



N° 118  
Maggio 2025

# CHI SEMINA VICINANZA, RACCOGLIE FIDUCIA.

La Cooperativa diventa sempre più un riferimento  
per la propria comunità di appartenenza.



## IN QUESTO NUMERO:

- La Cooperativa come punto di riferimento.
- Un'accoglienza straordinaria, l'apertura del nuovo Superstore di Campi.
- La storia continua: un nuovo Minimercato a Castelfranco di Sotto.
- Luciano "Massimo" SgROI da Barberino saluta la Cooperativa.

**IN PRIMO PIANO**

**02** Un punto di riferimento. La Cooperativa è sempre più presente per la propria comunità di appartenenza.

**APPROFONDIMENTO**

**04** Dire, Fare, Amare. È partita la campagna Coop nazionale a favore dell'obbligatorietà dell'educazione affettiva nella scuola.

**INIZIATIVE E NOTIZIE**

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

**I NOSTRI NEGOZI**

**08** Un'accoglienza straordinaria. L'apertura del nuovo Superstore di Campi.

**10** La storia continua. Un nuovo Minimercato a Castelfranco di Sotto.

**I NOSTRI REPARTI**

**12** Pesce fresco, mare pulito. Tutela e salvaguardia della vendita di pesce all'interno di Unicoop Firenze.

**14** I "fiori" all'occhiello del territorio. Le primizie della stagione arrivano nell'Ortofrutta.

**16** Novità da leccarsi i baffi. I nostri nuovi prodotti pet food.

**NOI**

**18** Luciano "Massimo" Sgroi saluta la Cooperativa dalla Macelleria di Barberino.

**I NOSTRI PRODOTTI**

**20** Come sono andati gli assaggi dei Prodotti a Marchio? Dal 20 febbraio al 6 marzo.

**21** Come sono andati gli assaggi dei Prodotti a Marchio? Dal 27 marzo al 10 aprile 2025.

**ACCANTO A TE**

**22** MYWelfare. Sostegno alla genitorialità e parità di genere.

**23** MYWelfare. Un'attenzione alla solidarietà.

**SOLIDARIETÀ**

**24** Alimenta la solidarietà. Sabato 17 maggio, in 125 punti vendita Unicoop Firenze, torna l'appuntamento con la raccolta alimentare.

Nella foto di copertina, i colleghi dei negozi di Campi Bisenzio e Castelfranco di Sotto.



# UN PUNTO DI RIFERIMENTO

## La Cooperativa è sempre più presente per la propria comunità di appartenenza.

La nostra Cooperativa consolida la propria presenza sul territorio confermandosi come un caposaldo per i Soci, i consumatori, i fornitori locali, le istituzioni, le associazioni e l'intera comunità di cittadini, coniugando efficienza economica e finalità sociali, competitività sul mercato e attenzione alle persone, sviluppando occupazione, sia diretta che indotta.

I nuovi negozi inaugurati, ovvero il **Superstore di Campi Bisenzio Palagetta** e il **Minimercato di Castelfranco di Sotto**, ne sono l'ultimo tangibile esempio. Attraverso le proprie strutture, sia piccole che grandi, la Cooperativa ha rafforzato sempre di più la capacità di intercettare i bisogni emergenti dei consumatori e delle famiglie toscane, con una ricerca continua della **sostenibilità**, della **tutela del potere di acquisto**, data dal miglior rapporto qualità/prezzo e della **sicurezza**, contribuendo al **benessere sociale e culturale** della propria comunità di riferimento.

### I FATTORI DETERMINANTI IL CAMBIAMENTO DEI CONSUMI E L'IMPEGNO DELLA COOPERATIVA

La pandemia, i cambiamenti climatici, l'accelerazione tecnologica, l'attenzione alla salute e al benessere e una sempre maggiore consapevolezza sociale e ambientale hanno inciso radicalmente sulle aspettative dei consumatori. **Salute e benessere** occupano oggi un **ruolo primario nelle scelte d'acquisto** e la pandemia ha accelerato questa sensibilità, spingendo i consumatori a preferire prodotti naturali, sostenibili e trasparenti.



Anche le questioni ambientali, sociali e di governance (ESG) sono ormai parte integrante delle aspettative dei consumatori che si aspettano che le imprese non solo riducano l'impatto ambientale ma promuovano attivamente la **sostenibilità**.

La **Cooperativa ha risposto a queste esigenze**, non solo rifornendo i propri scaffali di alimenti salutari, a km zero e articoli per il benessere, ma anche comunicando in modo chiaro l'origine, gli ingredienti e l'impatto ambientale. Ha investito sulla **tracciabilità dei prodotti**, potenziando le proprie filiere agroalimentari, adottando pratiche più sostenibili, come l'uso delle energie rinnovabili, la riduzione degli imballaggi e la promozione del riciclo.

### INTERGENERAZIONALITÀ E CRESCITA CULTURALE

L'invecchiamento della popolazione è un fenomeno globale che implica una riflessione importante. Se da una parte le popolazioni più anziane rappresentano una fetta importante di consumatori sempre più attivi, economicamente solidi e orientati al benessere,

al tempo stesso le nuove generazioni introducono valori e abitudini differenti. Per loro inclusione e diversità sono requisiti essenziali. Inoltre l'immigrazione internazionale ha portato allo sviluppo di culture e prospettive diverse.

La Cooperativa si rivolge pertanto a un pubblico intergenerazionale e culturalmente eterogeneo, evolvendo verso una comunicazione, un'offerta e luoghi di vendita inclusivi di tutti i profili demografici e di diverse provenienze territoriali, organizzando eventi e spazi per la socializzazione, dialogando con le istituzioni, le scuole e le associazioni.

In questo numero del MYUnicoop affronteremo temi importanti come **l'introduzione dell'educazione affettiva nelle scuole**, **la sostenibilità ambientale delle nuove strutture di vendita**, **il nostro contributo allo sviluppo dell'economia toscana e la nostra attenzione alle persone** siano esse Soci e consumatori, che lavoratrici e lavoratori.



# DIRE, FARE, AMARE.

È partita la campagna Coop nazionale a favore dell'obbligatorietà dell'educazione affettiva nella scuola.

L'iniziativa è stata presentata alla stampa mercoledì 7 maggio, presso il punto vendita Coop.fi di Firenze Novoli.

All'incontro erano presenti **Rita Librandi**, Vicepresidente dell'Accademia della Crusca, **Federigo Bambi**, Accademico della Crusca, **Elisabetta Camussi**, Docente di Psicologia Sociale presso l'Università Milano Bicocca e Presidente della Fondazione Ossicini, **Daniela Mori**, Presidente Consiglio di sorveglianza di Unicoop Firenze e **Maura Latini**, Presidente Coop Italia.

