

MY

unicoopfirenze

PER NOI  
CHE CI LAVORIAMO

# NUOVE SFIDE E OBIETTIVI.

L'attenta analisi nell'editoriale  
del Presidente del Consiglio di Gestione,  
Michele Palatresi





# INDICE

N° 88 - Giugno 2022



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

Inquadra i QR Code

per Android



per iPhone



## IN PRIMO PIANO

# Il bilancio 2021 e le prospettive future



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

### IN PRIMO PIANO

IL BILANCIO 2021 E LE PROSPETTIVE FUTURE 03

APPROVATO IL BILANCIO 2021 06

### L'APPROFONDIMENTO

IL PREMIO VARIABILE 2021 09

IL NOSTRO IMPEGNO PER LA QUALITÀ 10

IL NOSTRO IMPEGNO PER L'AMBIENTE 13

### L'INIZIATIVA

IL NUOVO COLLEZIONAMENTO "FAI VIVERE LO SPORT" 16

FAI COLAZIONE CON COOP. COME SONO ANDATI GLI ASSAGGI DEI NUOVI PRODOTTI A MARCHIO? 18

### SCOPRI L'ORTOFRUTTA

PARLIAMO DI... MELE: CONFEZIONI ECOPACK CON FRUTTA FRESCA IN PEZZI DEI FRATELLI ORSERO 20

FRUTTO DI STAGIONE: IL MELONE DI AGRICOLTORI VERDE ETRURIA 21

### STORIE DI ORDINARIA STRAORDINARIETÀ

UNA GRANDE FAMIGLIA 22

### SOLIDARIETÀ

RACCOLTA ALIMENTARE: DONATE 167 TONNELLATE DI PRODOTTI 23

**N**el 2021 abbiamo raggiunto un altro risultato importante: l'utile infatti ammonta a 25,5 milioni, al netto di imposte di circa 17 milioni di euro, che rappresentano un importante contributo all'erario italiano.

visione e un approccio lungimirante, la Cooperativa ha preso per cercare di avere una situazione più tranquilla nei prossimi anni, che saranno sicuramente molto impegnativi. È importante sottolineare che i costi associati al tragico evento di Ponte a Greve, sono tutti inseriti nel bilancio 2021, escluso quelli di ricostruzione che troveremo negli ammortamenti dei prossimi anni.

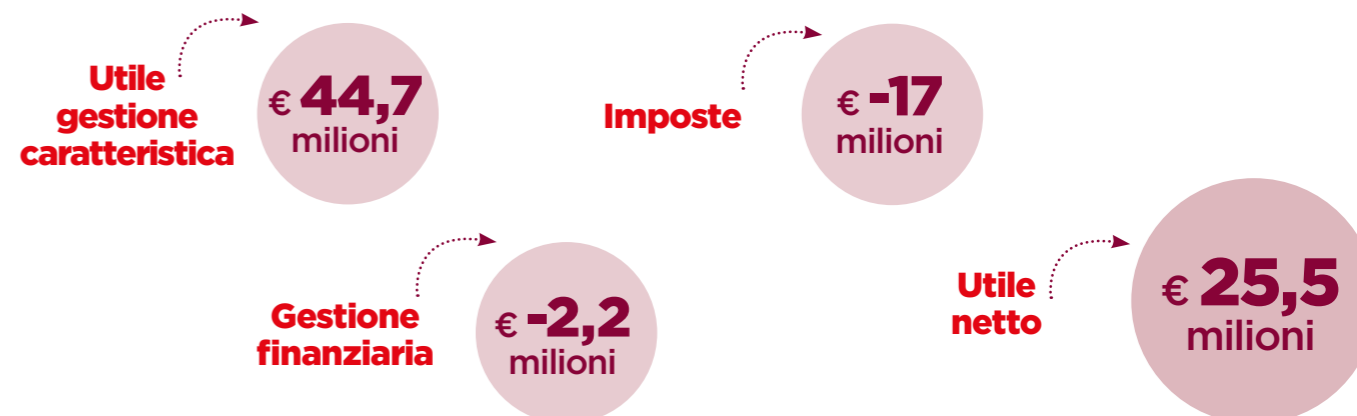
patrimonio netto, che ora ammonta a un miliardo e 700 milioni e copre interamente il prestito sociale (circa un miliardo e mezzo).

Bastano questi dati a far comprendere la solidità patrimoniale della nostra cooperativa, che noi abbiamo ereditato e che abbiamo la responsabilità di trasferire, magari rafforzandola, a chi verrà dopo di noi. >>>

All'interno del risultato complessivo della gestione registriamo una serie di prudenze, che, con una

Mi sento di esprimere un ringraziamento a tutta l'organizzazione, perché i risultati sono il frutto di un lavoro di squadra. I risultati conseguiti rafforzano il nostro

### I RISULTATI 2021



## LO SCENARIO

Siamo di fronte a un contesto difficile dal punto di vista economico, sociale, politico e, aggiungo, anche distributivo.

La distribuzione, in Italia, si trova ad affrontare una fase d'inevitabile selezione del mercato, dove i soggetti meno strutturati e solidi rischiano di lasciare spazio a formule e organizzazioni più strutturate ed efficienti. Con l'inflazione che continuerà a crescere nei prossimi mesi, ci troveremo ad affrontare un contesto di "stagflazione", ovvero una domanda che cala e i prezzi che continuano, almeno nel breve, a salire, finché l'equilibrio tra domanda e offerta non ritroverà il suo equilibrio. Equilibrio non scontato e sicuramente ben diverso rispetto a quello che conoscevo fino a qualche tempo fa, prima che la pandemia e ora la guerra, mettessero in evidenza le fragilità di un sistema economico mondiale

che non funziona più, dove la ricchezza è fortemente concentrata e sbilanciata verso pochi soggetti a discapito degli altri.

Il rischio concreto è quello di passare da un'emergenza prima sanitaria ora economica, a una sociale. La cooperazione di consumo, quindi, può tornare ancora più attuale perché nasce proprio per questo: difendere gli interessi dei più deboli, in primis la tutela del potere d'acquisto delle famiglie.

Purtroppo, negli ultimi anni, la Cooperazione ha sofferto un effetto omologazione ad altre insegne del mercato distributivo. Non è il nostro caso, perché chi ci ha preceduto ha avuto la consapevolezza di voler stare davanti sui temi fondanti e distintivi, come appunto la tutela dei Soci e clienti, cercando anche di condizionare gli altri, come avviene con l'effetto calmiera sui prezzi nella nostra regione.

La crescita del discount rischia di insidiare il ruolo statutario e l'identità della Cooperativa, mettendo in discussione anche la missione e la finalità del modello Cooperativo stesso. Questa è la minaccia che abbiamo visto qualche anno fa, quando abbiamo deciso di cambiare strategia e non lasciare spazio a questa formula distributiva. Se vogliamo avere l'ambizione di essere leader e competere con qualsiasi formato di vendita, dobbiamo avere la consapevolezza di dover rimanere davanti e correre più degli altri.

Il sistema cooperativo si è interrogato su come affrontare questa situazione. L'evoluzione del Prodotto a Marchio, con questa portata strategica, si pone l'obiettivo di dare slancio alla nostra insegna e rafforzare la nostra identità, creando un legame stretto con i Soci e i consumatori fatto di qualità, sicurezza e garanzie che trovi solo nei nostri negozi.

