



Bilancio del bene comune

Anno 2017- 2018

NEL NOME DEL PANE

Cappelletti & Bongiovanni Srl



NEL NOME DEL PANE Cappelletti & Bongiovanni Srl

- Settore: Alimentare, forno laboratorio per la trasformazione di materie prime biologiche in pane, pizze, focacce, biscotti, torte e altri prodotti da forno
- Numero collaboratori 3 soci lavoratori + 5 full time + 1 part time
- Fatturato: 532.800 €
- Utile: 75.830 €
- Filiali/ aziende collegate: Az.agr. Nel Nome del Pane. Azienda agricola collegata per la produzione di una parte delle materie prime trasformate nel laboratorio di Nel nome del pane. (cereali, frutta, verdura, ecc...)
- Sede + sito: Via xxv Aprile 22 Dovadola (FC) - www.fornodovadola.it
- anno di riferimento 2017-2018

Arco di tempo impiegato per la realizzazione del report: 3 mesi

Consulenti: Cordoni Daniela, Laruccia Maria Fabiana, Picardi Alessia

Auditor: Bernhard Oberrauch

Attività dell'azienda:

	Laboratorio trasformazione prodotti da forno Biologici	Pane Focacce Biscotti Torte Altri prodotti da forno
	Punto vendita in paese Dovadola	Vendita 100% prodotti del ns. laboratorio
	Mercatini Produttori locali Bio	Vendita 100% prodotti del ns. laboratorio

Az. Agricola Nel Nome del Pane (in fase di avviamento)	Az. Agricola Nel Nome del Pane (in fase di avviamento)	Coltivazione cereali e altri prodotti agricoli per la trasformazione nel ns. laboratorio e legna da ardere per l'alimentazione del ns. forno
	Formazione e laboratori	Attività di formazione, laboratori di panificazione
	Vivi Consapevole in Romagna	Associazione, rivista, eventi, per far sì che la Romagna diventi il distretto mondiale della sostenibilità e del benessere

L'impresa e il bene comune

Il Forno Cappelletti e Bongiovanni è un'azienda a conduzione familiare che nasce nel lontano 1979 quando Anna e Maurizio decidono di rilevare un forno a legna nella piccola Dovadola. Il pane veniva sfornato da Maurizio all'alba e venduto nella piccola bottega del paese da Anna, fin dal principio si distinguono per la panificazione con sola pasta madre e per una forte attenzione alla qualità delle farine utilizzate tant'è che nei primi anni 80' sono tra i precursori della panificazione naturale con farine integrali locali.

La tradizionale attività si è poi sviluppata prima grazie al contributo del figlio Fabio che dopo aver maturato esperienze lavorative in altri settori e tipologie di organizzazioni, decide di mettere a servizio della gestione della azienda di famiglia le conoscenze acquisite nei diversi campi. L'intento di "ri-approdare" nel porto paterno è mosso dall'esigenza di contrapporre alla logica imprenditoriale fino a quel momento vissuta e rigidamente orientata alla massimizzazione dei propri profitti una idea di lavoro, nuova e sostenibile: il benessere della comunità. Da circa 4 anni anche l'altro figlio Enrico svolge un ruolo fondamentale all'interno dell'attività. Incoraggiati dall'azione già viva e ben organizzata delle aziende aderenti all'associazione "Vivi consapevole in Romagna", entrano in contatto con i valori

predicati dal movimento dell'Economia del Bene Comune, che sono in forte sintonia con i valori e la direzione che da tempo si è scelto di perseguire.

L'obiettivo è, infatti, quello di lavorare in maniera sostenibile dando alla comunità il massimo beneficio possibile; questa logica è possibile solo creando un sistema di rete di aziende virtuose e collaborative, intimamente accomunate dall'idea di "ben" agire.

L'azienda da sempre è attenta al bene comune, in quanto la nostra mission è dare la possibilità a tutti di potersi alimentare con prodotti da forno il più sani e genuini possibili per la salute dei consumatori, utilizzando materie prime da trasformare che possano essere prodotte (coltivate) con il massimo rispetto e dei ritmi della natura impattando il meno possibile sull'ecosistema terra.

Inoltre avendo spesso il contatto diretto con i nostri clienti cerchiamo sempre di dare informazioni sul cibo, salute, agricoltura, benessere, con l'intento di risvegliare la coscienza delle persone in modo da poterle mettere nelle condizioni di fare scelte più consapevoli, per loro e per il bene comune



- Persona di riferimento per la ebc + dati del contatto Cappelletti Fabio (338/1459338 fabio@fornodovadola.it) e Grassi Federica (amministrazione@fornodovadola.it 338/3549753)

Attestato- legenda alla valutazione

La scala di valutazione va da -10 a +10, tutto quello che supera 0 punti è lodevole. Zero punti significa „Base: pratiche legali o consuetudini nel settore“.

settore di scala		Punti di valore di scala	Σ punti ponderati
4	Esemplare: idee innovative e messe in atto, stimolatori/moltiplicatori	7..10	700..1000
3	Esperto: risultato buono e viene valutato, sono attuate ulteriori misure	4..6	400..600
2	Avanzato: buone pratiche, le prime modifiche / misure sono implementate	2..3	200..300
1	Primi passi: Buona volontà, si è riconosciuto, ci si è occupati, si è discusso, preso misure, ci si è informati e ci si ha riflettuto	1	100
0	Base: pratiche legali o consuetudini nel settore, non esiste nessun rischio di impatto negativo	0	0
-1	Bassi rischi: Rischi di scarsa rilevanza, le misure sono state avviate	-1	-100
-2	Rischi medi: Rischi di media rilevanza, le misure non sono ancora state avviate	-2..-3	-200..-300
-3	Rischi rilevanti: Rischi significativamente rilevanti, le misure non sono ancora state avviate	-4..-6	-400..-600
-4	Rischi molto rilevanti: Rischi molto rilevanti, le misure non sono ancora state avviate	-7..<-10	-700..<-1000

Descrizione dettagliata dei singoli temi

A1 La dignità umana lungo la filiera

Voci di costo + % delle uscite	Spiegazione	A1	A2	A3	A4
Affitto (0%)	il laboratorio e il punto vendita sono di proprietà				
Energia/ corrente (4,2%)	Energia elettrica 19,7% Gas per riscaldamento 4,8% Gpl per furgoni 52% Legna 27,56% Gruppo Hera Stefano Carburanti Tassinari Bruno (legna)	0 0 0	0 0 2	0 0 2	2 0 2
Computer/Tecnica (0.01%)	Gestione sito e Web order Netrising Luca Teodori	0 0	0 2	0 0	0 2
materie prime 55%	Padovana Macinazione Stefano Pransani Az. Agr. Tre c Terradiva Progeo	0 2 0 0 0	0 6 0 2 0	4 4 0 2 0	0 4 2 4 0
Costo manodopera collaboratori e soci 36,2%	Busta paga netta 47% Compensi soci 22% Contributi/tassazione 31%				
Formazione 0,56%	Accademia Sovversiva e Winner group	4	2	0	0
Consulenze (1,5%)	Commercialista Dott. Coveri Ufficio paghe Thesis	0	2	0	0

Ass.ne (0.56%)	Vittoria Assicurazione	0	0	0	0
Contributo per la promozione per comportamenti sociali ed ecologici (0.7%)	Vivi Consapevole Romagna	6	10	4	10
	Progetto Virgo	6	10	4	10
	Romagna Bio	6	6	6	6
Packaging e materiali di consumo 1,1%	Sacchetti, carta alimentare, scatole cartone Gaudenzi	0	0	0	0
Banca 0,2%	commissioni bancarie, mutui, finanziamenti ecc Intesa San Paolo				

Aspetto A1.1: Condizioni di lavoro e conseguenze sociali nella filiera (1)

il 95% circa di materie prime è da agricoltura biologica, ove possibile ci impegniamo e cerchiamo di acquistare prodotti locali e di stagione, ultimamente abbiamo iniziato ad utilizzare molte verdure di stagione per farcire le focacce e i pani che provengono dalle aziende agricole locali che partecipano al progetto RomagnaBio (www.romagnabio.com)

Non abbiamo metodi per la valutazione dei rischi sociali nella filiera.

Non abbiamo metodi per la verifica della violazione della dignità umana dei nostri fornitori.

La nostra intenzione è di istituzionalizzare una procedura da applicare a tutti i nostri fornitori che si può definire con l'inviare un questionario che segue i principi del BENE COMUNE per richiedere una loro autovalutazione sul punto A1.1

Il nostro fornitore principale di farina di grani teneri antichi Il Molino Pransani ha la certificazione di filiera e la certificazione Biologica

Oggi il nostro maggior fornitore è Padovana Macinazione e ha le seguenti certificazioni

- Certificato DEMETER
- Autorizzazione sanitaria
- Certificato ISO 22000:2005
- Certificato di conformità al metodo biologico

Progeo Molini

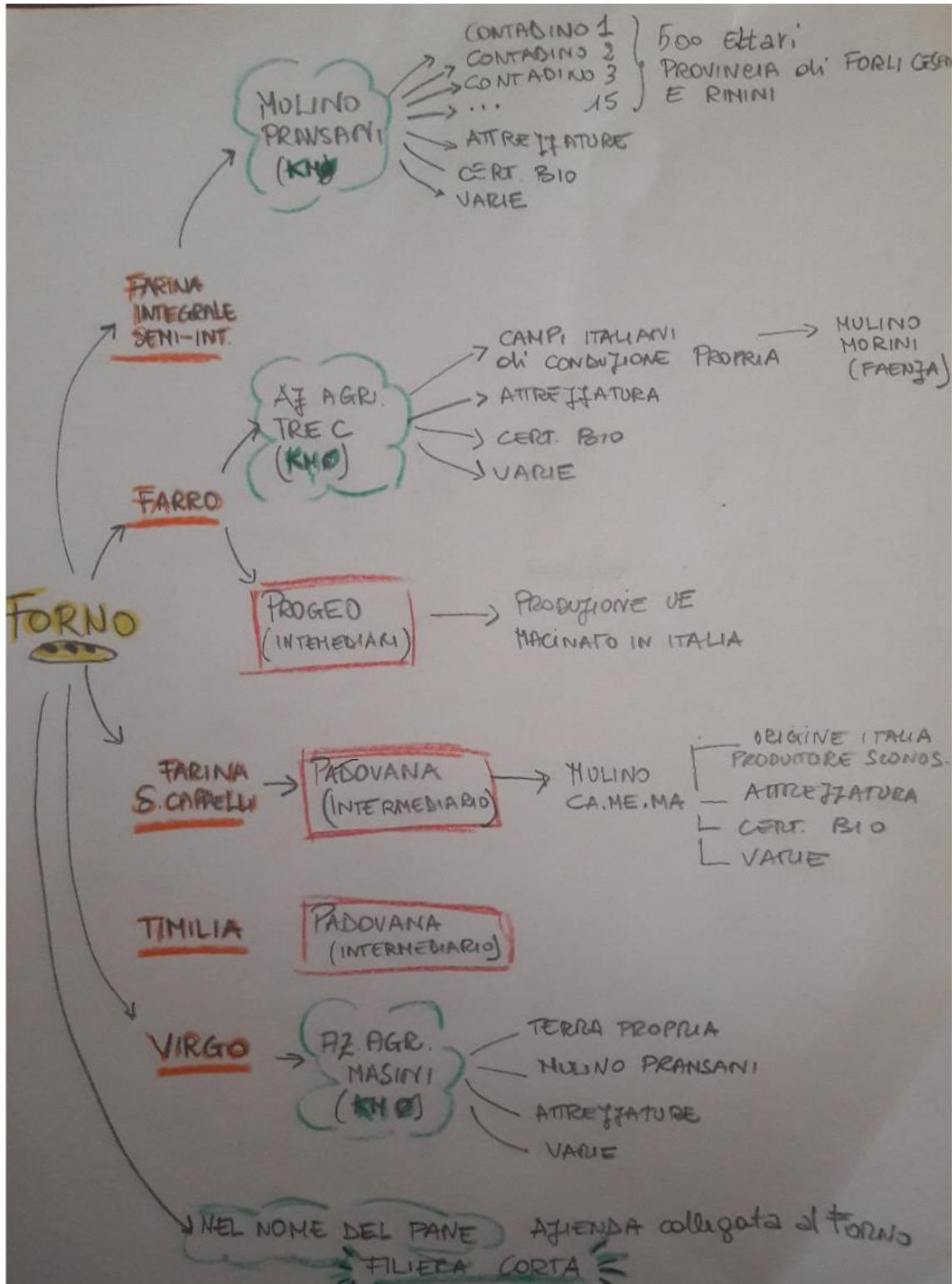
<https://www.progeomolini.it/farina/certificazioni-0003497.html>

Qr Ingredients

Certificazione Biologica, certificazione BRC, IFS e Kosher

Il nostro obiettivo è ridurre la % di materie prime acquistate da terzi e aumentare la % di acquisti diretti dal produttore. Proprio per questo abbiamo deciso di avviare il progetto dell'Azienda Agricola NEL NOME DEL PANE che dal 2019 inizierà a produrre una parte di cereali e a fornire la legna per il laboratorio.