La campagna di sensibilizzazione è già partita con l'arrivo sugli scaffali dei punti vendita di una **confezione multipla di fazzoletti di carta**, proposta in **edizione speciale** con le **cinque parole chiave - Ascolto, Amore, Rispetto, Consenso, Fiducia - che l'Accademia della Crusca ci ha aiutato a interpretare e attualizzare**. Cinque parole non banali, che assumono un nuovo, più attuale significato nell'ambito della campagna promossa da Coop e Unicoop Firenze a favore dell'obbligatorietà dell'educazione affettiva nella scuola.

Secondo l'indagine "**La scuola degli affetti**"\* promossa da **Coop** in collaborazione con **Nomisma**, recentemente svolta (febbraio 2025) su un campione rappresentativo della popolazione italiana (2.000 persone tra i 18 e i 64 anni) risulta che il **70% del campione** consultato è a favore dell'inserimento dell'educazione affettiva nelle scuole.

Sono ben **9 italiani su 10** a ritenere che proprio **l'insegnamento scolastico possa contribuire a prevenire** fenomeni di odio, emarginazione e violenza di genere. Questo è possibile anche a partire dalla tenera età, dato che un genitore su due immagina che il percorso dell'educazione alle relazioni possa iniziare già durante la scuola elementare e debba essere affidato a figure professionali, insegnanti e psicologi, le cui capacità sono riconosciute. L'educazione affettiva nelle scuole vede l'Italia come uno dei



pochissimi paesi UE che non ha questa materia all'interno dei propri programmi scolastici. Dall'indagine di Nomisma, secondo la Presidente del Consiglio di Sorveglianza, **Daniela Mori**: "Emergono elementi a cui prestare molta attenzione. Un'organizzazione come la nostra credo debba stare dentro a questi temi, che ci appartengono perché siamo un'organizzazione popolare, non solo un supermercato".

Le cinque parole utilizzate nell'ambito della campagna, sono state oggetto di interpretazione e attualizzazione da parte dell'**Accademia della Crusca**, uno dei principali punti di riferimento per gli studi sulla lingua italiana. Grazie al lavoro svolto da **Paolo D'Achille** e **Rita Librandi**, rispettivamente Presidente e Vicepresidente dell'Accademia, e da **Federigo Bambi**, Accademico della Crusca, sono state ricostruite **origine e storia** di queste parole e soprattutto l'uso attuale nel linguaggio comune, tenendo conto anche delle deviazioni rispetto al significato di partenza, a partire dalla parola "**Amore**", parola di **antichissima attestazione**, che non rinvia in alcun modo a sentimenti negativi, ma che attualmente spesso si allontana dal significato originario. Oggi, corredata da **aggettivi** quali malato, morboso o tossico, acquista una **fisionomia contraria** rispetto al sentimento fonte di vita cui questa parola rinvia fin dalla sua origine. Nel significato di "Amore" rientrano tutte le parole individuate per promuovere **l'educazione alle relazioni e agli affetti**. Amore è **fiducia** nell'altro, è capacità di **ascolto**, è **rispetto** della persona verso cui rivolgiamo il nostro sentimento ed è **consenso** verso le sue decisioni.



Guarda i risultati della ricerca.

\*A guidare i lavori dell'indagine, un Comitato Scientifico formato da **Linda Laura Sabbadini**, ex Dirigente del Dipartimento per le Statistiche Sociali dell'ISTAT e oggi editorialista, **Elisabetta Camussi**, Docente di Psicologia Sociale presso l'Università Milano Bicocca e Presidente della Fondazione Ossicini, ed **Enrico Galiano**, scrittore, insegnante e comunicatore sociale noto per il suo impegno nella diffusione di una didattica alternativa.



Da sinistra: **Maura Latini**, Presidente Coop Italia - **Elisabetta Camussi**, Docente di Psicologia Sociale dell'Università Milano Bicocca e Presidente Fondazione Ossicini - **Daniela Mori**, Presidente Consiglio di Sorveglianza di Unicoop Firenze.



# TENIAMOCI AGGIORNATI!

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

## CATALOGO FIDELIZZAZIONE "LASCIATI SORPRENDERE" Fino al 30 novembre 2025.

**A**l suo interno si possono trovare una **vasta gamma di proposte** da ottenere con i punti accumulati sulla Carta Socio Unicoop Firenze.

È possibile donare punti Socio anche a progetti solidali legati alla **Fondazione Il Cuore si Scioglie** e all'**Ospedale Pediatrico Meyer**, come evidenziato nelle primissime pagine del Catalogo.

A seguire, sempre nel catalogo, troviamo **esperienze culturali, attività di svago, corsi online personalizzati** in base alle proprie passioni e **abbonamenti a quotidiani online**.

L'iniziativa è riservata esclusivamente ai **Soci** di Unicoop Firenze.

Il catalogo è presente in **versione cartacea** presso tutti i nostri punti vendita ed è **consultabile online** sul sito [www.coopfirenze.it](http://www.coopfirenze.it)



Inquadra il QR e sfoglia il catalogo.



## LE GRANDI MARCHE Fino al 21 maggio.

**D**all'8 al 21 maggio nuovo appuntamento con l'iniziativa Scegli Tu Grandi Marche, a tutela del potere di acquisto dei Soci. L'iniziativa propone un'ampia scelta di **prodotti scontati del 30, 40 e 50%**. La promozione è riservata esclusivamente ai Soci.



## I BUONI SCONTO PER I SOCI Dal 19 al 25 maggio.

**D**al 19 al 25 maggio, in tutti i punti vendita Unicoop Firenze, i **Soci che acquisteranno prodotti dei nostri valori** (di aziende toscane, ecologici, biologici, frutta e verdura fresche e Prodotti a Marchio Coop) contrassegnati dal cartellino

rosso "Una Buona Spesa" **riceveranno ogni 15€ un buono sconto da 5€**, che la settimana successiva (dal 26 maggio al 1° giugno) potrà essere utilizzato ogni 30€ di spesa e multipli.



# UN'ACCOGLIENZA STRAORDINARIA

L'apertura del nuovo Superstore di Campi.

Il nuovo Superstore di Campi, aperto alle vendite lo scorso 2 aprile, ha subito registrato un grande afflusso di Soci e clienti entusiasti per la nuova struttura.

Qualche giorno dopo l'inaugurazione abbiamo incontrato la **Direttrice, Letizia Allamprese**, che ci ha raccontato le prime sensazioni ed emozioni.

“Il percorso che ci ha visti protagonisti della nuova apertura ha coinvolto a 360° tutti i dipendenti.

