

BILANCIO SOCIALE 2023



PACHA MAMA

31 anni di commercio equo e solidale.



Sommario

Introduzione.....	3
Presentazione e dati anagrafici.....	4
Adesione a Consorzi.....	4
Adesione a Reti	4
Partecipazioni societarie	4
Attività di interesse generale ex art. 2 del D.Lgs. 112/2017	5
Mission e governance.....	5
Breve storia dell'organizzazione dalla nascita al periodo di rendicontazione.....	5
Testimonianze dei soci	6
Mission, finalità, valori e principi della cooperativa.....	6
Partecipazione e condivisione della mission e della vision	7
Sistema di governo	7
Certificazioni.....	7
Responsabilità e composizione del sistema di governo.....	7
Vita associativa	8
Partecipazione dei soci alle assemblee	8
Mappa degli stakeholder	9
Sviluppo e valorizzazione dei soci	9
Focus sui soci	10
Occupazione. Sviluppo e valorizzazione dei lavoratori.	11
Politiche del lavoro e salute e sicurezza, contratti di lavoro applicati.....	11
Welfare aziendale	11
Numero Occupati.....	11
Occupati svantaggiati	11
Struttura dei compensi, delle retribuzioni, delle indennità erogate	12
Formazione e qualità	12

Carattere distintivo nella gestione dei servizi.....	13
Ore medie di formazione per addetto	13
Impatti dell'attività. People, planet, prosperity.....	14
Impatto ambientale.....	14
Impatto sociale.....	15
Impatto sociale diretto alle filiere del commercio equo e solidale.....	15
Impatto del prestito sociale.....	17
Sostegno ai più fragili sul territorio e collaborazione con alcuni progetti di accoglienza migranti.....	18
Rapporto con la Pubblica Amministrazione.....	18
Iniziativa e progetti realizzati sul territorio e/o con la collettività.....	19
Attività e obiettivi economico finanziari.....	20
Attivo patrimoniale, capitale, utile di esercizio.....	23
Obiettivi di sviluppo sostenibile – SDGs.....	24
Attività di coinvolgimento degli stakeholder	25
Numero, tipologia e modalità di coinvolgimento di stakeholder interni	25
Obiettivi di miglioramento.....	25
Obiettivi di miglioramento della rendicontazione sociale.....	25
Obiettivi strategici.....	26

Introduzione

Trasparenza, dialogo, rispetto.

Sono questi i valori in cui crediamo. I valori del commercio equo e solidale, in Italia e nel mondo, che sosteniamo direttamente e per il tramite dei consorzi e dei progetti a cui aderiamo.

I principi del commercio equo e solidale sono tanto semplici quanto rivoluzionari. Instaurare **rapporti diretti, paritari e continuativi** con tutti i produttori e i partner. La **persona** è sempre al centro, con le sue aspirazioni, la passione e l'energia profuse in iniziative di impresa sociale che valorizzano il percorso individuale e creano valore alla propria comunità di riferimento. La visione è di **lungo periodo**: non si esaurisce in una interazione occasionale, ma punta a collaborare nel tempo con strumenti e obiettivi comuni e condivisi (capitale paziente, prezzo equo, accessibilità al credito e alla formazione, creare impatto sociale positivo), per garantire il più possibile dignità del lavoro e sostenibilità ambientale.

Nel commercio equo e solidale la **trasparenza** ha dunque un valore centrale, non negoziabile. Da anni combattiamo affinché ogni consumatore possa effettuare le proprie scelte di acquisto con la più ampia e efficace informazione accessibile, potendo ad esempio conoscere, come accade nelle nostre filiere, come il valore aggiunto pagato si distribuisce tra tutti gli attori fino al più piccolo produttore.

Dalla disponibilità di queste informazioni, e dalla capacità stessa di condividerle con i propri soci e acquirenti, passa la sostenibilità stessa di Pacha Mama nel tempo. E' il nostro capitale relazionale, saper comunicare fiducia e valore sociale creato ai soci sovventori, ai **volontari**, agli acquirenti fissi e occasionali.

La trasparenza è quindi 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 valorizzato. Per questi motivi, Pacha Mama già dal 2014 pubblica sul sito www.pachamama-rimini.org un Bilancio Sociale. La sfida, oggi come ieri, rimane nel sapere diffondere queste informazioni, e rendere sempre più consapevoli soci, volontari e acquirenti del percorso fatto assieme.

Questo documento ha un taglio sugli aspetti più qualitativi e culturali della cooperativa, sulle iniziative promosse dalle botteghe e dai soci. Inoltre, 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.

Presentazione e dati anagrafici

- Ragione Sociale: Pacha Mama società cooperativa sociale
- Partita IVA: 02526510405
- Sede legale: via Cairoli 81, 47922 Rimini – RN – Emilia Romagna
- Forma Giuridica: Cooperativa sociale tipo B
- Anno Costituzione 1997
- Email: presidenza@pachamama-rimini.org
- Sito web: www.pachamama-rimini.org

Associazione di rappresentanza: Legacoop – Settore: sociale

Associazione di rappresentanza e certificazione requisiti: Equo Garantito

Adesione a Consorzi

Altromercato Impresa Sociale

Consorzio Sociale Romagnolo

Adesione a Reti

TERRA EQUA REGIONE E-R .

RIMINI UMANA

INTARSI (integrazione migranti)

TERRE SOLIDALI

Partecipazioni societarie

Altromercato Impresa Sociale	€ 50.100,00
Consorzio Sociale Romagnolo	€ 500,00
Cooperativa Oltremare	€ 51,65
Banca Etica	€ 516,45

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.

Inserimento lavorativo soggetti svantaggiati.

Sostegno a iniziative di formazione e acquisizione competenze di soggetti fragili.

Partecipazione alle reti locali sui temi di integrazione e inclusione migranti, ed azioni dirette a sostegno di titolari di protezione internazionale e richiedenti asilo.

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.

