

BILANCIO SOCIALE



2021



*Dopo la salute viene ancora la salute e la
difesa del lavoro. In questo documento
abbiamo riassunto il nostro secondo anno di
pandemia e nono anno di vita della
Cooperativa.*

Siamo stanchi, vivi e sempre sul "pezzo"!

Indice

1. Premessa	5
1.1 Lettera agli stakeholder	5
1.2 Metodologia	6
1.3 Modalità di comunicazione	6
1.4 Riferimenti normativi	6
2. Identità dell'organizzazione	7
2.1 Informazioni generali	7
2.2 Attività svolte	9
2.3 Territorio di riferimento	13
2.4 Missione	14
2.5 Storia	17
3. Governo e strategie	18
3.1 Tipologia di governo	18
3.2 Organi di controllo	19
3.3 Struttura di governo	19
3.4 Processi decisionali e di controllo	19
3.4.1 Struttura organizzativa	19
4. Portatori di interessi	20
5 composizione della base sociale	22
5.1 Lavoratori	22
Tipologie, consistenza e composizione del personale (retribuito o volontario)	22
Attività di formazione e valorizzazione realizzate	25
Contratto di lavoro applicato ai lavoratori	25
6. situazione economica – finanziaria	26

7. Provenienza delle risorse economiche con separata indicazione dei contributi pubblici e privati	26
13. Capacità di diversificare i committenti	28
15. Prospettive future	29

1. PREMESSA

1.1 Lettera agli stakeholder

Il sesto bilancio sociale della nostra Cooperativa cade nel secondo anno di pandemia, in una condizione generale di grande stanchezza e crisi economica.

Il PNRR genera uno sfondo di speranza con delle importanti opportunità di tipo aziendale.

Nel nostro caso affrontiamo la sfida del mercato e dei tempi con grande determinazione.

Abbiamo confermato ancora per quest'anno la nostra mission perché oltre la tutela della salute è diventato fondamentale la tutela del lavoro che diventa merce rara e preziosa in una situazione congiunturale come quella che si è definita. Il prolungamento della pandemia da Covid 19 con le relative restrizioni, sebbene in forma minoritaria rispetto all'anno 2020, hanno comunque inciso sia sul fronte economico che sul fronte del benessere delle persone. L'anno 2021 è all'insegna della conferma delle business unit, ambiti nei quali si sviluppa l'attività della cooperativa sociale e il progetto dei Musei Digitali Diffusi del ciclismo lascia il testimone ad un nuovo progetto il Museo dell'Olio su un territorio distante da noi, la terra di Calabria tra la Locride e l'Aspromonte dove piccoli produttori e coltivatori conferiscono l'oro giallo per farlo diventare un prodotto di straordinario valore e sapore. L'anno 2021 si è svolto all'insegna del coraggio e della determinazione e abbiamo messo le basi per poter affrontare un 2022 di grande interesse, sebbene l'inizio dell'anno è stato segnato dal conflitto generato dall'invasione russa nel territorio ucraino mettendoci nelle condizioni di essere sgomenti per l'accaduto e di nuovo in campo per una sfida e una nuova crisi.

Patrizia Chiacchio

La Presidente del Consiglio di Amministrazione

1.2 Metodologia

Il Bilancio Sociale predisposto dal responsabile amministrativo è poi sottoposto al vaglio dell'assemblea dei soci. Sono stati valutati i documenti relativi allo svolgimento dell'attività della società: bilancio dell'esercizio 2021 con la relativa nota integrativa, regolamento interno e contratti di lavoro, certificati dei soci svantaggiati e altra documentazione varia. Le fasi di elaborazione della versione finale possono quindi essere indicate come segue: organizzazione del lavoro, analisi, raccolta dei dati, osservazione dei principali dettami normativi, redazione e comunicazione finale del progetto.

1.3 Modalità di comunicazione

Il presente bilancio sociale è stato diffuso attraverso i seguenti canali:

- Assemblea dei soci

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 Regionale Emilia Romagna n°12 del 17 luglio 2014, delibera Giunta Regionale Emilia Romagna n°2113 del 21 dicembre 2015 e determinazione Giunta Regionale Emilia Romagna n°13930 del 28 ottobre 2016

Il presente bilancio sociale è stato presentato e condiviso nell'assemblea dei soci che ne ha deliberato l'approvazione.