Tutte le persone della Cooperativa, in ogni ruolo, hanno dimostrato **grande impegno** nei mesi che hanno preceduto l'evento.

Abbiamo potuto vivere le emozioni nella mattina **di martedì 1° aprile**, quando, si è svolto un **momento esclusivo dedicato a noi dipendenti** in cui è stato valorizzato il lavoro svolto, il grande coinvolgimento e il senso di appartenenza emersi anche nel corso delle attività formative.



Da sinistra: **Emanuele Turri, Beatrice Cassioli e Assunta De Lucia.**



**Letizia Allamprese**, Direttrice del Superstore di Campi.

La Cooperativa ha fatto un gradissimo lavoro, da ogni punto di vista, **raccogliendo il desiderio dei molti Soci che popolano questo territorio.** Ci troviamo su uno snodo viario molto importante che ci porta a essere facilmente accessibili dalla rete stradale che percorre la piana di Campi.

Dopo il taglio del nastro moltissimi Soci e clienti ci hanno subito visitato, trasmettendoci il loro **grande entusiasmo** per questa nuova apertura.

Il complesso è stato pensato nel **massimo rispetto della sostenibilità ambientale.**

La grande e bellissima vetrata permette **l'accesso diretto di luce naturale:** a questa sono sincronizzati i led che variano l'intensità della loro luce in funzione del livello di luminosità che penetra all'interno del supermercato.

Sul tetto sono stati installati **pannelli fotovoltaici** che insieme a quelli presenti nel **parcheggio, a copertura di 60 posti auto,** consentono un importante risparmio energetico.

Il consueto percorso di spesa mostra in ingresso i reparti freschissimi, che accolgono con i loro colori e profumi i Soci. Particolare attenzione è stata riservata a tutte quelle **referenze che sono caratteristiche del territorio di Campi:** mi riferisco



I colleghi del negozio di Campi.

Viviamo insieme le emozioni dopo l'apertura del nuovo Superstore.



alla cultura tradizionale e locale legata alla **carne di pecora.**

Il mondo del **pet food** è stato ampliato. Da sottolineare l'ingresso di articoli dedicati al cibo specifico per particolari categorie di animali che necessitano di apporti diversi di sostanze nutritive. Finora questo è un servizio che veniva fornito solamente dai negozi specializzati, quindi è un'ulteriore risposta che la Cooperativa dà a Soci e clienti.

Un'altra innovazione riguarda la cosmesi e nello specifico la **skincare.**

L'inserimento della skincare coreana, che rappresenta la maggior novità sul mercato, ci ha permesso di proporre una serie di prodotti che coprono tutte le esigenze di bellezza.

Il **Corner ottica** è stato collocato in prossimità delle casse; qui il Socio può usufruire della misurazione della vista in modo immediato e della conseguente preparazione di occhiali su misura.

Grande rilievo anche alla **cantina**, collocata davanti al banco gastronomia, con un'offerta di circa 700 etichette tra vini locali, nazionali ed esteri.

Vi aspetto, assieme a tutti i colleghi del negozio, in visita al Superstore di **Campi Bisenzio, Palagetta!**”



Da sinistra: **Ramona Mancini, Elisa Dotti ed Elisa Galli.**

## Territorio e contesto

La località, in passato, era nota solo come “Campi”; **Dante la cita nella Divina Commedia** in una celebre terzina del Paradiso (vv. 49-51) «*Ma la cittadinanza, ch'è or mista di Campi, di Certaldo e di Fegghine, pura vediesi ne l'ultimo artista.*»

Le prime notizie della locale Misericordia risalgono alla prima metà del 1500. Il governo granducale, anche sotto la spinta delle ricorrenti alluvioni, si impegnò in un'imponente azione di opere di bonifica: risalgono ai secoli XVI-XVII numerosi lavori sul corso del Bisenzio ai quali collaborò anche **Galileo Galilei.** L'attuale denominazione di Campi Bisenzio fu assunta solo nel **1862**, con l'aggiunta del nome del fiume che attraversa la città. Nel **1871**, cittadini campigiani fondarono l'Accademia dei Perseveranti e venne

costruito il nuovo Teatro Dante destinato a divenire uno dei più prestigiosi della Toscana.

Nel **1880** vennero inaugurate le due linee del tramway; la linea Firenze-Peretola-Campi-Capalle-Prato e la Firenze-Poggio a Caiano, passante per San Donnino e San Piero a Ponti. La località di Campi Bisenzio è stata citata in alcune opere cinematografiche e televisive:

- La trasmissione **Onda libera**, andata in onda nel 1976-77 sul secondo canale, vedeva come protagonisti un **giovannissimo Roberto Benigni** e l'attore campigiano **Carlo Monni**, ambientata in una stalla di Capalle con tanto di vacche, cavalli e pollame.
- Alcune scene del film **Berlinguer ti voglio bene** (1977), con Roberto

Benigni, furono girate nella Casa del Popolo di San Piero a Ponti.

- Una scena del film **Il ciclone**, regia di Leonardo Pieraccioni (1996), quella del bacio tra Levante e Caterina, fu girata in uno sfascia carrozze che si trovava nei pressi del quartiere di San Martino.

Il piatto più tradizionale e noto è la **pecora alla campigiana** e un dolce tipico sono le “**campigiane**”, paste di forma tonda, ripiene di crema pasticciera.



# LA STORIA CONTINUA

Un nuovo Minimercato a Castelfranco di Sotto.

Nell'area una volta occupata da una fabbrica storica, ex calzaturificio Lorbac, da anni inutilizzata, Unicoop Firenze dopo un'attenta bonifica ha fatto sorgere il nuovo negozio di Castelfranco.

Tutta la zona adiacente è stata riqualificata anche con opere a servizio della collettività, come la nuova viabilità, e in più è stata data un'importante attenzione agli spazi verdi che abbracciano il negozio, grazie alla piantumazione di 19 alberi.

Pochi giorni dopo la festosa inaugurazione, il **Direttore Andrea Franceschi** ha condiviso con noi il percorso che ha portato a questo risultato.

“Questa apertura per me è stata molto particolare. Proprio nel vecchio punto di vendita di Castelfranco ho iniziato il mio percorso da Caporeparto. L'essere ritornato qui, in previsione della nuova apertura, con le persone con cui ero stato una decina d'anni fa, mi ha recato una grande emozione.

La Cooperativa è storicamente presente in questo territorio, dove il vecchio punto vendita avrebbe compiuto **30 anni!**



Andrea Franceschi, Direttore del Minimercato di Castelfranco di Sotto.

Adesso **ci posizioniamo in una zona centrale del paese, vicini a servizi importanti per la cittadina come le scuole e le poste, e, a breve, sorgerà la farmacia comunale**, proprio nel locale adiacente il nostro negozio.

