

Bilancio Sociale 2020 PACHA MAMA COOP SOCIALE.

Bilancio sociale predisposto ai sensi dell'articolo 14 del D. Lgs. n.117/2017.

Bilancio sociale elaborato attraverso il modello Iscoop di Legacoopsociali (CC BY-NC 4.0)

Parte introduttiva

Introduzione

Trasparenza, dialogo, rispetto.

Sono i valori in cui crediamo. Come quelli dei prodotti del commercio equo e solidale, in Italia e nel Mondo, che sosteniamo direttamente e per il tramite dei consorzi e progetti a cui aderiamo.

E **sostenibilità** per noi vuol dire anche **trasparenza**, nei fatti. Come quella delle filiere dei prodotti del commercio equo e solidale, come le etichette di prezzo trasparente nelle nostre botteghe.

La sostenibilità di Pacha Mama si fonda sul fondamentale apporto di soci e volontari. E' questo che rende maggiormente sostenibile l'attività delle Botteghe del mondo, che possono così tener fede allo sforzo di aumentare la remunerazione dei produttori e finanziare progetti sociali in territori in difficoltà.

Per questo la trasparenza è un valore essenziale. Lo strumento con cui condividere con soci, volontari e clienti il percorso che stiamo facendo insieme, per valutare come il contributo di ognuno viene via via investito.

Per questi motivi, Pacha Mama già dal 2014 pubblica sul sito www.pachamama-rimini.org un Bilancio Sociale, con cui condividere e confrontarsi con tutti gli stake holders.

Questo documento ha un taglio sugli aspetti più qualitativi e culturali della cooperative, sulle iniziative promosse dalle botteghe e dai soci. Inoltre lo stesso cerca di esprimere una valutazione di impatto sociale attraverso la stima dei margini riconosciuti ai produttori del commercio equo, da soli e in rete con le altre "botteghe del mondo" in Italia. Invitiamo dunque anche alla lettura di quel documento ed a tutti gli altri approfondimenti che trovate sul nostro sito internet.

Presentazione e dati Anagrafici

Ragione Sociale

Pacha Mama società cooperativa sociale

Partita IVA

02526510405

Forma Giuridica

Associazione di rappresentanza

Cooperativa sociale tipo B

Legacoop

Settore Legacoop

Associazione di rappresentanza: Altro

Sociale

Equo garantito

Anno Costituzione 1997

Consorzi

Altromercato Impresa Sociale - società cooperativa

Consorzio Sociale Romagnolo

Reti

TERRA EQUA REGIONE E-R

EQUO GARANTITO

Attività di interesse generale ex art. 2 del D.Lgs. 112/2017

Attività commerciali, produttive, di educazione e informazione, di promozione, di rappresentanza, di concessione in licenza di marchi di certificazione, svolte nell'ambito o a favore di filiere del commercio equo e solidale, da intendersi come un rapporto commerciale con un produttore operante in un'area economica svantaggiata situata, di norma, in un Paese in via di sviluppo, sulla base di un accordo di lunga durata finalizzato a promuovere l'accesso del produttore al mercato, e che preveda il pagamento di un prezzo equo, misure di sviluppo in favore del produttore e l'obbligo del produttore di garantire condizioni di lavoro sicure, nel rispetto delle normative nazionali ed internazionali, in modo da permettere ai lavoratori di condurre un'esistenza libera e dignitosa, e di rispettare i diritti sindacali, nonché di impegnarsi per il contrasto del lavoro infantile

Attuazione programma di cooperazione internazionale attraverso la promozione del commercio equo e solidale

La Provincia di Rimini è il territorio di riferimento principale per le attività e le collaborazioni principali. Alcune reti hanno invece un'ampiezza regionale (Terra Equa) e Nazionale (Altromercato ed Equo Garantito). Il target è costituito da privati, associazioni, imprese sociali che hanno a cuore il consumo critico, la salvaguardia dell'ambiente e la giustizia nel lavoro. Il contesto culturale in cui si opera è quello della produzione sostenibile e del contrasto allo sfruttamento del lavoro per costruire movimenti di cambiamento economico e sociale.

