BILANCIO SOCIALE 2025

33 anni di commercio equo e solidale.

PACHA MAMA

PER UN COMMERCIO EQUO E SOLIDALE

PACHA MAMA

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

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 7
- Partecipazione e condivisione della mission e della vision 7
- Sistema di governo 7
- Certificazioni 7
- Responsabilità e composizione del sistema di governo 8
- 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. 20
Rapporto con la Pubblica Amministrazione. 21
Iniziative e progetti realizzati sul territorio e/o con la collettività. 21
Attività e obiettivi economico finanziari 23
Attivo patrimoniale, capitale, utile di esercizio. 27
Obiettivi di sviluppo sostenibile – SDGs 28
Attività di coinvolgimento degli stakeholder 29
Numero, tipologia e modalità di coinvolgimento di stakeholder interni 29
Obiettivi di miglioramento 29
Obiettivi di miglioramento della rendicontazione sociale 29
Obiettivi strategici 29

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 un valore centrale, non negoziabile. Da anni ci impegniamo 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. E' necessario poter verificare per tutti gli attori coinvolti nella produzione un **prezzo giusto** per il lavoro svolto, necessario per sostenere una vita dignitosa e un percorso di crescita e autonomia.

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, informare soci, clienti e stakeholders sui progetti e sul valore sociale creato.

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 tratta degli aspetti qualitativi e culturali della cooperativa, delle iniziative promosse dalle botteghe e dai soci. Mette in evidenza la valutazione di impatto sociale attraverso la stima del valore di quanto è corrisposto ai produttori di commercio equo, sia dalla sola cooperativa Pacha Mama sia dall'intera organizzazione nazionale.

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

RETE D'IMPRESA con le cooperative di Forlì, (Equamente), Ravenna (Villaggio Globale) e Bologna (ex Aequo)

TERRA EQUA REGIONE E-R

RETE PACE RIMINI

MIO FRATELLO MUORE IN MARE

INTARSI (integrazione migranti)

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 D.Lgs. 117/2017

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.

Missione e organizzazione

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 la cooperativa ha aperto diversi punti vendita, soprattutto in provincia per diffondere la conoscenza dei prodotti e per valorizzare l'apporto di gruppi locali. Gradualmente però le spese di gestione sono diventate troppo alte, gli adeguamenti organizzativi e fiscali troppo onerosi, e le attività si sono forzatamente ridotte nel 2019. I dipendenti sono diventati tre dai sette del 2019 e le botteghe rimaste attive sono due e entrambe in centro a Rimini. Una con una proposta caratterizzata dalla moda etica e regali (ma non manca una selezione di alimentari), l'altra rivolta a una spesa alimentare ricca di proposte di alta qualità, con il fresco del pane di San Leo e i formaggi di Libera Terra.

Testimonianze dei soci

Scelgo di acquistare prodotti del circuito del commercio equo perché è una delle possibilità per combattere le ingiustizie che il sistema del profitto crea. Alcuni prodotti hanno un costo più alto, ma la loro qualità è alta, cerco di seguire il principio a acquistare meno, acquistare meglio.

Sostengo Pacha Mama perché cerca di diffondere i principi in cui credo e perché l'unione fa la forza, da soli non si riuscirebbe a incidere su nessun cambiamento.

Elena, socio

Acquisto prodotti del Commercio Equosolidale per contribuire, anche solo minimamente, a portare più giustizia nel mondo, a creare un'economia diversa, più rispettosa delle persone, del lavoro e dell' ambiente. E' un compito piacevole, perché sono ottimi prodotti, che migliorano anche la qualità della mia vita.

Cristiana, socio

Fare servizio nell'ambito del commercio giusto è un'opportunità per conoscere cosa sta dietro a ciò che si acquista, per me Pacha Mama è l'occasione per rendermi ancora più consapevole e attento alle scelte della mia quotidianità.

Federico, scout in servizio

Finalità, valori e principi della cooperativa

Finalità 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 prefiggiamo 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. Si costruiscono reti di collaborazione economica e culturale con altre realtà sociali attive sul territorio.

Partecipazione e condivisione della missione

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. Il numero di addetti (3) e di consiglieri (3) è molto limitato, 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. Un sistema di garanzia certificato, riconosciuto a livello internazionale, per garantire che tutte le prassi contrattuali rispettino i valori del Fair Trade

Responsabilità e composizione del sistema di governo

ANGELA ARCANGELI

- presidente consiglio amministrazione
- Data atto di nomina 13/05/2024
- Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2026

ELISA ANGELINI

- vice presidente del consiglio d'amministrazione
- Data atto di nomina 13/05/2024
-
- Durata in carica: fino approvazione del bilancio al 31/12/2026

MARIA GRAZIA PAPALEO

- consigliere
- Data atto di nomina 13/05/2024
- Durata in carica: fino a approvazione del bilancio al 31/12/2026

Partecipazione

Vita associativa

I soci sono invitati a partecipare alla vita associativa attraverso la partecipazione a varie occasioni.

Ci sono quelle formali delle assemblee in cui c'è confronto, discussione e voto per sostenere e indirizzare le attività. Ci sono incontri di consiglio di amministrazione aperti ai soci per un dibattito approfondito per individuare nuove prospettive di impegno. Ci sono i momenti di formazione sui temi cari alla cultura del commercio giusto. C'è l'invito a partecipare alle campagne di mobilitazione su temi sociali e sul sostegno ai nostri produttori. Ci sono i momenti conviviali, i mercatini, le partecipazioni ad eventi della città in cui conoscersi e collaborare.

Partecipazione dei soci alle assemblee

Numero aventi diritto di voto all'assemblea 2025

686 - Data Assemblea 27-05-2025

Numero partecipanti fisicamente presenti

40

N. partecipanti con conferimento di delega

2

Mappa degli stakeholder

I principali stakeholder sono i **soci** che quotidianamente si rapportano con la cooperativa in una relazione partecipativa e di collaborazione.