**L'edificio è innovativo** e strizza l'occhio **all'efficienza ambientale**.

**Sul tetto** è situato un **impianto fotovoltaico con una produzione chilowatt superiori alle necessità di legge** e **l'impianto frigo** di tutto il punto vendita, grazie alle sue caratteristiche, è in grado di utilizzare il ricircolo dell'acqua di condensa per il riscaldamento. **L'impianto di condizionamento** si regola automaticamente in base al flusso di clienti presenti nel negozio e **i led** di ultima



Da sinistra: Luana Mencacci, Stefania Canale e Caterina Maragò.



generazione, permettono la regolazione delle luci secondo l'effettivo fabbisogno del punto vendita.

Il percorso che ci ha portato all'apertura è stato lungo, ma grazie al lavoro di tutti i colleghi, ci siamo arrivati nel modo giusto, mantenendo alta la capacità gestionale e motivazionale.

**Il Gruppo Dirigente è stato veramente attento, competente e tutti i colleghi, indistintamente, si sono impegnati tantissimo e ne sono veramente contento.**



Da sinistra le colleghe: **Cristina Pullarà - Silvia Filidei Manuela Somma**, Caporeparto Forneria e Gastronomia **Valentina Del Monte - Valeria Di Prisco e Josefina Loianno**.

Colgo l'occasione per **ringraziare tutta l'organizzazione della Cooperativa**, tutti gli uffici sia da un punto di vista tecnico che da un punto di vista commerciale, tutti i punti vendita e i Direttori che si sono adoperati, in un periodo così importante dell'anno per darci una mano.

Concludo con un invito a venirci a **trovare nel nuovo punto vendita di Castelfranco**.



**Castelfranco nelle parole di Andrea, Francesca, Cristina e Valentina.**

## Territorio e contesto

Castelfranco di Sotto si trova nel Valdarno inferiore.

Il nome Castelfranco deriva da due peculiarità legate alla **fondazione**: “Castel” per la sua conformazione urbanistica e “franco” perché i lucchesi, fautori della nascita della località, dispensarono dal pagamento dei tributi chi fosse andato ad abitarvi.

Il borgo, un tempo difeso da mura con **16 torri**, oggi presenta una struttura urbanistica a pianta quadrata dovuta alla sua storica fondazione. Il nucleo più antico conserva nella piazza principale il quattrocentesco **Palazzo Pretorio**.

Nella seconda parte del Novecento, sono cresciute le sue industrie, soprattutto nel settore calzaturiero; attualmente fa parte del Distretto Conciario di Santa Croce sull'Arno.

Importante l'aspetto paesaggistico, infatti il territorio rientra nell'area collinare delle Cerbaie, dentro la quale si trova la **Riserva Naturale di Montefalcone**: un piccolo paradiso per gli amanti della natura con boschi di pini e querce.

Nell'ultima domenica di maggio, dal 1987, ha luogo il Corteo storico e il **Palio dei Barchini** con le ruote,

dove le quattro contrade si sfidano in una gara di barchini che, mossi dai rematori, dovranno fare dei giri intorno a piazza Garibaldi. Tradizione che ricorda agli antichi renaioli che prelevavano dai fondali dell'Arno sabbia o ghiaia, utilizzate per attività muraria.





# PESCE FRESCO, MARE PULITO.

## Tutela e salvaguardia della vendita di pesce all'interno di Unicoop Firenze.

Una data che possiamo definire significativa è novembre 2003, anno che celebra la nascita della Piattaforma Ittica di Capalle.

L' inserimento della piattaforma va riconosciuto come un "cambio epocale" che ha collegato la Cooperativa con tutti i mercati ittici di Europa e gli ha permesso di sviluppare una propria politica commerciale per gestione di prezzi, acquisti e, non ultima, la qualità dei prodotti. La Piattaforma Ittica **consegna il pesce fresco direttamente ai negozi di Unicoop Firenze e Terre di Mezzo.** L'organizzazione e la gestione di tutto il comparto è diventata più complessa e articolata, perché l'obiettivo è soddisfare le esigenze di Soci e clienti di ogni singolo punto vendita della Cooperativa.

Quest'impostazione ha portato Unicoop Firenze a essere un'eccezione anche a livello nazionale (nel dettaglio valutazione Unicoop Firenze: 59 > Best Nazionale Esselunga: 53). Ogni anno la Cooperativa si avvale di indagini sui clienti.

**Nel 2024, la Pescheria ha ottenuto, migliorandolo rispetto agli anni precedenti, un riconoscimento di tutto rispetto dell'8.24%.**

**Dal 2003 sono stati venduti oltre 120 milioni di chili di pesce per 1,5 miliardi di euro,** dato significativo se pensiamo alla carenza di questo prodotto a livello di grande distribuzione.

Elementi centrali sono sempre stati **la qualità e la freschezza.** Tutto questo è possibile grazie alle tantissime persone, che lavorano in Pescheria. Grazie alla loro formazione sul campo e acquisita professionalità sono in grado di valutare, consigliare e vendere il pesce nel modo migliore. Queste qualità sono state loro riconosciute anche da Soci e clienti.



Da sinistra: **Alessandro Panasci**, Ispettore Pescheria e **Cesare Cesarini**, Caporeparto Pescheria del Superstore Pontassieve.

I nostri punti di forza per raggiungere questi volumi di vendita sono:

- **Il pesce pescato** si conferma come il "principe" delle referenze in Pescheria, con una percentuale che tocca il 60% sul totale vendite.
- Gli allevamenti toscani sono in grado di offrire una **qualità sempre più elevata grazie alla costante collaborazione con i produttori.** Questo processo è volto a migliorare le caratteristiche del pesce, che si stanno sempre più avvicinando a quelle del pescato. Un esempio virtuoso, di questo procedimento, è **l'allevamento di Capraia Isola**, in cui la qualità del pesce e le tecniche di raccolta hanno raggiunto standard qualitativi altissimi.
- **Certificazione CSQA**, sul Pesce Pescato Arcipelago Toscano, eccellenza della costa toscana. **Il progetto PAT del 2008 garantisce, tutt'oggi, che il pesce venduto sui nostri banchi è stato pescato il giorno precedente nel mare** antistante le sei miglia delle coste toscane, **dal fosso di Capalbio a Bocca di Magra.**



### PUNTO FOCALE PER LA COOPERATIVA: L'AMBIENTE.

In collaborazione con CPR, **unico per la GDO**, abbiamo sostituito le cassette in polistirolo con quelle in plastica riutilizzabili.

Oltre a questo progetto di sostituzione delle casse, abbiamo ritirato dai reparti le casse in polistirolo restanti per **trasformarle di nuovo in altri articoli** (es: panchine, scocche, etc.)