## LA NAVIGAZIONE

Molti economisti, per rappresentare la grave crisi che sta caratterizzando l'intero pianeta, definiscono questo periodo come la "tempesta perfetta". Quando si trova in un mare in tempesta, servono alcuni elementi per non perdere la rotta: **la solidità**, sulla quale, come abbiamo visto, la nostra impresa può contare, **il credere** in quello che si fa, **l'entusiasmo** per affrontare una nuova sfida e **la squadra**, perché affrontarlo insieme è molto meno rischioso che farlo singolarmente.

È importante, in questa navigazione, non perdere di vista quali sono i nostri punti di approdo, quegli obiettivi che ci siamo dati già da un po' di tempo, come: **il superamento di una eccessiva concentrazione dell'utile** commerciale nelle grandi strutture, **il superamento della politica piatta** (cambiando il marketing mix dei nostri formati compreso anche quello tra continuo e promo), **l'attualizzazione dell'offerta** in funzione della domanda e **il recupero di quote di mercato**.

Ci sono due fari nel condurre la nostra attività che, in questo mare in tempesta, non dobbiamo mai perdere di vista e tantomeno metterli in discussione: i nostri VALORI e i nostri SOCI.

Per raggiungere l'obiettivo dell'incremento delle quote di mercato, tenendo in equilibrio il conto economico della Cooperativa, dobbiamo perseguire "vendite sane"; le vendite sottocosto, quelle fatte ai cosiddetti accaparratori, finanche i buoni pasto, non creano valore, anzi rischiano progressivamente di portarlo via. Dobbiamo, quindi, ricercare vendite virtuose, riscoprendo la vocazione fondamentale del nostro mestiere che è l'arte del venditore, di quella persona che vuole vendere qualcosa in più, senza necessariamente forzare i consumi, in risposta ai bisogni reali dei consumatori. Inoltre, ci sono altre leve che possiamo mettere in campo per aumentare le nostre vendite e che non siano solo le promozioni: la tenuta del punto vendita, la pulizia e il decoro, il rifornimento ottimale degli scaffali, la freschezza dei prodotti, le scadenze adeguate e,

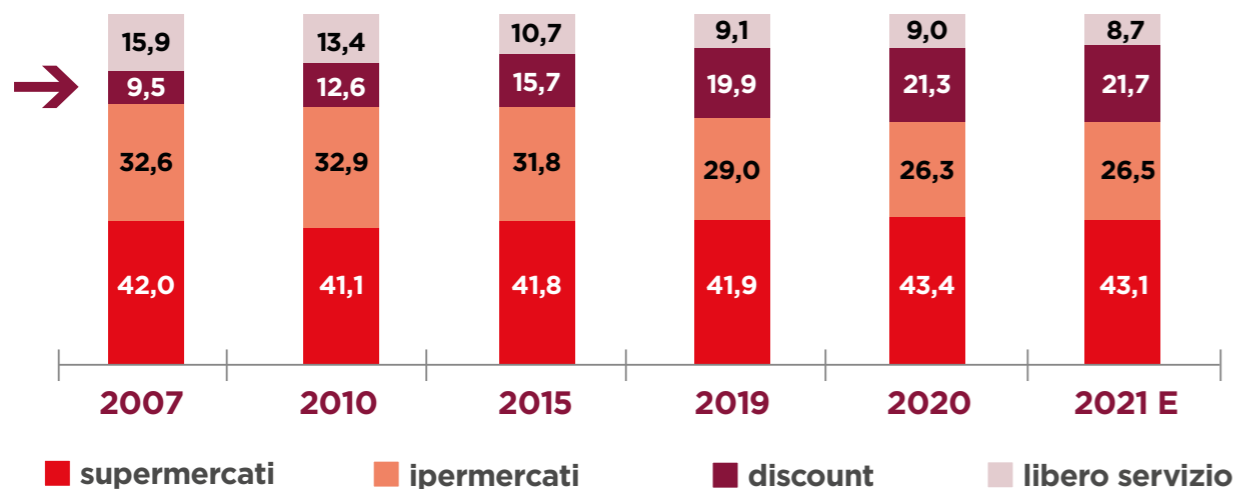
soprattutto assortimenti calibrati in funzione del ruolo dei punti vendita sul territorio.

In merito a quest'ultimo punto, l'obiettivo dell'evoluzione del Prodotto a Marchio è quello di migliorare la nostra proposta per soddisfare maggiormente i bisogni di Soci e clienti, trovando un equilibrio con l'esigenza di semplificazione che un'organizzazione deve sempre perseguire all'insegna dell'efficienza, indispensabile per mantenere bassi i costi di gestione e conseguentemente anche i prezzi di vendita. Per fare questo ci sono tre pilastri assortimentali fondamentali: il nostro **Prodotto a Marchio Coop**, i **prodotti della industria di marca**, "riconosciuta" come tale, perché non tutte hanno lo stesso valore sullo scaffale e nella spesa dei consumatori, e i **prodotti del territorio**. Infine, nella componente delle vendite c'è il peso specifico delle persone, che devono essere adeguatamente motivate, coinvolte, formate e informate per supportare al meglio la nostra proposta.

## L'ASCESA DEL DISCOUNT

La GDO tra nuovi e vecchi trend  
Quote di mercato in % (2007-2021 E)

AREA STUDI  
MEDIOBANCA



Gli ipermercati perdono quota passando dal 32,6% del mercato nel 2007 al 26,5% del 2021, incalzati dai discount (21,7%) più che raddoppiati dal 2007 (9,5%) e attesi al **24,6% nel 2023**

## LOTTA AGLI SPRECHI

Lavorare sulla struttura dei costi è irrinunciabile, perché, nei prossimi anni, i ricavi che produrremo potrebbero non bastare per coprire i costi. Le rotture/avarie e ammanchi inventariali pesano per 25 milioni nel bilancio del 2021, cifra che corrisponde al nostro utile finale.

Dobbiamo affrontare questa criticità con lo spirito del buon padre e madre di famiglia, partendo da un approccio culturale su questo tema. È essenziale fare attenzione agli sprechi e ai costi anche più banali, perché da lì dobbiamo ripartire con autocontrollo e controllo reciproco, da esercitare in modo ancora più puntuale rispetto

al passato. Non possiamo cedere alla logica dell'impossibilità di migliorare un risultato già eccellente perché abbiamo tutte le condizioni per poterlo fare. Dobbiamo realizzarlo tutti insieme, ognuno di noi deve sentire un pezzetto di missione e responsabilità della nostra Cooperativa.

Malgrado la difficoltà che andremo ad affrontare sento, citando Gramsci, "da una parte il pessimismo della ragione legato ai numeri e dell'altra l'ottimismo della passione e della volontà" perché questo gruppo ha dimostrato di saper affrontare tutte le sfide che di volta in volta si è trovato davanti.

Credo nelle nostre possibilità e sono convinto che quando la tempesta sarà passata, mentre navigheremo in un mare più tranquillo ci guarderemo in faccia e lì ci renderemo conto di aver raggiunto il nostro vero obiettivo: quello di lasciare la barca a coloro che arriveranno dopo di noi e che si troveranno, a loro volta, a solcare mari in tempesta, ma forti di tutto quello che noi saremo riusciti a trasferire loro come testimone.

