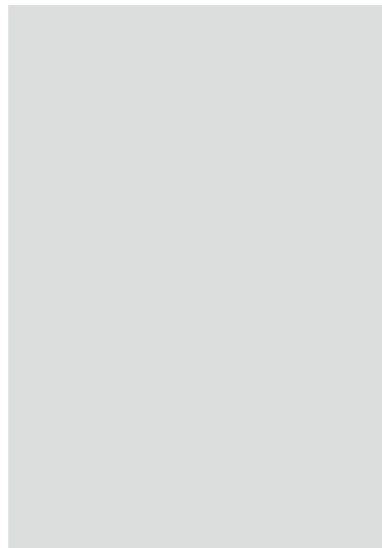
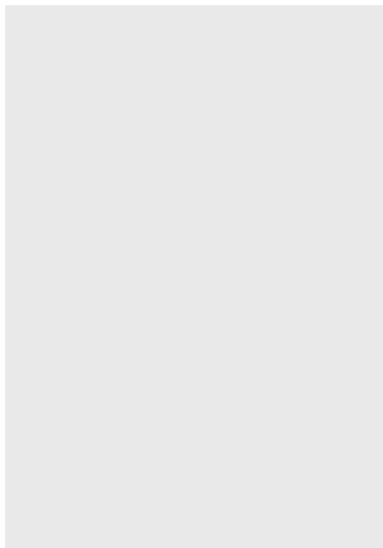
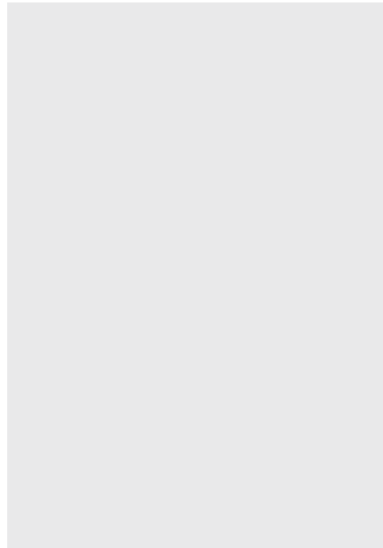
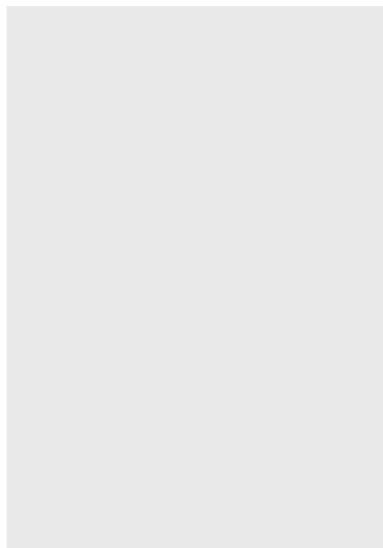
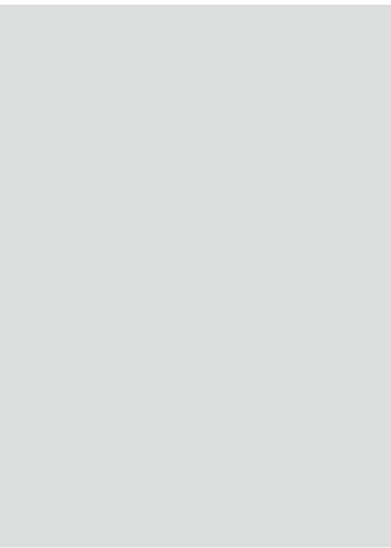
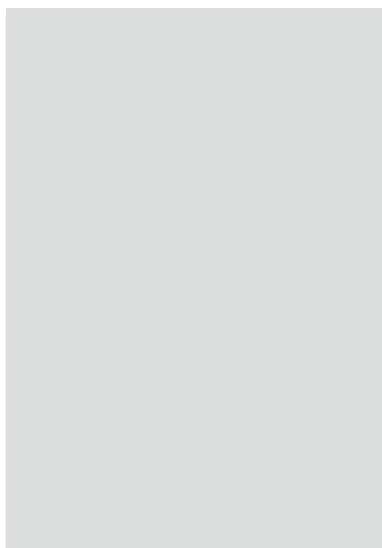
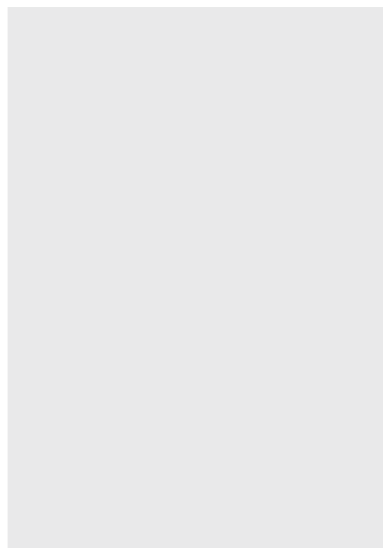
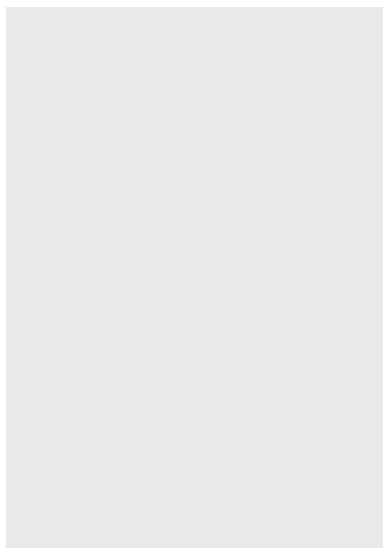
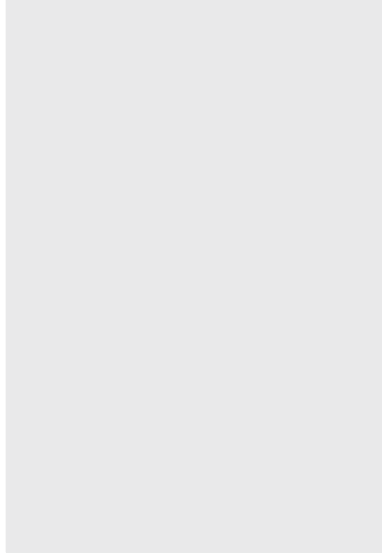
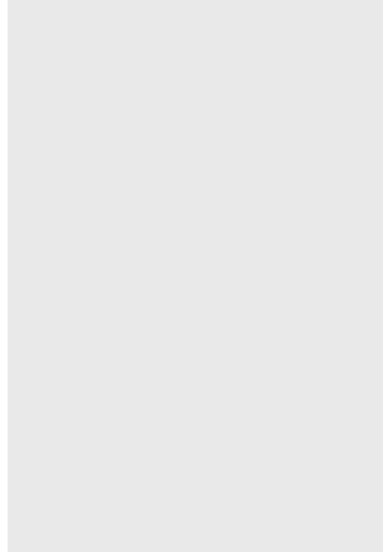
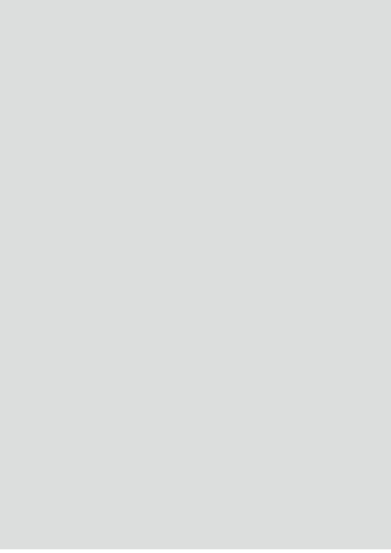


So **Bilancio**
cia **le**
2016

1. Premessa	5
1.1 Lettera ai portatori di valori	5
1.2 Metodologia	6
1.3 Modalità di comunicazione	6
1.4 Riferimenti normativi	6
2. Identità dell'organizzazione	9
2.1 Informazioni generali	9
2.2 Missione	10
2.3 Attività svolte	11
2.4 Composizione base sociale	13
2.5 Territorio di riferimento	15
3. Governo e strategie	17
3.1 Consiglio di Amministrazione	17
3.2 Struttura organizzativa	17
3.3 Strategie e obiettivi	18
4. Portatori di valori	21
5. Dimensione economica	25
5.1 Valore della produzione	25
5.2 Distribuzione valore aggiunto	26
5.3 Patrimonializzazione	28
6. Prospettive future	31



1. PREMESSA

1.1 Lettera ai portatori di valore

Il Bilancio Sociale (BS) è lo strumento con il quale generalmente le imprese giustificano la propria presenza sul territorio.

Finalizzate alla produzione di profitti che utilizzano per la remunerazione dell'imprenditore capitalista, le imprese spiegano attraverso il BS come questa attività, orientata a sottrarre valore economico dal territorio concentrandolo nelle mani di pochi, tra gli effetti indiretti produca anche delle positività: la creazione di posti di lavoro, l'indotto economico generato, l'impulso al mercato finanziario, ecc. In alcuni casi virtuosi si evidenziano persino comportamenti etici tesi a restituire qualcosa all'interesse generale: premi di produzione ai lavoratori, riduzione delle emissioni nocive, donazioni, ecc.

Per una cooperativa il BS è il mezzo per spiegare il motivo della sua presenza sul territorio. Nata attorno ad un bisogno condiviso, la cooperativa autentica organizza l'attività d'impresa per soddisfare quel bisogno solidalmente, mutualmente. Scopo ultimo della sua attività è quindi la soddisfazione del bisogno collettivo dei soci, dove la marginalità generata nell'esercizio d'impresa non viene sottratta a beneficio di pochi (indivisibilità degli utili), ma reinvestita nel patrimonio della stessa a vantaggio dei futuri soci (capitale intergenerazionale).

Una cooperativa sociale traguarda nel BS lo scopo stesso dell'attività svolta.

Create per il perseguimento dell'"interesse generale della comunità alla promozione umana e all'integrazione sociale dei cittadini" (L. 381/91, art. 1), la cooperativa sociale realizza il proprio scopo nella creazione di valore diffuso, nel perseguimento del benessere della comunità. In questo caso è lo stesso agire imprenditoriale, con i suoi risultati di esercizio, ad essere un sottoprodotto della finalità sociale perseguita. Gli utili non sono lo scopo, ma un mero indicatore di efficienza reinvestito per l'interesse generale.

Vogliate leggere questo bilancio inforcando il giusto paio di occhiali, sapendo che chiunque di voi ha collaborato nella realizzazione dell'attività (lavoratori, committenti, fruitori dei servizi, clienti, fornitori, investitori, ecc.) ha contribuito al conseguimento di questi risultati, ha aggiunto il proprio valore.

Il Presidente
CLAUDIO MITA

1.2 Metodologia

Il documento tiene conto anche delle nuove disposizioni normative della Regione Emilia Romagna, che con la rendicontazione 2016 entrano in vigore e assicura la coerenza dei dati pubblicati con quelli da inserire nella piattaforma di rendicontazione informatica realizzata dalla Regione Emilia-Romagna per le cooperative sociali, attiva da settembre 2017.

1.3 Modalità di comunicazione

Il presente bilancio sociale verrà diffuso attraverso i seguenti canali :

- > illustrazione dei dati e dei contenuti e discussione all'interno della Assemblea dei soci;
- > consegna di una copia del bilancio sociale a tutti i lavoratori,
- > promozione alla Comunità e al Territorio attraverso l'house organ del Consorzio Sol.Co, gli organi d'informazione locale, il sito della cooperativa e i social network.

