

COOPERATIVA DI COMUNITA' IDENTITA E BELLEZZA IMPRESA SOCIALE

Sede in Piazza Libertà, 2 - SCIACCA

Codice Fiscale 02975590841 - Partita Iva 02975590841

Iscrizione al Registro Imprese di AGRIGENTO N. 02975590841 - N. REA 219115

Capitale Sociale Euro 3.000,00 interamente versato

BILANCIO SOCIALE AL 31/12/2024

Premessa

Lettera del Presidente agli stakeholder

Carissimi Soci,

la presentazione del Bilancio Sociale è sempre una preziosa occasione di sintesi finalizzata a rendere conto del nostro impegno in favore delle comunità di riferimento, valorizzando l'impegno di tutti coloro che, a vario titolo, dedicano risorse, energie, tempo, professionalità.

Il nostro bilancio prova a raccontare l'esito di un percorso di profondo rinnovamento e innovazione volto a creare le condizioni perché la nostra vocazione originaria, finalizzata a perseguire l'interesse generale e il benessere della Comunità, possa essere perseguita con ancora più decisione e incisività. È stata e continua a essere una storia imprenditoriale emozionante, piena di sfide e nuovi obiettivi, in cui l'Ente sta provando ad affrontare i cambiamenti, crescendo, osando, innovando, con la convinzione di poter contribuire allo sviluppo sostenibile e inclusivo dei territori di riferimento.

Il Bilancio Sociale rappresenta l'esito di un percorso attraverso il quale l'organizzazione rende conto ai diversi stakeholder della propria missione, degli obiettivi, delle strategie e delle attività.

Per questo motivo gli obiettivi che hanno portato alla realizzazione di questo documento sono riconducibili prevalentemente ad informare il territorio ed a misurare le prestazioni dell'organizzazione. Da esso, infatti, emergono alcune importanti indicazioni per il futuro di cui l'Ente farà tesoro per essere sempre di più legittimato e riconosciuto dagli interlocutori interni ed esterni soprattutto attraverso gli esiti ed i risultati delle attività svolte che saranno rendicontati in modo serio e rigoroso.

Auspicio che lo sforzo compiuto per la realizzazione di questo Bilancio Sociale possa essere compreso ed apprezzato vi auguro una buona lettura.

Il Presidente

Nota metodologica

Il Bilancio Sociale, in conformità a quanto stabilito dall'art. 14, comma 1 del Codice del Terzo Settore D.Lgs. n. 117/2017 (di seguito "Cts") si propone di:

1. fornire a tutti i portatori di interesse un quadro complessivo delle attività;
2. fornire informazioni utili sulla qualità dell'attività anche sotto il profilo etico-sociale;
3. analizzare il ruolo svolto nella società civile, evidenziando e divulgando il sistema valoriale e culturale di riferimento dell'organizzazione;
4. dimostrare ed informare sul valore aggiunto che le attività rilasciano alla intera comunità di riferimento;
5. diventare uno strumento per rendicontare le ricadute sociali in termini di utilità, di legittimazione ed efficienza delle attività svolte;
6. essere uno strumento di riflessione per tutti gli attori impegnati nell'organizzazione, per il miglioramento dei servizi, dei prodotti, del rapporto sia con utenti, soci, lavoratori, finanziatori, clienti e fornitori, sia nel rispetto della dignità e dei diritti umani. Con particolare attenzione alla sicurezza sul posto di lavoro ed al rispetto dell'ambiente.

Il Bilancio Sociale, al di là degli obblighi di legge, diventa un formidabile strumento di comunicazione, di informazione e permette di valutare le attività in termini di:

- vantaggio per i soci e gli stakeholder;
- rispetto dei principi mutualistici e degli scopi sociali;
- utilità sociale per la collettività, anche attraverso comportamenti socio-ambientali responsabili.

Modalità di comunicazione

Il presente Bilancio Sociale è stato diffuso attraverso i seguenti canali:
Assemblea dei soci.

Principi di redazione

Il Bilancio Sociale è redatto dall'Ente secondo le linee guida adottate con decreto del Ministro del Lavoro e delle Politiche sociali del 4 luglio 2019 "Adozione delle Linee guida per la redazione del bilancio sociale degli enti del terzo settore", pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 186 del 9 agosto 2019. Tali linee guida definiscono i seguenti principi di redazione del Bilancio Sociale:

- completezza: vanno identificati tutti i principali stakeholders che influenzano o sono influenzati dall'organizzazione e quindi inserite le informazioni rilevanti di interesse di ciascuno al fine di consentire a tali stakeholders di valutare i risultati sociali, economici ed ambientali dell'Ente;
- rilevanza: vanno inserite, senza omissioni, tutte le informazioni utili ad una valutazione da parte degli stakeholders, relativamente alla comprensione della situazione, dell'andamento dell'Ente e degli impatti economici, sociali ed ambientali dell'attività, informazioni che, comunque, potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholders;
- trasparenza: vanno chiariti i criteri utilizzati per rilevare e classificare le informazioni;
- neutralità: le informazioni vanno rappresentate in modo imparziale, documentando quindi aspetti positivi e negativi senza interessi di parte e senza distorsioni che siano volte al soddisfacimento dell'interesse degli amministratori o di una categoria di portatori di interesse;
- competenza di periodo: vanno documentati attività e risultati dell'anno di riferimento;
- comparabilità: vanno inseriti per quanto possibile dati che consentano il confronto temporale (come un certo dato varia nel tempo) e spaziale (confrontando il dato con quello di altri territori/enti);
- chiarezza: è necessario utilizzare un linguaggio accessibile anche a lettori privi di specifica competenza tecnica;
- veridicità e verificabilità: va fatto riferimento alle fonti informative utilizzate;
- attendibilità: bisogna evitare sovrastime di dati positivi o sottostime di dati negativi e non presentare dati incerti come se fossero certi;
- autonomia delle terze parti: laddove sia richiesto a soggetti terzi di collaborare alla redazione del bilancio sociale, ad essi vanno garantite autonomia e indipendenza nell'esprimere giudizi.

Cambiamenti significativi di perimetro:

Non vi è stata la necessità di modificare in maniera significativa il perimetro o i metodi di misurazione rispetto all'esercizio precedente.

Altre informazioni utili per comprendere il processo e la metodologia di rendicontazione:

I valori economici-finanziari riportati nel presente documento derivano dal bilancio d'esercizio dell'Ente. Per garantirne l'attendibilità è stato limitato il più possibile il ricorso a stime, le quali, ove presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

Il Bilancio Sociale si compone di sette sezioni, come da dettaglio seguente:

1. il profilo dell'ente;
2. i processi decisionali e di controllo;
3. i portatori di interessi;
4. la relazione sociale
5. la dimensione economica e patrimoniale;
6. le informazioni relativi ai rischi e alle incertezze;
7. le prospettive future.

Profilo dell'Ente

Identità e storia

I valori che formano la nostra identità:

- **Comunità:** siamo un insieme di individue che ha scelto, attraverso piccoli passi quotidiani di scrivere le pagine della propria storia futura e del proprio benessere attraverso un progetto condiviso. Un sogno, una visione e un obiettivo che lavorando ogni giorno raggiungiamo, a piccoli ma costanti passi, insieme.
- **Identità:** noi siamo quello che vede chi ci viene a trovare, impregnati da millenni di storia e cultura, figli di una terra unica che gli antichi hanno glorificato e che noi oggi condividiamo con i cittadini temporanei. I sapori dei nostri cibi, i colori delle nostre terre, i suoni delle nostre voci, le opere delle nostre mani, i profumi dei nostri frutti. Hanno un marchio di unicità indimenticabile.
- **Sostenibilità:** abbiamo scelto una sostenibilità che nel suo piccolo sia il più sincera possibile, economica ed ambientale. Perché ci sentiamo responsabili del futuro che non ci appartiene.
- **Bellezza:** abbiamo un immenso patrimonio di storia, arte, archeologia, paesaggio, artigianato, agricoltura, stile, architettura, agricoltura, enogastronomia, ambiente, tradizioni che ha il diritto di essere riscoperto, tutelato e valorizzato. Anno dopo anno creiamo insieme la consapevolezza del suo valore, stimoliamo l'azione perché divenga fruibile attraverso la narrazione e creiamo un'economia dove utile ed etico non sono più in contrapposizione. L'Economia della Bellezza.

