioni e rappresentanti della società civile.

Come sono andati gli assaggi dei prodotti a marchio?



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

La passata di pomodoro e il datterino giallo al centro dell'assaggio delle scorse settimane

Il pomodoro fa parte di una filiera molto importante che seguiamo con attenzione dal campo allo scaffale.

Pomodori, passate e conserve a marchio Coop sono 100% italiani e provengono solo da fornitori che aderiscono al nostro codice etico, con un controllo attento al rispetto dei diritti dei lavoratori.

Per Coop la legalità nelle filiere agroalimentari viene al primo posto. Fra i temi che affrontiamo, controllando e sensibilizzando i fornitori dei prodotti Coop, c'è il contrasto al lavoro nero e al caporalato, al lavoro minorile e alle discriminazioni di genere.

COSA FACCIAMO:

- Collaboriamo con le istituzioni e con gli enti riconosciuti e interessati al tema della legalità, richiedendo alle aziende agricole coinvolte nelle nostre filiere l'adesione alla rete del lavoro agricolo di qualità.
- Chiediamo a tutti i nostri fornitori di sottoscrivere il Codice Etico di Coop e di impegnarsi a trasmetterlo e farlo rispettare lungo la filiera.
- Definiamo piani di controllo con verifiche ispettive e attività di sensibilizzazione.

PASSATA DI POMODORO MARZANINO "LA RUSTICA" COOP - 500 g

TEST DI ASSAGGIO

Il prodotto è stato assaggiato da **518 colleghi**, di cui **411 donne** e **107 uomini**.

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

ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

Alcuni colleghi vorrebbero il prodotto un po' più denso e suggeriscono anche delle confezioni più piccole.



DATTERINO GIALLO FIOR FIORE COOP - 350 g

TEST DI ASSAGGIO

Il prodotto è stato assaggiato da **493 colleghi**, di cui **389 donne** e **104 uomini**.

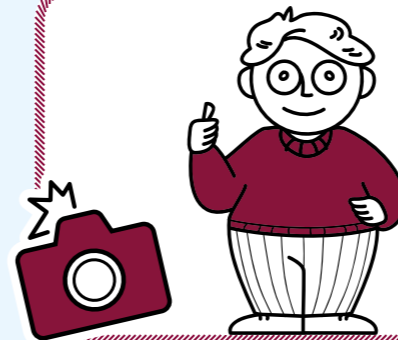
È stato molto gradito dalla maggioranza degli assaggiatori, ottenendo il punteggio medio di **7,6**.

ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

La qualità del prodotto è stata molto apprezzata, così come il nuovo packaging. Alcuni colleghi suggeriscono però di inserire in etichetta le indicazioni per cucinarlo al meglio.



ASSAGGIA E SCATTA



Per provare i datterini gialli e accontentare mia figlia vegana, ho preparato una pasta con tofu al pomodoro arricchita con cipolla rossa e datterini gialli.

Pollice in alto anche da parte di mia figlia 😊👍

Ginevra Bianchi



Chi lo sa meglio di te?

Partecipa al quarto sondaggio su nuove conserve, yogurt e cereali



Le tue idee possono aiutarci a fare davvero la differenza nel migliorare il nostro Prodotto a Marchio e nel dar voce ai valori che lo rappresentano.

Questa volta ci piacerebbe conoscere il tuo parere su nuove conserve, yogurt e cereali. Potrai rispondere alle domande fino al 31 gennaio.

Le indicazioni che emergeranno grazie al contributo di tutti i dipendenti Coop serviranno per migliorare i nostri prodotti e il modo in cui li presentiamo, per facilitare scelte di consumo sempre più consapevoli da parte dei nostri Soci e clienti.

Le risposte e le informazioni inserite nel questionario sono garantite in termini di anonimato in quanto non sono previste raccolte di dati personali o registrazioni di carattere individuale.

Ti ringraziamo per la tua preziosa collaborazione.



