

Frolla Società  
Cooperativa  
Sociale Impresa  
Sociale ETS |

**frolla**

**BILANCIO SOCIALE  
2024**



**PROGETTO DI: BEBOP SRL - COORDINATO DA: LUCIA TOGNACCI**  
**IDEA GRAFICA: MICHELE FILIPPETTI**  
**IMPAGINAZIONE GRAFICA: MICHELE FILIPPETTI**  
**FOTO: ALESSANDRO GIAMBARTOLOMEI**  
**ILLUSTRAZIONI: DANILO PETRACCINI - NILO**  
**STAMPATO DA: STAFFOLANI SRL**





## LETTERA DEL PRESIDENTE



C'è un tempo prezioso che va custodito con cura: è il tempo della riflessione, dei legami, della gratitudine. È il tempo in cui ci fermiamo a osservare ciò che siamo diventati e dove vogliamo andare, senza dimenticare da dove siamo partiti. È il tempo in cui possiamo dire una parola semplice, ma potentissima: grazie.

Quest'anno più che mai, sento il bisogno di ringraziare chi ha scelto di camminare accanto a noi, di credere nel progetto, di farsi contaminare dalla nostra visione. Perché la vera ricchezza non è in ciò che possediamo, ma in quello che costruiamo insieme, giorno dopo giorno, biscotto dopo biscotto, sorriso dopo sorriso.

Frolla continua a essere un luogo dove l'autenticità è un valore, il cambiamento una costante e la contaminazione una linfa che ci nutre.

Ogni incontro è un'occasione per crescere, ogni diversità un'opportunità per imparare. Non ci accontentiamo di "includere": vogliamo valorizzare. Non vogliamo fare "per" gli altri, ma insieme agli altri.

Tutto ciò che siamo è il frutto di una visione collettiva, di un progetto che mette al centro la persona, la diversità come valore, e la possibilità di generare impatto positivo nella comunità.

Ogni giorno è una possibilità per seminare bellezza, per creare legami significativi, per offrire spazi in cui ciascuno possa esprimersi ed essere accolto.

In questo percorso, come ogni anno abbiamo scelto di farci guidare da tre parole che rappresentano la direzione del nostro agire. Parole che sono diventate bussola, racconto e visione:

### **Autenticità**

Essere autentici per noi significa non indossare maschere, restare fedeli ai nostri valori, alle nostre radici, alle persone che siamo.

Significa costruire luoghi in cui non c'è bisogno di fingere, dove ognuno può portare se stesso con le proprie fragilità e i propri talenti.

In Frolla l'autenticità si traduce in gesti quotidiani: nel modo in cui accogliamo, lavoriamo, ascoltiamo, sogniamo. È ciò che ci rende credibili, umani, veri.

### **Cambiamento**

Cambiare vuol dire avere il coraggio di trasformarsi restando fedeli alla propria identità.

Il cambiamento, per noi, è movimento, è crescita, è capacità di leggere i bisogni e rispondere con creatività.

Nel 2024 abbiamo sperimentato nuove forme di

impresa sociale, nuovi prodotti, nuovi progetti. Abbiamo osato, ascoltato, adattato.

Perché solo cambiando si può continuare a fare la differenza.

### **Contaminazione**

In un mondo che tende a separare, noi abbiamo scelto di unire. Di lasciarci contaminare da idee, esperienze, professionalità e culture diverse.

Contaminarsi significa abbattere i confini tra profit e non profit, tra settore sociale e imprenditoriale, tra istituzioni e comunità.

Significa creare spazi di incontro dove ciò che conta non è "da dove vieni" ma "cosa possiamo creare insieme".

Ed è proprio grazie a questa contaminazione che sono nate le collaborazioni più belle e le innovazioni più autentiche.

Questo bilancio racconta un anno di lavoro, ma soprattutto un anno di relazioni, di visioni condivise, di energia collettiva.

Sfogliare queste pagine significa ritrovare i volti, i nomi e le storie che hanno contribuito a scrivere il nostro percorso.