La nostra Storia

La Cooperativa Identità e Bellezza è la risposta di una parte della comunità di Sciacca (38mila abitanti in provincia di Agrigento) di fronte al problema che agli inizi del 2019 la cittadina si trova a fronteggiare: un "centro storico" che a Sciacca, come in tante altre realtà italiane, si sta desertificando da un punto di vista commerciale, economico, sociale ed umano. Di fronte alla crisi si sceglie di mettersi in azione per iniziare a costruire il proprio presente e futuro. Senza aspettare la manna dal cielo. Cogliendo l'opportunità dietro al problema.

Nasce l'idea di un Museo a Cielo Aperto, di tutti e per tutti. Un progetto indirizzato ai turisti, ai residenti, agli imprenditori e a tutto l'hinterland saccense. Un progetto per valorizzare Sciacca, le sue tradizioni, il suo centro storico, il suo territorio. Un museo a cielo aperto che diventa Brand Identity di un'intera città: Sciacca – Città dei 5 Sensi.

Un luogo magico, dove le emozioni vengono percepite coi 5 sensi e dove le 5 porte d'ingresso della città si trasformano in porte d'ingresso del Museo Diffuso, di un museo delle esperienze, di un museo sensoriale. Le strade diventano i corridoi del museo, le piazze diventano le sale d'esposizione, i monumenti ne sono le attrazioni. I negozi, le botteghe e le finestre delle case diventano le teche del museo perché il tesoro da condividere con il mondo sono i cittadini e la loro identità. Tutta la cittadinanza è parte del progetto come custode e narratrice della propria bellezza. L'ospite è un "cittadino temporaneo" da accogliere con cura e competenza, perché il suo viaggio sia un momento di scoperta degli altri e di sé stessi. E Sciacca diventa, o meglio si scopre, una grande Comunità. Il 24 marzo 2019 il concept "Museo Diffuso dei 5 Sensi" viene presentato alla città e il 18 aprile 2019 si costituisce a Sciacca l'associazione di promozione sociale "Ecomuseo dei 5 Sensi" che si attiva per la valorizzazione dei beni culturali organizzando la "notte dei musei" e collegando le numerose iniziative ed aperture straordinarie di palazzi ed edifici pubblici alle percezioni sensoriali. Il tutto in collaborazione con la Soprintendenza dei Beni Culturali con cui a breve viene sottoscritto un protocollo d'intesa. A questo seguiranno una quarantina di protocolli con enti pubblici e organizzazioni del terzo settore. Nell'aprile del 2020, in piena epidemia, il salto di qualità necessario per diventare un organismo operativo: nasce la Cooperativa di Comunità Identità e Bellezza. Nasce per la creazione di un'economia sostenibile che permetta agli abitanti di restare nei propri territori, valorizzandone il potenziale e migliorando le condizioni complessive di vita sul fronte culturale, sociale, economico, occupazionale e ambientale.

Per raggiungere tale risultato la **prima fase** è stata nel creare la consapevolezza del valore del patrimonio: la "**conoscenza**" del patrimonio materiale e immateriale non adeguatamente valorizzato è stato infatti il punto di partenza imprescindibile per generare una comunità consapevole del suo valore.

La **seconda fase** ha riguardato la "**consapevolezza**": l'obiettivo è stato co-creare un patto di comunità tra artigiani, operatori turistici, operatori culturali, studenti, imprenditori, agricoltori e allevatori, associazioni, comunità tutta, al fine di co-generare una consapevolezza eco-sistemica (dal greco "oikos": la casa di tutti) per uno sviluppo che sia di tutti (equo) e per tutte le generazioni (sostenibile). Fanno parte di questa fase, le attività legate alla nascita delle connessioni e delle sinergie nel territorio in grado di portare avanti le iniziative nel tempo, anche, e soprattutto dopo, l'attuazione degli investimenti (protocolli d'intesa, patto di comunità con Visione, Missione e Obiettivi condivisi, ecc..).

La **terza fase** ha riguardato la **co-progettazione e l'attuazione dei progetti**: l'obiettivo in questo caso è stato, ed è tuttora, trasferire know how per abilitare le competenze ad agire dal basso in modo da trasformare le risorse endogene del territorio in valore sociale, culturale, ambientale e economico. In questo modo il residente si trasforma in "abitante" (da habere, riprende possesso del proprio territorio), si genera una comunità che vive bene e che quindi sa accogliere bene. Ed ecco che si genera il turismo, quello sano, che tutela il territorio e che genera forme di economia responsabile e sostenibile. Fanno parte di questa fase le iniziative legate alla *cura dell'accoglienza* (per esempio: la creazione di disciplinari di comunità), alla *narrazione identitaria* (attività di formazione degli artigiani e creazione di "esperienze del fare", di una narrazione delle identità diffusa tra ristoranti, bar, pub, strutture ricettive...), alla valorizzazione di percorsi e itinerari da fotografare e da vivere (realizzazione di audioguide e creazione di "selfie-trail"). Le botteghe degli artigiani con le esperienze concrete di lavorazione del corallo o della ceramica sono diventate un motivo per arrivare a Sciacca e per restarci più giorni. Si riaprono beni pubblici abbandonati o chiusi da decenni perché c'è una comunità in grado di gestirli. La **quarta fase** infine riguarda le attività legate alla **promozione** della destinazione turistica e al trasferimento della **governance** verso le competenze create nel territorio. Nascono così spontaneamente i primi soci community manager, come quelli che si occupano di accoglienza inclusiva e di narrazione identitaria, per supportare gli artigiani diventati fornitori di "esperienze" e i commercianti che sono diventati "narratori di bellezza".

Tutta l'attività viene gestita dall'assemblea dei soci e da un CDA che si occupa delle linee guida e delle scelte strategiche. A distanza di quasi 4 anni dalla partenza, sono state sviluppate, partendo da zero, oltre 50 esperienze del fare alcune delle quali hanno funzionato bene e altre meno e sono state soppresse, come è normale che sia in ogni ciclo vitale. Sono state create audio guide dagli stessi cittadini e si sono organizzati dei percorsi di selfie trail. Sono stati aperti e resi fruibili beni comuni come le grotte naturali di S. Calogero con migliaia di visitatori all'anno ed edifici religiosi come la Badia Grande, la Torre Campanaria e il Museo Diocesano. Tutti raccontati dai soci/membri delle associazioni partner del Museo Diffuso. Sono stati aperti ben 12 Infopoint Diffusi, e cioè punti di informazione turistica allocati presso esercizi commerciali, artigiani, bar e pub così da garantire assistenza al visitatore in ogni ora del giorno e fino a tarda notte. È stata attivata una piattaforma web (www.sciacca5sensi.it), costantemente aggiornata e nutrita, per avere informazioni e poter prenotare camere, pranzi, esperienze, una sezione shopping dove trovare i soci che offrono i prodotti del territorio e la narrazione dello stesso. Attraverso questo strumento il visitatore-cittadino temporaneo può programmare il suo tempo a Sciacca, tra esperienze del fare, genuine e peculiari, escursioni per terra e mare, b&b selezionati e gastronomia garantita in termini di qualità dei prodotti e professionalità delle preparazioni.

I ragazzi delle scuole sono coinvolti in progetti di narrazione che hanno permesso loro di scoprire la loro città e loro stessi sono diventati narratori di bellezza e lo stesso hanno fatto quasi 20 tirocinanti universitari e di istituti di formazione professionale.

La rete dei cittadini che si è venuta a formare grazie al lavoro di connessione e l'offerta prodotta, fanno di Sciacca una "comunità ospitante" che si caratterizza per l'accoglienza, empatica ed emozionale.

I gestori di strutture di accoglienza non si combattono più ma collaborano tra di loro e così fanno artigiani, ristoratori, commercianti: al conflitto permanente si è capito il valore della cooperazione.

La comunità di Sciacca oggi agisce in prima persona per determinare il cambiamento del proprio destino.

Premi e riconoscimenti 2024

- Premio "Eccellenza di Ospitalità" – Vivere di Turismo Festival 2024

Nel novembre 2024, il Museo Diffuso dei 5 Sensi ha ricevuto il premio "Eccellenza di Ospitalità" nella categoria "Comunità e Territorio" durante il Vivere di Turismo Festival di Rimini. Questo riconoscimento celebra l'impegno della Cooperativa nel trasformare l'ospitalità in un motore di benessere per residenti e visitatori, attraverso un modello di turismo dal basso, sostenibile ed inclusivo.

