

BILANCIO SOCIALE

MagVenezia
e
Consorzio Finanza Solidale

2005-2006



*Sono le informazioni
che ci scambiamo
e le domande
che reciprocamente
ci poniamo
a rendere il confronto
uno strumento
di cambiamento
così potente*

*Amartya K. Sen
Moralità, politica e leadership*

COOPERATIVA MAGVENEZIA

BILANCIO SOCIALE ANNI 2005-2006

INDICE

PREMESSA

NOTA METODOLOGICA

IDENTITA' DELL'ORGANIZZAZIONE

pag. 5

Storia

Struttura organizzativa

Composizione base sociale

VERIFICHE/RENDICONTAZIONI

pag. 12

Stakeholder

Attività

Valutazione Piano Strategico 2005/2008

VALORE AGGIUNTO

pag. 34

Note al bilancio

CONCLUSIONI

pag. 37

Obiettivi di miglioramento

ALLEGATI

Questionario soci

Questionario finanziati

PREMESSA

Il bilancio sociale è strumento di conoscenza, di informazione e trasparenza. In Mag questi aspetti sono senza dubbio tra i principi fondatori della nostra avventura. Proprio la conoscenza, in merito alla destinazione dei nostri risparmi è stata una esigenza che ha condotto molti di noi nell'avvio della nostra esperienza. E la stessa conoscenza profonda, che potremmo anche definire comprensione, ci ha guidato in molte scelte, quale quella di comunicare sempre, oltre alle forme ufficiali, delle riclassificazioni del bilancio economico e contabile. L'obiettivo era mettere i nostri soci nelle condizioni di capire meglio come andavano le cose.

Nel 2006 abbiamo deciso di dare avvio al nostro primo bilancio sociale con l'obiettivo di un ulteriore miglioramento sia nel processo di rendicontazione ma soprattutto nel dialogo con i nostri soci, cercando così di rispondere all'esigenza di trasparenza nei confronti di chi ha interessi nella nostra cooperativa.

Il principale obiettivo che ci siamo posti è stato riflettere e misurare la coerenza della nostra attività con i principi, i valori dichiarati e gli impegni che ci siamo assunti, a partire dalla percezione dei soci, dei collaboratori e degli altri portatori di interessi.

Con questo spirito ci siamo messi al lavoro e con lo stesso arriviamo alle conclusioni, ovvero la definizione degli obiettivi di miglioramento, che vogliamo siano il risultato di un coinvolgimento di soci, collaboratori e amministratori della nostra cooperativa

IL PRESIDENTE

Francesco Rienzi

Nota Metodologica

La realizzazione di questo primo bilancio sociale si snoda sull'orizzonte temporale che riguarda le attività svolte nel corso di due anni, il 2005 e il 2006.

La sua costruzione è basata sull'analisi non solo della Cooperativa MagVenezia, ma su quella del cosiddetto sistema Mag, che include oltre a Mag anche il suo braccio finanziario rappresentato dal Consorzio Finanza Solidale (CFS).

Avendo MagVenezia 445 soci, è stata attribuita particolare importanza al loro coinvolgimento che è avvenuto attraverso la somministrazione di un questionario a ciascuno. A tutti è stato spedito via mail o posta ordinaria il testo di tale questionario da restituire compilato, inoltre sono stati eseguiti vari solleciti e telefonate per favorire la sua restituzione.

Oltre ai soci di Mag sono stati contattati per un questionario i soggetti finanziati dal CFS, in quanto l'aspetto finanziario è quello caratterizzante dell'intero operato. Tale somministrazione è avvenuta telefonicamente, con invio precedente del testo ai soggetti interessati.

Si è creato all'interno della cooperativa un gruppo di lavoro composto da soci volontari e soci lavoratori per determinare quelle che dovevano essere le linee guida del bilancio sociale e per costruire il questionario da somministrare ai soci.

I risultati dei questionari sono stati rielaborati in modo da poterne ricavare dei grafici di immediata lettura a chi riceve questa prima edizione.

Nel lungo percorso di stesura del bilancio sociale si è coinvolto il Consiglio di Amministrazione nella presentazione dei risultati emersi e il Consiglio ha ritenuto fondamentale la partecipazione dei soci nell'elaborazione delle conclusioni e dei miglioramenti da apportare.

IDENTITA' DELL'ORGANIZZAZIONE

Storia

MAGVenezia è nata per volontà di un gruppo di persone che condividevano una sensibilità sui temi della pace e del commercio equo e solidale. Il gruppo che diede poi vita alla MAG di Venezia iniziò a prendere forma in seguito ad un seminario pubblico tenuto a Mestre sul tema delle iniziative di pace nel territorio. Le proposte scaturite da quel dibattito portarono i partecipanti ad aggregarsi attorno a due iniziative: il commercio equo e solidale e la finanza etica.

Attorno alla finanza etica, in particolare, si creò un'aggregazione di persone appartenenti ad esperienze culturali le più diverse, provenienti principalmente dai "Beati costruttori di pace", da "Pax Christi", dal movimento degli scout e del movimento ecologista, accomunati dalla tensione ideale e dalla partecipazione al dibattito.

MAGVenezia è stata costituita formalmente nel 1992, dopo un periodo di tirocinio di 4 anni presso la MAG3 di Padova maturato dai fondatori.

Il gruppo dei fondatori, allargatosi con l'ingresso di nuove persone, ha in un primo periodo approfondito il progetto per la realizzazione di un'organizzazione di finanza solidale sulla base dell'esperienza della MAG di Verona e della MAG3 di Padova, iniziando a lavorare nel territorio veneziano cercando soci, raccogliendo i primi prestiti sociali e seguendo i progetti locali di finanziamento.

Dopo i primi anni di lavoro e di positivi risultati, nel 1995 MAGVenezia ha dovuto affrontare il problema formale di adeguamento alla nuova normativa che prevedeva un capitale sociale minimo di 1 miliardo di lire, nonché l'impossibilità

(per i soggetti diversi dalle banche) di effettuare contemporaneamente le attività di raccolta di prestiti sociali e di finanziamento.

E' in questo contesto che MAGVenezia realizza la separazione delle due attività, mantenendo all'interno la raccolta dei prestiti attraverso i libretti sociali e affidando le attività di finanziamento al Consorzio Finanza Solidale, costituito nel 1995 assieme alla MAG di Udine (Autogest) e ad alcune cooperative finanziate.

Il Consorzio Finanza Solidale è la struttura che ha ottenuto l'autorizzazione dall'Ufficio Italiano Cambi e può quindi esercitare attività finanziaria. Fino a dicembre 2006 per scelta e statuto il finanziamento era riservato ai soci e quindi esclusivamente a soggetti giuridici quali associazioni e cooperative; da gennaio 2007 le possibilità di finanziamento sono state allargate anche ad imprese diverse (operanti nel campo della sostenibilità sociale ed ambientale) e ai singoli (in forma di microcredito e di sostegno ad investimenti di risparmio energetico sulle abitazioni).

Dal punto di vista organizzativo, l'anno 2000 rappresenta un punto di svolta per MAGVenezia, che passa da una storia di attività puramente volontaria ad una configurazione organizzativa con personale retribuito e stabile. La prima assunzione a part time risale al 1° aprile 2000; oggi la struttura può contare su 8 operatori (di cui 2 a tempo pieno) e una figura di direzione introdotta a partire da febbraio 2005.

Allo stesso anno risale la stesura del primo piano di sviluppo che immagina traguardi e pianifica obiettivi, sia per quanto riguarda l'attività originaria (soci, finanziamenti, cultura...) che per gli aspetti innovativi introdotti dal

moltiplicarsi delle attività a favore del terzo settore (consulenze, contabilità, servizi...) e della cittadinanza nel suo insieme (formazione, stilinfo, cambieresti...).

Struttura Organizzativa

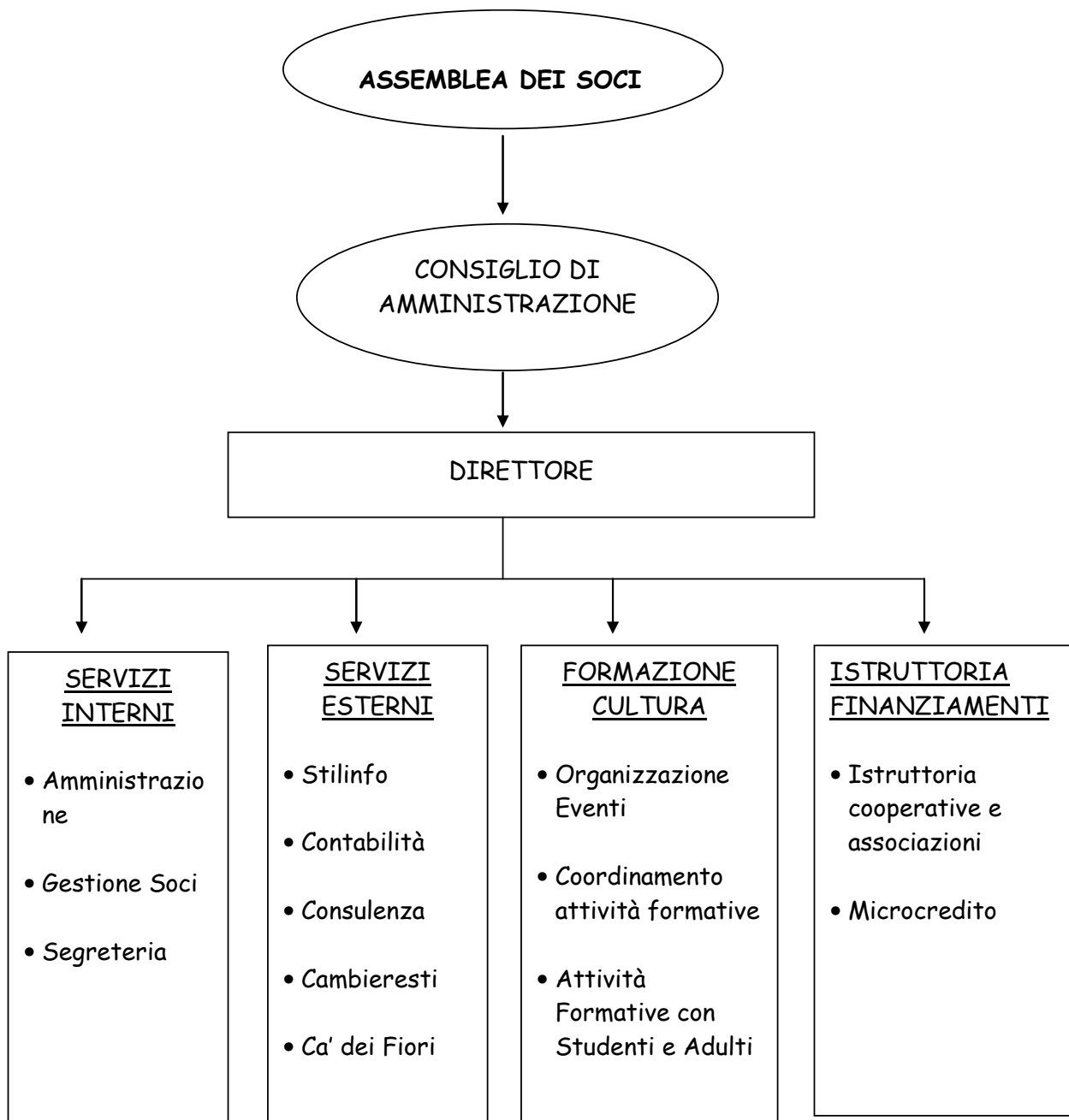
L'organigramma della cooperativa ha una struttura, che vede al vertice l'Assemblea dei Soci, i quali eleggono il Consiglio di Amministrazione da cui è individuata la figura del Direttore.

L'organizzazione interna è suddivisa, innanzitutto tra servizi rivolti alla cooperativa stessa e servizi rivolti a soggetti esterni:

- servizi interni, ovvero quei servizi che sono necessari al funzionamento della cooperativa stessa
- servizi esterni, includono i progetti realizzati e i servizi che vengono rivolti a realtà terze

Affianco a questi, si collocano le seguenti aree di attività:

- formazione e cultura, che comprendono percorsi sui conflitti, il consumo critico e la finanza etica, svolti con studenti ed adulti, oltre che la realizzazione di eventi per diffondere i principi di un'economia con al centro l'uomo
- istruttoria e finanziamenti, che costituiscono l'attività caratterizzante del sistema Mag/CFS, in quanto includono i servizi di finanziamento a soggetti giuridici e a persone private con il microcredito



Composizione Base Sociale

Dopo la crescita esponenziale degli anni 2003 e 2004 (rispettivamente +62 e +42 soci), il 2005 ha segnato la ripresa del trend classico (+20 soci), mentre il 2006 ha visto il minimo storico (+5 soci).

Gli obiettivi del progetto 2005 parlavano di un numero di soci pari a 600 e attualmente siamo al di sotto di questa soglia nella misura del 25%, nonostante il conferimento di risorse (sia capitale che

depositi) sia superiore del 20% ai risultati previsti per lo stesso periodo.

