



*COOPERATIVA SOCIALE IL SEGNO
PIANO STRATEGICO 2009-2012*



INDICE

Premessa

- 1) **BASE SOCIALE**
 Partecipazione
 Capitalizzazione
- 2) **SEDE**
- 3) **BILANCIO SOCIALE**
- 4) **COMUNICAZIONE**
- 5) **SOSTENIBILITA' E SVILUPPO**



Premessa

Con il presente documento il consiglio di amministrazione recentemente insediato vuole proporre e condividere con la base sociale della Cooperativa Il Segno, gli intenti e gli obiettivi di lavoro cercando, da un lato di dare continuità all'operato del consiglio precedente e, dall'altro, raccogliere le istanze e le sollecitazioni emerse negli ultimi incontri assembleari.

La definizione di un piano strategico come prima azione del consiglio di amministrazione vuole rappresentare un impegno forte ed una guida al fine di operare nel migliore dei modi in termini di efficacia ed efficienza.

Le linee guida che hanno orientato il consiglio di amministrazione nella stesura del presente documento sono le seguenti:

- *necessità di un forte coinvolgimento del socio per la realizzazione di un piano ambizioso ed impegnativo;*
- *valorizzazione della partecipazione come forma di "generoso" contributo e di disponibilità ad un impegno a favore della cooperativa;*
- *attivazione e valorizzazione di uno strumento come le commissioni di lavoro quali catalizzatori di energia positiva e costruttiva dei singoli soci in grado di generare valore aggiunto alla partecipazione.*



BASE SOCIALE

PARTECIPAZIONE

È convinzione diffusa che le imprese sociali, soprattutto quelle più originali nate dall'iniziativa di gruppi di cittadini interessati a dar risposta a bisogni riconosciuti come socialmente rilevanti, possono nascere e svilupparsi solo se e nella misura in cui hanno e riescono a mantenere rapporti stretti con la comunità di riferimento e, in particolare, con le persone e i gruppi più sensibili alle problematiche affrontate. Per nascere e sopravvivere le imprese sociali, e quindi i loro promotori, devono riuscire a coinvolgere intorno al progetto di impresa, in modo non occasionale, una molteplicità di attori convinti che valga la pena spendersi per il progetto proposto, impegnando nella sua realizzazione proprie risorse. Risorse di intelligenza e di tempo, come nel caso dei volontari, dei lavoratori e dei dirigenti.

Obiettivi

- Maggior partecipazione dei soci alla vita della cooperativa
- Maggior responsabilità dei soci nelle scelte della cooperativa
- Maggior consapevolezza dei soci riguardo alla situazione e alle scelte della cooperativa
- Ampliare le tipologie di socio: il socio/fruitori

Modalità

- Aumentare il numero delle assemblee e/o la proposta di momenti conviviali e di riflessione
- Attivazione commissioni di lavoro e/o altre modalità di coinvolgimento
- Individuazione di un consigliere con compiti di referenza per ciascun gruppo di lavoro attivato

Indicatori

- Partecipazione alle assemblee
- Coinvolgimento nelle commissioni
- Diversificazione tipologia soci

Tempi

- A partire da settembre 2009



RI-CAPITALIZZAZIONE

La presenza di una base sociale consapevole rende più forte la cooperativa. Il consiglio di amministrazione ritiene che tale consapevolezza deve tradursi in nuovi modi di partecipazione e coinvolgimento che riguardano anche aspetti economici. Un processo di ri-capitalizzazione consente da un lato di ri-definire l'adesione di ogni socio e, dall'altro, rappresenta per la nostra cooperativa un passaggio indispensabile che può consentire maggiore indipendenza da finanziatori esterni, maggiore sicurezza per il futuro e maggiore possibilità di azioni forti ed economicamente impegnative.

Obiettivi:

- Aumento capitale sociale

Modalità

- Individuazione di una quota capitale “credibile” e “accessibile”
- Ampio coinvolgimento della base sociale e del singolo socio
- Tempi di capitalizzazione adeguati

Indicatori

- Capitale sociale

Tempi

- Entro settembre 2009 proposta del C.D.A. rispetto alle modalità ed ai tempi di ricapitalizzazione
- Entro dicembre 2009 convocazione dell'Assemblea straordinaria per le deliberazioni del caso



SEDE

L'acquisto di una sede di proprietà può e deve rappresentare per la nostra cooperativa un passo importante, ormai da alcuni anni auspicato sia dalla base sociale che dai diversi amministratori.

Obiettivo

- Acquisizione nuova sede

Modalità

- Analisi da parte della direzione degli spazi attualmente utilizzati e delle eventuali necessità specifiche di ciascun settore, in particolare rispetto alle ipotesi di sviluppo di ciascuno di essi, e definizione del fabbisogno specifico.
- Predisposizione di un piano economico-finanziario specifico.
- Ricerca di possibili partnership con enti pubblici.
- Presentazione entro ottobre 2009 delle conclusioni dei lavori al cda per le valutazioni del caso
- Ri-capitalizzazione
- Attività di fund raising

Indicatori

- Effettiva valutazione di opportunità di acquisto

Tempi

- Convocazione entro fine anno di una assemblea dei soci per la presentazione di proposte operative
- Entro il primo semestre 2010 individuazione della sede ed eventuale acquisizione



BILANCIO SOCIALE

Il Bilancio Sociale va inteso come strumento di rendicontazione sociale che consenta alla cooperativa di realizzare una strategia di comunicazione diffusa e trasparente, in grado di perseguire il consenso e la legittimazione sociale che sono la premessa per il raggiungimento di qualunque altro obiettivo. Esso deve rispondere ad una politica di comunicazione ampia, in grado di soddisfare una domanda crescente di informazioni che riguardano, oltre ai risultati reddituali e competitivi, anche gli effetti sociali connessi allo svolgimento delle attività che la cooperativa svolge. Sarà importante, in prospettiva, riuscire ad inserire notizie e indicazioni sugli obiettivi formulati, per rendere possibile il confronto tra i risultati raggiunti e gli obiettivi perseguiti, nonché conoscere i programmi futuri.