Attività svolte 2024

Di seguito viene presentata una sintesi delle attività statutarie svolte dall'Ente COOPERATIVA DI COMUNITA'IDENTITA E BELLEZZA IMPRESA SOCIALE , ai sensi dell'art. 5 del Cts:

A carattere generale (svolte tutto l'anno)

- Accoglienza di turisti, influencer e giornalisti.
- Supporto e accoglienza di smartworkers.
- Creazione di nuove esperienze turistiche.
- Gestione e cura degli immobili del *Satellite Wonderful Italy Sciacca*.
- Gestione dei profili social (Facebook, Instagram, YouTube, TripAdvisor, Google Business) e del sito web. Cura e gestione delle *Grotte Vaporose di San Calogero*.
- Gestione contabile e finanziaria: attività di ricostruzione contabile e finanziaria per la gestione e la pianificazione economica dell'Ente, finalizzata alla trasparenza e al monitoraggio delle risorse.

A carattere specifico (eventi più significativi)

Gennaio 2024

- Attività commerciale: call conoscitive con tour operator.

Febbraio 2024

- Partecipazione alla BIT di Milano.
- Educational Tour di gruppo con 50 operatori turistici (blogger, agenzie, tour operator, ecc.).

Marzo 2024

- Insediamento del nuovo Consiglio di Amministrazione (CdA).
Partecipazione alla manifestazione per il 10° anniversario della chiusura delle Terme di Sciacca, organizzata dal Comitato delle Terme.
- Incontri conoscitivi con tour operator e stipula di accordi commerciali.
- Partecipazione al Desco Sicano 2024 per la promozione del territorio tra gli studenti dell'alberghiero.
Primo incontro con Gianluca dell'Orco e altre cooperative italiane.
- Contributo alla manifestazione CNR-Ismed sul tema dello spopolamento delle aree interne.

Aprile 2024

- Organizzazione di un evento aziendale in collaborazione con Italy Scape – Rocco Forte.
- Supporto al fotografo Mauro Parmesani per un editoriale sulle città della ceramica.
Candidatura per il titolo di **European Capital of Smart Tourism 2025**.
Conclusione del progetto *I Semi di Demetra* con il Comune di Aidone, incluse le visite formative a Sciacca.
- Primo incontro con il gruppo associativo *Strutture ricettive del Centro Storico*.

Maggio 2024

- Accoglienza e scambio culturale con la Scuola Italiana di Atene, in collaborazione con i soci Pasquale Augello e Ignazio Grisafi.
- Gestione di eventi aziendali e gruppi (Vivere di Turismo Business School, APTEAN_MUTIKA, ecc.).
Incontro con la Direzione del Parco Archeologico di Agrigento per una possibile convenzione per l'Antiquarium di San Calogero.
- Docenza al corso professionalizzante ANAPROF di Sciacca su vari temi turistici, con tirocinanti accogliendo giovani da luglio a ottobre.
- Organizzazione di un viaggio per la rete *Virtuoso* per promuovere Sciacca come destinazione di lusso.
- Apertura delle candidature per narratori in lingua straniera.
- Sopralluogo tecnico da parte di INVITALIA e primi incontri con il Dott. Sciarratta per una possibile collaborazione con il Parco Archeologico.

Giugno 2024

- Primo incontro del progetto *Comunità Educanti* a Palma di Montechiaro.
- Partecipazione agli eventi conclusivi del progetto europeo *BE.CULTOUR* a Napoli.
- Organizzazione e supporto a un Press Tour con il giornalista Mauro Parmesani per la rivista Touring Club.
- Collaborazione con il centro di formazione Il Ruscello e ITS Sicani, con l'accoglienza di tirocinanti nel settore agroalimentare.
- Prima collaborazione con l'Agenzia *Il Tuareg* per il progetto "ESTATE IN-PSIEME".

Luglio 2024

- Organizzazione di un incontro conviviale con il gruppo dei Custodi dei Beni Comuni.
- Riconoscimento *Travellers' Choice Awards Winner 2024* da TripAdvisor.
- Avvio del progetto *Ambiente Giovani* in collaborazione con Marevivo Sicilia.
- Pubblicazione del calendario estivo degli eventi del Museo Diffuso.
- Incontro con il Rettore UNIPA per l'avvio di un corso universitario sul turismo a Sciacca.
- Partecipazione ad eventi e presentazioni in vari contesti locali e nazionali.

Settembre 2024

- Partecipazione a convegni e incontri a livello nazionale su temi di spopolamento e cooperazione.
Avvio della collaborazione con il GAL Alta Romagna per il progetto *BEN-Essere*.
Partecipazione ad eventi culturali, tra cui il *Convegno CNR Spopolamento*.

Ottobre 2024

- Partecipazione al *Premio Cambiamenti* di CNA e alla Fiera del Turismo TTG a Rimini.
- Gestione di gruppi aziendali e attività di consulenza nell'ambito del progetto GAL Alta Romagna.
- Contributo al *Festival della Filosofia* con il racconto delle Grotte Vaporose del M.Kronio.

Novembre 2024

- Partecipazione a eventi gastronomici e turistici, tra cui *Street Food 2024* e *Vivere di Turismo Festival*.
- Partecipazione a fiere internazionali del turismo, come la *Borsa Internazionale del Turismo delle Origini* a Matera.
Avvio delle interlocuzioni per attività da svolgersi a Santo Stefano di Quisquina nell'ambito del Bando Borghi.

- Incontro con gli uffici provinciali di Agrigento per la situazione delle Grotte Vaporose M.Kronio.
- Partecipazione all'Open Day del Cesvop per gli enti di volontariato.
- Organizzazione della recita natalizia *Là Dove di Ferma La Stella*.
- Pulizia della spiaggia La Tonnara a cura di Marevivo.

Il sistema e la struttura di governance

La "governance" riguarda le modalità e i processi aziendali da porre in essere allo scopo di aggiungere valore alle attività e di consolidare la buona reputazione aziendale presso gli stakeholder, in un'ottica di continuità e successo nel medio-lungo termine. Un'adeguata governance è strumento per aumentare la competitività dell'impresa e la sua capacità di attrarre risorse di qualità e capitale di debito e di rischio.

Viene, ora, definito il ruolo ed il funzionamento degli organi sociali, l'organizzazione delle risorse umane, con riferimento a funzioni, responsabilità e processi a livello decisionale ed a livello operativo, infine le modalità di gestione dei conflitti di interesse e delle competenze.

La Governance dei Processi è assicurata dal CDA della cooperativa di comunità che agisce da coordinamento, mettendo in atto un'adeguata pianificazione degli obiettivi da raggiungere e il necessario coordinamento delle risorse disponibili.

L'Ente COOPERATIVA DI COMUNITÀ fin dalla sua costituzione è stato gestito da un organo di amministrazione, come previsto dallo Statuto. L'organo è composto da un numero di 8 componenti. All'organo amministrativo si applicano le norme previste al Capo III del Cts, all'art. 26 e successivi.

Per quanto concerne la struttura di governo, si evidenzia il processo di gestione democratico e di partecipazione all'attività dell'Ente in quanto il consiglio di amministrazione nel corso dell'esercizio sociale si è riunito 3 volte e la partecipazione media è stata del 80% mentre l'assemblea dei soci si è riunita 5 volte.

L'assemblea dei soci agisce nei limiti e con i poteri concessi ai sensi dell'art. 25 del Cts.