Ti invito a leggerlo con lo stesso spirito con cui l'abbiamo costruito: con passione, sincerità e visione.

Perché insieme continuiamo a seminare possibilità.

Insieme continuiamo a generare valore.

Insieme, continuiamo a fare la differenza.

**Presidente Frolla Società Cooperativa Sociale  
Jacopo Corona**

p.5 **LETTERA DEL PRESIDENTE**

p.9 **NOTA METODOLOGICA**

p.11 **1 INFORMAZIONI  
GENERALI  
SULL'ENTE**

Cos'è Frolla	p.12
Aree territoriali di operatività	p.13
Valori e finalità perseguite	p.14
Attività statutarie	p.16
Altre attività svolte in maniera secondaria	p.16
Contesto di riferimento	p.17
Collegamenti con altri enti del terzo settore	p.18

p.23 **2 STRUTTURA  
GOVERNO E  
AMMINISTRAZIONE**

Consistenza e composizione della base sociale/associativa	p.25
Sistema di governo	p.26
Aspetti relativi alla democraticità interna dell'ente	p.28
Mappatura dei principali stakeholder	p.28

p.37 **3 PERSONE CHE  
OPERANO  
PER FROLLA**

Tipologie, consistenza e composizione del personale che ha effettivamente operato per l'ente con una retribuzione	p.38
Attività di formazione e valorizzazione realizzate	p.42
Struttura delle retribuzioni	p.42

p.45 **4 OBIETTIVI  
E ATTIVITÀ**

Informazioni qualitative e quantitative sulle azioni realizzate nelle diverse aree di attività, sui beneficiari diretti e indiretti, sugli output risultanti dalle attività poste in essere e, per quanto possibile, sugli effetti di conseguenza prodotti sui principali portatori di interessi.	p.46
--	------

p.61

## **5 SITUAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA**

Provenienza delle risorse economiche con separata indicazione dei contributi pubblici e privati (fatturato, patrimonio netto, capitale sociale, valore della produzione, costo del lavoro) ..... p.62

Segnalazione da parte degli amministratori delle criticità emerse nella gestione ed evidenziazione delle azioni introdotte per la mitigazione degli effetti negativi ..... p.66

Informazioni sulle attività di raccolta fondi ..... p.67

Informazioni sui premi e riconoscimenti ricevuti ..... p.68

p.73

## **6 ALTRE INFORMAZIONI**

Informazioni di tipo ambientale ..... p.74

Comunicazione e trasparenza ..... p.75

Le collaborazioni con influencer ..... p.89

Partnership con designers ..... p.90

Collaborazioni aziendali ..... p.90

Welfare aziendale ..... p.91

p.93

## **7 ATTIVITÀ DI VIGILANZA SULLA COPERATIVA**

p.97

**COSA DICONO DI NOI**

p.105

**COME SOSTENERCI**

p.108

**RINGRAZIAMENTI**



## NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio Sociale 2024 di Frolla si allinea alle linee guida per la redazione del bilancio sociale degli Enti del Terzo Settore emanate dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali con Decreto del 4 luglio 2019 (GU n. 186 del 9 agosto 2019) a complemento della riforma del terzo settore D. Lgs 117/2017.

I dati e le informazioni si riferiscono all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024.

In base ai principi di redazione suggeriti dalle linee guida, il Bilancio Sociale è stato elaborato considerando:

- **Rilevanza e completezza delle informazioni fornite**, alla luce degli stakeholder con cui l'organizzazione si relaziona;
- **Trasparenza, neutralità e completezza di periodo** (con riferimento esclusivo all'esercizio 2024, se non esplicitato diversamente nel testo con finalità di analisi di trend di medio periodo);
- **Comparabilità nel tempo; chiarezza; veridicità e verificabilità dei dati rilevati; attendibilità e autonomia delle terze parti** per le sezioni di bilancio sociale alle percezioni su politiche e azioni della cooperativa.