# Approvato il bilancio 2021

**Il bilancio evidenzia un utile netto pari a circa 25,5 milioni così composto:**

**€ 44,7 milioni**  
differenza tra il valore e il costo della produzione

**€ -2,2 milioni**  
proventi, oneri e rettifiche di valori finanziari

**€ -17 milioni**  
imposte

## I RISULTATI DEL 2021

Si chiude positivamente il bilancio 2021 di Unicoop Firenze. La Cooperativa, infatti, nello scorso anno ha svolto la propria attività commerciale in 108 punti vendita (tre in più rispetto al 2020) con ricavi per vendite lorde al dettaglio pari a 2,4 miliardi di euro, +1,3% rispetto al 2020.

Nel 2021 continua il forte consolidamento a livello patrimoniale (le immobilizzazioni superano i 1.507 milioni di euro), finanziario (1.590 milioni di euro in titoli di stato) ed economico (ricavi a 2.517 milioni di euro, +1,6% rispetto all'anno precedente). Grazie al risultato positivo del 2021, il patrimonio netto della Cooperativa cresce arrivando a 1.730 milioni di euro.

Il patrimonio della Cooperativa è superiore e quindi garantisce il rapporto legato al prestito dei Soci (1.483 milioni di euro), una somma abbondantemente coperta da titoli di stato prontamente esigibili.

A fine 2021 sono invece 1.089.640 i Soci della Cooperativa, +0,9 rispetto all'anno precedente.



Al 31.12.2021, 7.938 persone lavorano in Cooperativa, di cui l'87% a tempo indeterminato e il 65% sono donne. Nel 2021 la Cooperativa ha continuato a garantire la salute dei lavoratori rispetto al Covid tramite

misure di prevenzione e dispositivi di sicurezza, realizzando anche un Centro vaccinale dedicato, in collaborazione con la Regione Toscana.



## Convenienza

Fra le iniziative commerciali per tutelare il potere di acquisto delle famiglie toscane, si segnalano quelle relative all'erogazione di buoni per la spesa e all'attività "Una Mano Concreta" che per mesi ha tenuto fermi i prezzi di alcune centinaia di prodotti a marchio, indispensabili nella spesa quotidiana.

Nel 2021 sono stati erogati sconti per un valore complessivo pari a 293 milioni di euro, di cui 101 riservati esclusivamente ai Soci, che rappresentano il 90% delle vendite. Il valore complessivo degli sconti è aumentato rispetto al 2020

(+42 milioni), quando le attività promozionali erano state in parte forzatamente ristrette a causa della pandemia.

La Cooperativa inoltre da sempre mira a ricercare il primato della convenienza e questo sforzo

anche nel 2021 ha fatto sì che nei territori dove opera Unicoop Firenze i prezzi fossero generalmente più bassi rispetto alla media italiana. Si rileva infatti come l'indice dei prezzi dei beni alimentari, per la cura

della casa e della persona (rilevazione ISTAT, variazione 2021 su 2020) sia incrementato dello 0,4% a livello nazionale, dello 0,3% sul Comune di Firenze e diminuito dell'1,1% nella rilevazione sui prezzi applicati dalla Cooperativa.



## Il territorio

Oltre 5.500 prodotti locali si trovano sugli scaffali dei nostri punti vendita. Il 25% dei prodotti acquistati dalla Cooperativa proviene

da oltre 700 fornitori toscani, che rappresentano il 34% del totale dei fornitori. Il valore che Unicoop Firenze genera sul tessuto

economico toscano, compresa la filiera, ammonta a 983 milioni di euro.



## Identità digitale per tutti

Consapevoli delle difficoltà che molte persone stanno affrontando nella gestione della propria identità digitale, Unicoop Firenze ha introdotto il servizio di attivazione

dello SPID in 20 punti vendita. Il risultato? 41.200 identità digitali rilasciate da luglio a aprile 2022.



## Abbraccia un Albero

A Montopoli in Val d'Arno, in un'ex area industriale di 6 ettari, la Cooperativa ha realizzato il primo bosco biosostenibile e partecipato d'Italia, in collaborazione con PNAT, Legambiente e Re Soil Foundation. Sono stati piantati

oltre 3mila nuovi alberi, in grado di assorbire tra dieci anni, 170 tonnellate di CO<sub>2</sub>, grazie a una raccolta fondi che in due mesi ha coinvolto cinquemila Soci per 225mila euro donati. >>>

## #coopforafrica

A fine 2021 in Toscana, grazie al contributo di 60mila persone, sono stati raccolti alle casse oltre 200mila euro. Obiettivo: sostenere la campagna vaccinale anti Covid-19 in Africa. Unicoop Firenze ha contribuito per altri

500mila euro. A livello nazionale sono stati donati complessivamente a UNHCR, Sant'Egidio e Medici Senza Frontiere 1.651.977 euro, per la vaccinazione di oltre 300mila persone.



## Solidarietà

Nel 2021 la solidarietà dei Soci e clienti Unicoop Firenze ha continuato a dare i suoi frutti. Nei due appuntamenti della raccolta alimentare sono state donate 318 tonnellate di prodotti, per la raccolta

scolastica 134mila confezioni di materiale per alunni e studenti.

La campagna Pensati con il Cuore ha sostenuto 15 progetti per 207mila euro donati. Con l'iniziativa

contro la violenza sulle donne di novembre 2021 sono stati raccolti dalle Coop toscane 80mila euro, per sostenere le attività di 22 centri antiviolenza.



Nel periodo della pandemia, abbiamo sostenuto come Cooperativa le attività culturali del territorio come i teatri, affinché tutto questo potesse avere di nuovo inizio.

Una foto del Mandela Forum che ha registrato il tutto esaurito per uno spettacolo.

## L'APPROFONDIMENTO

# Il premio variabile 2021

A cura del Direttore Persone, Fabrizio Guerrini



Operiamo ormai in un contesto sempre più fluido e instabile. I cambiamenti che stiamo vivendo sono significativi e stanno avendo impatti importanti anche sulla nostra Cooperativa.

Il risultato che ha determinato l'erogazione del PVR 2021 è figlio di una realtà che nel corso di questi primi mesi del 2022 è nuovamente mutata.

L'utile conseguito lo scorso anno rimane un risultato significativo, conseguito grazie al grande lavoro di squadra, che anche quest'anno, non è mancato.

### IL PREMIO VARIABILE DI RISULTATO

Dal 2013 il Contratto Integrativo di Unicoop Firenze prevede una forma di partecipazione economica agli utili (PVR), con lo scopo di favorire la partecipazione e la responsabilizzazione dei dipendenti, con contratto di lavoro stabile, verso i risultati complessivi della Cooperativa.

Il PVR è formato da due componenti:

- **Redditività ed efficienza**
- **Recupero dei costi**

Il **PVR sulla redditività ed efficienza** prevede la distribuzione ai lavoratori del **25% dell'utile commerciale**, al netto delle imposte: nel 2021 la cifra distribuita è di circa 4,4 milioni di euro.

Il **PVR sul recupero dei costi** prevede la distribuzione ai lavoratori del **25% dell'effettivo recupero di differenze inventariali e rotture e avarie**, rispetto all'anno precedente: nel 2021 non c'è stato alcun recupero rispetto al 2020.

Partecipare ai risultati economici attraverso il proprio lavoro ha avuto, fin dall'inizio, lo scopo di aumentare in tutti i lavoratori la consapevolezza dell'importanza della consapevolezza dell'importanza del loro contributo per il raggiungimento degli obiettivi della Cooperativa e, di rimando, dei propri.

I risultati negativi del PVR, per la parte relativa al recupero dei costi, ci dimostrano che ci sono ampi margini di miglioramento nella gestione delle merci in punto vendita.