Le cifre di Mag al 31/12/2006 sono le seguenti:

soci: 445

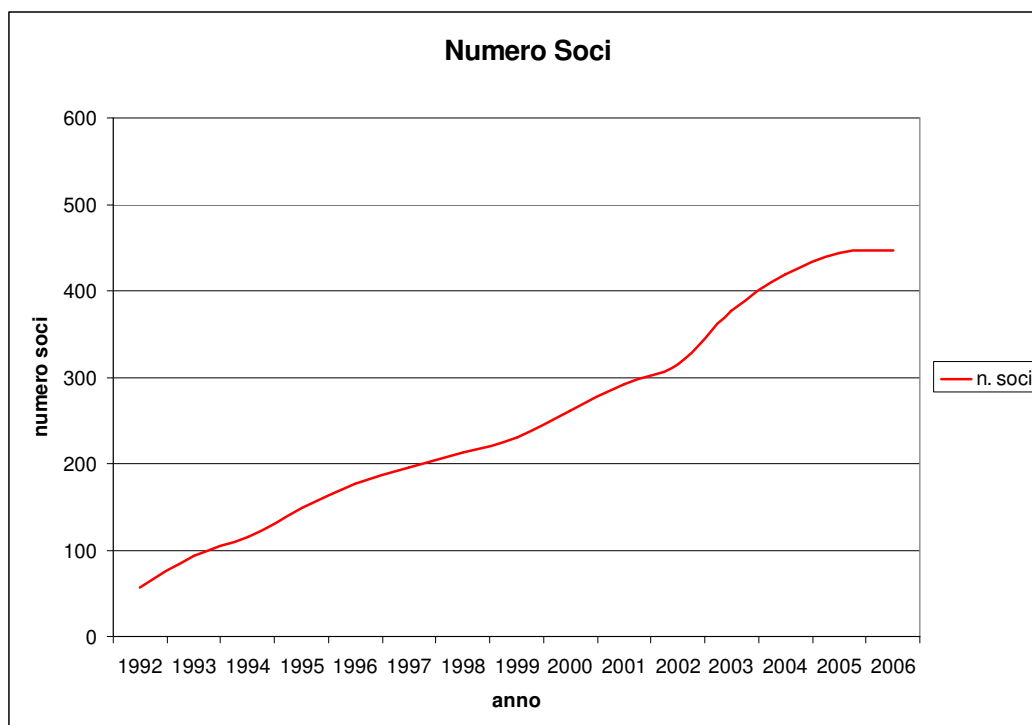
capitale sociale: 701.425 Euro

depositi sociali: 1.903.317 Euro

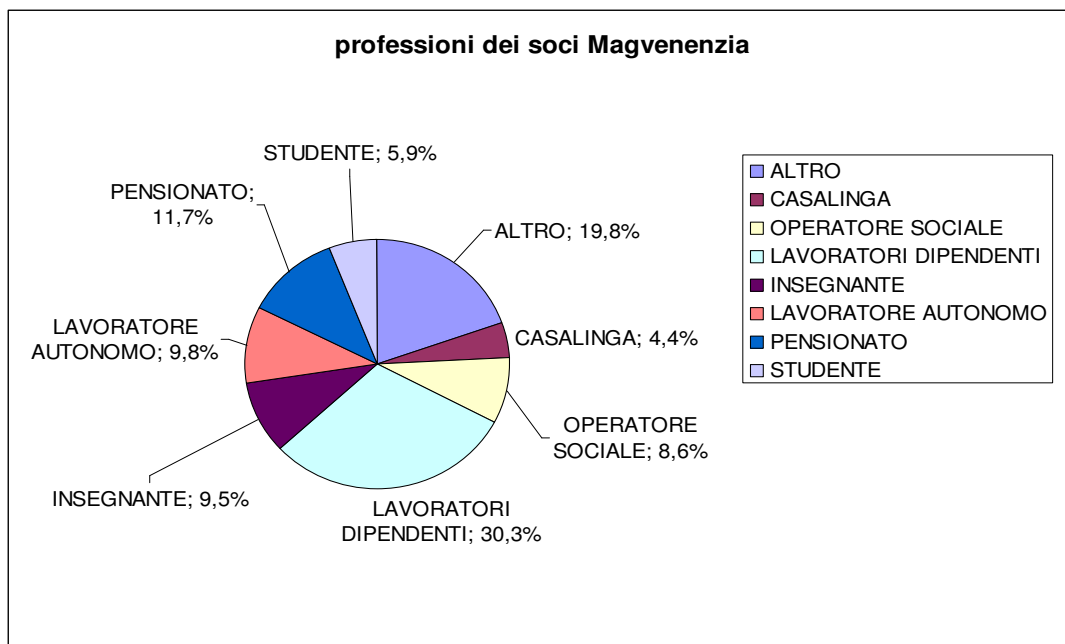
Di seguito troviamo alcuni grafici che ci riassumono l'andamento della situazione legata alla composizione dei soci.

I grafici riportano nell'ordine:

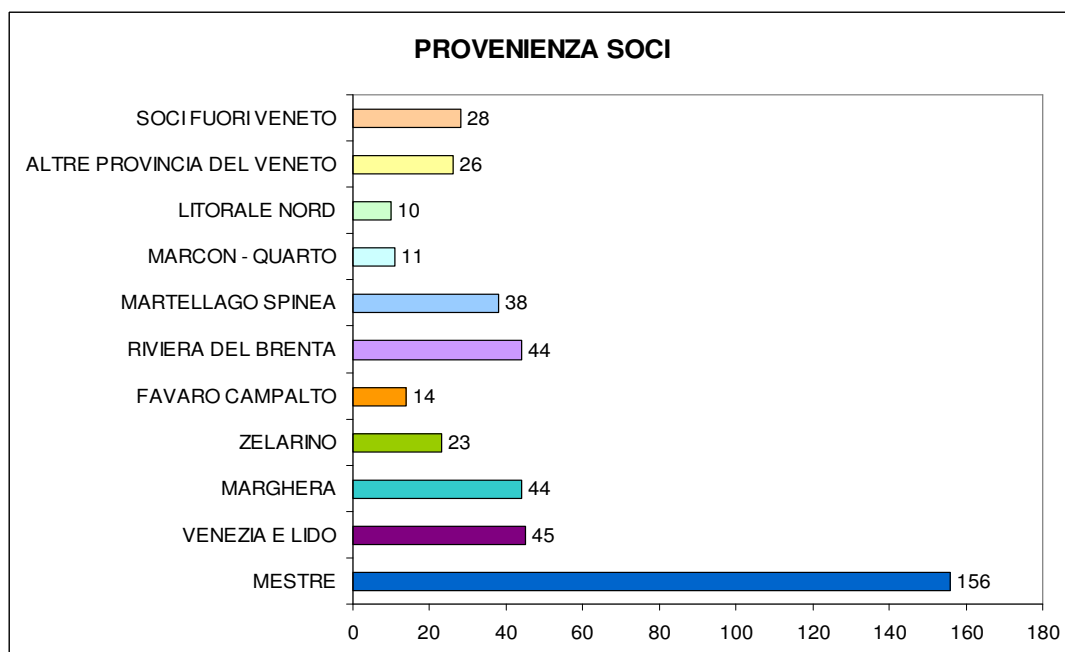
- l'andamento numerico dal 1992 al 2006
- le professioni della compagine sociale a dicembre 2006
- la provenienza geografica a dicembre 2006
- la raccolta di capitale sociale dal 1992 al 2006
- la raccolta di deposito sociale dal 1992 al 2006
- il rapporto tra capitale sociale e deposito sociale dal 1992 al 2006



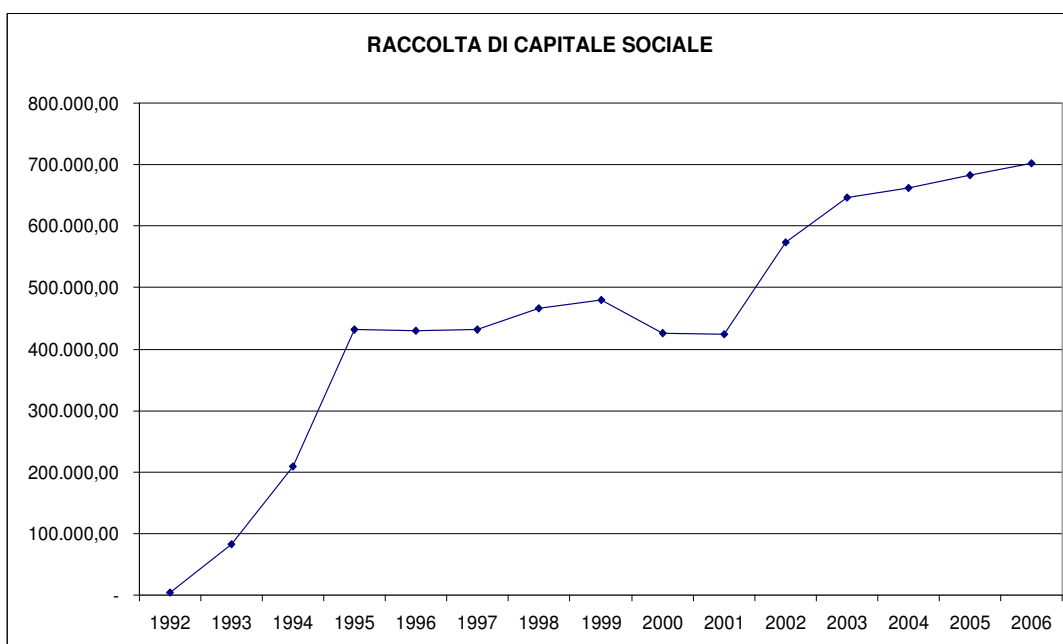
La crescita del numero di soci è stata costante fino al 2002, al quale è seguita un'impennata della compagine sociale fino al 2005, mentre il 2006 ha visto una crescita minima, mai registrata nell'arco di vita dell'organizzazione.



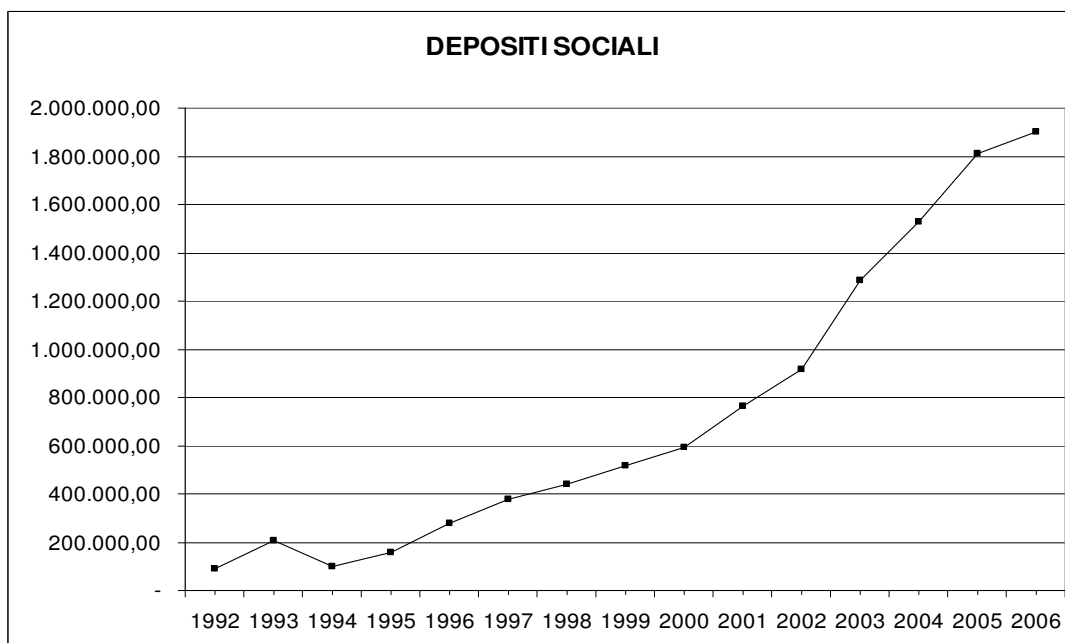
La composizione sociale sulla base delle professioni non ha subito una profonda modifica rispetto al 2001, anno in cui sono stati elaborati i primi dati sulla base sociale in occasione della stesura del decennale dalla fondazione di Mag.



Il principale luogo di provenienza della base sociale è il territorio di Mestre. Una nota va fatta sul numero ridotto di soci che provengono da Marghera, che nonostante rappresenti il territorio sul quale Mag ha la propria sede, non si è riusciti a raccoglierne un numero significativo per il territorio su cui si è presenti.

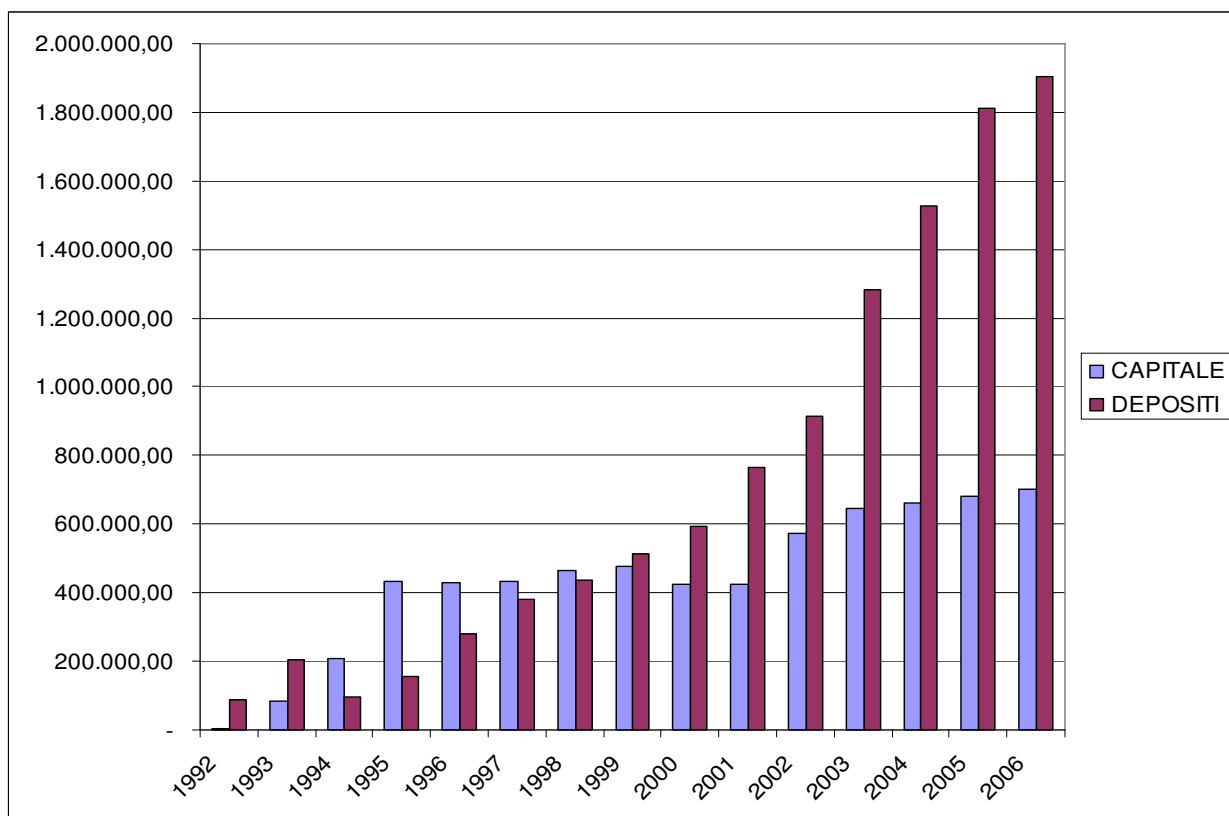


La raccolta di capitale sociale ha avuto una crescita complessiva, con due picchi a fine 1994 e fine 2003. Dal 2003 al 2006 la crescita è rallentata assestandosi su valori di poco inferiori ai 700.000 Euro.