A parte queste premesse necessarie, Frolla ha sposato la logica del Bilancio Sociale al fine di dotarsi di un importante strumento di gestione interna oltre che di accountability ovvero di strumento di "compliance" e di rendicontazione

trasparente delle decisioni e delle responsabilità, dei comportamenti e dei risultati sociali, ambientali ed economici delle attività svolte dalla Cooperativa. In altre parole, il documento ha il fine di offrire un'informativa strutturata e puntuale di rendicontazione delle responsabilità, dei comportamenti, dei risultati connessi alle attività svolte e delle prospettive future a tutti i soggetti interessati non ottenibile a mezzo della sola informazione economica contenuta nel bilancio di esercizio.

Il documento è il risultato di un lavoro di raccolta dati supportato da un processo strutturato per il reperimento delle informazioni che ha visto il coinvolgimento e la collaborazione tra le diverse aree della Cooperativa, la Direzione insieme con l'agenzia di comunicazione e lo studio di project management.

È sostanzialmente confermato per il 2024 l'impianto metodologico attuato lo scorso anno, seppur arricchito di nuove informazioni e dati relativi alla Cooperativa Sociale.

Il Bilancio Sociale è stato inoltre sottoposto all'approvazione dell'organo statutariamente competente.



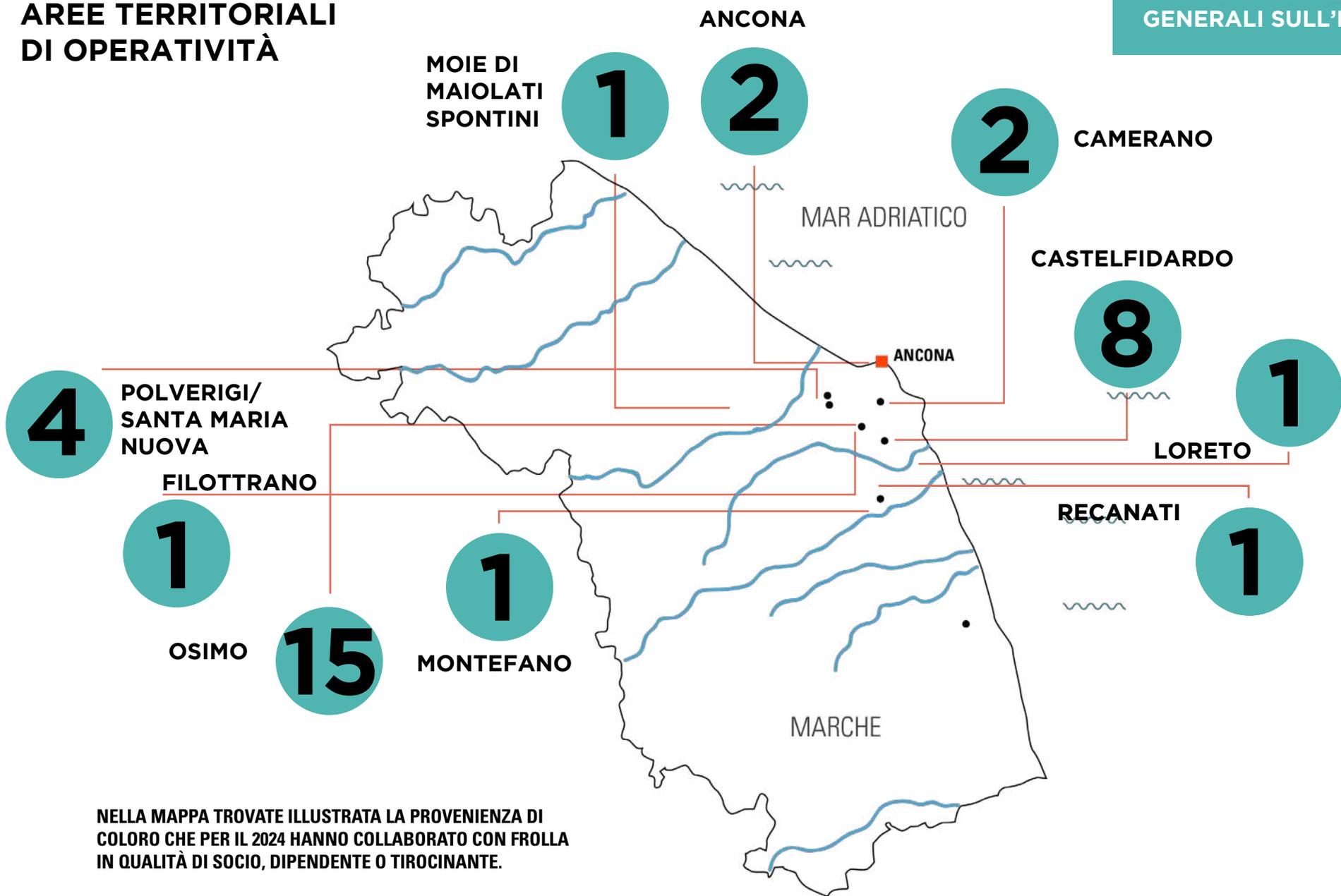


# **1. INFORMAZIONI GENERALI SULL'ENTE**

## COS'È FROLLA

<b>Denominazione</b>	Frolla Società Cooperativa Sociale Impresa Sociale ETS
<b>Codice Fiscale</b>	02811840426
<b>Partita IVA</b>	02811840426
<b>Sede legale</b>	VIA XVII LUGLIO 16 - 60027 - OSIMO (AN)
<b>Sede secondaria</b>	VIA MANZONI 49 CASTELFIDARDO (AN) CAP 60022
<b>Forma giuridica</b>	Società Cooperativa tipo B
<b>Anno di Costituzione</b>	31/01/2019
<b>Codice Osservatorio Regionale Politiche Sociali (ORPS) della Regione Marche</b>	606933