2. IDENTITÀ DELL'ORGANIZZAZIONE

2.1 Informazioni generali

Di seguito viene presentata la carta d'identità dell'organizzazione al 31/12/2021

Denominazione	<i>Len Service Società cooperativa sociale a r.l. onlus</i>
Acronimo	<i>LEN SERVICE</i>
Indirizzo sede legale	<i>Via golfo dei poeti 1/a 43126 PARMA - PARMA</i>
Indirizzo sedi operative	
Forma giuridica e modello di riferimento	<i>S.r.l. Cooperativa</i>
Eventuali trasformazioni avvenute nel tempo	
Tipologia	<i>Coop. B</i>
Data di costituzione	<i>01/02/2012</i>
CF	<i>02639460340</i>
p.iva	<i>02639460340</i>
N° iscrizione Albo Nazionale società cooperative	<i>A218295</i>
N° iscrizione Albo Regionale cooperative sociali	<i>938</i>
Tel	<i>0521038441</i>
Fax	<i>0521038399</i>
Sito internet	<i>www.lenservice.it</i>
Email	<i>info@lenservice.it</i>
PEC	<i>lenservice@pec.it</i>
Qualifica impresa sociale (ai sensi della	<i>no</i>

L.118/05 e succ. d.lgs. 155/06)	
Appartenenza a reti associative	
Adesione a consorzi di cooperative	
Altre partecipazioni e quote	Confcooperative
Codice ateco	88.99

*Secondo quanto riportato nello statuto, l'oggetto sociale della cooperativa è il seguente:
Len Service Società cooperativa sociale a r.l. onlus si configura come cooperativa sociale di tipologia B, in quanto rivolta alla riqualificazione e al reinserimento nel mondo del lavoro di soggetti cosiddetti svantaggiati.*

*Secondo quanto riportato nello statuto, l'oggetto sociale della cooperativa è il seguente:
"La cooperativa intende perseguire l'interesse generale della comunità alla promozione umana ed alla integrazione sociale dei cittadini; fornire opportunità occupazionali e professionali ai propri soci e promuovere occasioni di lavoro anche per persone svantaggiate; favorire attraverso i principi della mutualità la realizzazione delle rispettive capacità ed attitudini lavorative, la partecipazione volontaria alle attività ed alla gestione dell'impresa sociale, il coinvolgimento nella gestione del progetto sociale di coloro che fruiscono dei benefici e dei servizi prodotti, nonché di coloro che, senza partecipare direttamente all'attività o senza goderne in alcun modo i vantaggi, intendano sostenerla da un punto di vista imprenditoriale ed economico; concorrere alla costruzione di politiche sociali ed economiche più eque e partecipative. Inoltre, la cooperativa intende muoversi all'in-terno del mercato con qualunque altra impresa collaborando con altre aziende, anche profit, affinché le persone svantaggiate coinvolte possano confrontarsi con il mondo del lavoro."*

2.2 Attività svolte

Di seguito viene presentata una sintesi delle attività svolte dalla LEN SERVICE:

1- SDB 2021

Si è svolta quindicesima edizione del Master in comunicazione Digitale, Web marketing e Social Media Management, percorso didattico completamente on line della durata di 6 mesi. L'obiettivo del master è sviluppare le competenze digitali attraverso una panoramica delle logiche e degli strumenti della comunicazione e della comunicazione online.

2 - Musei Digitali Diffusi

Il Museo Digitale Diffuso dell'Olio

Proseguono le attività legate ai musei digitali: nel 2021 ci siamo spostati verso nuovi territori ed argomenti, in particolare parliamo di Calabria e di enogastronomia, più precisamente di "olio".