Consiglio di Amministrazione

Di seguito la composizione dell'organo amministrativo per l'anno 2024:

1. RUSSO ANTONINO FRANCESCO, nato a Sciacca il 21/04/1955 e domiciliato a Sciacca in Via Vetrano n. 13, codice fiscale RSSNNN55D21I533M, Presidente;
2. GOSLINO ANGELO MARCELLO, nato ad Acqui Terme (AL) il 02/10/1955 e domiciliato a Ribera in Contrada Camemi Grande snc, Frazione Seccagrande, codice fiscale GSLNLM55R02A052E, Vice Presidente;
3. LI BASSI DESIREE', nata a Palermo il 28/03/1996 e domiciliata a Sciacca in Via Agrigento n. 9, codice fiscale LBSDSR96C68G273B, Consigliera;
4. SALVAGIO ANNA, nata a Padova il 4 luglio 1995 e domiciliata a Sciacca in Via Monte Kronio 75, codice fiscale SLVNNA 95L44 G224B, Consigliera;
5. CONTI GIUSEPPE, nato a Agrigento il 04/04/1953 e domiciliato a Sciacca in Via dei Caccami 58 C.da Raganella, codice fiscale: CNTGPP53D04A089O, Consigliere;
6. GULINO GIUSEPPE, nato a Sciacca il 12/02/1968 e domiciliato a Sciacca in Via Marsala 10, codice fiscale GLNGPP68B12I633A, Consigliere;
7. GUARDINO CLARA, nata a Sciacca il 23/02/1999 e domiciliata a Sciacca in Via Eboli 17, codice fiscale GRDCLR 99B63I533G, Consigliera;
8. SABELLA CATERINA, nata a Sciacca il 28/04/1981 e domiciliata a Sciacca in Via Aldo Moro 16, codice fiscaleSBLCRN81D68I533T, Consigliera;
9. PIAZZA FABIO MARIA, nato a Sciacca il 27/12/1977 e domiciliato a Sciacca in Via Giotto 92, codice fiscale PZZFMR77T27I533X, Consigliere.

La nostra organizzazione, per obbligo di legge, ha proceduto a nominare il Sindaco, incaricando il seguente nominativo con il relativo compenso:

Gian Peppino DI MARIA, nato a Mussomeli (CL) il 10/01/1984 ed ivi residente in Via Marche n. 13

L'organo di controllo è stato nominato con decorrenza dal 09/06/2023 e rimane in carica per 3 esercizi.

Le informazioni di cui all'art. 14, comma 2 del Cts non costituiscono oggetto di pubblicazione sul sito internet dell'Ente, in

quanto esso non raggiunge, nel corso dell'esercizio, la cifra minima prevista pari ad euro centomila relativamente a ricavi, rendite, proventi o entrate.

Funzionamento degli Organi Amministrativi

Nel corso dell'esercizio 2024 gli Organi amministrativi si sono riuniti per deliberare nelle occasioni di seguito indicate:

N^a **12** sedute del **Consiglio di Amministrazione**, come da Verbali agli atti, nelle seguenti date: 14 marzo, 8 aprile, 23 aprile (2), 28 maggio, 18 giugno, 31 luglio, 29 agosto, 18 settembre, 25 ottobre, 21 novembre e 10 dicembre.

N^a **5** incontri di **Assemblee Soci**, come da Verbali agli atti, nelle seguenti date: 7 febbraio, 21 aprile, 22 aprile, 30 aprile e 10 novembre.

Le informazioni di cui all'art. 14, comma 2 del Cts non costituiscono oggetto di pubblicazione sul sito internet dell'Ente, in quanto esso non raggiunge, nel corso dell'esercizio, la cifra minima prevista pari ad euro centomila relativamente a ricavi, rendite, proventi o entrate.

Mission e valori

Di seguito una descrizione della visione, missione e valori dell'Ente e delle finalità istituzionali perseguite: Visione, Missione e Obiettivi di un Ente rappresentano la sua ragione d'essere, non solo lo scopo sociale facilmente desumibile da regolamenti o dagli atti costitutivi, ma un concetto più ampio e complesso che caratterizza il posizionamento dell'impresa in termini di impatto generato sul piano sociale, culturale e ambientale oltretutto economico.

La Visione

Vogliamo contribuire a creare una comunità consapevole, connessa e competente e in grado di determinare il proprio destino attraverso la valorizzazione dell'identità e della bellezza del luogo in cui viviamo.

La Missione

Siamo una comunità riunita in un sistema cooperativo che cresce e si sostiene insieme, un ecosistema che si impegna ogni giorno per offrire un territorio accogliente a chi arriva da fuori e bello per chi lo vive ogni giorno. Creando quotidianamente un'economia della bellezza che permetta di vivere ed essere felici nel posto dove siamo nati o dove abbiamo scelto di vivere.

Gli Obiettivi

Lavoriamo con un metodo chiaro e condiviso per unire tante singole persone isolate in una comunità connessa. Per scoprire il valore della nostra identità e del patrimonio materiale e immateriale di cui siamo eredi. Per imparare a raccontarlo, a condividerlo con chi viene da noi per scoprirlo rendendoci ancora più consapevoli della sua importanza. Per crescere nella cura dei dettagli e dell'accoglienza proteggendo così noi stessi e l'ambiente, urbano e naturale, che ci circonda. Per creare nuovi posti di lavoro funzionali alla crescita del territorio ma anche all'espressione delle nostre aspirazioni più profonde. Per generare un benessere equo, per tutti, e sostenibile nel tempo.

Le finalità appena descritte si concretizzano nelle seguenti politiche sociali:

a) Risorse umane

Assumendo la centralità della persona (utente, operatore, cittadino) come riferimento costante del nostro operare (servizi, strutture, organizzazione), poniamo di conseguenza la massima attenzione alle persone che costituiscono la base sociale e perciò il nostro stesso "tessuto relazionale". Esse vengono valorizzate e coinvolte in quanto "motore" e parte attiva dell'Ente, attraverso il lavoro quotidiano e/o le diverse forme di partecipazione alla vita associativa. Le connessioni tra gli abitanti sono fondamentali per la riuscita del nostro progetto e la sua crescita perché connettendosi i membri della Comunità non solo danno vita a nuove idee intersettoriali ma risolvono i problemi attraverso una visione che dall'ego-sistema passa all'eco-sistema.

b) Ambito territoriale

L'ambito in cui si sviluppa il nostro progetto ha la necessità di essere inteso come un unicum di persone, identità, attività e risorse permanentemente connesse. È quindi fondamentale avere una fotografia iniziale di tutto quello che esiste sul territorio per poter indirizzare le azioni lì dove possono produrre un maggiore vantaggio in termini di coesione sociale, benessere diffuso, salvaguardia ambientale e diffusione culturale. Il secondo step riguarda la capacità di leggere e monitorare le connessioni che si generano per verificarne la positività, la velocità di crescita ed eventuali ricadute conflittuali in modo da essere in grado di anticipare i problemi e sviluppare le migliori soluzioni per il territorio inteso come ecosistema vivo.

c) Gestione dei servizi

La realizzazione di interventi e servizi di qualità, dipendono in gran parte dalle competenze e dalla motivazione del nostro personale. Ogni operatore è attore protagonista: attraverso l'attività lavorativa, l'Ente determina la realizzazione e la qualità del servizio. E' indispensabile perciò porre la massima attenzione alle fasi che determinano e sostengono la vita lavorativa dell'operatore, quali la selezione, la formazione, la specializzazione, la sicurezza e la valorizzazione del lavoro svolto. La cura e l'attenzione alla risorsa umana si realizzano attraverso: il continuo sostegno alla operatività di tutti i giorni; la valorizzazione della capacità di ciascun operatore di mettere in rete competenze ed esperienze; la disponibilità della direzione ad un confronto costante.

d) Progettazione

La metodologia operativa dell'Ente, fin dalla sua costituzione, ha fatto riferimento ad alcuni approcci divenuti nel tempo elementi caratterizzanti il proprio stile di lavoro, quali la Ricerca-Azione, la teoria dei sistemi relazionali, il lavoro per progetti, l'animazione sociale. In quest'ottica proprio i cittadini recuperano il senso originario dell'interesse pubblico come interesse della comunità generando capitale sociale. Crediamo nel passaggio da politiche basate sui bisogni delle persone, considerate come soggetti passivi, a politiche che riconoscono a ogni persona il diritto e la responsabilità di avere un ruolo attivo e partecipativo.

e) Organizzazione

Mantenere alta con i soci l'attenzione e l'orientamento ai temi e ai valori sociali quale espressione dell'identità dell'Ente stesso. Favorire la comunicazione e il confronto tra la base sociale e l'organo amministrativo orientati ad una crescente e consapevole partecipazione dei soci nelle scelte dell'organizzazione. Adottare modelli organizzativi orientati ad una maggiore efficacia ed efficienza nella gestione dell'Ente, capaci di promuovere, attraverso i percorsi di formazione ed aggiornamento continui, la valorizzazione delle risorse umane e la crescita professionale delle figure impiegate. Sviluppare i processi organizzativi con tecnologie e strumenti in grado di migliorare l'efficienza e la qualità del lavoro. Mantenere la regolarità degli impegni contrattuali assunti con i soci e lavoratori (regolarità nel pagamento degli stipendi e contributi). Contribuire alla promozione e diffusione di cultura sul sociale, favorendo la partecipazione dei soci e del personale a percorsi formativi e di approfondimento culturale.