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

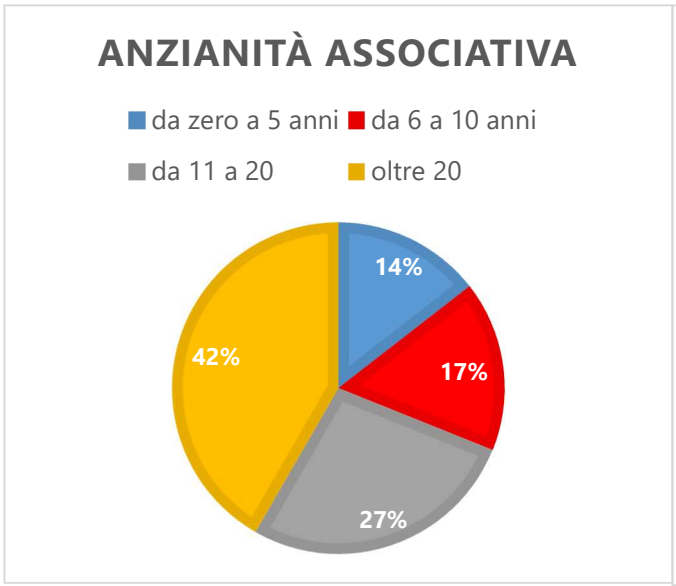
La domanda di associazione avviene mediante modulo di richiesta al cda e versamento di quote di capitale. Si propone ai soci di diventare partner attivi del cambiamento sociale ed economico promosso dal commercio equo e solidale, sostegno alla dignità della persona e salvaguardia ambientale e biodiversità 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.

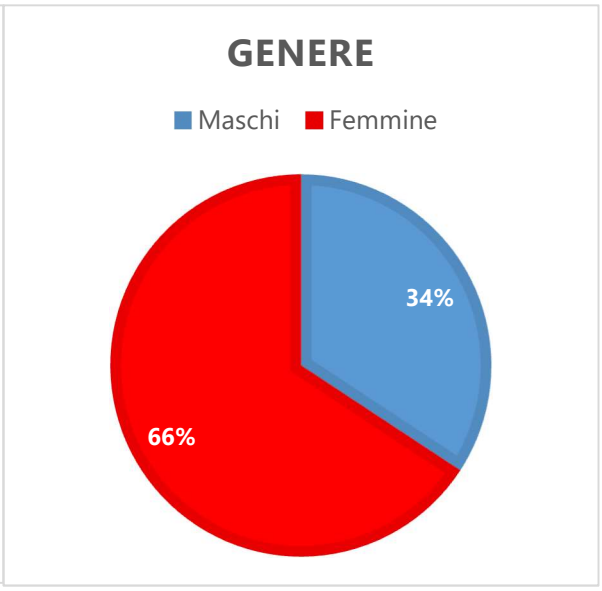
Il socio ha diritto di voto in assemblea, gli è riconosciuto uno sconto continuativo del 5% sui propri acquisti in bottega e conosce in anteprima progetti ed eventi. **La quota minima di adesione è pari a 30 euro di capitale.**

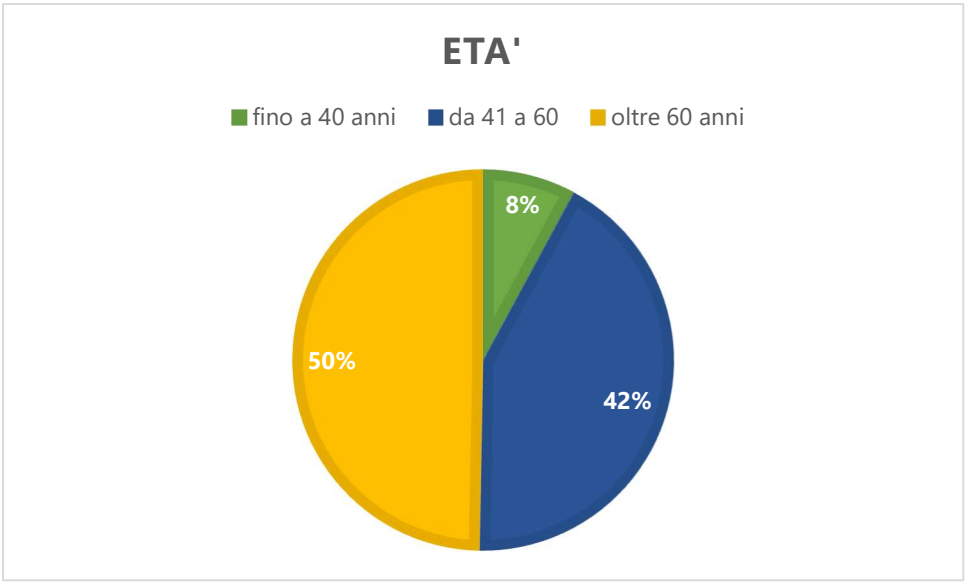
Con l'adesione al **Prestito sociale**, il socio ha poi una concreta opportunità di finanza etica (le finalità del prestito soci sono meglio spiegate nella sezione "impatti"), ottenendo in cambio delle somme depositate un interesse costante ed equo che in base ai vincoli di durata, ed alle modalità di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

Focus sui soci

Soci ordinari	**694 (ex 687 a fine 2024)**
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 diploma)
- **Fascia di età** (30 – 50, età media 42 anni)
- **100% soci**

Occupati svantaggiati

Pacha Mama è una **cooperativa sociale di tipo B**, quindi caratterizzata dall'inserimento lavorativo tra i dipendenti di persone con disabilità. Per i dipendenti si applica il C.C.N.L. per cooperative sociali, con contratto a tempo indeterminato. Accanto a questa condizione stabile è offerta anche l'opportunità di stage a tempo determinato e o presenze più stabili nel tempo come il progetto ormai attivo da anni di "tirocinio all'orientamento, formazione e inserimento" della Regione E-R in collaborazione con la coop New Horizon.

E' stata inoltre attivata una collaborazione occasionale per un titolare di protezione internazionale. Oltre alle attività della bottega, il suo supporto è stato fondamentale nelle attività di integrazione di richiedenti asilo e stranieri in genere, progetti che la cooperativa segue da qualche anno. I suoi emolumenti, così come alcune spese formative a favore di terzi e presso aziende terze, 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 **2,05** volte la retribuzione annua minima.

Retribuzione annua minima (20h settimanali)	12.000
Retribuzione lorda massima (29h settimanali)	24.660

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.

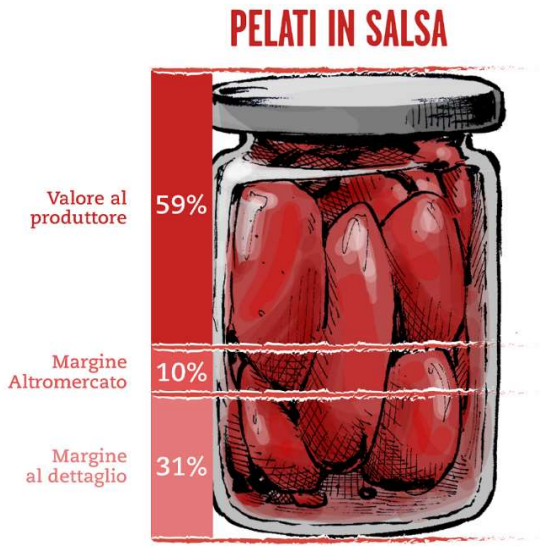
Spesso questa formazione è rivolta anche a non dipendenti, in particolare a soci e ai volontari del servizio civile.