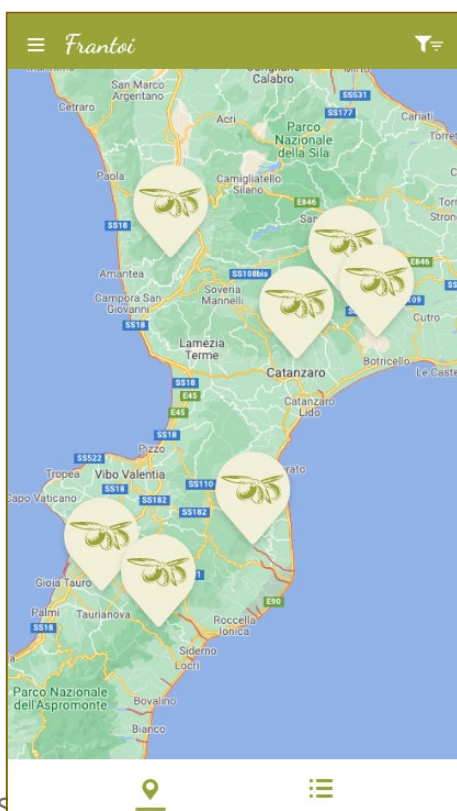
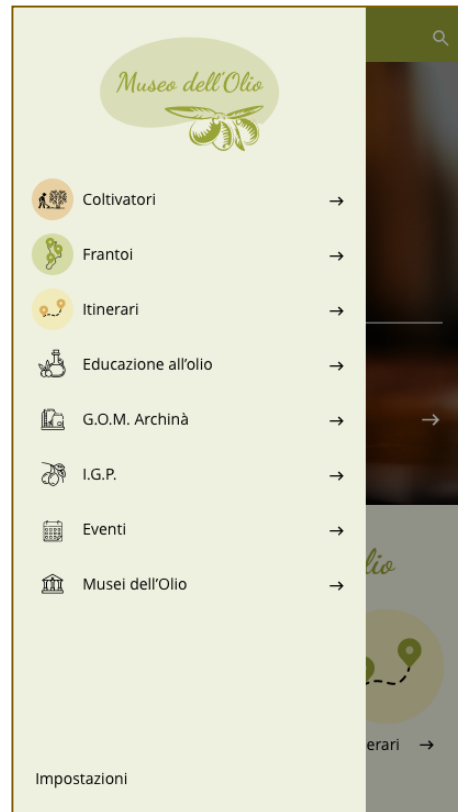
Il museo digitale nasce dall'esigenza di una importante realtà produttiva calabrese, Gruppo Oleario Meridionale – Archinà, di contribuire alla diffusione della cultura dell'olio attraverso il racconto su materie prime, coltivazioni, lavorazioni, tradizioni e, in generale, il terroir che caratterizza questa regione.

Attraverso l'olio, le persone e le aziende si vuole promuovere tutto il territorio utilizzando uno strumento digitale che permetta di muoversi in libertà ed esplorare fisicamente e metaforicamente la Calabria.

Abbiamo pensato quindi di organizzare i contenuti in due grandi "filoni":

1. Ciò che è legato all'olio: olive, coltivazioni, raccolta, lavorazioni, conservazione, simbologia, ricette e abbinamenti. È prevista anche una sezione per il marchio IGP in previsione del riconoscimento del marchio di qualità da parte dell'Unione Europea
2. Ciò che è legato alle attività turistiche e di esplorazione del territorio: suggerimenti di itinerari e news ed eventi del territorio

A titolo di esempio inseriamo di seguito alcune schermate principali dell'app "Museo Digitale Diffuso dell'Olio – Archinà:



Il Museo Digitale Diffuso Oasi delle Pievi: la promozione televisiva del progetto e del territorio parmense

Per rilanciare il progetto di Oasi delle Pievi abbiamo realizzato quattro video-documentari che sono stati trasmessi da diverse reti televisive locali in tutta Italia.

Prima puntata - introduzione

Dal centro di Parma, capoluogo della Provincia, ci arrampichiamo verso l'Appennino: sono presentate la pieve di Madregolo, immersa nel verde del Parco del fiume Taro, la pieve di Talignano, con una rarissima rappresentazione di psicostasia, e l'Oasi di Cronovilla, nell'Ottocento sede di una fabbrica di orologi per campanili; infine, la pieve di Cozzano citata in un documento del 1005.



Seconda puntata – il territorio della Bassa parmense

Alla scoperta della Bassa parmense partendo dalla pieve di Castelnovo, il cui campanile è in realtà una antica torre; seconda tappa il paese di Gainago nella cui pieve è conservato

un raro esempio di pittura romanica. Poco distante il paese di Colorno, con il suo duomo ed i giardini della Reggia di Maria Luigia oggi sede della scuola di cucina ALMA di Gualtiero Marchesi. Ultima tappa l'Oasi di Torrile, un tempo cava di ghiaia, adesso luogo protetto per molte specie di uccelli.

Terza puntata – la zona collinare

Si vanno ad esplorare le colline che circondano Parma: luoghi di produzione e stagionatura del Prosciutto Crudo DOP, del Parmigiano Reggiano DOP e dei Vini dei Colli, luoghi di storia e tradizioni. Qui abbiamo visitato la piccola pieve che sorge a fianco del castello di Torrechiara. Poco distante dal castello il centro abitato di Arola, con due pievi, quella più antica, di cui restano poche pietre, e la più recente, quella utilizzata tutt'oggi. Attraversiamo il torrente Parma per arrivare nel Comune di Lesignano de' Bagni dove troviamo la pieve ed il parco dei vulcanelli di fango, i Barboj.

Quarta puntata – l'Appennino

Puntata dedicata alla montagna: la pieve di Scurano, citata in un documento del 991, poi la pieve di Moragnano, con le particolari scritte incise sui muri esterni e il vicino Parco del Monte Fusso con i suoi cervi, daini e mufloni. Per concludere la pieve di Tizzano, edificio voluto dalla contessa Matilde di Canossa.