Ciascuno di noi, pertanto, attraverso le proprie azioni di tutti i giorni, può intervenire direttamente sul miglioramento della gestione e essere parte attiva nel raggiungimento degli obiettivi prefissati.

### MODALITÀ DI PAGAMENTO

Nella busta paga del prossimo 10 giugno, i dipendenti con contratto stabile percepiranno il premio variabile, se previsto per il punto vendita di appartenenza, in funzione del raggiungimento dei risultati.

I primi 250 euro sono pagati in buoni spesa (esenti).

Il premio variabile viene erogato in base alla presenza effettiva al lavoro. È importante sapere che non sono considerate assenze ai fini del calcolo: ferie, permessi retribuiti o c/recup, maternità obbligatoria, permessi sindacali, infortuni, permessi legge 104.

Il PVR su redditività ed efficienza è riparametrato anche per livello, a differenza di quello sul contenimento dei costi che non lo prevede.

### NOVITÀ SUI BUONI SPESA:

Sarà consegnato un **unico buono spesa cartaceo del valore totale previsto** (max 250 euro), utilizzabile a scalare.

Oltre alla consueta consegna in modalità cartacea, lo stesso buono, da quest'anno, sarà disponibile digitalmente, e visualizzabile attraverso l'APP o Area Personale MYA.

# Il nostro impegno per la Qualità

Il nuovo Regolamento UE 382/2021 inserisce l'obbligo per gli operatori del settore alimentare di istituire e mantenere un'adeguata "Cultura della Sicurezza Alimentare", garantendo un impegno da parte della dirigenza e di tutti i dipendenti alla produzione e alla distribuzione sicure degli alimenti. Un processo atto a toccare tutta la filiera in modo orizzontale in una linea che parte dall'industria agroalimentare, passa dalla progettazione dei locali e arriva fino alla tavola.

"Il primo pilastro è la comunicazione, perché bisogna saper trasmettere all'interno e all'esterno della Cooperativa i valori e la cultura della sicurezza alimentare" ha spiegato Rosella Rocchi Responsabile Qualità di Unicoop Firenze "è importante la consapevolezza dei valori della nostra Cooperativa, che devono essere codificati, e delle funzionalità delle proprie proposte, che devono rispecchiarsi nella progettazione dei punti vendita".

Abbiamo chiesto a Rosella Rocchi, **Responsabile Qualità** di Unicoop Firenze di raccontarci dell'importanza di questi temi per la Cooperativa e da quanto tempo portiamo avanti questi messaggi.

Garantire sicurezza e qualità è un aspetto fondamentale per la nostra Cooperativa e un impegno costante che si concretizza nei continui investimenti e nei rigidi controlli sulla produzione, sulla selezione delle materie prime e sui fornitori.

Queste attività vengono seguite da un nostro ufficio interno, composto da 11 persone, che opera in collaborazione con il consorzio nazionale acquisti Coop Italia.

## COME NASCE QUESTA FUNZIONE?

Nasce da una sensibilità della nostra Cooperativa, che prima di altre realtà, ha voluto avere livelli di qualità elevati in tutti il suo operato. Con una delibera del Consiglio di Amministrazione nel 1998, ci siamo dotati di un ufficio interno

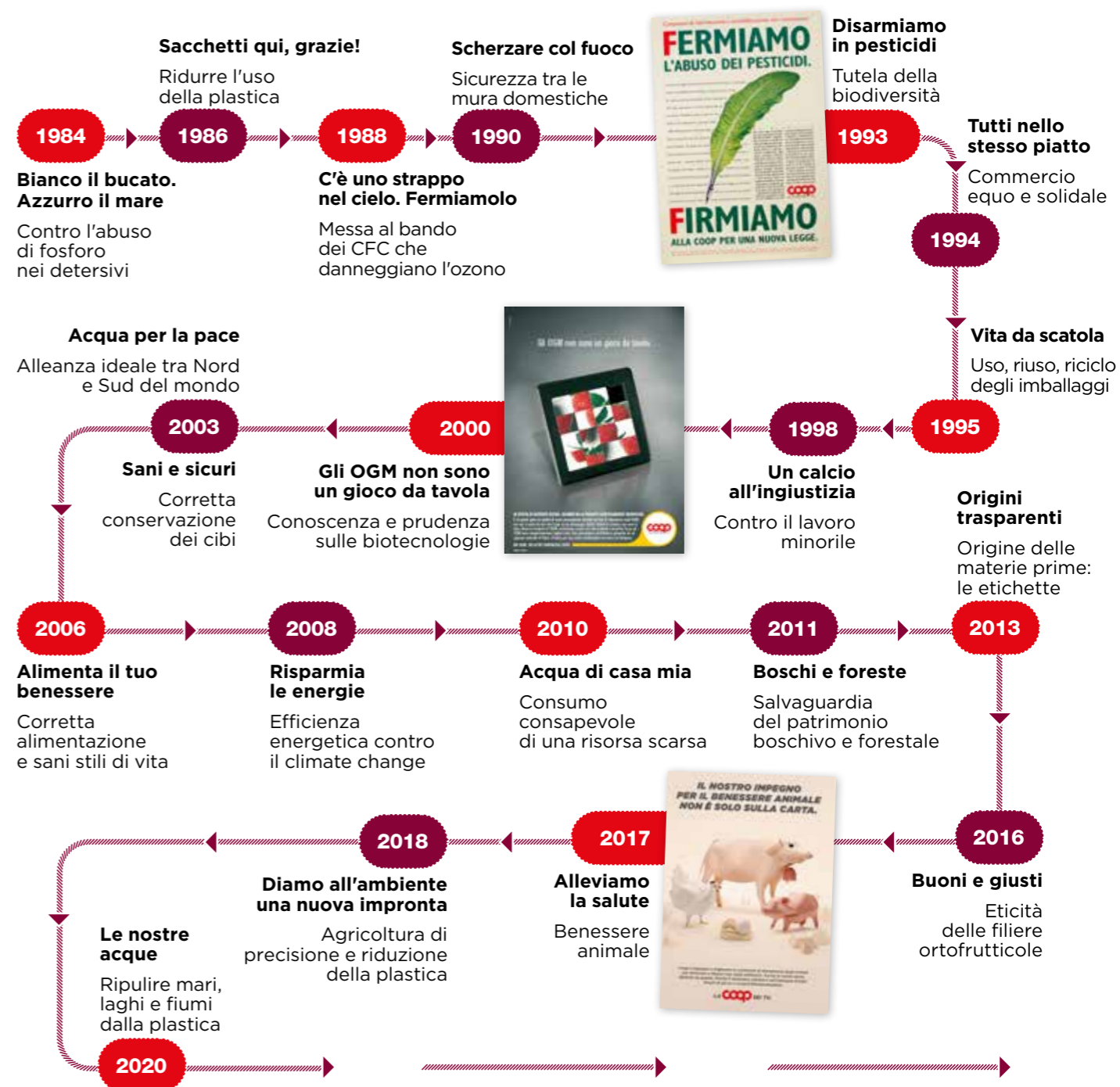
## DA QUANTO TEMPO COINVOLGIAMO I NOSTRI DIPENDENTI SU QUESTE TEMATICHE?

Fa parte del dna della Cooperativa la condivisione di questi temi. Fin dagli anni '80 il nostro personale è stato coinvolto in incontri legati al tema della sicurezza alimentare.

che sviluppasse una serie di garanzie anche per i prodotti locali e per i nostri punti vendita. Mentre prima la maggior parte del lavoro si faceva sul Prodotto a Marchio a livello nazionale.