<b>Iscrizione al RUNTS</b>	Si, dal 07/04/2022
<b>PEC</b>	coopfrolla@pec.it
<b>Sito web</b>	<a href="https://frollalab.it/">https://frollalab.it/</a>

## AREE TERRITORIALI DI OPERATIVITÀ



NELLA MAPPA TROVATE ILLUSTRATA LA PROVENIENZA DI COLORO CHE PER IL 2024 HANNO COLLABORATO CON FROLLA IN QUALITÀ DI SOCIO, DIPENDENTE O TIROCINANTE.

## VALORI E FINALITÀ PERSEGUITE

### STORIA

Frolla nasce ad Osimo da un'idea d'impresa sociale di **Jacopo Corona**, aspirante pasticciere, e **Gianluca di Lorenzo**, operatore sociale. Jacopo e Gianluca intendono rispondere a tre specifiche necessità riscontrate nel loro territorio:

- mancanza di iniziative innovative in ambito sociale in grado di incrementare il livello sia quantitativo che qualitativo di avvicinamento dei giovani al mondo del lavoro;
- carenza di un modello d'avanguardia per l'aumento delle iniziative di inclusione sociale in favore di persone con disabilità;
- mancanza di offerta di specifici servizi rispetto alla domanda espressa dalle imprese del territorio.

Con l'aiuto di una campagna di crowdfunding e una rete di imprenditori locali che hanno creduto fortemente nella realizzazione del progetto, nasce Frolla nel maggio 2018. Dopo i primi mesi di ricerca e sviluppo nel mese di gennaio 2019 il progetto prende vita propria, costituendo la Cooperativa Sociale Frolla Impresa Sociale Ente Terzo Settore. L'idea era quella di creare un prodotto semplice come un biscotto, realizzato però da ragazzi con disabilità. In meno di un anno nasce la Cooperativa Sociale Frolla con una mission ben chiara: fornire a soggetti con disabilità fisiche e cognitive un percorso di formazione professionale e di inserimento lavorativo tramite la produzione di biscotti artigianali e prodotti di pasticceria di alta qualità, realizzati con un processo semplice e con materie prime di provenienza esclusiva del territorio.