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 elettronico, rinnovo documenti).

Approfondimento della cultura italiana.

Il sostegno si è espresso anche nella forma della collaborazione aziende di lavoro ospitanti partner, con le quali Pacha Mama ha svolto attività di mediazione culturale, controllo delle buste paga, corretta applicazione normativa giuslavoristica.

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 (per questo spesso preferiamo parlare di **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: **100**.
- Totale organico oggetto di rendicontazione: **4.**
- Formazione ai volontari non dipendenti: **15h** verso **20** 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 offre 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 naturalimeno impattanti nell'ambiente, 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 2025 abbiamo distribuito:

- **460 litri di prodotti sfusi per la detersione.**
- **270 contenitori in plastica risparmiati.**
- **Oltre 28 kg di plastica risparmiata, e oltre 172 kg CO_2 non immessa nell'ambiente.**

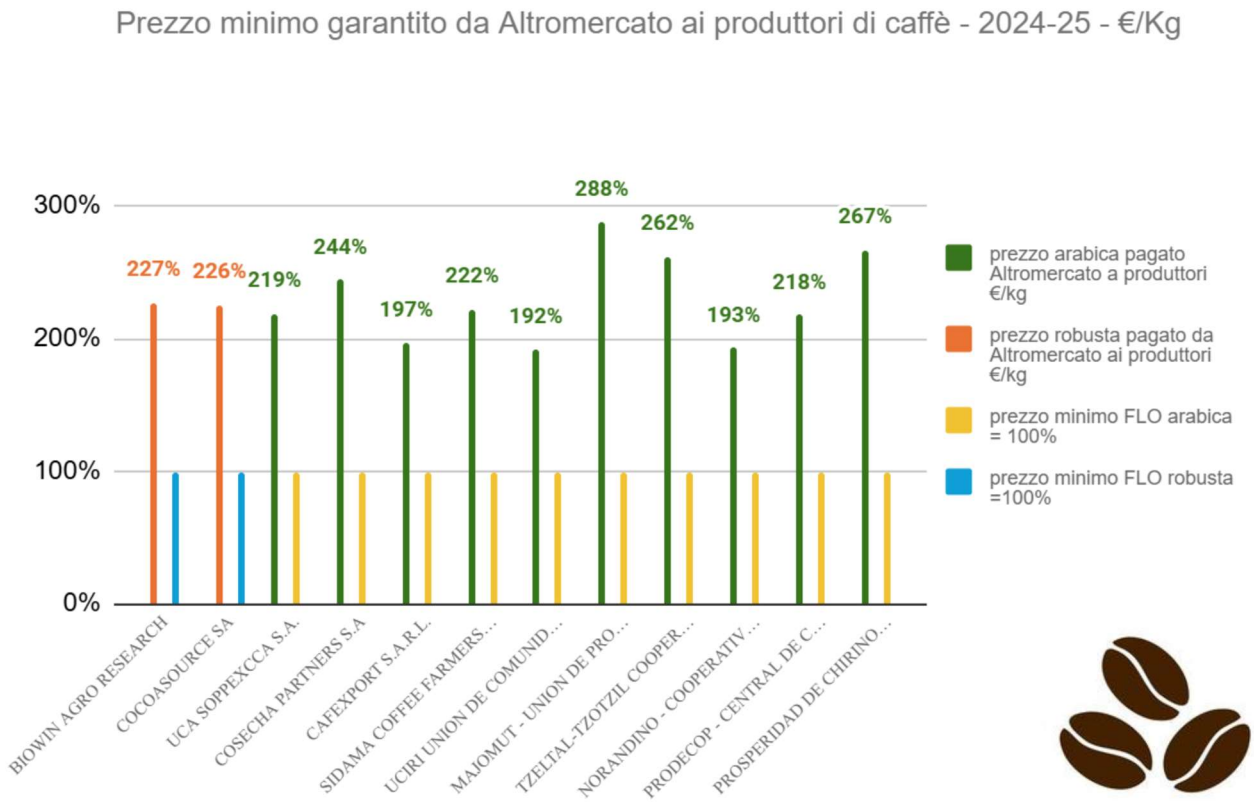
Il re-fill invece di un prodotto nuovo può far risparmiare circa il 70% di CO_2, il 65% di energia e il 45% di acqua.

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.

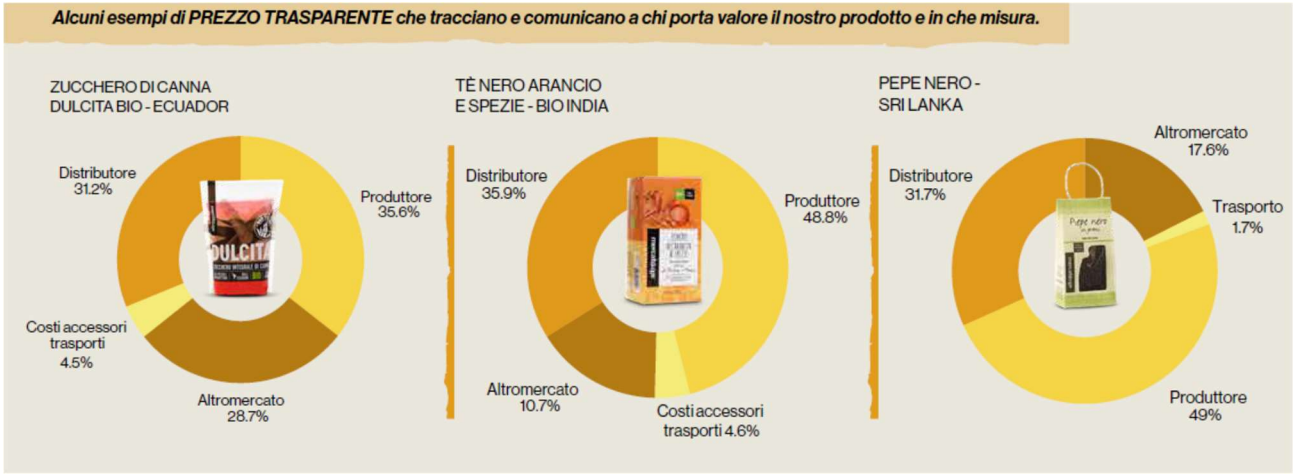
Dal bilancio di sostenibilità Altromercato 2025.