1.4 Riferimenti normativi

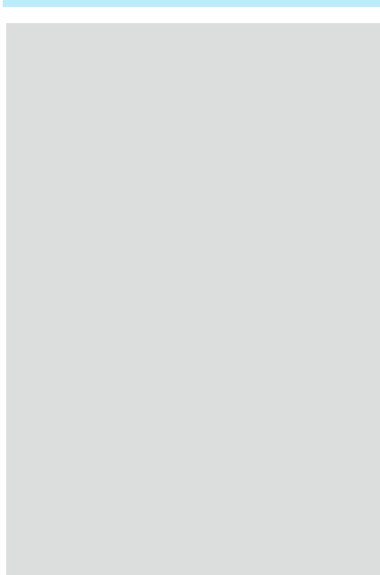
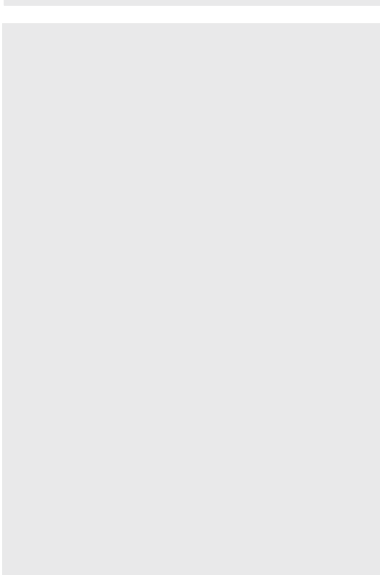
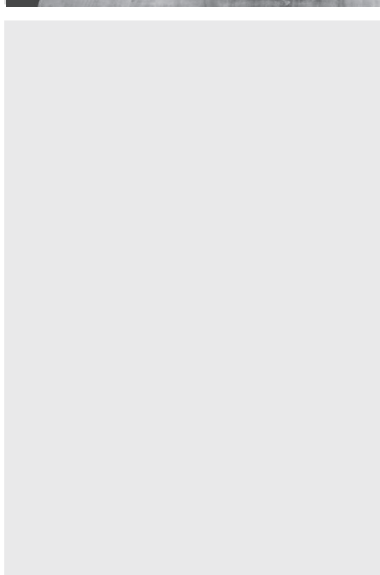
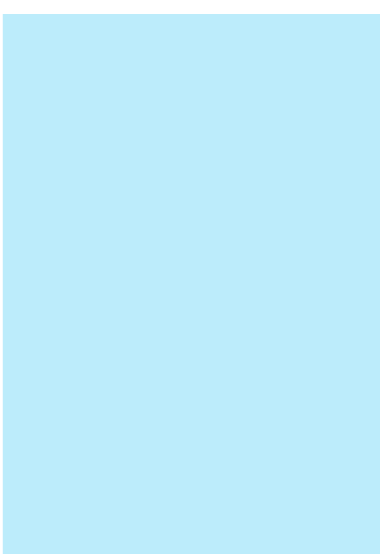
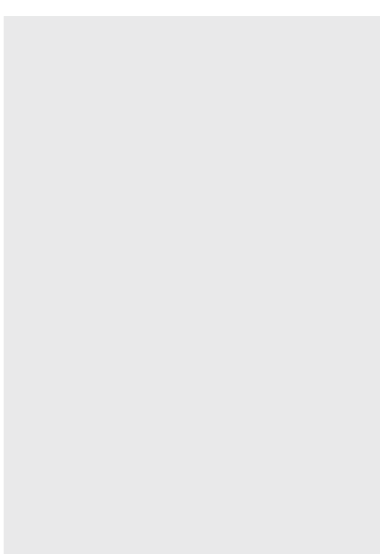
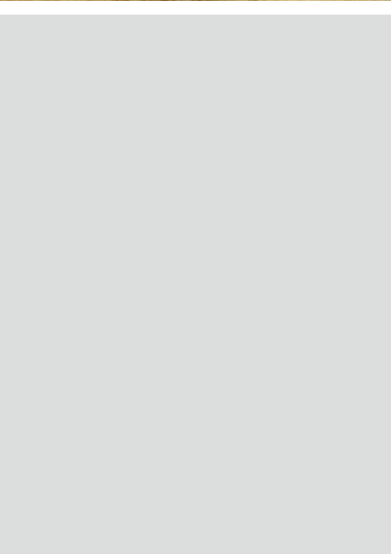
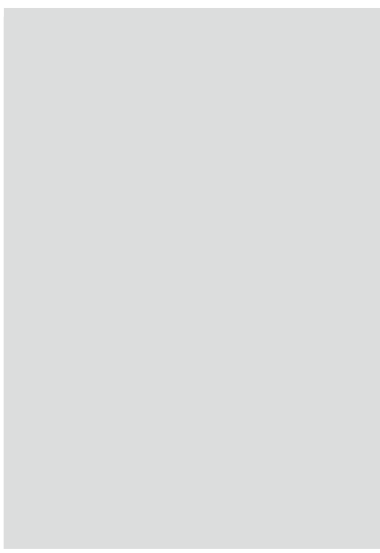
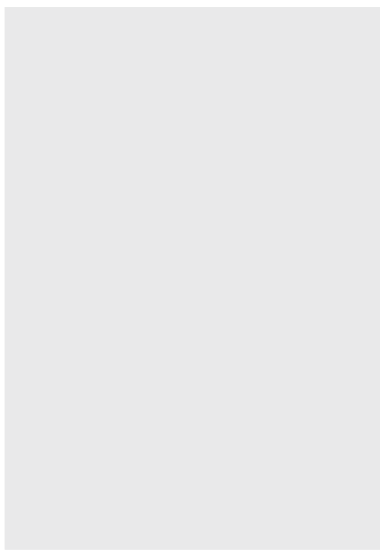
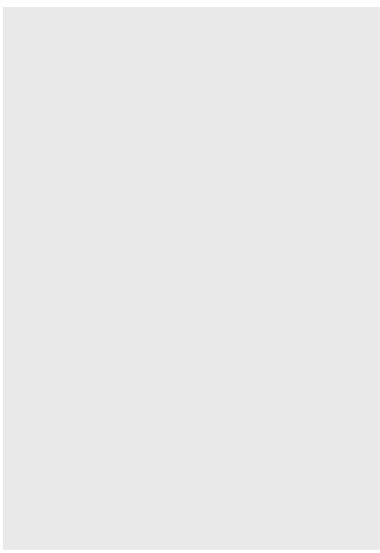
Il presente bilancio sociale è stato redatto ispirandosi liberamente sia ai Principi di Redazione del Bilancio Sociale elaborati dal Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (GBS) del 2001, sia agli Standard Internazionali del GRI (Global Reporting Initiative).

Dal punto di vista normativo i riferimenti sono:

- > Decreto attuativo del Ministero della Solidarietà Sociale del 24/01/08 contenente le Linee Guida per la redazione del bilancio sociale da parte delle organizzazioni che esercitano l'impresa sociale.
- > Legge 12/2014 Regione Emilia-Romagna e relative schede di rendicontazione sociale approvata con Determinazione del Responsabile del servizio coordinamento politiche sociali e socio educative, programmazione e sviluppo del sistema dei servizi 28 ottobre 2016, n. 16.930.

Gli elementi che costituiscono il presente bilancio sociale sono stati presentati e condivisi nell'assemblea dei soci a integrazione dell'approvazione del bilancio di esercizio chiuso al 31.12.2016.





2. IDENTITÀ DELL'ORGANIZZAZIONE

2.1 Informazioni generali

Di seguito viene presentata la carta d'identità dell'organizzazione al 31/12/2016.

Denominazione	COOPERATIVA SOCIALE BOTTEGHE E MESTIERI - SOCIETÀ COOPERATIVA
Indirizzo sede legale	Via Tebano 150 - 48018 Faenza (RA)
Forma giuridica e tipologia	Cooperativa Sociale
Data di costituzione	27/01/2005
Codice Fiscale	02188610394
Partita IVA	02188610394
n. iscrizione Albo Nazionale società cooperative	A117491
Iscrizione Albo Regionale cooperative sociali	provvedimento n. 72 del 17/06/2005
Telefono	0546 47202
Fax	0546 47058
Sito internet	www.botteghemestieri.it
Appartenenza a reti associative	Confcooperative
Adesione a consorzi di cooperative	Consorzio Sol.Co
Codice ATECORI	10.73

Tutte le attività illustrate dal presente bilancio sociale sono gestite secondo criteri che stanno a fondamento del nostro essere cooperativa sociale, una tipologia di organizzazione che come recita l'articolo 1 della legge 381 del 1991 ha lo scopo di "perseguire gli interessi generali della comunità, la promozione umana e l'integrazione sociale dei cittadini, in particolare dei più deboli".

2.2 Missione

Abbiamo scelto “Botteghe e Mestieri” perché rende bene l’idea di cosa sia per noi il lavoro. La bottega artigiana nella nostra cultura popolare, come nel Medioevo e nel Rinascimento, attraverso il rapporto tra il maestro e l’allievo era occasione di trasmissione culturale di valori, di sguardo alla realtà, di passione al lavoro e tutto ciò mentre insieme si torniva, si dipingeva, si piallava, si decorava. La bottega è un luogo di lavoro, ma anche l’opportunità di tramandare una passione alla vita, al bello; è un luogo di incontro di uomini: c’è chi lavora, chi viene a vedere i manufatti e chi viene per scambiare due parole come momento di ritrovo. La bottega è dunque in sé una possibilità naturale di relazioni sociali.

Le nostre botteghe vogliono essere, quindi, luoghi ospitali, ordinati e guidati da un Maestro d’arte. Il Maestro artigiano è colui che trasmette l’esperienza con gusto e passione, accompagna nell’acquisizione delle abilità, dà sicurezza ed è portatore di una positività che spesso è fragile in chi viene inserito nella bottega.

La positività – costruttività dell’esperienza in bottega sta nel fatto che ciò che viene prodotto è frutto del lavoro di tutti ed è un importante rinforzo dell’IO, con una rilevante valenza terapeutica e di cura. Il nostro scopo è permettere alle persone con disagio di essere introdotte in un’esperienza che tiene conto di più fattori (relazioni, lavoro, integrazione sociale, autostima, gusto del fare) ma è anche in un contesto reale e non artificioso perché ha la dignità del lavoro.



2.3 Attività svolte

L'attività principale, sin dal 2005, è la produzione di pasta fresca, sulla quale la cooperativa ha investito e sta investendo le maggiori risorse, in quanto permette di realizzare i migliori inserimenti lavorativi per persone in difficoltà, in particolare per le persone con disagio psichico e psichiatrico. La produzione di pasta fresca prevede una grande varietà di mansioni, consentendo che ogni persona, ciascuna con le proprie caratteristiche, sia collocata là dove può esprimere al meglio le proprie qualità. Il lavoro, prettamente artigianale e manuale, fa sì che chi lo svolge si senta immediatamente valorizzato, poiché il prodotto rappresenta un riscontro concreto delle capacità possedute. Inoltre, è un'attività pienamente integrata nel territorio e nelle tradizioni locali, e pertanto assume un valore simbolico fortissimo, permettendo di riallacciare psicologicamente un legame con la famiglia e la comunità. In questo lavoro manuale e artigianale c'è un rapporto molto stretto con il "maestro", un mastro artigiano che insegna il mestiere, infonde sicurezza e cerca di valorizzare i talenti di ognuno.

Abbiamo verificato che, partendo dal territorio romagnolo, c'è spazio per immettere i nostri prodotti nel circuito della Grande Distribuzione Organizzata (GDO). Questo ci consente di progettare per il 2017, e ancor più per il 2018, un'ampia espansione commerciale, un incremento degli inserimenti, e una promozione dell'attività sociale della cooperativa sul territorio.

Di seguito viene presentata una sintesi delle attività svolte dalla cooperativa nel 2016.