Regioni

Emilia-Romagna

Province

Rimini

Sede Legale

Indirizzo

Via Cairoli 81

C.A.P.

47921

Regione

Emilia-Romagna

Provincia

Rimini

Comune

Rimini

Telefono

054178795

Fax

0541787925

Email

presidenza@pachamama-rimini.org

Sito Web

www.pachamama-rimini.org

Storia dell'Organizzazione

Breve storia dell'organizzazione della nascita al periodo di rendicontazione

La cooperativa nasce nel 1997 ad opera dell'associazione Pacha Mama costituita da un nutrito gruppo di soci che fondano e organizzano il lavoro intorno alla mission del commercio equo e solidale. La cooperativa Pacha Mama si associa fin da subito al consorzio Ctm (Cooperazione Terzo mondo) oggi diventata CTM ALTROMERCATO coop soc, con sede a Bolzano, la più grande organizzazione di importazione e distribuzione del commercio equo italiano. Di seguito Pacha Mama entra a far parte dell'associazione di categoria Equo Garantito che in Italia rappresenta e certifica le organizzazioni di commercio equo. In provincia entra nel Consorzio Sociale Romagnolo. La prima sede nel 1997 è situata in via Covignano 34, poi nel 2000 si acquista un immobile in via Cairoli 81 e lì si fissa la sede sociale e amministrativa. Negli anni dal 2000 al 2017 si aprono diversi punti vendita, anche in provincia, che gradualmente subiscono cambiamenti e chiusure a causa dei prezzi elevati di gestione non sostenibili dai compensi derivati dall'attività svolta. Attualmente la cooperativa gestisce due botteghe, una in via Cairoli 81 e una in via 4 Novembre 31, entrambe in centro a Rimini. Il primo contratto di assunzione dipendente risale all'anno di costituzione. Nel corso degli anni e dell'aumento delle attività si è arrivati a sette dipendenti con contratto a tempo indeterminato, ma dopo la crisi economica del 2009 gradualmente si è dovuto ridurre il numero degli addetti che attualmente sono 4.

Mission, vision e valori

Mission, finalità, valori e principi della cooperativa

Mission della cooperativa è la promozione umana, basata sui principi di mutualità, solidarietà, rispetto della persona, priorità dell'uomo sul denaro, una giusta distribuzione del guadagno, lotta allo sfruttamento, democrazia interna ed esterna, non violenza e rispetto dell'ambiente.

Questi obiettivi si raggiungono attraverso la promozione e la diffusione del commercio equo e dei suoi principi, attraverso un metodo di lavoro democratico e una struttura gestionale che vede parità di dignità pur nella chiarezza dei ruoli e dei compiti. Ci si prefigge di fornire opportunità di lavoro a giovani e a persone con disabilità. Si costruiscono reti di collaborazione economica e culturale con altre realtà sociali attive sul territorio.

Governance

Sistema di governo

L'assemblea elegge gli amministratori, approva le linee programmatiche e valuta l'operato. Il cda, composto da rappresentanti dei soci e con la compresenza di lavoratori e volontari presta attività a titolo gratuito, analizza le problematiche derivanti dall'attività e dalle interazioni con altre realtà sociali ed economiche, delibera e predispone orientamenti operativi.

Il direttivo, organo gestionale composto dai responsabili dei settori e dalla presidenza organizza le azioni operative e riporta problemi e risultati al cda.

I vari responsabili di settore realizzano le indicazioni, analizzano dati e risultati e annotano problematiche da riportare al confronto nel direttivo e con il cda.

Si realizzano incontri ricorrenti tra direttivo e cda e aperti ai soci interessati.