Tra gli elementi di inclusione economica e di equità vi è quello di assicurare ai produttori un prezzo di acquisto minimo garantito, in particolare per le materie prime identitarie e soggette a potenziali speculazioni di mercato. Esso si confronta con i minimi fissati da Fairtrade International (FLO) e con l'andamento della borsa di riferimento, garantendo acquisti a prezzi sempre superiori ai minimi di riferimento. Nel grafico l'esempio del caffè. Altromercato ha riconosciuto nell'anno 2024-25 un prezzo minimo **sempre superiore al minimo FLO**, sia del prezzo arabica, che di quello robusta. I differenziali includono anche il riconoscimento per il caffé biologico di un delta di circa il 22%. Il mercato del caffè ha inoltre subito in quest'anno forti rialzi a causa di disponibilità più limitate legate a fenomeni naturali e di cambiamento climatico. 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 2025. 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.**



Il nostro impatto sociale anche come Pacha Mama è concentrato proprio in questo ambito, in particolare lavorando in rete con le centrali di acquisto. **La sola rete Altromercato ha creato nel 2025 un volume di acquisti a condizioni eque di circa 32 milioni, di cui il 79% è andato direttamente a favore dei nostri produttori e dell'economia sociale, il 21% a trasformatori principalmente italiani.**

CONTINENTE	produttori attivi 24-25	% valore 23-24	% valore 24-25
AFRICA	11	25,44%	38,53%
AMERICA	37	42,91%	44,98%
ASIA	34	23,52%	13,49%
EUROPA	9 di cui 7 in Italia	8,13%	3,00%

Sosteniamo realtà che operano in contesti di forte disparità, povertà e spopolamento rurale, di limitaizone di diritti civili e umani, di isolamento geografico ed emarginazione, a supporto di fasce sociali debiboli, in contesti di elevato sfruttamento.

I principali focus di impatto:

- **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.

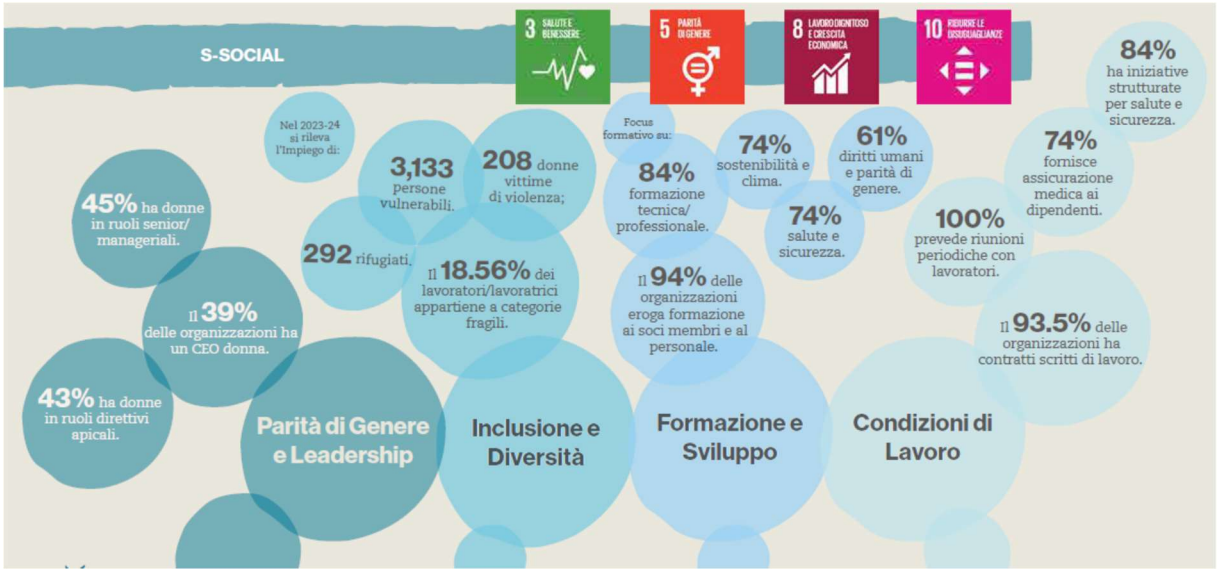


TABELLA PROGRAMMI COOPERAZIONE MADE IN DIGNITY 2024/25

PRODUTTORE	PAESE	PRODOTTO	ATTIVITÀ	NR. BENEFICIARI
Fruandes	Colombia	Zucchero di canna	Formazione in buone pratiche agricole del cacao con realizzaione di parcelle dimostrative	55 famiglie di piccoli produttori
Manduvirà	Paraguay	Zucchero di canna	Acquisto macchinario per distribuzione concime organico	400 produttori e produttrici
NGC	Thailandia	Zucchero di canna	Analisi del suolo; formazione in produzione di tisane bio; Piantumazione alberi da frutto formazione in protezione ambientale	100 produttori e produttrici
Cuencas de Huallaga	Perù	Cacao	Sistema di irrigazione	40 famiglie associate
Duva Green ltd	Mauritius	Zucchero di canna	Acquisto e distribuzione bio erbicidi e kit per l'erogazione	665 piccoli produttori e produttrici
Sabor Arriba	Ecuador	Cacao	Acquisto e distribuzione di fertilizzante bio per la riduzione di cadmio nella produzione	100 produttori e produttrici

Impatto del prestito sociale.