Questa è la nostra attuale grafica di filiera per l'acquisto delle farine per la produzione del pane:



Aspetto negativo A1.2: Violazione della dignità umana nella filiera (0)

Sicuramente più la filiera è corta e meno rischi e problemi ci sono inoltre sarebbe anche più semplice monitorare e avere informazioni su tutti i processi.

In questo senso abbiamo avviato una azienda agricola per iniziare a produrre una parte delle materie prime che utilizziamo. Utilizziamo già ove possibili materie prime provenienti da filiera corta o a Km0.

- a) Prodotti che acquistiamo da filiera corta km 0: 60%
- b) Prodotti di cui non conosciamo direttamente la filiera e pertanto i rischi connessi al punto A1.3: 40%



L'azienda al momento attuale non è comunque a conoscenza di violazioni della dignità umana lungo la filiera che riguarda l'acquisto della materia prima da fornitori esterni.

FOTO: Proprio perché è la nostra filosofia abbiamo partecipato alla foto di copertina dell'ultima rivista del 2018 di Viviconsapevole Romagna come sponsor del concetto „COMPRA IN ROMAGNA PATACA“

A2 Solidarietà e giustizia nella filiera

Aspetto A2.1: Relazioni commerciali eque nei confronti dei fornitori diretti (5)

Non abbiamo debiti in sospeso con nessun fornitore che dal 1979 ha collaborato con la nostra realtà. Non siamo abituati a trattare sui prezzi o a richiedere sconti o eccezioni sulle forniture, da sempre operiamo con correttezza e fiducia e crediamo che questo modo anche di fare venga recepito e contraccambiato.

Essendo una piccola realtà non abbiamo per ora tante risorse da dedicare a questo tipo di procedure nonostante ne capiamo l'utilità e l'importanza (questo concetto è applicabile a tutto il punto A e B)

I prezzi con i fornitori vengono sempre accettati se spiegati e trasparenti.

Qualche settimana fa il nostro fornitore di Olio extra vergine di oliva, ci ha contattato per comunicarci che il prezzo del nuovo olio sarebbe stato più alto del prezzo dell'anno precedente a causa di problemi avuti sulla produzione (maltempo e gelata che ha compromesso parte della produzione). In quel momento anche noi stavamo raccogliendo le olive dell'azienda agricola NEL NOME DEL PANE. E' stato più facile comprendere l'impegno del nostro fornitore, un'azienda agricola che lavora ancora in modo artigianale proprio come noi. Abbiamo accettato l'aumento di listino e il nostro fornitore ci è venuto incontro modificato la modalità di pagamento.

Indicatori vincolanti

- Durata media della relazione commerciale con i fornitori (*1) 5/10 anni
- Rapporto stimato della quota rispetto alla creazione di valore tra impresa e fornitori (*1)

Grazie al PROGETTO VIRGO I fornitori possono partecipare alla creazione di questo valore perché la farina non può essere venduta a meno di 2 euro. Il contadino è tutelato al 100% PROGETTO VIRGO (<http://www.granovirgo.it/progetto-virgo>)

Il progetto VIRGO è tutelato da un disciplinare a cui sia gli agricoltori sia i panificatori si devono attenere.

La produzione di granello a marchio Virgo può avvenire solamente in campi certificati biologici, applicandole le pratiche di agricoltura biodinamica successivamente dettagliate. Ogni azienda agricola che intenda iniziare a coltivare il grano Virgo, deve avere l'intera superficie aziendale convertita al biologico e deve inoltrare domanda al titolare del marchio. Il titolare del marchio, tramite sopralluogo presso l'azienda richiedente, dovrà verificare tutti gli aspetti strutturali-gestionali e del processo produttivo per la concessione del marchio collettivo. Entro 30 giorni dalla visita ispettiva il titolare del marchio dovrà pronunciarsi positivamente o negativamente.

Il pane Virgo può essere ottenuto utilizzando farina di tipo 1, tipo 2 o integrale, ottenute dalle varietà indicate al capitolo 1. La lievitazione deve avvenire con pasta madre, indicata e fornita dal titolare del marchio, che dovrà essere riattivata prima dell'utilizzo con aggiunta di acqua e farina. L'impasto deve essere costituito esclusivamente da farina, pasta madre, acqua e sale marino integrale biologico. Può essere aggiunto esclusivamente olio

extravergine di oliva da agricoltura biologica. Le pezzature del pane devono essere superiori a 500 gr (peso riferito al prodotto finito).

Il marchio Virgo è un marchio collettivo e ha lo scopo di garantire la qualità dei prodotti.

La titolarità è concessa esclusivamente ad enti ed associazioni: attualmente è titolare del marchio l'Associazione Arca Biodinamica, che include tutti i concessionari (agricoltori, trasformatori, cittadini, panificatori, etc.).

E' questo il motivo per cui tutti i partecipanti a questo progetto sono tutelati!



The image shows a screenshot of the Virgo website. At the top, there is a navigation menu with the following items: HOME, PROGETTO, PRODOTTI, PRODUTTORI, PARTNER, DISCIPLINARE, and CONTATTI. Below the menu, there is a section titled "Pane Virgo del forno Cappelletti & Bongiovanni!". The text in this section reads: "Mai visto un Virgo così!" Fabio Cappelletti del forno Cappelletti & Bongiovanni di Dovadola è particolarmente soddisfatto del pane Virgo sfornato! "Grano Virgo macinato a pietra e pasta madre, lievitazione lunga 24h, impastato a mano...gli impasti a mano danno grande soddisfazione con farine di vecchie varietà di cereali sia per chi panifica che per chi li mangia". Below the text, there is a Facebook link: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10211773509915578&set=a.1031980642132.2006339.1303885111&type=3&theater> and the website www.fornodovadola.it. To the right of the text is a photograph of a round loaf of bread with a large, dark, cross-shaped mark on its surface.

Nel nostro percorso di crescita ci stiamo trasformando da artigiani a contadini per completare la filiera e per garantire interamente il prodotto partecipando dall'inizio alla fine al valore del nostro prodotto. Valore che non sarà nobilitato non solo nell'atto della vendita del pezzo di pane ma anche attraverso la formazione, i laboratori e la condivisione di tutte le informazioni necessarie per capire cosa si sta mangiando.

Aspetto A2.2: Influssi positivi sulla solidarietà e la giustizia lungo l'intera filiera (1)

Cerchiamo noi in prima persona di avere un comportamento equo e solidale verso tutti gli stakeholders.

Durante la fase di preparazione del rapporto del bene comune ci siamo resi conto di quanto sia fondamentale un'analisi dettagliata del nostro fornitore.

- Percentuale di prodotti e materie prime acquistati con un marchio che tenga conto della solidarietà e dell'equità **zero**

- Percentuale di fornitori con cui è stato affrontato il tema del comportamento equo e solidale con i gruppi di interlocutori o che sono stati scelti su questa base [Non valutabile](#)

Tra i nostri obiettivi del 2019 è di inviare un questionario valutativo a tutti i nostri fornitori. La scelta delle forniture (ove possibile) sarà fatta in base alla valutazione del bene comune.

Aspetto negativo A2.3: Sfruttamento del potere di mercato nei confronti dei fornitori (0)

Non abbiamo questo potere e in nessun caso i nostri fornitori si potranno sentire schiacciati dalle nostre contrattazioni.

A3 Sostenibilità ecologica nella filiera

Aspetto A3.1: Impatti ambientali lungo la filiera (6)

Queste sono le materie prime impiegate nella produzione in un anno

Farina di grano tenero antico integrale Kg 9000
Farina di grano tenero antico semi-integrale Kg 9000
Farina di farro kg 20000
Farina di farro integrale kg 4000
Farina di kamut kg 2.150
Farina di segale integrale kg 2.000
Farina di Senatore Cappelli kg 15.000
Farina di Canapa Kg 100
Farina Timilia Kg 1.500
Farina di Grano Saraceno Kg 800
Farina di Riso Kg 250
Flocchi di Avena Kg 250
Farina di Carruba Kg 50
Sale Kg 450
Olio EVO Lt 1200
Olio di mais Lt 225
Uvetta sultanina Kg 280
Mirilli Kg 80
Pistacchi Kg 50
Pinoli kg 25
Noci Kg 260
Mandorle Kg 180
Zucchero di canna Kg 1.000
Zucchero a velo kg 175
Malto di riso Kg 400
Agave Kg 400
Olive Kg 160
Salsa di pomodoro Kg 350
Margarina Kg 1.550
Tofu Kg 120
Funghi Kg 250
Semi di girasole Kg 50
Semi di lino Kg 220
Semi di sesamo Kg 250
Lievito cremortartaro Kg 140
Uova Kg 200
Crema di nocciole Kg 280
Cioccolato fondente Kg 280
Cacao Kg 50
Vino Lt 100

Latte di riso lt 500
Latte di soia lt 350
Zenzero kg 5
Vaniglia Kg 5
Curcuma Kg 5
Cannella Kg 5
Marmellate varie Kg 800
Mozzarella di riso Kg 500
Olio di cocco Kg 100
Verdura e frutta di stagione Kg 50
Le materie prima sono da agricoltura biologica.

Da sempre diamo priorità ai prodotti locali e di stagione con l'intento di dare a questo criterio sempre maggior importanza

Nella nostra produzione sono impiegati energia di tipo elettrica, carburante gasolio per i nostri furgoni e la legna per il forno. Stiamo da tempo valutando un impianto fotovoltaico. Purtroppo non è ancora stato realizzato in quanto la nostra produzione viene svolta principalmente di notte e al momento non abbiamo trovato un sistema di accumulo che sia sostenibile anche economicamente.

Una delle conseguenze ambientali nocive nella nostra filiera è legata alla importazione di alcuni prodotti e pertanto alla percorrenza che tale merce deve compiere, contribuendo così all'inquinamento ambientale causa utilizzo di carburanti. (trasporto)

Cerchiamo sempre di scegliere fornitori locali onde evitare danni ambientali derivanti da lunghe percorrenze ove possibile

Scegliamo i nostri fornitori in base a valori etici. Uno di questi è l'ecosostenibilità nella produzione.

Il nostro fornitore principale di materia prima (PADOVANA) utilizza un impianto fotovoltaico e il 100% dei consumi è sostenuto interamente da questa energia. Il secondo fornitore principale di farina (PRANSANI) è un fornitore a km 0.

Non ci importa avere vantaggi sulla concorrenza giocando su questi aspetti, seguiamo questa linea perché è quello in cui crediamo.



Per ridurre l'impatto ecologico delle forniture di materie prime e energia stiamo realizzando il progetto Az.Agr. NEL NOME DEL PANE. Il progetto nasce con l'intenzione di autoprodursi buona parte delle farine che vengono utilizzate nel laboratorio del forno. Questo ci permette di entrare nel mondo dell'agricoltura e coltivare i grani che poi verranno trasformati in farina presso il mugnaio di fiducia (mulino Pransani), da tempo siamo appassionati e attenti al grano, ora avremo la possibilità di vivere e conoscere direttamente tutti i processi agricoli necessari per farlo crescere. Mentre scriviamo questa relazione è spuntato il grano seminato a novembre, abbiamo seminato del Terminillo (varietà antica che deriva da un incrocio di Strampelli del 1907/08 fra il

Rieti e il Segale). Avremo con gli anni la possibilità di seminare e coltivare diverse varietà di grano, trasformarli in farina e panificarli, ci piacerebbe così creare un grano che si adatti al nostro territorio e al nostro metodo di panificazione.