### Nasce il progetto Frolla

2018

2019

### Viene inaugurato il "Diversamente Bar"

Interamente gestito  
dai ragazzi di Frolla

## FROLLA FOOTBALL TEAM

Un progetto sperimentale in collaborazione con la società calcistica SA Calcio di Castelfidardo (AN), con l'obiettivo di garantire ai collaboratori di Frolla una maggiore inclusione sociale attraverso la pratica di attività ludico-sportive

2020

## FROLLALAB.IT

Per rispondere alla pandemia viene lanciato il sito di e-commerce

## FROLLA AL PARCO

La Cooperativa inaugura un secondo punto vendita/bar attivo esclusivamente nella stagione estiva presso il più importante parco pubblico del Comune di Castelfidardo

## CIOCCOFROLLA

Frolla sviluppa una nuova linea prodotti di cioccolateria

2022

2021

## FROLLA BUS

Nasce il cookie-truck per colazioni, manifestazioni ed eventi

## FROLLA-UP

Prima edizione del Master in impresa sociale e non profit

## NUOVI PRODOTTI

Frolla sviluppa la linea del Miele Millefiori, la linea delle Marmellate e le Uova al cioccolato

2023

## BOMBONIERE ONLINE

Frolla implementa il mercato online delle bomboniere

## FROLLA BUS

Frolla potenzia le attività di catering e partecipazione ad eventi con un nuovo pulmino a 9 posti

## CATERING

Sviluppa l'attività del servizio catering con la collaborazione della pastry chef Sara Accorroni

## BILANCIO SOCIALE

Pubblica la prima edizione grafica del Bilancio sociale

## NUOVO GESTIONALE

Trasformazione sul fronte organizzativo gestionale con l'introduzione del nuovo gestionale per contabilità, controllo di gestione e monitoraggio punti vendita

2024

## CAMPAGNA DI CROWDFUNDING

Frolla lancia la campagna di crowdfunding con Intesa San Paolo per il progetto FrollaLand che ha raccolto oltre 100.000€

## NUOVA COLLABORAZIONE

Frolla ha stretto una nuova collaborazione con Eataly con l'iniziativa "Mercato solidale"

## FROLLINO DELL'ANNO

Frolla istituisce un riconoscimento interno, con cadenza annuale, destinato alla persona che si distingue particolarmente per impegno, professionalità e contributo significativo allo sviluppo dell'organizzazione

IL FROLLINO DELL'ANNO 2024 È ENRICO (ITALO MARABINI)



## FINALITÀ

Frolla non ha scopo di lucro, il suo fine è **promuovere l'inclusione sociale** attraverso lo svolgimento di attività di impresa finalizzate all'integrazione sociale e lavorativa di persone con disabilità. Le attività di Frolla si rivolgono principalmente a giovani under 30 con disabilità fisiche e psichiche e consistono in produzione e distribuzione di biscotti di alta qualità, realizzati con un processo semplice che consegna a chiunque la possibilità di lavorare.

## VALORI

Frolla si ispira ai principi che sono alla base del movimento cooperativo mondiale ed in rapporto ad essi agisce. Questi principi sono:

- mutualità
- solidarietà
- democraticità
- impegno
- equilibrio delle responsabilità rispetto ai ruoli
- spirito comunitario
- legame con il territorio
- equilibrato rapporto con lo Stato e le istituzioni pubbliche.

Frolla punta a valorizzare il lavoro di ragazzi e ragazze con disabilità, dando espressione e senso alle loro abilità e capacità pratiche, includendoli nella fase di produzione dei biscotti e vendita al pubblico. Ciò non rappresenta solo un'opportunità di lavoro, ma anche una possibilità di confronto e di scambio in un clima al tempo stesso familiare e professionale. Frolla si avvale di un ulteriore vantaggio: saper svolgere attività di sensibilizzazione realizzando concretamente e in modo diretto l'incontro tra disabilità e abilità normodotata, non solo per integrare la prima nella seconda, ma soprattutto per mostrare come e quanto la seconda abbia da apprendere in termini di crescita esperienziale e professionale dalla prima.