Valori e principi ispiratori

Il nostro Ente nel perseguimento della missione per il proprio agire si ispira ai seguenti valori e principi:

a) l'utilità sociale, il valore intorno al quale è stata costruita la nostra organizzazione. Significa lavorare senza avere come scopo principale il lucro e con l'intento di raggiungere un obiettivo realizzabile: un effettivo inserimento lavorativo e sociale che porti vantaggi e una migliore qualità di vita a tutti coloro che gravitano intorno all'Ente COOPERATIVA DI COMUNITA'IDENTITA E BELLEZZA IMP. SOCIALE ;

b) l'attenzione alla persona, intesa come attenzione al singolo e condivisione dei suoi bisogni;

c) qualità delle attività svolte e professionalità di tutti coloro che lavorano nell'organizzazione attraverso un'attenzione al miglioramento continuo e alla formazione. Lavorare con la nostra organizzazione implica una motivazione al lavoro basata sulla condivisione forte della missione, sull'esercizio della professionalità e sul raggiungimento dell'utilità sociale. Il senso di appartenenza si manifesta nella coesione, nello spirito di squadra e nella presenza di un clima interno informale e propositivo.

d) favorire e sviluppare relazioni tra soggetti con esperienze e professionalità diverse per la costruzione di un tessuto sociale ricco di partecipazione e corresponsabilità.

La promozione dei diritti e della dignità delle persone, la partecipazione e la cittadinanza attiva, la legalità e la giustizia sociale sono i principi che ispirano il nostro agire, in un'ottica di accoglienza, trasparenza, ascolto e solidarietà.

La nostra organizzazione è un'impresa senza fini di lucro che opera nell'area dell'economia sociale ed agisce secondo principi di democrazia ed imprenditorialità secondo il significato pieno del termine e perciò anche con la possibilità e la capacità di perseguire un utile economico, indispensabile e strategico per la stabilità, la continuità e lo sviluppo di un moderno Ente rivolto al sociale che intenda dare il proprio contributo al progresso della società civile e non esserne un peso.

Processi decisionali e di controllo

Struttura organizzativa

Il conseguimento degli obiettivi è incentrato sulle attività svolte dai membri del Consiglio di Amministrazione, che operano in sinergia e coordinamento tra loro, sulla base delle singole aree di responsabilità assegnate ad ognuno. La funzione di controllo è demandata al Sindaco, attraverso le specifiche attività di verifica degli atti sociali e l'analisi delle risultanze di Bilancio, così come previsto dalle vigenti disposizioni di legge

Strategie ed obiettivi

Di seguito, in formato tabellare, viene esposta l'informativa concernente le strategie perseguite dalla nostra organizzazione e gli obiettivi operativi:

	Strategia	Obiettivi operativi
Struttur organizz	organizzare puntualmente sedute a cadenza periodica dell'organo amministrativo	favorire un maggior coinvolgimento dell'organo amministrativo nella vita operativa dell'Ente
Soci e modalit partecip	aumentare l'interattività e la partecipazione attiva con l'organo amministrativo e di controllo	maggior sensibilizzazione dei soci verso la missione e le finalità perseguite dall'Ente

Ambiti di attività	riunioni più frequenti per contestualizzare migliorie, opere e progetti	responsabilizzare i soggetti chiamati in causa circa la qualità del lavoro
Integraz con il territori	favorire incontri con la comunità per sensibilizzare sull'operato dell'Ente	aumentare la visibilità nel territorio presso il quale si opera al fine di aumentare la committenza in termini di nuovi servizi ed attività
Produzi o gestion dei servizi	aumentare le fasi di controllo finale sui servizi effettuati, mantenere le relazioni esistenti in ambito territoriale per la continuità dei servizi e per l'acquisizione di nuovi, definire una progettualità mirata rispetto alle caratteristiche personali dei lavoratori	mantenere la condizione di sicurezza e prevenzione dei rischi sui luoghi di lavoro
Mercat	stipula di contratti aventi ad oggetto la messa a disposizione di strumenti, professionalità e beni per l'effettuazione dei servizi	creare nuovi posti di lavoro, aumentare il livello di autonomia e responsabilità del lavoratore
Bisogni	incontri periodici con i referenti delle aziende clienti	aumentare il livello di autonomia e responsabilità del lavoratore
Rete	verifica della gestione dei servizi al fine della prevenzione dei rischi o messa in atto di tempestive azioni correttive	mantenimento dei rapporti sociali con le controparti dei servizi esternalizzati
Pianifica econom	contatti telematici dei siti pubblici (regione, provincia, comune, ecc.) al fine di individuare fonti di finanziamento necessarie allo svolgimento della mission dell'Ente	fiducia da parte degli enti creditizi per il mantenimento delle aperture di credito, aggiornamento costante su bandi e progetti aventi ad oggetto concessione di contributi e finanziamenti a tasso agevolato
Assetto patrimo	sottoscrizione di nuove quote sociali	aumento del capitale sociale
Inserim lavorati	tirocini formativi	mantenimento di un contesto lavorativo adeguato alle esigenze dell'Ente

Portatori di interessi

I portatori di interessi - i c.d. 'stakeholder' - sono persone o gruppi con interessi legittimi negli aspetti procedurali e/o sostanziali dell'attività dell'organizzazione. Essi vengono identificati in base ai loro interessi, bisogni, aspettative nei confronti dell'impresa sociale, quale che sia l'interesse funzionale corrispondente che l'impresa stessa trovi in loro. Ne

consegue che gli interessi di tutti gli stakeholder hanno un valore intrinseco: ogni gruppo di stakeholder merita considerazione per se stesso e non semplicemente per la sua capacità di contribuire agli interessi di qualche altro gruppo.

Nella tabella seguente viene riportata la natura della relazione di ogni portatore di interessi individuato:

Portatori di interesse interni

Portatori di interesse interni:	Tipologia di relazione
Assemblea dei soci	Fondamentale, con cadenza periodica come da statuto
Soci lavoratori	Fondamentale e con cadenza giornaliera, valorizzazione delle risorse umane e della crescita professionale
Soci volontari	Importante e con cadenza periodica, i volontari sono riconosciuti come risorsa e coinvolti nelle attività rivolte agli utenti
Lavoratori non soci	Fondamentale e con cadenza giornaliera
Altre categorie diverse dalle precedenti	Rapporti periodali

Portatori di interesse esterni

Portatori di interesse esterni	Tipologia di relazione
Enti pubblici	Relazione fondamentale per la buona riuscita delle finalità istituzionali
Enti privati	Relazione fondamentale per la buona riuscita delle finalità istituzionali
Istituti di credito	Necessaria per i fabbisogni finanziari
Istituzioni locali	Relazione fondamentale per la buona riuscita delle finalità istituzionali
Clienti	Relazione fondamentale per la buona riuscita delle finalità istituzionali
Fornitori	Valutati prevalentemente sulla base del rapporto costi/benefici
Finanziatori ordinari	Necessaria per i fabbisogni finanziari, per la solidità ed affidabilità dell'Ente
Mass media e comunicazione	Relazione fondamentale per la buona riuscita delle finalità istituzionali
Altri portatori diversi dai precedenti	Rapporti periodali

Relazione sociale

Nella relazione sociale vengono identificati gli stakeholder a cui l'attività dell'azienda si indirizza, vengono presentati indicatori in grado di misurare il livello delle utilità che l'organizzazione ha prodotto nei confronti dei propri portatori di interesse e che diano al lettore la precisa visione della realizzazione di quanto enunciato.

Vengono di seguito riportati alcuni indicatori relativi ai portatori di interessi interni ed esterni ritenuti fondamentali almeno per quanto riguarda l'attuale edizione del Bilancio Sociale.

Lavoratori soci e non soci

Per quanto concerne i portatori di interesse interni, l'Ente non ha dipendenti a libro paga.

Informazioni sui Volontari/Tirocinanti

L'Ente, nel corso dell'esercizio che si è appena concluso, si è avvalso della collaborazione di un gruppo di Volontari e di Tirocinanti, quest'ultimi in forza delle specifiche Convenzioni stipulate con gli Enti di Formazione.

