

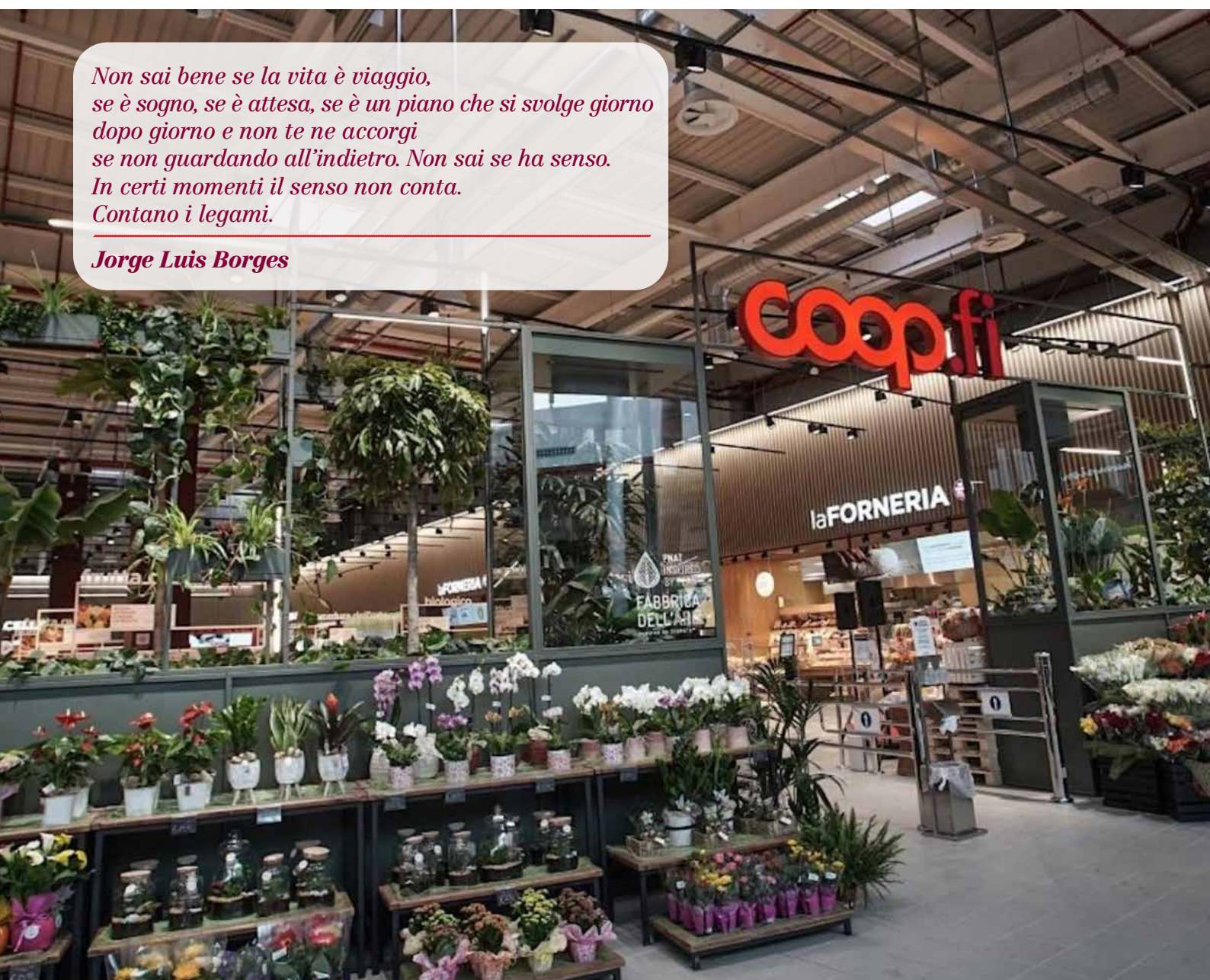


RIAPERTO PONTE A GREVE

Un grande evento per tutta la Cooperativa

*Non sai bene se la vita è viaggio,
se è sogno, se è attesa, se è un piano che si svolge giorno
dopo giorno e non te ne accorgi
se non guardando all'indietro. Non sai se ha senso.
In certi momenti il senso non conta.
Contano i legami.*

Jorge Luis Borges





INDICE

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

Inquadra i QR Code

per Android

per iPhone

La Cooperativa
augura a voi
e alle vostre
famiglie
buona Pasqua

IN PRIMO PIANO

| | |
|--|----|
| TRA CRITICITÀ E OBIETTIVI IRRINUNCIABILI | 03 |
| GESTI DI VALORE | 06 |

L'APPROFONDIMENTO

| | |
|--|----|
| A DIFESA DEL POTERE D'ACQUISTO DI SOCI E CLIENTI | 08 |
|--|----|

DAI PUNTI VENDITA

| | |
|----------------------------------|----|
| L'INAUGURAZIONE DI PONTE A GREVE | 10 |
|----------------------------------|----|

L'INNOVAZIONE

| | |
|---|----|
| PRENOTA LA SPESA: LE ULTIME NOVITÀ | 16 |
| IL VOLANTINO COMMERCIALE DI UNICOOP FIRENZE SI FA DIGITALE, PER UNA CONVENIENZA SOSTENIBILE E A PORTATA DI MANO | 18 |

L'INIZIATIVA

| | |
|---|----|
| CLOSE THE GAP: CONTINUANO LE AZIONI PER RIDURRE LE DIFFERENZE | 20 |
| LA NOSTRA PARTECIPAZIONE AL CAPODANNO FIORENTINO | 24 |

SCOPRI L'ORTOFRUTTA

| | |
|--|----|
| PARLIAMO DI... MELE: TRA TRADIZIONE E FUTURO | 22 |
| FRUTTO DI STAGIONE: RADICCHIO ROSSO TARDIVO DI TREVISO IGP | 23 |

SOLIDARIETÀ

| | |
|--|----|
| PENSATI CON IL CUORE 2022: AL VIA I PRIMI 5 PROGETTI DI SOLIDARIETÀ SUL TERRITORIO | 26 |
|--|----|

| | |
|------------------------|----|
| PENSIERI PER L'UCRAINA | 29 |
|------------------------|----|

IN PRIMO PIANO

Tra criticità e obiettivi irrinunciabili

Editoriale a cura del Presidente del Consiglio di Gestione, Michele Palatresi



Il 2021 è stato un altro anno complesso, caratterizzato dall'evento drammatico di Ponte a Greve e dalle varie fasi della pandemia che abbiamo dovuto nuovamente affrontare.

Oggi, con l'inaugurazione del nuovo punto vendita di Ponte a Greve, un evento importante per tutta la Cooperativa, possiamo dirci orgogliosi di come abbiamo saputo reagire, anche grazie alla solidità della nostra impresa, frutto di scelte prudenti e lungimiranti prese dalle persone che ci hanno preceduto.

Questo deve essere anche il nostro stimolo: lavorare per chi verrà dopo di noi, accumulando risorse necessarie per far fronte alle difficoltà future, come farebbero una buona madre e un buon padre di famiglia.

Il millennio che stiamo vivendo infatti è caratterizzato da un contesto nuovo, veloce, imprevedibile e senza regole. Dove, per effetto della globalizzazione, eventi locali hanno ripercussioni mondiali.

La pandemia ci ha insegnato quanto sia determinante unire le forze per affrontare questi momenti. Quello che abbiamo fatto negli ultimi due anni ci sta ripagando, dobbiamo continuare su questa strada.