## ATTIVITÀ STATUTARIE

**I**nserimento o reinserimento nel mercato del lavoro dei lavoratori e delle persone con disabilità, interessati da programmi di apprendimento, tramite la produzione e progettazione di prodotti alimentari di pasticceria e biscotti.

## ALTRE ATTIVITÀ SVOLTE IN MANIERA SECONDARIA

- Bar e altri esercizi simili senza cucina (dal 24/05/2019).
- Commercio al dettaglio ambulante in forma itinerante di altri prodotti alimentari e bevande n.c.a. ulteriori specifiche: commercio al dettaglio ambulante di prodotti alimentari, biscotti, dolci, prodotti di pasticceria (dal 28/06/2021).



## CONTESTO DI RIFERIMENTO

La società cooperativa Frolla opera a Osimo, un comune collinare di circa 35.000 abitanti della Regione Marche. Il territorio vede un numero crescente di soggetti con disabilità psico-fisiche, che fanno enorme fatica a trovare opportunità di crescita personale e lavorativa e, dunque, effettivo inserimento nella società. Secondo i dati Istat il numero di beneficiari di pensioni per le persone con disabilità nella regione è di circa 132.000, di cui più di 35.000 individui solo nella Provincia di Ancona. Nel territorio del comune di Osimo (frazioni comprese) ci sono attualmente più di 180 persone under 35 con disabilità sia motoria che cognitiva che rappresentano una fetta importante di individui che hanno poche possibilità di essere coinvolte in attività lavorative di qualità. La misura del problema è data dai sempre più numerosi nuclei familiari che richiedono ai Servizi sociali del territorio e alla stessa Cooperativa Frolla interventi di sostegno per i propri figli che possano fornire risposte alternative rispetto alle tradizionali attività socio-riabilitative e sanitarie garantite a livello istituzionale. Il territorio per poter supportare questa ampia richiesta di interventi di inclusione fa affidamento sui servizi istituzionali e in particolare di volontariato che però non riescono ad agire in maniera consistente rispetto alla valorizzazione di questi soggetti.

In aggiunta, la crisi dei mercati occupazionali registrata nel nostro Paese, come all'interno della Regione Marche, ha comportato una marcata flessione in negativo dei livelli occupazionali soprattutto rispetto alle fasce più giovani della popolazione. Molti giovani risultano senza occupazione seppur in possesso di un titolo di studio di rilievo che non consente loro di trovare una occupazione stabile o in linea con quanto studiato. Ciò dipende, oltre che dalla struttura del sistema produttivo marchigiano, anche e soprattutto da un sistema educativo e formativo ancora poco sensibile alle tematiche dell'imprenditorialità sociale. Tale contesto funge da traino demotivante per i giovani, disincentivando la proattività e l'intraprendenza. Lo scenario è ancora più allarmante in riferimento alle categorie dei soggetti più deboli, ovvero le persone con disabilità e le persone in situazione di svantaggio sociale, economico e familiare.

## COLLEGAMENTI CON ALTRI ENTI DEL TERZO SETTORE

**P**er curare nel miglior modo lo sviluppo socioeconomico e culturale delle comunità, Frolla coopera attivamente con altri Enti del Terzo Settore, su scala locale e nazionale. Anche per il 2024 Frolla ha collaborato con:

### Servizi sociali territoriali

Rete di soggetti istituzionali che operano con competenze diverse predisponendo specifici programmi di lavoro nell'ambito di tutela, accoglienza e dell'integrazione sociale. Frolla ha attivato collaborazioni con: Ambito Territoriale Sociale 13 (Camerano, Castelfidardo, Loreto, Numana, Offagna, Osimo, Sirolo); Ambito Territoriale Sociale 12 (Agugliano, Camerata Picena, Chiaravalle, Falconara Marittima, Montemarciano, Monte San Vito, Polverigi); Ambito Territoriale Sociale 9 che opera nel territorio della Vallesina, Comuni di Recanati, Montefano e Ancona.