L'azienda agricola oltre a fornirci direttamente la farina ci fornirà anche la legna per la cottura del nostro pane. (forno a legna)

Foto: grano seminato a fine ottobre nella terra dell'azienda Agricola Nel NOME DEL PANE.

Aspetto negativo A3.2: Conseguenze ambientali sproporzionatamente elevate lungo la filiera (0)

Una parte delle materie prime biologiche (10%) acquistate da Padovana Macinazione e Qr Ingredients sono di origine non UE, sicuramente una minor distanza fra il produttore e noi avrebbe in minor impatto ecologico

Stiamo cercando ove possibile di reperire materie prime locali e di stagione

- Percentuale di prodotti/ servizi acquistati che comportano conseguenze ambientali sproporzionatamente nocive
- 0,1% prodotto per la pulizia
- 4.2% carburante ed energia elettrica

Aspetto A4.1 Trasparenza e diritti di condivisione delle decisioni per i fornitori (2)

„fare il pane è una passione. Significa impegno, ricerca, conoscenza. Significa anche amicizia e fiducia“

Conoscere di persona il contadino che si occupa della coltivazione dei cereali e il mugnaio che mania a pietra la farina che finirà poi nella lista degli ingredienti, è tutta un'altra cosa! Ricreare il collegamento tra tutti gli attori della filiera produttiva è fondamentale e i vantaggi sono infiniti.

Ogni fornitore può in qualsiasi momento venire a visitarci; alcuni fornitori di farine (mugnai) vengono di persona a consegnare le farine presso il nostro laboratorio.

Sono nati rapporti di collaborazione e amicizia, e questo ci permette di confrontarci sulla materia prima e sulla sua lavorabilità, di migliorare e crescere assieme.

In questo modo abbiamo ricreato un aspetto fondamentale della filiera della panificazione, per noi è molto importante il collegamento diretto fra fornaio e mugnaio (su questo abbiamo scritto un articolo su VCR)

Crediamo che ricreare le connessioni perdute (contadino – mugnaio – fornaio) oltre ad essere un vantaggio per tutti gli attori della filiera, permette lo scambio di preziose informazioni utili alla crescita e al miglioramento del lavoro di ognuno. Permette ad ognuno di dare il proprio contributo.

Con i fornitori con cui condividiamo questo tipo di „connessione“, condividiamo anche il valore fondamentale di rispetto della terra e della nostra comunità. Siamo certi che questo modo di fare sarà l'unico possibile in futuro

A dimostrare il rapporto di condivisione è facile per noi fare l'esempio di collaborazione con il mulino Pransani. Stefano non solo negli anni è diventato un amico e insieme a noi condivide il progetto VIRGO, ma ci ha anche aiutato nell'avvio del nostro progetto di azienda agricola, dandoci il seme da coltivare (varietà Terminillo) e ci ha garantito il massimo sostegno e collaborazione, ritirerà il nostro grano, lo molirà per trasformarlo in farina e ci farà anche lo stoccaggio. Inoltre ci ha aiutato inizialmente facendoci conoscere uno dei suoi contadini più esperti con il quale abbiamo firmato un contratto partecipativo per un appezzamento di terra di sua proprietà. Grazie a questo contratto abbiamo aperto la strada alla nostra azienda agr.

Stefano Pransani per questi progetti non è più il fornitore diretto di farina, ma diventa un elemento importante della filiera trasformando la granella in farina.

Negli anni siamo diventati sempre più attenti all'origine delle materie prime, e non solo delle farine. Utilizziamo anche molto OLIO extravergine di olive.

Fino a qualche anno fa ci bastava fosse certificata biologico. Ma ora non ci basta. Vogliamo sapere chi produce l'olio, come avviene il processo di molitura e imbottigliamento.

Negli anni quindi abbiamo cambiato fornitore passando da intermediari, cioè azienda che rivendevano il prodotto ma che non sapevano da dove arrivasse l'olio, fino ad arrivare ad oggi che acquistiamo l'olio EVO direttamente da un agricoltore biologico pugliese. Abbiamo spiegato ai precedenti fornitori le motivazioni che ci hanno spinto a questa scelta prima di interrompere la fornitura. Se avessero potuto garantirci la filiera e maggiore trasparenza avremmo continuato con loro la nostra fornitura.

<http://www.terradiva.it/>

Aspetto A4.2 Influssi positivi sulla trasparenza e la condivisione delle decisioni lungo l'intera filiera (2)

Nella scelta dei nostri fornitori noi cerchiamo sempre un comportamento reciprocamente trasparente e partecipativo.

Ad esempio il motivo determinante, che ci ha spinto a scegliere il mulino PRANSANI rispetto ad altri della zona è la filosofia, che sentiamo molto vicina a noi.

Infatti il titolare, Stefano Pransani, fin da subito ha avuto le idee chiare: "Voglio macinare grani antichi, locali, biologici!".

Per far ciò ha chiesto aiuto alle aziende locali, stringendo un patto con 15 amici coltivatori: oggi i terreni coinvolti nella coltivazione di tali grani sono 500 ettari distribuiti tra Sogliano e Mercato Saraceno, con una produzione di ben 11.000 quintali di grano.

Un mulino che si impegna attivamente nella tutela dell'ambiente e della biodiversità, che realizza farine sane biologiche di grani antichi, locali, rispettosi dell'ambiente e delle comunità locali! Chi meglio di loro potrebbe realizzare le nostre farine?



Foto: Stefano Pransani

B1 Atteggiamento etico nell'impiego del denaro

Aspetto B1.1: Autonomia finanziaria grazie all'autofinanziamento (7)

Tramite una pianificazione delle spese messe in relazione con una previsione delle entrate riusciamo ad avere anno per anno una previsione dell'andamento finanziario della attività e una buona garanzia di sopravvivenza.

Inoltre a favore di una sostenibilità aziendale attenta ogni anno gli utili vengono lasciati in azienda. A tutela dei nostri dipendenti effettuiamo ogni mese un Accantonamento per tfr (500\mese) reale.

Quota di capitale proprio (*1) Euro 20.000

Quota media di capitale proprio del settore (*1) dato non trovato

Aspetto B1.2: Finanziamento esterno orientato al bene comune. (0)

Al momento non ci appoggiamo ad una banca "etica", ma ci appoggiamo all'unica filiale presente nella nostra città. Non abbiamo per ora mai pensato ad altre forme di credito ma siamo aperti a valutare altre forme di finanziamento più etiche.

Quota di capitale esterno:

Al momento il forno ha un mutuo che terminerà di pagare a febbraio 2019. Il mutuo è stato aperto per l'acquisto del forno a legno che è costato più di 40.000 euro.

Con la stessa banca abbiamo un fido di 25.000.

Aspetto B1.3: L'approccio etico di finanziatori esterni (1)

I nostri partner finanziari principali sono i soci dell'azienda e la banca intesa san paolo per i c/c il salvo buon fine e un finanziamento che si estinguerà totalmente il 28/02/19.

Queste sono le dichiarazioni pubblicate dalla nostra banca che riguardano il loro approccio etico e sociale:

https://www.group.intesasanpaolo.com/script/sir0/si09/sostenibilita/ita_wp_sostenibilita.jsp#/sostenibilita/ita_responsabilita.jsp

B2 Atteggiamento sociale nell'impiego del denaro

Aspetto B2.1: Impiego dei fondi solidale e orientato al bene comune (3)

Per ora le spese ordinarie preventivate sarebbero coperte dal normale andamento delle attività, le eventuali spese straordinarie ancora da definirsi andranno finanziate da qualche realtà terza al di fuori dell'azienda (istituto bancario)

Non dividiamo o distribuiamo gli utili ma gli utili rimangono tutti in azienda.

Siamo in un periodo di forte criticità visto che stiamo investendo tutte le nostre risorse nell'acquisto di un terreno che permette l'avviamento del nuovo progetto agricolo, perciò gli eventuali utili andranno reinvestiti in questa nuova avventura che ha come scopo di ridurre la filiera e di renderla sempre più trasparente e sostenibile.

Spese strategiche: Sostegno nell'acquisto del terreno per l'az. Agricola NEL NOME DEL PANE per poter nel prossimo futuro trasformare il forno in azienda ag.

Spese future: acquisto furgone elettrico

Costruzione magazzino più grande – uffici – area benessere

Impianto fotovoltaico

Il fabbisogno delle spese future al momento focalizzate è piuttosto oneroso. La nostra gestione finanziaria ci permetterà di capire come trovare le soluzioni per iniziare a concentrarci su una spesa alla volta.

Aspetto negativo B2.2: Distribuzione iniqua di fondi (0)

Non esistono queste situazioni. Dal nuovo assetto societario, nato nel novembre 2017, gli utili che verranno a determinarsi saranno reinvestiti in azienda. Prima di questo assetto societario i soci che non prendevano il compenso come amministratori prelevavano la quota di utile come stipendio mensile per il lavoro apportato in azienda.

B3 Investimenti socio-ecologici e impiego del denaro

Aspetto B3.1: Qualità ecologica degli investimenti (7)

Stiamo valutando la possibilità di ampliare il laboratorio con una struttura adiacente che possa ospitare gli uffici, una sala polivalente per laboratori, interventi informativi e formativi e attività che già svolgiamo come lo yoga.

Come già ripetuto nei paragrafi precedenti stiamo investendo avviando un'azienda agricola. Abbiamo recentemente acquistato un terreno di 26ha di cui 12ha seminativi e due immobili (di cui uno è un rudere) con lo scopo di produrre cereale da trasformare nel laboratorio di questa attività e la legna che serve a questa realtà per far funzionare il forno.

Un investimento in cui crediamo e a cui dedichiamo il nostro tempo è Progetto Viviconsapevole Romagna <http://www.viviconsapevoleinromagna.it/>



Foto: Riunione Tavolo Ecomina Viviconsapevole Romagna del 20/01/18 a casa di Fabio Cappelletti.

L'unico sistema di garanzia che tiene conto degli aspetti socio ecologici dei nostri investimenti è la nostra carta dei valori. Ogni tipologia di investimenti deve rispettare i nostri valori etici, che sono esattamente gli stessi del bene comune.

In futuro dovremmo investire su un impianto solare e su mezzi elettrici o gpl per le consegne.

Aspetto B3.2 : Investimento orientato al bene comune (0)

non applicabile, le risorse finanziarie vengono investite nei propri progetti

Aspetto negativo B3.3: Dipendenza da risorse a rischio in termini ecologici (0)

Attualmente utilizziamo due furgoni a diesel per le consegne. Uno dei nostri obiettivi è valutare l'acquisto di due furgoni elettrici appena saranno disponibili nuovi modelli più adatti ai nostri trasporti. Durante la compilazione del bilancio ci siamo trovati a valutare l'impatto dei costi del carburante, un aspetto che non avevamo mai preso così in considerazione, e ci siamo accorti di quanto invece è importante rispetto al fabbisogno e ai costi di energia che utilizziamo.

Al momento dell'acquisto dei furgoni abbiamo valutato la possibilità di acquistare furgoni elettrici ma a quel momento non erano in grado di fornire le prestazioni a noi necessarie (credo nemmeno ora)

Anche l'utilizzo del computer ha un impatto molto negativo sull'ambiente, per ora non conosco alternative

B4 Proprietà e condivisione delle decisioni

Aspetto B4.1: Struttura di proprietà orientata al bene comune (0)

L'azienda è nata 40 anni fa dall'unione di Anna e Maurizio. Tutt'ora l'azienda è intesa come una grande famiglia a cui ora partecipano attivamente anche i figli e da fine 2017 l'azienda ha cambiato assetto societario passando da SNC ad SRL.