I numeri di addetti (4) e di consiglieri (5) è molto limitata quindi non esistono strutture organizzate di controllo di gestione ma la conduzione è caratterizzata da condivisione e collaborazione così che alcuni incarichi vedono la collaborazione tra più persone, e al tempo stesso alcune figure ricoprono vari incarichi, secondo un piano approvato dal cda.

Responsabilità e composizione del sistema di governo

Nominativo	Carica ricoperta	Data prima nomina	Periodo in carica
Angela Arcangeli	presidente cda	10-05-2015	tre anni

Partecipazione

Vita associativa

la vita associativa prevede: partecipazione all'assemblea, partecipazione a eventi di confronto e approfondimento interni alla coop, partecipazione a eventi e di formazione organizzati dalle reti a cui partecipiamo, momenti di attività conviviali. comunicazione attraverso il sito, la news letter, le pagine social.

Numero aventi diritto di voto nel 2020

600

Partecipazione dei soci alle assemblee

Data Assemblea	N. partecipanti (con conferimento di delega)	Indice di partecipazione
28-07-2020	5	%6.17
N. partecipanti (fisicamente presenti)		
32		

I principali stakeholder sono i soci, in particolare nelle loro declinazioni di dipendenti, volontari, finanziatori e fruitori, che quotidianamente si rapportano con la cooperativa in una relazione partecipativa e collaborativa.

Poi in un cerchio più allargato riconosciamo sia stakeholder economici che quelli politico/istituzionali: i clienti che acquistano i nostri prodotti, i fornitori che selezioniamo in base a criteri di eticità e di trasparenza, il mondo cooperativo con cui abbiamo scambi e interazioni costanti, i produttori locali e mondiali che contano sul lavoro della cooperativa e che ci mandano report e riflessioni, le organizzazioni partner con cui si collabora, dalle associazioni culturali alle associazioni di categoria, la pubblica amministrazione per attivare progetti e per offrire collaborazione, la scuola a cui offriamo ambiti di formazione e momenti di istruzione sui temi della mondialità e del consumo critico, le istituzioni del territorio con cui si cerca costantemente un rapporto e un dialogo di idee e di valori prima ancora che economico....

Immagine

□

Sviluppo e valorizzazione dei soci

Vantaggi di essere socio

La domanda di associazione avviene mediante modulo di richiesta al cda e versamento quote di capitale. Si propone ai soci di diventare partner attivi del cambiamento sociale ed economico promosso dal commercio equo e solidale, sostegno alla dignità della persona e salvaguardia ambientale e biodiversità delle culture sostenibili. Si propone partecipazione alle iniziative culturali, alla gestione della cooperativa e alla promozione culturale assumendosi impegni volontari di sostegno. Si organizzano incontri e si attiva una costante comunicazione tra e con i soci.

Numero e Tipologia soci

Soci Ordinari	614
Soci Persone Giuridiche	3
Focus Soci persone fisiche	

Maschi	209	%34
Femmine	402	%66
Totale	611	
fino a 40 anni	48	%7.86
Dai 41 ai 60 anni	340	%55.65
Oltre 60 anni	223	%36.50

Anzianità associativa

Da 0 a 5 anni	Da 6 a 10 anni	Da 11 a 20 anni	Oltre 20 anni
101	60	341	112
%16.45	%9.77	%55.54	%18.24

Totale
614.00

Occupazione: sviluppo e valorizzazione dei lavoratori

Politiche del lavoro e salute e sicurezza, contratti di lavoro applicati

il contratto applicato è il C.C.N.L. delle cooperative sociali.

attualmente tutti i dipendenti sono in regime di part time, che varia dalle 20 ore alle 29 ore settimanali.

i dipendenti sono tutti soci della cooperativa. Non ci sono benefit e non ci sono diversità di trattamento

Welfare aziendale

le condizioni di lavoro sono decise in sintonia di dipendenti e cda in un clima di collaborazione e corresponsabilità. L'accesso a permessi o periodi di ferie, di sostituzioni o altro, è fatto nella più completa collaborazione e su richiesta dei dipendenti che trovano sempre la disponibilità sia della cooperativa che dei colleghi ad esaudire le richieste.