Per questo **Unicoop Firenze nel 2018 è stata premiata dal CONAI.**

**Negli ultimi anni sono state risparmiate oltre 2 milioni di cassette in polistirolo, pari a circa 600.000 kg.**



Casse in CPR utilizzate/ricevute nel 2024														
	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC	TOT	AP
Pallet	423	616	476	290	617	412	388	272	328	408	337	429	4.996	5.834
Casse	22.526	27.934	22.162	15.136	26.098	18.715	18.595	15.829	20.598	21.231	18.727	31.612	259.163	308.029
Cassa CA12	12.458	17.428	8.614	6.552	17.040	10.370	9.094	7.695	8.294	11.784	9.863	13.783	132.975	162.082
Cassa CA34	10.068	10.506	13.548	8.584	9.058	8.345	9.501	8.134	12.304	9.447	8.864	17.829	126.188	145.947

Ultime attività sempre sul tema della sostenibilità ambientale sono:

- L'introduzione delle **vaschette per la vendita di pesce preincartato in r-XPS** (polistirolo riciclato) con almeno il 30% di materiale riciclato di ultima generazione. **Grazie a questo Unicoop Firenze, insieme al fornitore, sarà in finale al Best Packaging di Milano in questo mese di maggio.**
- A queste si sono aggiunte le **vaschette in cartone (a uso forno)** per le nostre referenze condite e pronte al consumo.

**La qualità del pesce: ce ne parlano Alessandro e Cesare.**



# I "FIORI" ALL'OCCHIELLO DEL TERRITORIO

Le primizie della stagione arrivano nell'Ortofrutta.

La Cooperativa da sempre è impegnata nella valorizzazione e tutela del territorio Toscano.

Da anni il settore Ortofrutta si impegna a potenziare e rendere attive tutte quelle realtà presenti nelle zone più produttive del nostro territorio, sviluppando al massimo quelle che lo consentono.

Potremmo tracciare un percorso che va da Capalbio fino a Venturina, dal Casentino al Valdarno, dalla Valdichiana al pisano per arrivare nel lucchese, fino alla zona di Pistoia, e terminare nel Mugello.

Unicoop Firenze, oggi, è riuscita a convogliare circa 700 produttori che consegnano quotidianamente la merce a piattaforme strutturate in cui il prodotto viene stoccato, confezionato e distribuito in tutta la nostra rete di vendita.

Negli ultimi 10 anni si è cercato di lavorare sia in termini di qualità che di produttività, cercando di alzare l'asticella verso una maggiore attenzione sui prodotti per i nostri Soci e consumatori.



Da sinistra: **Andrea Goretti**, Caporeparto Ortofrutta del Superstore Pisa Cisanello e **Francesco Cappelli**, Assistente Ortofrutta.

In questo numero parleremo dei prodotti forniti da due aziende che si trovano nella Val di Cornia.

**L'Azienda Sodi e l'Azienda Ercolani operano entrambe a Venturina.**

La loro storia è arrivata alla terza generazione, quindi adesso sono gestite da ragazzi molto giovani, che hanno investito tanto in sostenibilità e in produzione, sia a campo aperto che in serra.

In questo momento dell'anno i prodotti di spicco sono **carciofi e zucchine col fiore**.



**I carciofi coltivati in Toscana** sono noti per la loro qualità superiore. Vengono raccolti a mano tra marzo e maggio e spesso consumati crudi in insalate, fritti, trifolati o come base per ripieni e torte salate.

Caratteristiche principali:

- Forma compatta, con brattee carnose e poco spinose.
- Colore violaceo o verde intenso, a seconda della varietà.
- Gusto delicato, con una nota amarognola tipica dei carciofi freschi.

I carciofi sono ricchi di fibre, antiossidanti (in particolare la cinarina, che stimola il fegato), vitamina C, potassio e acido folico. Hanno un basso contenuto calorico (circa 22 kcal per 100 g) e sono ideali per le diete depurative e per il benessere del sistema digestivo.

**Le zucchine primaverili**, raccolte con il loro fiore ancora attaccato, sono un'autentica prelibatezza. Il fiore - chiamato fiore di zucca o fiore di zuccina - è estremamente delicato, sia nella consistenza che nel sapore.

I fiori di zuccina sono ottimi farciti e fritti, ma anche utilizzati in frittate, risotti o cotti al vapore per piatti più leggeri. Le zucchine con fiore sono tipiche dei mercati primaverili, e vanno consumate in tempi brevi per preservarne la freschezza.



**Andrea Sodi**, azienda Sodi.

Caratteristiche principali:

- Forma allungata e sottile, zuccina di colore verde chiaro o scuro.
- Il fiore giallo-arancio è tenero, profumato e va consumato fresco.
- La polpa è morbida, dal gusto dolce e delicato.

Le zucchine sono composte per oltre il 90% da acqua, e apportano solo 11 kcal per 100 g. Sono fonte di vitamina A, vitamina C, potassio e manganese, con proprietà diuretiche, rinfrescanti e antinfiammatorie. Il fiore, pur essendo leggero, contiene beta-carotene e flavonoidi, utili per contrastare i radicali liberi.

Ne abbiamo parlato con **Francesco Cappelli**, assistente Ortofrutta, **Andrea Goretti** Caporeparto Ortofrutta del Superstore Pisa Cisanello, e con i produttori **Andrea Sodi** e **Massimiliano Ercolani**.



**Massimiliano Ercolani**, azienda Ercolani.



Eccellenze toscane raccontate dai colleghi **Francesco** e **Andrea** e dai fornitori **Massimiliano** e **Andrea**.



# NOVITÀ DA LECCARSI I BAFFI

## I nostri nuovi prodotti pet food.

**Il settore del pet food, ormai da qualche anno, sta vivendo una trasformazione significativa, legata al numero crescente di animali domestici e da compagnia e alla sempre più forte attenzione alla qualità degli alimenti.**

Il mercato italiano del pet food vale oggi oltre 3 miliardi di euro, registrando un aumento a due cifre rispetto all'anno precedente. Questa costante crescita è collegata sicuramente a un incremento dei volumi ma anche a una crescente domanda di prodotti "premium", di qualità più alta, più costosi perché realizzati con ingredienti naturali, privi di OGM e/o conservanti artificiali.

L'attenzione verso l'animale di casa, cane e gatto in particolare, si traduce inoltre nella richiesta di alimenti personalizzati che rispondano a esigenze specifiche, come età o condizioni di salute particolari.