A partire dagli anni '90 abbiamo iniziato a fornire anche materiale strutturato (circolari, schede, divisione della materia per reparti di vendita).

## TIMELINE CAMPAGNE COOP



## QUANDO PARLIAMO DI QUALITÀ, LE PAROLE ORIGINE E TRACCIABILITÀ SONO SEMPRE COLLEGATE...

Esattamente. All'inizio degli anni 2000, siamo stati la prima insegna a certificare l'origine e la tracciabilità di alcuni alimenti considerati a rischio per frode o per sicurezza, come olio, conserve di

pomodoro, uova e latte. Tale attività si è consolidata nel tempo ed estesa ad altri prodotti come frutta e verdura, carni fresche, pesce, salumi e vino. Grazie alle filiere controllate, siamo in grado, oggi,

di ricostruire la storia di ogni prodotto, dall'identificazione delle aziende coinvolte alle singole fasi di trasformazione. >>>

## UN ALTRO TRAGUARDO IMPORTANTE È STATA LA CERTIFICAZIONE SA8000...

Coop ha da sempre lavorato seguendo un'etica rigorosa ed è stata, infatti, nel 1998 la prima azienda italiana ad aderire allo Standard Etico SA8000, mettendo in campo

nuovi strumenti per presidiare il tema dei diritti dei lavoratori. Crediamo in un lavoro più equo ed etico e ci impegniamo per ottenerlo insieme ai nostri fornitori per

contrastare disparità di genere, discriminazioni per razza o religione, lavoro infantile e caporalato.

## LA MANCANZA E L'AUMENTO DEI PREZZI DELLE MATERIE PRIME CHE RISCHI COMPORTANO?

Il rischio è quello che tutto ciò porti a una diminuzione della qualità per far rientrare i vari costi che stanno lievitando. Il nostro impegno come Ufficio e come Cooperativa sarà ancora maggiore affinché ciò non avvenga.

## E OGGI INVECE, CHE PROGETTI STIAMO SVILUPPANDO?

La Cooperativa ha costituito un gruppo Compliance, interdirezionale e interfunzionale, sul tema della sicurezza alimentare. Tra le prime iniziative intraprese ci sono:

- Un'attività di ascolto per coinvolgere tutti gli interlocutori che rientrano nel processo della qualità e che riguarderà 6 punti vendita pilota.

- Metodi formativi nuovi e innovativi per coinvolgere sempre di più i dipendenti come il game formativo di addestramento in sperimentazione nell'area 2.

## GIOCANDO SI IMPARA...

### La sicurezza alimentare: un progetto tra Unicoop Firenze e l'Università di Pisa

Dalla collaborazione tra Unicoop Firenze e il Dipartimento di Scienze Veterinarie dell'Università di Pisa è nato "Food Safety Trainer", il progetto attraverso cui i colleghi dei 34 punti vendita in sperimentazione si formeranno attraverso un nuovo modello mutuato dal mondo del gioco, sui temi connessi alle

buone prassi igieniche durante la lavorazione e distribuzione degli alimenti.

Dopo lo studio preliminare effettuato per valutare i contenuti e le modalità di erogazione, il 14 febbraio è partito il progetto che ha lo scopo di migliorare l'apprendimento dei concetti riguardanti la sicurezza alimentare dei lavoratori di punto vendita che ogni anno, in base alla vigente normativa, devono effettuare un percorso di addestramento su questi temi.

Il progetto ha avuto un'ottima accoglienza, sortendo un effetto di attrazione dell'attenzione, complice anche l'estrema semplicità

e intuitività del sistema di gioco. Inizia dunque una nuova modalità di engagement e formazione professionale, come spiega Rosella Rocchi, Responsabile dell'Ufficio Qualità di Unicoop Firenze: "Il progetto nasce come importante attività per la diffusione della cultura alimentare in tutti i nostri punti vendita. Tutti i colleghi saranno coinvolti nel gioco e attraverso questo potranno ripassare gli argomenti fondamentali di qualità e sicurezza alimentare. Il nuovo sistema di addestramento sarà inoltre un momento di socializzazione e condivisione che si concluderà ogni anno con una giornata dedicata alla premiazione dei migliori reparti".



### Il funzionamento

Il sistema è strutturato su quattro modalità di gioco (vero o falso, inserimento di parola, ordinamento di una sequenza di immagini e risposta multipla) con il vantaggio di poter correggere in tempo reale l'eventuale

errore e trasformarlo in un momento di formazione. L'accessibilità ai contenuti è garantita da un'interfaccia user-friendly, pensata proprio per raggiungere la variabilità della sua utenza. Inoltre, la possibilità di svolgere

sessioni collettive o individuali permette sia di erogare una formazione aggregante che rispondere alle limitazioni dettate dalla pandemia, in un'ottica di mantenimento della qualità formativa del singolo.

# Il nostro impegno per l'Ambiente

**C**ompie 50 anni la "Giornata dell'Ambiente", che fu istituita dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite nel 1972. Il 5 giugno tutti sono chiamati a riflettere sul fatto che esiste "solo una Terra" ed è indispensabile impegnarsi per preservarla.

E noi come Cooperativa a che punto siamo arrivati? Già a partire dal 2007 Unicoop Firenze ha progettato e finalizzato numerosi interventi di mitigazione del proprio impatto ambientale che hanno permesso di risparmiare:

**TOTALI PARZIALI**

Circa **40.000** tonnellate di **CO<sub>2</sub> EVITATE**

Circa **4.900** tonnellate **RIFIUTI EVITATI**

## Interventi

- **«PROGETTO ENERGIA»**  
Interventi di efficientamento energetici mirati e monitoraggio
- **«RETROFIT GAS FRIGORIFERI»**  
Interventi sostituzione gas fluorurati
- **Impianti Fotovoltaici** (44 impianti)
- **«Overwatch»** (30 pdv nel 2021): gestione puntuale dei consumi elettrici e in particolar modo di quelli legati al mantenimento della catena del freddo
- **Postazioni di ricarica auto elettriche** (7.500 ric./anno)
- **Ottimizzazione consumi** con dispositivi E-power
- **Ammodernamento della flotta merci**, con acquisto di 10 camion Euro VI in sostituzione di camion Euro III
- **Progetto Biodiesel da olio alimentare esausto**; siamo in attesa che ENI elimini l'olio di palma dalla composizione del carburante
- **Shopper in Mater-Bi**
- **Prodotti sfusi** (detersivi, animali e colazione)
- **Gestione rifiuti:**
  - incremento della **differenziata** [vs 2014]
  - sostituzione delle cassette in polistirolo pescheria con le **casce blu**
  - operazione **«Zero polistirolo in discarica»**.
- **«L'ambiente non è usa e getta»**
- **Incarti biodegradabili** per prodotti di Forneria e Gastronomia
- **Buste riutilizzabili** della spesa
- Progetto **«Arcipelago Pulito»** (dati 5 mesi di test)
- Modello **gestionale dei rifiuti** e ulteriore ottimizzazione dei **processi di differenziazione**

## Un nuovo progetto in test

Lo scorso 26 maggio si è svolto all'Auditorium della Scuola Coop di Montelupo la prima giornata formativa del progetto pilota sull'ambiente che riguarderà cinque punti vendita della Cooperativa.