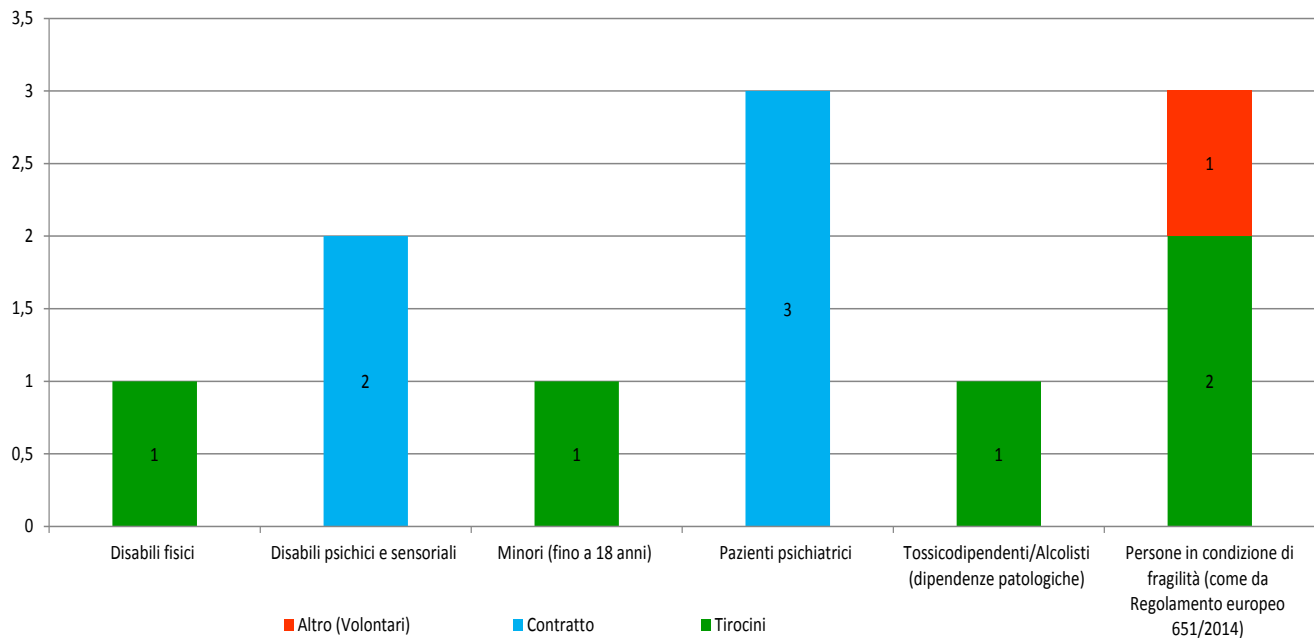
Oltre all'attività di produzione di pasta fresca, alla quale si abbina la gestione del negozio "Bottega di Casa Novella" (situato a Cuffiano- frazione di Riolo Terme- in via Bologna), la cooperativa gestisce un e-commerce: bottegedelmonastero.it. Commercializziamo prodotti monastici con invio tramite proprio magazzino a privati e aziende; nel periodo natalizio confezioniamo regalistica aziendale. Grazie all'impegno di un tirocinante esclusivamente dedicato a questo, nel 2016 abbiamo iniziato un'attività di perfezionamento del Search Engine Optimization (SEO), per migliorare il posizionamento del sito nei principali motori di ricerca. I risultati sono attesi a medio-lungo termine, a cominciare dalla fine del 2017. Nel 2016 abbiamo spedito circa 650 pacchi, con l'obiettivo, per l'anno successivo, di raggiungere le 1000 spedizioni.

Nel 2016 abbiamo concluso l'attività del negozio Bottega di Casa Novella, a Lugo (RA), dove venivano venduti i prodotti artigianali realizzati da Casa Novella e alcuni prodotti monastici.

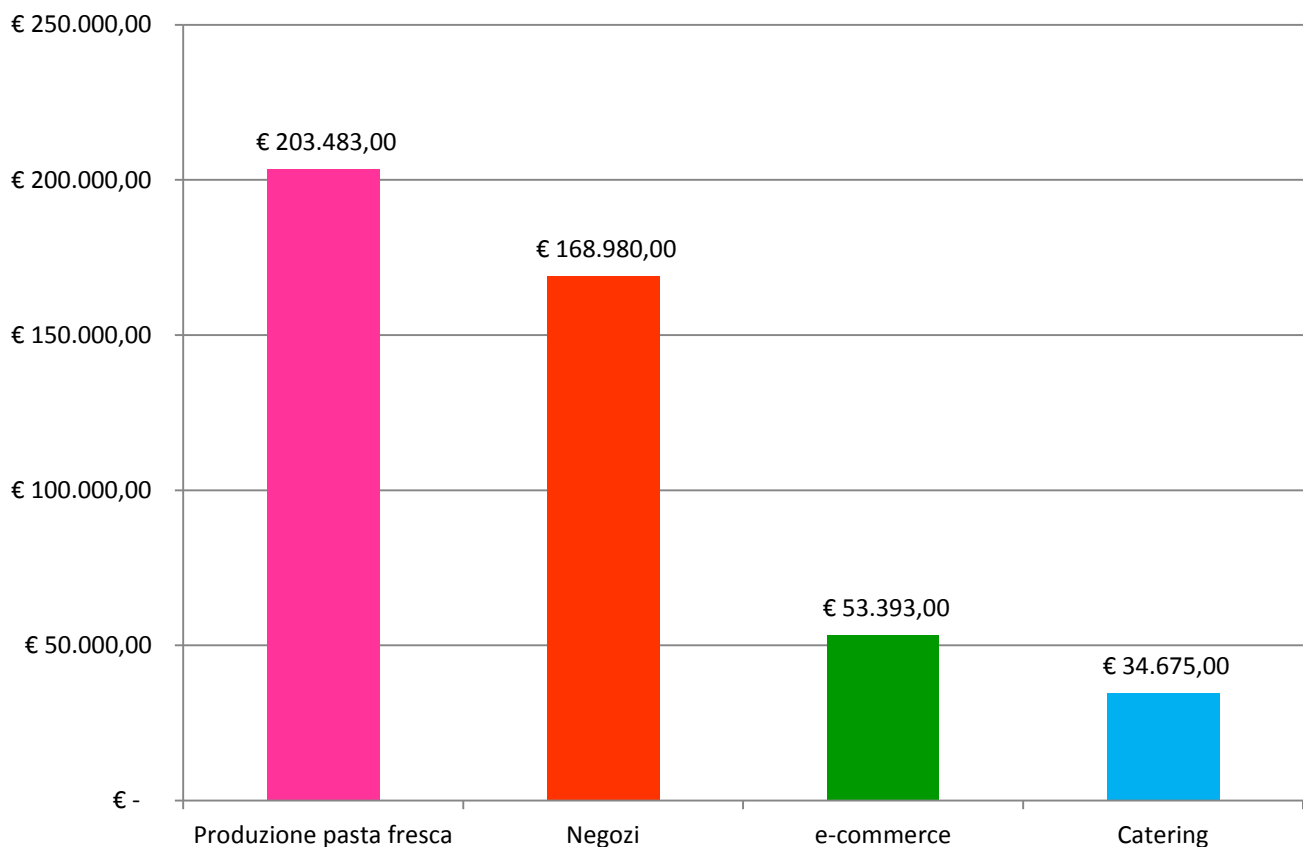
Continua, invece, la piccola attività di catering in collaborazione con la cooperativa sociale La Traccia, che da diversi anni è nostra partner.

12

NUMERO DI PERSONE SVANTAGGIATE PRESENTI NELLA COOPERATIVA SECONDO LA TIPOLOGIA DI SVANTAGGIO E LA MODALITÀ DI INSERIMENTO



RICAVI PER TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ

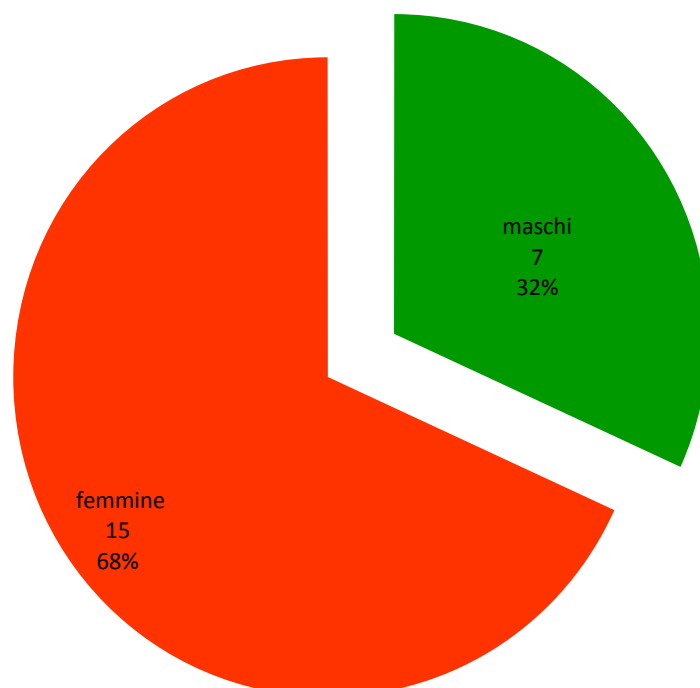




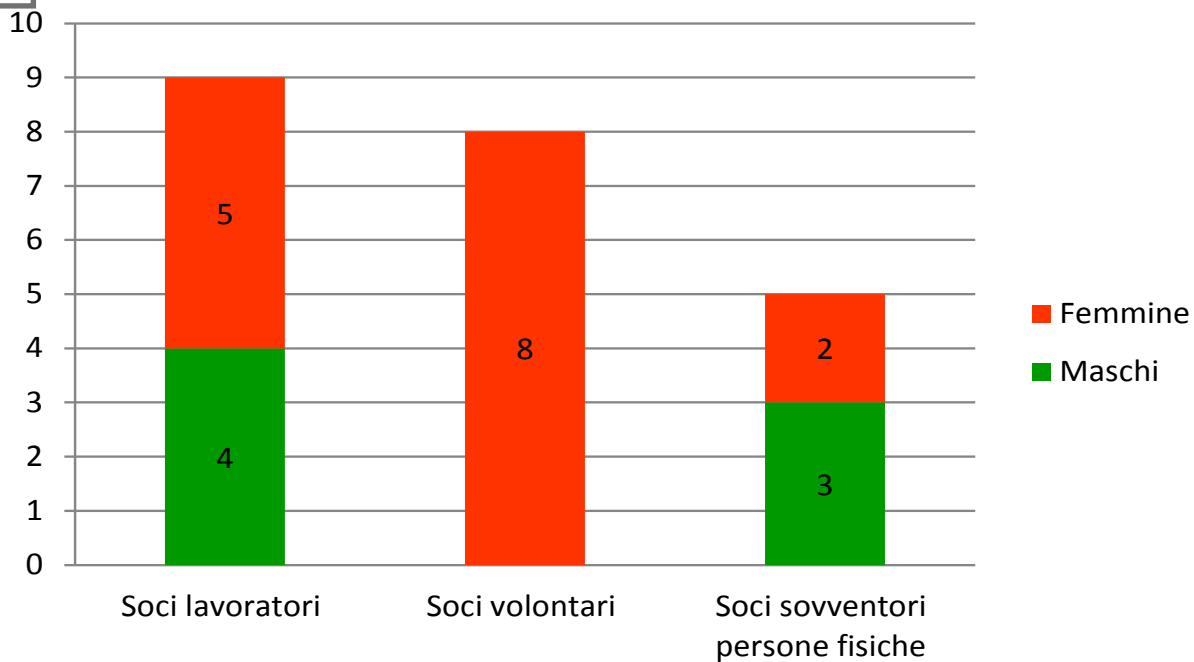
2.4 Composizione base sociale

Di seguito vengono riportate alcune informazioni sulla composizione della base sociale.
Base sociale anno 2016