Numero Occupati

4

N. occupati svantaggiati

1

Tipologia di contratti di lavoro applicato C.C.N.L. per cooperative sociali

Totale
4.00

Struttura dei compensi, delle retribuzioni, delle indennità erogate

Retribuzione annua lorda minima
5043.32

Retribuzione annua lorda massima
9012.62

Rapporto
1.79

Rapporto % turnover
%0

Formazione

oltre alla formazione legata al piano di sicurezza sul lavoro si realizza una formazione costante sulle tematiche proprie del commercio equo, conoscenza di progetti e competenze nella selezione dell'assortimento, nonché su strumentazioni di analisi dati e utilizzo e implementazione strumenti informatici e organizzativi

Tipologia e ambiti corsi di formazione

Ambito formativo Sociale	Tipologia corsi di formazione e aggiornamento continuo (specifica) nel 2020 avvenuti on line
n. ore di formazione 90	n. lavoratori formati 4

Ore medie di formazione per addetto

Ore di formazione complessivamente erogate nel periodo di rendicontazione	Totale organico nel periodo di rendicontazione	Rapporto
90	4	23

Attività	Culturale	Tipologia attività svolta
	Numero di Stakeholder coinvolti	incontri nelle scuole e insegnanti
	100	Tipologia di stakeholder 'collettività' scuole
Ambito attività svolta Educativo		Tipologia attività svolta incontri nelle scuole
Numero di Stakeholder coinvolti 120		Tipologia di stakeholder 'collettività' scuole
Ambito attività svolta Educativo		Tipologia attività svolta proiezione film
Numero di Stakeholder coinvolti 110		Tipologia di stakeholder 'collettività' comunità
Ambito attività svolta Culturale		Tipologia attività svolta intervista e dibattito online a Vincenzo Linarello
Numero di Stakeholder coinvolti 25		Tipologia di stakeholder 'collettività' comunità
Ambito attività svolta Culturale		Tipologia attività svolta interviste online a esperti del settore
Numero di Stakeholder coinvolti 200		Tipologia di stakeholder 'collettività' comunità
Ambito attività svolta Culturale		Tipologia attività svolta Sfilata online moda etica
Numero di Stakeholder coinvolti 50		Tipologia di stakeholder 'collettività' comunità
Ambito attività svolta		Tipologia di stakeholder 'collettività' comunità

Denominazione attività e/o progetto

Word is home

Denominazione attività e/o progetto

the Milky Way

Denominazione attività e/o progetto

Consumo consapevole

Denominazione attività e/o progetto

Terra Equa

Denominazione attività e/o progetto

Equità del lavoro e capolarato

Denominazione attività e/o progetto

Armiscle

Rapporto con la Pubblica Amministrazione

Sensibilizzazione delle pubbliche amministrazioni della Provincia in merito al commercio equo e solidale e al consumo sostenibile.

Ambito attività svolta

Altre iniziative di sensibilizzazione e/o promozione (es. eventi, manifestazioni)

Descrizione attività

svolta

invio lettera e materiali

Attività e obiettivi economico-finanziari

Situazione economica, finanziaria e patrimoniale

L'esercizio 2020 di riferimento del bilancio è stato caratterizzato dalla Pandemia da Coronavirus. Un anno dunque straordinario, e difficile, per cui non è corretto mettere a confronto azioni in corso ed esercizi passati e prospettici senza le dovute attenzioni, e ugualmente i dati sono difficilmente paragonabili.

La cooperativa era nel suo percorso di ricerca di sostenibilità e consolidamento delle relazioni con soci e clienti. Già tra il 2018 ed il 2019 avevamo dovuto prendere difficili scelte organizzative, con la chiusura dei punti vendita di Riccione e Santarcangelo, e la cessazione del rapporto di lavoro di nostri storici dipendenti. Importanti e necessarie azioni verso la sostenibilità.