Mission e governance

Breve storia dell'organizzazione dalla nascita al periodo di rendicontazione

La cooperativa nasce nel 1997 ad opera dell'Associazione Pacha Mama costituita nel 1992 da un nutrito gruppo di soci che fondano e organizzano il lavoro intorno alla mission del commercio equo e solidale. Si associa fin da subito al consorzio Ctm (Cooperazione Terzo mondo) oggi diventata ALTROMERCATO IMPRESA SOCIALE, con sede a Bolzano, la più grande organizzazione di importazione e distribuzione del commercio equo italiano. In 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 IV Novembre 31, entrambe in centro a Rimini. Nel corso degli anni e dell'aumento delle attività si è arrivati fino a sette dipendenti con contratto a tempo indeterminato, poi scesi ai 4 del 2022 in seguito alle crisi economiche e sanitarie.

Testimonianze dei soci

"Mi piace comperare in bottega al Pacha Mama perché vi trovo prodotti di qualità che mi aiutano a stare bene e al tempo stesso sostengono progetti del territorio che valorizzano un'economia solidale.

Nell'abbigliamento poi trovo proposte con materiali naturali che corrispondono al mio gusto.

Comperando al Pacha Mama mi sento parte di un circuito che rispetta la persona e l'ambiente."

Maria Grazia, socio dal 2022.

"Faccio la spesa al Pacha Mama perché penso che una goccia sottratta all'oceano del consumismo senza regole abbia comunque un valore

Fausta, socio fondatore.

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, ovvero a persone in situazione di potenziale disagio e fragilità (es. titolari di protezione internazionale), anche con il sostegno a tirocini formativi e con la ricerca attiva di aziende partner in grado di ospitarli. Si costruiscono reti di collaborazione economica e culturale con altre realtà sociali attive sul territorio.

Partecipazione e condivisione della mission e della vision

Le idee e i principi costitutivi sono attualizzati e trasformati in progetti nell'ambito delle assemblee, degli incontri formativi, delle progettazioni culturali e diffusi mediante comunicazione di vario genere, tra cui l'uso dei social media.

Sistema di governo

L'assemblea: Elegge gli amministratori, approva le linee programmatiche e valuta l'operato.

Il consiglio di amministrazione: 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 anche aperti ai soci interessati. I numeri di addetti (4) e di consiglieri (3) 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.

Certificazioni

Certificazione "Equo garantito" specifica del commercio equo e solidale.

Responsabilità e composizione del sistema di governo

ANGELA ARCANGELI

- presidente consiglio amministrazione
- Data atto di nomina 29/06/2021 - Data di prima iscrizione 11/06/2015
- Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2023
- Data presentazione carica: 21/07/2021

ELISA ANGELINI

- vice presidente del consiglio d'amministrazione
- Data atto di nomina 29/06/2021 - Data di prima iscrizione 07/08/2020
- Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2023

CHIARA BONATI

- consigliere
- Data atto di nomina 28/07/2020 - Data iscrizione: 07/08/2020
- Durata in carica: fino scadenza attuale consiglio
- Data presentazione carica: 06/08/2020

Partecipazione

Vita associativa

La vita associativa della cooperativa si realizza attraverso: partecipazione all'assemblea, partecipazione a eventi di confronto e approfondimento interni alla cooperativa, partecipazione a eventi e di formazione organizzati dalle reti a cui partecipiamo, momenti di attività conviviali. Comunicazione attraverso il sito, la newsletter, le pagine social. Coinvolgimento nei Consigli di amministrazione di volontari e soci.

Partecipazione dei soci alle assemblee

Numero aventi diritto di voto all'assemblea 2023

648

Data Assemblea

23-05-2022

Numero partecipanti (fisicamente presenti)

38

N. partecipanti (con conferimento di delega)

3

Indice di partecipazione

%6,43

Mappa degli stakeholder



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.

In un cerchio più allargato riconosciamo sia stakeholder economici sia politico/istituzionali: i **clienti** che acquistano i nostri prodotti e con i quali riusciamo a volte a instaurare un percorso di approfondimento culturale; 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 condividono 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.

Sviluppo e valorizzazione dei soci



La domanda di associazione avviene mediante modulo di richiesta al cda e versamento di 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.