**Alberto Tucci**, Category Manager Pet food per i formati di riferimento.



**Alessandra Gori**, Business Manager Generi Vari e Surgelati.

"Il contesto e le tendenze ci hanno suggerito di rivedere completamente l'offerta presente nei nostri scaffali, cercando di dare risposte più convincenti e complete ai nostri clienti che, del resto, ce lo dicono i numeri, guardano alla grande distribuzione alimentaria come al canale privilegiato per soddisfare le loro esigenze anche in fatto di cura dell'animale" ha dettagliato **Alessandra Gori, Business Manager Generi Vari e Surgelati.**

"La Cooperativa ha deciso di rispondere a queste nuove e particolari esigenze con un format innovativo, dedicato ai cuccioli di casa".

La qualificazione dei nostri assortimenti ha seguito tre direttrici principali:

- incremento della proposta, con tanti nuovi prodotti, di marca e a marchio Coop;
- crescita più che significativa dei prodotti dedicati al cane, da sempre la parte di assortimento più sofferente in tutta la grande distribuzione, che spesso privilegiava la proposta legata al mondo del gatto;
- inserimento di marchi specialistici, mai distribuiti nei nostri supermercati, ma che per il consumatore di oggi rappresentano un



elemento di attrazione e fiducia, soprattutto quando l'animale ha qualche problema di salute e sempre dietro consiglio del medico veterinario;

- rivisitazione delle logiche display per rendere lo scaffale "più comunicativo", per facilitare il consumatore nella ricerca del giusto prodotto per le sue esigenze.

La partecipazione di tutti i colleghi in negozio è stata e sarà fondamentale perché parte attiva e proattiva nella vendita di questi prodotti. Per questo sono state organizzate anche alcune sessioni di approfondimento e formazione che vogliono essere soltanto l'inizio di un più articolato percorso verso il futuro.

Questa **nuova strategia commerciale è stata recentemente attivata nel nuovo Superstore di Campi Bisenzio e poi in quello di Prato Pleiadi.**

**Alberto Tucci, Category Manager pet food per i formati di riferimento**, ci ha parlato della sperimentazione.

"A Campi abbiamo deciso di sperimentare il nuovo progetto pensato per il pet food. Si è concretizzato così il lavoro partito circa un anno e mezzo fa, dallo studio del mercato e dalle esigenze dei nostri frequentatori e conclusosi a Lucca con la creazione di un vero e proprio laboratorio per sperimentare le nostre nuove strategie. Mantenendo le "classiche" divisioni tra cane e gatto, abbiamo affiancato ai prodotti "di largo consumo" anche merceologie specifiche legate a esigenze particolari, che coprono ogni fase della vita dell'animale, da quando sono cuccioli, fino all'età adulta. Abbiamo inserito anche prodotti per particolari tipologie



**Fabio Navarro**, Caporeparto Generi Vari del Superstore Campi.

o difficoltà alimentari, per esempio per animali sterilizzati o con sensibilità gastrointestinali. Abbiamo migliorato anche l'offerta degli accessori, a partire da quelli dedicati all'igiene e pulizia, estendendo anche alle esigenze di altre tipologie di piccoli animali domestici come pesci, uccelli e roditori".

Il percorso è appena iniziato, ma le prime settimane di vendita ci hanno già dato soddisfazione!





# LUCIANO “MASSIMO” SGROI SALUTA LA COOPERATIVA

dalla Macelleria di Barberino.

**Quando si ha la possibilità di incrociare delle persone come Massimo Sgroi ci rendiamo conto di quanto sia bello lavorare in Cooperativa.**

**Massimo è stato capace di trasmettere, con le sue parole, quello che lavorare in Unicoop Firenze ha significato e “significa” nel suo aspetto più sincero e coinvolgente.**

**Da tutto ciò è nata un’emozionante conversazione.**

## Ci racconti la storia del tuo “doppio” nome?

Mia mamma mi aveva dato il nome Luciano, perché così si chiamava il nonno, e anche il nome Massimo, perché era quello che le piaceva.

Così fino al compimento dei miei 30 anni ho avuto due nomi: Massimo e Luciano.

Tutto è cambiato quando sono andato a richiedere un certificato di nascita in Comune.

Si può semplificare dicendo che la “colpa” è di una virgola che era stata inserita tra i miei due nomi.

Dovendo, per legge, eliminare il secondo da quel giorno “giuridicamente” sono diventato Luciano Sgroi, ma per tutti sono sempre “Massimo”.

## “Massimo” com’è iniziata la tua avventura in Cooperativa?

Quando frequentavo le scuole medie, la professoressa d’inglese mi chiese: “Massimo cosa ti piacerebbe fare da grande?”

Io le risposi: “Mi piacerebbe fare in macellaio”.

Questo mio pensiero le piacque molto e, addirittura, consolidò il mio rapporto con lei.

Avevo scoperto questa “passione” perché in quegli anni dopo l’orario scolastico, mia mamma mi chiedeva di recarmi al macello degli animali per prendere un po’ di sangue, che lei avrebbe utilizzato per cucinare i “sanguinacci”. Io con la bicicletta andavo là e mi mettevo a guardare tutti i vecchi macellai al lavoro.

Erano i tempi in cui, con la mia famiglia, frequentavamo attivamente la Festa dell’Unità.

Mi è sempre piaciuto andare a servire con gli amici e tra le persone, che come noi erano attive durante l’iniziativa, c’era il mio compaesano **Moreno Petrucci**.

Lui lavorava alla Coop e quando intuì, dalla mia domanda, che mi sarebbe piaciuto moltissimo fare parte della Cooperativa, mi invitò, con grande piacere, ad approfondire la questione.

Da quel momento passò veramente un soffio di tempo e venni chiamato a Firenze, nella sede di **Santa Reparata**, a firmare il contratto.

Fu una cosa travolgente, bellissima!

Ma il ricordo che mi emoziona di più è quello della felicità ed entusiasmo dei miei genitori.

## Inizi da giovanissimo la tua vita lavorativa nella Cooperativa, dove?

Entrai subito alla **Coop in via Aldo Moro**, alla vecchia “Coppettina”.

Fu una cosa così incredibile!

Sono stato anche fortunato perché ho avuto dei grandi maestri, esperti del mestiere.

Ricordo i miei primi anni...

I conti si facevano a mano sulla busta della spesa, e ho sempre pensato a quanto sarebbe stata felice la mia professoressa di matematica, perché finalmente avevo imparato!

Era bellissimo lavorare al banco tradizionale;

è stata una delle esperienze più belle della vita.

Ho trovato un ambiente in cui sono stato accolto in modo sincero.

## Un lavoro che ti ha dato soddisfazione?

Il mio lavoro è stato importante.

Adesso sono arrivato a **43 anni di lavoro in Cooperativa**, sempre nello stesso negozio e nello stesso reparto a **Barberino di Mugello**.