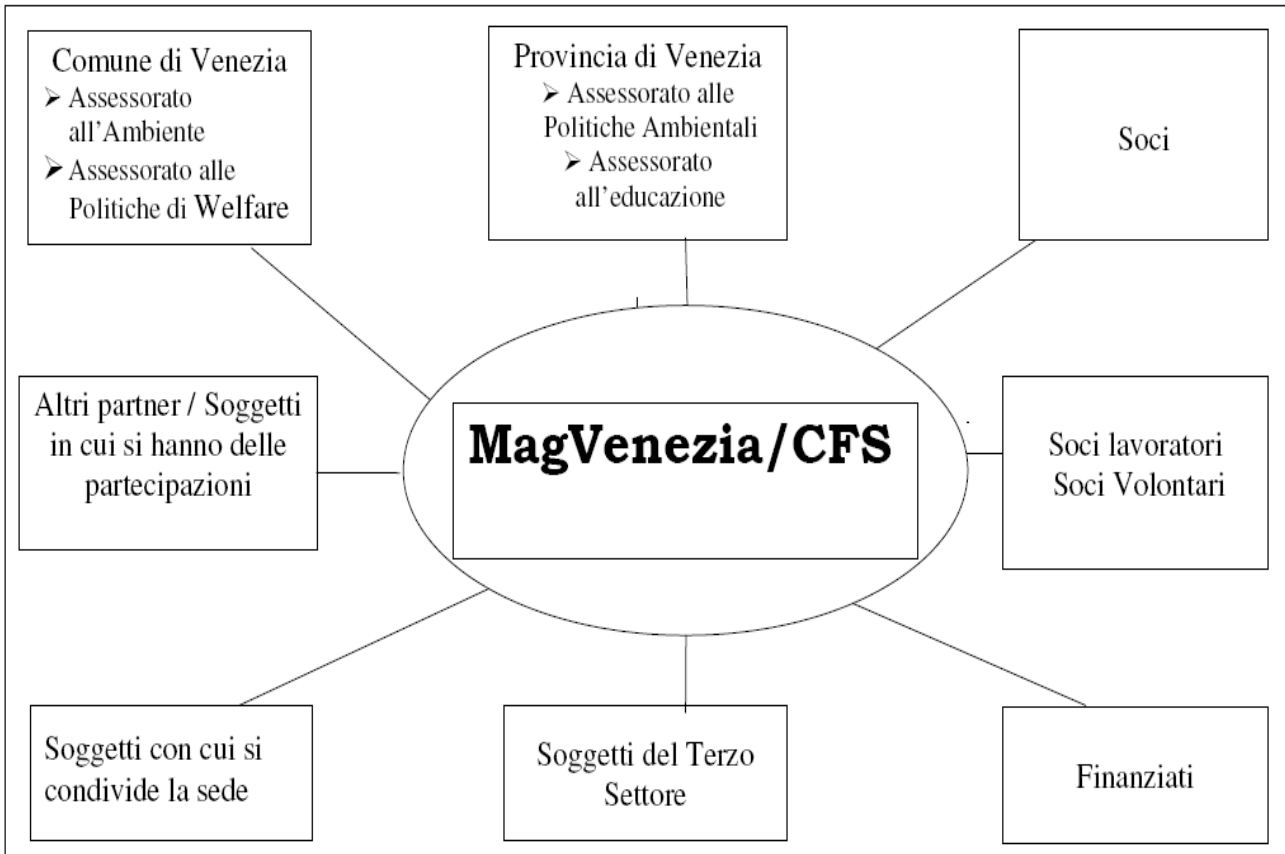
I depositi sociali hanno avuto un tasso di crescita maggiore rispetto al capitale sociale, come si può vedere anche dal grafico successivo, per cui mentre per il capitale sociale si può parlare di crescita molto bassa a partire da fine 2003, per la raccolta di risparmio, invece, si è di fronte a un buon livello di crescita.

Tali andamenti sono anche imputabili al fatto che nel caso dei depositi esiste un tasso di remunerazione, mentre per il capitale sociale non è previsto alcun interesse.



RENDICONTAZIONI

Stakeholder



I Soggetti Portatori di Interessi del Sistema Mag/Cfs

Il sistema Mag/CFS, nello svolgimento e realizzazione delle proprie attività si interfaccia con più soggetti, che possiamo identificare secondo consuetudine come Stakeholder. Su questo gruppo è stata realizzata una suddivisione su due livelli, secondo il criterio della "forza" dello scambio con i soggetti con cui MagVenezia/CFS si pone in relazione.

Il PRIMO LIVELLO (quello con cui lo scambio è più forte) è rappresentato da:

- soci
- soci volontari e lavoratori

- finanziati (inclusi quelli rifiutati e gli insolventi)
- partner nelle figure del Comune di Venezia, della Provincia di Venezia e dei soggetti con cui si condivide la sede
- soggetti partecipati

Il SECONDO LIVELLO (quello con cui lo scambio è più debole) è rappresentato da:

- clienti
- fornitori
- coordinamento delle altre Mag d'Italia

Nel gruppo del primo livello i soci costituiscono i portatori d'interesse principali in quanto è dalla compagine sociale che trae forza e valore l'operato di Mag.

Lo scambio si concretizza nell'indicare i percorsi da seguire per la cooperativa e nell'apporto del loro risparmio per poter realizzare la mission originaria di Mag che è la finanza etica.

Accanto alla figura di questi soci, troviamo quella dei soci volontari e lavoratori, che impiegano il loro tempo e risorse nel raggiungimento dello scopo della cooperativa.

Queste due figure di soci si interfacciano e collaborano tra loro, ciascuno con la propria specifica.

I soci lavoratori hanno lo scopo di realizzare in maniera professionale e continuativa i progetti che la cooperativa segue e propone, che sono strumentali per la realizzazione della sua Mission.

Affianco al loro operato è collocato quello dei volontari, che sono sempre stati una costante dell'organizzazione di Mag stessa.

Altra categoria di portatori di interesse è rappresentata dai finanziati, i quali costituiscono i principali destinatari dell'intero operato di Mag.

Questi soggetti in seguito a istruttoria ricevono un finanziamento a sostegno o implementazione delle proprie attività, dopo averne valutato la sostenibilità sia economico-finanziaria sia di carattere etico.

Per una descrizione più dettagliata dell'attività di finanziamento e dei finanziati stessi si rimanda a pag. 24

Partner speciali sono rappresentati dalle due principali istituzioni locali: il Comune di Venezia e la Provincia di Venezia.

Con questi soggetti si sono progettate e si stanno realizzando le principali attività, soprattutto di carattere più innovativo e sperimentale sia per ciò che riguarda i temi in ambito di sviluppo sostenibile e il tema del microcredito.

Per quanto riguarda i soggetti con cui si condivide la sede, è opportuno ricordare come Mag abbia sempre condiviso gli spazi con altre realtà, come la Cooperativa Sociale Gea, i Bilanci di Giustizia, la Pastorale per gli Stili di Vita e dal 2000 con la Cooperativa Sociale Il Villaggio Globale.

Con tali organizzazioni si sono attivate delle sinergie per quanto riguarda la gestione operativa della sede, ma anche percorsi che portarono alla nascita de "Il Villaggio Globale", cooperativa sociale che si occupa di problemi abitativi soprattutto per persone migranti, o a partnership nella realizzazione di alcuni progetti.

Altra categoria importante di portatori di interesse è rappresentata dalle realtà partecipate da Mag, in quanto ritenute strategiche ai fini della realizzazione di un'Altraeconomia, e quindi anche della finanza etica.

Le interessenze e partecipazioni in altre società può avvenire anche in realtà non cooperative, o in associazioni che operino per il raggiungimento di scopi identici, simili o complementari a quelli della Cooperativa stessa (Statuto di MagVenezia).

Tra le partecipate troviamo:

- Banca Etica dal 1992
- Il Villaggio Globale dal 2000
- Coop. Sociale L'Incontro dal 2001
- AltraEconomia dal 2004
- Ctm – AltroMercato dal 2006
- Mag6 Reggio Emilia dal 1992
- Mag4 Torino dal 1992

La partecipazione nasce dalla piena condivisione dei valori che caratterizzano ciascuna delle realtà. Essa si sostanzia in livelli diversi di investimento di risorse umane come la presenza nel Consiglio di Amministrazione o come la costruzione di partnership e relazioni.

Attualmente Mag è presente nei Consigli di Amministrazione de Il Villaggio Globale e AltraEconomia, mentre in passato lo era anche in Banca Etica.

Nel gruppo del secondo livello di portatori di interesse, il soggetto più significativo è costituito dal coordinamento dalle Mag d'Italia.

Tale momento di incontro è ripreso da 4 anni e ha permesso una continuità di rapporto tra le varie "Mag" storiche e nuove. Ha una cadenza quadrimestrale e affronta tematiche legate sia all'operatività delle Mag, come ad esempio le nuove normative, sia tematiche legate allo sviluppo della Finanza Etica.

Relazione Questionario dei Soci

Nel corso dell'estate 2006 è stato somministrato ai soci un questionario che aveva un duplice obiettivo.

Da un lato, quello di misurare il livello di conoscenza delle attività di Mag percepito dai soci, dall'altro il livello di coerenza tra i principi e l'operato di Mag stessa.

Oltre a questo scopo, si è voluto raccogliere indicazioni sia in tema di comunicazione che di gestione dei libretti di risparmio.

Sono stati somministrati 440 questionari e ne sono stati restituiti 79, secondo le seguenti modalità:

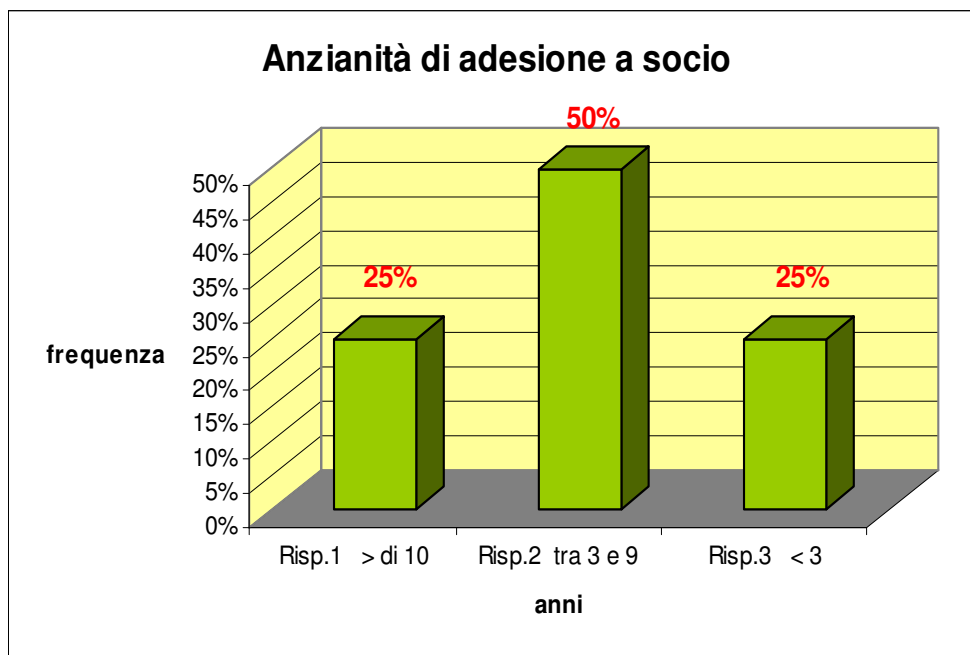
- 28 via mail
- 45 via posta
- 6 via fax

La percentuale di restituzione è stata pari al 18%, quindi i risultati ottenuti da tali questionari sono da considerarsi solo parzialmente rappresentativi dell'orientamento dell'intera compagine sociale.

Il questionario somministrato è presente in allegato al bilancio sociale (*allegato A*).