Nella tabella sottostante le reti che hanno trasmesso i video-documentari.

RETE TELEVISIVA	CANALI	AREA GEOGRAFICA
Telechiara	canale 14	Veneto
		Friuli Venezia Giulia
	canale 74	Trento
		Bolzano
	canale 604	Verona
		Lago di Garda
		Brescia
		Mantova
	streaming da sito	www.telechiara.it
Associazione Corallo Sat	Associazione di Tv e radio legate alla CEI	Tutta Italia - 32 emittenti [vedi elenco da documento]
Icaro Tv	canale 91	Rimini
Mediterranea TV		Puglia
		Basilicata
Telemare TV		Fiuli Venezia Giulia
Telemia		Calabria
Gruppo TV	canale 65	ALMA TV [Alice e Marcopolo]
TLT Molise		Molise
Tele Occidente	canale 73	Palermo e Trapani
Videotelecarnia	streaming da sito	
CiakTelesud + TVA		Paternò e Adrano
Tele Video Adrano		
Rete 55 Evolution		Gornate Olona VA - Lombardia
82 Piemonte		
113 Lombardia		

2.3 Territorio di riferimento

Il radicamento territoriale è da intendere come capacità di leggere e interpretare il territorio, ricercando un legame organico con la comunità locale e costanti rapporti con cittadini, gruppi sociali e istituzioni, per valorizzare le potenzialità della collettività e per fronteggiare i bisogni, anche latenti, dei cittadini, in particolare dei più deboli e delle persone svantaggiate.

La presenza ed il coinvolgimento nella base sociale di abitanti del territorio in cui si è radicati e si opera, consente all'impresa cooperativa di rispondere meglio ai bisogni della comunità territoriale e conseguentemente di porre in essere le necessarie misure solidaristiche e imprenditoriali, effettuando coerenti investimenti economici e sociali.

Il radicamento territoriale però non chiude la vision della cooperativa sociale entro confini esclusivamente localistici

2.4 Missione

La cooperativa *LEN SERVICE*, in accordo con la legge 381/91, si propone le seguenti **finalità istituzionali**:

- *Lo svolgimento di attività diverse finalizzate all'inserimento lavorativo di persone svantaggiate*

La cooperativa, nell'anno in corso, ha deciso di attuare le sue finalità istituzionali attraverso:

La cooperativa Len Service Società cooperativa sociale a r.l. onlus, in accordo con la legge 381/91, si propone le seguenti finalità istituzionali: Lo svolgimento di attività diverse finalizzate all'inserimento lavorativo di persone svantaggiate. I percorsi di inserimento lavorativo vengono realizzati all'interno dei servizi svolti dalla cooperativa che si possono suddividere in 4 ambiti: 1- LEN Service elaborazione informatica dei dati e servizi collegati ivi compresa la formazione e la consulenza informatica. 2- TrainingWeb portale e-commerce di formazione on line multimediale con tematiche multidisciplinari a distanza. [www.trainingweb.it] 3- Musei Digitali Diffusi portali e App mobile dalla progettazione alla realizzazione ivi compresa la raccolta fondi se presente una finalità di interesse sociale, culturale per la collettività [www.verdimuseum.it] 4- LEN Service Green sviluppa servizi legati alle manutenzioni del verde in aree pubbliche, private e industriali

La cooperativa si propone di raggiungere questa finalità attraverso le seguenti politiche di impresa sociale: Nel perseguire la propria Missione concentra l'attenzione sulle "persone". Esse vengono valorizzate e coinvolte in quanto "motore" e parte attiva della cooperativa, attraverso il lavoro quotidiano e/o le diverse forme di partecipazione alla vita associativa.

La cooperativa nel perseguimento della missione per il proprio agire si orienta attraverso i principi di democraticità e senso della comunità e del gruppo, autonomia, impegno e responsabilità, legame con il territorio, qualità ed efficacia del lavoro, collaborazione, reciprocità. La cooperativa intende realizzare i propri scopi sociali anche mediante il coinvolgimento della comunità, e in special modo volontari.

3° Principio

Partecipazione economica dei Soci.

L'eventuale interesse sul capitale sociale deve essere limitato; gli avanzi di gestione appartengono ai soci e devono essere ripartiti in modo che nessuno sia favorito, secondo le seguenti finalità:

sviluppo degli affari sociali

istituzione di servizi comuni

distribuzione ai soci in misura proporzionale alle operazioni con la società

4° Principio

Autonomia e indipendenza.