Sul piano della marginalità i dati di quest'anno sono certamente migliori. Da una parte le azioni già in corso, dall'altra la crisi sanitaria. Nel risultato 2020, dunque, pesano alcune forme di ristoro pubbliche, nonché gli strumenti di welfare a cui abbiamo aderito con scelta condivisa di CDA e dipendenti. Il peso della crisi è stato soprattutto sostenuto da loro, con l'adesione alla cassa integrazione, pur non facendo mancare alla cooperativa energie, sostegno, innovazione, e le competenze necessaria per resistere alla crisi.

In questo anno sono emerse con forza le potenzialità del commercio equo giocate su due fattori che si sono rilevati capaci di ben interagire e portare esiti positivi. Da un lato l'esperienza di tanti anni, il radicamento all'identità di valori e di legami, la fedeltà al sogno del commercio equo e dall'altra i nuovi progetti, le nuove relazioni, la scoperta di nuovi partner e di nuovi strumenti di lavoro, hanno dimostrato la forte resilienza della cooperativa Pacha Mama, la stessa che da anni, assieme ad una forte dose di solidarietà, caratterizza la maggior parte dei progetti di commercio equo e solidale in Italia e nel mondo.

Resilienza e solidarietà: gli stessi cardini usciti dalla recente ampia e organica indagine Altromercato pubblicata ad inizio 2021 sul tema degli impatti del Covid sui produttori del commercio equo e solidale. E se i produttori del commercio equo ci scrivono in una delle testimonianze: "Abbiamo compreso il potere del commercio equo e solidale. I nostri acquirenti delle reti del solidale non hanno annullato alcun ordine. Il commercio equo protegge. Questo ha davvero aiutato molti artigiani durante i mesi più difficili di lock down" Prokritee, Bangadlesh - Anche noi, nel nostro piccolo abbiamo sperimentato la vicinanza di amici, alcuni presenti da tanti anni e altri nuovi, appena trovati. Ci è giunto l'apprezzamento per quanto stavamo facendo e il riconoscimento del valore e dell'importanza del commercio equo. Abbiamo avuto la certezza che la rete costruita negli anni era non solo ancora robusta ma capace di novità e di nuovo attuale. Una frase tra tante: "quest'anno siete riusciti a trasmettere che in bottega non si viene solo a far spesa ma a condividere un progetto".

Nella difficoltà dei tempi e dei turni rosicchiati dalla cassa integrazione e dalla limitazione dei prodotti in vendita si sono attivati strumenti di vendita a distanza, un più frequente invio di comunicazioni, che uniti al desiderio di ascoltarsi e di guardarsi attorno ha creato una nuova energia.

Abbiamo inserito nuovi fornitori che potessero rispondere alla voglia di cura di persone e dell'ambiente che abbiamo letto nei nostri clienti e amici. Abbiamo costruito nuove relazioni di collaborazione con produttori locali, come Terre Solidali e dal 2021 con Fer-menti Leontine e continuato le collaborazioni già avviate sia a livello locale che regionale (progetto "World is my home", Armiscle, Terra Equa, Tavolo provinciale per le Pari Opportunità, e poi Mani Tese, Gas equo sud, Campo Missionario diocesano, Rimini Umana, l'associazione Pacha Mama...). Abbiamo convogliato le offerte ricevute in bottega per interventi di solidarietà verso le distribuzioni di Caritas, Casa don Gallo, Centro Grotta Rossa. L'elenco delle attività culturali, comprese quelle rivolte a studenti, è stato, alla fine dell'anno, più lungo e articolato che in passato, anche se attivato soprattutto attraverso webinar e incontri a distanza. I legami di solidarietà non sono mai entrati in crisi.