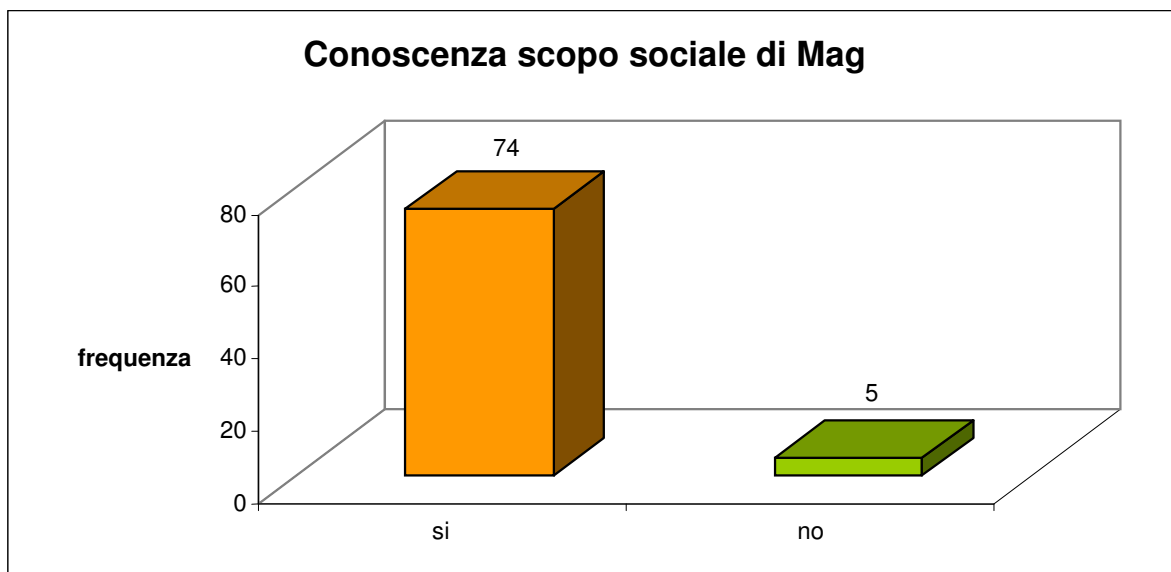
Di seguito, sono riportati i risultati più significativi.

Le risposte alla prima domanda sull'anzianità dei soci sono così rappresentate.

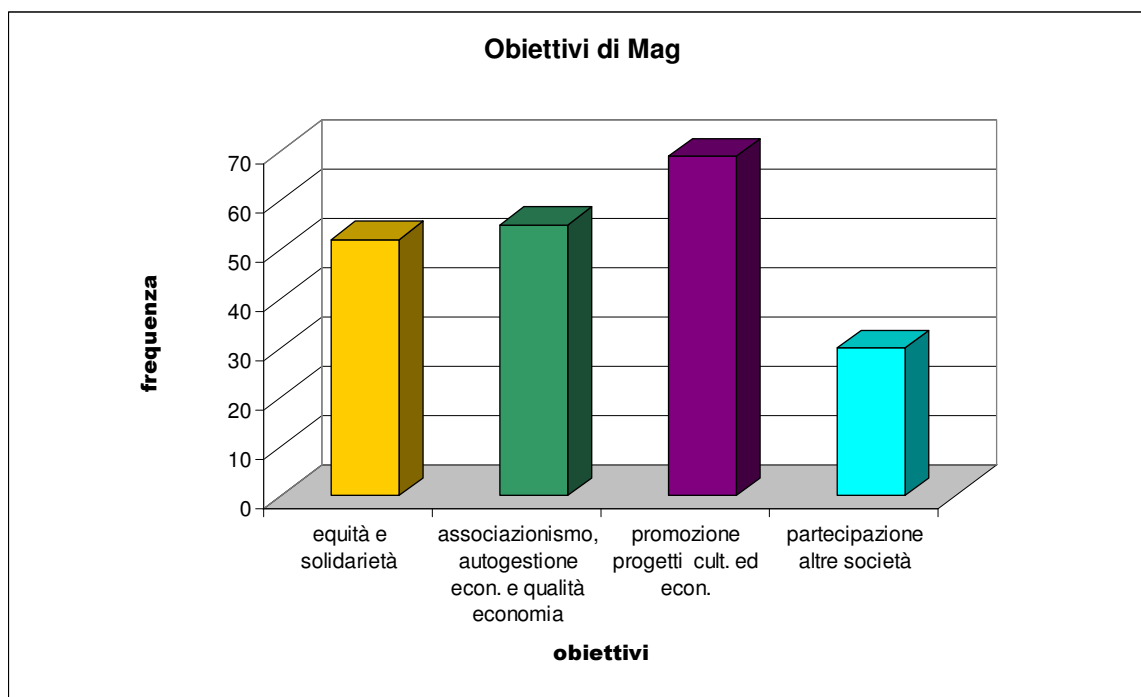


Il maggior numero di soci, che ha risposto al questionario ha aderito alla cooperativa nel periodo tra il 1998 e il 2003, quindi hanno un rapporto di media – lunga durata. La maggioranza dei soci ha visitato la sede negli anni precedenti e il 36% ritiene poco importante che la sua collocazione sia "più vicina", mentre per il 33% questo è molto importante e per il 31% in parte.

In merito al livello di conoscenza dello scopo sociale di Mag si è avuto il seguente risultato

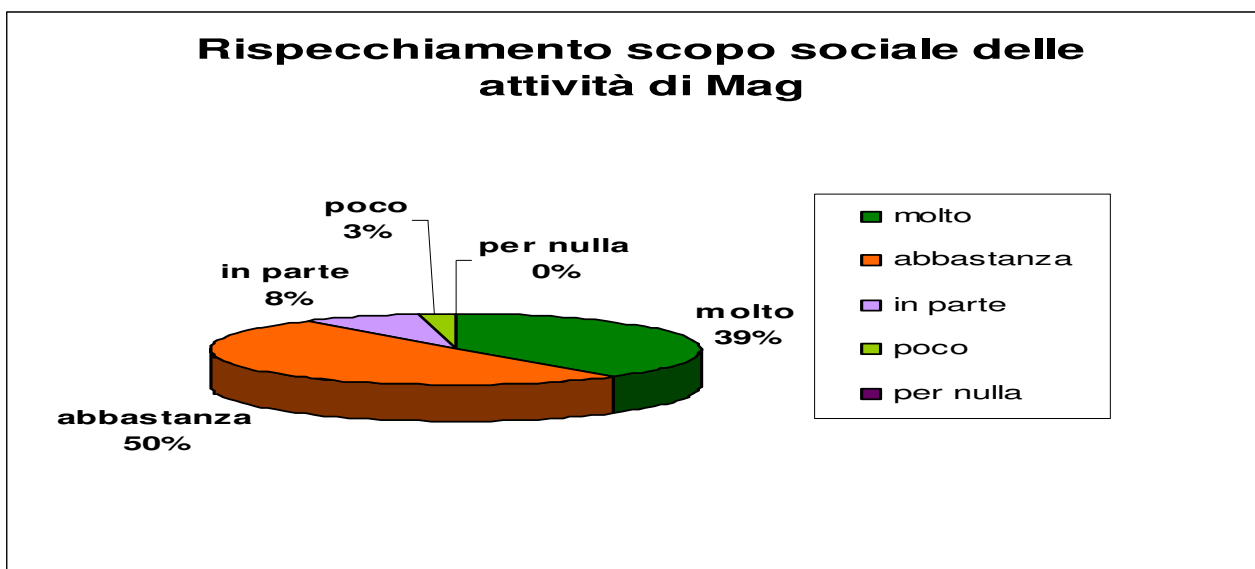


Tale risultato va confrontato con la domanda successiva, che prevedendo più risposte, chiede quale sia lo scopo sociale. Infatti, si è voluto indagare quanto la percezione dei soci di conoscere lo scopo della cooperativa rispecchi la reale conoscenza di quanto lo statuto stabilisce.



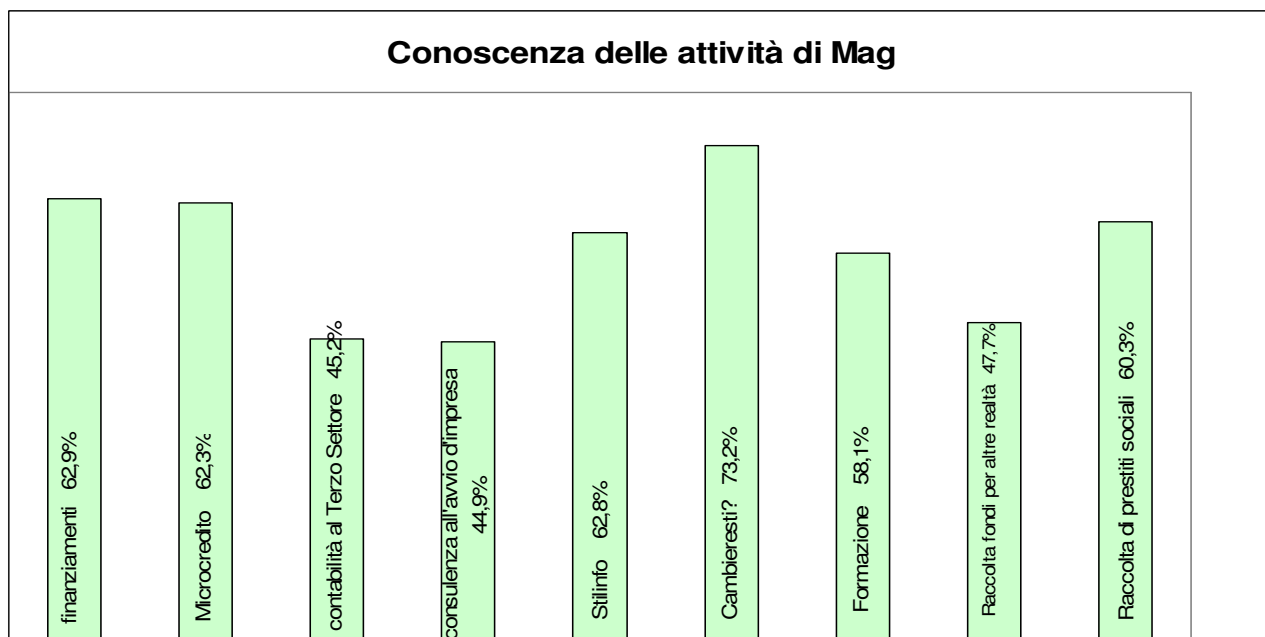
Da questo grafico, il dato complessivo rivela un buon livello di conoscenza complessivo, con un aspetto interessante dato dall'elevata percentuale (38%) di soci che sanno come la partecipazione "in altre società, anche non cooperative, o associazioni che operino per il raggiungimento di scopi identici, simili o complementari a quelli della Cooperativa stessa" sia tra gli scopi stessi.

Tale domanda può essere confrontata con la percezione di come le attività svolte da Mag siano coerenti con lo scopo sociale.



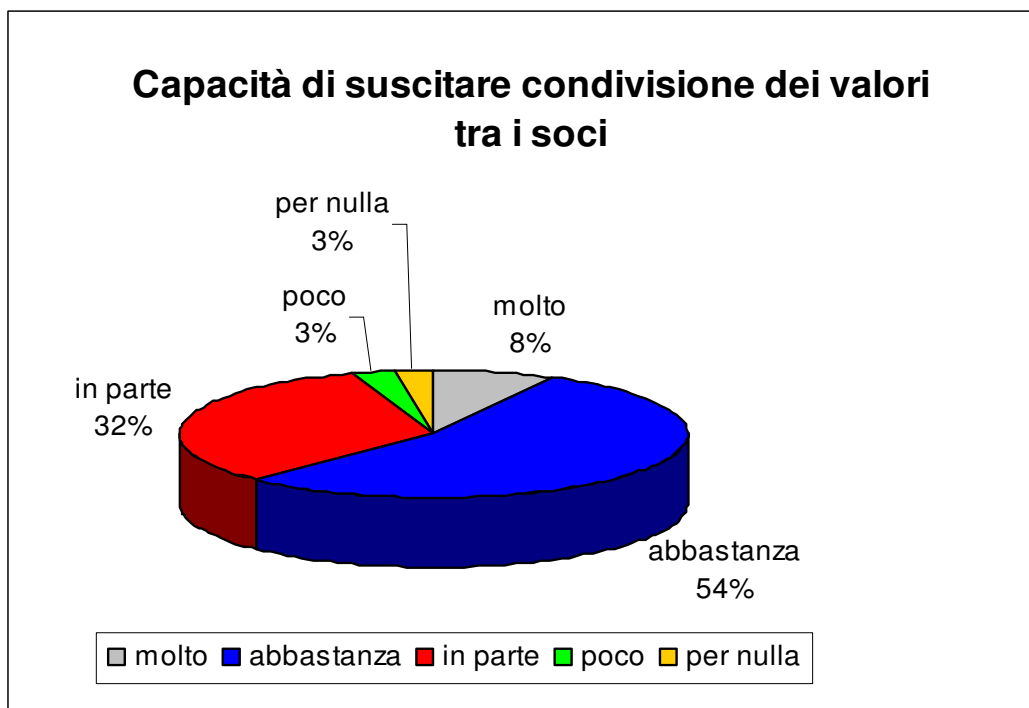
I risultati emersi evidenziano che l'89% ritiene che le attività e lo scopo di Mag sono coerenti, quindi l'obiettivo di verificare come dopo quasi 15 anni di vita della cooperativa, secondo i soci fosse rispettata la Mission attraverso le attività realizzate è stato raggiunto.