GLI ELEMENTI CRITICI DEL CONTESTO

Il momento è molto difficile e complesso, per una convergenza di fattori negativi, che non devono però metterci paura ma consapevolezza. La paura immobilizza, mentre la consapevolezza e il "senso d'allerta" sono stati d'animo che permettono alle persone, come alle imprese, di essere prudenti nelle scelte e di non sottovalutare alcuna situazione.

Ci sono fenomeni che rischiano di far vacillare la nostra organizzazione e che dobbiamo tenere sempre ben presenti:

- **L'emergenza sanitaria** non ancora pienamente superata. Con il rischio concreto di nuove impennate di casi soprattutto nei prossimi mesi autunnali, come già successo in passato.
- **Una scenario geopolitico incerto.** Non dobbiamo sottovalutare i motivi che hanno portato a questa guerra e cosa potrebbe produrre in prospettiva sotto tutti i punti di vista. >>>

- Una **grave crisi dei mercati**, dettata inizialmente da uno squilibrio post pandemico della domanda e dell'offerta, che si sta aggravando con gli ultimi avvenimenti. Oltre al rischio dell'aumento del costo delle materie prime, ci troviamo di fronte, in alcuni casi, alla difficoltà di reperimento della merce stessa.
- Un **aumento dei costi energetici**, mai registrato prima, che incide doppiamente sulla nostra attività: in maniera diretta con un aumento dei costi gestionali per la nostra organizzazione e, in maniera indiretta, perché riduce sensibilmente il potere d'acquisto delle famiglie.
- Un **calo dei consumi**, anche alimentari.
- Un **sistema Coop che denota segnali di fragilità**.

È il momento di svolgere, ancora una volta, il nostro ruolo. Sempre, ma a maggior ragione adesso, **la Cooperativa deve fare la Cooperativa**, investendo le risorse necessarie per far fronte a questo periodo complesso per le famiglie. Su questo versante non possiamo essere secondi a nessuno, perché è la nostra natura d'impresa che ci obbliga a essere coerenti rispetto alla missione. Abbiamo visto in questi ultimi anni cosa voglia dire investire nel presente, seminando bene oggi, per risultati che raccoglieremo domani.

“
...è la nostra natura d'impresa che ci obbliga a essere coerenti rispetto alla missione
 ”

GLI OBIETTIVI IRRINUNCIABILI

Davanti a questo contesto, la nostra natura ci impone di dare risposte concrete, seguendo obiettivi per noi irrinunciabili.

In primo luogo, seppur consapevoli che non riusciremo ad assorbire completamente il livello d'inflazione all'acquisto che stiamo registrando, non possiamo permetterci di avere **aumenti dei prezzi** più alti rispetto a quelli delle insegne presenti nelle province toscane dove opera la Cooperativa. Dobbiamo continuare ad avere una **leadership di prezzo** verticale e orizzontale verso tutti i concorrenti. Tenere alte le nostre barriere, anche a difesa delle **quote di mercato**, perché ciò significa garantire non solo volumi e prodotti, ma anche posti di lavoro.

Il **prodotto a marchio**, con il **progetto nazionale di rinnovamento** che ci vedrà coinvolti, è un tassello fondamentale della strategia di Coop, tesa a riaffermare il nostro ruolo distintivo nel mercato. Se saremo bravi ad attuare e accompagnare questo importante cambiamento, riposizioneremo la nostra insegna sia dal punto di vista competitivo che identitario: qualità, prezzo, sicurezza, ma anche attenzione all'ambiente, alle filiere produttive e alle nuove generazioni.

Nei prossimi mesi continueremo a **investire sia sul versante commerciale** sia in **iniziative sociali**, difficilmente imitabili da parte dei nostri concorrenti, come ad esempio lo SPID, il progetto del bio-bosco

a Montopoli, le raccolte fondi per la ricerca, per i vaccini in Africa e, ora, per l'Ucraina. Iniziative che rappresentano un valore aggiunto per la nostra attività caratteristica perché ci affermano dal **punto di vista identitario**, tracciando una distanza netta tra noi e altri operatori della distribuzione. Le iniziative e gli importanti investimenti a favore dei Soci e clienti nella parte finale dell'anno hanno fatto registrare distanze notevoli tra i nostri andamenti e quelli del resto della distribuzione in Toscana.

Dobbiamo, quindi, come ultimo obiettivo irrinunciabile, trovare i giusti equilibri, anche di natura economica, affinché di queste attività ne possano beneficiare il **maggiore numero di persone possibili**, bilanciando bene posizionamento, promozioni, fidelizzazione, iniziative e investimenti. Una realtà come la nostra, una volta presa una decisione, poi ha sempre più difficoltà degli altri a tornare indietro, quindi dobbiamo procedere con prudenza e consapevolezza.

“
il prodotto a marchio... è un tassello fondamentale della strategia di Coop
 ”

LE NOSTRE PRIORITÀ

Le nostre responsabilità ci richiamano ad alcune priorità gestionali:

- **La gestione della relazione:** dobbiamo eliminare quelle sacche di inefficienza che abbiamo nelle relazioni, in termini di disservizio e inefficienza organizzativa, per generare ulteriori risorse per la nostra Cooperativa. Il tema della produttività non può diventare un limite, ma uno stimolo. La relazione positiva, l'ascolto e l'attenzione nei confronti dei Soci, dei clienti e dei colleghi è una componente fondamentale del nostro lavoro e tutti dobbiamo sentire sulle spalle questa responsabilità.
- **La gestione della merce:** i valori delle dispersioni sono ancora a livelli inaccettabili. La questione va affrontata di petto, non possiamo sprecare altro valore, quindi servono interventi strutturali a partire dall'attività

di gestione degli ordini e degli scaffali, fino alla gestione delle scadenze.

- **La gestione dei luoghi:** l'attenzione ai luoghi dove lavoriamo rispetto ai comportamenti sbagliati, con un sistema di autocontrollo reciproco per eliminare sprechi di qualsiasi natura.

Non ho dubbi che la nostra squadra sia ben allenata ed equipaggiata per affrontare al meglio anche questo prossimo viaggio molto impegnativo. Sono convinto che se ci muoveremo all'unisono, con una determinazione positiva, **raggiungeremo gli obiettivi che ci siamo prefissati**. Io e tutto il Consiglio di Gestione, che guidiamo con orgoglio e determinazione questa grande squadra, siamo convinti che ce la faremo, nella consapevolezza che la fiducia verso tutte le persone che lavorano in Cooperativa sia ben riposta.

“
...fiducia verso tutte le persone che lavorano in Cooperativa
 ”

Gesti di valore

A cura del Direttore Persone, Fabrizio Guerrini



In questo periodo pasquale, che dovrebbe portare in sé un messaggio di pace, le immagini e le notizie provenienti dall'Ucraina, che si susseguono ormai da settimane, non hanno bisogno di ulteriori commenti. Notizie drammatiche che ci colpiscono molto da vicino e che stanno avendo ripercussioni su tutti noi.

Veniamo da due anni in cui è stato difficile tenere in equilibrio sentimenti diversi, legati alla salute, alla famiglia e al lavoro e che hanno avuto forti ripercussioni sui nostri rapporti sociali. Ora questa situazione sta mettendo nuovamente tutto in discussione.

Come Impresa sappiamo che dovremo affrontare un periodo molto difficile, conseguenza della pandemia prima e di questo conflitto adesso, ma come Cooperativa, in cui il valore delle persone è fondativo della nostra missione, abbiamo promosso e stiamo concludendo una campagna di raccolta fondi, a cui tutte le Cooperative del sistema

Coop, insieme a noi, hanno aderito, per venire incontro alle necessità urgenti del popolo ucraino duramente colpito dalla guerra.