Il progetto Modello di Gestione Rifiuti, grazie al quale sono state ridefinite le procedure di gestione dei rifiuti, è sviluppato in collaborazione con la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa. Tale modello garantisce la corretta informazione e formazione normativa di tutto il personale coinvolto, permettendo di migliorare le performance di raccolta differenziata e garantendo il puntuale rispetto della normativa ambientale.

A monitorare il progetto ci sarà il Gruppo Compliance Ambiente, che ha avviato i lavori a gennaio 2022 con mandato diretto del Consiglio di Gestione della Cooperativa. Il gruppo verificherà le criticità del progetto, apportando gli opportuni correttivi prima di estenderlo a tutta la Cooperativa.



## La raccolta delle bottiglie

Nel corso dell'anno è stato definito un accordo con CORIPET per installare gli ecompiattatori per la raccolta delle bottiglie in PET, favorendo così il percorso di riuso.

Il progetto è partito con le installazioni di Sesto Fiorentino Via Petrosa, Empoli Via Sanzio e Poggibonsi Via Salceto. Nel 2022 il progetto sarà esteso anche al punto vendita di Cascina (Centro dei Borghi) e a quello di San Miniato.

I risultati per adesso riscontrati evidenziano un buon successo dell'iniziativa, con 1.000 bottiglie in PET recuperate ogni giorno per singola postazione.



## La legge Salvamare

È stata approvata in via definitiva al Senato la cosiddetta "Legge Salvamare", ispirata anche dalla nostra iniziativa "Arcipelago Pulito".

Il progetto, che aveva visto la Cooperativa fra i promotori e sostenitori della sperimentazione, aveva impegnato nei primi mesi del 2018 alcuni pescherecci fornitori di Unicoop Firenze nell'esperimento di recuperare i rifiuti pescati. Erano infatti i pescatori toscani i protagonisti di Arcipelago Pulito. Fino al giorno prima obbligati a ributtare in mare i rifiuti in plastica pescati durante l'attività ittica, grazie alla sperimentazione per alcuni mesi hanno avuto l'opportunità di portarli in porto, destinarli al riciclo e così contribuire a liberare l'ambiente marino dalle plastiche.

Nata sulla scia di Arcipelago Pulito, la legge approvata oggi permette ai pescatori che recuperano plastica in mare con le reti di portarla in porto, dove le autorità portuali devono riceverla in apposite isole ecologiche e avviarla al riciclo, e varrà anche per i laghi e i fiumi.



## Liberi dai rifiuti

Si è conclusa lo scorso 28 maggio l'edizione 2022 di Liberi dai rifiuti, le giornate di volontariato ambientale e cura del territorio promosse da Unicoop Firenze in collaborazione con Legambiente. In tutto sono otto le tappe di questa edizione che hanno

interessato le sette province della Toscana in cui è presente Unicoop Firenze. Più di 800 i volontari che hanno risposto all'appello di Liberi dai rifiuti e hanno partecipato a queste giornate di cura del proprio territorio.



# Il nuovo collezionamento "FAI VIVERE LO SPORT"

Il secondo collezionamento del 2022 si svilupperà dal 1° giugno al 10 agosto, mentre sarà possibile ritirare i premi fino al 24 agosto. I temi di questo appuntamento sono: Sport, Sostenibilità, Salute e Riciclo.

Il collezionamento è composto da prodotti realizzati in larga parte da materiali riciclati pre e post-consumo. La linea è firmata Ferrino, azienda italiana leader per attrezzature e abbigliamento da montagna, e 7milamigliantano, associazione che con il suo progetto H2oPLANET sta documentando lo stato di salute delle acque del pianeta.

Insieme al bollino si riceverà anche un buono sport, simile a quanto facciamo per la scuola, che si potrà destinare alle Associazioni Sportive del territorio. Le Associazioni potranno utilizzare i buoni per ritirare dei premi inseriti in un catalogo specifico che abbiamo messo a loro disposizione.

Sarà possibile ottenere 1 Buono sport e 1 Bollino ogni 15€ di spesa nei negozi Coop.fi e su Piuscelta.it oppure ogni due prodotti Vivi verde.



Vivi verde

**FERRINO**



## AMACA

Facile da appendere grazie a 2 corde da 2 metri e moschettoni inclusi. Robusta e resistente può sostenere fino a 110 kg. Richiudibile nella sua stessa tasca, si può facilmente appendere allo zaino. **Materiale:** nylon riciclato da scarti di lavorazione. **Misure:** 140x260 cm.

**25 BOLLINI + 14,90€**

OPPURE  
**25 BOLLINI + 1.200 PUNTI**



**X9**

## SOTTOTELO

Telo impermeabile ideale come sottotelo mare, coperta pic nic o per attività all'aperto, come escursionismo, campeggio, pesca. Include 4 picchetti per fissare il telo a terra e tasche triangolari cucite sugli angoli che possono essere riempite con sabbia o pietre per impedirne il volo in caso di vento. Richiudibile in un sacchetto. **Materiale:** poliestere riciclato. **Misure:** 145x180 cm.

**15 BOLLINI + 6,90€**

OPPURE  
**15 BOLLINI + 550 PUNTI**

## CUSTODIA WATERPROOF

La chiusura ermetica garantisce massima impermeabilità e protezione da sabbia, creme e acqua. Compatibile con smartphone fino a 6.5".

**5 BOLLINI + 3,90€**

OPPURE  
**5 BOLLINI + 300 PUNTI**

## BORSA TERMICA

Borsa termica ideale per pic nic e gite fuori porta, con comoda apertura dall'alto. Dotata di due pratiche tasche laterali elasticizzate, una tasca frontale con zip pensata per inserire piccoli oggetti e spallaccio per portarla a tracolla. **Materiale:** poliestere riciclato. **Capienza:** 18 Lt. **Misure:** 30x19x32 cm.

**20 BOLLINI + 9,90€**

OPPURE  
**20 BOLLINI + 800 PUNTI**

**X6**



## 7MML.WORLD

7MML 5.0 "H2o PLANET"



**X4**

## KIT BADMINTON

Composto da 2 racchette + 2 volani + fodero con tracolla. **Materiale fodero:** poliestere riciclato. **Materiale racchette:** manico in legno con rivestimento in PVC, telaio in lega di ferro e corde in nylon.

**10 BOLLINI + 5,90€**

OPPURE  
**10 BOLLINI + 500 PUNTI**



**X3**

## SET PER GIOCO BOCCE

Il set comprende 8 bocce da 9 cm in 4 colori, corda di misurazione, 2 boccini e custodia con manici.

**Materiale:** bocce realizzate in resina resistente. Custodia in poliestere riciclato.

**40 BOLLINI + 22,90€**

OPPURE  
**40 BOLLINI + 1.800 PUNTI**



## PALLONE DA CALCIO

Con ago per gonfiare il pallone.

**Materiale:** PVC diamond. **Taglia:** 5 **Diametro:** 22 cm.

**10 BOLLINI + 4,90€**

OPPURE  
**10 BOLLINI + 400 PUNTI**



## PALLONE DA PALLAVOLO

Con ago per gonfiare il pallone.

**Materiale:** PVC diamond. **Taglia:** 5. **Diametro:** 20 cm.

**10 BOLLINI + 4,90€**

OPPURE  
**10 BOLLINI + 400 PUNTI**



**X3**

## PORTA CALCIO E BERSAGLIO 2 IN 1

Porta da calcio che all'occorrenza si trasforma in un bersaglio per tiri in porta mirati. Pratica da montare con un sistema pop-up, si stabilizza con due aste. È dotata di 4 ganci per essere fissata al terreno. **Materiale fodero:** poliestere per struttura porta e poliestere riciclato per la sacca di trasporto.