Rispondi entro il 31 gennaio. La tua opinione conta.

Vai su www.chimegliodite.coop.it o inquadra il QR-CODE

Scadenza prorogata al **31 gennaio**

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

STAGIONALITÀ

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

FRUTTA



VERDURA



PARLIAMO DI... Speciale agrumi

AGRUMI E AGRICOLTURA DI PRECISIONE ORANFRIZER

Gli agrumeti localizzati alle pendici del vulcano Etna, nel cuore della Sicilia Orientale, donano buoni ed esclusivi frutti grazie alle particolari condizioni microclimatiche, alle escursioni termiche, alle costanti cure agronomiche e ai metodi di produzione adottati e costantemente aggiornati. Per ottenere frutti sempre migliori, piante più sane, ottimizzare le risorse impiegate e rispettare l'ambiente,

Oranfrizer sta sperimentando la migliore tecnologia presente in agricoltura. Il processo comincia con l'acquisizione di dati ottenuti da satelliti, droni e misurazioni sul campo. Le misurazioni riguardano lo stato del suolo, il fabbisogno idrico, la salute degli alberi, l'umidità del terreno, dell'aria e delle foglie, la quantità di vento e di luce, le condizioni ambientali avverse. I dati raccolti vengono poi



elaborati da uno speciale software e analizzati da **tecnici agronomi** per migliorare la gestione degli agrumeti e la qualità dei frutti. Si ottimizza così l'uso dell'acqua e dei fertilizzanti, **evitando sprechi**.

Fino al 26 gennaio 2022, nei nostri punti vendita, vi sarà il consueto appuntamento con lo "Speciale Agrumi", con sconti del 20% su arance e limoni.



€ **1,18** a conf. € 2,36 al kg
invece di € 1,48 a conf.

LIMONI BIO
VIVI VERDE COOP



€ **1,98** a conf.
invece di € 2,48 a conf.

ARANCE BIO
VIVI VERDE COOP



€ **1,82** a conf.
invece di € 2,28 a conf.

AGRUMI NOVA
conf. da 1 kg

SCONTO
20%

€ **4,41** a conf.
€ **0,98** al kg

ARANCE NAVEL
conf. da 4,5 kg

Inquadra il QR code
per vedere il filmato
sulle coltivazioni
Oranfrizer



FRUTTO DI STAGIONE

L'arancia Tarocco Ippolito

L'arancia **Tarocco Ippolito** è la più pregiata. Eccelle in tutto: gusto, qualità estetica e nutrizionale. Nella **Piana di Catania**, alle pendici del vulcano Etna, trova le sue migliori condizioni pedoclimatiche per maturare. Ha un sapore particolarmente equilibrato, caratterizzato da un armonico contrasto tra il contenuto zuccherino e l'acidità. La pigmentazione rossa sulla polpa è molto accentuata sin dall'inizio della stagione agrumaria.

È quasi sempre priva di semi. Ogni suo spicchio è un vulcano di benessere. La sua buccia edibile di color arancio intenso è fine e talvolta presenta delle spettacolari sfumature rosse. In **Sicilia la raccolta dell'arancia rossa Tarocco Ippolito inizia a gennaio e si completa a febbraio**. Le zone di coltivazione dell'arancia rossa sono soggette ad escursione termica, con temperature che variano di 15-20 gradi fra il giorno e la notte.

Lo stress termico fa sviluppare nei frutti le **antocianine**, soprattutto quando le temperature scendono fino a raggiungere pochi gradi sopra lo zero. **Le antocianine sono antiossidanti naturali con molteplici proprietà benefiche per l'organismo**. La presenza di questi pigmenti è responsabile anche della tipica colorazione delle arance rosse.

IN CUCINA

Risotto all'arancia Tarocco Ippolito

Procedimento:



Ingredienti:

Riso Carnaroli 350 g

Cipolle 1

Burro 50 g

Arance Tarocco Ippolito 1

Grana Padano DOP
da grattugiare 30 g

Vino bianco q.b.