Abbiamo registrato a oggi una partecipazione molto sentita. La grande quantità di ore donate dai nostri dipendenti, il cui valore la Cooperativa raddoppierà, sono la dimostrazione di quanto siamo una grande squadra che, come Direttore Persone, voglio ringraziare, per la capacità che ha, da sempre, di cooperare e di essere solidale con chi è più in difficoltà, rendendo, con il proprio comportamento, distintiva la nostra Cooperativa agli occhi di tutti, Soci, clienti, istituzioni e associazioni.



L'unione e lo spirito di squadra dimostrati, anche in questa circostanza, sono l'opposto della guerra, che separa, divide, polarizza. La nostra speranza è che il periodo pasquale porti notizie positive sullo stato delle trattative per la pace, in modo che le persone possano tornare di nuovo a vivere in sicurezza.

Il prossimo 28 aprile ricorre la Giornata mondiale per la salute e la sicurezza sul lavoro. La sicurezza delle persone e la tutela della loro salute sono l'elemento guida delle scelte della Cooperativa e il fondamento della sua cultura.

Se non avessimo avuto questa cura, tante azioni che abbiamo fatto in questi anni, durante la gestione della pandemia e dopo l'incendio di Ponte a Greve, non ci sarebbero state. Dopo il tragico incidente che ha colpito il nostro punto vendita, la prima attenzione che abbiamo avuto è stata quella di mettere in sicurezza tutte le persone all'interno del supermercato e del centro commerciale,



poi di non disperdere le persone che lavoravano nel punto vendita, anche se tutte insieme non potevano stare. Non è mai stato in discussione però se tenerle. Sicurezza, quindi, anche del posto di lavoro.

La tensostruttura è stata un'esperienza importante, non solo per tenere unito quel gruppo di lavoro, ma anche per rispondere alle necessità di una comunità che ha dimostrato fin da subito un grande attaccamento alla Cooperativa.

Nell'ultimo mese, prima dell'inaugurazione del 31 marzo, nel cantiere

del nuovo negozio hanno lavorato circa settanta ditte diverse, tutte nel rispetto delle regole e con tutte le attenzioni del caso, perché ci eravamo prefissati l'obiettivo di fare presto e bene. Il rispetto delle regole e il valore del lavoro e della salute, in un mondo in cui questi aspetti non sono sempre seguiti, è l'elemento distintivo che ci caratterizzerà sempre.

Ci stiamo avvicinando alla festività pasquale. Voglio cogliere questa occasione per augurare, a voi e alle vostre famiglie, una serena Pasqua, nella speranza che torni presto un periodo di pace.

UN TIR DI SOLIDARIETÀ DA PONTE A GREVE

Nel bilico c'erano 32 pedane di medicine, vestiti, giocattoli, cibo non deperibile e articoli per l'igiene della persona, tutti prodotti indispensabili per i profughi che hanno trovato riparo in Polonia.

L'iniziativa è della **Fondazione "Il Cuore si scioglie"**, in collaborazione con l'Elemosiniere di Papa Francesco.



FONDAZIONE
IL CUORE SI SCIOLGIE



I materiali di prima necessità, preparati con cura dai nostri colleghi del punto vendita di Ponte a Greve, sono arrivati a Lezajsk e verranno gestiti dalla Caritas diocesana in Polonia.

A difesa del potere d'acquisto di Soci e clienti

Gli investimenti messi in campo nella parte finale del 2021 hanno rafforzato la nostra reputazione, riaffermando il ruolo di tutela del potere d'acquisto che la Cooperativa esercita sul territorio.

Purtroppo la pandemia prima e la guerra in Ucraina ora, stanno determinando un quadro inflattivo che si rivererà sui prezzi finali di vendita e colpirà direttamente anche i consumi alimentari.

Questa evoluzione dell'attuale contesto rafforza ancora di più la necessità di prevedere forti investimenti a sostegno delle famiglie. La **proroga fino al 30 aprile della campagna "Prezzi Protetti"** va in questa direzione.



DATI ED EVIDENZE DI UN MERCATO CHE CAMBIA



2,1
milioni
(8% del totale)

Famiglie italiane in condizioni di "povertà energetica"

Fonte: Ufficio Studi Coop su dati OIPE, 2020.



AUMENTO DEL PREZZO COMPLESSIVO PER UTENTE DOMESTICO 1° TRIMESTRE 2021/2022

+130%
Energia elettrica*

+94%
Gas**

*Per una famiglia con 3kW di potenza impegnata e 2.700 kWh di consumo annuo.

**Per una famiglia con un consumo annuale di 1.400 m³.

Fonte: Ufficio Studi Coop su dati ARERA, 2022.



Oltre mille euro a famiglia per fronteggiare gli aumenti

2.500 € Previsioni di spesa media annua delle famiglie italiane per consumi di energia e gas nel 2022

+1.100 € rispetto 2021

UN NUOVO STILE DI VITA

Se ci confrontiamo con il 2019, prima del periodo pandemico, il cambio di stile di vita delle persone ha determinato un cambio nel modo di fare la spesa.

IN DISCESA
(% intervistati che diminuiranno o smetteranno di assumere i comportamenti/le abitudini rilevate)

IN SALITA
(% intervistati che aumenteranno o inizieranno ad assumere i comportamenti/le abitudini rilevate)

Salute e benessere

| | | |
|---------------------------|-------|-------|
| Attività fisica | 5% ▮ | 40% ▮ |
| Analisi di routine | 6% ▮ | 25% ▮ |
| Visite specialistiche | 7% ▮ | 23% ▮ |
| Momenti in cui stare soli | 8% ▮ | 23% ▮ |
| Meditazione | 4% ▮ | 17% ▮ |
| Preghiera | 5% ▮ | 16% ▮ |
| Consulto psicologico | 5% ▮ | 14% ▮ |
| Spa e centri benessere | 10% ▮ | 18% ▮ |
| Medicina alternativa | 6% ▮ | 8% ▮ |

Digital jump

| | | |
|---------------------------------------|-------|-------|
| Pagamenti digitali | 6% ▮ | 38% ▮ |
| Guardare film/serie TV in streaming | 6% ▮ | 35% ▮ |
| Utilizzare servizi di digital banking | 6% ▮ | 32% ▮ |
| Shopping online | 9% ▮ | 32% ▮ |
| Essere connesso a social network | 9% ▮ | 26% ▮ |
| Seguire webinar/Corsi di formazione | 8% ▮ | 22% ▮ |
| Spesa alimentare | 11% ▮ | 19% ▮ |
| Fare sport/Seguire corsi sportivi | 8% ▮ | 16% ▮ |
| Giocare a videogiochi online | 11% ▮ | 14% ▮ |
| Condividere file/Peer-to-peer | 8% ▮ | 10% ▮ |
| Incontri in rete | 7% ▮ | 9% ▮ |
| Scommesse sportive/Giochi online | 10% ▮ | 10% ▮ |

Tempo libero

| | | |
|------------------------------|-------|-------|
| Volontariato | 11% ▮ | 14% ▮ |
| Viaggi e vacanze | 25% ▮ | 24% ▮ |
| Manifestazioni/Attivismo | 14% ▮ | 9% ▮ |
| Eventi sportivi | 22% ▮ | 13% ▮ |
| Teatri/Musei | 26% ▮ | 17% ▮ |
| Centri commerciali/Outlet | 23% ▮ | 14% ▮ |
| Cinema | 30% ▮ | 20% ▮ |
| Concerti/Spettacoli dal vivo | 28% ▮ | 16% ▮ |
| Ristoranti/Bar/Pub | 30% ▮ | 17% ▮ |
| Discoteche/Sale da ballo | 19% ▮ | 6% ▮ |

C(home)fort zone

| | | |
|--|-------|-------|
| Faccende domestiche | 4% ▮ | 29% ▮ |
| Tempo dedicato ai figli | 4% ▮ | 28% ▮ |
| Tempo dedicato a parenti anziani/non autosufficienti | 6% ▮ | 29% ▮ |
| Bricolage/Fai da te | 5% ▮ | 27% ▮ |
| Pranzi e cene tutti insieme | 11% ▮ | 30% ▮ |
| Tempo trascorso al PC/Smartphone | 12% ▮ | 19% ▮ |
| Baby sitter/Aiuto domestico | 7% ▮ | 7% ▮ |

LE MACROTENDENZE

In questi due anni il cambiamento dei prodotti all'interno del carrello dei consumatori è stato significativo. Si possono però distinguere delle macro tendenze:



DATI DI SPESA

Soci e clienti continuano a frequentare meno i nostri punti vendita, facendo però una spesa più completa. Si riducono le spese occasionali dei non soci, mentre riscontriamo un aumento della spesa annua dei Soci che ci hanno frequentato.