**Dimensioni di apertura porta montata:** 120x80x80 cm.

**Diametro foro bersaglio:** 25 cm.

**20 BOLLINI + 9,90€**

OPPURE  
**20 BOLLINI + 800 PUNTI**

## SET YOGA / PILATES

Set ideale per le sedute di fitness, pilates, yoga o stretching composto da:

**1 FITBALL** da 65 cm ideale per tonificare il corpo, rafforzare la schiena e fare stretching. Inclusa pompa di gonfiaggio. **Materiale:** PVC.

**2 YOGA BLOCK** utili per conferire una maggiore stabilità e una presa sicura durante pose e azioni di yoga/pilates. **Misure:** 22,5x15x7,5 cm.

**Materiale:** eva foam ultra resistente. **2 FASCE ELASTICHE** heavy e light.

Adatte a tutti i tipi di esercizi di rafforzamento muscolare.

I due colori rendono facile distinguere i due punti di forza.

**Lunghezza:** 150 cm. **Materiale:** gomma termoplastica TPE.

**30 BOLLINI + 14,90€**

OPPURE  
**30 BOLLINI + 1.200 PUNTI**



# Fai colazione con Coop.

## Come sono andati gli assaggi dei nuovi 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

Il cambiamento del Prodotto a Marchio Coop rappresenta un'evoluzione molto importante che ci proietta verso il domani: nostro, delle generazioni future, ma anche quello del pianeta.

Un passaggio ideale di testimone tra la Coop di oggi e quella di domani, fondata ancora, come allora, sui nostri valori, e allo stesso tempo, proiettata sulle necessità e sulle aspettative future.

Ne abbiamo provati tre con l'assaggio di questo mese, scopriamo i risultati.

### LATTE Fieno DELL'ALTO ADIGE INTERO FIOR FIORE - 1 litro

La qualità più elevata, un latte integro e puro proveniente solo da zone altamente selezionate, il meglio fin dalla prima colazione.

 **TEST DI ASSAGGIO**

Il prodotto è stato assaggiato da **799 colleghi**, di cui **628 donne** e **171 uomini**.

Il latte ha registrato tantissimi giudizi positivi, ottenendo il punteggio medio di **8** e collocandosi tra i prodotti più apprezzati di sempre dagli assaggiatori.

### ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

I colleghi hanno apprezzato molto il prodotto, suggerendo delle confezioni anche inferiori al litro o in brick.



Scannerizza il QR Code per guardare il video sul Latte Coop



### FETTE BISCOTTATE BIOLOGICHE CON MALTO D'ORZO VIVI VERDE - 320 g



Ai cereali, al farro o con malto d'orzo la tua colazione è ancora più ricca, sempre nel segno del biologico

 **TEST DI ASSAGGIO**

Il prodotto è stato assaggiato da **816 colleghi**, di cui **655 donne** e **161 uomini**.

È stato molto gradito dalla maggioranza degli assaggiatori, ottenendo il punteggio medio di **7,5**.

### ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

I colleghi suggeriscono una confezione più pratica per facilitare l'apertura e la salvaguardia della fragranza del prodotto.



Scannerizza il QR Code per guardare il video sulle fette biscottate e confetture

### CONFETTURA ALBICOCCHES LIGHT SENZA ZUCCHERI AGGIUNTI BENE.SI - 270 g

Finalmente sono arrivate! Le confetture light che stavamo aspettando, per gustare tutta la dolcezza della frutta senza zuccheri aggiunti.

È stato molto gradito dalla maggioranza degli assaggiatori, ottenendo il punteggio medio di **7,4**.

### ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

Alcuni colleghi hanno ritenuto la consistenza eccessivamente gelatinosa e il sapore troppo zuccherato.



### TEST DI ASSAGGIO

Il prodotto è stato assaggiato da **765 colleghi**, di cui **609 donne** e **156 uomini**.

## L'EVOLUZIONE DEL PRODOTTO A MARCHIO

Un assaggio di questo cambiamento è avvenuto lo scorso anno, quando, nel mese di novembre, è approdata nei punti vendita la nuova linea dei "rossi" (la linea di pomodori e derivati), che sono passati da un'offerta di 22 prodotti a oltre 40 referenze.

A maggio e giugno i primi slot a entrare in assortimento sono i prodotti della prima colazione e successivamente a cavallo dell'estate bevande alcoliche e analcoliche, pasta, primi piatti e condimenti.

L'innovazione assieme alla solidità dei contenuti valoriali frutto della nostra storia sono le basi su cui poggia l'intero progetto. Un assortimento così ampio permetterà di rispondere alle richieste di consumatori molto diversi, sempre più esigenti, verso i quali continueremo a garantire i dettami irrinunciabili di Coop a partire dalla sostenibilità e dalla trasparenza delle nostre filiere.

**SOLO PER LA PRIMA COLAZIONE  
16 CATEGORIE  
500 PRODOTTI  
230 NOVITÀ**



L'estensione del Prodotto a Marchio porta con sé inevitabilmente un aumento della rete di imprese fornitrici, agli oltre 500 fornitori "storici" se ne aggiungono ora altri 250: un tessuto produttivo imponente e nella maggior parte dei casi italiano, per l'80% imprese di medie e piccole dimensioni.

Al tempo stesso tutta l'offerta, ancora più di prima, proprio per la sua maggiore estensività funzionerà come un baluardo per difendere il potere di acquisto delle famiglie.

# SCOPRI L'ORTOFRUTTA

## STAGIONALITÀ

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

### FRUTTA



### VERDURA



## PARLIAMO DI...

# Confezioni ecopack con frutta fresca in pezzi dei Fratelli Orsero

Il Gruppo Orsero, nato negli anni '40 nel savonese, movimenta e distribuisce, ogni anno, oltre 750mila tonnellate di frutta e verdura, avendo cura di controllare costantemente la qualità e la freschezza dei prodotti.

In materia di tutela e protezione ambientale, Orsero monitora i suoi impatti ambientali affinché possa essere messa in atto una strategia volta a minimizzare l'utilizzo delle risorse. A partire dal 2018 il gruppo ha avviato un percorso atto a migliorare la **sostenibilità degli imballaggi** utilizzati per i suoi prodotti. L'esempio più recente è la confezione **ecopack** che contiene frutta fresca tagliata in pezzi,

un bicchierino 100% riciclabile con il **61% di plastica in meno** rispetto al packaging attualmente in uso.

I componenti del packaging sono:

- Carta proveniente da risorse rinnovabili (certificate FSC)
- Confezione termosaldata, richiudibile con l'apposito tappo
- Film, pellicola e coperchio in R-pet, riciclabili nella plastica
- Forchettina in legno, riciclabile nell'umido.

La materia prima è di alta qualità, la selezione della frutta avviene sulla base di rigidi parametri di

accettazione, fra cui la maturazione, il grado brix (tasso zuccherino), il colore in polpa, la durezza/consistenza, etc.

Inoltre, la lavorazione artigianale permette una migliore selezione del prodotto durante il taglio e il confezionamento, oltre a un migliore controllo sul prodotto finito.