Si tratta comunque di una struttura ancora di carattere piramidale così suddivisa:

50% Anna Bongiovanni

49% Fabio Cappelletti

1% Maurizio Cappelletti

B4.2 Aspetto negativo: Scalata ostile (0)

Nessuna scalata ostile né possibile né effettuata.

C1 La dignità umana sul posto di lavoro

La dignità umana nella nostra attività è intesa come rispetto e comprensione dell'individuo e delle sue esigenze

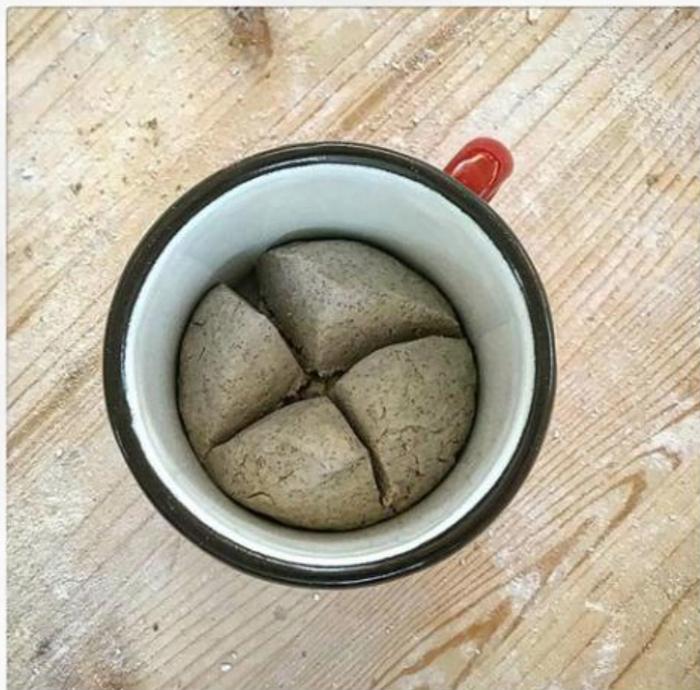
Aspetto C1.1: Cultura aziendale orientata ai collaboratori (4)

Da tempo frequentiamo seminari e incontri fra imprenditori i cui temi spesso sono volti ad ottimizzare il rapporto e la gestione dei collaboratori. Il lavoratore è considerato, nell'ambito del suo ruolo in azienda, come un individuo di cui è fondamentale riconoscere e rispettare la sua dignità umana oltre la sua attività lavorativa. A tal fine, è in corso un progetto che consiste nella redazione di una "Carta dei valori" che rappresenti per i dipendenti una sorta di manifesto dei propri diritti e valori rispettati e accolti in azienda. Pur mancando ancora una vera e propria organizzazione aziendale regolamentata e scandita da apposite periodiche riunioni di gruppo, la prospettiva di azione è da sempre orientata al buon funzionamento dei rapporti personali e professionali con i propri collaboratori, di cui si accettano anche i possibili errori e se ne cercano, insieme, le soluzioni meglio attuabili.

Gli errori in azienda vengono gestiti in maniera costruttiva cercando di capirne le cause per evitare che si possano ripetere in futuro, crediamo che errare sia un ingrediente fondamentale per poter crescere e migliorare.

 **Nel NOME del PANE Forno Cappelletti & Bongiovanni**
Dovadola
21 aprile · 🌐

Essere in continua sperimentazione ci permette di andare al lavoro come se fosse sempre il giorno in cui puoi aprire i regali di compleanno o di Natale 🥳🥳🥳🥳...stiamo provando a far nascere una pasta madre senza glutine con farina di Saraceno e Riso...come additivo magico farina di castagne naturalmente ricca di zuccheri...vediamo se sarà in grado di far lievitare i nostri pani con farine prive di glutine...intanto ci proviamo 🍞



*** **Formazione interna:**
sperimentazioni e ricerca interna grazie alla grande esperienza dei nostri MASTRI FORNAI

Formazione esterna: winner group - accademia sovversiva
<https://mastersovversivo.it/>

Bassissimo tasso di rotazione del personale, soltanto una persona negli ultimi 20 anni ha manifestato l'esigenza di voler cambiare lavoro o azienda. Il primo collaboratore si trova ancora in azienda da più di 20 anni. Tutti gli altri collaboratori si sono auto candidati cioè hanno espressamente chiesto di poter collaborare con noi senza avere attuato nessun procedimento per la ricerca e selezione del personale

Inizieremo entro la fine dell'anno ad avviare un sistema calendarizzato di riunioni con i collaboratori, in modo da poter condividere l'andamento dell'attività, coinvolgere tutti nelle scelte e decisioni da prendere e dare ai collaboratori la possibilità di dare un contributo più sostanzioso apportando idee considerazioni valutazioni ecc...

- Tasso di fluttuazione (*1) Non abbiamo mai licenziato nessuno. Negli ultimi 10 anni abbiamo sostituito soltanto una persona di comune accordo e siamo aumentati da 3 a 9 persone.
- Numero di candidature (spontanee) 3

Aspetto C1.2: Promozione della salute e protezione sul posto di lavoro

(4)

L'attività svolta all'interno del forno prevede orari di lavoro insoliti che richiedono impegno fisico e disponibilità a lavorare anche nelle ore notturne.

Le misure di salvaguardia e protezione della salute dei lavoratori sono allineate a quelle disciplinate e imposte dalla legge previdenziale nazionale, anche se non mancano iniziative personali di maggior tutela, quali l'utilizzo di lampade che replicano la luce solare e depuratori per l'acqua.

Nonostante sia un lavoro con un buon tasso di rischio per gli infortuni non ci sono stati dal 1979 ad ora infortuni sul lavoro.

Questo anche perchè facendo il pane „come una volta“ non facciamo uso di macchinari particolari se non che per delle impastatrici che comunque hanno tutte dispositivi di sicurezza. Anche il livello di rumore è nei limiti di sicurezza e risulta essere comunque un luogo di lavoro piacevole, grazie anche al fatto che spesso durante la lavorazione ascoltiamo musica 432htz.

(Le vibrazioni buone rilasciate dalla musica stimolano la produzione di **beta endorfine** proteggendoci dai danni di stress sovraccarico mentale.)

In laboratorio non vi sono apparecchiature che possano creare inquinamento elettromagnetico. Tutti i collaboratori a parte uno si recano sul posto di lavoro a piedi o in bicicletta perchè abitando molto vicino risulta più comodo e piacevole.

Ogni mattina a tutti i collaboratori viene offerto dai titolari un estratto di verdura di stagione e frutta biodinamica che proviene dal nostro orto di famiglia dietro al laboratorio

- Percentuale/numero di collaboratori in salute/ collaboratori malati (in base alla distribuzione demografica): 100% di collaboratori in salute. Negli ultimi 10 anni abbiamo ricevuto solo un certificato di malattia di un giorno. Il collaboratore che viene a lavorare in condizioni non del tutto in salute è comunque supportato e aiutato.

- Numero ed entità degli infortuni aziendali: nessun dato da dichiarare

- Benefici a favore dei collaboratori: I nostri collaboratori possono acquistare tramite i nostri canali la materia prima biologica e pertanto alimentarsi in modo sano. Spesso mangiano frutta e verdura che produciamo dall'orto oppure fanno la spesa al mercato di produttori biologici locali. Cerchiamo di mantenere un ambiente sano da tutti i punti di vista: psico-fisico.

Al momento non sono previsti altri tipi di benefici ma stiamo prendendo in considerazione di offrire ai nostri dipendenti una consulenza da parte di un centro specializzato in salute naturale.

Aspetto C1.3: Diversità e pari opportunità (7)

L'azienda non attua al proprio interno nessun tipo di discriminazioni di razza, genere e sesso. Sono parimente trattati lavoratori italiani ed extra nazionali, nonché maschi e femmine, giovani e meno. Cerchiamo di dar loro stimoli per un percorso di crescita aziendale consapevole e formativo. Diamo ampio spazio alle idee e contributi personali apportati dai singoli al miglioramento della complessa attività d'azienda. Per le dimensioni e la forte conformazione familiare (5 su 9) dell'azienda, il dipendente può crescere a livello professionale/artigianale ma molto più difficilmente a livello di inquadramento o ruolo.

Nella nostra azienda lavorano 3 donne. Una di loro lavora in laboratorio che è abbastanza atipico per la tipologia di lavoro. La nostra collaboratrice che si è autocandidata per la passione alla panificazione è stata aiutata concedendole il turno della mattina.

A parte un solo collaboratore tutti gli altri vivono già nelle vicinanze del laboratorio e due si sono spontaneamente trasferiti a Dovadola.



Non abbiamo limiti di età, passiamo dalla dipendente più giovane che ha **21 anni** al socio fondatore più anziano che ha **64 anni**.



L'orientamento sessuale e la religione di appartenenza non limitano ne determinano nessun tipo di diversità. La scelta dei nostri collaboratori si basa sulla condivisione della nostra carta dei valori e sulla nostra mission. E' proprio la condivisione degli stessi valori che ci permette di compensare qualsiasi tipo di diversità.

Negli ultimi anni abbiamo avuto nuove assunzioni. Al momento siamo in una situazione stabile.

Tutti i nostri dipendenti sono assunti a contratto a tempo **INDERMINATO**. A parte Giulia, ultima nostra collaboratrice assunta, che per età e prima mansione ha un contratto di apprendistato che a termine si trasformerà a tempo indeterminato.

Indicatori vincolanti

Quando abbiamo inserito Mircea lo abbiamo assunto principalmente per occuparsi della pulizia del laboratorio, del lavaggio di tutti gli strumenti e attrezzature utilizzate durante il lavoro, per assistere durante il lavoro i fornai e i „pasticceri“. Mircea si è poi rivelato molto più bravo di quelle che fossero le nostre aspettative dimostrando sul campo altre caratteristiche perciò ora si occupa al 100% della cottura di tantissimi prodotti da forno (biscotti, torte, pani speciali ecc...) questo ha abbassato di tantissimo la percentuale delle cotture „sbagliate“. Abbiamo anche acquistato poco dopo una lavastoviglie per permettergli di svolgere più velocemente i lavaggi delle attrezzature e seguire meglio la cottura dei prodotti, durante le prime ore del suo turno da un po' di tempo si occupa anche della farcitura e rifinitura di tanti prodotti tipo le pizze, pizzette e brioche.

Giulia, è l'ultima arrivata ed è assunta come apprendista, è stata assunta per rinforzare e rendere più produttivo il turno della mattina, con l'idea di affiancarmi e aiutarmi nella produzione della pasticceria, dei pani speciali con impasto a mano e quelli senza glutine. Sicuramente grazie alla sua forte passione e al suo carattere è riuscita in pochi mesi ad avere un'autonomia totale. Gli abbiamo concesso totale fiducia e libertà di agire e questo gli ha permesso di organizzare certe procedure, di inventare e creare prodotti nuovi, di decidere

cosa e quanto produrre di ogni prodotto, in poche parole ora sono io a chiedere a Giulia che cosa devo fare.

Enrico, è stato assunto per affiancare nostro padre nel lavoro notturno, quello di fornaio vero. Inizialmente dubitavo molto delle sue potenzialità perchè non aveva mai fatto lavori „manuali“ (prima lavorava per una azienda che fa software per commercialisti e avvocati). Invece si è rivelato molto abile, responsabile e preciso. Direi che il suo inserimento è stato fondamentale per lo sviluppo dell'attività. In piena autonomia e libertà in poco tempo oltre a svolgere il lavoro di fornaio in maniera egregia, si occupa anche della gestione del magazzino al 100% e degli acquisti, risolvendo in autonomia una parte fondamentale e critica del nostro lavoro. In poche parole non capita più di rimanere senza materie prime!. Si è poi preso in carico anche tutta la parte di gestione degli ordini dei clienti, che assieme a me e Federica ha sviluppato facendo realizzare una App che ha alleggerito e velocizzato di tantissimo la ricezione e lo sviluppo degli ordini ricevuti.

Potrei scrivere cose simili anche per gli altri collaboratori come Alessandro e Federica, credo che per rendere l'idea basti quanto sopra.