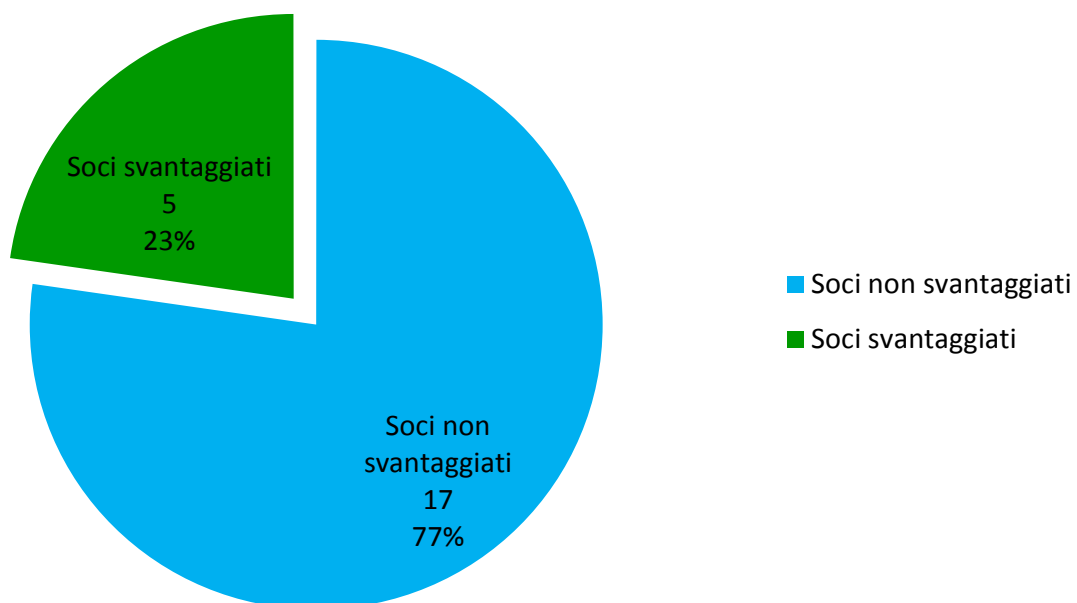
SOCI PERSONE FISICHE - SUDDIVISIONE PER GENERE



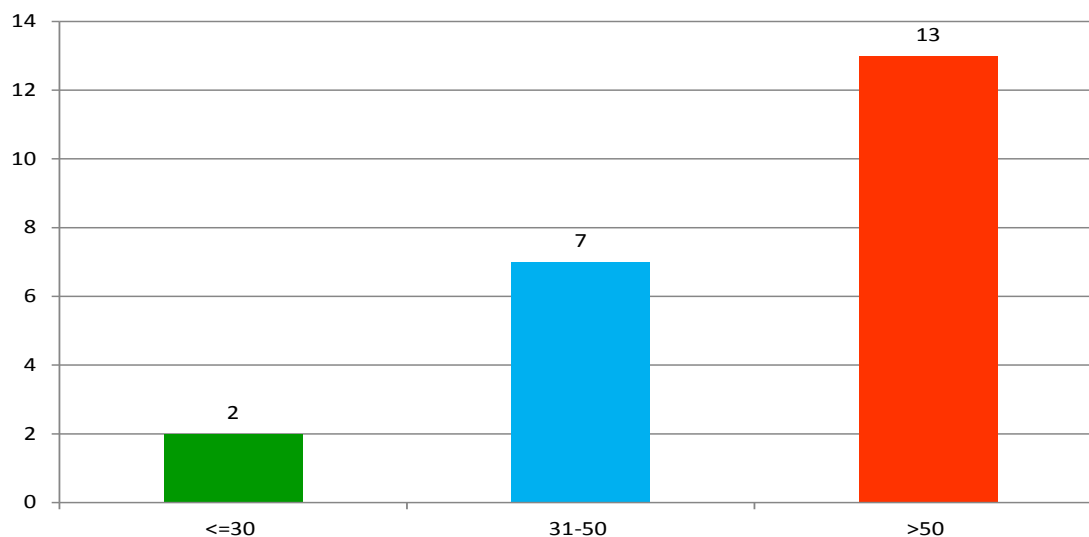
SOCI PERSONE FISICHE - SUDDIVISIONE PER TIPOLOGIA DI SOCIO



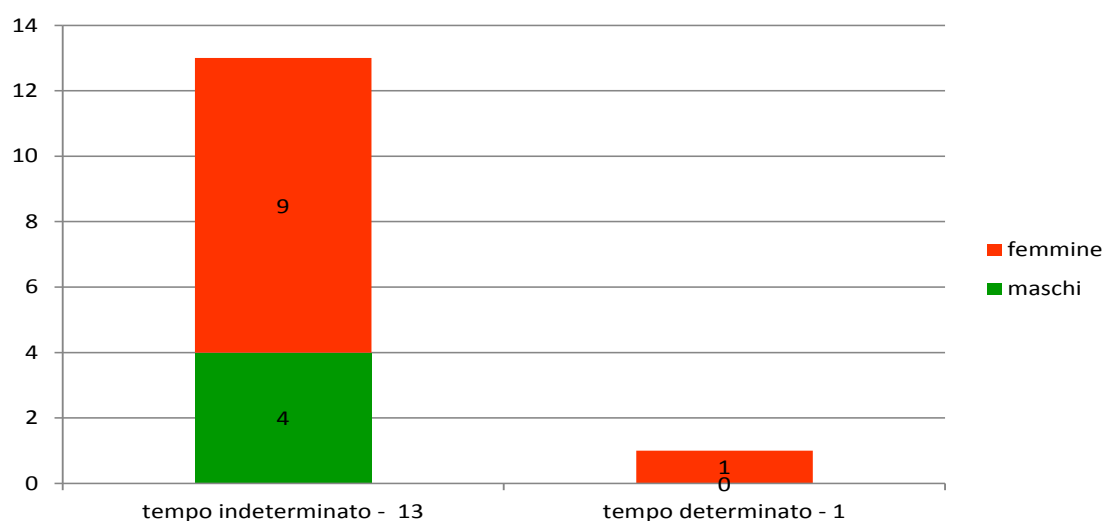
SOCI PERSONE FISICHE - PRESENZA SOCI SVANTAGGIATI E SOCI NON SVANTAGGIATI



SOCI PERSONE FISICHE - SUDDIVISIONE PER FASCIA DI ETÀ

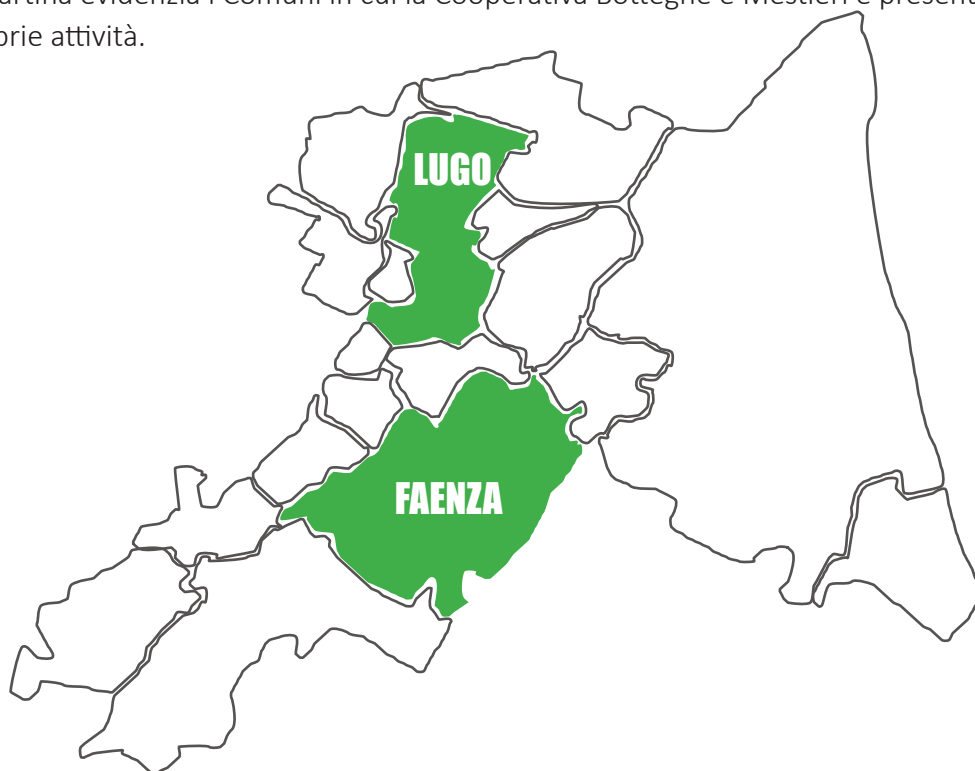


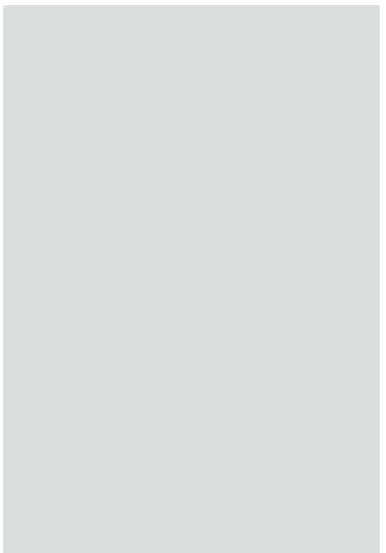
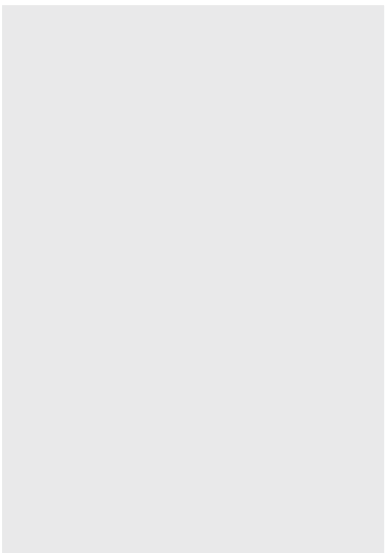
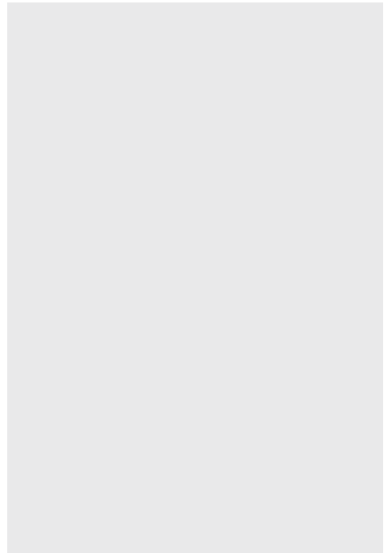
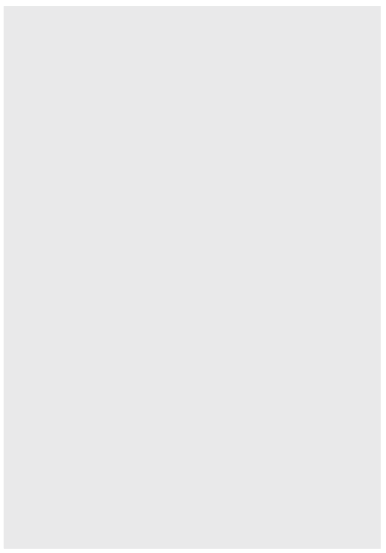
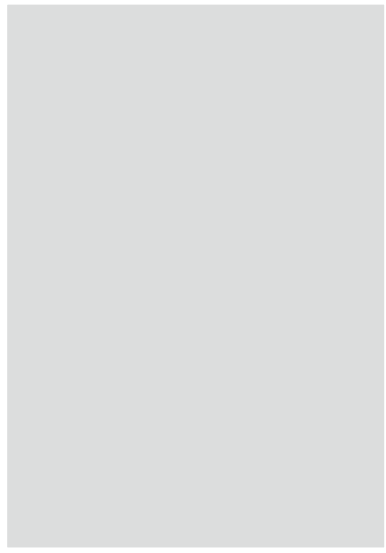
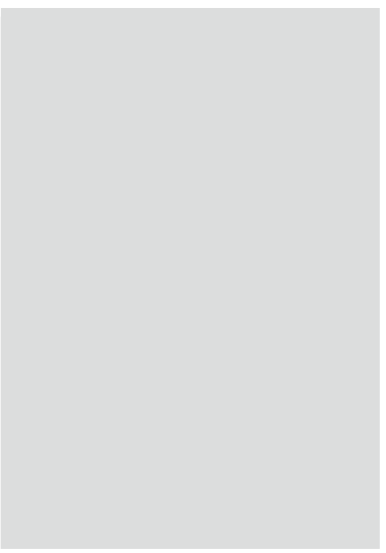
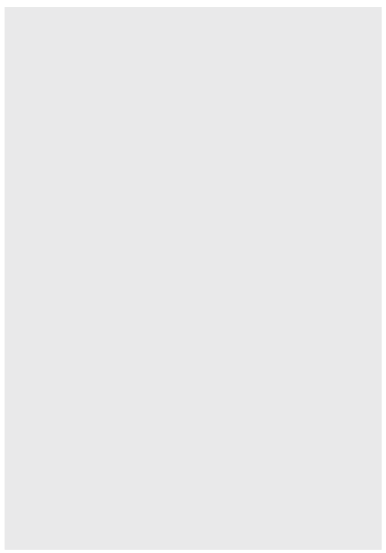
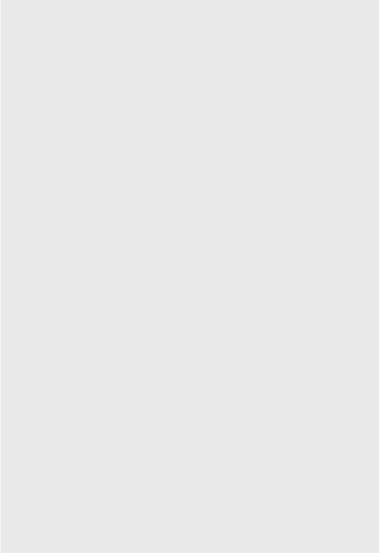
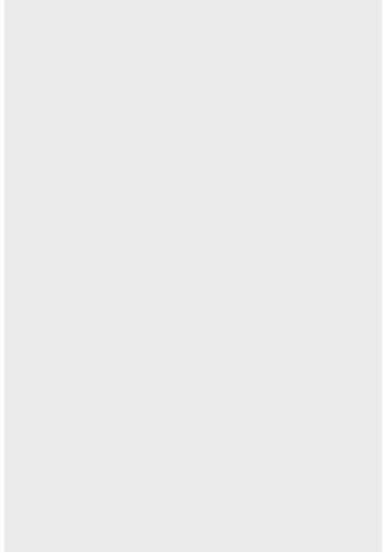
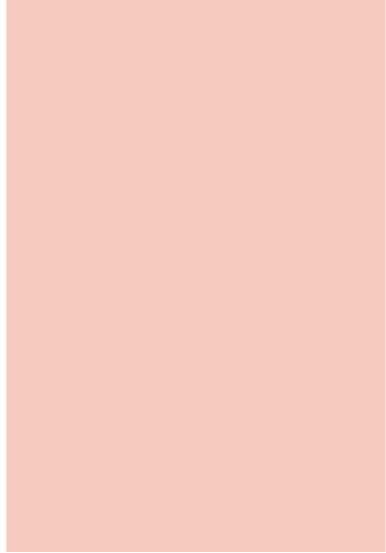
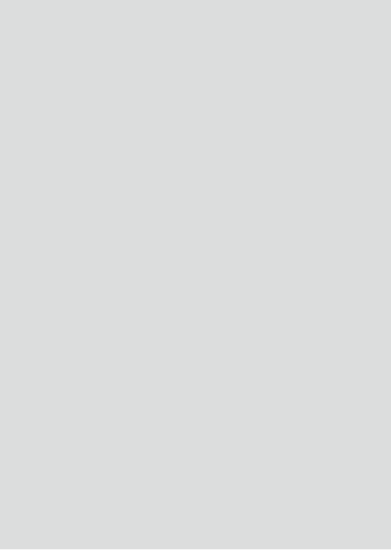
DIPENDENTI - TIPOLOGIA CONTRATTUALE