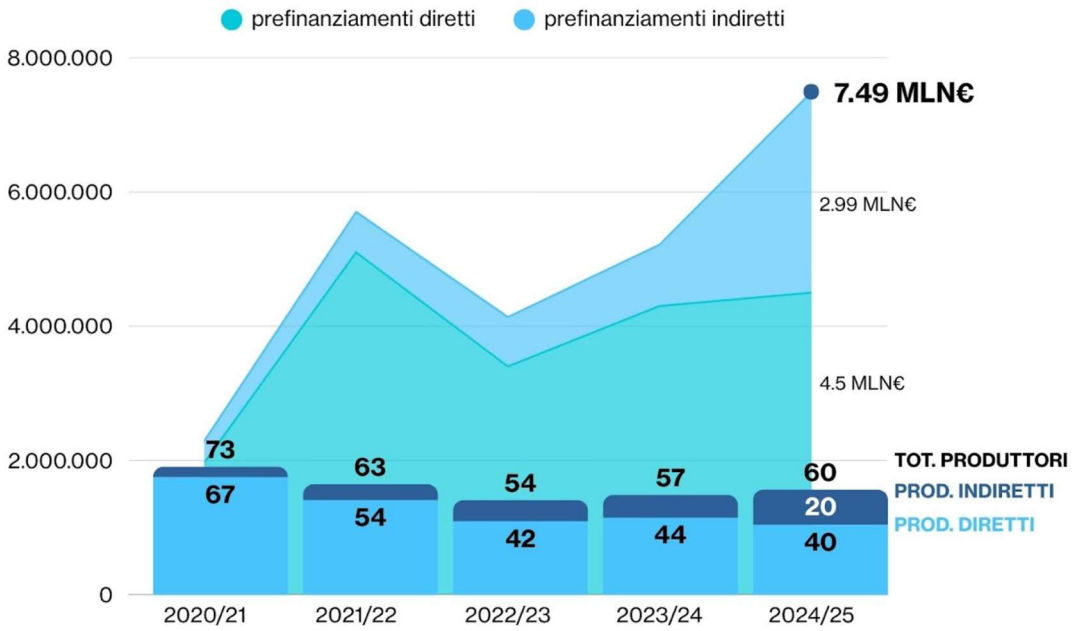
Pacha Mama ha attivato da molti anni il finanziamento soci, possibilità riconosciuta dalla legge, con alcuni limiti sulla raccolta rispetto al valore del patrimonio netto a garanzia. Questi depositi sono **una vera e propria iniziativa concreta di finanza etica.** Da una parte ci consentono di ottimizzare 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 IN PACHA MAMA: PARI A 263.013€ – 40 libretti**
- **NOSTRO PRESTITO SOCIALE DEPOSITATO IN ALTROMERCATO: 357.379€**

Questa raccolta complessiva confluita in Altromercato IS ha consentito per l'esercizio chiuso di soddisfare richieste di **accesso al credito dei produttori.** L'accesso al credito è stato garantito a **60 organizzazioni di produttori**, ai quali sono stati erogati, nel pieno rispetto dei criteri del fair trade WFTO:

● **4,5 milioni di €**, erogati in forma diretta da Altromercato, a favore di 40 organizzazioni

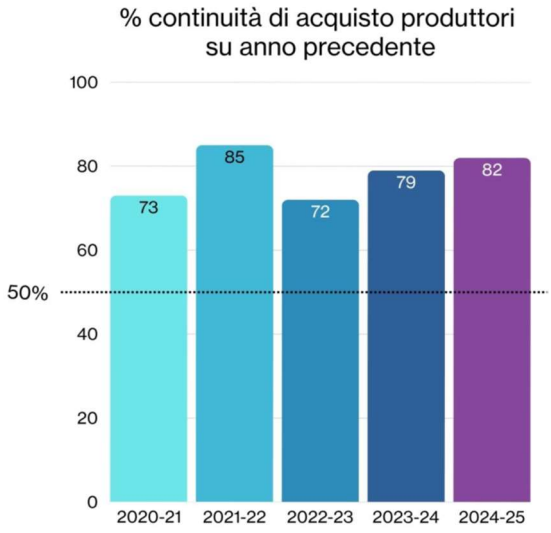
● **2,99 milioni €,** in forma indiretta tramite istituti di finanza etica partner, attraverso la cessione del credito, a favore di 20 organizzazioni



Grazie a questo meccanismo, il tasso di risposta positiva alle richieste di prefinanziamento è stato del 100%, confermando la piena capacità dell'organizzazione di sostenere tutte le richieste provenienti dai produttori partner. Questo sistema di supporto finanziario produce benefici tangibili:

- rafforza la capacità di pianificazione economica dei produttori;
- aumenta la sicurezza di reddito e l'accesso a strumenti produttivi;
- riduce l'esposizione ai rischi di mercato;
- favorisce maggiore stabilità per le famiglie e le comunità, anche di fronte alle crisi climatiche o inflattive.

Attraverso il sistema delle cooperative socie, circa **30.000** individui mettono a disposizione della rete una parte dei loro risparmi tra capitale e prestito.



Un altro dato importante verso i produttori è quello della continuità di acquisto, salita per il terzo anno consecutivo all' 82%. Tali numeri testimoniano un modello di filiera **stabile, etico e orientato alla reciprocità**, dove la continuità non è solo una scelta economica, ma un vero **valore sociale**: garanzia di sicurezza per i produttori, qualità per i consumatori e coerenza con la nostra missione di costruire commercio giusto e relazioni sostenibili nel tempo.

Rimini Fair City. 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 dipendete ed un tirocinante in modo stabile durante tutto il 2024, nel corso dell'anno 2025 è anche continuato il sostegno verso alcuni titolati di protezione internazionale e richiedenti asilo, in collaborazione con alcuni enti non profit del territorio focalizzati sul tema dell'accoglienza. Un socio 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. Nel 2025 e nel 2026 lo Sportello continua anche con momenti di aula su formazione specifica, con un modello partecipato e aperto anche ai centri di accoglienza del territorio, è stato inoltre introdotto il tema del supporto e accompagnamento nella ricerca attiva della casa, grazie alla collaborazione e accordi stretti con alcune Agenzie immobiliari e con la Agenzia Casa Emilia Romagna.

AZIONE	BENEFICIARI
Stabilità abitativa	6
Inclusione finanziaria	5
Formazione interna e esterna	14
Inserimento lavorativo	8
Supporto amministrativo e PA	12

E' così partito il progetto RIMINI FAIR CITY, che avrà ulteriore espansione nel 2026, dedicato sia alle problematiche abitative, ai temi della salute e sicurezza, diritti e doveri con le tecnologie digitali, 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.

La relazione con l'amministrazione comunale è sempre stata di massima apertura e collaborazione. Il Comune di Rimini è stato riconosciuto come "territorio equo solidale", un attestato che viene rinnovato ogni due anni. Abbiamo ricevuto un pieno appoggio ufficiale per le iniziative riminesi "**Rivestiti**", e con collaborazioni più semplici e informali, soprattutto in capo all'assessora Francesca Mattei.

L'Ente Regione E-R ci sostiene tramite la legge 26/09, che nel 2025 ha concesso un buon contributo alla ristrutturazione dell'esterno della bottega di via Cairoli.