C1.4 Aspetto negativo: Condizioni di lavoro disumane (0)

Nella nostra azienda non sono presenti lavori disumani.

C2 Welfare aziendale, retribuzione e organizzazione

Aspetto C2.1: Strutturazione della retribuzione (6)

La retribuzione dei collaboratori è esattamente in linea con quello che è il contratto nazionale di lavoro in base alla mansione svolta dalla persona (fornaio-magazziniere ecc...) La retribuzione è medio alta rispetto a molti altri contratti, alcuni dei nostri collaboratori svolgono le loro attività in orario notturno e per questo godono di una retribuzione maggiorata. Tutti i nostri collaboratori al di fuori di uno vivono nel comune di Dovadola, dove il costo della vita è più basso rispetto a quello della città, ad esempio i canoni di affitto o costi di una abitazione sono molto agevoli, inoltre non sostengono alcun costo di trasporto per recarsi sul posto di lavoro (zero inquinamento), tutto questo in rapporto al salario percepito permette al lavoratore uno stile di vita sostenibile. All'unico collaboratore non residente è stato riconosciuto come benefit la possibilità di utilizzare un mezzo aziendale per gli spostamenti casa lavoro

Tutti i collaboratori hanno un contratto a tempo indeterminato
Retribuzione media 1550 euro netto full time
700 euro netto part-time

Aspetto C2.2: Organizzazione dell'orario di lavoro (4)

Sotto questo aspetto a causa della tipologia di lavoro svolto dall'azienda non c'è tanta flessibilità o variabilità. Essendo un lavoro prettamente artigianale spesso dettato dai tempi delle produzioni quotidiane di pane e altri lievitati le ore di lavoro, sono inflessibili e consecutive.

Negli ultimi anni però siamo riusciti a dividere i turni. Un turno notturno (dalle 23:00 alle 06:00) per la produzione di pane fresco. Un turno di mattina (dalle 06:00 alle 13:00) per la produzione di tutti i prodotti che hanno un tempo di mantenimento maggiore (es. Biscotti e torte)

L'azienda proprio per il suo carattere „familiare“ è particolarmente attenta al Diritto al tempo libero: pertanto da molti anni ormai garantisce ai suoi collaboratori 4 settimane di ferie (2 settimane invernali e 2 settimane estive) inoltre il forno è sempre chiuso nei giorni festivi e tutte le domeniche. Per la tipologia di attività è davvero inusuale tenere chiuso nei giorni festivi, ma per i titolari è ESSENZIALE rispettare i valori della FAMIGLIA.



Aspetto C2.3: Organizzazione del rapporto di lavoro e Work-Life-Balance (4)

Al momento non è fissato un modello di lavoro unico e determinato. Ogni collaboratore è ascoltato nelle singolari esigenze e se è possibile c'è piena disponibilità nell'andare incontro se si tratta di necessità familiari importanti.

Pertanto i modelli vengono accordati singolarmente con ogni collaboratore in fase di colloquio e successivamente in caso di variazioni mansioni.

Il lavoro notturno che spesso fa paura a molte persone in realtà nella nostra azienda risulta avere un buon rapporto WORK LIFE BALANCE. Prima di tutto ce lo dice il fatto che il titolare e il figlio lavorano nel turno di notte. E il secondo collaboratore che lavora nel turno di notte lo fa da più di 20 anni. Tutti e tre condividono e apprezzano il fatto che nonostante il loro lavoro sia svolto mentre tutti gli altri dormono e dormono quando tutti gli altri si svegliano, hanno però il vantaggio di avere mezza giornata libera durante il giorno da dedicare ai figli o alle loro passioni. In un lavoro full time normale spesso un dipendente ha solo le ore serali da dedicare alla propria vita.

Anche gli altri collaboratori che svolgono il turno della mattina hanno tutti quanti mezza giornata da dedicare al tempo libero o alla famiglia.

Aspetto negativo C2.4: Strutturazione ingiusta dei contratti di lavoro (0)

Vedi quanto descritto sopra. Non sono previsti contratti di lavoro di sfruttamento.

Retribuzione dignitosa sufficiente per vivere” dipende dalla sede [in media ogni collaboratore prende dai 1500 euro in su. A parte il contratto part-time a 25 ore che prende 700 euro nette.](#)

- Utili [dato non disponibile dopo il cambio da SNC a SRL](#)
- Numero di collaboratori [9](#)
- Retribuzione massimo e minimo [1700 - 1200 euro](#)
- Numero di contratti a forfait (*1) [0](#)
- Numero di contratti a zero ore (*1) [0](#)
- Durata contrattuale minima e massima dei lavoratori (*1)stagionali [0](#)
- Numero di dipendenti (incl. lavoratori stagionali) [6](#)
- Numero di lavoratori stagionali [0](#)
- Durata dei contratti di lavoro a tempo determinato (*1) [1 apprendistato](#)

C3 Promozione del comportamento ecologico dei dipendenti

Aspetto C3.1: L'alimentazione durante l'orario di lavoro (5)

Tutti i collaboratori hanno la possibilità di alimentarsi durante l'orario di lavoro con ciò che il laboratorio produce (biologico, lievitazione naturale, di stagione ecc....) inoltre tutti possono in base alle loro esigenze quotidiane (senza approfittarsene) portare a casa pane biscotti ecc... in modo da poter ridurre al minimo il consumo di prodotti da forno industriali, poco sani e con un più alto tasso di inquinamento se ne consideriamo il ciclo completo (dalla coltivazione dei cereali al tavolo).

Il personale ha la possibilità di farsi la spesa tutti i giovedì mattina al mercatino di produttori locali biologici a Forlimpopoli. Lasciando a chi di noi partecipa con il banco del pane la lista della spesa.

C'è anche la possibilità di acquistare tutte le materie prime biologiche utilizzate in laboratorio a prezzi da grossista (olio frutta secca, farine, ecc...)

Tutte le mattine viene preparato un estratto di succo vivo di frutta e verdura di stagione proveniente dal nostro orto o da agricoltori biologici o biodinamici locali.

L'utilizzo del forno per la cottura di qualsiasi alimento è a disposizione di tutti.

il 90% del cibo prodotto è di origine vegetale

il 95% del cibo prodotto è fatto con materie prime da agricoltura biologica certificata

Potenziale di miglioramento:

Eliminare il 5% di materia prima non biologica

possibilità di creare una zona dove poter condividere il pranzo

Aspetto C3.2: Mobilità verso il posto di lavoro (8)

Come già descritto in precedenza tutto il personale tranne uno si reca sul posto di lavoro a piedi o in bicicletta perchè sono tutti residenti nel comune di Dovadola. All'unico collaboratore che risiede fuori comune cioè a Vecchiazano abbiamo concesso come benefit la possibilità di utilizzare un mezzo aziendale per i percorsi casa lavoro-

Al momento il nostro furgone, acquistato a settembre 2016 ha consumi discreti:

Diesel2.0 : consumo combinato (urbano – extraurbano) 5,5 litri/100km

Emissioni CO2: 129-152 g/km

Il 90% dello staff non utilizza mezzi di trasporto per recarsi sul posto di lavoro.

Siamo orgogliosi di aver aiutato il nostro piccolo paese attraverso la nostra attività alla ripopolazione . Marian, Enrico, e Giulia vivevano tutti in città a Forlì, ma da quando lavorano per la nostra azienda hanno deciso di venire ad abitare vicino all'azienda.

Aspetto C3.3: Cultura organizzativa, sensibilizzazione ad un approccio e comportamento ecologico (4)

E' nella nostra natura essere attenti agli aspetti ecologici, è probabilmente uno dei motivi principali per cui amiamo e facciamo con passione il nostro lavoro. Siamo una forno certificato biologico e utilizziamo il 95% delle materie prime provenienti da agricoltura biologica con l'obiettivo di arrivare al 100%. Diamo ove possibile la priorità alle materie prime locali (farine, frutta e verdura ecc...) e nel 2019 avremo del cereale da noi coltivato. l'attenzione al tipo e alla provenienza delle materie prime che trasformiamo e anche a quelle con cui tutti i giorni ci alimentiamo viene trasmessa ai collaboratori. Abbiamo dietro al laboratorio un grande orto dove vengono coltivate con metodo biologico e biodinamico tanta frutta e verdura che spesso condividiamo con i collaboratori. c'è anche la possibilità per i collaboratori di coltivare in autonomia. (il prossimo anno un collaboratore lo farà)



LEGNA! Dal 1979 La nostra energia principale 🍌👍👍 Da...
1492 visualizzazioni · 31 agosto

La nostra energia principale è la legna. Il forno è alimentato 100% a legna, avendolo all'interno del laboratorio ci consente di avere anche un minor costo sul riscaldamento del laboratorio.

Non confezioniamo nessuno dei nostri prodotti proprio per produrre meno rifiuto possibile.

Da poco abbiamo avviato una nuova procedura per l'invio dei documenti di trasporti per evitare spreco inutile di carta, diminuendo anche drasticamente l'utilizzo di toner che sono altamente inquinanti. Questo nuova procedura ha permesso al resp. dei DDT (documenti di trasporto) di gestire meglio il suo tempo.

Da sempre ma ora anche ufficialmente i nostri rifiuti vengono differenziati (carta – plastica – organico – secco) e poi raccolti dal servizio porta porta di ALEA che si occupa del servizio di riciclo.

Aspetto negativo C3.4: Guida allo spreco / Tolleranza di comportamenti non ecologico (0)

L'unico aspetto negativo presente in azienda in relazione a comportamenti non ecologici riguardano soprattutto l'uso di energia elettrica non da fonte sostenibile, ma a breve stringeremo un nuovo contratto di fornitura da un fornitore che utilizza solo energia rinnovabile.

Anche l'uso di carburante per le consegne è da noi visto come un comportamento non ecologico ma al momento non abbiamo altra scelta. Stiamo attendendo mezzi idonei alle nostre esigenze e alla copertura delle nostre distanze.

Per essere del tutto trasparenti anche l'assenza di filtri particolati o più efficienti nella canna fumaria del forno a legna risulta per noi un altro comportamento non ecologico.

Grazie al bilancio del bene comune questi 3 punti saranno i nostri futuri obiettivi.

C4 Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda

Aspetto C4.1: Trasparenza in azienda (1)

Prendere delle decisioni di solito richiede la valutazione di almeno due opzioni che differiscono rispetto a diverse caratteristiche ed elementi. La selezione di un'opzione a scapito di un'altra richiede che la persona metta in atto una valutazione complessiva delle diverse alternative, utilizzando specifiche modalità di ricerca ed elaborazione delle informazioni e strategie decisionali.

Di solito sono i titolari a valutare le opzioni e a determinare quali sono le decisioni migliori questo al fine di ridurre l'incertezza nel team di lavoro. Se si tratta di decisioni sulla linea di produzione queste opzioni vengono sempre esposte al team di lavoro che possono partecipare con le loro opinioni a scegliere insieme ai titolari la decisione migliore per tutti.

Pensiamo che la trasparenza e la condivisione delle informazioni che riguardano l'attività della azienda siano aspetti molto importanti per diversi aspetti (motivazione dei collaboratori, sentirsi partecipi dell'andamento dell'attività, sapere dove si sta andando e come, ecc...)

Purtroppo per ora non c'è ancora un vero e proprio sistema di trasparenza e condivisione delle informazioni aziendali. Vengono condivisi verbalmente in laboratorio durante le ore di lavoro.

Da gennaio 2019 abbiamo previsto di fermarci tutti assieme una volta ogni 2 mesi per una riunione che tratterà anche questi aspetti per vivere una cultura aziendale trasparente. Durante questi momenti i titolari renderanno trasparenti i dati economici dell'azienda a tutto lo staff del forno.

Aspetto C4.2: Legittimazione dei dirigenti (0)

L'azienda è molto piccola e a conduzione familiare, i dirigenti sono i titolari dell'azienda.

Aspetto C 4.3: Condivisione delle decisioni da parte dei dipendenti (6)

Vedi C4.1, ogni qualvolta ci sia una decisione da prendere che coinvolge o riguarda i collaboratori si chiede il loro parere e il loro consenso. Pensiamo che ogni scelta debba essere presa assieme e condivisa.