Obiettivo

- Stesura di un bilancio sociale attraverso un ampio processo di coinvolgimento dei diversi portatori di interessi

Modalità

- Costituzione di un gruppo di lavoro
- Formazione
- Coinvolgimento dei diversi portatori di interesse

Indicatori

- Predisposizione del Bilancio Sociale

Tempi

- Creazione di un gruppo di lavoro entro ottobre 2009
- Definizione e condivisione di un piano di lavoro con il CdA entro dicembre 2009
- Bilancio sociale riferito all'anno 2009 entro la primavera/estate 2010



COMUNICAZIONE

Farsi conoscere per essere riconosciuti

La comunicazione non è solo uno strumento di diffusione, promozione e valorizzazione di tutto ciò che la cooperativa Il Segno è e fa, ma anche un mezzo di posizionamento, oltre che di coinvolgimento, nei confronti di tutti i nostri attuali - e potenziali - portatori di interesse.

Il riconoscimento e la riconoscibilità della cooperativa devono essere veicolate da tutte le attività promosse, siano esse di natura produttiva, commerciale, socio-educativa, informativa e formativa.

Obiettivi

- Rafforzare l'immagine della Cooperativa Il Segno in modo che tutte le forme di comunicazione della cooperativa stessa siano riconducibili a un unico grande progetto e ne comunichino con immediatezza i valori, i principi ispiratori, le competenze
- Identificare il nome e il logo con il concetto di solidarietà ed apertura al territorio
- Far crescere la comunicazione interna alla cooperativa e sviluppare una adeguata forma di comunicazione pubblica attivando nuovi canali e potenziando le forme esistenti di comunicazione riservata ai soci e ai lavoratori, per una maggiore diffusione delle informazioni ed un accresciuto coinvolgimento da parte della base sociale.

Modalità

- Costituzione di un gruppo di lavoro
- Report periodici sull'andamento delle attività della cooperativa, lettere.
- Valorizzare, sfruttando in modo efficace tutti gli strumenti di comunicazione disponibili, le attività che la cooperativa porta avanti, al fine di coinvolgere un pubblico sempre più numeroso e di innalzarne il livello di consapevolezza e partecipazione
- Offrire e gestire attività formative volte alla diffusione della cooperazione sociale e della promozione umana in genere. Tali attività possono essere offerte a volontari, soci, cittadini, attraverso diversi eventi come per esempio interventi didattici, corsi, serate pubbliche
- Caratterizzare tutti gli eventi organizzati (anche localmente) con un'impronta culturale chiara, riconoscibile, riconducibile alla Cooperativa Il Segno.

Indicatori

- Numero di iniziative/comunicazioni rivolte ai soci
- Numero di iniziative/comunicazioni rivolte all'esterno

Tempi

- Presentazione di un piano di comunicazione e sensibilizzazione entro il dicembre 2009



SOSTENIBILITA' E SVILUPPO

La Cooperativa Il Segno è una impresa e in quanto tale non può prescindere dalla sostenibilità economica delle diverse attività gestite. Pertanto, un consiglio di amministrazione responsabile deve garantire un adeguato monitoraggio dell'andamento dei singoli settori per intervenire nelle aree di criticità che si presentano.

Diventa però necessario attivare anche una attenta lettura ed analisi degli scenari (di mercato e di territorio) entro cui opera la cooperativa per cogliere le occasioni di sviluppo e consolidamento che si dovessero presentare.

Obiettivi

- Raggiungere una situazione di equilibrio sociale-economico e finanziario in ciascuno degli attuali settori della cooperativa
- Attivare nuove tipologie di servizi e/o potenziare quelli esistenti intercettando i nuovi bisogni e le istanze degli enti locali
- Ri-definizione del territorio di riferimento per la cooperativa

Modalità

- Implementazione di un sistema di controllo di gestione e budgetizzazione per ciascuno dei settori, eventualmente ri-definendo l'attuale organigramma e mansionario
- Individuazione di opportunità di lavoro maggiormente qualificate sia dal punto di vista professionale che economico
- Lettura ed analisi dei bisogni del territorio in cui opera la cooperativa
- Rafforzamento della sinergia con il consorzio di appartenenza
- Creazione di alleanze e sinergie socio/politiche funzionali al nostro sviluppo
- Attività di found raising

Indicatori

- Budget di settore e steep di verifica
- Portafoglio clienti/commesse e convenzioni con enti inviati
- Nuovo mansionario e nuovo organigramma

Tempi

- Novembre per i budget di settore
- Gennaio per l'organigramma e mansionario
- Da settembre il rafforzamento delle sinergie consortili e la creazione di alleanze socio/politiche



Il presente documento è stato redatto dal consiglio di amministrazione della cooperativa sociale “Il Segno” nell’agosto 2009:

Luca Ronzoni: Presidente
Anna Mascheroni: Vicepresidente
Manuela Milani: consigliere
Carlo Fumagalli: Consigliere
Marco Gualandris: Consigliere

Ponte san Pietro, 29 agosto 2009