Scontrino medio



Numero scontrini e frequenza di spesa



L'inaugurazione di Ponte a Greve

Il nuovo punto vendita di Ponte a Greve, progettato in collaborazione con lo studio Lucchetta Retail e da Inres, si presenta attento all'ambiente e alle esigenze di Soci e clienti. Completo e funzionale, con la possibilità di fare anche una comoda spesa veloce.

Il tutto in un ambiente che si apre allo sguardo di chi entra nel centro commerciale con due Fabbriche dell'Aria e una coltivazione idroponica.

I lavoratori del punto vendita nei mesi scorsi hanno partecipato a una serie di incontri, finalizzati a tenere unito il gruppo, e ora che sono tornati a "casa" si dicono pronti ad affrontare le nuove sfide che li attendono.



IL LAYOUT

La nuova organizzazione degli spazi di vendita, che sono leggermente maggiori di quelli del precedente negozio, permette dei percorsi più lineari e immediati a chi fa una spesa

completa, consentendo comunque di mantenere un percorso di spesa rapido che, dopo l'area dei freschissimi, porta alla barriera delle casse veloci posizionate dietro al ristorante.

Cambiano posto le acque, su richiesta dei consumatori, che prediligono un posizionamento a metà spesa, dopo i freschissimi, per chi fa una spesa più rapida.



LO SPAZIO RISTORO

Nasce una nuova area di ristoro con una selezione di prodotti e piatti per tutti i gusti e la possibilità di degustare il meglio della tradizione culinaria nostrana e delle tendenze contemporanee. I servizi dell'area ristoro infatti comprendono: bar per

colazioni con dolci e salati, gelateria, pizzeria con pizza alla pala, preparazione di primi e insalate cucinate dagli chef con ingredienti freschissimi, banco del Lampredotto del Bambi, storico marchio ancora oggi presente presso il Mercato Centrale di

Firenze, angolo hamburger e patate fritte, proposta sushi e poke, oltre al momento aperitivi. Disponibile il servizio take away e il totem interattivo per pagare in modo automatico e veloce. >>>

I reparti



ORTOFRUTTA

Il punto vendita si apre con lo spazio dedicato ai banchi del reparto frutta e verdura, un reparto con un nuovo layout finalizzato a una maggiore fruibilità e chiarezza espositiva, dove vengono privilegiati i prodotti di stagione. Un ampio spazio viene dedicato ai prodotti da agricoltura biologica. L'offerta viene completata da una ricca scelta di verdure fresche e cotte, zuppe, frutta tropicale e frutta secca, oltre che da insalate e macedonie fresche già confezionate. Sempre nella zona di ingresso si trova un'ampia varietà di piante da interno ed esterno e di fiori recisi, anche questi provenienti da fornitori toscani.



FORNERIA

Nella forneria, spazio alla produzione interna che coniuga lavoro artigianale e farine da grano coltivato in Toscana senza uso di glifosato. Oltre ai formati più classici, è disponibile anche il pane Panda ai multicereali, sfizioso e salutare perché ricco di germe di grano. In assortimento si trova anche il pane dei fornitori locali come Cerealia, oltre a pizze, focacce e schiacciate alla pala appena sfornate. Per quanto riguarda la scelta di dolci, disponibili quella della pasticceria interna e la proposta a marchio Banco del gusto: crostate di confettura extra senza coloranti, conservanti né grassi vegetali idrogenati, cantuccini alle mandorle e tante altre specialità. Dolci e salati si possono anche ordinare e ritirare in punto vendita.

MACELLERIA

Il punto vendita continua con gli spazi dedicati alla macelleria e alla pescheria. Nel primo si trova un ampio assortimento di carni rosse e bianche, con tutte le referenze a marchio Coop italiane al 100%,

provenienti da capi nati e allevati nel nostro Paese, e tutto il pollo a marchio Coop allevato senza uso di antibiotici. Dalle carni toscane, provenienti da allevamenti locali, si passa alle proposte dal mondo,

come quelle dall'Argentina, con un'attenzione anche a chi vuole risparmiare tempo senza rinunciare al gusto. Per chi va di fretta ecco una scelta di piatti pronti preparati ogni giorno.



PESCHERIA

In pescheria la fa da padrona il marchio PAT (Pescato nell'Arcipelago Toscano), garanzia di freschezza, qualità e filiera corta. Tutto il pesce PAT viene pescato il giorno precedente alla vendita. Al banco della pescheria si trovano anche orate e spigole di Capraia Isola, allevate fin dalla nascita senza antibiotici, in mare aperto a 36 chilometri dalla costa toscana dalla Cooperativa Maricoltura e Ricerca: un'autentica fattoria del mare. Ricordiamo inoltre che tutto il pesce a marchio Origine Coop garantisce tracciabilità totale e filiera di qualità: pesce da allevamenti selezionati, alimentato in modo sano e sottoposto a controlli rigorosi, senza uso di antibiotici negli ultimi 6 o 12 mesi. >>>

GASTRONOMIA

Poco più avanti, il Socio cliente arriva al banco della gastronomia, dove viene accolto da un tripudio di sapori genuini di qualità. Nell'ampia scelta di salumi la Cooperativa ha riservato un posto di rilievo ai salumi di filiera prodotti interamente in Toscana. Stessa logica per l'assortimento di formaggi, prodotti con latte vaccino, ovino, caprino sia freschi che stagionati. I piatti caldi della rosticceria, primi, secondi e contorni, vengono preparati espressi con ingredienti di prima scelta, secondo ricette semplici e tradizionali. Alle proposte tipiche toscane e italiane si affiancano alcune specialità della cucina internazionale.



GENERI VARI

La spesa continua con l'area dedicata alla dispensa, con prodotti confezionati e surgelati. Da segnalare un assortimento di prodotti senza glutine, proteici e salutistici in genere, compresi gli integratori, molto ampliato rispetto al consueto, per intercettare sempre di più la necessità di scelta di chi ha bisogni legati a queste aree. A una cantina molto fornita e a birre artigianali e pregiate, si aggiungono diverse novità "gratificanti" come ad esempio i francesi macarons, i biscotti offelle e tanti cioccolati pregiati, oltre a una ricca offerta di caffè locali e di infusi per una gustosa pausa relax.



NO FOOD

Quanto agli extra-alimentari, il reparto è organizzato in modo tale che il consumatore possa avere una visione di insieme e l'idea di tutte le possibilità a disposizione

con un solo sguardo. I settori all'interno del reparto sono quattro, ognuno con uno spazio ben identificato: si tratta dell'area casa, di quella cartoleria/giocattolo, dei

tessili e della mesticheria. Anche nell'extra alimentare l'offerta della Cooperativa segue una logica di stagionalità.