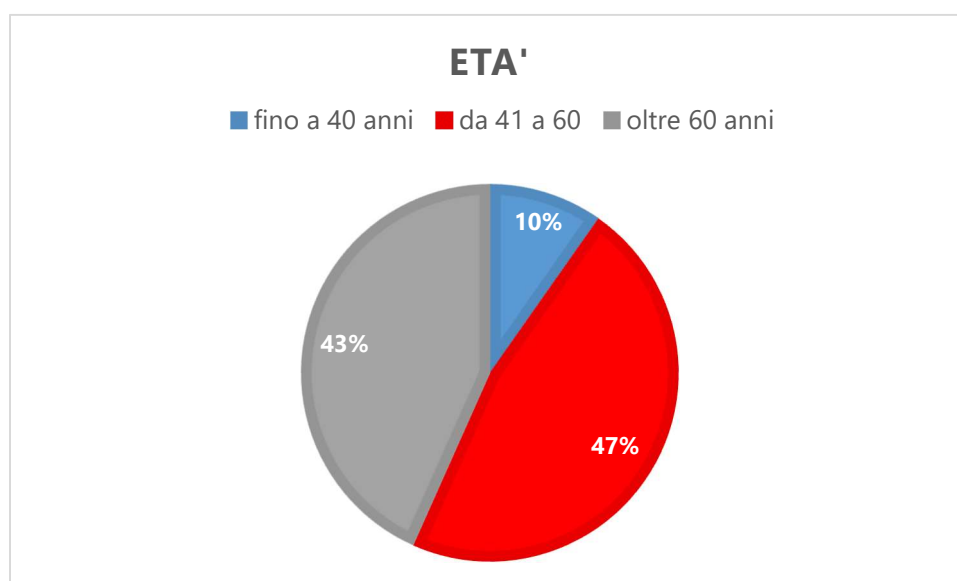
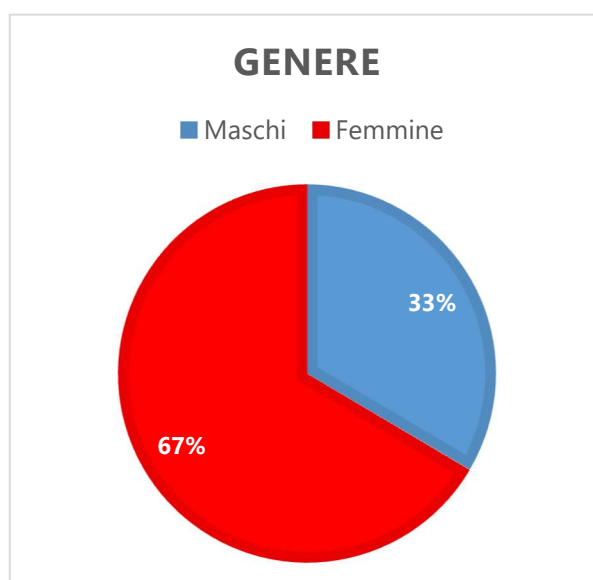
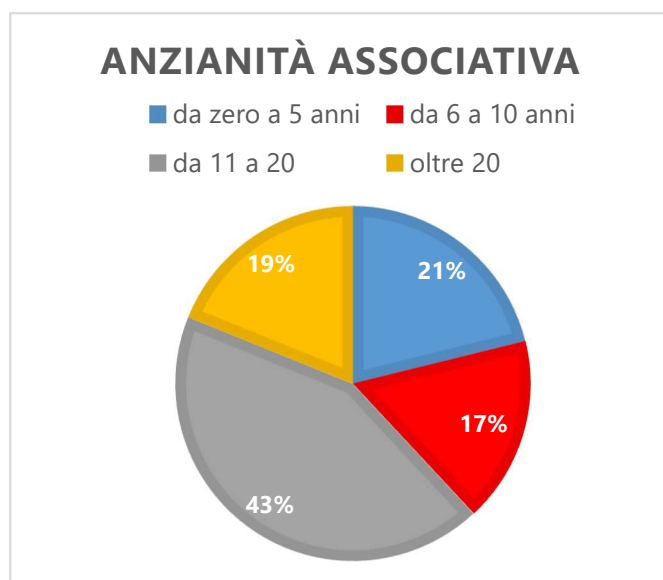
Il socio ha diritto di voto in assemblea, gli è riconosciuto uno sconto continuativo del 5% sui propri acquisti in bottega e conosce in anteprima progetti ed eventi. **La quota minima di adesione è pari a 30 euro di capitale.**

Con l'adesione al **Prestito sociale**, il socio ha poi una concreta opportunità di finanza etica (le finalità del prestito soci sono meglio spiegate nella sezione "impatti"), ottenendo in cambio delle somme depositate un interesse costante ed equo che in base ai vincoli di durata, ed alle modalità di ritiro – contante o buono spesa - può arrivare fino al 2,25%.

Focus sui soci

Soci ordinari **667 (ex 645 a fine 2022)**

Di cui Soci persone giuridiche **3**



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 all'interno della cooperativa 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 e dei volontari ad esaudire le richieste.

Numero Occupati

- **3** (2 femmine – 1 maschio)
- **Formazione** (1 laurea – 2 scuola media superiore)
- **Fascia di età** (41 – 60)
- **100% soci**

Occupati svantaggiati

1 Tipologia di contratto di lavoro applicato: **C.C.N.L. per cooperative sociali.**

Attualmente è presente **stabilmente** un tirocinante in condizioni di svantaggio.

E' inoltre continuato nel 2023 un **tirocinio formativo** a favore di un titolare di protezione internazionale riconosciuta. Il tirocinio è stato a carico della cooperativa e finanziato direttamente con alcune attività di fund raising dedicate.

Struttura dei compensi, delle retribuzioni, delle indennità erogate

Retribuzione annua massima pari **1,55** volte la retribuzione annua minima. Nessun turnover registrato tra i dipendenti.

Retribuzione annua minima (20h settimanali)	11.500
Retribuzione lorda massima (29h settimanali)	17.815



Formazione e qualità

Oltre alla formazione legata al piano di sicurezza sul lavoro è proseguita la **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.

Spesso questa formazione è rivolta anche a non dipendenti, in particolare a soci volontari e ai volontari del servizio civile.

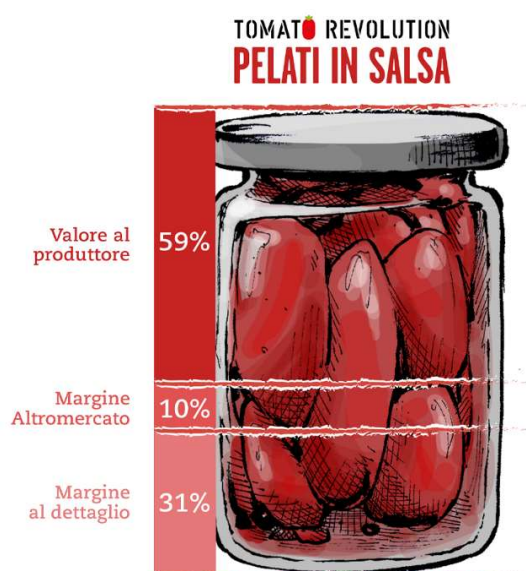


Le botteghe sono state inoltre luogo di **formazione, incontro e supporto amministrativo per richiedenti e titolari di protezione internazionale** (insegnamento italiano, esperienze di vendita, formazione su aspetti amministrativi della vita in Italia – es Spid, Ricerca del lavoro, controllo contributivo INPS, fascicolo sanitario, rinnovo documenti).

Approfondimento della cultura italiana.