Ogni 3 mesi faccio un piccolo incontro informale e individuale con i collaboratori, durante il quale chiedo a loro se ci sono problemi ed eventuale richieste o idee per migliorare lo svolgimento della loro attività

Tutte le decisioni fondamentali vengono prese possibilmente con il consenso di tutti i dipendenti. Cultura vissuta della partecipazione dei dipendenti

Recentemente durante una discussione costruttiva durante la lavorazione, Giulia ha sollevato la questione della verdura di stagione. Si tratta per noi di un argomento importante e che noi per scelta cerchiamo di seguire. Giulia in quella discussione però ci fece notare che continuavamo a produrre le focacce con i pomodorini pur non essendo più di stagione! Effettivamente era vero. Giulia ha voluto sperimentare nuove farciture più adatte al periodo invernale e i prodotti che ne sono nati hanno avuto anche un gran successo a livello di vendite garantendoci anche più margine.

Aspetto negativo C4.4: Impedimento del consiglio aziendale (0)

Al momento non esiste un consiglio aziendale. L'azienda non impedisce comunque la creazione di tale consiglio.

D1 Relazioni etiche con la clientela

Aspetto D1.1: Comunicazione collaborativa con i clienti (1)

La nostra attività si basa sul rapporto con il cliente, ci siamo sviluppati grazie a questo. Il passaparola dei clienti ci ha permesso fin dal 1979 di essere conosciuti senza nessuna operazione di marketing come il forno di riferimento sul territorio (fc) per la panificazione con pasta madre e l'utilizzo di materie prime di qualità.

Questo è avvenuto a conseguenza di un nostro comportamento basato sulla correttezza e sulla trasparenza (stessi valori che utilizziamo con tutti gli stakeholders)

Nel caso ci siano problemi con i "prodotti" siamo sempre disposti ad ascoltare il cliente e cercare di capire quale sia il motivo dell'accaduto e poi sostituire il prodotto o scontarlo nella spesa successiva, se necessario restituiamo il costo. L'ascolto del cliente è importante anche perchè serve a noi per apportare eventuali modifiche o migliorie nel processo di lavorazione.

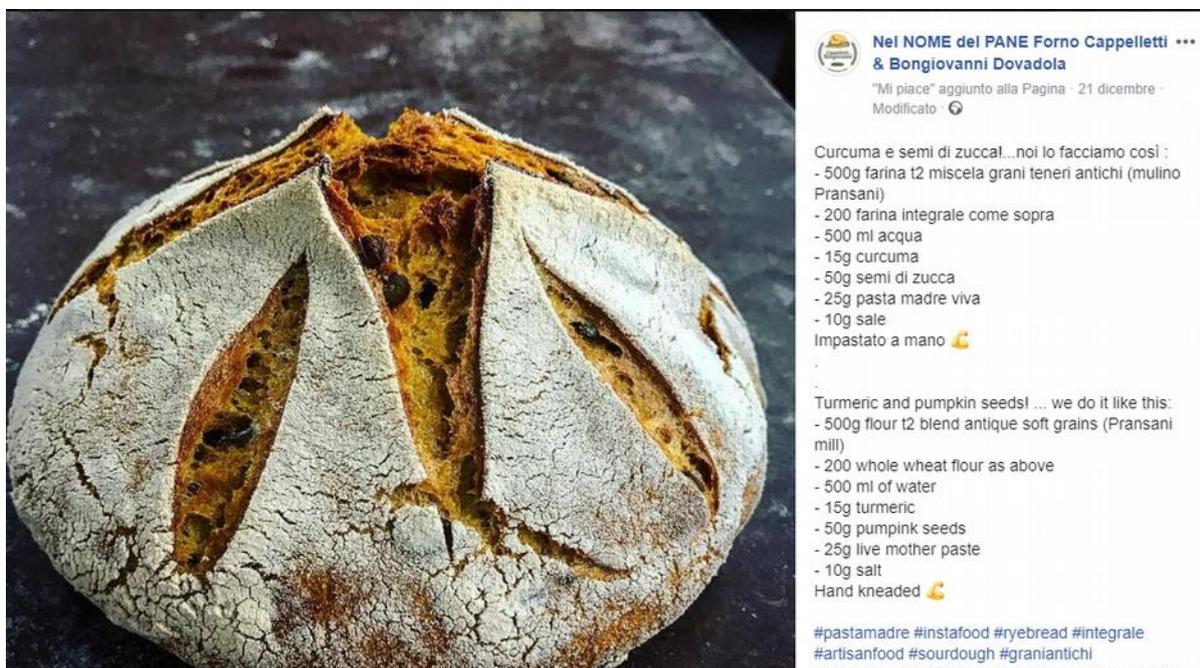
Proprio per rendere accessibile a tutti i nostri prodotti da forno ed evitare che solo alcuni possano permetterseli, cerchiamo di mantenere i prezzi il più basso possibile.

Non vendiamo mai il pane del giorno prima se non dopo aver informato il cliente.

Non utilizziamo in panificazione segreti o ingredienti che possano facilitare il nostro lavoro a discapito della salute dei nostri clienti.

Siamo sempre disponibili e ben disposti nel condividere le nostre ricette perchè pensiamo che più cose ognuno di noi riesce a "farsi" da solo meglio staremo tutti.

Tutto è facilmente accessibile tramite la nostra pagina facebook dove condividiamo ricette e consigli sulla produzione del pane. Rispondiamo sempre anche ai messaggi privati che ci chiedono consigli e/o aiuti per avere un pane fatto in awww ci chiedono quale farina è meglio usare.



Tutti i nostri clienti sono trattati nello stesso modo, sia quelli fissi che quelli saltuari. Lo stesso comportamento lo adottiamo con i nostri clienti-rivenditori. Tutti hanno lo stesso listino di vendita nonostante le diversità di fatturato.

La vendita del nostro prodotto attraverso I rivenditori non ci soddisfa, perché non usano la nostra tecnica comunicativa verbale per valorizzare la filosofia che è alla base della nostra produzione. Per questo ed altri motivi i nostri prodotti quando finiscono sugli scaffali dei rivenditori (comunque rivenditori selezionati, solo di prodotti biologici) perdono molto del loro valore. Panifichiamo solo con pasta madre VIVA, Riceviamo spesso complimenti sul web, e quelle poche volte che abbiamo avuto critiche abbiamo ringraziato per la segnalazione perchè serve a noi per poter capire gli errori e di conseguenza migliorarci, e restituito I soldi che il cliente scontento aveva speso o ricambiato il prodotto.

Liena ETICA di comunicazione con i clienti:

- 1) Gestione die RECLAMI.
Tutti i reclami vengono gestiti o tramite telefonata o tramite comunicazione scritta.
- 2) TRASPARENZA
- 3) Offriamo sempre un punto di contatto.
- 4) Per i rivenditori in caso di problemi su consegne e ordini abbiamo una procedura istituzionalizzata. Le bolle vengono corrette entro il giorno successivo.

Aspetto D1.2: Assenza di barriere (5)

Centrale nel rapporto con il cliente e' la condivisione della consapevolezza di cosa si mangia, partendo dalla spiegazione di cosa vuol dire nutrirsi con prodotti fatti con grani antichi. Comuniciamo attraverso I social, ma il messaggio lo veicoliamo soprattutto quando il cliente viene in panetteria. Infatti dal 1979 la fetta maggiore della comunicazione e' fatta verbalmente, con il contatto diretto, come del resto hanno fatto da sempre I miei genitori. Purtroppo la vendita diretta costituisce solo il 30% del fatturato, il 70% dei nostri prodotti viene venduto da rivenditori

Consideriamo che ci sono 2 canali di vendita per i ns prodotti:

1) Vendita diretta presso il nostro punto vendita dove non ci sono particolari barriere o ostacoli per i ns clienti.

Non ci sono discriminazioni di nessun tipo, anzi siamo sempre molto disponibili ad aiutare chi è più in difficoltà. Non c'è un vero e proprio accesso per disabili ma chi si presenta di fronte alla porta e non è in grado di accedere al negozio viene servito comunque con l'uscita dell'addetto alla vendita dal negozio per avvicinarsi al disabile e portargli la spesa ecc...

Molti dei nostri clienti apprezzano la gita fuori porta del sabato mattina per venire a comprare direttamente presso il nostro piccolo punto vendita a Dovadola (paese nelle prime colline dell'appennino tosco romagnolo) gustandosi un meraviglioso panorama e portando benefici anche all'economia locale.

La nostra politica sui prezzi di vendita è quella di mantenere un prezzo accessibile per dare così la possibilità a tutti di poter comprare del pane buono sano e genuino. E' chiaro che il nostro pane base non può costare come il pane della Conad ma rispetto al prezzo medio di mercato di un pane simile siamo sotto la media.

2) Vendita presso i nostri rivenditori sparsi nel territorio romagnolo :

Forlì-Cesena tutti i giorni

Rimini Mar, Giov, Sab

Ravenna Lun, Mer, Ven

Faenza Lun, Mer, Ven, Sab

I rivenditori possono effettuare L'ordine tramite la e-commerce dal nostro sito internet o tramite app con qualsiasi smartphone. Se l'ordine arriva entro le ore 19:00 la consegna avviene il mattino seguente entro le 9:30. In questo modo riusciamo a fornire i nostri rivenditori con prodotti freschi (appena sfornati) tutti i giorni.

Questa rete permette a molte più persone di poter accedere ai nostri prodotti, anche se la gestione delle vendite demandate ad altri non è sempre il massimo dell'efficienza, soprattutto per la mancanza di conoscenza dei prodotti e di tutto quello che c'è dietro da parte dell'addetto alla vendita del rivenditore del caso.

La nostra politica di prezzo vs i rivenditori è volta ad agevolare il piccolo negozio e non ad avvantaggiare il grande rivenditore, per questo motivo applichiamo lo stesso listino a tutti sia che si tratti di NaturaSi (grande catena di supermercati biologici) sia che si tratti del piccolo negozietto privato di vendita prodotti alimentari biologici.

C'è l'intenzione di aprire uno o più punti vendita da noi gestiti per poter dare la possibilità a più clienti di poter acquistare i nostri prodotti senza dover venire fino a Dovadola e senza dover andare da un rivenditore

Aspetto negativo D1.3: Misure pubblicitarie non etiche (0)

Non abbiamo nessuna forma di misura pubblicitaria concreta o premeditata, se non l'utilizzo dei canali social (facebook e instagram) per condividere quello che facciamo e ciò che siamo per poter così dare la possibilità a più persone di conoscerci.

Non abbiamo previsioni di spese pubblicitarie

D2 Cooperazione e solidarietà con i concorrenti

Aspetto D2.1: Cooperazione con i concorrenti (9)

„La collaborazione è per noi un aspetto fondamentale, crediamo che il futuro si basi su collaborazione e non più su competizione...o forse lo speriamo!“

Collaboriamo con aziende che fanno il nostro stesso lavoro quando è possibile, e collaboriamo il più possibile con aziende che hanno la nostra stessa visione e che operano nel nostro territorio.

Dopo la conoscenza del gruppo di „I FORNAI CONTADINI“ fatta durante il corso svolto nel 2016 e 2017 a cui hanno partecipato Nicolas Supiot , Giovanni Dinelli, Stefano Benedettelli e Salvatore Ceccarelli (esponenti di grande rilievo nel campo dell'agricoltura e panificazione) è nato un vero e proprio movimento intento a cambiare e a migliorare il mondo della coltivazione dei cereali e della panificazione .

All'interno del movimento, che oggi si concretizza con una chat che si chiama „IL PANE DELLA TERRA“ ci sono tantissimi fornai e agricoltori di tutta Italia che quotidianamente condivide esperienze risultati e informazioni utili a tutti.

Questa collaborazione è per noi un grande aiuto e sostegno per il progetto che stiamo avviando. La chat è un archivio vero e proprio di informazioni preziose. Una vera e proprio enciclopedia universale.

Anteponendo che non abbiamo concorrenti sul territorio perchè in maniera concreta non esistono realtà che lavorano esattamente come noi, abbiamo relazioni con alcune realtà simili.