2.5 Territorio di riferimento

La cartina evidenzia i Comuni in cui la Cooperativa Botteghe e Mestieri è presente con le proprie attività.





3. GOVERNO E STRATEGIE

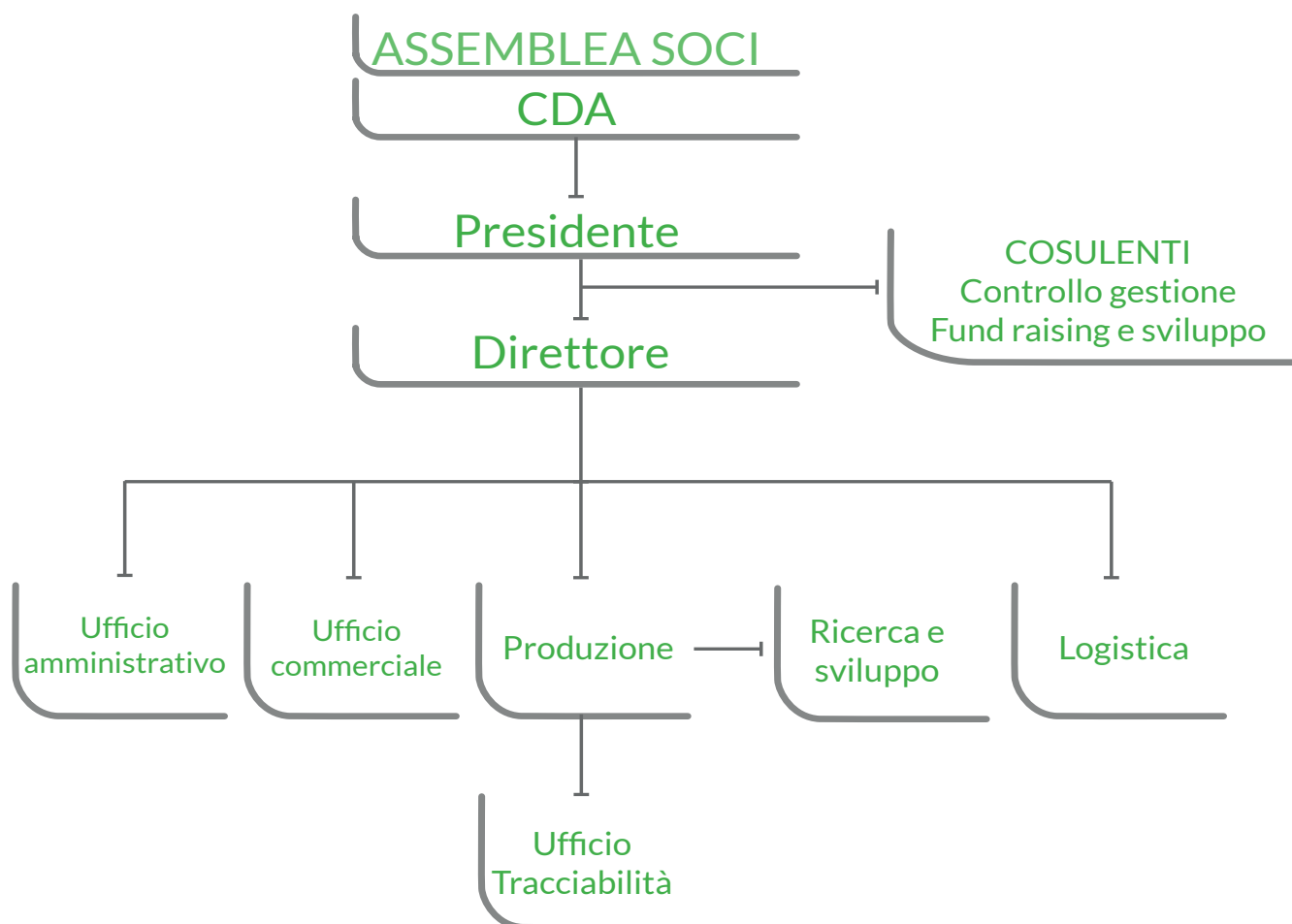
3.1 Consiglio di Amministrazione

Nella tabella vengono schematizzate alcune informazioni rispetto agli amministratori della cooperativa:

NOME e COGNOME	CARICA
CLAUDIO MITA	Presidente
RITA LUCIA SAPONI	Consigliere
JENNY VEGGI	Consigliere
PATRIZIA LORIA	Consigliere
ALEX BORZATTA	Consigliere
EMANUELE MONDINI	Consigliere
FABIO MONTEFIORI	Consigliere

3.2 Struttura organizzativa

La struttura organizzativa della cooperativa al 31/12/2016 è la seguente:



3.3 Strategie e obiettivi

Incrementare la produzione di pasta e irrobustire la vendita on-line sono gli obiettivi a medio termine della cooperativa.

> Il primo obiettivo è consolidare nel lungo periodo i rapporti di lavoro esistenti, aumentando le ore e trasformando i contratti a tempo determinato in contratti a tempo indeterminato. Il conseguimento di questo traguardo ci permette di realizzare inserimenti lavorativi di qualità. Se non partiamo da un lungo periodo non possiamo creare un clima di fiducia e speranza nelle persone di cui la cooperativa si fa carico e inserisce nel proprio organico.

> La pasta fresca rimane per noi il core-business della cooperativa e lo sarà nei prossimi anni. Nel 2017, grazie al consorzio il Sol.Co di Ravenna, a cui abbiamo aderito al termine dell'esercizio 2016, avvieremo una serie di attività di marketing legate ad un riposizionamento del marchio "Pasta della Casa" nella grande distribuzione. Sono stati presi contatti con COOP, che andranno a frutto alla fine del 2017, e dal 2018 dovremmo rafforzare la collaborazione con CONAD e iniziare la collaborazione con ARCA.

A partire dal giugno 2017, intendiamo avviare un lavoro di collocamento del nostro marchio nel mondo della pasta secca artigianale, con l'obiettivo di divenire in pochi anni il produttore di riferimento della Romagna per un prodotto BIO e locale che valorizzi anche la produzione cerealicola di tanti agricoltori del territorio. Coerentemente, nel 2017 la cooperativa parteciperà al Programma di Sviluppo Rurale (PSR), presentando un progetto di filiera agricola sociale secondo il quale l'agricoltura è uno strumento di inserimento lavorativo per persone svantaggiate, mettendo in relazione il mondo profit con il no profit.



> Sviluppare queste attività richiederà il trasferimento del laboratorio di pasta in luoghi più spaziosi e adeguati rispetto agli attuali. Pertanto, cercheremo a Faenza una soluzione che ci consenta di concentrare in un unico spazio la sede e il laboratorio produttivo nonché le attività di magazzino (e-commerce), che verranno allargate anche al settore pasta con un apposito sito (pastadellacasa.it).