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

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

La collaborazione con l'**Agesci**, già iniziata molti anni fa, nel 2025 ha avuto un notevole rilancio. Da sempre partecipiamo a incontri con i giovani in occasioni di formazione e finalizzati alla scoperta dell'economia solidale. Accogliamo nelle nostre botteghe ragazzi desiderosi di organizzare attività di supporto e di sensibilizzazione al commercio equo e proponiamo l'utilizzo dei nostri prodotti nella realizzazione degli eventi scout. Le novità che stanno dando nuovo impulso e che ci auguriamo possano crescere in futuro stanno nella creazione di gruppi di acquisto di giovani famiglie, come quelle di Riccione e di Rimini, incentivate dall'acquisto collettivo di agrumi SOS ROSARNO a cui si aggiungono altri prodotti. E' inoltre partito l'accordo nazionale tra Altromercato e Agesci che ci auguriamo possa arricchirsi di molte nuove iniziative e relazioni.

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** (20 ore, 90 partecipanti).

Gruppo interclasse del Liceo Scientifico Einstein composto da 16 studenti. Da anni portiamo avanti la relazione con i ragazzi del Liceo Einstein di Rimini con approfondimenti sui progetti del commercio equo dislocati nei diversi paesi del Sud del mondo. Incontriamo con cadenza quindicinale i ragazzi coinvolti nel progetto portando avanti azioni di sensibilizzazione che coinvolgono tutto l'istituto: organizzazione di merende solidali, piccoli interventi didattici, visita alla bottega, uno swap party finale. Grazie all'impegno dei ragazzi abbiamo sostenuto la campagna *Building Hope for Gaza* di Altromercato.

Presso **Grotta Rossa Spazio Pubblico Autogestito**, un gruppo di volontari e attivisti ha seguito un percorso di 10 martedì a cena, cucinando e mangiando insieme, per parlare intorno al tavolo di solidarietà, ecologia e giustizia sociale, incontrando iniziative e produttori locali e non sensibili a questi temi (***SOS Rosarno,*** *Ca Masarot, Azienda Agricola Rizoma, Pasta Madre Panificatori Agricoli Urbani*).

Con l'Associazione **Vite in Transito** si è realizzata una sincera collaborazione con la gestione condivisa di vari appuntamenti e iniziative rivolte allo scambio culturale e all'incontro con diverse tradizioni (La tombola solidale, la presenza alla *Festa delle associazioni* il 1 maggio, l'allestimento a di una mostra sui tessuti del commercio equo e abiti tradizionali delle socie di Vite in Transito).

Con la **Cooperativa Lazzaro** e il patrocinio del Comune si è realizzata una proficua sinergia di ideazione, progettazione e realizzazione di un progetto cittadino di **Moda Etica** per continuare e espandere l'esperienza degli anni passati. Presso l'Ala Nuova Museo della Città, grazie alla rete Terra Equa e al coinvolgimento del Comune di Rimini abbiamo dato vita ad una due giorni Rivestiti – Rimini in cui riflettere sulla moda etica, sulla sostenibilità e sull'importanza delle reti solidali sul territorio riminese. L'evento ha visto la partecipazione di 10 associazioni locali e l'affluenza di oltre 2000 persone con un programma fitto di laboratori di cucito, racconti di filiere e progetti, talk e workshop, e una sfilata sociale e inclusiva che ha visto in passerella ben 50 modelli volontari e un numeroso pubblico.

Educaid ONG Rimini. Continua la collaborazione con l'ong Educaid soprattutto in merito alle iniziative e ai progetti educativi in Palestina attraverso uno scambio di servizi e di sostegno reciproco. Educaid sceglie ormai da anni i prodotti del commercio equo, come le t-shirt in cotone bio fairtrade da stampare o la gaza cola da proporre durante i propri eventi. Pacha Mama acquista a sua volta kefiah e altri prodotti da distribuire attraverso le botteghe.

Rompi il silenzio APS. Abbiamo gestito coffee break per diversi eventi dell'associazione, in special modo durante il mese dedicato alla lotta alla violenza sulle donne. Per noi una occasione di servizio e di partecipazione a una tematica che ci sta molto a cuore, essendo centrale la tematica dell'empowerment femminile centrale nelle iniziative del commercio equo.

Elenco attività

Iniziativa	Ambito	Descrizione attività	Stakeholders coinvolti
Conferenza Rompi il Silenzio	Inclusione Sociale e Comunità	partecipazione culturale con giovani volontarie	**100**
festa delle associazioni, con Vite in Transito e Volontaromagna	Diritti Umani e Solidarietà	campagna Challenge Your Fashion- Chi produce i tuoi vestiti? informazione su produttori palestinesi campagna Buiding Hope for Gaza	**200**
Assemblea Pacha mama	Diritti Umani e Solidarietà	report sulla situazione produttori palestinesi e cena per Palestina	**60**
Rassegna Palestina Mon Amour	Diritti Umani e Solidarietà	con Vite in Transito, AssopacePalestina, Isur e cinema Tiberio- rassegna di film sulla Palestina 6 appuntamenti	**500**
iniziative e manifestazioni Pro gaza	Diritti Umani e Solidarietà	attività cittadina, rete associazioni, Ultimo Giorno a Gaza e Rete Pace Rimini. 4 appuntamenti con flash mob e incontri di approfondimento	**4000**

Swap party presso il liceo A. Einstein	Sostenibilità e Moda Etica	attività formazione liceali	**100**
Festa a Bellaria BEKYBAY	Sostenibilità e Moda Etica	SFILATA ETICA vesti il futuro, banchetto	**300**
Festa al parco INTRECCI ETICI	Sostenibilità e Moda Etica	SFILATA ETICA rete associazioni	**200**
PENNABILLI- RI CIRCOLO storie di produttori palestinesi	Diritti Umani e Solidarietà	informazione sui produttori palestinesi e cena di finanziamento per Gaza	**60**
In memoria di Lampedusa	Inclusione Sociale e Comunità	rete associazioni	**50**
Eventi a cui abbiamo partecipato come formazione	Formazione e Sviluppo	formazione aggregata (tot. 16 incontri in vari ambiti)	**1390 (in 16 incontri)**

Attività e obiettivi economico finanziari

Lettera della presidente sui dati di bilancio.