Dal punto di vista economico e finanziario è stato fatto un duro lavoro di taglio nelle spese che unitamente ai contributi statali e a un risultato di vendite sostanzialmente solido ha dato un esito positivo alla chiusura di bilancio.

Anche il patrimonio, beni e capitale sociale, si è consolidato con l'entrata di nuovi soci e la tenuta del prestito sociale. A questo riguardo abbiamo aderito alla campagna nazionale di ricapitalizzazione "il momento giusto è adesso" con messaggi sul valore del sostegno al commercio equo consegnate sia in bottega che comunicate a soci. Varie persone, giovani soprattutto, sono diventate socie. Altri soci più "anziani" hanno aumentato le proprie quote.

Non è un risultato economico che possiamo pensare di ripetere automaticamente. Sono entrate in gioco troppe variabili di eccezionalità per poterlo semplicemente replicare. Ma la sperimentazione di nuove strade insieme alla solidità delle competenze acquisite nel tempo ci fanno sperare di poter affermare che il commercio equo e le botteghe Pacha Mama hanno un valore di grande attualità e un futuro sostenibile.

Attivo patrimoniale , patrimonio proprio, utile di esercizio

Dati da Bilancio economico

Fatturato	€318.222,00
Attivo patrimoniale	€610.612,00
Patrimonio proprio	€146.834,00
Utile di esercizio	€20.282,00

Valore della produzione (€)

Valore della produzione anno di
rendicontazione
318222

Valore della produzione anno di
rendicontazione (anno -1)
383141

Valore della produzione anno di
rendicontazione (anno -2)
435190

Composizione del valore della produzione

Composizione del Valore della produzione (derivazione dei ricavi)	Valore della produzione (€)	Ripartizione % ricavi
Ricavi da Pubblica Amministrazione	9630	% 3.03
Ricavi da aziende profit	48897	% 15.37
Ricavi da organizzazioni del terzo settore e della cooperazione	39475	% 12.40
Ricavi da persone fisiche	213031	% 66.94
Donazioni (compreso 5 per mille)	7189	% 2.26
		Totale
		318'222.00

Tipologia Servizi	Fatturato (€)
d) educazione, istruzione e formazione professionale, ai sensi della legge 28 marzo 2003, n. 53, e successive modificazioni, nonché le attività culturali di interesse sociale con finalità educativa;	1300
o) attività commerciali, produttive, di educazione e informazione, di promozione, di rappresentanza, di concessione in licenza di marchi di certificazione, svolte nell'ambito o a favore di filiere del commercio equo e solidale, da intendersi come un rapporto commerciale con un produttore operante in un'area economica svantaggiata situata, di norma, in un Paese in via di sviluppo, sulla base di un accordo di lunga durata finalizzato a promuovere l'accesso del produttore al mercato, e che preveda il pagamento di un prezzo equo, misure di sviluppo in favore del produttore e l'obbligo del produttore di garantire condizioni di lavoro sicure, nel rispetto delle normative nazionali ed internazionali, in modo da permettere ai lavoratori di condurre un'esistenza libera e dignitosa, e di rispettare i diritti sindacali, nonché di impegnarsi per il contrasto del lavoro infantile;	301403
Totale	302'703.00

Responsabilità Sociale e Ambientale

L'operato della Cooperativa è interamente ispirato ai principi di equità e solidarietà: vien promossa l'economia solidale, l'economia circolare, il riuso e il riciclo, sia attraverso la vendita di prodotti solidali, BIO e di upcycling che attraverso l'adozione di pratiche green e sostenibili nell'organizzazione.