Erba cipollina tritata
3 cucchiari

Sale fino q.b.

Pepe bianco q.b.

Brodo vegetale 1 litro

Per preparare il risotto all'arancia Tarocco Ippolito, cominciate lavando l'arancia e prelevandone la buccia con un pelapatate, avendo cura di asportare il meno possibile la parte bianca; spremete l'arancia e tenete il succo da parte. Tagliate la scorza asportata in zeste piuttosto fini, che farete leggermente sbollentare in un tegame contenente un paio di dita d'acqua, che poi scolerete.

Sbucciate e tritate finemente la cipolla, fatela soffriggere nel burro fuso e quindi aggiungete il riso, che farete tostare per qualche minuto; sfumate il riso

con uno spruzzo di vino bianco, dopodiché aggiungete il succo d'arancia.

Sempre mescolando, portate a termine la cottura del riso aggiungendo poco brodo ogni volta che servirà. Qualche minuto prima di fine cottura, aggiungete le zeste d'arancia, l'erba cipollina e regolate eventualmente di sale e pepe bianco macinato. Una volta spento il fuoco, aggiungete il Grana Padano DOP grattugiato e una noce di burro per mantecare. Servite immediatamente guarnendo il piatto con fettine e zeste d'arancia e, volendo, con qualche filo di erba cipollina.

La storia di Grisù, il nostro collega macellaio-clown

Il collega Marco, del Reparto macelleria di Pontedera, che nel tempo libero si diletta in varie attività tra cui anche volontariato, lo scorso 29 dicembre è stato protagonista di una pagina del Tirreno per il suo impegno per la comunità.



Il nostro collega infatti è un clown terapeuta volontario che da oltre sette anni lavora con i piccoli pazienti pediatrici della Misericordia di Ponsacco, degli ospedali ma anche con gli anziani delle case di riposo del territorio.

Un impegno che è andato avanti anche nel corso di questi mesi di pandemia, non più nei reparti ma per le strade. Nell'intervista ha parlato delle emozioni che prova portando un sorriso a chi ne ha più bisogno:

"Basta un gesto, uno sguardo. Con le mascherine nascondiamo le labbra ma diffondiamo sorrisi con gli occhi e i bimbi rispondono con naturalezza".

Salva la vita al marito donandogli un rene

La storia della nostra collega Barbara



Ha salvato la vita al marito donandogli un rene e l'amministrazione comunale ha deciso di concedere alla nostra collega Barbara la benemerita civica.

Il marito soffriva di una patologia nefrologica molto seria, che nel corso del tempo, senza interventi radicali, non gli avrebbe dato scampo. Così Barbara non ci ha pensato un attimo. Quando ha capito di essere compatibile, ha comunicato al marito che, anche se fosse stata l'ultima cosa che avrebbe fatto in vita, l'avrebbe

fatta con tutta se stessa. *"Non ti lascio partire troppo presto"*, gli ha detto. Si sono così messi in lista di attesa a Careggi, hanno effettuato tutte le verifiche e le analisi del caso e poi è arrivato il giorno dell'intervento, o meglio degli interventi chirurgici. Il rene di lei per garantire una vita normale a lui.

La storia di Riccardo, cassiere e giocatore di golf

Storie di straordinaria normalità anche per Riccardo, un nostro collega del punto vendita di Poggibonsi.

Riccardo affronta la dialisi tre volte alla settimana e tiene testa alle complesse prove della vita grazie alla pratica agonistica. Si distingue infatti in prestigiose competizioni di golf per disabili, salendo anche sul podio. *"Il golf è rispetto, educazione, crescita. Una scuola in piena regola"* ha affermato in un'intervista a La Nazione.