Il sostegno è andato anche nella collaborazione attività con le aziende di lavoro ospitanti partner, con le quali Pacha Mama ha svolto attività di mediazione culturale

Carattere distintivo nella gestione dei servizi



Nell'ambito del commercio equo e solidale è fondamentale la capacità di comunicazione ai fruitori dei servizi e dei prodotti dei valori e dei meccanismi che consentono di realizzare e offrire quei prodotti (progetti). Si tratta di sapere raccontare le storie degli uomini e delle donne produttori e saper spiegare l'impatto sociale ed ambientale che possono avere le scelte di un consumo consapevole, attento ai diritti delle persone e alla salvaguardia dell'ambiente. Questo presuppone conoscenza dei progetti e delle problematiche ambientali, capacità comunicative, ricerca di progetti etici da sostenere. Una competenza che si raggiunge con la formazione e con l'impegno, che

coinvolge tutti gli operatori e richiede tempi e strumenti di comunicazione adeguati.

Ore medie di formazione per addetto

Ambito formativo: Sociale. Formazione sui progetti del commercio equo, formazione sulla gestione dei negozi e della vendita, finanza etica, comunicare il sociale, cooperazione internazionale

- Ore di formazione complessivamente erogate nel periodo di rendicontazione: **95**.
- Totale organico oggetto di rendicontazione: **3**.
- Formazione ai volontari non dipendenti: **20h** verso **22** persone.

Impatti dell'attività. People, planet, prosperity

Impatto ambientale.

La sostenibilità ambientale è un elemento intrinseco delle produzioni di commercio equo e solidale. Il meccanismo in atto con le reti di cui facciamo parte va proprio ad offrire un premium price a chi garantisce ed investe su progetti di limitazione dei cambiamenti climatici, come ad esempio riforestazione e ottimizzazione delle risorse idriche, innovazione per manufatti da riciclo ed economia circolare.

Inoltre per quanto riguarda i prodotti italiani venduti dall'organizzazione essi sono prevalentemente a filiera corta, da agricoltura biologica e rispettano standard ambientali precisi. La scelta dei fornitori è sempre rivolta a quelli impegnati a ridurre il proprio impatto ambientale in tutta la filiera, che diminuiscono il packaging e lo concepiscono idoneo alla differenziazione ed alla diminuzione degli sprechi. Particolare attenzione è rivolta alle certificazioni di qualità e tracciabilità.

Alcuni prodotti vengono offerti anche in modalità re-fill con risparmio di contenitori.



In particolare da alcuni anni Pacha Mama propone prodotti detergenti (universale, bucato e piatti) caratterizzati da un doppio impatto ambientale positivo. Sono rapidamente bio o foto degradabili. Utilizzano infatti tensioattivi derivati da materie prime vegetali (es cocco), profumi da oli essenziali,

sono privi di sbiancanti ottici e altri additivi chimici. Questi prodotti li trovi in modalità "ricarica" e dunque consentono di evitare la produzione di plastica e i contenitori usa e getta.

Nel 2023 abbiamo distribuito:

- **520 litri di prodotti sfusi per la deterzione.**
- **319 contenitori in plastica risparmiati.**
- **Oltre 35 kg di plastica risparmiata, e oltre 190 kg CO2 non immessa nell'ambiente.**
- **Il re-fill invece di un prodotto nuovo può far risparmiare circa il 70% di CO2, il 65% di energia e il 45% di acqua.**

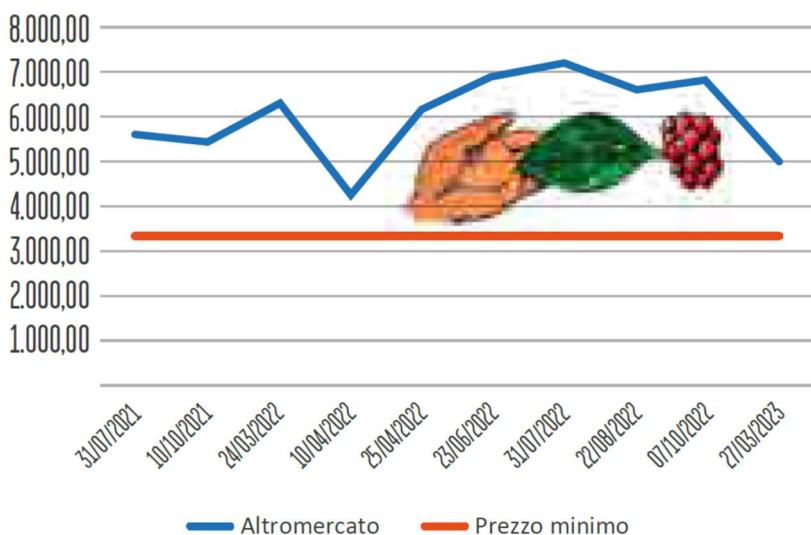
Nella gestione dei punti vendita si presta attenzione all'utilizzo di prodotti ecocompatibili, riciclando materiali e si effettua in maniera sistematica la raccolta differenziata dei rifiuti. L'illuminazione delle botteghe è a LED. Si predilige lo spostamento a piedi ed in bici tra le due botteghe e per consegne merce a corto raggio.

Impatto sociale.

Impatto sociale diretto alle filiere del commercio equo e solidale.

UN PREZZO GIUSTO.

Dal bilancio di sostenibilità Altromercato 2022/2023. Il grafico indica per il caffè verde biologico l'andamento del prezzo riconosciuto dalla nostra rete. Oltre al prezzo minimo, il premio del commercio equo offre un addendum legato alla qualità e agli impatti della produzione, e non è mai inferiore al prezzo di mercato. Come indicato nella parte economica, gli acquisti della cooperativa Pacha Mama sono concentrati in queste filiere. **La trasparenza e la comunicazione ai nostri stakeholders del valore**

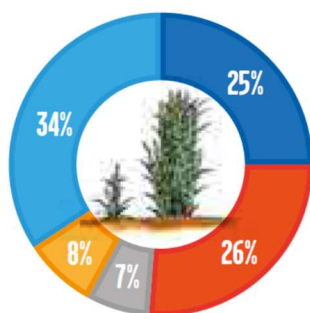


generato e distribuito lungo tutta la filiera è un elemento fondante del nostro agire. Nel grafico qui sotto alcune filiere tipiche e le percentuali medie del 2023. Un prezzo equo riconosciuto ai produttori include:

- **valore equo lungo le filiere;**
- **accesso al credito, premio fair trade, premio bio (progetti sociali locali di sviluppo e sostenibilità ambientale nelle comunità produttori);**
- **cooperazione a progetti sociali.**

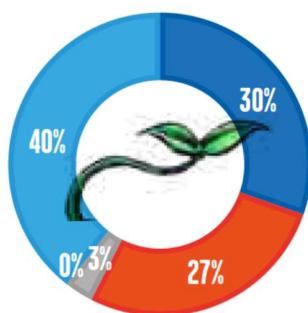
ZUCCHERO INTEGRALE DI CANNA MASCOBADO

FILIPPINE - BIO - 500 GR



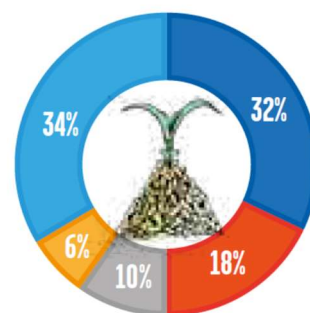
TÈ NERO DETERMINATO IN FILTRI

INDIA - BIO - 20 FILTRI - 40 GR



RISO THAY AROMATICO

THAILANDIA - BIO - 1 KG



■ MARGINE DISTRIBUTORE ■ MARGINE ALTROMERCATO ■ TRASPORTO ■ DAZIO ■ PREZZO PAGATO AL PRODUTTORE

Il nostro impatto sociale anche come Pacha Mama è concentrato proprio in questo ambito, in particolare lavorando in rete con le centrali di acquisto (*Altromercato IS, Libero mondo, Altraqualità, Vagamondi etc*). **La sola rete Altromercato ha creato nel 2023 un valore aggiunto per 33,1 milioni, di cui il 34% è andato direttamente a favore dei nostri produttori e dell'economia sociale.**

Per il totale degli acquisti fair trade Altromercato l'**80%** viene in maniera diretta dai produttori nel sud del mondo e dal solidale italiano (**il 6%**): spesso realtà di cooperative sociali impegnate contro le disuguaglianze, nell'inserimento lavorativo di soggetti svantaggiati, nella tutela della biodiversità. Per il **11%** avviene in maniera indiretta tramite centrali equo solidali o importatori fair trade, e per il **4%** da realtà di economia etica italiana a marchio proprio (es Libera Terra). Sosteniamo realtà che operano in contesti di forte disparità, povertà e spopolamento rurale, di limitazione di diritti civili e umani, di isolamento geografico ed emarginazione, a supporto di fasce sociali deboli, in contesti di elevato sfruttamento.

I fondi sono andati a valorizzare alcuni obiettivi principali nell'esercizio:

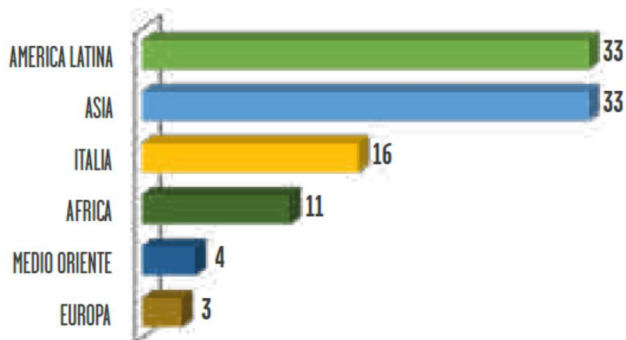
2023

- **Empowerment femminile.**
- **Inclusione di minoranze e fasce deboli.**
Progetti per la creazione di opportunità a fasce svantaggiate, creazione di condizioni di lavoro dignitose, lotta allo sfruttamento.
- **Riduzione spopolamento rurale.**
Creazione di percorsi educativi e professionali per fare fronte alla povertà e contemporaneamente combattere il ripopolamento di alcune aree.
- **Legalità e trasparenza.**
Valorizzazione, sviluppo e diffusione di legalità e trasparenza nelle relazioni commerciali.

Produttori per area geografica

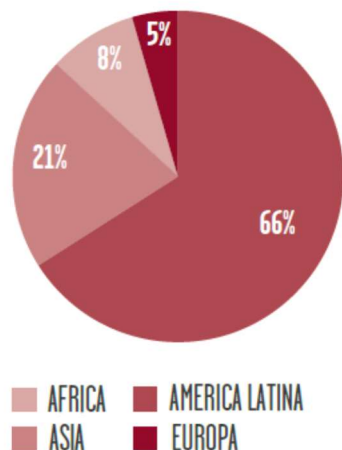
I produttori attivi nel 2022-23 provengono da origini diverse, presenti in **33 Paesi in tutto il Mondo** in Africa, America Latina, Asia, Europa e in **6 diverse regioni italiane**.

DOVE SONO I NOSTRI PARTNER PRODUTTORI



Impatto del prestito sociale.

PREFINANZIAMENTO AREE GEOGRAFICHE €
22-23

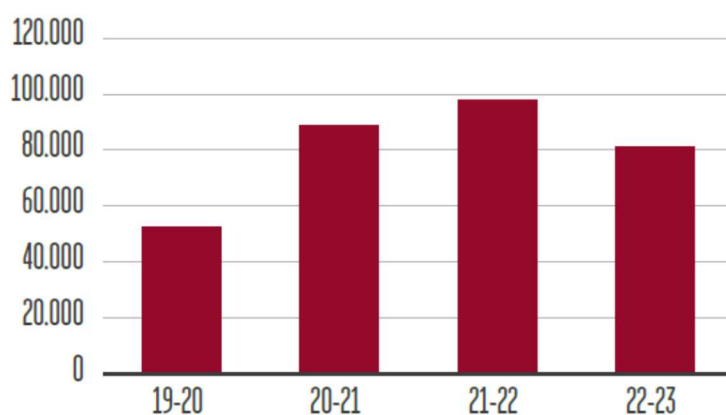


Pacha Mama ha attivato da molti anni il finanziamento soci, possibilità riconosciuta dalla legge, con alcuni limiti sulla raccolta rispetto al valore del patrimonio netto a garanzia. Questi depositi sono una vera e propria iniziativa concreta di finanza etica. Da una parte ci consentono di ottimizzare incassi e pagamenti con fonti finanziarie stabili, dall'altra la raccolta confluisce nel Prestito Soci Altromercato. I fondi sono messi a disposizione di piccoli produttori del commercio equo e solidale in tutto il mondo, per esempio anticipando i capitali necessari all'acquisto delle materie prime utilizzate nella realizzazione dei loro prodotti. **(finanziamento anticipato e poco oneroso).**