Fruitori dei servizi

La percentuale di fruitori è un indicatore che rappresenta il numero di soggetti che hanno beneficiato dei servizi offerti dall'organizzazione. Nel 2024, l'ente ha registrato i seguenti risultati:

- **6000 visitatori** accolti presso le Stufe di San Calogero;
- **1024 ospiti** coinvolti in esperienze pratiche e formative;
- Vendita di **187 prodotti** come gadget e cadeaux agli ospiti;
- Vendita di **61 percorsi guidati** per i visitatori;
- **1233 alunni** accolti per attività didattiche;
- Vendita di **487 servizi turistici** agli ospiti;
- **128 ospiti** accoglienti per eventi aziendali, provenienti da 6 aziende dei soci prenotate, per un totale di **288 pasti serviti**
- Organizzazione di **18 giornate di accoglienza**;
- **2850 turisti** accolti per informazioni sulla cooperativa, grazie alla visibilità ottenuta sui media e social, e al passaparola, con elevato grado di soddisfazione per l'accoglienza ricevuta;
- Utilizzo della sede da parte di **100 persone** (associazioni partner e loro soci) per riunioni, che la considerano una "casa comune".

Operator Economici

La cooperativa ha avuto un impatto positivo sugli operatori economici della rete sotto vari aspetti:

- **Sostenibilità socio-economica**: creazione di nuovi guadagni per strutture ricettive e attività di ristorazione;
- Nuove opportunità di guadagno per i **fornitori di esperienze**;
- Aumento della **promozione del territorio**, con partecipazione a tutti gli eventi elencati nella sezione delle attività svolte;
- Creazione di un clima di **collaborazione tra gli imprenditori della ricettività**, come dimostrato dall'esempio del gruppo di smartworkers di maggio, dove gli operatori hanno collaborato nel gestire il check-in per colleghi in difficoltà;
- I soci sono riusciti a creare un **ecosistema collaborativo**, dove ognuno contribuisce al benessere collettivo;
- Creazione di **prodotti e servizi turistici** in modo collaborativo, eliminando la frammentazione precedente che rendeva difficoltosa la fruizione;
- L'accoglienza di **turisti stranieri** ha permesso l'impiego di traduttori di diverse lingue, contribuendo a una **retribuzione per 51 esperienze** complessive.

Impatto Social Media

Nel 2024, la cooperativa ha avuto un impatto significativo sui social media, con i seguenti risultati:

- **231.493 persone raggiunte su Facebook**: Questo dato include la copertura di contenuti organici e a pagamento,

tra cui post, storie e inserzioni. Inoltre, considera la copertura derivante da tag, registrazioni, visite alla pagina o al profilo. L'incremento rispetto ai 365 giorni precedenti è stato del **+240,7%**;

- **51.991 persone raggiunte su Instagram:** La copertura dei contenuti, sia organici che sponsorizzati, è cresciuta del **+95,2%** rispetto all'anno precedente.

Reti territoriali

L'Ente ha collaborato con enti pubblici e privati nel territorio presso il quale opera.

Nello specifico per il 2024 l'ente ha collaborato con:

- la Regione Siciliana e le Terme di Sciacca SpA per l'apertura delle Stufe di San Calogero, a scopo culturale e turistico, sino al mese di ottobre;
- Terzo Ordine Regolare Francescani per la fruizione della Grotta di San Calogero;
- Diverse associazioni che hanno un protocollo d'intesa con la Cooperativa;
- LILT Lega Italiana per la lotta contro i tumori Associaz. prov. di Agrigento;
- Skené Academy di Sciacca;
- L'Altra Sciacca;
- Comune di Sciacca;
- Plasticfree Onlus;
- Associazione Des Disciples D'auguste Escoffier International, Delegazione Di Sicila-(A.D.E.S.)
- Ass. Mare Vivo Italia in occasione del progetto Ambiente Giovani
- per il progetto Be.CULTOUR:
 - CNR, Consiglio Nazionale delle Ricerche, Italia,
 - ERRIN, European Regions Research and Innovation Network, Belgio,
 - ICLEI, ICLEI European Secretariat GmbH, Germania,
 - INI, Iniziativa Cube Srl, Italia,
 - UU, Uppsala Universitet, Svezia,
 - ICHEC, Haute École ICHEC - ECAM - ISFSC, Belgio,
 - OUNL, Open Universiteit Nederland, Paesi Bassi,
 - APT-BAS, Agenzia di Promozione Territoriale della Basilicata, Italia,
 - PGT, Diputación Provincial de Teruel, Spagna,
 - ANETEL, Anaptyxiaki Etaireia Eparchion Larnakas - Ammochostou Ltd, Cipro,
 - LAONA, Idryma Laona gia tin Anaviosi kai Prostasia tis Kypriakis Yp., Cipro,
 - VGR, Västra Götalands Regionen, Svezia,
 - SCTM, Stalna Konferencija Gradova i Opstina, Serbia,
 - NERDA, Agentia pentru Dezvoltare Regionala Nord-Est, Romania,
 - VEM, Asociatia Obsteasca Verde e Moldova, Moldova,
 - UNINA, Università di Napoli Federico II, Italia.

Informativa tempi di pagamento tra imprese ex art. 22 del D.L. 34/2019 ("Decreto crescita")

L'informativa prevista dall'art. 7-ter del D.Lgs. n. 231/2002 (recante "Attuazione della direttiva 2000/35/CE e relativa alla lotta contro i ritardi di pagamento nelle transazioni commerciali), aggiunta dall'art. 22 del D.L. 34/2019 ("Decreto crescita") non viene fornita in quanto l'organo amministrativo ritiene non significativi i tempi medi di pagamento delle transazioni.

Dimensione economica e patrimoniale

Ogni dato quantitativo nel presente bilancio sociale, salvo quanto diversamente specificato, è espresso in unità di euro.

Principali dati economici

Per la riclassificazione degli schemi di bilancio si fa riferimento agli standard elaborati dalla Centrale dei Bilanci (Gruppo Cerved), partner più che affidabile per il sistema bancario italiano ai fini dell'analisi economico - finanziaria, per la valutazione del rischio di credito e per la consulenza allo sviluppo dei sistemi di rating.

I valori economici riportati nella tabella sottostante sono riclassificati secondo il criterio del "valore aggiunto" proposto dalla Centrale Bilanci e confrontati con l'esercizio precedente.

Riclassificazione Conto Economico Centrale Bilanci

	Valore esercizio corrente	Valore esercizio precedente	Variazione
GESTIONE OPERATIVA			
Ricavi netti di vendita	69.619	56.684	12.935
Contributi in conto esercizio	25.034	2.735	22.299
Valore della Produzione	94.653	59.419	35.234
Acquisti netti	29.193	34.132	-4.939
Costi per servizi e godimento beni di terzi	58.867	43.783	15.084
Valore Aggiunto Operativo	6.593	-18.496	25.089
Costo del lavoro	42	15.030	-14.988
Margine Operativo Lordo (M.O.L. - EBITDA)	6.551	-33.526	40.077
Ammortamento Immobilizzazioni Materiali	11.841	11.396	445
Margine Operativo Netto (M.O.N.)	-5.290	-44.922	39.632
GESTIONE ACCESSORIA			
Altri Ricavi Accessori Diversi	28.174	60.381	-32.207
Oneri Accessori Diversi	3.084	6.410	-3.326
Saldo Ricavi/Oneri Diversi	25.090	53.971	-28.881
Ammortamento Immobilizzazioni Immateriali	11.957	11.832	125
Risultato Ante Gestione Finanziaria	7.843	-2.783	10.626
GESTIONE FINANZIARIA			
Risultato Ante Oneri finanziari (EBIT)	7.843	-2.783	10.626
Oneri finanziari	192	322	-130
Risultato Ordinario Ante Imposte	7.651	-3.105	10.756
GESTIONE TRIBUTARIA			
Imposte nette correnti	620	544	76
Risultato netto d'esercizio	7.031	-3.649	10.680

Con il Bilancio Sociale si intende "render conto" (accountability) di come l'organizzazione, che vive ed opera in un contesto di Relazione Sociale, "redistribuisce" appunto al micro-cosmo che la circonda, il valore aggiunto economico (differenza tra ricavi e costi), che diventa "ricchezza prodotta e distribuita" ad una serie di portatori di interesse.