Partnership, collaborazioni con altre organizzazioni

Tipologia Partner	Cooperative	Tipologia Partner
Cooperative	Tipologia Partner	Associazioni no profit
Tipologia Partner	Associazioni no profit	

Denominazione Partnership CSR	Tipologia Attività promozione cooperazione sociale in Emilia Romagna
Denominazione Partnership Terra Equa	Tipologia Attività promozione commercio equo e solidale nella Regione Emilia Romagna
Denominazione Partnership Equo Garantito	Tipologia Attività promozione commercio equo e solidale in Italia
Denominazione Partnership Armiscle	Tipologia Attività Promozione moda Etica nella Provincia di Rimini

1. sconfiggere la povertà: porre fine ad ogni forma di povertà nel mondo; 4. istruzione di qualità: fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento permanente per tutti; 8. lavoro dignitoso e crescita economica: incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti; 5. parità di genere: raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze; 10. ridurre le disuguaglianze: ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le nazioni; 12. consumo e produzione responsabili: garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo; 13. lotta contro il cambiamento climatico: promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico; 15. vita sulla terra: proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, gestire sostenibilmente le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare e far retrocedere il degrado del terreno, e fermare la perdita di diversità biologica; 16. pace, giustizia e istituzioni forti: promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile; offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli; 17. partnership per gli obiettivi: rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.

Politiche e strategie

corresponsabilità in progetti di sviluppo sostenibile nel mondo che creino beni e un commercio caratterizzato da:

- particolare attenzione alle categorie più marginali del mondo produttivo e sociale in genere,
- condizioni di vita dignitosa, con un'autonomia economica capace di sollevare dalla povertà, investimenti in cura dell'istruzione e della salute.
- un ruolo determinante nella leadership e nella sostenibilità e indipendenza economica alle donne, produttrici, imprenditrici.
- la cura l'ambiente e la salvaguardia della bio diversità
- un flusso finanziario non speculativo, basato sull'investimento sociale e il microcredito
- relazioni paritarie tra le persone e di pace e rispetto per i popoli
- fruizione dei beni attenta e responsabile, consapevole dell'intero processo di produzione fino al consumo

Coinvolgimento degli stakeholder

Attività di coinvolgimento degli stakeholder

informazione sui progetti in corso, sui problemi del lavoro e sulla conoscenza della cultura e della vita dei gruppi di produttori coinvolgimento in azioni di sostegno a particolari progetti e nelle fasi di avvio o di crisi diffusione delle problematiche sociali, politiche avverse in cui spesso si colloca la proposta di progetti del commercio equo processi di corresponsabilizzazione e consapevolezza del consumo critico e delle implicazioni sociali nel mondo e nel nostro territorio

Obiettivi di Miglioramento

Obiettivi di miglioramento della rendicontazione sociale

- misurazione di impatto sociale per i nostri specifici progetti;
- comunicazione periodica ai soci anche extra bilancio e infraannuale sulle diverse iniziative in corso;
- apertura verso i soci per una trasparenza continua integrata nella vita delle botteghe, con la partecipazione alla gestione dei negozi ed agli eventi.
- maggiore coinvolgimento nel Bilancio Sociale anche delle attività nate recentemente intorno alla Associazione Pacha Mama, collegata alla cooperativa, sotto il nome di Humus_Altro

Obiettivo	Breve descrizione dell'obiettivo e delle modalità che verranno intraprese per raggiungerlo	Entro quando
Modalità di diffusione	Pubblicazione del bilancio sociale sul sito e condivisione di tema e input affrontati con i soci, sia da questo lavoro sia per gli aspetti più qualitativi e culturali	verrà raggiunto 30-07-2021
Obiettivo	Breve descrizione dell'obiettivo e delle modalità che verranno intraprese per raggiungerlo	Entro quando
Redazione grafica	traduzione degli elementi del bilancio sociale in un prodotto grafico più ampio e di maggior impatto di comunicazione, per favorire la diffusione la comunicazione e il confronto	verrà raggiunto 30-07-2021

Obiettivo	Breve descrizione dell'obiettivo e delle modalità che verranno intraprese per raggiungerlo	Se non è stato raggiunto breve descrizione sulle attività che verranno intraprese per raggiungerlo
Livello di approfondimento del Bilancio sociale	condivisione, promozione della pubblicazione sui soci,	