- **PRESTITO SOCI PACHA MAMA: PARI A 258.659,00€ – 43 libretti**
- **PRESTITO SOCIALE DEPOSITATO IN ALTROMERCATO: 300.191€**

Questa raccolta complessiva in Altromercato a livello "Italia" ha consentito per l'esercizio chiuso di soddisfare richieste di **prefinanziamento anticipato per un importo di 3,4 milioni per 42 produttori**. Attraverso il sistema delle cooperative socie, circa **30.000** individui mettono a disposizione della rete una parte dei loro risparmi tra capitale e prestito.

VALORE MEDIO PREFINANZIATO PER PRODUTTORE



Sostegno ai più fragili sul territorio e collaborazione con alcuni progetti di accoglienza migranti.



Accanto alle persone con svantaggio riconosciuto direttamente coinvolte nella gestione delle botteghe, un dipendente ed un tirocinante in modo stabile durante tutto il 2023, nel corso dell'anno è anche continuato il sostegno verso alcuni titolari di protezione internazionale e richiedenti asilo, in collaborazione con alcuni enti non profit del territorio focalizzati sul tema dell'accoglienza. Un nostro volontario si è specializzato sul tema del rinnovo documentale e dei diritti e doveri di richiedenti asilo e titolari di protezione, realizzando un sostanziale sportello di consulenza gratuita. E' continuato il progetto **Fratelli Tutti**, dedicato alle problematiche abitative, mentre 5 persone sono state seguite per l'inserimento lavorativo, sia come finanziamento di tirocinio formativo, sia come inserimento in aziende partner esterne (coaching e abbattimento oneri sociali), o finanziamento di formazione ad hoc (corso muletto, corso haccp, corso sicurezza etc). I percorsi hanno favorito l'apprendimento della lingua italiana e diverse abilità e competenze, anche grazie all'affiancamento interno con i volontari, e creato quella rete indispensabile a prevenire situazione di disagio e marginalità, a cui si è esposti in situazioni difficili durante il percorso di integrazione.

Rapporto con la Pubblica Amministrazione.

Sensibilizzazione delle pubbliche amministrazioni della Provincia in merito al commercio equo e solidale e al consumo sostenibile (invio contenuti e materiale, partecipazione a eventi della PA).

Iniziative e progetti realizzati sul territorio e/o con la collettività.

Come attività fondamentale della cooperativa vi è la sensibilizzazione dei vari stake holders in merito alle tematiche economico e sociali che ruotano intorno al commercio equo e solidale e ai nostri produttori.

Per quanto riguarda la scuola (**Progetto Scuola Terra Equa**) il tavolo di lavoro legato alla legge regionale sul commercio equo e solidale ha realizzato un progetto dedicato interamente alla moda etica e alla consapevolezza dei consumi. A Rimini abbiamo realizzato questa iniziativa con la scuola secondaria di primo grado **Panzini** (16 ore, 90 partecipanti).

Presso il **Liceo Scientifico Einsten** invece abbiamo animato un gruppo interclasse di 15 studenti. Nell'anno scolastico 2021/2022 abbiamo incontrato gli studenti con cadenza quindicinale approfondendo alcune filiere specifiche, come quella del cacao. I ragazzi del triennio formati hanno poi seguito come promotori attivi 13 classe del primo anno un un intervento in ogni classe.

Denominazione	Ambito attività	Tipologia attività svolta	N. stakeholders coinvolti
Fashion Revolution asta di ri-uso solidale del territorio	Moda etica e sostenibile. Cooperazione internazionale, sostenibilità ambientale.	Attività di animazione e approfondimento in Bottega in collaborazione con Mani Tese Rimini. Test impronta ecologica ai passanti.	50
Assemblea sociale Pacha Mama aperta	Sfide e futuro del commercio equo e solidale.	Assemblea sociale e incontro pubblico con Alessandro Franceschini, presidente Altromercato "Consumi o scegli!?"	40
Formazione servizio civile	Comunicazione interculturale.	Formazione in aula dei ragazzi coinvolti dal progetto di servizio civile a Rimini.	12
Rimini Social Runway alunni	Moda etica e sostenibilità.	Sfilata sociale e inclusiva in collaborazione con altre realtà del territorio.	200
Ricette naturali e cooperazione	Cultura e cooperazione	Con Mani Tese e Azienda Agricola Rizoma. Ricette naturali e progetti in Burkina Faso	30
Amarcort	Cultura	Collaborazione con il Festival dei "Corti" Amarcort in Rimini – proiezioni sul commercio equo	300

Formazione giovani Scout	Formazione e sensibilizzazione	Progetti con gruppi scout di Rimini e Riccione.	50
Rimaflow – una fabbrica rigenerata	Imprese sociali e mutualismo	Incontro pubblico su Rimaflow – Fuori Mercato – nuova impresa sociale e workers buy out	40
Commercio equo e scuola	Formazione e sensibilizzazione studenti e insegnanti.	Laboratori e focus su commercio equo e agenda 2030.	180
TERRA EQUA	Cultura sensibilizzazione, socialità	Promozione moda etica, dibattiti, creazione Reti, sviluppo relazioni con produttori e altri attori del commercio equo e solidale.	1000
Sosteniamo la Palestina	Sensibilizzazione e cooperazione internazionale	attività di formazione e approfondimento, azioni di fundraising in collaborazione con Educaid.	100

Attività e obiettivi economico finanziari

Lettera del presidente sui dati di bilancio.