Carissimi soci

L'attività commerciale della cooperativa quest'anno ha avuto alcuni segnali di ripresa, soprattutto nelle vendite in bottega, chiudiamo con un fatturato superiore rispetto lo scorso anno e con un saldo positivo di €. 1.310

Presentiamo il bilancio di un anno, fatto di numeri e di azioni concrete. Da sempre nella cooperativa Pacha Mama è fondamentale impegnarsi per lavorare su più versanti e riuscire a svolgere al meglio il compito commerciale e quello culturale, per agire sulle idee, sulle coscienze, sulle scelte e costruire concretamente insieme un'economia di pace.

Una nuova squadra di lavoro

A maggio è terminato il rapporto lavorativo con Elisa, ma dopo aver concluso il suo ruolo da dipendente Elisa è rimasta una collaboratrice preziosa, come amministratrice e come presenza concreta in tanti eventi. Blanca ha preso gradualmente la direzione della bottega di via IV Novembre con passione e competenza. Tutto questo ha generato nuove idee, nuovi confronti e anche avvicinato nuove persone. Da ottobre è stato aumentato, seppur di poco, il monte ore dei contratti di lavoro.

Le relazioni consolidate e nuove sfide

Da due anni alle attività in comune con altre associazioni che fanno parte ormai della nostra prassi consolidata, si è aggiunto l'evento Terra Equa a Rimini, in collaborazione con la cooperativa Lazzaro e un'altra decina di associazioni. Anche quest'anno si è rivelato un evento di grande attrazione di pubblico, di vetrina dell'economia sociale legata al mondo della moda, ha trattato temi fondamentali come la conoscenza della cultura tessile di altri paesi, la rigenerazione di abiti, il recupero di oggetti, il sostegno sociale, la formazione professionale.

Altre iniziative sono state realizzate con Spazio Grotta Rossa, Circolo culturale Pennabilli, Liceo scientifico Einstein, Scuola secondaria I grado A. Panzini, Vite in Transito, Agesci, Regione E-R. In particolare nel Centro Giovani Grotta Rossa alcuni volontari hanno partecipato attivamente ad un percorso di cucine sociali focalizzato su cibo etico, lavoro degno e resistenze: una occasione in più di lavorare in rete.

Alla fine di quest'anno, anche grazie alla partecipazione ad alcuni bandi, è stato rinnovato l'impegno su progetti per l'integrazione di richiedenti asilo e migranti. Questo ha portato a strutturare uno "sportello" per un pomeriggio alla settimana dedicato a persone in situazioni di fragilità. Ringraziamo i clienti che in queste occasioni hanno dimostrato curiosità e pazienza.

La guerra a Gaza e la vita dei produttori palestinesi

I pensieri che maggiormente hanno condizionato le scelte di quest'anno sono legati alla situazione dei nostri produttori palestinesi e alla guerra combattuta a Gaza. La volontà di fare qualcosa, per aiutare e per contrastare le violenze e le morti, ci ha fatto sentire contemporaneamente impotenti e responsabili e ci ha spronato in modo pressante a fare qualcosa.

Sono state fatte scelte commerciali, aumentando gli acquisti dai produttori palestinesi e della Gaza Cola. Sono stati intensificati, grazie ad Equo Garantiro e Altromercato, i collegamenti online con i produttori e i report sulle attività. Abbiamo raccolto soldi da inviare al progetto Buiding Hope for Gaza (poi trasformato in Hope for Palestine), versando come singola cooperativa 3.000 euro, una cifra che consideriamo enorme per la nostra esperienza.

Abbiamo scioperato e, per la prima volta nella nostra storia, abbiamo abbassato la saracinesca dei negozi a sostegno delle manifestazioni. Abbiamo partecipato attivamente a reti cittadine e collaborato alle iniziative pubbliche. Abbiamo aiutato altre organizzazioni a sostenere la causa palestinese offrendo le botteghe come base logistica di distribuzione magliette, prodotti e materiali. Abbiamo raccontato in varie occasioni le storie dei nostri produttori e degli abitanti palestinesi, e l'elenco dei soprusi a cui sono sottoposti.

Sono state vendute 75 magliette "Free Palestine", prodotte dal laboratorio O'Press all'interno del carcere di massima sicurezza di Marassi a Genova. Una parte di quell'incasso è andata a sostegno della campagna Building Hope, circa altre 500€ dalla nostra cooperativa. Ma l'iniziativa ha prodotto un risultato straordinario anche dentro la stamperia di O'Press, aumentando l'opportunità lavorativa offerta all'interno del carcere dalla cooperativa di Genova. I giovani detenuti/impiegati nella serigrafia sono così aumentati di numero e di monte ore di lavoro.

Da dicembre nelle botteghe si può inoltre acquistare "La Palestina del cuore", un pacco realizzato insieme ad Emergency con una selezione di prodotti palestinesi a sostegno delle iniziative di Emergency in Palestina.

Siamo consapevoli che tutto questo non è sufficiente, che l'attività e la vita sono sempre più in pericolo a Gaza e in Cisgiordania, e la preoccupazione e il desiderio di poter fare di più rimangono inalterati, per cui vogliamo continuare a tenere alta l'attenzione, promuovere al massimo i prodotti, fare informazione ai giovani e ai nostri clienti. Siamo impegnati a mantenere sempre visibile il messaggio in Bottega.

Anche altri produttori hanno vissuto situazioni difficili. Come in Sri Lanka dove gli esiti delle inondazioni invernali non si sono ancora sanati. Anche su questo fronte ci siamo attivati come cooperativa e con donazioni personali di alcuni soci.

Andamento commerciale

Sono aumentate le vendite. Ovvero abbiamo saputo attirare più clienti. Uno dei settori in crescita è quello della vendite di casse di agrumi provenienti da SOS Rosarno, Calabria, un'associazione di Promozione Sociale che riunisce piccoli contadini, pastori e produttori agro caseari, braccianti immigrati ed attivisti, per distribuire prodotti biologici coltivati nel rispetto delle persone. Un progetto che ha un valore sociale immenso. Nel 2025 abbiamo spostato e consegnato 1900 chili di frutta. Ci costa tantissima fatica fisica ma desideriamo sostenerlo sempre meglio.

Continua la collaborazione con altri partner, soprattutto locali, di alto valore sociale: il Forno di San Leo, La Madre Terra della APG23, Libera Terra dalle mafie, Valmarecchia Bio, Officina Natura. Anche la vendita "esterna alla bottega", quella all'ingrosso, ha creato buoni margini grazie al progetto dell'Impresa di Rete fatta con le cooperative di Bologna, Ravenna e Forlì. E' un servizio che da soli non saremmo riusciti a svolgere e che presenta ancora potenzialità di sviluppo.