Andando più nel dettaglio sul livello di conoscenza delle attività di Mag si evincono i seguenti risultati, dove sull'asse orizzontale sono inserite le varie attività, mentre sull'asse verticale è espressa il livello di conoscenza di ciascuna di esse. Infatti,

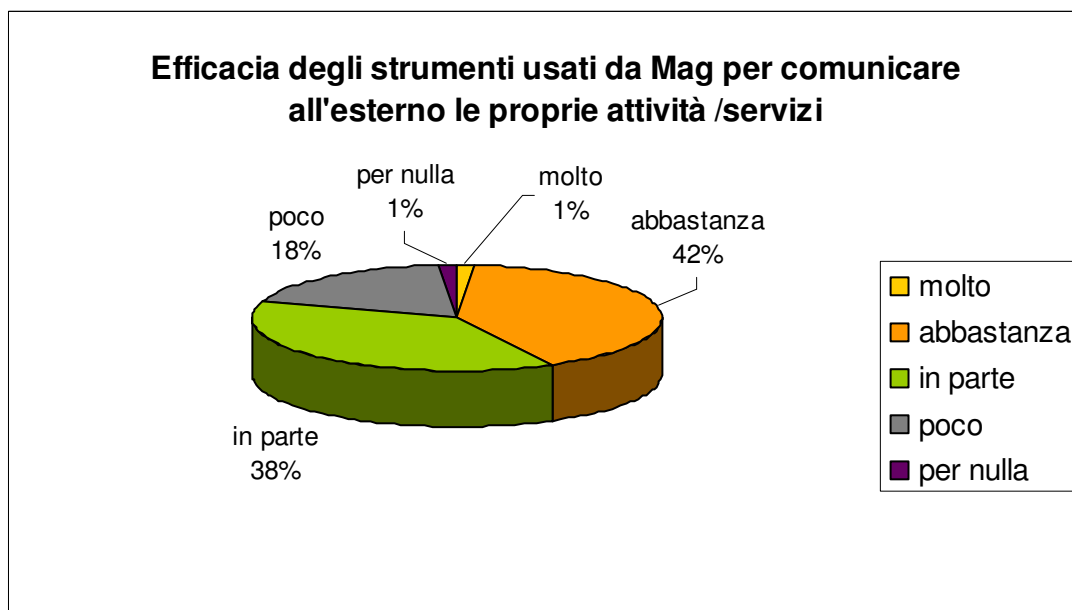


Si può notare come i servizi che sono stati oggetto di specifiche campagne informative, in quanto realizzati con partner istituzionali come Provincia o Comune di Venezia siano maggiormente conosciuti dai soci. Da questa considerazione si conferma la necessità di promuovere in modo più efficace le varie attività realizzate.

Inoltre, la coerenza tra lo scopo e le attività di Mag è ribadita nella domanda dove si interrogano i soci sulla capacità della cooperativa di suscitare condivisione dei valori, dove il 62% la considera buona, come si può vedere dal grafico



In tema di comunicazione è risultato buono il livello di soddisfazione dei soci sugli strumenti impiegati, con un elevato grado di soddisfazione per la trasparenza. Come chiarimento interpretativo dei risultati di queste domande, è importante sottolineare che chi non può accedere a uno strumento informatico non può avere espresso un parere in merito alle attività di comunicazione quali la Newsletter. Il dato più negativo è costituito dalla scarsa efficacia della comunicazione.



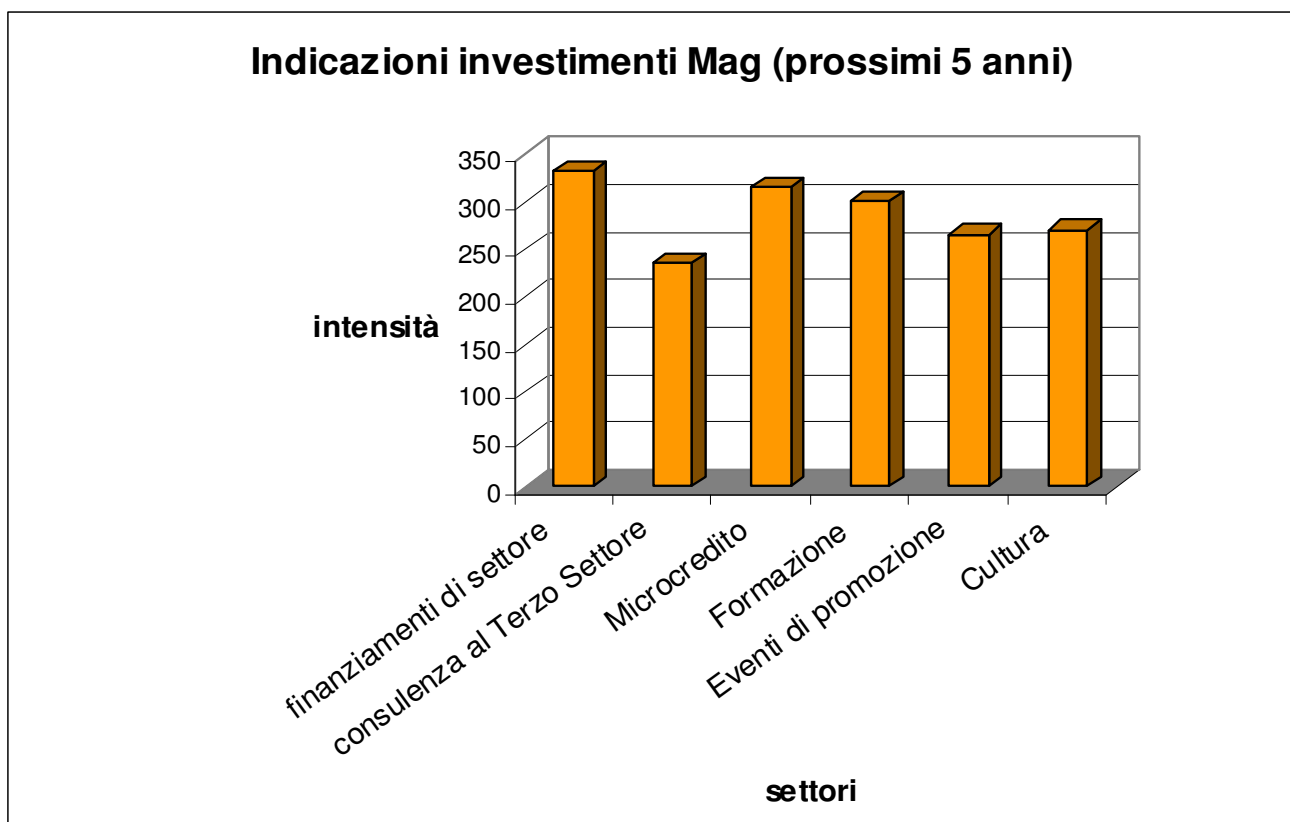
In tema di sviluppo futuro della cooperativa, è stato chiesto ai soci quale dovrà essere l'investimento di Mag nei prossimi 5 anni sulle seguenti aree:

- finanziamenti di settore
- consulenza al terzo Settore
- Microcredito
- Formazione
- Eventi di promozione
- Cultura

Tali settori sono quelli individuati nell'ambito del piano di sviluppo 2005/2008, che vedono intercettare le propensioni della base sociale.

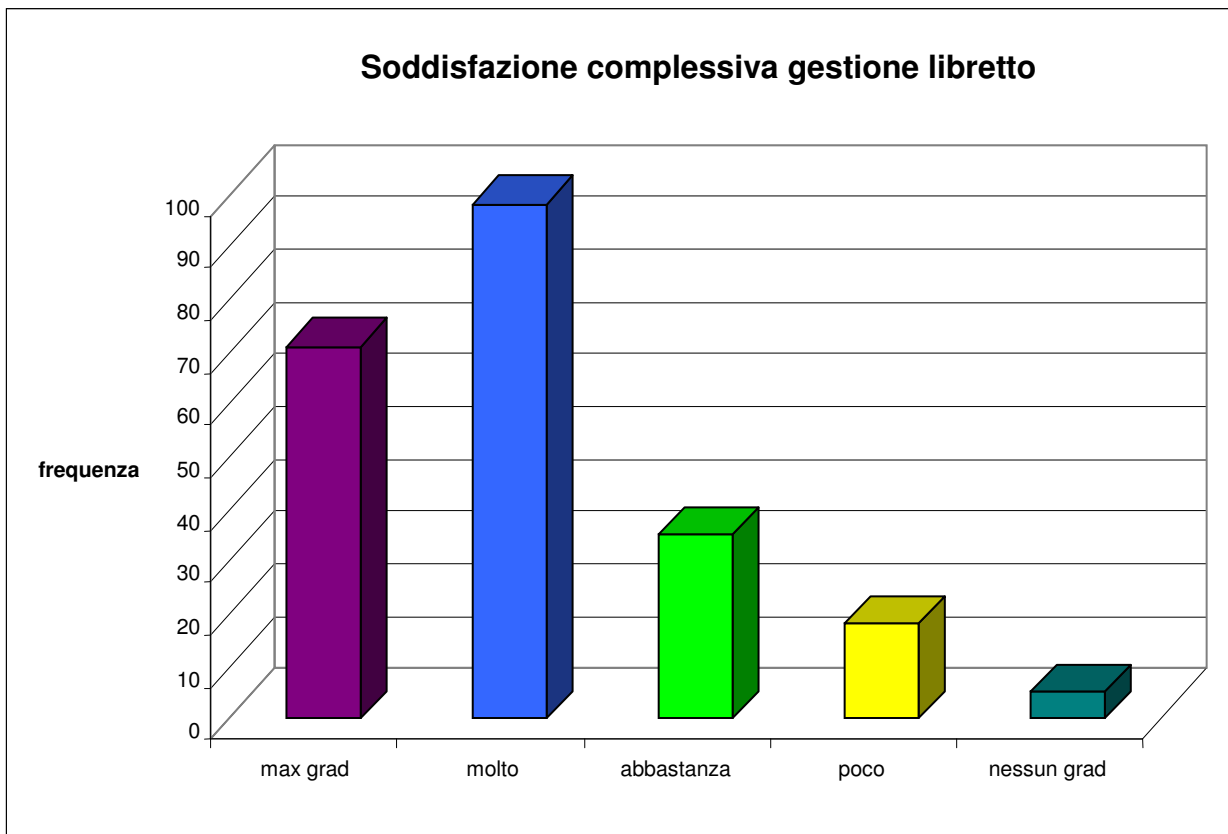
I risultati emersi hanno attribuito ampia importanza allo sviluppo dei settori dei finanziamenti e del microcredito, seguiti dalla formazione e dalla consulenza al Terzo Settore e dalla realizzazione di eventi di promozione.

Quest'ultimo dato indica come la compagine sociale sia interessata a partecipare a momenti di promozione e di sensibilizzazione sui temi che Mag sostiene.



Mag si basa sul sostegno e sul coinvolgimento della propria base sociale per questo è stata chiesta la disponibilità ai soci di partecipare attivamente alla vita della cooperativa, con il risultato che il 32% ha dato parere positivo, mentre il 62% negativo. Chi ha espresso un parere positivo si è orientato soprattutto alla gestione di punti informativi e al contribuire alla progettualità.

L'ultima parte del questionario è stata costruita per capire la soddisfazione complessiva della gestione dei depositi di risparmio, con particolare attenzione alla soddisfazione sugli orari di apertura degli sportelli, sui punti di raccolta, sulla leggibilità dell'estratto conto, sulle informazioni relative alla situazione, in modo da rivedere eventualmente i metodi sinora utilizzati per questa fondamentale attività, da tale indagine è emerso un livello di soddisfazione elevato, come riportato nel grafico di seguito.



Relazione Questionario dei finanziati

Essendo l'attività finanziaria, quella principale per la vita di Mag si è ritenuto opportuno intervistare alcuni soggetti che sono stati finanziati e che hanno o già concluso il finanziamento o ne hanno ancora uno in essere. Il questionario è stato somministrato a 6 enti diversi per tipologia di finanziamento, per collocazione territoriale e per forma giuridica. Il testo del questionario è presente in allegato al bilancio sociale. (Allegato B)

Da tale questionario è emerso che il motivo principale che ha spinto i finanziati a rivolgersi a Mag è stato di carattere etico, mentre la motivazione legata alle difficoltà di accedere al credito attraverso il servizio bancario tradizionale non è presente. I bisogni

finanziari principali erano legati a momentanee carenze di liquidità.

Le ricadute dei finanziamenti sono state valutate in termini di:

- nuove persone impiegate nell'ente
- persone svantaggiate impiegate
- nuove convenzioni/contratti sottoscritti
- aumento del fatturato
- altro

I risultati sono espressi di seguito, dove le colonne indicano la quantificazione della ricaduta del finanziamento, voce per voce, mentre nelle righe è contenuta la descrizione della ricaduta e le X rappresentano le risposte ricevute:

	Nessuna	Tra 0 e 2	Tra 3 e 5	Più di 5	Non Risponde
nuove persone impiegate	XX	X X	X		X
Persone svantaggiate	XXX	X X			X
Nuove convenzioni/contratti	XX		X	X X	X

	Tra 0% e 5%	Tra 6% e 10%	Più di 10%	Non Risponde
Quanto aumento del fatturato	X		X X	XXX

Delle diverse tipologie di finanziamento quella più conosciuta è il finanziamento a progetto, sia perchè il più usato sia perchè il più consolidato, mentre sul microcredito e sul fido garantito la conoscenza è scarsa, sino ad azzersarsi in fatto di servizi amministrativi resi dalla cooperativa.

La soddisfazione complessiva della relazione con Mag è molto elevata, tanto che tutti la consiglierebbero ad altri

e vi si rivolgerebbero nuovamente per un finanziamento. Gli aspetti da migliorare riguardano le informazioni sull'andamento dei finanziamenti e l'abbassamento dei tassi di interesse, così come le modalità di diffusione dell'attività di Mag, che vede il passa parola il canale principale attraverso cui gli eventuali finanziati vengono a conoscenza di questa modalità di credito.

Attività

La descrizione delle attività prevede la divisione in tre gruppi delle stesse.