Si parte quindi dai Lavoratori, soci e non, dipendenti ed occasionali e volontari, che da attori di produzione di ricchezza, ne diventano in seguito anche destinatari elettivi, attraverso la corresponsione degli emolumenti (stipendi, trattamenti economici previdenziali, liquidazione del TFR, rimborsi spese etc.).

La banca e le spese a lei riconosciute per rapporti di conto corrente, mutuo, fido, ecc. affluiscono alla categoria Finanziatori.

Fino ad arrivare, alla fine, dopo questa distribuzione, ad un risultato che se positivo, rappresenta un utile e quindi un aumento di riserve patrimoniali in capo all'Ente, se negativo, non si realizza una ricchezza economica, che invece deve attingere a quelle accumulate negli anni precedenti ed immagazzinate nelle riserve.

Attività di raccolta fondi

La nostra organizzazione non si avvale dell'attività di raccolta fondi o comunque l'impatto non è significativo, per questo motivo non vengono fornite informazioni circa le risorse raccolte e sulla destinazione delle stesse.

Principali dati patrimoniali

Si espone di seguito la riclassificazione dello Stato patrimoniale secondo il criterio "finanziario" proposto dalla Centrale Bilanci, comparata con l'esercizio precedente:

Riclassificazione Stato Patrimoniale Centrale Bilanci

	Valore esercizio corrente	Valore esercizio precedente	Variazione
ATTIVO			
Attivo Immobilizzato			
Immobilizzazioni Immateriali	12.554	24.009	-11.455
Immobilizzazioni Materiali nette	24.760	36.051	-11.291
Attivo Finanziario Immobilizzato			
Crediti Diversi oltre l'esercizio	16.400	0	16.400
Totale Attivo Finanziario Immobilizzato	16.400	0	16.400
AI) Totale Attivo Immobilizzato	53.714	60.060	-6.346
Attivo Corrente			
Crediti commerciali entro l'esercizio	11.099	-6.113	17.212
Crediti diversi entro l'esercizio	3.305	10.051	-6.746
Disponibilità Liquide	29.321	20.140	9.181
Liquidità	43.725	24.078	19.647
AC) Totale Attivo Corrente	43.725	24.078	19.647
AT) Totale Attivo	97.439	84.138	13.301
PASSIVO			
Patrimonio Netto			
Capitale Sociale	16.665	16.665	0
Versamenti Soci ancora dovuti	1.000	1.000	0
Capitale Versato	15.665	15.665	0
Riserve Nette	-10.648	-6.998	-3.650
Utile (perdita) dell'esercizio	7.032	-3.650	10.682
Risultato dell'Esercizio a Riserva	7.032	-3.650	10.682
PN) Patrimonio Netto	12.049	5.017	7.032
CP) Capitali Permanenti	12.049	5.017	7.032
Debiti Commerciali entro l'esercizio	7.399	13.000	-5.601
Debiti Tributarî e Fondo Imposte entro l'esercizio	7.900	-114	8.014
Debiti Diversi entro l'esercizio	3.967	1.413	2.554
Altre Passività	66.124	64.822	1.302
PC) Passivo Corrente	85.390	79.121	6.269
NP) Totale Netto e Passivo	97.439	84.138	13.301

Dallo Stato Patrimoniale emerge la solidità patrimoniale dell'Ente, ossia la sua capacità di mantenere l'equilibrio finanziario nel medio-lungo termine. A migliore descrizione della solidità patrimoniale si riportano nelle seguenti tabelle alcuni indici e margini attinenti sia alle modalità di finanziamento degli impieghi a medio/lungo termine che alla composizione delle fonti di finanziamento, confrontati con l'esercizio precedente.

Indici di Struttura Finanziaria

	Esercizio corrente	Esercizio precedente	Variazio ne	Intervallo di positivit à
Grado di capitalizzazione (%)	0,00	0,00	0,00	> 100%
Tasso di intensità dell'indebitamento finanziario (%)	0,00	0,00	0,00	< 100%
Tasso di incidenza dei debiti finanziari a breve termine (%)	0,00	0,00	0,00	> 0, < 50%
Tasso di copertura degli oneri finanziari (%)	2,93	-0,96	3,89	
Tasso di copertura delle immobilizzazioni tecniche (%)	48,66	13,92	34,74	> 100%
Tasso di copertura delle attività immobilizzate (%)	22,43	8,35	14,08	> 100%

Margini patrimoniali

	Esercizio corrente	Esercizio precedente	Variazione	Intervallo di positivit à
Capitale circolante netto finanziario (CCnf)	-41.665,00	-55.043,00	13.378,00	> 0
Capitale circolante netto commerciale (CCNc)	-62.424,00	-83.935,00	21.511,00	> 0
Saldo di liquidità	43.725,00	24.078,00	19.647,00	> 0
Margine di tesoreria (MT)	-41.665,00	-55.043,00	13.378,00	> 0
Margine di struttura (MS)	-41.665,00	-55.043,00	13.378,00	
Patrimonio netto tangibile	-505,00	-18.992,00	18.487,00	

Indici di Liquidità

	Esercizi o corrent e	Esercizio precedent e	ariazio n	Intervallo di positivit à
Quoziente di liquidità corrente - Current ratio (%)	51,21	30,43	20,78	> 2
Quoziente di tesoreria - Acid test ratio (%)	51,21	30,43	20,78	> 1
Capitale circolante commerciale (CCC)	11.099,00	-6.113,00	7.212,0	
Capitale investito netto (CIN)	48.413,00	53.947,00	5.534,0	
Indice di durata dei crediti commerciali	58,19	-39,36	97,55	

Indice di durata dei debiti commerciali	30,67	60,90	-30,23	
Tasso di intensità dell'attivo corrente	0,63	0,42	0,21	< 1

Informazioni attinenti all'ambiente

Si ravvisa che la questione ambientale è una realtà globale che coinvolge persone, organizzazioni ed istituzioni in tutto il mondo, per questo motivo COOPERATIVA DI COMUNITA'IDENTITA E BELLEZZA IMP. SOCIALE è convinta che a fare la differenza sia il contributo personale che ognuno è in grado di offrire attraverso semplici gesti quotidiani che riducono i consumi energetici senza pregiudicare la qualità della vita. Questo si traduce in un'attenta progettazione, una corretta gestione delle risorse e dei processi, un controllo continuo anche tramite il coinvolgimento dei propri dipendenti. Tenuto conto del ruolo sociale che l'Ente possiede si ritiene opportuno fornire le seguenti informazioni attinenti all'ambiente.

Si ravvisa che l'Ente non ha accesso diretto alle informazioni circa il proprio impatto ambientale.

Nel corso dell'esercizio la nostra organizzazione non ha effettuato significativi investimenti in materia ambientale.

Certificazioni ottenute

Nonostante l'impegno profuso dall'Ente a difesa dell'ambiente non sono state rilasciate certificazioni ambientali da parte delle autorità competenti.

Soggetti finanziatori

L'Ente non ha intrattenuto rapporti di natura finanziaria nel corso dell'esercizio nè con istituti di credito nè con enti pubblici tramite bandi e dispositivi di legge.

Informazioni relative ai rischi e alle incertezze

L'Ente è esposto a rischi ed incertezze esterne, derivanti da fattori esogeni connessi al contesto macroeconomico generale o specifico del settore operativo in cui vengono sviluppate le attività, ai mercati finanziari, all'evoluzione del quadro normativo nonché ai rischi derivanti da scelte strategiche e legati a processi evolutivi di gestione. Il Risk Management ha l'obiettivo di assicurare l'organicità della gestione dei rischi da parte delle diverse unità organizzative nelle quali la società è articolata.

Di seguito si illustrano le principali aree di rischio suddivise fra rischi strategici (a titolo esemplificativo, si fa riferimento al contesto esterno e di mercato, alla competizione, all'innovazione, alla reputazione, allo sviluppo in mercati emergenti, ai rischi legati alle risorse umane), operativi (interruzione dell'attività, fattore lavoro), qualità, salute, sicurezza, ambiente, liquidità e di credito, con particolare enfasi dedicata alla diffusione mondiale dell'epidemia COVID-19 avvenuta nei primi mesi dell'anno 2020.