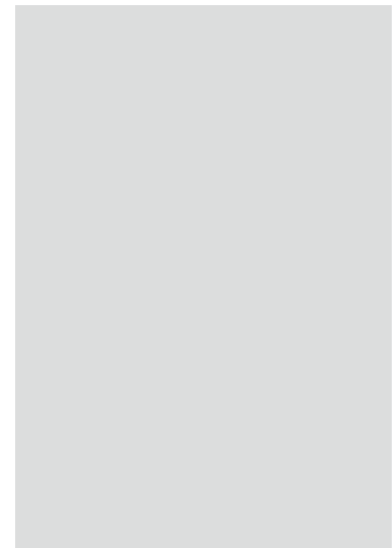
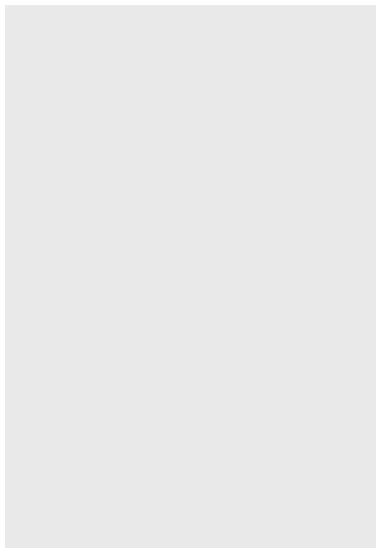
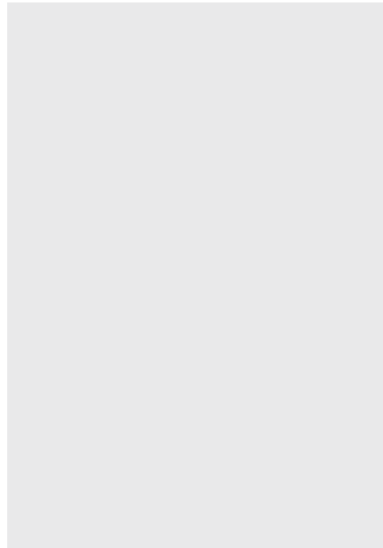
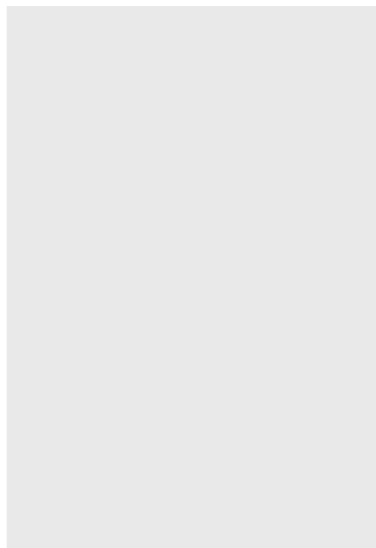
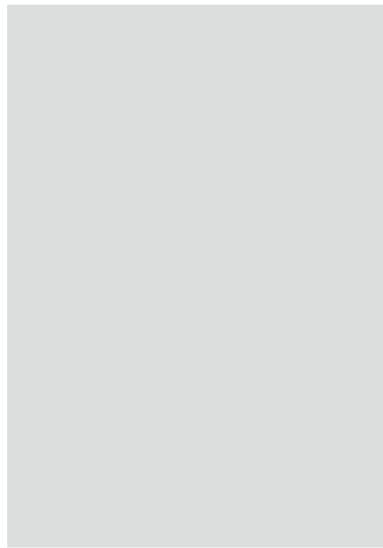
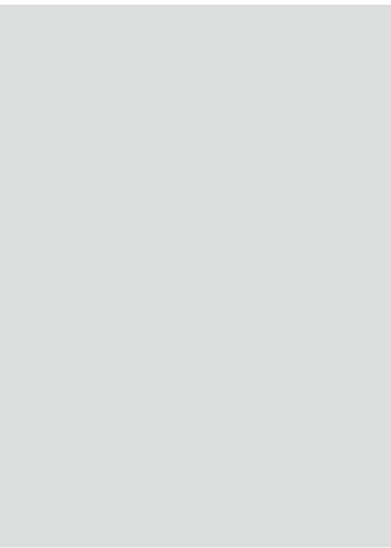
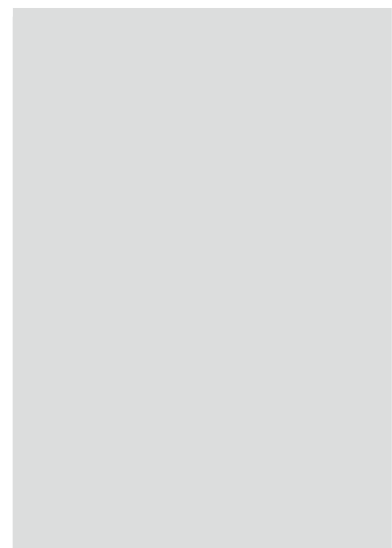
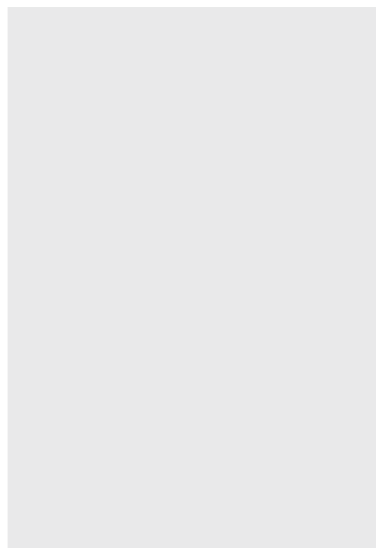
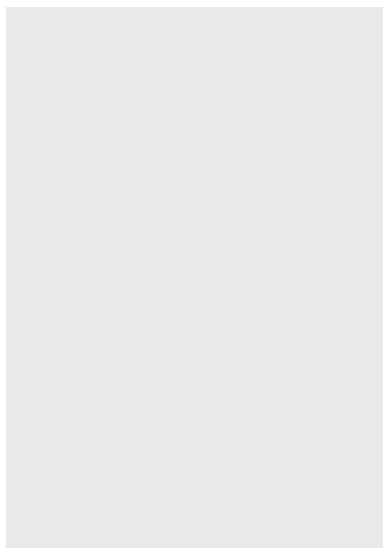
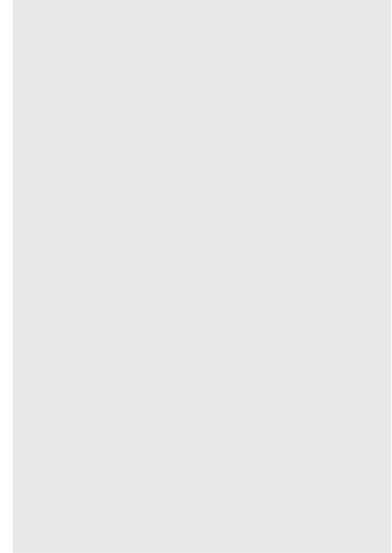
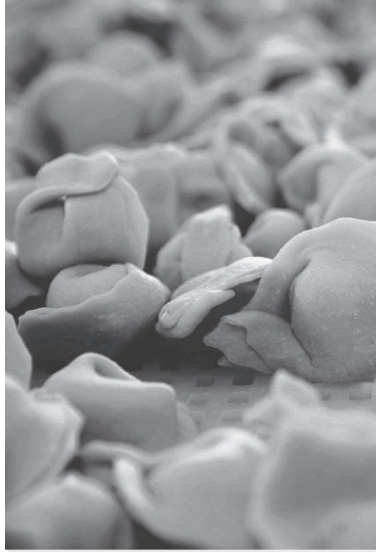
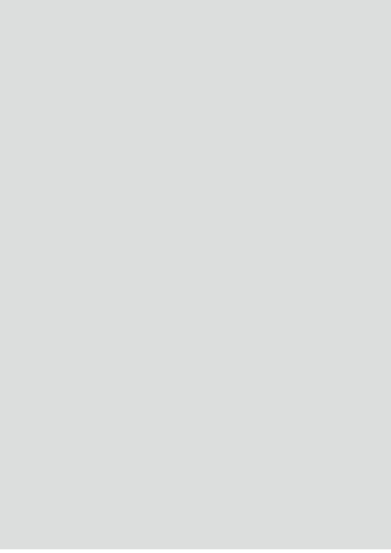
Gli stessi nuovi locali, a partire dal 2019, ospiteranno un'attività commerciale e ristorativa che completeranno il percorso di consolidamento sul territorio.

> L'ultimo obiettivo è rafforzare il posizionamento di bottegadelmonastero.it, che nel 2018 andrà verso le 1500 spedizioni e i 100.000 euro di fatturato, collocandosi come il secondo e-commerce italiano di prodotti monastici. Potenziando il rapporto con alcuni monasteri (Camaldoli, Monte Camporeggiano, Monte Giove, Cascinazza e altri), nel 2019 vorremmo diventare il primo sito in Italia di vendita di prodotti monastici; sin dal 2018, però, intendiamo lavorare per aprirci al commercio con l'estero, consentendo la navigazione nel sito anche in lingua inglese e organizzando le spedizioni in tutta l'Unione Europea.

Grazie alla collaborazione con ASKESIS di Massimo Folador, il sito si vuole affermare nei contesti aziendali sensibili al mondo monastico ai quali proporrà una regalistica aziendale dedicata. L'apertura del blog nel 2017 farà del nostro sito anche un piccolo riferimento culturale di temi religiosi e monastici, che nel corso del 2018 e nel 2019 avranno sempre maggiore visibilità.

Questa attività potrà diventare interessante sotto due punti di vista: come spazio per nuovi inserimenti lavorativi in magazzino, e come realizzazione di un piccolo ufficio di web-marketing che nel 2019 potrà iniziare a vendere servizi per tutta la cooperazione sociale e non solo.





4. PORTATORI DI VALORI

La nostra cooperativa è una organizzazione con un articolato e strutturato sistema di portatori di valore. Alcuni sono direttamente coinvolti nella governance delle Cooperative; altri, con modalità e forme diverse, ne sostengono l'attività, collaborano al perseguimento della Mission, ne promuovono lo sviluppo, concorrono a determinare le strategie e gli obiettivi. Secondo la logica per cui la pratica del pluralismo delle esperienze e dei bisogni e la valorizzazione delle differenze non rappresentano una contrapposizione, ma piuttosto un completamento reciproco.