Le cooperative sono organizzazioni autonome, basate sull'auto aiuto e gestite dai loro membri. Se esse stipulano accordi con altre organizzazioni, compresi i governi, o raccolgono capitale dalle fonti esterne, fanno ciò a condizioni che assicurano comunque il controllo democratico da parte dei loro soci e mantengono inalterata la loro autonomia cooperativa.

5° Principio

Educazione, formazione e informazione.

Le cooperative devono fornire ai loro soci, dirigenti, amministratori e dipendenti l'educazione e la formazione necessarie per poter contribuire efficacemente allo sviluppo delle cooperative stesse. Devono inoltre curare la diffusione presso l'opinione pubblica dei principi, dei metodi e dei benefici della cooperazione.

6° Principio

Cooperazione tra cooperative.

Ogni cooperativa, al fine di soddisfare più efficacemente i propri soci e di rinforzare l'intero movimento cooperativo, deve operare attivamente ed in modo coordinato assieme alle altre cooperative su scala locale, nazionale ed internazionale.

7° Principio

Impegno verso la collettività.

Le cooperative lavorano per lo sviluppo sostenibile della collettività di cui sono espressione ed alla quale appartengono attraverso politiche approvate dai loro soci.

Le attività di quest'anno sono state per alcuni versi limitate [tutte le attività di consulenza e formazione in presenza], per altri esaltate. Il lavoro nell'ambito della formazione on line è aumentato per le conseguenze delle chiusure del covid-19: questa è stata una occasione per valorizzare il network professionale, suddividendo le attività tra colleghi e collaboratori, soci della cooperativa o meno; un momento che è servito per mettere in pratica la solidarietà che è alla base della mission della cooperativa.

2.5 Storia

2012 - dall'idea di 3 soci volontari nasce Len service srl. Lo scopo primario della cooperativa, da sempre, è quello di promuovere l'integrazione sociale delle persone svantaggiate attraverso l'inserimento lavorativo e restituire loro piena dignità. Il presupposto che sta alla base dell'idea cooperativa è che il lavoro non fornisca soltanto un reddito, ma che esso rappresenti un mezzo per la realizzazione personale, per il rafforzamento del sentimento di fiducia e di rispetto verso di sé. La condizione di svantaggio sociale, per la normativa previgente, è quanto previsto dall'art.4 della L.381/91, che ricomprende, ad esempio, disabili fisici, sensoriali, psichici, soggetti in trattamento psichiatrico, tossicodipendenti, alcolisti, detenuti e ammessi alle misure alternative alla detenzione. Pertanto, sin da subito Len Service onlus nasce come cooperativa sociale di tipo B e inizialmente opera in locali affittati presso il quartiere industriale di Parma. Si occupa di attività di elaborazione dati e di supporto informatico e fin dall'inizio spinge per la realizzazione del progetto di sviluppo della piattaforma "Edotto", portale multimediale per la formazione a distanza, con la finalità di contribuire alla gestione della conoscenza tramite gli strumenti di apprendimento digitale; contestualmente viene sviluppato il portale e-commerce per la vendita on line

La piattaforma "Edotto" negli anni successivi ha subito diverse modifiche e implementazioni, sino ad arrivare, oggi, ad assumere le vesti della più evoluta piattaforma di formazione a distanza "TrainingWeb".

2014- con l'ingresso nella cooperativa di Mario Cibati, si è sviluppata un'altra area portante della cooperativa, identificata come "Len Service Green" che si occupa principalmente di giardinaggio, di manutenzione e cura del verde pubblico e privato. L'apertura nei confronti di questa attività ci ha consentito di procedere con l'inserimento in cooperativa di altre persone appartenenti alle "categorie svantaggiate" e di conseguenza di ottenere l'appalto per la gestione e la manutenzione dei siti e immobili di A.i.p.o.

2015 - nasce l'idea di sviluppare i Musei Digitali Diffusi. I MDD si configurano come percorsi virtuali, oltre che reali, che vengono ideati con lo scopo di valorizzare la cultura e la storia di un territorio o di un tema specifico. Con il sostegno iniziale del Comune di Parma, della Fondazione Teatro Regio e il lancio di un Progetto di crowdfunding, sono state reperite le risorse necessarie che ci hanno permesso di muovere i primi passi per lo

sviluppo del primo progetto Musei Digitali Diffusi di Giuseppe Verdi. Il Museo Digitale Diffuso #VerdiMuseum nasce come un percorso reale e virtuale capace di unire luoghi e persone legate a Verdi nel mondo.

In questo senso, #VerdiMuseum, rappresenta un'opportunità per promuovere una zona d'interesse per mezzo di percorsi predisposti, dei social network e attraverso il coinvolgimento in prima persona dei singoli, delle associazioni e delle Istituzioni culturali.