Prenota la spesa: le ultime novità

In questi mesi per limitare il disagio dei Soci e clienti del punto vendita di Ponte a Greve è nato un **servizio di consegna della spesa a domicilio** utilizzabile attraverso il sito

prenotalaspesa.coopfirenze.it. Collegandosi al sito è possibile fare la spesa e decidere se riceverla direttamente al proprio indirizzo, oppure se passare a ritirarla in negozio.

Il servizio ha rappresentato un'ulteriore iniziativa che la Cooperativa ha deciso di mettere in campo per facilitare la spesa dei molti Soci e clienti della zona, già danneggiati dalla chiusura del proprio punto vendita di riferimento e in attesa della riapertura del nuovo supermercato.

L'iniziativa ha riscosso un grande apprezzamento ed è stata una risposta alla nuova domanda dei nostri Soci e della comunità, in linea con i valori che ci rappresentano.

La Cooperativa ritiene centrale il ruolo del punto vendita, luogo della massima espressione dell'offerta e perno della relazione con i Soci. Nonostante ciò, la possibilità di poter prenotare la spesa rappresenta un servizio ai Soci e clienti al quale la Cooperativa intende rispondere con la qualità che già garantisce nei suoi punti vendita.

Il servizio continua anche dopo la riapertura del punto vendita di Ponte a Greve, allargando gli indirizzi di consegna a domicilio. Il servizio è attivo in tutto il comune di Scandicci, nei CAP di Firenze 50142, 50143, 50124, 50125, 50145, 50144, 50127, 50141, 50134, 50129 e in tutto il comune di Sesto Fiorentino.

LA RICEVI DIRETTAMENTE A CASA TUA...

PRENOTA LA SPESA

CONSEGNA A DOMICILIO



Se richiedi la consegna a domicilio, il servizio è attivo in tutto **il comune di Scandicci**, nei CAP di **Firenze 50142, 50143, 50124, 50125, 50145, 50144, 50127, 50141, 50134, 50129** e in tutto **il comune di Sesto Fiorentino.**

Verifica se il tuo indirizzo è servito su **prenotalaspesa.coopfirenze.it**

...OPPURE PASSI A RITIRARLA QUANDO VUOI

PRENOTA LA SPESA RITIRO IN NEGOZIO



Se ritiri la spesa in negozio, il nuovo punto consegna è esterno al centro commerciale di Ponte a Greve, ancora più comodo.

1. Vai su **prenotalaspesa.coopfirenze.it**
2. Fai la spesa direttamente online, scegliendo tra migliaia di prodotti quelli che ti interessano (per un minimo di 30€).
3. Passi a ritirarla nel giorno e nella fascia oraria che scegli.



Il nuovo punto consegna per ritirare la spesa in negozio è esterno al centro commerciale, ancora più comodo. La consegna invece è affidata a mezzi elettrici, nel pieno rispetto dell'ambiente, ed è stata studiata una logistica efficiente per saturare i furgoni delle spese in consegna al fine di ridurre le emissioni di CO₂. È possibile pagare solo online, con bancomat o carta di credito. Al momento non è possibile utilizzare altre forme di pagamento o Buoni pasto.

Il servizio rappresenta una soluzione coerente con i piani di sviluppo sostenibile della nostra Cooperativa.



Il volantino commerciale di Unicoop Firenze si fa digitale, per una convenienza sostenibile e a portata di mano

A cura della Responsabile Pubblicità, Sara Faucci

Durante la pandemia da Covid-19 gli **strumenti digitali** sono stati il principale mezzo utilizzato dalle persone per informarsi e pianificare la spesa.

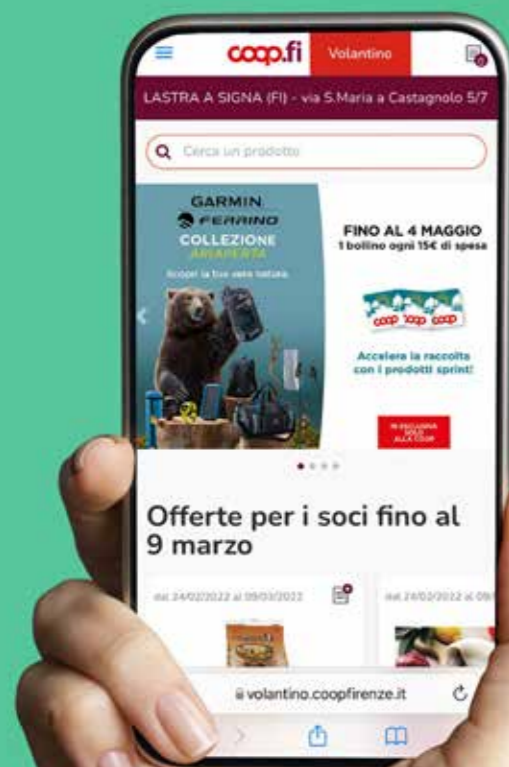
Circa **sei consumatori su dieci** nella fascia di età 25-55 anni hanno dichiarato di cercare online le informazioni relative alle promozioni.

Con la fine delle chiusure dovute alle restrizioni imposte dalla pandemia, il punto vendita fisico è tornato a essere **luogo di aggregazione e relazioni** e il **volantino cartaceo** uno strumento di grande importanza per l'aumento di traffico all'interno dei punti vendita.

Tuttavia, le nuove abitudini emerse durante la pandemia hanno reso chiaro che una parte importante di Soci e clienti è sempre più alla ricerca di un'esperienza d'acquisto **integrata e digitale**.

Per questo motivo, con lo scopo di soddisfare i bisogni di Soci e clienti, in coerenza con tutte le nostre iniziative sempre attente alla sostenibilità, Unicoop Firenze ha deciso di dar vita al **volantino commerciale digitale**.

Un progetto la cui realizzazione è stata possibile solo grazie a un gruppo di lavoro composto da persone appartenenti a diverse direzioni e alla volontà di rinnovare trovando un **equilibrio tra l'esperienza del passato e la necessità di accogliere le opportunità della digitalizzazione**.



Gli obiettivi del nuovo strumento

Attraverso il volantino digitale vogliamo far sì che Soci e clienti siano sempre **aggiornati sulle nostre iniziative commerciali** e che possano consultarle comodamente dal proprio computer o smartphone, oltre che attivare un **canale più attrattivo per le nuove generazioni**. Infine, coerentemente con l'attenzione che Unicoop Firenze riserva al tema della sostenibilità e dell'ambiente, abbiamo ritenuto

importante offrire uno **strumento che agevolasse il passaggio graduale dalla fruizione fisica a quella digitale del volantino**.

Questo per intraprendere un percorso volto a ottimizzare la distribuzione dei volantini cartacei, **riducendo gli sprechi di carta** ma allo stesso tempo raggiungendo un **sempre maggior numero di persone**.

Come si accede e qual è il suo funzionamento

Per accedere al volantino digitale è sufficiente andare sul sito **volantino.coopfirenze.it**.

Come prima cosa è necessario **selezionare il punto vendita** di cui si vogliono vedere le offerte. Effettuata la scelta, si può navigare all'interno del volantino consultando i prodotti raggruppati per

categorie, utilizzando dei **filtri** oppure la funzione **"cerca"**. Cliccando su un prodotto si possono vedere il suo **prezzo e le sue caratteristiche**, oltre che inserirlo nella **lista della spesa**, a cui sarà possibile aggiungere eventuali note prima di inviarla come promemoria **via mail o WhatsApp**.