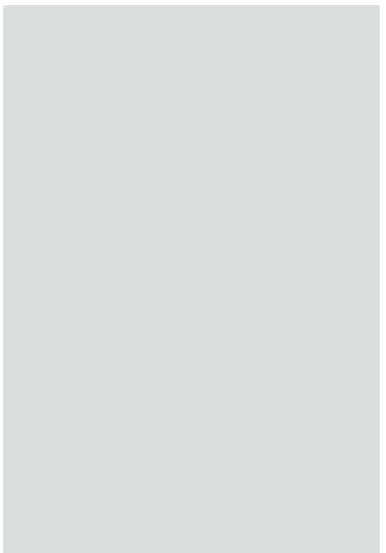
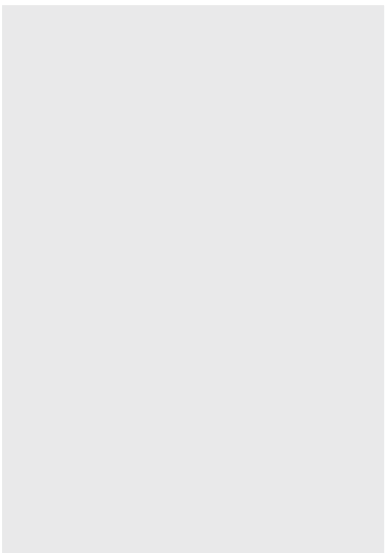
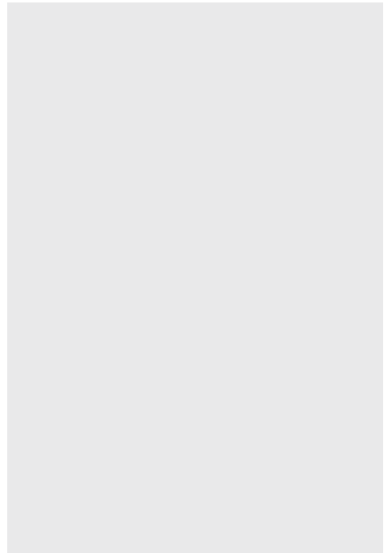
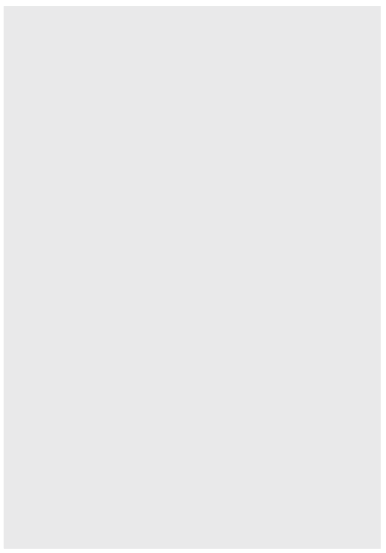
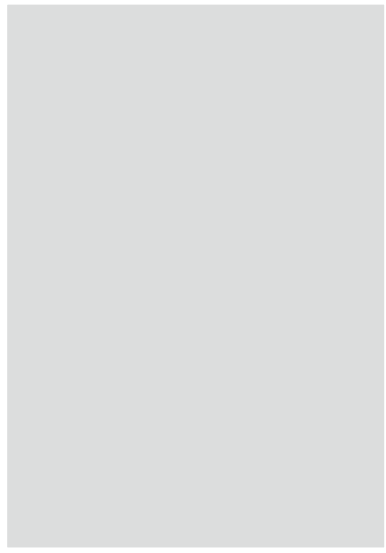
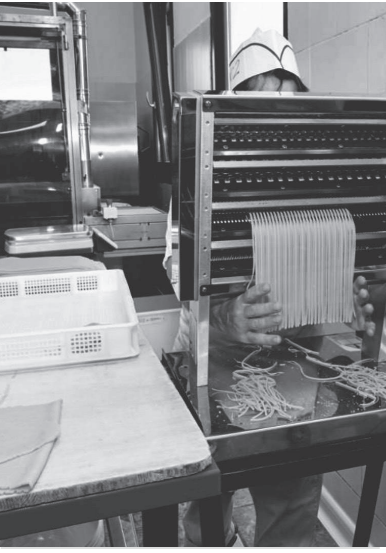
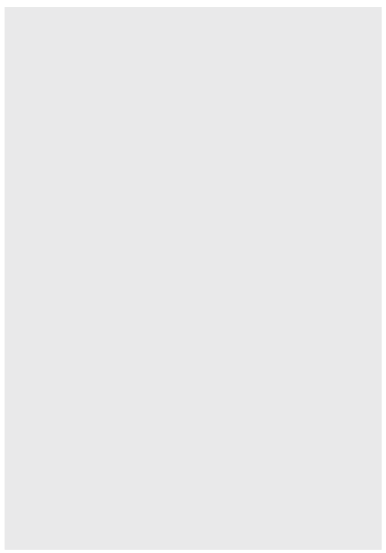
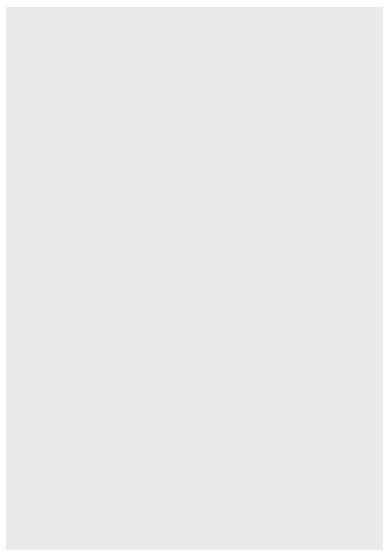
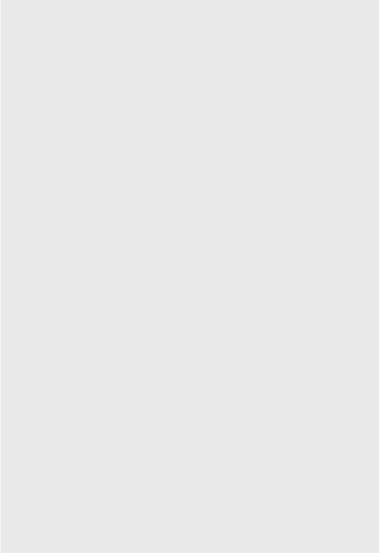
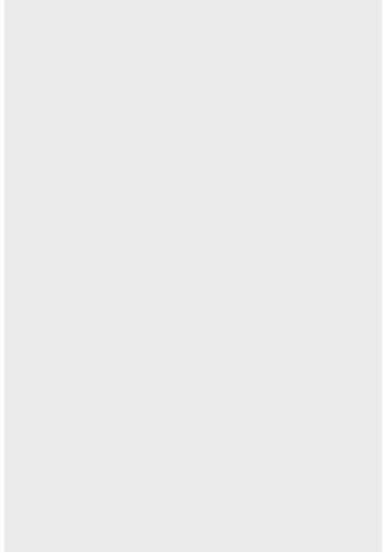
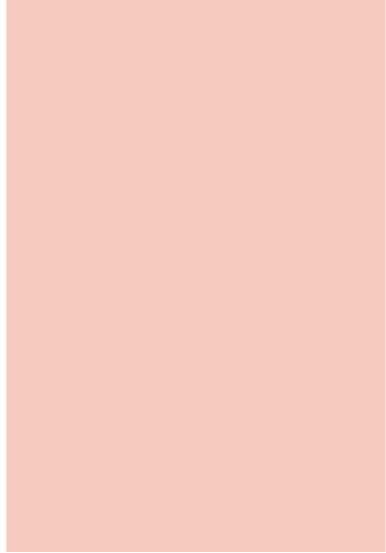
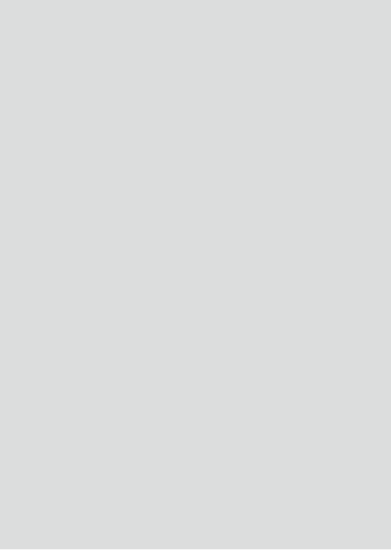


Riportiamo nella tabella la natura della relazione di ogni portatore di interessi individuato.

PORTATORE DI VALORE	DESCRIZIONE
SOCI	Sono i sottoscrittori di quote di capitale di rischio della cooperativa sociale. Condividono lo scopo istituzionale, partecipano alle decisioni assunte dal massimo organo di governo (assemblea), partecipano al rischio d'impresa.
LAVORATORI	Coloro che, soci e non, apportano le proprie competenze professionali necessarie al raggiungimento degli obiettivi. Collaborano al mantenimento del buon clima lavorativo nel rispetto dei ruoli e delle responsabilità individuali.
VOLONTARI	Coloro che, soci e non, contribuiscono all'arricchimento relazionale del contesto imprenditoriale testimoniando l'orientamento etico della cooperativa sociale attraverso la gratuità del dono di sé.
FORNITORI	L'insieme delle imprese che entrano in una relazione commerciale con la cooperativa che ha come presupposto un rapporto di reciproca fiducia. Spesso condividono gli obiettivi sociali, i codici etici e, in alcuni casi, possono qualificarsi essi stessi come strumenti coadiuvanti il perseguimento della mission aziendale (fund-raising, sedi per tirocini abilitativi, ecc.).
SINDACATI	Organizzazioni che, nello svolgimento del proprio ruolo di rappresentanza, divengono partner per la definizione del processo aziendale mirato alla tutela dei lavoratori, dei loro diritti, della loro dignità, collaborando con la cooperativa a rimuovere gli ostacoli, interni o esterni, che ne impediscono la realizzazione.
ENTI LOCALI ed ISTITUZIONI PUBBLICHE (Stato, Regione, Province, Comuni, Associazioni intercomunali, Unioni di Comuni, AUSL, ASP)	Rappresentanti la Comunità nelle sue diverse accezioni e declinazioni territoriali, costituiscono i diversi livelli di governo del sistema integrato pubblico/privato di servizi per la promozione del benessere delle persone. Condividono la funzione pubblica esercitata dalla cooperativa sociale, partecipando alla sua valorizzazione e realizzazione sia in forma diretta (autorizzazioni, accreditamenti, convenzioni, appalti, controlli) che indiretta (incentivi fiscali, contributi, agevolazioni).

FRUITORI e CARE-GIVERS (familiari, associazioni di familiari, tutori, curatori, amministratori di sostegno)	Coloro che, beneficiando dei servizi offerti/gestiti dalla cooperativa sociale, rappresentano il principale interlocutore per la definizione del processo aziendale (programmazione, progettazione, esecuzione, controllo, monitoraggio e riprogettazione) tramite la valutazione della qualità percepita.
SOVVENTORI/ FINANZIATORI	Coloro che, soci e non, > partecipano al perseguimento della Mission aziendale, apportando capitale o sottoscrivendo strumenti finanziari; > contribuiscono alla realizzazione delle strategie imprenditoriali tramite il finanziamento di singoli progetti/attività (mutui, fidi, ecc.).
DONATORI	Coloro che, a vario titolo, condividono gli obiettivi della cooperativa sociale e partecipano alla realizzazione delle attività tramite erogazioni liberali (contributi, offerte, donazioni, comodati gratuiti per l'utilizzo di beni strumentali, lasciti testamentari).
COMUNITÀ LOCALE	È l'insieme di attori presenti nel contesto di riferimento legati tra loro da relazioni etico - fiduciarie (associazioni, volontariato, parrocchie, altre imprese, ecc.) che hanno dato impulso alla nascita stessa della cooperativa e che la stessa contribuisce ulteriormente a sviluppare.

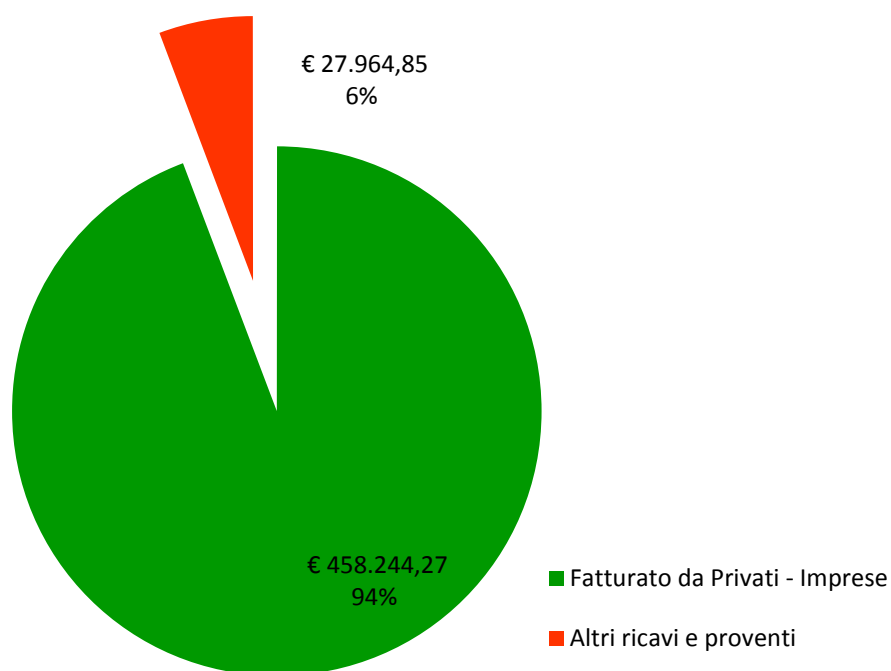




5. DIMENSIONE ECONOMICA

5.1 Valore della produzione

FATTURATO (valore in euro)



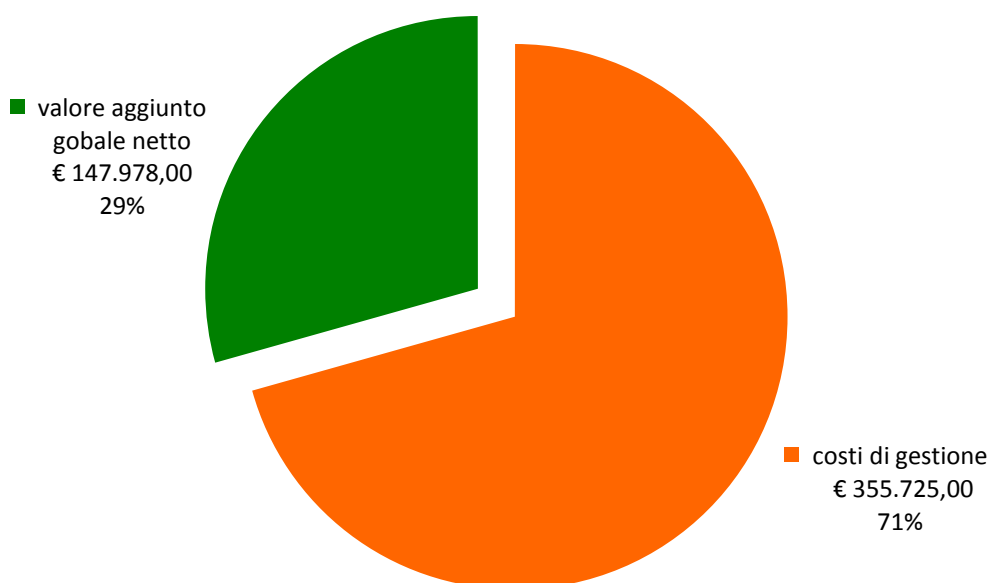
Come di evince dalla tabella seguente, le attività della cooperativa non hanno il carattere della territorialità: parte del fatturato generato dalla Cooperativa Botteghe e Servizi è fuori regione. Altro aspetto da prendere in considerazione è che il fatturato della cooperativa deriva esclusivamente da imprese private