Ho un bel rapporto sia con i colleghi che con i Soci e clienti e ne sono orgoglioso.

Ho cercato sempre di lasciare tutti i problemi fuori dal negozio. Credo di aver ricevuto questa forza, che mi ha sostenuto anche in momenti più difficili, dai miei genitori.

Li ho persi quando ero molto giovane,

ma in quel poco tempo che ho vissuto con loro,

**mi hanno trasmesso il rispetto e l’onestà**. Posso dire

che ho avuto una gran fortuna ad aver avuto genitori così.

Il lavoro è ovviamente cambiato nel tempo.

Quando è stato rinnovato il negozio ho avuto l’occasione

di andare in altri punti di vendita a imparare l’utilizzo

della macchina per il confezionamento, perché sarebbe stato introdotto questo nuovo modo di gestire la merce.

**Mi sono aggiornato perché è fondamentale adeguarsi ai cambiamenti**.

Il banco al taglio ti permetteva un rapporto diverso

con il cliente, ma anche adesso che lavoriamo senza, la **cortesia e l’attenzione** verso le richieste dei Soci non sono mai venute a mancare.

Cerco sempre di essere al servizio di coloro

che frequentano il negozio, perché è importante

dare supporto alla mia azienda e anche trovare soddisfazione a livello personale tramite il lavoro.

I clienti mi hanno sempre considerato una persona

**affidabile e professionale**.

## La Cooperativa per te:

Un’esperienza positiva.

Ho avuto la fortuna di fare quello che mi piaceva e questa è una bella sensazione.

Ci sono poche persone che fanno il lavoro che desiderano

e io sono contento di essere cresciuto nella Coop

e la Coop è cresciuta a sua volta diventando quella

che è adesso, **una grande Cooperativa**.

HO AVUTO  
DEI GRANDI MAESTRI  
CHE MI HANNO TRASMESSO  
TANTO.



Un caloroso “ciao”  
dal nostro collega  
Massimo.

# COME SONO ANDATI GLI ASSAGGI DEI PRODOTTI A MARCHIO?

Dal 20 febbraio al 6 marzo.





**VUOI DIVENTARE UN DIPENDENTE ASSAGGIATORE? ISCRIVITI INVIANDO UNA MAIL A [infoassaggi@unicoopfirenze.coop.it](mailto:infoassaggi@unicoopfirenze.coop.it)**

Per informazioni rivolgiti all'Ufficio Comunicazione Interna e Relazioni RU: [ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it](mailto:ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it)  
**055/4780820**

## Orecchiette integrali fresche Coop - 500 g

Sei affamata/o? Allora non puoi perderti le orecchiette fresche integrali Coop, gustose e ricche di fibre, preparate solo con **semola integrale di grano duro 100% italiano**. In cottura mantengono in modo impeccabile la loro caratteristica consistenza, per farti gustare tutto il sapore della tradizione pugliese e della Basilicata, in una nuova versione integrale.

**DATI DEL TEST**  
 Il prodotto è stato provato da **755 colleghi**, di cui **623 donne** e **132 uomini**, ottenendo il punteggio medio di **7.31 su 9**.

### ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

I colleghi hanno apprezzato molto le orecchiette, sia per consistenza che per sapore. Consiglierebbero però la realizzazione di un nuovo packaging, più invitante e visibile a scaffale. Per molti i colori utilizzati sono troppo scuri.



Cambierei il packaging, rendendolo più visibile a scaffale, con colori accesi. Inoltre preferirei una confezione apri e chiudi, per salvaguardare la freschezza delle orecchiette.

Mi piace sia il sapore che la consistenza. Sono perfette con le cime di rapa!

Buonissime! Le ricomprerò sicuramente.



## Frollini al limone Coop - 300 g

Prova gli irresistibili frollini Coop al gusto limone. Realizzati con ingredienti semplici, ti rapiranno a ogni morso. Immergiti nella freschezza del limone e assaporali insieme a una tazza di latte o tè. I nostri frollini sono friabili, dolci e delicati, perfetti in ogni momento della giornata.

**DATI DEL TEST**  
 Il prodotto è stato provato da **874 colleghi**, di cui **713 donne** e **161 uomini**, ottenendo il punteggio medio di **7.28 su 9**.

### ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

Questi nuovi biscotti sono stati apprezzati per la loro consistenza e per il gusto. I consigli più ricorrenti sono quelli sulla tipologia di confezione e sul packaging. Alcuni suggeriscono varianti senza zucchero, mentre altri l'aggiunta di granella in superficie. Evidenziano anche la dimensione del prodotto, che gradirebbero più piccolo.



Modificherei solo la consistenza del prodotto, rendendola leggermente più morbida. Suggerirei una confezione con sistema apri e chiudi, salvafreschezza.

È un ottimo prodotto di alta qualità! Suggerirei di inserirli nella sezione pasticceria, perché non li considero dei semplici biscotti... sono troppo buoni!

Il sapore è buono, ma si sente poco il gusto del limone.



Dal 27 marzo al 10 aprile 2025.

## Spalmabile vegetale a base di mandorle Veggie Style Coop - 170 g

Una novità! Un prodotto spalmabile vegano a base di mandorle, ricco di proteine e salutare. Naturalmente senza lattosio. Versatile, da accompagnare con verdure, ideale come aperitivo su cracker o grissini.

**DATI DEL TEST**  
 Il prodotto è stato assaggiato da **771 colleghi**, di cui **627 donne** e **144 uomini**, ottenendo il punteggio medio di **7.20 su 9**.

### ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

I colleghi hanno apprezzato la consistenza e la tipologia della confezione. Consiglierebbero però l'inserimento di spezie per renderlo più accattivante e di aumentare la cremosità.



Per essere un prodotto completamente vegetale il sapore è buono e non si discosta molto dal classico formaggio spalmabile. Unica cosa che non mi è piaciuta è la consistenza leggermente granulosa.

Ottimo prodotto vegano dal gusto delicato, quindi ok.

Sarebbe buono anche aromatizzato con spezie o erbe.



## Pane proteico con semi di lino e girasole Coop - 400 g

Alimento consigliato nelle diete ricche di proteine e povere di carboidrati. Grazie alle sue caratteristiche influenza la sazietà portando a una riduzione dell'apporto calorico.

**DATI DEL TEST**  
 Il prodotto è stato assaggiato da **762 colleghi**, di cui **622 donne** e **140 uomini**, ottenendo il punteggio medio di **7.35 su 9**.

### ALCUNI COMMENTI DEI NOSTRI COLLEGHI ASSAGGIATORI

Il prodotto è stato apprezzato per il gusto. I consigli più ricorrenti sono quelli sulla tipologia di confezione e sulla consistenza che risulta troppo morbida. Alcuni suggeriscono di aggiungere più semi di girasole.