Il lancio interno

Prima di lanciare esternamente il volantino digitale, la Cooperativa ha ritenuto di fondamentale importanza conoscere il punto di vista di tutti i dipendenti. A tal proposito, a partire dalla fine dello scorso mese, abbiamo dato a tutti i collaboratori di Unicoop Firenze la possibilità di accedere in antepri- ma al volantino digitale, chiedendo loro di compilare un questionario

al fine di raccogliere opinioni sullo strumento, focalizzandoci su vari aspetti come la **navigabilità, la chiarezza, la completezza delle informazioni e la funzionalità della lista spesa**. In moltissimi hanno partecipato attivamente, dimostrando grande interesse nel contribuire alla buona riuscita delle iniziative della Cooperativa.

Inquadra questo QR code e guarda il video di spiegazione.



Inquadra questo QR code e guarda/accedi al volantino.



**CLOSE
THE GAP**
RIDUCIAMO LE DIFFERENZE

Continuano le azioni per ridurre le differenze

Il focus dell'edizione 2022 della nostra campagna "Close The Gap" è il **riequilibrio dei ruoli genitoriali**, dove il gap da ridurre è duplice. C'è quello che penalizza gli uomini, negando il loro diritto a stare di più con i propri figli

fin dalla loro nascita, e c'è quello delle donne, per le quali la disuguaglianza a casa e in famiglia le vede occuparsi prevalentemente dei lavori domestici e del lavoro di cura con inevitabili effetti sulla loro crescita professionale e personale.

Da qui tra le prime azioni l'adesione alla **petizione sull'estensione del congedo di paternità obbligatorio promossa dall'associazione "Movimenta"** e un modo diverso con cui abbiamo celebrato la Festa del Papà con prodotti iconici da "usare a metà".

LA CAMPAGNA

Un anno fa Coop ha avviato la campagna "Close the Gap" sulla **parità di genere** e ha sottoscritto un'Agenda di azioni e impegni. Dodici mesi dopo alla rendicontazione di ciò che è stato si aggiungono nuove sfide come quella di sensibilizzare sulla necessità di dividersi i compiti alla pari e riequilibrare i ruoli.

Se in una famiglia entrambi i genitori sono occupati, il 63% del carico familiare grava comunque sulla donna e la recente pandemia ha persino accresciuto le disparità. Ancora nel 2021 in Italia 7 donne su 10 con figli minori di 14 anni hanno avuto problemi nel conciliare gli spazi e i tempi tra vita e lavoro e l'11% delle madri non ha mai lavorato per prendersi cura dei figli. Ma una disuguaglianza da colmare è anche quella che vede i

padri impossibilitati a occuparsi dei figli fin dalla loro nascita con solo pochi giorni di congedo di pa-

ternità, in modo da basare la ripresa post pandemica su un modello di crescita inclusivo ed egualitario.

AUMENTIAMO IL CONGEDO DI PATERNITÀ.

GENITORI #ALLAPARI

Qualsiasi cosa se fatta insieme è più facile. A maggior ragione quando nasce un figlio: dividendosi equamente i compiti si divide la fatica e se ne condivide la bellezza.

STARE DI PIÙ CON I FIGLI DEVE ESSERE UN DIRITTO DI TUTTI. VAI SU CHANGE.ORG/GENITORIALLAPARI E FIRMA LA PETIZIONE ONLINE DI MOVIMENTA

CLOSE THE GAP
RIDUCIAMO LE DIFFERENZE

LA coop SEI TU.

INGUADRA IL QR CODE E FIRMA ANCHE TU
MOVIMENTA

LE AZIONI



**CLOSE
THE GAP**
RIDUCIAMO LE DIFFERENZE

2022: 4 AZIONI PER RIDURRE IL GAP



PER UNA VERA PARITÀ: AZIONE

Il 70% dei dipendenti Coop è donna (un dato stabile rispetto all'anno precedente) ma sale al 34% la percentuale delle donne presenti in ruoli direttivi (era il 32%), mentre le socie volontarie sono arrivate al 52% e sono soprattutto donne le nuove socie (oltre 132.000). Continuiamo a percorrere la strada della parità, rendicontando i nostri risultati anno dopo anno.

PER CAMBIARE LA CULTURA: FORMAZIONE

Prosegue il lavoro di formazione sulla parità di genere, che in un anno ha coinvolto circa 1.000 persone tra dipendenti interni e stakeholder. Avviata anche la formazione rivolta principalmente alle lavoratrici di alcune delle nostre filiere in un'ottica di gender equality, che ha visto il coinvolgimento di oltre 200 donne.

PER AUMENTARE IL CONGEDO DI PATERNITÀ: PETIZIONE

Firmiamo su Change.org la petizione Genitori#allapari, per chiedere l'estensione del congedo di paternità obbligatorio, lanciata dall'associazione "Movimenta" e la community dei "Papà Pinguino" (un collettivo di giovani attivisti).

PER CREARE COMPORTAMENTI PIÙ VIRTUOSI: PREMIAZIONE

Dopo l'anteprima del 2021, quest'anno arriva la prima edizione del Premio Close The Gap. Concorrono le aziende fornitrici di prodotto a marchio Coop: verrà premiata la best practice nell'inclusione di genere.

LA coop SEI TU.

GENITORI#ALLAPARI:
AUMENTIAMO IL CONGEDO DI PATERNITÀ.
FIRMA ANCHE TU LA PETIZIONE DI MOVIMENTA
SU [CHANGE.ORG/GENITORIALLAPARI](https://change.org/genitoriallapari)



SCOPRI L'ORTOFRUTTA

STAGIONALITÀ

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

FRUTTA



VERDURA



PARLIAMO DI...

Mele: fra tradizione e futuro

La mela Stayman e la mela Ambrosia

La mela Stayman o Winesap è una delle più antiche varietà di mele che ancora oggi vengono coltivate a scopo commerciale. Coltivata in New Jersey dai primi pionieri giunti negli Stati Uniti, la varietà d'origine Winter Winesap appare nella **letteratura specializzata già nel 1875**. La mela Stayman è grande e di forma schiacciata, ha un colore che va dal rosso pieno al rosso molto striato, la buccia ruvida e una polpa compatta. L'aroma è dolce-aspro ed è succosa e croccante.



La mela Ambrosia nasce in Canada nello stato della British Columbia da un incrocio spontaneo. All'inizio degli anni '90 Sally e Wilfried Mennell, originari della Similkameen Valley, scoprirono infatti che una delle loro piante produceva mele diverse dalle altre. Ambrosia è nata quindi per caso, dallo spontaneo incontro tra una mela rossa e una gialla, dando vita a un frutto dalla tonalità bicolore: sul fondo giallo spicca un sovracoloro rosso acceso.



FRUTTO DI STAGIONE

Radicchio rosso tardivo di Treviso IGP

"Se lo guardi, egli è un sorriso, se lo mangi, è un paradiso /.../ il Radicchio di Treviso!"

Versi di una poesia di Giovanni Rizzi (1828 - 1889)

Il radicchio IGP nasce nelle antiche terre della Serenissima, ricche di storia e di bellezza. Un dono prezioso che cresce in territori vocati, pieni di naturalità e di acque sorgive, raccolto da uomini che sanno aspettare il freddo e i tempi della natura. Per essere l'autentico Radicchio Rosso di Treviso IGP deve provenire dall'area tipica posta fra le province di Treviso, Padova e

Venezia e deve essere ottenuto secondo la tradizionale tecnica di **forzatura e imbianchimento** durante la quale i mazzi, dopo la raccolta - che avviene normalmente a partire dai primi di novembre - vengono posti in vasche riempite con acqua corrente di risorgiva.

Dopo circa quindici giorni, ottenuti i nuovi germogli, si procede con la fase di toelettatura, lavaggio

e confezionamento. Una volta pronto, il radicchio si presenta nella tipica forma lanceolata, con germogli regolari e compatti che tendono a chiudersi all'apice. Il lembo fogliare è di colore rosso intenso con una nervatura principale di colore bianco.