Abbiamo chiuso l'anno fiscale con un attivo che seppur piccolo ci conferma che il sistema della nostra cooperativa **risulta** ancora solido e sostenibile. Il nostro impegno è sempre più caratterizzato da alcune direttrici.

- La convinzione di essere importanti per il territorio. Le botteghe svolgono una funzione sociale sia come punti di vendita di vicinato, oggi una realtà fortemente in crisi ma fondamentale per mantenere un tessuto urbano vivibile, sia per essere luoghi di incontro culturale per dipendenti, volontari, clienti, e per fare esperienze concrete di consumo critico e partecipare ai temi sociali mediante l'attivismo.
- La ricerca costante di compagni di strada, per vicinanza territoriale o di scopi sociali. Consapevoli che fare rete è necessario. Per migliorare l'offerta ma anche per sostenersi a vicenda con contaminazioni di competenze e di idee. Per trovare insieme i modi efficaci di raccontare ed esportare le nostre visioni di un mondo in cui sia possibile costruire pace, giustizia sociale, nelle relazioni e nelle istituzioni.
- La volontà di offrire un buon assortimento di prodotti etici, con filiere riconoscibili, provenienti dal sud del mondo e dal sud di casa nostra. Storie di lavoro e di relazioni che vogliono contrastare l'uso di materiali e processi dannosi all'ambiente e all'uomo e premiare i percorsi di "rinascita" di borghi, di mestieri, di persone, racchiusi in tanti prodotti.

Cosa è stato fatto nel 2023.

Le attività e le iniziative, in bottega e fuori, hanno ripreso ritmo e si sono riallacciate relazioni. Le botteghe hanno lavorato con profitti simili a quelli dello scorso anno, con più difficoltà nella vendita di prodotti regalo e maggiore tenuta dei prodotti alimentari e di detergenza, ma confermando i volumi e il fatturato. L'aumento dei prezzi dovuto all'inflazione ha influito sugli acquisti di tutti, quindi anche dei clienti di Pacha Mama, ma ci sentiamo particolarmente grati ai nostri soci e amici che hanno raccolto la sfida di un consumo più ponderato, consapevole, magari acquistando minori quantità di merce ma continuando a scegliere prodotti di qualità e del commercio equo e solidale.

E' un nostro impegno costante cercare nuovi prodotti coerenti con il consumo critico e allargare la cerchia dei fornitori al fine di rendere più evidente la rete di produzioni alternative in Italia e all'estero. Il progetto di vendite all'ingrosso sul territorio della regione che nascono dall'accordo tra varie cooperative è continuato e si sta rafforzando con la partecipazione della coop di Ravenna. Il consuntivo del secondo semestre dimostra un aumento del fatturato e il progetto che fino al primo semestre era in pareggio, chiude l'anno in lieve attivo. Quest'anno abbiamo sentito molto la mancanza di una persona come Chiara Bonati che ha intrapreso un nuovo lavoro; sostituire le sue mansioni, realizzare le stesse cose in meno persone non è stato semplice, soprattutto nel periodo natalizio. Un grazie di cuore va sicuramente a a dipendenti e volontari e al loro prezioso contributo, attivi e partecipi, dai turni in bottega al servizio di consegna pacchi.

Abbiamo poi realizzato iniziative con altre associazioni (sfilate e show cooking), attività con i giovani con scuole e con scout, si è partecipato a eventi e fiere sempre cercando collaborazioni e lavorando con altre organizzazioni. E' continuato il nostro piccolo apporto all'accoglienza di giovani migranti.

Nell'ambito della rete del commercio equo, oltre al progetto sulle vendite esterne, ha ripreso forza la partecipazione attiva di tutti a progettazioni, eventi, incontri. Partecipiamo con Chiara Bonati al direttivo Equo Garantito, con Elisa Angelini ai tavoli sulla comunicazione del brand e alle progettazioni di eventi locali e regionali, Con Federica Lazzarini e Angela Arcangeli ai tavoli sull'integrazione commerciale e la partecipazione politica dei soci AltroMercato. Pacha Mama pur se piccola è considerata una risorsa importante dalle altre organizzazioni per il contributo che da. Nel contesto mondo oltre la bottega, su cui si cerca di mantenere uno sguardo attento e critico, ci sono un luogo e una situazione che attirano in particolare la nostra preoccupazione: la grave situazione creata dalla Guerra di Gaza. Ci tocca in modo particolare anche per la nostra vicinanza ai produttori palestinesi che lavorano nei progetti sul cous cous, datteri, mandorle, saponi, sandali.... Altromercato ha aperto già da fine ottobre una raccolta fondi e noi abbiamo continuato il sostegno alla raccolta realizzata da Educaid con "Emergenza Gaza" con le strenne natalizie del commercio equo, raccogliendo quasi il doppio delle donazioni dello scorso anno. Il nostro sentirci i vicini ai produttori palestinesi è però difficile da trasformare in gesti di solidarietà più incisivi di quanto oltre a ciò che stiamo cercando di fare: denuncia delle condizioni di vita, vendita dei prodotti che si riesce ad esportare e sostegno economico alle ong che danno aiuti umanitari.

I soci e i collaboratori.

I soci di Pacha Mama nel 2023 sono aumentati ancora un poco, alla fine dell'anno erano 648, 18 in più rispetto all'anno precedente. Si affacciano giovani e famiglie. Le donne sono il doppio degli uomini. Il prestito sociale che ci garantisce l'autonomia da prestiti bancari è leggermente calato quest'anno e dopo alcuni anni si è riaperta ora la possibilità di accogliere nuovi sostenitori finanziari pur restando nei limiti di soglia definiti dalla legge. Il gruppo dei nostri preziosi volontari ha visto qualche nuova entrata e questo in un contesto in cui il servizio di volontariato è sempre più difficile da reperire è molto importante e di soddisfazione.

Quest'anno abbiamo goduto poi dell'apporto prezioso di Diana la volontaria del servizio civile universale che si era avvicinata a noi già come volontaria interessata a capire e a dare il proprio contributo.

Le prospettive.