L'apporto dei soci

Le vendite al dettaglio hanno visto un aumento della % di vendite ai soci. I soci sono diventati 697, il recesso di alcuni è stato ben compensato dall'entrata di 14 nuovi. Il capitale è cresciuto un poco con un totale di 4627 quote e un valore di 137.344 euro. A fine anno il risparmio raccolto è stato di € 266.000 mila. I libretti di risparmio attivi nel 2025 sono stati 40.

Diminuisce un poco la raccolta di risparmio che porta l'intero ammontare ben al di sotto del limite che ci impone la legge e questo offre la possibilità di nuovi investimenti in prestito sociale per chi vuole continuare ad investire nei progetti della cooperativa. La situazione finanziaria della Cooperativa è sempre stabile e piuttosto solida. L'intero ammontare del prestito raccolto e anche una parte del capitale sociale sono attualmente investiti in "AltroMercato" di cui siamo soci. I fondi vengono utilizzati dalla nostra centrale di importazione di Verona per anticipare le spese ai produttori. Questo investimento è utile per noi come riserva ben remunerata che adoperiamo principalmente per pagamenti dei fornitori senza intaccare il valore del risparmio. Ma soprattutto sostiene il pagamento anticipato delle merci ai produttori marginali del commercio equo. Un impiego che quest'anno ha avuto un'importanza molto significativa soprattutto per i produttori del cacao e di caffè che sono stati colpiti da una grande crisi produttiva, in parte dovuta ai

cambiamenti climatici e in parte a bolle speculative, che ha prodotto un notevole rialzo dei prezzi. Oggi per tutelare il lavoro dei produttori e per garantirsi l'approvvigionamento è necessario, più che in passato, acquistare con pagamento anticipato.

Una parte del valore del capitale sociale è invece ancora investito nell'immobile di proprietà di via Cairoli, nelle attrezzature e nella merce.

Prospettive.

Il nuovo anno non si presenta facile per il contesto sociale e politico. Stiamo convivendo con sempre più guerre e con la prospettiva di una pericolosa crisi energetica. Il nostro modo di vivere questa situazione è operare concretamente, realizzare azioni di pace e di giustizia sociale. Siamo consapevoli e convinti che il nostro compito è continuare a lavorare per le idee di giustizia e tutela dei deboli. Siamo anche convinti che il commercio equo è la scelta concreta, attuale e necessaria, capace di prospettiva futura.

Ribadiamo l'importanza di SCEGLIERE, che assume oggi un significato per noi sempre maggiore. Scegliere non è un gesto banale. Scegliere è un atto di coraggio. Significa soprattutto saper guardare al futuro e decidere la direzione da prendere. E mai come in questo momento è necessario avere il coraggio di scegliere strade e dialoghi di pace in ogni nostro gesto quotidiano.

Lo proponiamo come prospettiva ai giovani per invitarli a scegliere le direttrici importanti del loro futuro.

Con il commercio e con azioni concrete scegliamo di costruire la pace.

Il Consiglio di Amministrazione

Attivo patrimoniale, capitale, utile di esercizio.

Dati da Bilancio economico

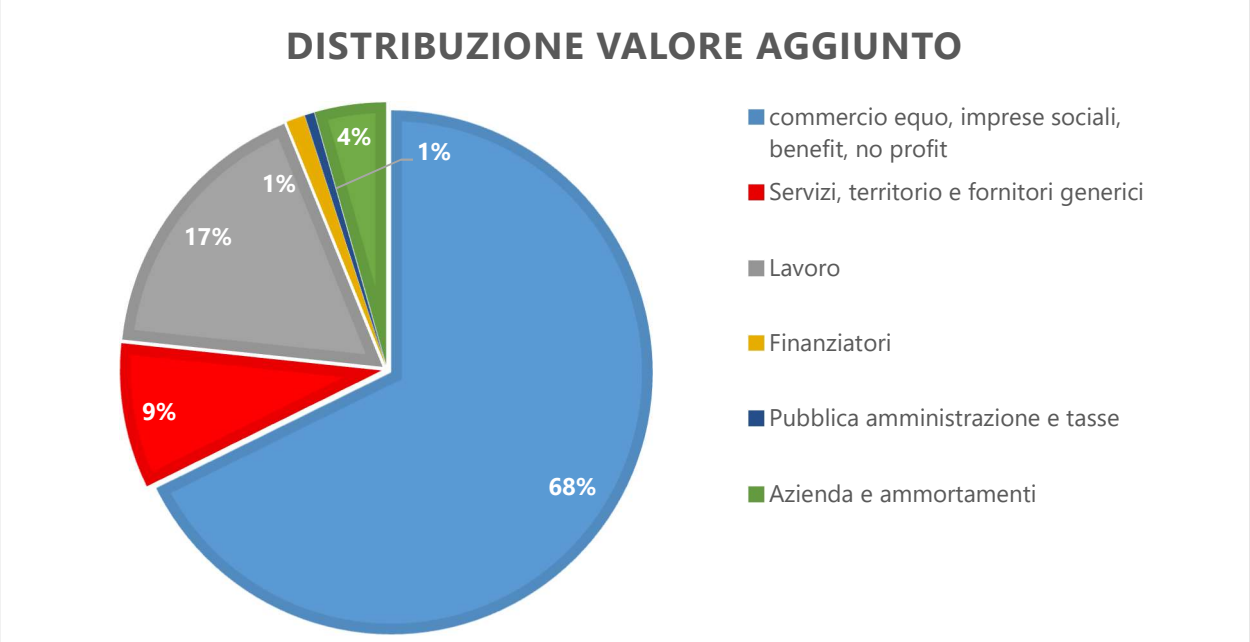
Valore della produzione	€ 277.823
Attivo patrimoniale	€ 567.059
Capitale e riserve	€ 171.129
Utile (Perdita) di esercizio	€ 1.310

Composizione del valore della produzione

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

Ricavi da Pubblica Amministrazione	10.200	% 3,68
Ricavi da aziende profit	21.365	% 7,71
Ricavi da organizzazioni del terzo settore e della cooperazione	18.520	% 6,69
Ricavi da persone fisiche	225.651	% 81,46
Donazioni (compreso 5 per mille)	1.359	% 0,49
Totale	**277.000**	

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

Aree di miglioramento

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: 8 – persone coinvolte: **48**)

Cluster soci sovventori, acquirenti, clienti esterni, scuole e territorio (attività di formazione e sensibilizzazione: oltre **265** 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.