Oggi, il Museo Digitale Diffuso #VerdiMuseum grazie al contributo economico della Fondazione Cariparma nell'ambito del bando Reti d'Arte ha avuto un importante rilancio e implementazione.

3. GOVERNO E STRATEGIE

3.1 Tipologia di governo

La cooperativa è amministrata da un Consiglio di Amministrazione eletto dall'Assemblea dei soci e rinnovato ogni tre anni: Su mandato dall'Assemblea dei soci, gli amministratori compiono le azioni necessarie per l'attuazione dell'oggetto sociale.

Nella tabella viene schematizzata l'attuale composizione del Consiglio di Amministrazione:

Nome e cognome	Carica	Altri dati
PATRIZIA CHIACCHIO	Presidente	residente a EPISCOPIA
MARIO CIBATI	Vice Presidente	residente a PARMA
MARCO DALCIELO	componente	residente a PARMA

E' inoltre previsto un Comitato informale di direzione che prevede un responsabile/coordinatore per ogni Area in cui la cooperativa opera:

- Mario Cibati: Coordinatore del Manutenzioni del Verde (socio lavoratore)
- Mirco Capellini: Coordinatore del settore Multimedia e e-learning (socio lavoratore)
- Leonardo Canetti: Coordinatore delle Manutenzioni Generali (socio volontario)
- Marco Dalcielo: Musei Digitali Diffusi e Verdiumuseum (socio volontario)

- Patrizia Chiacchio: Elaborazione Dati e Affari Generali (socio lavoratore)

3.2 Organi di controllo

La cooperativa non ha un organo di controllo

3.3 Struttura di governo

Rispetto alla struttura di governo, si riportano alcuni dati che mostrano i processi di gestione democratica e di partecipazione della nostra organizzazione.

Nello statuto è indicato il numero di mandati massimi.

Il **CdA** della cooperativa LEN SERVICE nell'anno 2021 si è riunito con una partecipazione media del 100%

3.4 Processi decisionali e di controllo

3.4.1 Struttura organizzativa

La struttura organizzativa della cooperativa al 31/12/2021 è la seguente:

Presidente CDA Patrizia Chiacchio

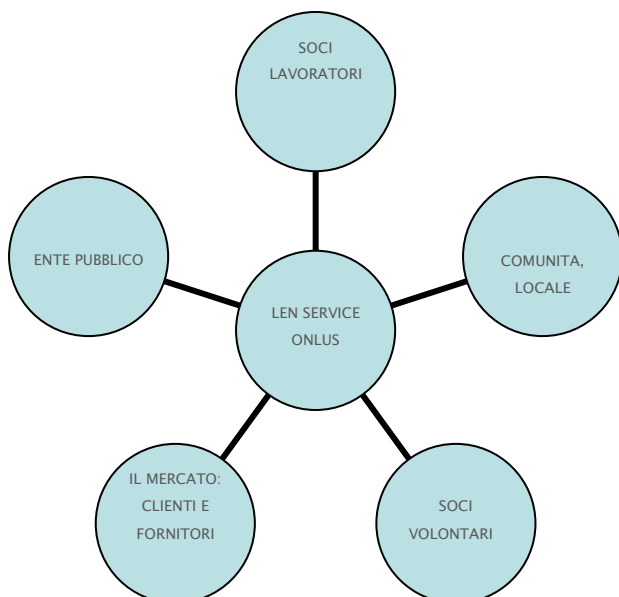
Vice Presidente CDA Cibati Mario

Consigliere Marco Dalcielo

4. PORTATORI DI INTERESSI

Il panorama degli stakeholder che detiene un certo livello di interesse nei confronti della cooperativa, come per ogni realtà aziendale, si configura come complesso e sfaccettato e costituiscono quell'insieme di relazioni fondamentali per l'esistenza della cooperativa stessa.

Mappatura dei principali stakeholder



Tipologia Stakeholder	Modalità coinvolgimento	Intensità
Personale	Sono i soggetti insieme ai quali cerchiamo di costruire e definire le finalità e gli obiettivi	5 - Co-gestione
Soci Volontari	Apportano risorse e sensibilità differenti, legate al contributo specifico legato al ruolo ed alle proprie esperienze	5 - Co-gestione
Clienti/Utenti	Sono parte integrante per la definizione delle	2 - Consultazione

	strategie e dei servizi che LEN Service fornisce	
Fornitori	Hanno un ruolo decisivo con la loro presenza in abbinamento a LEN Service sulla realizzazione dei progetti e il funzionamento dei servizi	4 - Co-produzione
Pubblica Amministrazione	Nell'ambito della responsabilità sociale di impresa il rapporto con la PA è strategico e opera in alcuni casi su un massimo coinvolgimento di progettazione congiunta	3 - Co-progettazione
Collettività	Sono i destinatari indiretti di tutta la nostra attività verso i quali cerchiamo di informare e divulgare tutta l'attività della Cooperativa Sociale	1 - Informazione

SCALA:

- 1 - Informazione
- 2 - Consultazione
- 3 - Co-progettazione
- 4 - Co-produzione
- 5 - Co-gestione

5 COMPOSIZIONE DELLA BASE SOCIALE

Vengono di seguito riportati alcuni indicatori relativi ai portatori di interessi interni ritenuti fondamentali almeno per quanto riguarda l'attuale edizione del bilancio sociale.