	Totale (€)	in Regione ER (€)	fuori Regione ER (€)
Fatturato da Enti Pubblici	0	0	0
Fatturato da Privati - Cittadini	0		
Fatturato da Privati - Imprese	0	408.631,68	49.612,59
Fatturato da Privati - Non profit	0	0	0
Fatturato da Consorzi e/o altre Cooperative	0	0	0
Altri ricavi e proventi	0	27.964,85	0
TOTALE FATTURATO	€ 486.209,12	436.596,53	49.612,59

5.2 Distribuzione valore aggiunto

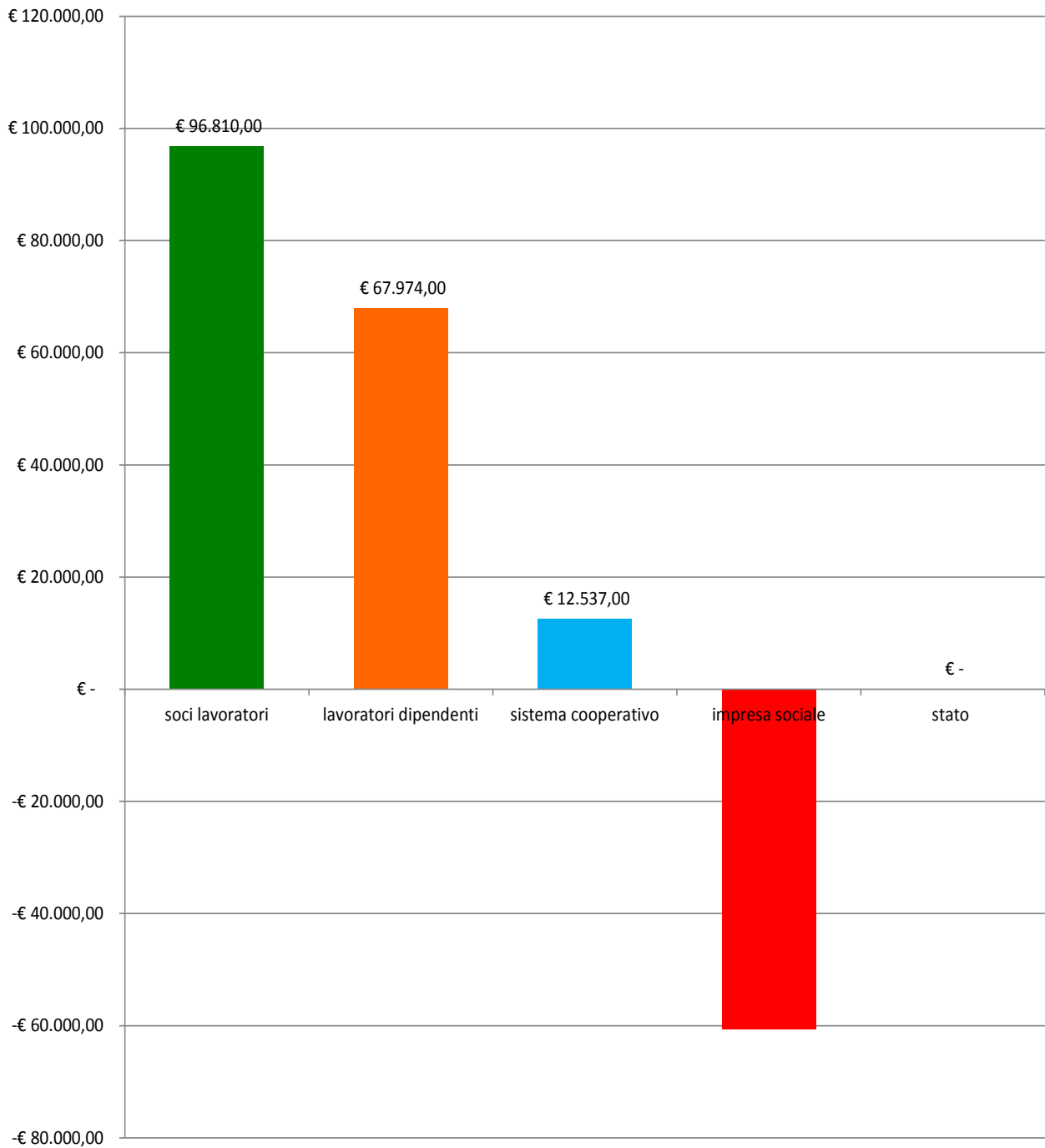
Nel grafico che segue viene messa in evidenza la distribuzione della ricchezza economica prodotta.

Il valore aggiunto globale netto è il valore economico prodotto e ridistribuito all'interno dei diversi portatori di valore della cooperativa. Abbiamo individuato come prioritari i lavoratori soci e non soci, l'impresa stessa, il sistema cooperativo e lo stato.

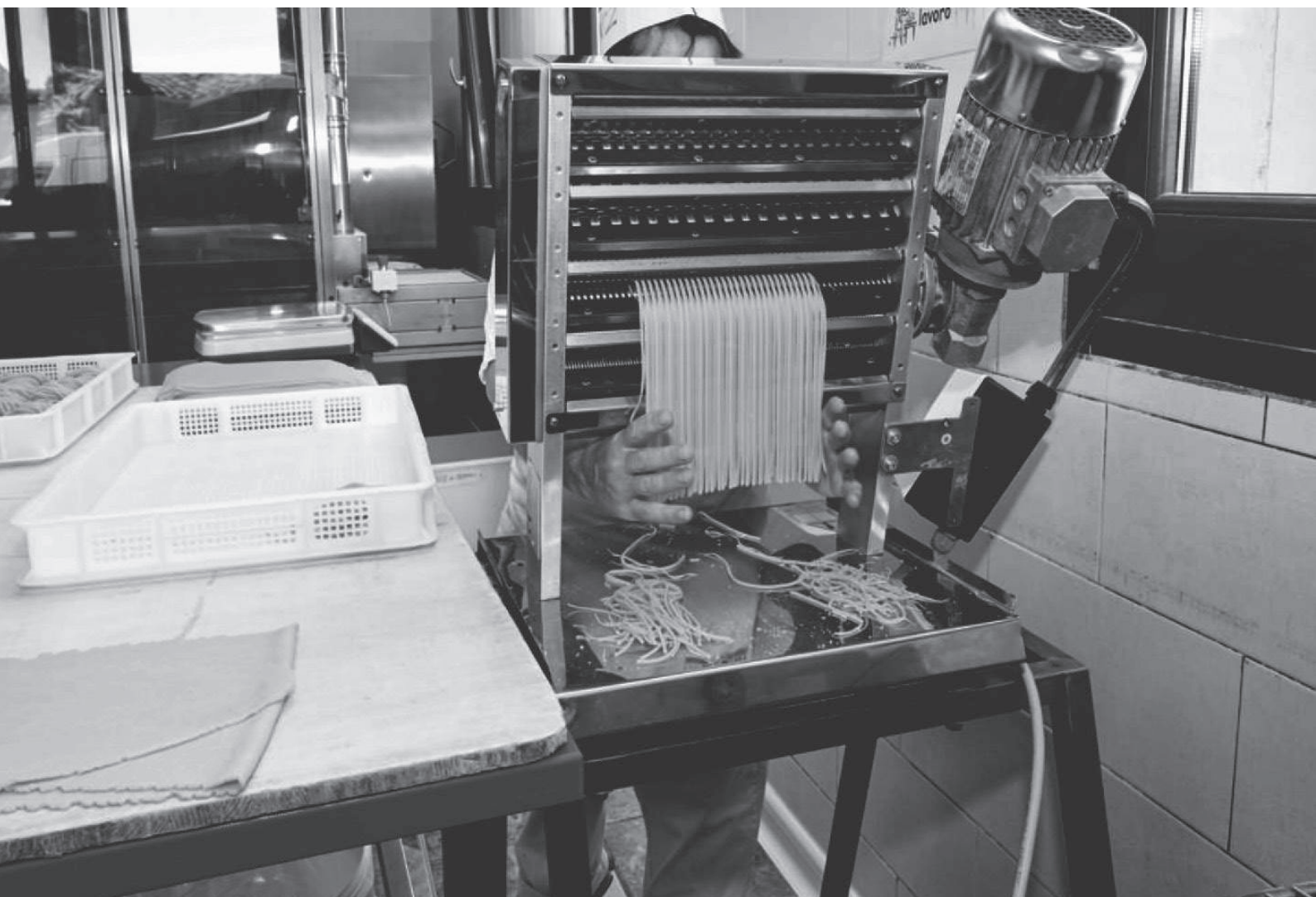


RICAVI DI GESTIONE	
TOTALE RICAVI DI GESTIONE (1)	€ 503.703,00
COSTI DI GESTIONE	
ACQUISTI BENI DA TERZI	€ 233.459,00
COSTI SERVIZI DA TERZI	€ 71.150,00
ALTRI ONERI DIVERSI DA TERZI	€ 10.612,00
TOTALE COSTI DA TERZI DI GESTIONE	€ 315.221,00
SALDO GESTIONE FINANZIARIA	-€ 11.931,00
SALDO GESTIONE STRAORDINARIA	
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	€ 200.413,00
COMPONENTI INDIRETTE	
AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI	€ 43.395,00
ONERI DIVERSI GESTIONE	€ 9.040,00
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	€ 147.978,00

Nel grafico successivo viene evidenziata la quantità di valore distribuita ai diversi portatori di interesse



5.3 Patrimonializzazione





PASTA
DELLA
CASA

BUONA DUE VOLTE

PASTA
DELLA
CASA

BUONA DUE VOLTE

6. PROSPETTIVE FUTURE

La cooperativa Botteghe e Mestieri, a partire dal 2017, investirà nel settore della produzione di pasta fresca e nel settore dell'e-commerce.

La produzione di pasta è fondamentale poiché permette di realizzare inserimenti lavorativi nuovi e di qualità, con la prospettiva di stabilizzare a lungo termine la posizione lavorativa e di accogliere i dipendenti nella compagine sociale. Il progetto di commercializzare il prodotto "pasta" all'interno della GDO ci consente di strutturare e consolidare in tre anni il laboratorio in tutti i settori: della produzione, del marketing, della distribuzione. Allo stesso tempo, nei prossimi tre anni la vocazione al BIO del laboratorio diventerà sempre più importante, soprattutto nel settore "pasta secca", dove abbiamo avviato una fase di ricerca per lo sviluppo di nuove referenze: stringeremo accordi con alcuni agricoltori locali e altre cooperative sociali per realizzare la prima filiera agricola sociale emiliano romagnola. Grazie a questo sviluppo commerciale, nel 2019 il laboratorio verrà trasferito in locali più spaziosi, accanto ai quali sorgerà un punto vendita con un corner per la ristorazione.

Investiremo nell'e-commerce, per il quale stiamo elaborando 3 progetti innovativi. Il settore cresce circa del 20% anno. Nei prossimi tre anni prevediamo che il nostro sito bottegadelmonastero.it crescerà del 40% all'anno. Per tale ragione, nel 2018 inizieremo il processo di internazionalizzazione dello store online; l'obiettivo per il 2019 spedire in tutta l'Unione Europea, negli USA e in Sud Korea, realizzando 200.000,00 euro di fatturato. Accanto a bottegadelmonastero.it, nel 2017 nascerà l'e-commerce pastadellacasa.it, dedicato alla vendita di tutti i prodotti realizzati all'interno dei nostri laboratori di pasta. Si tratta di una piattaforma rivolta al mercato privato, che a partire dal 2018 ha l'ambizione di coprire tutto il territorio nazionale.

Botteghe e mestieri è ideatrice del progetto comprendiamo.it, che vedrà la luce nel 2017 e si consoliderà nei tre anni successivi. Si tratta della prima piattaforma e-commerce italiana per la vendita di prodotti sociali. Botteghe e Mestieri sarà socia della startup del sito e player dei servizi di logistica.

Per realizzare tutto ciò, la direzione di Botteghe e Mestieri si sta impegnando in una importante azione di fund raising.





Progetto grafico a cura dell'Ufficio Comunicazione Sol.Co