Quando per ferie o per altri motivi non possiamo presenziare al nostro posto nel mercatino di produttori Bio di Forlimpopoli, invitiamo il nostro concorrente a presenziare durante la nostra assenza. Con questa azienda ci sono spesso contatti per scambio di informazioni su tantissimi aspetti che accomunano le nostre vite lavorative. Pochi giorni fa lo stesso forno ci ha chiesto di aiutarlo a fare delle consegne per conto suo visto che per motivi di lavoro è impegnato in un mercatino. Ci siamo resi disponibili senza alcun onere ad aiutarlo nonostante per noi potesse esser conveniente il fatto che lui non potesse più consegnare presso gli stessi nostri clienti. Lo stesso forno ci ha ringraziato e si è reso disponibile nei nostri confronti se avessimo bisogno di un suo aiuto in qualsiasi momento.

Cooperiamo e collaboriamo fortemente con diverse aziende agricole del territorio, con alcune di queste abbiamo costituito assieme al comune di Forlimpopoli una associazione che organizza e gestisce un mercato settimanale di produttori biologici locali. All'interno di questo gruppo è nata una forte cooperazione

Utilizziamo e trasformiamo molti prodotti agricoli coltivati da queste aziende dando così sostegno e forza ad una economia locale e sostenibile.

Inoltre su più ampia scala siamo fondatori e sostenitori del progetto vivi consapevole in Romagna <http://www.viviconsapevoleinromagna.it/>

Siamo membri della associazione arca biodinamica che assieme all'università di Bologna sviluppa il progetto virgo, un progetto di ricerca su grani e panificazione con lo scopo di informare le persone sui vantaggi nel alimentarsi con farine che provengono da grani antichi ed eliminare le farine raffinate di grani moderni che provocano infiammazioni e intolleranze. Per maggiori informazioni sul progetto visitare www.progettovirgo.it

Siamo stati interpellati e coinvolti per la modifica della legge nazionale sul pane.

Condividiamo informazioni su procedure modalità e ingredienti di diversi prodotti sia durante i laboratori di panificazione che teniamo ogni tanto che sui nostri canali social.

Abbiamo collaborato e dato un forte contributo per la realizzazione di incontri su temi che collegano l'agricoltura e la panificazione, abbiamo partecipato gratuitamente con il solo scopo di divulgare buone informazioni e aumentare la consapevolezza delle persone a iniziative di slow food sul territorio.

Potenziale di miglioramento:

è previsto nel 2019 una calendarizzazione di laboratori sulla panificazione a mano, Con l'intenzione in futuro di avviare un corso tipo scuola di panificazione.

Aspetto D2.2: La solidarietà con i concorrenti (3)

Le uniche collaborazioni citabile non per mancanza di volontà ma per mancanza di occasioni sono i consigli quando qualche azienda simile si trovava per emergenza o per scelta a dover cambiare attrezzature o forno, abbiamo anche sempre dato la possibilità a chi fosse interessato a venire a visitare il nostro laboratorio, cosa che è successa più di qualche volta.

Quest'estate i titolari di un forno di ReggioEmilia ci hanno contattato per capire la nostra disponibilità a visitarci e a scambiare informazioni, volevano avviare una linea di panificazione con pasta madre (tipo la nostra)
Siamo stati molto felici di accoglierli ed è stata una bella esperienza per entrambi, siamo rimasti in contatto e quando capita ci scambiamo informazioni.

Abbiamo condiviso e ospitato in laboratorio il titolare di un altro forno, di Pesaro (Forno Panadero) per confrontarsi e scambiarsi informazioni sulla gestione dei tempi e i metodi di lavorazione nella panificazione di pane con pasta madre viva.

Vedi anche i casi di solidarietà con il forno che ci sostituisce al mercatino bio e consegne d2.1. In generale sia per etica sia per caratteristiche e valori dei titolari si reagisce ad una richiesta di aiuto/sostegno.

Pochi giorni fa lo stesso forno ci ha chiesto di aiutarlo a fare delle consegne per conto suo visto che per motivi di lavoro è impegnato in un mercatino. Ci siamo resi disponibili senza alcun onere ad aiutarlo nonostante per noi potesse esser conveniente il fatto che lui non potesse più consegnare presso gli stessi nostri clienti. Lo stesso forno ci ha ringraziato e si è reso disponibile nei nostri confronti se avessimo bisogno di un suo aiuto in qualsiasi momento.

Aspetto negativo D2.3: Abuso del potere di posizionamento sul mercato nei confronti dei concorrenti (0)

Visto le dimensioni della nostra realtà non esercitiamo alcun abuso di potere sul mercato.

D3 Impatto ecologico dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi

Aspetto D3.1: Rapporto ecologico costi/ benefici di prodotti e servizi (efficienza e consistenza) (6)

Questo aspetto è per noi molto importante non solo per la nostra attività ma per quello che riguarda anche le nostre vite private. Per fortuna lo smaltimento del 100% dei nostri prodotti è fatto dal corpo dei nostri clienti essendo i nostri tutti prodotti alimentari. Dobbiamo perciò spostare il focus sugli imballaggi. Per quel che riguarda i nostri prodotti gli impatti degli imballaggi sono minimi, per scelta non confezioniamo i nostri prodotti perciò zero plastica in uscita, l'unica plastica che devono smaltire i clienti è quella della carta alimentare accoppiata, che ora abbiamo fatto separabile cioè una parte va nella carta e la pellicola nella plastica, comunque questo tipo di carta non va su tutte le vendite (15% circa) i sacchetti sono di carta riciclata e le sportine compostabili come da legge. Ci impegniamo tutti i giorni ad educare i clienti nel portare la loro borsa da casa, abbiamo clienti che vengono da casa anche con il sacchetto di carta riutilizzato per il pane.

Anche le consegne a rivenditori sono con imballaggi riutilizzabili che per il 90% recuperiamo e riutilizziamo compreso quelli di cartone (fino a sfinimento)

Per quel che riguarda gli imballaggi delle materie prime che arrivano in laboratorio cerchiamo di gestirli al meglio evitando il più possibile di buttarli ma di riutilizzarli al massimo. Le cassette di plastica delle aziende agricole le restituiamo al giovedì mattina al mercato, quelle che non restituiamo le riutilizziamo in laboratorio per tenere dei prodotti. I bidoni vengono riutilizzati il più possibile all'interno del laboratorio, poi abbiamo amici/clienti che ce li richiedono per riutilizzarli.

Ci informeremo per una carta alimentare accoppiata con la pellicola compostabile

Aspetto D3.2: Utilizzo moderato di prodotti e servizi (sufficienza) (7)

Da sempre cerchiamo di produrre il necessario per evitare sprechi. Regola fondamentale "non buttiamo pane o altri prodotti del nostro forno". Non applichiamo a nessun rivenditore il reso del non venduto perciò consegnamo soltanto l'ordinato (questo fa parte anche di pratiche per educare i clienti/rivenditori) tutti i forni che servono la G.D.O. hanno l'obbligo da contratto di ritirare il non venduto (reso)

In negozio anche se non è facile cerchiamo di produrre il giusto necessario con il principio che piuttosto **rimaniamo senza pane e perdiamo delle vendite** per non avere rimanenze e per evitarli sprechi.

Quando rimane del pane viene grattugiato e poi venduto come pan grattato da utilizzare in cucina, quello che avanza viene venduto come pane per animali a prezzi simbolici o regalato (ad esempio sosteniamo una comunità che si trova vicino all'acquacheta sopra San Benedetto a cui spesso mandiamo il pane che ci avanza)

Il nostro pane è di scarsa deperibilità rispetto al media dei pani in commercio, per questo è meno adatto agli sprechi. Essendo fatto con pasta madre VIVA si conserva commestibile mediamente fino a 4 giorni, poi ci sono dei pani che si conservano fino a 7 giorni

Cerchiamo di tutti i giorni di fare prodotti il più sano e genuino possibile, che possano migliorare e non peggiorare la salute delle persone, questo concetto è spesso fonte di dialogo e scambio di informazioni con i nostri clienti per ciò non abbiamo alcun interesse nel promuovere un utilizzo smodato dei nostri prodotti

Anche nei laboratori/corsi di panificazione che facciamo dedichiamo un parte importante del tempo per la spiegazione delle farine, di solito farine non raffinate quindi integrali o semi-integrale (non "0" - "00") da produzione biologica panificate con pasta madre aumentano almeno del 300% la durata del pane

D3.3 Aspetto negativo: Accettazione consapevole di conseguenze ecologiche spropositate (0)

L'azienda non produce niente che abbia un impatto ecologico sproporzionato.

D4 Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti

Aspetto D4.1: Partecipazione dei clienti, sviluppo comune dei prodotti e ricerca di mercato (6)

Siamo quello che siamo grazie ai nostri clienti, tutto è nato dal passaparola e dall'ascolto delle esigenze della nostra clientela. Questi aspetti sono ancora oggi per noi molto importanti. Essendo sempre disposti all'ascolto nascono prodotti nuovi in base alle richieste e alle esigenze della clientela come ad esempio i pani speciali senza glutine o i biscotti senza zuccheri o i biscotti senza farina ecc.

La nostra realtà non effettua ricerche di mercato ma sono i clienti che manifestano le loro esigenze e noi con la nostra esperienza cerchiamo quando possibile di concretizzare le loro richieste.

Quanto siano importanti i clienti è evidenziato anche dal fatto che al mercatino biologico di Forlimpopoli, da quando la vendita è aumentata, Fabio non riusciva più a comunicare con i clienti e a spiegare i prodotti che vendeva. Negli ultimi mesi per riuscire a tornare a contatto con i clienti si è deciso di lavorare con un collaboratore in più nonostante ai fini della vendita vera e proprio non fosse necessario. Ora durante le ore del mercato Fabio ha modo di ascoltare i clienti.



Raccogliamo spesso le referenze dei nostri clienti

Quelle dei rivenditori tramite richiesta via mail. Quella dei clienti finali tramite i social o i commenti su google. Rispondiamo sempre, anche alle critiche.

Aspetto D4.2: Trasparenza dei prodotti (3)

Tutti i prodotti sono dotati di ricetta con il 100% degli ingredienti, i rivenditori hanno il libro elenco ingredienti allergeni dove sono elencati il 100% degli ingredienti dei prodotti a loro consegnati. Nel punto vendita (il negozio) abbiamo esposto i cartellini con gli ingredienti di tutti i prodotti esposti.

Le informazioni di rilievo rispettano le norme di legge

Non vi sono ora informazioni sui prezzi lungo la filiera

In questo periodo stiamo cercando di applicare questo aspetto per un progetto di beneficenza: Pensavamo di applicare ad un prodotto (tipo il pane montanaro), abbastanza comune e venduto, la trasparenza del prezzo e devolvere una percentuale del venduto alla associazione dei genitori del nostro paese che si occupa di sostenere e finanziare alcuni progetti delle scuole di Dovadola

Aspetto negativo D4.3: Mancata indicazione di sostanze pericolose (0)

I nostri prodotti non contengono sostanze nocive, né effetti collaterali in caso di impiego inadeguato.

E1 Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società

Aspetto E1.1: Prodotti e servizi soddisfano le necessità di base funzionali per una buona vita (10)

Il nostro operato non è volto al solo fine di produrre e vendere pane e prodotti da forno per migliorare il nostro stato sociale o la nostra situazione economica, ma è più rivolto a un miglioramento delle condizioni di salute degli esseri umani, della terra e di tutte le forme di vita esistenti su questo pianeta. Questo è il vero motivo e la leva che ogni giorno ci da la forza per fare il lavoro che facciamo.