5.1 Lavoratori

Tipologie, consistenza e composizione del personale (retribuito o volontario)

N.	Occupazioni
7	Totale lavoratori subordinati occupati anno di riferimento
7	di cui maschi
0	di cui femmine
2	di cui under 35
2	di cui over 50

Personale per inquadramento e tipologia contrattuale:

Contratti di lavoro	A tempo indeterminato	A tempo determinato
Totale	5	2
Dirigenti	0	0
Quadri	0	0
Impiegati	2	1
Operai fissi	3	1

Operai avventizi	0	0
Altro	0	0

Composizione del personale per anzianità aziendale:

Totale	5	2
< 6 anni	2	2
6-10 anni	3	0
11-20 anni	0	0
> 20 anni	0	0

N. dipendenti	Profili
7	Totale dipendenti
1	Responsabile di area aziendale strategica
2	Apprendista impiegato
1	Capo ufficio / Coordinatrice/ore
3	operai/e

Di cui dipendenti Svantaggiati	
2	Totale dipendenti
2	di cui Lavoratori con svantaggio certificato (n. 381/1991, ecc)

N. Tirocini e stage	
7	Totale tirocini e stage
5	di cui tirocini e stage
2	Inserimento lavori socialmente utili

Livello di istruzione del personale occupato:

N. Lavoratori	
1	Laurea Magistrale
5	Diploma di scuola superiore
1	Licenza media

Tipologia lavoratori con svantaggio certificato e non:

N. totale	Tipologia svantaggio	di cui dipendenti
2	Totale persone con svantaggio	2
1	persone con disabilità fisica e/o sensoriale L 381/91	1
1	persone detenute e in misure alternative L 381/91	1

2 lavoratori con svantaggio soci della cooperativa

Volontari

N. volontari	Tipologia Volontari
6	Totale volontari
6	di cui soci-volontari
0	di cui volontari in Servizio Civile

Attività di formazione e valorizzazione realizzate

Formazione professionale:

Ore totali	Tema formativo	N. partecipanti	Ore formazione pro-capite	Obbligatoria/ non obbligatoria	Costi sostenuti
0	0	0	0,00	No	0,00

Formazione salute e sicurezza:

Ore totali	Tema formativo	N. partecipanti	Ore formazione pro-capite	Obbligatoria/ non obbligatoria	Costi sostenuti
80	sicurezza	6	0,00	Si	4000,00

Contratto di lavoro applicato ai lavoratori

Tipologie contrattuali e flessibilità:

N.	Tempo indeterminato	Full-time	Part-time
6	Totale dipendenti indeterminato	5	1
6	di cui maschi	5	1
0	di cui femmine	0	0

N.	Tempo determinato	Full-time	Part-time
1	Totale dipendenti determinato	0	1
1	di cui maschi	0	1
0	di cui femmine	0	0

6. SITUAZIONE ECONOMICA – FINANZIARIA

7. Provenienza delle risorse economiche con separata indicazione dei contributi pubblici e privati

Ricavi e provenienti:

	2021	2020	2019
Ricavi da Enti Pubblici per gestione servizi sociali, socio-sanitari e socio-educativi	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Contributi privati	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Ricavi da Enti Pubblici per gestione di altre tipologie di servizi (manutenzione verde, pulizie, ...)	269.110,00€	120.711,00 €	169.170,00 €
Ricavi da Privati-Cittadini inclusa quota cofinanziamento	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Ricavi da Privati-Imprese	406.861,00 €	527.230,00 €	140.463,00 €
Ricavi da Privati-Non Profit	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Contributi pubblici	14.950,00 €	19.950,00 €	0,00 €
Ricavi da altri	98,00 €	5.766,00 €	514,00 €
Ricavi da Consorzi e/o altre Cooperative	0,00 €	9.816,00 €	13.090,00 €

8. Patrimonio:

	2021	2020	2019
Capitale sociale	1.050,00€	900,00 €	950,00 €

Totale riserve	67.343,00 €	56.266,00 €	56.266,00 €
Utile/perdita dell'esercizio	1.913,00 €	7.716,00 €	3.704,00 €
Totale Patrimonio netto	70.303,00 €	68.475,00 €	60.920,00 €