I rischi sono stati ponderati in relazione alla loro significatività.

Rischi strategici e operativi

Ad ora non si segnalano particolari rischi se non la necessità di procedere ad una oculata previsione di recupero delle risorse finanziarie necessarie al mantenimento della struttura organizzativa e materiale della Cooperativa.

Si evidenzia infine che, in questo tipo di struttura cooperativa molto peculiare, molto ampia e senza altri paragoni in Italia, la capacità operativa è fortemente influenzata dalla qualità della motivazione e dalla coesione dei soci. Ciò significa che importanti risorse e grande attenzione devono essere riservate a questo specifico livello di vita del progetto per evitare che si creino fratture o disaffezioni ma, altresì, che il processo di crescita veda sempre un forte coinvolgimento delle diverse

anime della comunità.

Rischi di liquidità

Il rischio di liquidità è associato alla capacità di soddisfare gli impegni derivanti dalle passività finanziarie assunte dall'Ente. Una gestione prudente originata dalla normale operatività implica il mantenimento di un adeguato livello di disponibilità liquide e di fondi ottenibili mediante un adeguato ammontare di linee di credito. L'obiettivo è di porre in essere una struttura finanziaria che garantisca un livello di liquidità adeguato, mantenendo un equilibrio in termini di durata e di composizione del debito.

Rischi di credito

Il rischio di credito rappresenta l'esposizione a potenziali perdite derivanti dal mancato adempimento delle obbligazioni assunte dalle controparti sia commerciali che finanziarie.

Contenziosi e controversie in corso

Non si segnalano contenziosi o controversie in corso d'anno.

Prospettive future

Gli obiettivi a medio-breve termine del nostro Ente COOPERATIVA DI COMUNITA'IDENTITA E BELLEZZA IMPRESA SOCIALE possono essere brevemente riassunti nei punti seguenti:

Cura dell'accoglienza

L'azione della cooperativa continuerà ad essere mirata al miglioramento dell'accoglienza sul territorio attraverso la crescita in termini sia di qualità che di inclusività per tutti i servizi offerti dalla cooperativa e dai suoi soci. L'integrazione delle diverse forme di accoglienza e l'esperienza friction-less sono obiettivi chiave da raggiungere.

Narrazione identitaria

Il racconto delle identità che caratterizzano il nostro territorio è un elemento distintivo del nostro operato fin dalla nascita della cooperativa. Si continuerà pertanto a portare avanti i seguenti progetti:

- narrazione nelle strutture alberghiere, extralberghiere e nella ristorazione;
- creazione di nuove esperienze per "far vivere" le nostre identità ai cittadini temporanei;
- creazione di nuove audioguide;
- implementazione di progetti di narrazione identitaria nelle scuole.

Coesione sociale

L'operato della cooperativa continuerà ad essere volto al rafforzamento della comunità rendendola sempre più coesa e accrescendo il numero di soci, associazioni, categorie e reti che ne fanno parte.

Continuando inoltre a portare avanti progetti intersettoriali intendiamo facilitare le connessioni e incrementarle per riflettere sempre di più la complessità che caratterizza la nostra realtà e integrare l'agire dei singoli in una visione ecosistemica.

Difesa dell'ambiente

La forte rete che include, direttamente o indirettamente, una larga parte della popolazione, è la migliore garanzia di un turismo responsabile. Questo perché l'impatto sulla popolazione locale, sul sistema sociale e sull'equilibrio identitario non è influenzato da elementi esterni ma gestito dalla stessa comunità. Il rispetto dell'ambiente come Progetto Partecipato e Condiviso per un'Economia dell'Identità e della Bellezza.

Risorsa strategica che deve durare nel tempo, con l'uso responsabile delle risorse in un territorio dove etica e profitto non sono più in conflitto. Per questo continueremo a perseguire uno sviluppo sostenibile attraverso la continuazione del processo di sostituzione della plastica e l'utilizzo di prodotti locali in B&B, ristoranti, bar ed esperienze.

Innovazione

Puntiamo a rendere sempre più efficiente e dinamica la nostra piattaforma di comunità e ad incrementare attraverso l'innovazione tecnologica e dei processi il tracciamento degli impatti sociali, culturali, economici e ambientale che la cooperativa ha sul territorio.

Area Progettazione

Consideriamo la progettazione non mera "arte dello scrivere" ma strumento per dare voce ai bisogni delle persone. Riteniamo importante potenziare quest'area composta da figure competenti nel campo della progettazione, della ricerca e dell'innovazione. Crediamo nella necessità di lavorare su percorsi capaci di attivare fonti di finanziamento integrative a quelle delle Pubbliche Amministrazioni per la salvaguardia dei servizi esistenti e la possibilità di sperimentare servizi innovativi, capaci di rispondere ai nuovi bisogni delle persone e della società attuale. In tutto ciò riteniamo necessario consolidare le reti e le appartenenze esistenti e tesserne di nuove, a livello locale e nazionale, che ci consentano la partecipazione a progettazioni sia locali che nazionali.

Qualità

Ribadiamo il nostro impegno a sostenere la Qualità nel lavoro sociale a difesa dei diritti di cittadinanza delle persone che si rivolgono ai servizi: in quest'ottica riteniamo importante proseguire sulla strada della semplificazione e differenziazione degli strumenti per l'accesso ai servizi (Carta dei Servizi) e di rendicontazione del lavoro svolto (Bilancio Sociale) affinché possano essere maggiormente compresi dai cittadini a cui intendiamo rivolgerci. Intendiamo inoltre continuare a impegnarci affinché il Sistema di Gestione della qualità continui a radicarsi come prassi nella quotidianità del nostro lavoro e che in questo possa rispondere non solo a standard di efficacia ma soprattutto di efficienza.

Area Formazione

Emerge sempre di più la centralità dell'azione formativa e il suo ruolo di strumento attivo e di supporto dei processi di innovazione: ciò che maggiormente interessa promuovere attraverso la formazione, oltre che le conoscenze e le abilità operative, è la capacità strategica degli attori a orientarsi nei contesti in cui operano avendo come punto di riferimento la dimensione del cambiamento.

Ci impegniamo a implementare momenti formativi che oltre a essere professionalizzanti ci aiutino a trovare il senso di lavorare nel sociale con passione; ci sentiamo chiamati a riscrivere la grammatica del vivere insieme all'interno della nostra organizzazione, con i nostri committenti e i destinatari dei servizi, valorizzando le domande comuni perché la flessibilità oggi attraversa ciascuno di noi.

Appartenenze

Saremo impegnati per tutelare la dignità professionale e le condizioni contrattuali dei lavoratori del terzo settore, tutelare la funzione sociale e la solidità economica e finanziaria delle organizzazioni del lavoro sociale del terzo settore, promuovere, diffondere e migliorare la cultura partecipativa e gli strumenti di gestione dell'associazionismo.

Il futuro del bilancio sociale

Rispetto alla prossima edizione del bilancio sociale il nostro Ente si propone alcune azioni specifiche: siamo consapevoli e ci impegniamo a progettare nuovi servizi e innovare quelli esistenti nell'ottica di un continuo lavoro nei e con i territori in cui operiamo, in un'ottica di valorizzazione e autodeterminazione delle persone e con un coinvolgimento sempre maggiore della base sociale e degli operatori che sono a stretto contatto con i destinatari dei nostri servizi e dei nuovi bisogni che questi esprimono. Crediamo che sempre di più il lavoro sociale vada interpretato in un'ottica relazionale laddove i destinatari dei servizi sono maggiormente protagonisti dei propri percorsi evolutivi. Crediamo nella metodologia della ricerca, azione che ha contraddistinto l'Ente COOPERATIVA DI COMUNITA'IDENTITA E BELLEZZA IMP. SOCIALE fin dalla sua nascita come modalità efficace e generativa; in tal senso è necessaria un'organizzazione capace di flessibilità, creatività e capace di modellarsi alle nuove richieste.

Il presente Bilancio Sociale è stato approvato dall'organo competente dell'Ente e verrà depositato presso il Registro Imprese e sarà pubblicato nel sito internet dell'Ente stesso.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione
ANTONINO FRANCESCO RUSSO

Il sottoscritto delegato DOTT. LUCA TURTURICI, ai sensi dell'art. 31 comma
2-quinquies della Legge 340/2000, dichiara che il presente documento è conforme all'originale depositato presso l'Ente.