Il primo comprende quelle attività che caratterizzano Mag e che sono legate alla sua Mission originale, quindi quelle finanziarie: i finanziamenti a soggetti del Terzo Settore, il Microcredito e la Raccolta Fondi.

Il secondo, invece, include quelle attività che completano quella principale e che vanno collocate nell'ambito del sostegno di Mag alla nascita e diffusione di una cultura e di un'economia

rispettosa dell'ambiente e dell'uomo e sono: la formazione, la cultura e i servizi amministrativi .

Il terzo gruppo comprende la comunicazione, che è principalmente rivolta ai soci e a far conoscere l'operato di Mag all'esterno.

Oltre alla descrizione delle attività con l'elenco dei progetti che le caratterizzano è stato illustrato il numero dei destinatari che sono stati raggiunti nel corso della loro realizzazione.

ELENCO ATTIVITA' 2005/2006

ATTIVITA' CARATTERISTICA	Elenco Attività	Descrizione	Destinatari
Finanziaria	Finanziamenti a soggetti del Terzo Settore	Si erogano finanziamenti a persone giuridiche collettive, come associazioni, cooperative del territorio, che lavorano negli ambiti dello sviluppo sostenibile con lo scopo di sostenere progetti di ampliamento delle loro attività o di permettere la nascita di nuove realtà	18 erogazioni
	Microcredito	Si realizza l'attività di istruttoria e di accompagnamento, successivo all'erogazione, nei confronti di persone in carico ai servizi sociali, con lo scopo di far accedere al credito soggetti, cui invece è sempre stato dato un contributo assistenziale, perché spesso non considerati in grado di ricevere un prestito	30 microcrediti
	Raccolta Fondi	Accompagnamento di una ONLUS al radicamento al proprio territorio e di conseguenza all'avvio di una raccolta fondi	1 soggetto

ATTIVITA' COMPLEMENTARE	Elenco Attività	Descrizione	Destinatari
Formazione	Laboratori del Possibile	ATI in collaborazione con Cesvitem Cooperativa Sociale, Cooperativa Servire, Terre in Valigia: laboratori rivolti a studenti della scuola secondaria di primo grado, ai loro insegnanti e genitori sul tema della gestione dei conflitti (finanziamento Legge 285)	100 classi 9 laboratori per insegnanti 9 laboratori per genitori
	Ribaltiamo il mondo	Laboratori relativi alla finanza etica, commercio equo e solidale e impronta ecologica rivolti agli studenti della scuola primaria e secondaria (finanziamento Provincia Assessorato all'Ambiente)	30 classi
	Mediare i conflitti a scuola	Corsi di formazione per insegnanti e laboratori per studenti sul tema della gestione dei conflitti (finanziamento Provincia Assessorato all'Educazione)	5 classi 2 corsi solo per insegnanti
	Altri Progetti	Progetti ad hoc relativi al consumo critico e alla finanza etica richiesti da singole classi o gruppi	19 classi 15 laboratori
Culturale	Stilinfo	E' uno spazio aperto ai cittadini dove si possono trovare informazioni per la promozione di uno stile di vita sostenibile, consapevole delle conseguenze ambientali, culturali, sociali ed economiche di ogni scelta e teso a realizzare un'alta qualità della vita. La progettazione de "La provincia Cambia a Tavola", in partnership con la Pastorale degli Stili di Vita del Patriarcato di Venezia. Iniziativa che su incarico della Provincia di Venezia Settore Ambiente, ha coinvolto 15 sagre paesane (soprattutto del litorale Nord) nello sviluppare una maggior attenzione all'ambiente a partire dall'uso durante le feste di stoviglie biodegradabili.	2500 accessi allo sportello
	Cambieresti?	Si è posto l'obiettivo di far riflettere sui consumi domestici 1000 famiglie del veneziano e diffondere tra queste buoni comportamenti	1200 nuclei familiari
	Cambieresti 300X70	Si propone di diffondere le conoscenze sulle possibilità di risparmio energetico negli edifici ad uso civile, con l'obiettivo di accompagnare i partecipanti alla realizzazione di interventi che portino i consumi di riscaldamento sotto la soglia dei 70 kWh/mq/anno. Il progetto offre un percorso formativo, e in particolare Mag/ CFS ha offerto un finanziamento per rendere rateizzabili gli interventi. Mag ha redatto un protocollo d'intesa con le ditte selezionate per il progetto stesso	270 nuclei familiari
Servizi Amministrativi	Tenuta della contabilità	Attività di tenuta delle registrazioni contabili come fatture emesse, fatture ricevute, prima nota, liquidazioni IVA, stampa registri per cooperative sociali e associazioni. Viene realizzata su richiesta una tenuta di contabilità analitica per favorire l'attività di controllo	6 soggetti
	Rendicontazioni	Si effettua l'attività amministrativa relativa alla rendicontazione di progetti come Equal o simili	1 soggetto
	Avvio di impresa	Consulenza per la scelta della forma giuridica, accompagnamento per la costituzione con stesura dello statuto e dell'atto costitutivo, indicazione delle registrazioni da effettuare presso i vari enti, formazione sulle registrazioni contabili da effettuare	1 soggetto

ATTIVITA' COMUNICAZIONE	Elenco Attività	Descrizione	Destinatari
	Cuori e Denari	Pubblicazione Trimestrale per i soci per informare sulle attività di Mag e favorire la sensibilizzazione sui temi dello sviluppo sostenibile, tra cui in primis la finanza etica	6 pubblicazioni
	Newsletter	Strumento di comunicazione mensile inviato ai soci via mail che aggiorna sulle "novità" del mondo di MagVenezia	10 pubblicazioni
	Lettera		4 rivolte ai soci
	Eventi	Gli eventi sono stati legati ai progetti in cui Mag è stata coinvolta; in particolare al progetto "Cambieresti?" con la relativa serata di avvio e poi di conclusione che hanno visto la presenza di Beppe Grillo, cui si è aggiunta la presentazione del libro di "Cambieresti?" con Marco Paolini	9 eventi per gli iscritti ai vari progetti
	Sito	Il sito è stato realizzato nel 2005 e vuole rappresentare uno strumento di continua informazione verso i soci relativamente all'attività realizzata da Mag	

Di seguito sono state riportate le descrizioni più approfondite relative alle seguenti aree:

- Finanziati
- Soci
- Cultura
- Formazione

Area Finanziati

L'operato di Mag si colloca all'interno del movimento della finanza etica. La prima MAG nacque a Verona nel 1978 per dare accesso al credito a un gruppo di ex operai espulsi dal mondo del lavoro, in modo da permettere loro l'acquisto di un'azienda agricola dove sviluppare colture con metodi biologici.

L'esperienza MAG si sviluppò con il fine di far accedere al credito i soggetti che non riuscivano ad ottenerlo dai sistemi creditizi tradizionali.

Contemporaneamente si manifestò la volontà di alcuni cittadini di vedere il proprio risparmio finalizzato a progetti definiti "etici" legati soprattutto allo sviluppo locale e ad investimenti trasparenti.

MagVenezia ha iniziato ad operare proprio con questi obiettivi, convinta che alcuni soggetti imprenditoriali avessero particolari esigenze di credito, che potevano essere soddisfatte da un modo nuovo di concepire il credito.

Questa riflessione, basata sulla convinzione che l'accesso al credito sia un diritto, si sta evolvendo in questo ultimo periodo nella consapevolezza che l'economia locale è formata da attori che non trovano più grandi ostacoli nel sistema creditizio tradizionale.

In questo nuovo scenario MagVenezia sta maturando un duplice ruolo che si sostanzia, da un lato, nel sostegno ad esperienze innovative del mondo imprenditoriale legato alle tematiche della sostenibilità ambientale e, dall'altro,

nel supporto alle Amministrazioni Pubbliche per la costruzione del Welfare partecipato.

Da ciò deriva un'apertura del credito a soggetti attivi in questi ambiti e che per natura statutaria non sono solo soggetti del mondo non profit, ma anche soggetti del mondo profit. Per attuare queste modifiche si è attivata un'evoluzione della struttura, che attualmente costituisce il braccio finanziario di MagVenezia rappresentato dal Consorzio Finanza Solidale.

Tale soggetto è lo strumento finanziario di MagVenezia essendo iscritto all'Ufficio Italiano Cambi ex Art. 106 del D. Lgs. 385/1994.

E' un Consorzio in forma di cooperativa, i cui soci sono prevalentemente società cooperative e MagVenezia rappresenta il socio di maggioranza, con il 99% del capitale.

Il Consorzio può concedere finanziamenti a soci e non soci, appartenenti al mondo non profit, ma anche profit, purché in quest'ultimo caso operino nel settore dello sviluppo sostenibile e in campo ambientale, con progetti innovativi.

Oltre a questi destinatari, l'attività di finanziamento è rivolta anche a persone fisiche, per poter realizzare il microcredito.

Tale tipologia di finanziamento è caratterizzata dall'elevata importanza che nel microcredito possiede la componente relazionale, quindi il microcredito che Mag/Cfs attuano, non è credito a persone che si presentano presso gli uffici con una qualsiasi motivazione, ma è credito concesso a persone inserite all'interno di una rete, che può essere rappresentata da un'associazione o simili e che necessitano di uno strumento finanziario per poter attivare il loro progetto di vita.

Per poter realizzare i finanziamenti attraverso il Consorzio Finanza Solidale, MagVenezia raccoglie prestito sociale attraverso i propri soci, che scelgono di aprire un libretto di deposito remunerato. Mag convoglia la raccolta sul Consorzio Finanza Solidale in forma di capitale. MagVenezia svolge per conto del Consorzio l'attività di istruttoria delle pratiche di finanziamento e l'attività di monitoraggio in fase di rimborso dei finanziamenti stessi e attiva le procedure in caso di mancata restituzione o ritardo. L'istruttoria si basa su una valutazione dei

dati di bilancio del soggetto richiedente il finanziamento e dei piani di sviluppo futuri dell'attività imprenditoriale. Accanto alla valutazione della sostenibilità economico-finanziaria esiste una analisi del progetto dal punto di vista etico.

I finanziamenti concessi nel 2005/2006 sono stati richiesti per i seguenti motivi:

- acquisto di macchinari per l'attività realizzata,
- problemi di liquidità,
- anticipi su contributi
- ristrutturazioni di immobili

L'attività sinora svolta dal Consorzio Finanza Solidale a partire dal 1995 è riassunta in questa tabella:

Anno di Concessione dei finanziamenti	Numero concessioni	di	Ammontare complessivo	Ammontare medio
1995	10		423.495	52.937
1996	3		136.861	45.620
1997	5		246.350	49.270
1998	4		108.353	27.088
1999	3		105.901	35.300
2000	9		301.574	30.157
2001	8		286.975	28.698
2002	5		162.612	32.522
2003	7		385.000	55.000
2004	12		756.178	63.015
2005	10		348.000	34.800
2006	8		528.734	66.091

La situazione al 31/12/2006 è la seguente:

Finanziamenti in essere	Finanziamenti conclusi	Totale
Euro 1.275.324	Euro 2.597.323	Euro 3.846.844

I prodotti finanziari fino al 2006 sono stati destinati solo a persone giuridiche

I **Finanziamenti a Persone giuridiche** si suddividono in 2 tipologie:

- finanziamenti per l'attività caratteristica
- finanziamenti per l'avvio di impresa

I finanziamenti finalizzati all'attività caratteristica si rivolgono a quelle realtà giuridiche che svolgono attività eco/sostenibili, che hanno utenti o lavoratori a "valenza sociale", quindi tra questi troviamo anche i soggetti della R.E.S. locale, le cooperative e le associazioni. I prodotti loro offerti sono: il fido garantito, il finanziamento a progetto, gli anticipi su contributi. FINANZIAMENTO A PROGETTO: ha lo scopo di finanziare richieste di varia natura, tra le quali:

- finanziamento per acquisto macchinari, arredi, attrezzature
- finanziamento per acquisti di spazi Web, costruzione sito

➤ finanziamento formazione per dipendenti

➤ finanziamento avvio nuovo ramo di attività

ANTICIPI SU CONTRIBUTI: hanno lo scopo di anticipare contributi su progetti o su bandi nella misura dell'80% dell'importo concesso dal bando.

FIDO GARANTITO: è un finanziamento garantito dall'emissione di fatture, sulle quali il CFS anticipa l'80% dell'intero importo fatturato e viene rimborsato al momento del loro incasso

I finanziamenti per l'avvio di impresa sono inseriti all'interno di progetti da avviare con soggetti istituzionali o in particolari ambiti di sviluppo. Tale finanziamento può essere finalizzato al sostegno di spese per l'avvio di impresa, come ad esempio l'acquisto di attrezzature, le spese per la sede, per i vari adempimenti amministrativi iniziali. L'ammontare massimo erogabile è pari a 30.000 Euro.

Area Soci

Attività di Sportello

L'attività di sportello consiste nell'apertura ai soci di Mag e ai non soci di un punto informativo sulla vita della cooperativa stessa, per fornire informazioni su quanto si sta realizzando, per permettere la raccolta di deposito sociale e per rispondere ai quesiti di chi vuole diventare socio.

Tale attività è iniziata nel 1994 con un punto informativo aperto presso l'Associazione "Il Portico" a Dolo, successivamente se ne è attivato uno nella Parrocchia di Zelarino e a partire dal 2003 anche in Campo Santa Margherita a Venezia. Questi sportelli sono complementari a quello che si tiene presso la sede di Mag e che si è ovviamente spostato congiuntamente con il trasferimento della sede stessa.

L'obiettivo dell'apertura di più sportelli decentrati è quello di avvicinare territorialmente alla base sociale l'attività realizzata dalla cooperativa, offrendo più possibilità di incontro con i soci.