9. Conto economico:

	2021	2020	2019
Risultato Netto di Esercizio	1.913,00 €	7.716,00 €	3.704,00 €
Eventuali ristorni a Conto Economico	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Valore del risultato di gestione (A-B bil. CEE)	7.011,00 €	9.871,00 €	6.281,00 €

10. Composizione Capitale Sociale:

Capitale sociale	2019	2020	2021
capitale versato da soci persone giuridiche	0,00 €	0,00 €	0,00 €
capitale versato da soci operatori lavoratori volontari	950,00 €	900,00 €	1.050,00 €

11. Valore della produzione:

	2021	2020	2019
Valore della produzione (Voce Totale A. del conto economico bilancio CEE)	679.508,00 €	683.473,00 €	317.559,00 €

12. Costo del lavoro:

	2021	2020	2019

Costo del lavoro (Totale voce B.9 Conto Economico Bilancio CEE)	155.247,00 €	121.227,00 €	111.363,00 €
Costo del lavoro (compreso nella voce B.7 Conto Economico Bilancio CE)	453.855,00 €	495.744,00 €	154.932,00 €
Peso su totale valore di produzione	89,00%	90,00 %	84,00 %

13.Capacità di diversificare i committenti

14.Fonti delle entrate 2021:

2021	Enti pubblici	Enti privati	Totale
Vendita merci	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Prestazioni di servizio	269,110.00 €	406.860,00 €	675.970,00 €
Lavorazione conto terzi	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Altri ricavi	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Contributi e offerte	14.950,00	0,00 €	14.950,00 €
Grants e progettazione	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Altro	98,00 €	0,00 €	98,00 €

15. PROSPETTIVE FUTURE

Riteniamo che la risoluzione della problematica del covid sarà piuttosto lunga, andando oltre il 2021. Questo per noi significa continuare a potenziare le dotazioni legate alle attività on line, corsi, eventi, meeting, sia investendo in risorse umane sia investendo in strumentazioni e formazione.

Continueranno gli investimenti in termini di strumentazioni, attività e competenze per portare avanti lo sviluppo dei Musei Digitali Diffusi e delle nostre attività legate al turismo e alla cultura. In questo senso gli obiettivi che la cooperativa si pone sono in tre diverse direzioni:

1. Fare diventare i Musei Digitali un progetto nazionale: abbiamo lavorato, tra la fine del 2021 e l'inizio del 2022 ad una serie di progetti legati al PNRR con l'intento di conoscere nuove realtà territoriali oltre l'Emilia-Romagna. Abbiamo infatti partecipato a due importanti bandi:
 - a. Avviso Borghi Linea B, presentando con i seguenti comuni: Museo Digitale Diffuso di Scontrone, Alfedena e Palena – Alto Sangro in Abruzzo; Museo Digitale Diffuso di San Giorgio Lucano, Sant'Angelo le Fratte, Chiaromonte in Basilicata; Museo Digitale Diffuso di San Costanzo, Cerasa e Stacciola nelle Marche; Museo Digitale Diffuso di Pertosa e del territorio in Campania; Museo Digitale Diffuso di Castelcivita e del territorio degli Alburni in Campania
 - b. Bando UNESCO: abbiamo presentato la proposta dei Musei Digitali Diffusi ai seguenti Comuni – Siti UNESCO: Mantova e Sabbioneta, Fiesole, Fabriano, Torino
 - c. In fase avanzata il progetto del Museo Digitale Diffuso Anglona-Coros in Sardegna che è già dotato di progetto esecutivo ed attende il "via libera" dai comuni interessati
 - d. Il Museo dei Borghi Eccellenti Lucani che è già stato progettato e sta attendendo l'approvazione e la firma dei documenti di patrocinio dei trentadue comuni coinvolti

2. Sperimentare nuove tecnologie legate ai Musei Digitali e al turismo e cultura più in generale: in particolare l'utilizzo dei dispositivi HoloLens per la Realtà Mista. La sperimentazione sarà indirizzata sia ad indagare questi strumenti in ambito formazione e formazione professionale, sia in ambito servizi di accompagnamento per i turisti

3. Sperimentare i Musei Digitali Diffusi nel settore del turismo enogastronomico: negli ultimi anni questo filone di interesse si è sviluppato moltissimo, sia per il turismo incoming sia per quello domestico. Considerando il territorio nel quale abbiamo sede, la Food Valley, riteniamo indispensabile il nostro impegno anche in questo particolare settore.

LEN
SERVICE