IN CUCINA

Quiche al radicchio rosso

Procedimento:

Per realizzare la quiche al radicchio rosso iniziate a mondare i due cespi di radicchio eliminando eventuali foglie esterne. Tagliateli a listarelle che laverete e passerete nella centrifuga per insalata. Scaldate in una padella 3 cucchiari d'olio con lo scalogno tritato, aggiungete il radicchio e fatelo cuocere per 2-3 minuti a fuoco vivace. Salate. Fate sbollentare la salsiccia in acqua aromatizzata con il vino per 3 minuti, quindi scolatela e lasciatela intiepidire.

Foderate con il rotolo di pasta una teglia per crostata, dal fondo rimovibile, di 24 cm di diametro.

Bucherellate il fondo con i denti di una forchetta, quindi distribuitevi sopra il radicchio, la salsiccia spelata e sbriciolata, la fontina tagliata a dadini.

Sbattete le uova e la panna con una forchetta, unite una presa di sale e una macinata di pepe, quindi versate il composto sul ripieno. Ripiegate i bordi della pasta verso l'interno e mettetela in forno preriscaldato a 190°C. Fate cuocere per circa 25 minuti. Sfornate la quiche al radicchio rosso, lasciatela riposare per qualche minuto, quindi sformatela e servite.

Ingredienti:

- una confezione di pasta brisée
- 2 cespi di radicchio rosso
- 2 scalogni
- 200 g di salsiccia
- 200 g di fontina valdostana
- 2 uova
- 100 g di panna
- ½ bicchiere di vino bianco secco
- olio extravergine di oliva
- sale
- pepe nero

La nostra partecipazione al Capodanno fiorentino

Il Capodanno fiorentino, festività ufficiale del Comune di Firenze che cade il 25 marzo di ogni anno, è stato celebrato con tre giorni di iniziative, dal 25 al 27 marzo.

In piazza Santa Maria Novella è stato allestito un mercato, con l'esposizione di circa 30 operatori con prodotti dell'artigianato artistico fiorentino ed eccellenze agroalimentari. La Cooperativa ha partecipato all'evento con un proprio spazio di esposizione e vendita di prodotti fior fiore Coop, con le eccellenze della nostra filiera agroalimentari.

I nostri colleghi, che hanno partecipato allo stand, hanno dimostrato l'interessamento e la vicinanza ai temi e alle realtà del territorio da parte della Cooperativa. In un clima positivo e di condivisione i partecipanti hanno fatto conoscere la qualità del nostro prodotto fior fiore e hanno passato giornate diverse dal solito, che si porteranno per sempre con loro.

Il maestro d'arte orafa
PAOLO PENKO



Paolo Penko, Maestro d'Arte Orafa, designer e scultore, fiorentino per nascita, assimila dalla sua città tutto il fascino dell'arte rinascimentale, diventandone un profondo conoscitore e alla quale si ispirano molte delle sue opere.

Numerose sono le opere di carattere sacro realizzate per la Cattedrale di Santa Maria del Fiore.

La sua passione per l'arte sacra ne ha fatto uno dei fondatori nonché docente della Sacred Art School di Firenze.

A Firenze alcune delle sue opere più significative sono entrate a far parte della collezione del Bargello e del Museo degli Argenti di Palazzo Pitti.



Paolo Penko, Maestro d'Arte Orafa, con Claudio Vanni, Responsabile Relazioni Esterne di Unicoop Firenze.



Per suggellare le giornate, composte anche da itinerari dedicati, letture e musica, il maestro artigiano **Paolo Penko ha coniato uno speciale fiorino di fronte al pubblico in piazza Santa Maria Novella.**

"Il Capodanno Fiorentino celebra le tradizioni della nostra città e il suo patrimonio artistico e culturale: non potevano mancare quindi le eccellenze artigiane, che ne raccontano l'identità più autentica" ha commentato il **presidente di Confartigianato Imprese Firenze Alessandro Sorani**. *"Ma accanto alla mostra mercato abbiamo pensato a un cartellone di iniziative, in vari luoghi urbani, per permettere ai cittadini e ai turisti di tutte le età di conoscere più a fondo Firenze, soprattutto quegli aspetti e quelle realtà più insolite e curiose"*.



Alessandro Sorani, Presidente di Confartigianato Imprese Firenze e alcuni colleghi.



Nelle foto sopra lo stand con i prodotti fior fiore Coop e alcuni colleghi che hanno partecipato all'evento in piazza Santa Maria Novella, che ha visto anche la visita del Sindaco di Firenze, Dario Nardella.

Pensati con il Cuore 2022: al via i primi 5 progetti di solidarietà sul territorio

Il meccanismo è quello classico del crowdfunding che mette al primo posto il coinvolgimento delle persone, facendo conoscere le realtà impegnate nella solidarietà e invitando a fare una donazione. Una volta arrivati a metà della cifra necessaria,

la Fondazione Il Cuore si scioglie raddoppiando l'importo per realizzare il progetto.

Fino al 3 maggio si potrà contribuire partecipando agli eventi delle sezioni Soci, online sul sito Eppela o acquistando i prodotti dedicati.

I risultati
ottenuti

1.211.554
euro raccolti

81
progetti proposti
e finanziati

Verso il futuro e oltre

Progetto del Movimento Shalom per dare uno sbocco lavorativo ai richiedenti asilo attraverso la valorizzazione del territorio toscano. Le donazioni serviranno ad avviare l'attività della neonata cooperativa "Verso il futuro" che sulla via Francigena si occuperà di dare servizi ai turisti e opportunità di impiego alle persone più fragili e alle donne vittime di violenza.



VisitABILE

Altra sfida è quella dell'associazione ToscanABILE che lancia il progetto VisitABILE per formare persone con disabilità e affiancarle alle guide turistiche di Arezzo e della provincia. L'obiettivo è promuovere processi di integrazione nell'ambito turistico.



Un tendone accessibile per Spazio Ipotetico

A Empoli l'associazione Spazio Ipotetico ha avuto un'idea che tanto ipotetica non è: un tendone da circo che diventi il luogo "in cui ogni persona - al di là della classificazione o diagnosi assegnatagli - possa incontrare il piacere e la bellezza dell'arte ed esprimersi attraverso un processo creativo libero e orientato ai suoi bisogni e desideri".



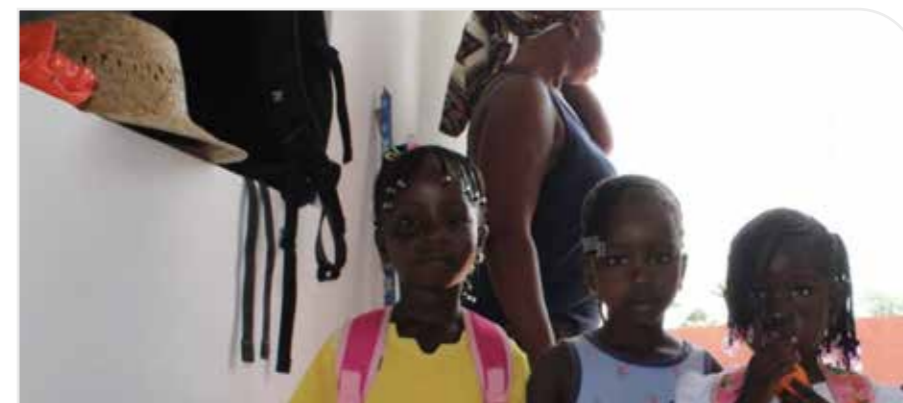
Il fine giustifica il mezzo

Il fine giustifica il mezzo, invece, è il titolo del progetto di Agrabah, associazione genitori per l'autismo, a Pistoia. Il mezzo è l'auto per sostenere la partecipazione degli utenti a progetti utili alla promozione dell'autonomia personale, promossi anche nell'ottica del «dopo di noi». Un mezzo insomma per permettere ai ragazzi di svolgere attività sportive, accedere a teatri e iniziative culturali e ludiche e partecipare a momenti di socializzazione.