Ad oggi gli sportelli attivi sono i seguenti:

- lunedì – martedì – giovedì presso la sede in Via Trieste 82/c dalle 16.00 alle 19.00
- mercoledì pomeriggio dalle 16.00 alle 19.00 presso campo Santa Margherita a Venezia, su appuntamento
- La mattina della seconda domenica del mese presso la Parrocchia di Zelarino.

Comunicazione e partecipazione

MagVenezia dall'inizio della sua attività ha sempre attribuito importanza alla diffusione della sensibilità nei confronti dei temi della finanza etica e dello sviluppo sostenibile attraverso l'organizzazione di eventi e tavolo rotonde per promuovere stili di vita rispettosi dell'uomo e dell'ambiente.

Tra gli eventi più significativi degli ultimi anni troviamo nel 2002 l'evento di celebrazione del decennale di vita di Mag, in compagnia di Marco Paolini e del Sindaco di Venezia, che ha raccolto la presenza di circa 800 persone, con un forte impulso alla crescita della compagine sociale di Mag.

Nel 2005 e nel 2006 gli eventi sono stati legati ai progetti in cui Mag ha lavorato; in particolare al progetto "Cambieresti?" con la relativa serata di avvio e poi di

conclusione che hanno visto la presenza di Beppe Grillo, cui si è aggiunta la presentazione del libro di "Cambieresti?" con Marco Paolini.

Per quanto riguarda la comunicazione con i soci si è iniziato con la pubblicazione di Cuori e Denari a partire dal 1997, che costituisce il periodico di informazione sulla vita di Mag e di riflessione sui temi di attualità.

A partire dal 2005 la comunicazione con i soci si è ampliata attraverso la realizzazione del sito e la newsletter mensile. Ovviamente tale strumento ha il limite di giungere solo ai soci dei quali si ha un recapito mail, mentre negli altri casi la comunicazione è limitata alla lettera relativa alla gestione del libretto di risparmio (per chi lo possiede) e alle due convocazioni dell'assemblea.

Altre modalità di contatto con la base sociale sono:

- il contatto telefonico alla vigilia delle assemblee su un ristretto gruppo di soci, di solito selezionati tra quelli di più recente acquisizione e territorialmente più prossimi
- gli appuntamenti fissati nei casi di

revisione del loro rapporto tra capitale e depositi.

In questo momento le azioni di promozione dei rapporti con la base sociale non sono pianificate seppur si stia procedendo per realizzare strumenti di supporto come forum sul sito, mailing list, verifica della posizione del libretto via internet.

Gestione dei libretti di risparmio

Essendo la Mission di Mag la promozione e la diffusione della finanza etica, la raccolta di risparmio da parte dei soci per poi impiegarlo in finanziamenti erogati dal proprio braccio finanziario "Consortio Finanza Solidale", costituisce uno dei fulcri dell'intera attività.

Ogni socio ha la facoltà di aprire un libretto di risparmio remunerato, dove accantonare i propri risparmi.

Le tipologie dei libretti di risparmio sono:

- libretto "libero" senza alcun vincolo di versamento o prelievo
- libretto "formica", pensato per chi vuole accantonare con regolarità ogni mese una piccola cifra
- libretto "futuro", dedicato ai minori di 18 anni

- libretto "vincolato" il cui vincolo può essere di durata "annuale" o essere legato ad un particolare progetto tra quelli finanziati

I libretti di risparmio, al momento della stesura del documento, sono regolati dalle seguenti condizioni: Tasso lordo del 1,2% per i libretti "liberi", tasso lordo del 1,8% per tutti gli altri.

Ad ogni versamento viene prodotto per il socio un foglio riepilogativo della situazione e, inoltre, ad ogni inizio anno viene inviata una comunicazione riepilogativa di tutti i movimenti effettuati nell'anno appena concluso e il conteggio degli interessi maturati.

AREA CULTURA

Cambieresti

Il progetto Cambieresti ? è iniziato a febbraio 2005 e si è concluso a dicembre, ha raggiunto 1200 famiglie del Comune di Venezia con l'obiettivo di far modificare loro i consumi domestici. Tale progetto si è realizzato coordinando l'intervento di 10 formatori che guidavano i diversi gruppi attraverso degli incontri mensili fornendo consigli e buone pratiche per realizzare subito delle azioni concrete in ambito di sviluppo sostenibile

Dalla primavera 2006 ha preso avvio il progetto Cambieresti Energia, all'interno del quale a Mag è affidato il compito di promuovere una rete di ditte impegnate ad effettuare interventi volti al risparmio

energetico sulle abitazioni delle famiglie partecipanti all'esperienza, nonché di rendere disponibile a ditte e famiglie l'accesso ad un finanziamento per la realizzazione di questi interventi. Dall'autunno 2006 è iniziato il progetto Echo Action, finanziato dalla Comunità Europea, che prevede interventi sempre a favore del risparmio energetico ma esteso anche ai consumi elettrici e alla mobilità. A Mag è affidata una parte nell'ambito del sostegno finanziario alle azioni previste dal progetto, limitatamente al territorio comunale, accanto a Banca Etica, che interverrà in altre esperienze italiane.

Stilinfo

Il progetto Stilinfo è proseguito in questo biennio in maniera congiunta con Comune e Provincia, anche se ciascuno dei due soggetti ha innestato su questa base delle azioni specifiche. Lo Stilinfo è uno spazio aperto ai cittadini dove si possono trovare informazioni per la promozione di uno stile di vita sostenibile, consapevole delle conseguenze ambientali, culturali, sociali ed economiche di ogni scelta e teso a realizzare un'alta qualità della vita.

Il Comune ha utilizzato gli sportelli come parte integrante dei progetti Cambieresti? Cambieresti Energia (distribuzione materiali, raccolta iscrizioni,

filtro informazioni...).

La Provincia ha integrato il lavoro degli sportelli con l'esperienza dell'utilizzo delle stoviglie compostabili in 12 sagre svoltesi nel 2006.

Le attività principali dello Stilinfo, oltre alla presenza allo sportello, sono collegate ad eventi specifici e all'organizzazione di laboratori sul territorio.

Il 2006 ha portato anche ad una gemmazione dello sportello nei Comuni di Martellago e Salzano (inizialmente finanziata da ACM), cui farà seguito entro il corrente mese di gennaio anche il territorio della Municipalità di Favaro

Formazione

La tabella che segue riassume il numero di laboratori ed interventi effettuati nel biennio.

Committente	2005	2006
Comune di Venezia	4	0
Provincia di Venezia (Ambiente e Cultura)	15	37
Comuni Miranese	10	88
Seps Dolo	3	0
Scuole singole	5	7
Altro	1	1

A partire da settembre 2005 (e con durata fino a dicembre 2006) si è avviato il progetto "I laboratori del possibile", gestito nei 17 Comuni dell'Azienda ULSS 13 con le cooperative Terre in Valigia, Cevitem e Servire. E' stata per Mag la prima occasione di lavorare nella formazione in maniera ampia e strutturata.

Per quanto riguarda la Provincia, all'attività ormai consolidata con l'Assessorato all'Ambiente si sono aggiunti nel 2006 gli interventi con la Cultura sul tema dei conflitti.

Tra tutti i percorsi evidenziati in tabella relativi all'anno 2006, 21 hanno avuto come destinatari adulti (insegnanti, genitori o animatori).

VALUTAZIONE PIANO STRATEGICO 2005/2008

La redazione del piano strategico ha individuato i seguenti temi con indicazione specifica degli obiettivi: la Direzione, i Finanziamenti, la Consulenza, i Soci e la raccolta di risparmio, Cultura eventi e visibilità, Sede.

La realizzazione del piano strategico 2005/2008 si inserisce in un orizzonte

temporale più ampio rispetto a quello considerato nel bilancio sociale che è il biennio 2005/2006, perciò nel raggiungimento di quanto previsto nel piano di sviluppo bisogna considerare che per la sua completa attuazione necessitano ancora 2 anni di attività.

DIREZIONE

OBIETTIVO	TEMPI PREVISTI	RISULTATO	TEMPI EFFETTIVI
Individuazione di un direttore	Febbraio 2006	raggiunto	Agosto 2006
Formazione	febbraio-dicembre 2006	raggiunto	Agosto – dicembre 2006
Nomina nuovo direttore	Gennaio 2007	Raggiunto	Gennaio 2007
Affiancamento	gennaio – maggio 2007	raggiunto	rispettati

FINANZIAMENTI

OBIETTIVO	TEMPI PREVISTI	RISULTATO	TEMPI EFFETTIVI
Formalizzazione istruttoria tecnica	Dicembre 2005	raggiunto	
Formalizzazione istruttoria etica e valutazione commissione etica	Dicembre 2007	In fase di avvio	
Individuazione della forma giuridica del CFS per realizzare il microcredito e finanziare i non soci	Dicembre 2005	raggiunto	Dicembre 2006
Consolidamento dell'esperienza del microcredito	Dicembre 2007	In fase di realizzazione	
Realizzazione del microcredito con cooperative sociali	Dicembre 2006	In fase di avvio	
Metodo di valutazione periodica dei tassi di interesse	Dicembre 2006	Non realizzato	
Contatti con soggetti impegnati in produzioni alternative e sostenibili	Dicembre 2005	In fase di avvio	

CONSULENZA

OBIETTIVO	TEMPI PREVISTI	RISULTATO	TEMPI EFFETTIVI
Definizione dei servizi	2007	In fase di realizzazione	
Formazione per sviluppo delle competenze necessarie	2007	In fase di realizzazione	
Piano di promozione	2007	Non realizzato	

SOCI E RACCOLTA DEL RISPARMIO

OBIETTIVO	TEMPI PREVISTI	RISULTATO	TEMPI EFFETTIVI
Creazione libretti a basso interesse per finanziamenti a basso interesse	Dicembre 2006	Non realizzato	
Revisione Regolamento interno	Entro 2005	realizzato	
Sito Internet con un forum	Entro 2005	Parzialmente raggiunto	
Consultazione della posizione di socio attraverso il sito internet	Entro 2006	In fase di valutazione sulla possibilità di realizzarla	
Redazione del bilancio sociale	Entro 2006	Raggiunto	
Aumento dei punti Mag territoriali con referente volontario		Non realizzato	

CULTURA, EVENTI E VISIBILITA'

OBIETTIVO	TEMPI PREVISTI	RISULTATO	TEMPI EFFETTIVI
Sito Internet		Raggiunto	
Creazione di 2 eventi importanti per anno			
Avvio "Scuola di economia solidale"	2006	Non raggiunto	
Riproposta borsa di studio con MagVerona	2006	Non realizzato	

IL VALORE AGGIUNTO

“Tecnicamente il Valore Aggiunto è la differenza tra il valore di beni e servizi acquisiti dall'ambiente (input) ed il valore di beni e servizi venduti al termine dell'attività produttiva (output). Il valore aggiunto rappresenta dunque la ricchezza creata in un

determinato periodo dall'attività dell'impresa sociale a vantaggio della collettività, ripartita secondo criteri economicamente e socialmente rilevanti.” (Umberto Girardi e Graziano Maino in Fuori Orario n. 21, settembre 2000)

NOTE AL BILANCIO

1. Valore della Produzione del Periodo (VPP), cioè l'insieme dei ricavi prodotti dalla Cooperativa e distribuiti secondo le categorie di clienti / committenti.
2. Ricavi derivanti da attività di servizio e consulenza (contabilità, sviluppo di impresa, raccolta fondi) svolte a favore di clienti non profit (associazioni, cooperative, onlus).
3. Ricavi derivanti dalla partecipazione al progetto Equal “Eccomi” (microcredito sociale).
4. Ricavi derivanti da donazioni a favore della campagna Bilanci di Giustizia.
5. Costi generali di gestione.
6. Prima definizione della misura del Valore Aggiunto che evidenzia la capacità della Cooperativa di produrre ricchezza attraverso l'attività caratteristica.
7. Togliendo dal valore aggiunto della gestione caratteristica gli elementi finanziari e straordinari di reddito si ottiene il valore aggiunto globale lordo.
8. Nell'anno 2005 la ricchezza distribuita è stata pari all'83,89% della ricchezza prodotta.
9. Omaggi attivi per il progetto “la Provincia di Venezia Cambia a Tavola” (stoviglie compostabili per le sagre del litorale).
10. Dal totale degli acquisti va scorporata la somma relativa alle stoviglie compostabili (vedi nota precedente).
11. Nell'anno 2006 la ricchezza distribuita è stata pari all'78,63% della ricchezza prodotta.
12. La prima percentuale rapporta il Valore Aggiunto al Valore della Produzione del Periodo (VPP); la seconda è calcolata in rapporto alla Ricchezza Distribuita (RD).
13. La ricchezza distribuita nell'anno 2005 ai lavoratori è pari al 86,23% della ricchezza globalmente distribuita, di cui 56,44% ai soci lavoratori e 29,79% ai collaboratori non soci.
14. La ricchezza distribuita nell'anno 2005 ai soci finanziatori è pari al 17,54% della ricchezza globalmente distribuita.
15. Utile dell'esercizio.
16. La ricchezza distribuita nell'anno 2006 ai lavoratori è pari al 73,30% della ricchezza globalmente distribuita, di cui 67,18% ai soci lavoratori e 6,12% ai collaboratori non soci.
17. La ricchezza distribuita nell'anno 2006 ai soci finanziatori è pari al 18,51% della ricchezza globalmente distribuita.