Come che abbiamo cercato di descrivere fin qui la realtà di Pacha Mama con i suoi piccoli successi e insuccessi risente dei problemi e delle situazioni di crisi del mondo che ci circonda e, che spesso affossano le speranze e le prospettive. Oggi la crisi del commercio, soprattutto al dettaglio è fortemente in crisi. Il nostro bilancio seppur positivo vede un costante ridimensionamento dei fatturati. Le botteghe del commercio equo in generale stanno vivendo grandi difficoltà.

Eppure siamo convinti che è ancora possibile, e non solo ancora bello e utile, fare commercio equo e solidale con le botteghe. Siamo dei presidi culturali e sociali ma possiamo ricercare anche la sostenibilità economica. Siamo la concretezza di vetrine e di prodotti in cui è rappresentata una filiera di riscatto, di ricerca di giustizia e di dignità.

Abbiamo bisogno di voi soci, sia per sostenere la cooperativa con i propri vostri acquisti, sia per essere testimoni e promotori delle nostre attività. Abbiamo anche bisogno di voi per ampliare e rinnovare la partecipazione alla conduzione della cooperativa. Scegliere di avere un cda snello non equivale alla riduzione degli apporti possibili e necessari. Al contrario. Chiediamo disponibilità a partecipare a momenti di progettazione, verifica, eventi, tavoli. Un po' lo stiamo già facendo con un gruppo di soci e volontari, ma c'è bisogno di fare meglio e di più. E questo sarà l'impegno pressante del prossimo anno.

Attivo patrimoniale, capitale, utile di esercizio.

Dati da Bilancio economico

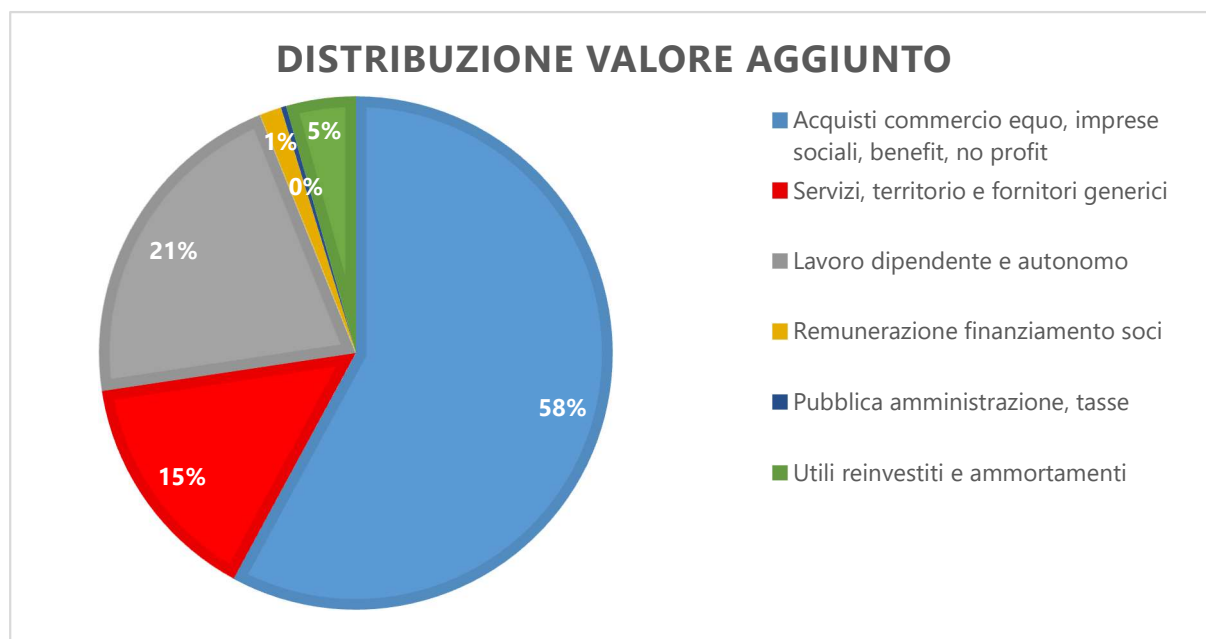
Valore della produzione	€ 286.348
Attivo patrimoniale	€ 598.412
Capitale e riserve	€ 171.619
Utile di esercizio	€ 5.361

Composizione del valore della produzione

Composizione del Valore della produzione in euro e in percentuale sul totale.

Ricavi da Pubblica Amministrazione	12.075	%4,22
Ricavi da aziende profit	17.800	%6,22
Ricavi da organizzazioni del terzo settore e della cooperazione	23.187	%8,09
Ricavi da persone fisiche	226.561	% 79,13
Donazioni (compreso 5 per mille)	6.710	% 2,34
Totale	286.348	

Distribuzione del valore aggiunto



Obiettivi di sviluppo sostenibile – SDGs

Gli obiettivi di Agenda 2030 che ci impegniamo di perseguire:

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; 5. **parità di genere**: raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze; 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; 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

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 in fase di avvio o di crisi.

Diffusione delle problematiche sociali e 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.

Sondaggi di qualità e soddisfazione, analisi dei bisogni.

Numero, tipologia e modalità di coinvolgimento di stakeholder interni

Soci fondatori, volontari, dipendenti (incontri nell'anno: 10 – persone coinvolte: **60**)

Cluster soci sovventori, acquirenti, clienti esterni, scuole e territorio (attività di formazione e sensibilizzazione: oltre **300** persone coinvolte)

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 infra-annuale 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.

Obiettivi strategici

- Aumento partecipazione giovanile sia nello studio dei progetti di commercio equo e solidale promossi sia nella partecipazione alla vita delle botteghe (workshop, webinar, eventi on line e off line, uso dei nuovi strumenti digitali...)
- Maggiore coinvolgimento dei volontari e dei volontari in servizio civile alla vita della cooperativa, alle sue scelte, ma anche alla presentazione dei progetti e delle iniziative alla clientela.
- Studio qualitativo (attraverso questionario) della relazione con i soci e con i volontari, della loro soddisfazione nei progetti scelti e nel modello di servizio adottato.