"Mi è stata diagnosticata una displasia cerebrale, ho sofferto di epilessia e ho trascorso un periodo con enormi ingessature ai piedi. Poi i gravi problemi nefrologici. Mia madre ha deciso di donarmi un rene, ma il trapianto, nel 2018, non è andato a buon fine. Necessario il ricorso a una terapia salvavita. La dialisi, appunto" ha raccontato Riccardo durante l'intervista.

Riccardo è un giocatore di interesse nazionale e allo stesso tempo un cassiere nel nostro punto vendita. A chi gli chiede il suo segreto, risponde così: *"Sono in molti a chiedermi il segreto di tanta tenacia. Non avverto stanchezza o disagio. Vado al lavoro, cassiere alla Coop di Salceto, e mi dedico allo sport. Ecco gli ingredienti della mia quotidianità"*.



HOME > SIENA > CRONACA > BIANCIARDI DIVENTA IL RE DEL GREEN
Bianciardi diventa il re del green
 Il trentenne di Poggibonsi si distingue negli Italian Open for Disabled: "Il mio segreto? E' la tenacia"
 Pubblicato il 17 ottobre 2021, di PAOLO BARTALINI

Diecimila volte grazie!

Stanno continuando ad arrivare le ore di permesso e/o retribuzione donate tramite i moduli cartacei e digitali, ma da un primo conteggio abbiamo già superato oltre 10.000 euro in donazioni. Un dato che si va ad aggiungere a quanto i dipendenti, attraverso l'organizzazione di cene e lotterie, hanno donato alle casse.



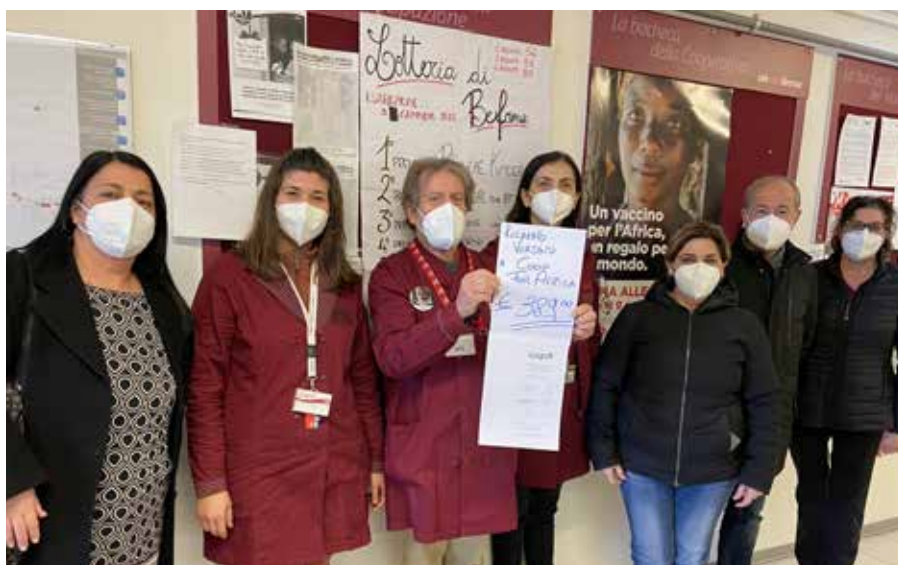
Le colleghe di Tavarnelle con quanto ricavato grazie alla lotteria interna.



A Santa Maria a Monte la lotteria interna ha permesso di raccogliere 360 euro.



Le donazioni alle casse delle colleghe di Siena Grondaia.



I colleghi di Pontedera Terracini hanno organizzato una lotteria interna che ha permesso di raccogliere 389 euro.



Guarda il flash mob dei colleghi del negozio 076 - Sesto Fiorentino



Guarda il video realizzato dai colleghi del negozio 075 - Cascina



Guarda il video filmato dai colleghi del negozio 073 - Arezzo



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

myunicoop.coopfirenze.it



Scarica l'App MYA

Consigli e suggerimenti sono i benvenuti
ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it