COSTRUZIONE DELLA RICCHEZZA

		analisi del valore aggiunto 2005		analisi del valore aggiunto 2006	
		v.a.	%	v.a.	%
A valore produzione del periodo	1	241.669	100,00	277.217	100,00
ricavi da Comune di Venezia		<u>74.721</u>	<u>30,92</u>	<u>34.744</u>	<u>12,53</u>
Cambieresti?		50.358	20,84	10.577	3,82
Stilinfo		19.667	8,14	24.167	8,72
formazione conflitti		4.696	1,94	-	-
ricavi da Provincia di Venezia		<u>24.217</u>	<u>10,02</u>	<u>28.686</u>	<u>10,35</u>
formazione consumi		7.550	3,12	5.288	1,91
Stilinfo		16.667	6,90	16.667	6,01
formazione conflitti				6.731	2,43
ricavi da gestione finanziaria		<u>58.812</u>	<u>24,34</u>	<u>65.889</u>	<u>23,77</u>
Consorzio Finanza Solidale		30.616	12,67	23.496	8,48
istruttorie		3.916	1,62	250	0,09
interessi circuito bancario		14.749	6,10	23.389	8,44
interessi circuito non profit		9.531	3,94	18.754	6,77
ricavi da altri soggetti		<u>83.919</u>	<u>34,72</u>	<u>147.898</u>	<u>53,35</u>
ricavi da Istituti Scolastici		3.646	1,51	3.144	1,13
ricavi da altri Comuni				2.500	0,90
ricavi da nonprofit	2	52.997	21,93	102.239	36,88
ricavi da progetti	3	17.353	7,18	23.451	8,46
ricavi da contributi		1.018	0,42	230	0,08
ricavi da donazioni	4	8.000	3,31	7.223	2,61
altro		905	0,37	9.111	3,29
B costi esterni	5	33.124	13,71	45.462	16,40
acquisti		8.592	3,56	20.369	7,35
costi servizi amministrativi profit		6.976	2,89	6.711	2,42
costi servizi amministrativi nonprofit		1.000	0,41	1.000	0,36
altri servizi profit		12.687	5,25	3.489	1,25
altri servizi nonprofit		3.100	1,28	3.100	1,12
costi assicurazioni		769	0,32	793	0,29
valore aggiunto gestione caratteristica	6	208.545	86,29	231.755	83,60
C elementi finanziari e straordinari		3.092	1,28	8.424	3,04
sopravvenienze attive		- 187	0,08	7	0,00
sopravvenienze passive		3.279	1,36	8.431	3,04
valore aggiunto globale lordo	7	205.453	85,01	233.331	80,56
D ammortamenti		2.716	1,12	5.367	1,94
ammortamenti materiali		2.347	0,97	5.033	1,82
ammortamenti immateriali		369	0,15	334	0,12
valore aggiunto globale netto		202.737	83,89	217.964	78,63
ricchezza distribuita		202.737	83,89	217.964	78,63

DISTRIBUZIONE DELLA RICCHEZZA

VPP2005= 241.669

VPP2006= 277.217

	12	analisi del valore aggiunto 2005			analisi del valore aggiunto 2006			
		v.a.	% su VPP	% su RD	12	v.a.	% su VPP	% su RD
ricchezza distribuita		202.737	83,89	100,00		217.964	78,63	100,00
I ricchezza distribuita ai lavoratori	13	146.832	67,44	86,23	16	162.349	57,63	73,30
<i>diretti delle attività</i>		<u>134.272</u>	<u>62,24</u>	<u>80,03</u>		<u>144.729</u>	<u>51,28</u>	<u>65,22</u>
soci lavoratori		<u>104.775</u>	<u>42,15</u>	<u>50,24</u>		<u>131.399</u>	<u>46,47</u>	<u>59,10</u>
<i>rimborsi</i>		2.913	1,21	1,44		2.582	0,93	1,18
<i>gestione finanziaria (istruttorie e soci)</i>		18.870	7,81	9,31		25.383	9,16	11,65
<i>servizi contabilità</i>		7.638	3,16	3,77		11.422	4,12	5,24
<i>formazione</i>		12.134	5,02	5,99		22.782	8,22	10,45
<i>Ca' dei Fiori</i>		9.543	3,95	4,71		9.592	3,46	4,40
<i>Cambieresti?</i>		8.338	3,45	4,11		7.950	2,87	3,65
<i>Equal</i>		11.739	4,86	5,79		14.616	5,27	6,71
<i>Stilinfo</i>		22.443	9,29	11,07		28.434	10,26	13,05
<i>altro</i>		11.157	4,62	5,50		8.638	3,12	3,96
collaboratori non soci		<u>29.497</u>	<u>20,09</u>	<u>29,79</u>		<u>13.330</u>	<u>4,81</u>	<u>6,12</u>
<i>rimborsi</i>		-	-	-		1.461	0,53	0,67
<i>formazione</i>		6.642	2,75	3,28		12.270	4,43	5,63
<i>Cambieresti?</i>		19.997	8,27	9,86		1.060	0,38	0,49
<i>Stilinfo</i>		2.858	1,18	1,41		-	-	-
<i>direzione e amministrazione</i>		<u>12.560</u>	<u>5,20</u>	<u>6,20</u>		<u>17.620</u>	<u>6,36</u>	<u>8,08</u>
soci lavoratori		12.560	5,20	6,20		17.620	6,36	8,08
II ricchezza distribuita ai finanziatori	14	35.563	14,72	17,54	17	40.339	14,55	18,51
interessi alle banche		-	-	-		68	0,02	0,03
interessi ai soci		35.563	14,72	17,54		40.271	14,53	18,48
III ricchezza distribuita all'Ente Pubblico		12.179	5,04	6,01		12.806	4,62	5,88
imposte		11.379	4,71	5,61		12.006	4,33	5,51
tasse		800	0,33	0,39		800	0,29	0,37
IV ricchezza distribuita al settore nonprofit								
contributi associativi		-	-	-		-	-	-
V ricchezza trattenuta dalla cooperativa	15	8.163	3,38	4,03	15	2.470	0,89	1,13

CONCLUSIONI

Metodologia Applicata

La realizzazione delle conclusioni di questo bilancio sociale è avvenuta attraverso il coinvolgimento dei soci per invitarli a riflettere e a dare il loro contributo sui possibili obiettivi di miglioramento della cooperativa per il prossimo periodo.

Il metodo di costruzione delle conclusioni si è basato sugli spunti e le indicazioni provenienti dai soci all'interno di un incontro, dove sono stati illustrati gli elementi emersi durante la realizzazione del bilancio sociale, con particolare approfondimento sui risultati ottenuti nell'elaborazione dei questionari rivolti ai soci.

Gli obiettivi di miglioramento sui quali si è chiesto ai soci di dare le loro indicazioni hanno riguardato i seguenti ambiti:

la comunicazione di Mag
la partecipazione attiva e il coinvolgimento dei soci
le linee di sviluppo delle attività future

La metodologia di lavoro si è basata sulla suddivisione dei soci in 6 gruppi, a ciascuna coppia di questi è stata assegnata la riflessione su uno dei tre temi presentati. A metà della discussione c'è stato un rimescolamento tra i componenti dei gruppi tra loro gemellati e in questo modo c'è stato un ampio confronto tra i presenti, reso possibile anche grazie alle dimensioni ridotte dei gruppi di lavoro e agli scambi tra i loro partecipanti .

Il lavoro nei gruppi è stato suddiviso in due momenti. Una prima parte, dove relativamente a ciascuno dei temi di discussione si è chiesto di individuare i seguenti aspetti:

gli obiettivi privilegiati
tempistica
azioni

Una seconda parte dove si è chiesto di rileggere le congruenze e incongruenze delle proposte precedenti alla luce dei valori fondanti di Mag.

Di seguito si illustra la sintesi delle principali indicazioni emerse all'interno dei gruppi di discussione, cui segue una proposta effettuata dal gruppo di lavoro costruito all'interno di Mag

LA COMUNICAZIONE

Come è emerso dalla rielaborazione dei questionari ricevuti dai soci si evince che l'aspetto comunicativo è quello più debole nell'attività Mag.

I soci suggeriscono di aumentare l'efficacia della comunicazione attraverso:

- la carta stampata,
- il maggior impiego della newsletter e del sito internet,
- la realizzazione di eventi sulle tematiche che sono proprie della Mission di Mag e della sua attività,

A completamento dell'indicazione di questi strumenti di implementazione della comunicazione, viene suggerito di indirizzarsi verso fasce specifiche della cittadinanza, con particolare attenzione ai giovani.

La tempistica proposta prevede tempi molto brevi di realizzazione che in alcuni casi sono definiti "immediati" dai soci.

Il dato che emerge preponderatamente è la necessità / desiderio di veder promuovere con maggiore incisività la Mission e l'operato di Mag, differenziando la comunicazione a seconda dei diversi gruppi di interesse da cui è composta la cittadinanza e aumentando l'impiego degli strumenti già in uso.

La valutazione delle varie proposte in tema comunicativo è confrontata con quelli che sono individuati come valori fondanti di Mag sintetizzabili in:

- trasparenza
- concessione del credito sulla base della credibilità delle persone (in alternativa al sistema bancario)
- sostegno e promozione di un'economia locale equa

Alla luce di questi principi le congruenze sono il coinvolgimento diretto delle persone e il continuo riscontro dei finanziamenti che vengono realizzati, mentre le incongruenze maggiori sono legate al ruolo finanziario della struttura, che nella sostanza agisce come una banca senza esserlo, con ripercussioni sul tasso di interesse, che non riesce ad essere competitivo con quello bancario e che quindi preclude l'accesso ai finanziamenti ai soggetti economicamente meno forti e per cui Mag/CFS sono nati.

IL COINVOLGIMENTO DEI SOCI

Il numero non molto rilevante di questionari pervenuti e le osservazioni delle presenze alle assemblee necessitano una riflessione da parte della cooperativa Mag sulla necessità di coinvolgere più efficacemente la base sociale all'interno della vita della cooperativa.

Le indicazioni emerse in merito agli obiettivi da perseguire si sovrappongono a quelle individuate nella discussione sul tema della comunicazione. A queste si aggiungono le proposte di:

- intensificare i contatti con la base sociale in occasione delle assemblee e degli incontri di Mag
- individuare un gruppo di soci disposti a partecipare attivamente alle varie attività realizzate

In questo caso il gruppo ha individuato come valori fondanti di Mag

- la finanza etica,
- l'educazione all'uso del denaro e agli stili di vita,
- la diffusione di una cultura rispettosa dell'uomo e dell'ambiente,
- la promozione di una rete locale dell'economia solidale.

Le congruenze tra gli obiettivi e i valori fondanti sono la trasparenza e l'educazione all'uso del denaro che comporta una maggiore consapevolezza dei propri stili di vita, mentre l'incongruenza maggiore è data dall'eccessiva liquidità, che impedisce una vera realizzazione dello scopo finanziario della vita di Mag.

In tale gruppo è emerso in maniera significativa come i soci di Mag utilizzino ampiamente il principio di delega e come sia invece importante il loro coinvolgimento negli aspetti più di carattere culturale – informativo dell'operato della cooperativa stessa, per poterle garantire uno sviluppo e un rinnovamento necessari all'organizzazione.

LO SVILUPPO COMMERCIALE

Questo gruppo ha riproposto per lo sviluppo commerciale i suggerimenti avanzati dai gruppi precedenti, sottolineando in modo specifico l'importanza di allargare la base sociale verso i giovani attraverso la creazione sia di prodotti finanziari loro dedicati, come ad esempio il microcredito, sia attraverso la sensibilizzazione ai temi della finanza etica attraverso la formazione nelle scuole. Inoltre, si è ribadita la necessità di aumentare il numero di finanziamenti nel loro complesso e in particolare nell'ambito degli interventi in campo ambientale.

Per quanto riguarda i valori fondanti di Mag li si è individuati nella raccolta e distribuzione di fondi ad attività e progetti con valori di giustizia o a persone con difficoltà di accedere al credito,

SCHEDA RIASSUNTIVA OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Di seguito vengono elencati quelli che in base alle indicazioni emerse dai vari gruppi sui temi proposti sono sintetizzabili come obiettivi di miglioramento. A lato di ciascuno sono indicati gli strumenti, le azioni da svolgere e la tempistica, in modo che nella stesura del prossimo bilancio sociale si potrà partire da una valutazione del loro raggiungimento o meno.

OBIETTIVO	STRUMENTO	AZIONI	TEMPISTICA DI REALIZZAZIONE	REALIZZAZIONE SI/NO
Ampliare la redazione di Cuore e Denari	PERIODICO CUORE DENARI	Costruzione della redazione Coinvolgimento dei soci nella redazione	Entro fine anno 2007	
Aumento distribuzione di Cuore e Denari		- Distribuzione più capillare sul territorio attraverso le associazioni "vicine" a Mag - Revisione grafica della rivista	Da gennaio 2008	
Creazione di un forum sul sito internet	SITO FORUM PERIODICI	Acquisizione e sperimentazione di un nuovo software Individuazione di un moderatore e gestore del forum	2009	
Movimentazione dei libretti attraverso il sito			Gennaio 2008	
Aumento degli articoli su carta stampata su Mag e la Finanza Etica	STAMPA	Creazione di relazioni con giornalisti e radio locali. Individuazione di un addetto stampa tra i collaboratori	Entro fine anno 2007	
Costruzione di contatti con docenti / ricercatori universitari		Individuazione di docenti interessati ai temi affini alle attività di Mag	Entro metà 2008	
Realizzazione di un evento con cadenza annuale sui temi trattati da Mag		Coinvolgimento dei soci per la realizzazione delle serate e per la scelta del tema e coinvolgimento degli enti locali	Sperimentazione a partire dal 2008	
Organizzazione di percorsi a tema		Coinvolgimento dei soci per la realizzazione e per la scelta del tema attraverso il Forum	Sperimentazione a partire dal 2008	
Ampliamento della base sociale, soprattutto verso i giovani	Prodotti finanziari dedicati giovani	- Carte pre pagate - Coinvolgimento di ass.locali giovanili - Aumento delle attività con le scuole - Coinvolgimento dei vari circoli universitari	Dal 2008	
Costruzione di un gruppo attivo di volontari		organizzazione dei soci per ambiti di intervento	Da fine 2007	