## FRUTTO DI STAGIONE Il melone di Agri Verde Etruria

L'azienda agricola Agri Verde Etruria opera nella zona della **Maremma Laziale**, ai confini con la Regione Toscana. Le favorevoli condizioni pedoclimatiche di tutta la zona e la qualità dei terreni, garantiscono la fertilità naturale che conferisce ai prodotti sapori e aromi unici. Nel 2008 l'azienda ha acquistato una macchina che si basa sulla tecnologia della **spettrografia a infrarossi**, un metodo non invasivo in grado di determinare

il **grado brix** del melone, offrendo quindi un prodotto garantito e di ottima qualità.

Anche se noto e consumato come frutto, il melone è a tutti gli effetti un ortaggio della famiglia delle **Cucurbitacee**, la stessa di cetrioli e zucchine.

Di medie dimensioni, questo ortaggio ha una scorza esterna piuttosto coriacea e giallastra, una polpa arancione, carnosa e molto ricca di acqua.

Il melone è ricco di potassio e vitamine A e C, contiene calcio, fosforo e ferro e ha spiccate proprietà diuretici, diventando anche un ottimo diuretico.

Per scegliere un melone maturo accertati che abbia un bel colore giallastro e che la scorza sia intatta. Conservarlo in frigorifero nello scomparto della frutta e verdura e non esporlo a temperature inferiori ai 5 °C perché altrimenti potrebbe ammaccarsi.

## IN CUCINA

### Zuppa fredda di melone, crema di burrata e noci di macadamia



#### Ingredienti:

2 meloni

1 cipolla

1 burrata

noci di macadamia

sale

olio extravergine d'oliva

peperoncino

#### Procedimento:

1. Per prima cosa tagliate il melone prima a fette e poi a cubetti. In una padella fate imbiondire una cipolla con un po' d'acqua e un filo d'olio, unite il melone cuocendolo fino a quando non inizierà a sfaldarsi. Aggiungete un po' di peperoncino (o del tabasco), mescolate, lasciate cuocere ancora qualche minuto e poi togliete dal fuoco.
2. Passate il melone cotto nel passaverdure e lasciate raffreddare completamente in frigorifero. Frullate la burrata.
3. Componete il piatto con: la zuppa di melone, la crema di burrata e le noci di macadamia tagliate a lamelle. Potete aggiungere alla vostra zuppa di melone del peperoncino a piacere come guarnizione. Servitela fredda di frigo.



# Una grande famiglia

Gesti di generosità e vicinanza attestati anche da quanto raccolto con la campagna #coopforucraina: le donazioni di ore di permesso e di retribuzione superano i 23mila euro.

Qualche mese fa ad una collega hanno rubato, all'interno del parcheggio del punto vendita, la bici elettrica che utilizzava per andare a lavoro.

La collega sarebbe stata costretta per alcuni mesi a prendere nuovamente due autobus che non coprono alcune fasce orarie.

La voce si è sparsa all'interno del reparto e alcuni lavoratori in maniera spontanea hanno iniziato una raccolta per aiutare la collega ad acquistare una nuova bici. Tutto il negozio, senza cartelli o proclami ma solo attraverso il passaparola, ha collaborato per il raggiungimento della cifra che ha permesso alla collega di acquistare una nuova bici.

Un passaggio della lettera scritta per ringraziare i colleghi:

*"Quando sono entrata qua dentro pensavo alla Coop come un luogo di lavoro, non avrei mai pensato invece di trovare una seconda grande famiglia che ti sostiene nel momento del bisogno. Purtroppo nella vita non va sempre tutto bene, avervi accanto mi ha aiutata davvero, per la prima volta nella mia vita non mi sono sentita sola. Ero abituata a cavarmela sempre o quasi da sola, sapere però che c'è qualcuno ad aiutarmi è una bella sensazione".*

VOLEVO SCRIVERVI UNA LETTERA PER DIRVI GRAZIE DI CUORE DEL BELLISSIMO GESTO CHE AVETE FATTO PER ME. NON AVEVO IDEA CHE COSÌ TANTE PERSONE TENESSERO A ME O CHE MI CONOSCESSERO IN TANTI. HO PIANTO MOLTO QUANDO HO LETTO IL BIGLIETTO CON SU SCRITTO CHE VOLEVATE AIUTARMI A PRENDERE UNA NUOVA BICI PER USARE A LAVORO. QUANDO SONO ENTRATA QUI DENTRO PENSAVO ALLA COOP COME UN LUOGO DI LAVORO, NON AVEVO MAI PENSATO INVECE DI TROVARE COME UNA SECONDA GRANDE FAMIGLIA CHE TI SOSTIENE NEL MOMENTO DEL BISOGNO. PURTROPPO NELLA VITA NON VA SEMPRE TUTTO BENE, E QUESTO È STATO ED È UN MOMENTO PER ME MOLTO DIFFICILE, AVERVI ACCANTO MI HA AIUTATA DAVVERO, PER LA PRIMA VOLTA NELLA MIA VITA NON MI SONO SENTITA SOLA. ERO ABITUATA A CAVARMI SEMPRE O QUASI DA SOLA, SAPERE PERÒ CHE QUALCUNO C'È PER AIUTARMI È UNA BELLA SENSAZIONE. VI RINGRAZIO TUTTI DI CUORE DEL PENSIERO E PER LA NUOVA BICI CHE HO PRESO SOLO GRAZIE A VOI. VI RINGRAZIO DEL PENSIERO, DELLA GENTILEZZA E DEL CUORE CHE CI AVETE MESSO. RINGRAZIO TUTTI QUELLI CHE MI HANNO AIUTATA E MI AIUTANO OGNI GIORNO. ELLI IN FONDO VOI SATE UNA COOPERATIVA VE ME SONO DAVVERO GRATA.

# Raccolta alimentare: donate 167 tonnellate di prodotti

Sono 167 le tonnellate di generi alimentari donati sabato 14 maggio nei punti vendita nel corso raccolta alimentare.

Il primo appuntamento del 2022 con la raccolta alimentare, svolta in 81 negozi nelle sette province toscane dove opera la Cooperativa e in 20 Coop gestite da Terre di Mezzo e concentrate nelle province di Siena e Arezzo, conferma la grande generosità dei cittadini. Una generosità che continua a essere molto importante, per la mole di prodotti donati e per il grande aiuto che potrà dare a chi sta attraversando un momento di difficoltà.



# BUONI SPESA PREMIO VARIABILE DI RISULTATO 2021


## Ecco le novità di quest'anno:

- 1 Ti sarà consegnato **un unico buono** cartaceo del valore totale previsto, utilizzabile a scalare.
- 2 Oltre alla consueta consegna in modalità cartacea, lo stesso buono sarà disponibile digitalmente, visualizzabile attraverso l'app o area Personale MYA per averlo sempre a portata di mano quando passi in cassa.
- 3 Il buono spesa sarà visibile e spendibile dal 10 giugno 2022.

**Aumentano i servizi che l'App MYA mette a tua disposizione per semplificarti la vita.**

**Come trovare il buono spesa nell'app?**



- **Apri l'App**
- **Vai nella sezione cedolini** 
- **Clicca sulla voce buoni spesa per visualizzarli e scaricarli**



**Puoi visualizzare il residuo del buono direttamente all'interno dello scontrino oppure lo trovi sempre disponibile nell'app, aggiornato al giorno precedente.**

**Vuoi saperne di più? Guarda il video:**



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

[myunicoop.coopfirenze.it](http://myunicoop.coopfirenze.it)



Scarica l'App MYA

Consigli e suggerimenti sono i benvenuti  
[ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it](mailto:ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it)