TESTATA: Il Sole 24 ore – Eventi, Territorio, Istituzioni, Imprese

DATA: Lunedì 22 ottobre 2012

PANECOTTO PROFIT FOR NON PROFIT

MATERA / Il "progetto Panecotto" nasce nella logica del "profit for no profit"

Sapori autentici tra artigianato e tradizioni lucane

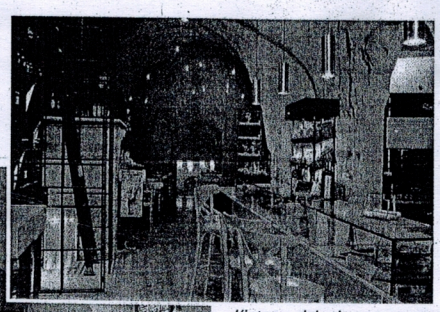
Gli store Panecotto del Consorzio La Città Essenziale di Matera creano profitti da girare alle fasce sociali deboli

"Profit for no profit". Questa l'originale formula di Panecotto, il primo franchising etico inaugurato quasi un anno fa nei Sassi di Matera. E che già ha raccolto consensi importanti.

Il primo store italiano Panecotto è un progetto che nasce con l'ambizione di promuovere e sostenere la territorialità delle risorse valorizzando la tradizione della Basilicata sotto tre aspetti: l'enogastronomia, l'artigianato artistico e l'esperienza turistica. A realizzare l'iniziativa è il consorzio La Città Essenziale di Matera e punta alla valorizzazione della cultura enogastronomica lucana attraverso un paniere di prodotti a km zero. Particolare attenzione è rivolta alla dieta mediterranea, divenuta patrimonio immateriale dell'Umanità.

L'unicità dei sapori e la filiera corta sono la garanzia di qualità e di freschezza. Ma non sono gli unici aspetti salienti del progetto Panecotto che nei propri punti vendita favorisce l'inserimento di persone svantaggiate e reperisce nuove risorse economiche per il sostegno al welfare nella logica del "profit for no profit". Nel segno di un'iniziativa virtuosa e produttiva.

Così ne parla il presidente del Consorzio, Giuseppe Bruno, e dice: "Gli utili dell'attività



L'interno del primo store italiano Panecotto, realizzato nell'area dei Sassi di Matera

profit verranno reinvestiti nell'area no profit del Consorzio stesso per la sostenibilità dei servizi alla persona che eroghiamo sul territorio lucano a favore delle comunità e delle fasce sociali deboli poiché le risorse a disposizione dei comuni sono sempre più ridotte". Nello store Panecotto si gustano sapori autentici che passano da una selezione rigorosa di prodotti tipici. Così riemergono antiche tradizioni tramite l'investimento in produzioni enogastronomiche autoctone, che incoraggiano la pratica agricola, sostengono i produttori e aiutano nel contempo il consumatore a riconoscere i sapori autentici. Ma si guarda già molto oltre e si punta ad allargarsi nello Stivale, superando i confini lucani, perché presto l'iniziativa pilota dello store Panecotto di Matera sarà replicata nelle principali città italiane. Con il franchising Panecotto si esporteranno le esperienze locali, fuori dai confini regionali e nazionali, attraverso il Panecotto Point, che è un luogo fisico di scambio di valori e conoscenze grazie alla degustazione e alla vendita dei prodotti tipici e delle esperienze turistiche. Insomma, un progetto innovativo e dinamico sotto ogni profilo.

C'è una ragione valida d'altronde se il modello Panecotto è stato analizzato come caso di studio alla decima edizione del "Workshop sull'impresa sociale", che si è tenuto a Riva del Garda (Tn) lo scorso settembre e che rappresenta il momento di confronto più importante, in Italia, sui temi dell'economia sociale. Panecotto è stato scelto come esempio di "buona prassi" nel settore dei negozi e ristoranti gestiti da imprese sociali.

Siamo di fronte a un ambizioso modello di business orientato all'innovazione sociale. "I tradizionali schemi di azione - continua a spiegare il presidente Bruno - non sembrano più così efficaci e impongono alle imprese sociali di elaborare, in tempi brevi, strategie che rompano con il passato recente. In quest'ottica al modello organizzativo imprenditoriale di Panecotto è stato riconosciuto il merito di riuscire a utilizzare nuove risorse economiche per il finanziamento dei servizi sociali e l'inserimento lavorativo di persone svantaggiate e di giovani disoccupati. Un modello che, con azioni puramente commerciali e tendenti al profit, costruisce ricchezza da reinvestire in azioni sociali, no profit appunto".

Non mancano i risultati e i riscontri positivi. Al consorzio La Città Essenziale viene riconosciuto il merito di essere "un'impresa sociale impegnata in iniziative comunitarie innovative tendenti alla sostenibilità del sistema consortile". Quanto al consorzio nello specifico, esso opera con le sue trenta associate nel territorio lucano erogando servizi socioassistenziali, educativi e sanitari.

Soprattutto, si riconosce nei valori cooperativi di Confcooperative e nel modello di impresa sociale del Gruppo Cgm, di cui è socio.