Che Bel Fior!

Infine, per la prima volta Pensati con il cuore sbarca all'estero, per la precisione in Senegal, ma nel nome della toscanissima Denise Latini, attivista scomparsa prematuramente. La raccolta sosterrà la scuola materna voluta da Denise nel villaggio di Daga Djalaw, a 100 km da Dakar, arredando lo spazio esterno con attrezzature per il gioco e per lo sport.



Aiutiamo la popolazione civile ucraina con una raccolta fondi. #coopforucraina



Le colleghe del punto vendita 003 - Firenze Coverciano.

Pensieri per l'Ucraina

Sono una dipendente del punto vendita di Montevarchi, i miei genitori si trovano a Kiev, volevo dirvi semplicemente GRAZIE, grazie di cuore

Iryna

Non posso pensare che nel 2022 ci siano ancora carri armati e guerre.... Quando con la tecnologia le distanze si riducono, cerchiamo in ogni modo di migliorare le nostre esistenze.... C'è ancora qualcuno che vuol sottomettere l'altro.... Inconcepibile

Ornella

*"La cooperativa deve far la cooperativa...
Che l'occasione sia drammatica o giuliva!
Esser cooperativa è una missione...
Punto di grande Unione!
"Non abbiamo più parole" è vero...
Aiutiamo con i fatti e non solo col pensiero!
"Solo un gesto": donare in cassa
è un modo per esser vicini...
Meritano speranze tutti quei bambini!"*

Matteo

Unicoop Firenze sempre presente, Orgoglioso di essere dipendente e Socio.

Tiziano



Le colleghe del punto vendita 045 - Poggibonsi Salceto.

Non ci sono parole per descrivere ciò che sta succedendo. Comprendo il dolore, il disagio e soprattutto la sofferenza che state provando, mi riferisco soprattutto alle famiglie con bambini piccoli. È incomprensibile e inammissibile che ci siano persone così malvagie che abbiano voluto questo: guerra, distruzione e morte. Spero che avrete la vostra pace e rivincita, ma soprattutto mi auguro che l'autore di queste atrocità, abbia ciò che si merita. Concludo, che con questo piccolo pensiero vi voglio esprimere tutta la mia comprensione e vicinanza.

Samuele

È un'atrocità... leggere la paura negli occhi dei bimbi...

Gianna

"Faccio parte di questa cooperativa da quasi 22 anni ormai e mi rendo conto che se anche molte cose sono cambiate nel mondo del lavoro, quando si tratta di solidarietà siamo sempre in prima linea e questo mi rende molto orgogliosa del posto in cui lavoro... Grande Mamma Coop!!!"

Tiziana

"Le guerre sono il delirio di onnipotenza di pochi, opportunisti, arrivisti, assetati di grandezza e di ricchezza, che hanno la capacità di convincere molti che quello che stanno facendo sia giusto per il proprio paese, anebbiando le menti e distorcendo la verità. Purtroppo tutto questo porta unicamente distruzione e dolore... e fa ancora più male in questa epoca, nella quale è ancora vivo il ricordo degli orrori passati e anche delle guerre recenti. Spero con tutto il cuore che questo scempio finisca al più presto e mi auguro che per i figli di tutto il mondo il FUTURO possa essere garantito e il più possibile sereno."

Grazia



Le colleghe del punto vendita 045 - Poggibonsi Salceto.

Lo spettro di una terza guerra mondiale è difficile da concepire per una generazione come la nostra, che fortunatamente non ha mai vissuto le tragedie di un conflitto mondiale, ma lo ha sentito solo raccontare dai nonni o dai genitori....

Rossella

In questo periodo funesto è fondamentale l'equilibrio delle emozioni sapere essere, saper parlare avere come fine di tutta la nostra vita la buona diplomazia, la speranza ci mantiene vivi l'amore ci fortifica ma senza un patto di pace e felicità tra le persone non possiamo andare molto avanti. Le persone hanno un significato profondo non possono essere giudicate solo sul piano funzionale ed economico altrimenti diventano marionette da aggiungere togliere o eliminare con una delle tante guerre possibili. La guerra di Putin è una conseguenza del nostro mondo utilitaristico non ci coglie nemmeno troppo di sorpresa.. forse in tutto questo però c'è un elemento che gli oligarchi che muovono questo eccidio che muovono questo eccidio non hanno preso in considerazione ovvero la rete di social network dove i giovani fanno da padrone, loro saranno pronti ad accettare la limitazione della libertà? E soprattutto la loro mobilitazione sarà contenibile dai regimi? Auguriamoci di no.

Federico



"La solidarietà non presuppone che le nostre lotte siano le stesse lotte, o che il nostro dolore sia lo stesso dolore, o che la nostra speranza sia per lo stesso futuro. La solidarietà implica impegno e lavoro, anche se non proviamo gli stessi sentimenti, anche se non sono coinvolte le nostre stesse vite, anche se non sentiamo lo stesso dolore, perché viviamo su un terreno comune. (Sara Ahmed)"

Paola

"Anche questa volta la Coppe si è "schiata" 🛒❤️ Senza armi, senza paure, lo ha fatto con una bandiera all'entrata! 🇷🇺 Con una bandiera magari non si risolvono gli accadimenti... 😊 Ma si prova ad urlare forte ai quattro venti! 🗣️ Con quattro lettere si sventola i colori dell'arcobaleno... 🌈 Nel 2022, dopo quel che abbiamo passato... di una "NON PACE" ne facciamo volentieri a meno. 😊👍"

Matteo

Continuiamo a sostenere la campagna #coopforucraina



Inquadra il QR code per donare ore di permesso e di retribuzione

Insieme all'Agenzia ONU per i Rifugiati-**UNHCR**, la **Comunità di Sant'Egidio** e **Medici Senza Frontiere**, da anni presenti sul territorio ucraino, sosteniamo #coopforucraina.

L'obiettivo è fornire assistenza sanitaria, kit di primo soccorso, cibo, vestiti e accoglienza al confine con l'Ucraina e quanto necessario in uno scenario in continua evoluzione.

Siamo partiti da uno stanziamento di **500.000 euro** che tutte le cooperative di consumatori hanno messo a disposizione, al quale si stanno sommando le donazioni di Soci, consumatori e dipendenti.

È possibile contribuire donando:

- **punti della carta Socio** o **denaro** alle casse dei nostri punti vendita;
- **online** sulla pagina dedicata del sito Eppela;
- tramite il **conto corrente** dedicato: IT 36 H 02008 05364 000106357816.

Noi dipendenti possiamo donare anche ore di permesso e di retribuzione. **In questo caso la Cooperativa si impegna a raddoppiare i contributi raccolti.**

HELP
Non abbiamo più parole. Solo un gesto.
Coop aiuta la popolazione civile con una raccolta fondi per fronteggiare l'emergenza umanitaria.

Partecipa anche tu con una donazione. #coopforucraina

PUNTI DONARE

coop A FAVORE DI UNHCR AGENZIA ONU per i Rifugiati SANTEGIDIO MEDICI SENZA FRONTIERE



Nella foto i colleghi del negozio 003 - Firenze Coverciano.



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

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

myuniconfirenze.coopfirenze.it



Scarica l'App MYA