Non credo che debba essere modificato qualcosa, il prodotto è molto buono.

Modificherei la confezione, troppo scura non evidenzia bene il prodotto.

Le fette un po' più spesse sarebbero più gustose e la consistenza sarebbe migliore.





I colleghi dell'Ufficio Area Paghe e Personale Direzione Persone.

Da sinistra, ultima fila: **Andrea Giuntini, Maddalena Magnelli, Maurizio Parigi, Cristina Scardigli, Paolo Pasquini, Stefania Lepri e Leonardo Taiti.**  
Da sinistra, fila centrale: **Claudia Frasca, Sara Pinzauti, Giulia Donati, Gloria Morini, Valentina Barbaro, Dora Galasso e Sandra Gianì.**  
Da sinistra, fila in basso: **Asia Romanelli, Mirko Vannini e Luca Coli.**

## Sostegno alla genitorialità e parità di genere.

Il sostegno alla genitorialità è un tassello importante del piano MYWelfare, che ha l'obiettivo di offrire un concreto sostegno a chi affronta questa nuova avventura.

Da sempre, la nostra Cooperativa è attenta a queste tematiche. Il **nostro piano MYWelfare** prosegue su questa strada, aggiungendo qualche tassello in più: chi lavora in Cooperativa ha la possibilità di godere di **nuove opportunità, servizi e agevolazioni.**

La nostra Cooperativa riconosce l'importanza della genitorialità e si impegna a promuovere la parità di genere offrendo misure concrete per supportare tutti i genitori, indipendentemente dal genere.

### KIT CRESCENDO

Kit omaggio dedicato ai dipendenti neogenitori di Unicoop Firenze. Si tratta di una confezione che contiene alcuni prodotti a marchio Coop della linea Crescendo.

Gli articoli che formano il kit sono realizzati con materiali naturali, sostanze anallergiche e forme anatomiche studiate per il benessere del neonato; inoltre, i prodotti per l'igiene del bambino non sono testati sugli animali.



Quali altre agevolazioni prevede il nostro piano MYWelfare?



Lo illustra la nostra collega **Claudia**, dell'Ufficio Paghe e lo conferma il collega **Michele** del Superstore di Pontedera.

Vuoi saperne di più?

Consulta l'area dedicata sul nostro portale MYWelfare.

### PERMESSI PER LA CURA DEI FIGLI

Sono previsti, terminati ferie e permessi, **3 giorni** per anno solare di permesso non retribuito, anche usufruibili a mezza giornata, per visite specialistiche o ricovero ospedaliero in aggiunta a quanto previsto dalle norme in vigore, per figli fino a 14 anni.

**Permessi per fecondazione assistita:** per le lavoratrici e per i lavoratori che ne fanno richiesta, sono previste, per ogni evento, due settimane di permesso non retribuito aggiuntive rispetto a quanto previsto dalla normativa in materia.

### Sostegno alla paternità:

- in aggiunta agli attuali 10 giorni retribuiti al 100% per paternità obbligatoria, sono previste **4 ulteriori settimane di congedo** da usufruire entro i nove mesi di vita del bambino, sempre retribuiti al 100%;
- in aggiunta a quanto previsto dalle norme in materia, sono previsti **30 giorni ulteriori di congedo facoltativo**, da richiedere e indennizzare con le stesse modalità previste dalla L. 151/2001.

## Un'attenzione alla solidarietà.

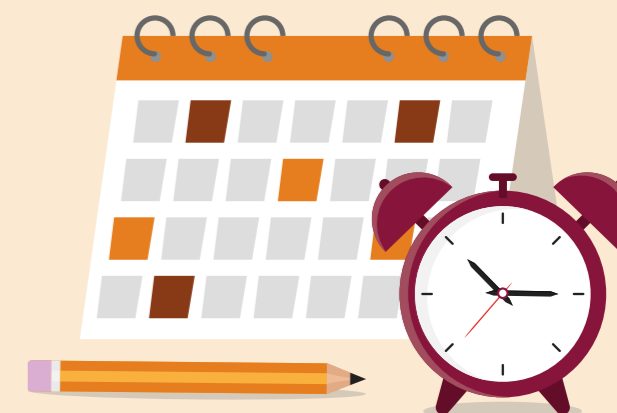
Contribuiamo insieme alla Cooperativa alla Banca Ore Solidali! Anche quest'anno puoi donare le tue ore di ferie o permessi.

È prevista la possibilità di **donare ore di ferie o permessi.** Le ore donate vengono messe a disposizione dei colleghi per la cura dei figli o dei familiari con gravi problemi di salute, e dei dipendenti che hanno superato i 180 giorni di indennizzo INPS per malattia.

La Cooperativa, nel mese di gennaio di ogni anno, contribuirà alla **Banca Ore Solidali** versando l'equivalente del 5% del valore delle ore donate l'anno precedente dai dipendenti.



Scopriamo di più dalle parole della collega **Maddalena**, dell'Ufficio Personale, e da quelle di **Viola e Ilaria** del Supermercato di Firenze Novoli.





# ALIMENTA LA SOLIDARIETÀ

Sabato 17 maggio, in 125 punti vendita Unicoop Firenze, torna l'appuntamento con la raccolta alimentare.



FONDAZIONE  
IL CUORE  
SI SCIOGLIE

**SABATO  
17 MAGGIO  
2025**

## RACCOLTA ALIMENTARE

### Alimenta la solidarietà

Tutto ciò che sarà raccolto  
verrà distribuito direttamente  
alle persone in difficoltà  
del nostro territorio.

*Aiutiamo  
chi ha più bisogno*

In collaborazione con  
Caritas Toscana  
e oltre 200 associazioni del territorio

#### I prodotti che puoi donare

- TONNO IN SCATOLA
- CARNE IN SCATOLA
- LEGUMI IN SCATOLA
- OLIO DI OLIVA E OLIO DI SEMI
- FARINA
- PASTA

- CONSERVE DI POMODORO E SUGHI PRONTI
- CAFFÈ
- PRODOTTI PER LA PRIMA COLAZIONE
- MARMELLATE
- LATTE A LUNGA CONSERVAZIONE
- SUCCHI DI FRUTTA

- PRODOTTI IGIENE PERSONALE
- PRODOTTI CURA DELLA CASA
- PANNOLINI BAMBINI
- OMOGENEIZZATI

Tutto ciò che sarà raccolto verrà distribuito direttamente alle persone in difficoltà del nostro territorio.



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

**Per noi che ci lavoriamo.**

Scarica la nuova App MYA da:

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



oppure inquadra il QR Code.



Google  
Play



App  
Store