Il 95% (forse più, non ho ancora il calcolo preciso) delle materie prime che utilizziamo viene da agricoltura biologica, non utilizziamo farine di “grandi mulini” e tantomeno farine raffinate che è stato dimostrato non sono il massimo per la nostra salute, il 90% delle farine che utilizziamo è di grani “antichi” (grani che non hanno subito modifiche in laboratorio, non hanno il glutine modificato perciò sono più digeribili, non sono coltivabili in agricoltura convenzionale quindi no fertilizzanti non pesticidi) hanno una resa minore e sono più difficili da trasformare e panificare (non secondo noi), hanno però enormi vantaggi dal punto di vista nutrizionale e un minor impatto sull’ambiente come coltivazioni (www.progettovirgo.it)

Consumando prodotti da forno con questo tipo di materie prime si riducono le intolleranze e le infiammazioni intestinali e di conseguenza il consumo di medicinali (ci sono molti clienti che vengono da noi perché il medico gli ha inserito fra le cure “consumare pani di grani antichi che si trovano presso il forno Cappelletti & Bongiovanni di Dovadola)

Di fatto collaboriamo con alcuni medici “illuminati” che condividono questi concetti, nella collaborazione particolare con uno di questi il Dott. Balestra (cardiologo) e la fondazione M.Zito sacco, è nato un prodotto il “biscotto del cuore”.

Molti medici conosco il nostro modo di operare e quanto siamo attenti alle scelte delle farine. Spesso consigliano ai loro pazienti di comprare i nostri prodotti e li dirigono direttamente al nostro negozio per consumare oltre pani fatti con materia biologica pani che sono realizzati con farine di grani antichi non raffinate. Nel nostro laboratorio infatti non sono presenti farine di tipo 0 o 00 e quindi altamente raffinate che sono poi quelle che causano maggiori danni al nostro intestino.

Aspetto E1.2: Impatto dei prodotti e servizi sulla società (10)

Attraverso il nostro quotidiano operato diffondiamo e mostriamo come è possibile per tutti operare scelte nell’interesse del bene comune. Con l’associazione “Vivi consapevole in romagna” di cui siamo soci fondatori contribuiamo a rendere più consapevole sui temi sociali ecologici tramite la diffusione della rivista e l’organizzazione di eventi legati ai temi natura, agricoltura, economia, salute, educazione ed ecologia.

- Tipo e numero di attività / misure all'anno 4 numeri di rivista, centinaia di post su facebook, decine di news letter, decine di incontri, corsi, seminari e visite all'azienda.
- Numero di persone raggiunte, ad es. lettori, visitatori circa 30.000

Aspetto negativo E1.3 Prodotti e servizi disumani (0)

Non ci sono prodotti o servizi disumani per tutte le ragioni argomentate nei punti precedenti.

E2 Contributo per la collettività

Aspetto E2.1: Imposte e oneri sociali (n.a.)

L'azienda paga tutte le imposte, gli oneri sociali e i contributi previsti per legge.

Aspetto E2.2: Contributi volontari per rafforzare la collettività (10)

Oltre ai contributi e oneri sociali pagati dall'azienda, attraverso la produzione di pane utilizzando farine semi-integrali e integrali, abolendo del tutto le farine raffinate (che sono una delle cause principali della celiachia) e attraverso l'informazione e la divulgazione di tutte le nostre conoscenze crediamo di sostenere e aiutare gran parte della collettività a non aumentare già l'alto tasso di celiaci presenti in Italia (una persona ogni 100) e anche tutte le persone con problemi cronici all'intestino.

Lo stesso riscontro lo abbiamo avuto e lo sosteniamo per quanto riguarda l'utilizzo di zucchero non raffinato o di assenza di zucchero nei nostri prodotti sostituendolo con dolcificanti naturali con indici glicemici bassi.

Il vero sostegno materiale che riceviamo dalla collettività è dimostrato dalle testimonianze che spesso riceviamo dai nostri clienti.

(rif. Dichiarazioni del Dott. Franco Berrino: medico e epidemiologo italiano

rif. Bibliografici Dott. Salvatore Ceccarelli „Mescolate contadini, mescolate. Cos'è e come si fa il miglioramento genetico partecipativo“

rif. Stefano Tellarini „Grani e Gente“)

Il denaro che viene speso per questo tipo di iniziative è di circa 3600 comprensivo di iva. 3000,00 è la quota che sosteniamo nel progetto vivi consapevole in Romagna, il tempo e l'impegno che dedichiamo non è purtroppo quantificabile, e si sostiene grazie all'entusiasmo e la fiducia che abbiamo per questo progetto.

<http://www.viviconsapevoleinromagna.it/>

Le prestazioni volontarie raggiungono un livello molto elevato ed esistono effetti sostenibili positivi comprovati. Per il progetto vivi consapevole oltre alle 4 riviste pubblicate i dati dimostrano un risultato molto positivo:

il progetto è nato nel Settembre 2016. Da allora abbiamo distribuito circa 200.000 riviste in tutto il territorio romagnolo. Il sito e il blog di Vivi Consapevole in Romagna hanno raggiunto più di 70.000 persone. Sui social ci stanno seguendo oltre 15.000 lettori, che ogni giorno interagiscono con noi.

Lo stesso vale per l'associazione ROMAGNABIO. <https://www.romagnabio.com/> che negli ultimi anni ha raggiunto ogni anno sempre più consenso da parte della collettività, di cui Cappelletti Fabio è presidente. Si tratta di un'associazione che organizza e gestisce il primo mercatino di produttori biologici locali della Romagna la quota è di 50,00 annui, il tempo e le energie spese per sostenere questo progetto non sono quantificabili. Tramite questo

progetto abbiamo avuto la possibilità di crescere molto sia a livello personale che a livello d'impresa, di conseguenza anche la collettività e le aziende che ne fanno parte hanno avuto grandi benefici. Questo progetto è partito 10 anni fa ed ora è uno dei mercatini di produttori con più affluenza e gode della massima stima e fiducia da parte della comunità.

Aspetto negativo E2.3: Evasione ed elusione fiscale (0)

La nostra azienda si può ritenere una azienda SANA, priva di atti di corruzione, sia di quella attiva (ovvero la frode) di pubblici ufficiali, ma anche di lobbying poco trasparente, nepotismo ("clientelismo"), appropriazione indebita del patrimonio comune (ad es. tramite assegnazione indebita di sovvenzioni, attribuzione di appalti eludendo l'obbligo di gara pubblica) o il finanziamento illecito di partiti e campagne elettorali.

Tutte pratiche a noi sconosciute.

Non facciamo donazioni ai partiti.

Non abbiamo attività di lobbying.

Tutti i nostri contributi volontari sono volti verso la collettività.

E2.4 Aspetto negativo: Mancata prevenzione della corruzione (0)

L'azienda conferma che non partecipa ad appalti o commesse a rischio di corruzione e che non fa donazioni a partiti, ne lobbying.

E3 Riduzione dell'impatto ecologico

Essendo la nostra una piccola, nel nostro piccolo cerchiamo di contribuire a ridurre l'impatto ecologico sia per quanto riguarda la produzione sia per quanto riguarda le consegne dei nostri prodotti.

Aspetto E3.1: Conseguenze assolute / Management & strategia (1)

Come limitiamo le conseguenze ecologiche?

Nella produzione le limitiamo perché la nostra principale energia lungo la produzione è l'energia UMANA. Da sempre preferiamo investire sul personale che sulle macchine. Tanto è che è diventato anche il nostro messaggio pubblicitario sui furgoni.

„LAVORIAMO CON LE MIGLIORI E PIÙ MODERNE TECNONOLOGIE: LE NOSTRE MANI“

Durante la stesura del bilancio del bene comune e a seguito dell'audit abbiamo iniziato a redigere una sorta di tabella dove verranno esposti tutti i dati relativi ai consumi annuali dei furgoni, della corrente elettrica, e di acqua. Tale tabella al momento è in fase di elaborazione.

I consumi di carta e di toner sono al momento davvero bassi grazie all'attivazione della procedura di invio DDT e FATTURE tramite email. Questa procedura ha anche ridotti i tempi sia per Alessandro sia per Federica per le attese di stampe e invio cartaceo delle fatture.



Anche la legna la utilizziamo per accendere il forno e mantenere le alte temperature per la cottura del pane. Al mattino quando il pane è sfornato il forno mantiene comunque una temperatura alta da permetterci di cuocere tutti gli altri prodotti da forno (torte, biscotti, ecc...) senza dover consumare altra legna o al massimo con solo qualche pezzo.

Per quanto concerne invece le consegne l'unico modo che abbiamo per evitare di inquinare troppo è stato quello di limitarci alle zone limitrofe. Nonostante le innumerevoli richieste di vendere fuori provincia oltre ai 50 km abbiamo sempre risposto di no! Non lo crediamo sostenibile in termini di impatto ecologico. Speriamo nella nascita di forni come il nostro in ogni provincia e comune ed è il motivo per cui abbiamo iniziato a fare laboratori di panificazione.

Negli anni passati abbiamo del tutto eliminato la produzione di prodotti da forno FRITTI. (BOMBOLONI ecc) Gli olii esausti prodotti attraverso le frittiture così come gli olii esausti provenienti da motori, sono altamente inquinanti.

Aspetto E3.2: Conseguenze relative (6)

Rispetto allo standard di settore e rispetto ai forni artigianali come il nostro siamo in linea ma chi ha scelto di lavorare con le mani e non con le macchine e pertanto di non industrializzarsi con tutti i rischi connessi in ambito ecologico sono e siamo rimasti in pochi.

Sono in programma come descritto nei paragrafi precedenti diverse procedure di riduzione delle conseguenze ambientali

Aspetto E3.3: Accettazione consapevole di conseguenze ecologiche spropositate (0)

L'azienda rispetta i requisiti ambientali richiesti. L'azienda non produce niente che abbia un impatto ecologico sproporzionato

E4 Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni

Aspetto E4.1: Trasparenza (3)

La trasparenza e la condivisione sociale è attuata in ogni singola attività dell'azienda. Oltre che all'interno del team di lavoro anche in negozio grazie all'esperienza quarantennale dei titolari che divulgano informazioni sia in merito alle farine ai grani e alle materie prime più naturale, ricette salutari. Sia Al mercatino di Forlimpopoli dove anche Fabio da ormai 10 anni continua ad affrontare il discorso di comprare in modo sostenibile. Grazie ai social network, al sito, ai laboratori e alla condivisione delle nostre ricette creiamo fiducia e garantiamo trasparenza.

L'esperienza decennale ci permette in primis di garantire trasparenza.

La maggior parte dei nostri clienti conosce la nostra politica aziendale in merito all'impatto ambientale e molti di loro si presentano in negozio con sportine riciclate o borse adatte a fare la spesa onde evitare sprechi inutili di plastica.

Riteniamo che anche questo Bilancio sia determinante al fine di condividere in modo trasparente tutte le decisioni di questa azienda.

Aspetto E4.2: Condivisione sociale delle decisioni (4)

Tutti coloro che seguono i nostri valori etici hanno voce in capitolo come abbiamo già evidenziato negli altri punti. Solo le opinioni che non tengono conto ne della „salute“ ne dell'„ambiente“ non vengono prese in considerazioni perché non attinenti con la nostra mission.

Da un paio di anni siamo presenti sui social (google, instagram, facebook ecc) dove con regolarità condividiamo ciò che facciamo. Tutti i follower sono liberi di esprimere le loro opinioni, apprezzamenti, suggerimenti. Alcuni prodotti sono nati grazie ai suggerimenti di alcuni clienti (vedi pani speciali senza glutine: pane di riso e grano saraceno) A seguito di alcune segnalazioni abbiamo migliorato o modificato la ricetta o procedura di alcuni prodotti, come è successo con il pane di segale che risultava spesso umido e poco cotto all'interno. Senza la segnalazione attenta die clienti non avremmo potuto accorgerci dei difetti di alcuni prodotti.

E' nostra premura rispondere a tutti i commenti dei nostri follower ringraziandoli per la per la loro partecipazione al nostro „progetto“.

Aspetto negativo E4.3: Promozione di poca trasparenza e informazioni consapevolmente errate (0)

Possiamo confermare che l'azienda non divulga informazioni errate. Se ci dovessimo rendere conto di influenzare l'opinione pubblica con argomentazioni false o informazioni errate causa nostra negligenza o mancanza di studi scientifici corretti e adeguati è nostra cura sempre informare il cliente ed è sempre nostra cura correggere l'informazione.

Data: 26/01/2019