**ALTRI ENTI CON SCOPI SOCIALI CON CUI FROLLA STRINGE COLLABORAZIONI TEMPORANEE CON FINALITÀ COMMERCIALE ATTRAVERSO ATTIVITÀ LUDICHE, RICREATIVE E DI SUPPORTO EMERGENZE**

### Pangea Onlus

Organizzazione no profit che dal 2003 lavora per favorire lo sviluppo economico e sociale delle donne, delle loro famiglie e delle comunità circostanti.

Frolla ha sostenuto la campagna natalizia di Pangea Onlus realizzando dei biscotti in collaborazione.

### Emergency

Organizzazione non governativa che offre cure medico-chirurgiche gratuite e di alta qualità alle vittime di guerre e povertà, ha scelto Frolla per una linea di biscotti solidali in co-branding, a supporto delle proprie attività.

### Unione Rugby San Benedetto

In occasione della Coppa Marche, Frolla è stato sponsor etico della squadra di Rugby di San Benedetto ed è stato realizzato uno spot pubblicitario dedicato all'iniziativa.

### Fondazione Patrizio Paoletti

Si occupa di salute globale realizzando numerose ed innovative iniziative in ambito scientifico, divulgativo, formativo, pedagogico, di-

dattico e sociale a favore di adulti, bambini e ragazzi, rendendo disponibili protocolli, strumenti, tecniche e progettualità per il benessere personale. Insieme per il secondo anno del progetto Black May Day, Frolla ha deciso di chiudere il canale e-commerce dal 29 novembre al 1° dicembre, durante il Black Friday, per promuovere il Black MayDay, un'iniziativa simbolica contro il consumismo sfrenato. Invece di offerte, sul sito è stata attivata una raccolta fondi per la Fondazione Patrizio Paoletti, sostenendo i bambini e adolescenti in condizioni di disagio emotivo.

### Robur Family ASD

Frolla è diventata sponsor etico della squadra di basket giovanile maschile di Osimo.

### AS Roma For Special

Frolla ha partecipato insieme alla squadra di calcio dell'AS Roma composta da ragazzi con disabilità intellettivo – relazionali al triangolare di calcio del torneo paralimpico FIGC, disputato al Campo dei Miracoli del quartiere Corviale di Roma completamente bonificato.



# FROLLA A CASTEL PORZIANO: LA FESTA DELL'INCLUSIONE AL QUIRINALE

Una giornata indimenticabile quella del 30 settembre 2024 per Frolla Microbiscottificio, che ha avuto l'onore di partecipare come ospite del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella alla "Festa dell'inclusione" nella splendida tenuta di Castel Porziano. L'evento, promosso ogni anno dal Quirinale, è un'occasione di incontro e condivisione tra istituzioni e realtà sociali che, con il loro impegno quotidiano, promuovono valori fondamentali come l'unità, il rispetto delle diversità e la partecipazione attiva.

Nel cuore di una festa vissuta con entusiasmo e semplicità, i ragazzi di Frolla sono stati protagonisti di una giornata fatta di abbracci, sorrisi e balli, stringendo nuove amicizie – come quella con la Fondazione Giacomo Ascoli – e condividendo momenti emozionanti accanto alle più alte cariche dello Stato.

Questa festa coincide con la cerimonia conclusiva dell'apertura estiva della tenuta di Castel Porziano, fortemente voluta dal Presidente Mattarella fin dal 2015 per offrire giorni di relax e bellezza nella natura a persone con disabilità e anziani provenienti da tutta Italia. Sono oltre 22.500 le persone accolte in questi anni, più di mille solo nel 2024: un gesto concreto di prossimità istituzionale che diventa esempio tangibile di una Repubblica fondata sull'uguaglianza e sull'inclusione.

Nel suo intervento, il Capo dello Stato ha ribadito con forza che ogni persona deve avere la possibilità di esprimersi per ciò che è, con le proprie caratteristiche uniche, e ha sottolineato la necessità di rimuovere gli ostacoli – materiali e culturali – che ancora oggi limitano la piena realizzazione individuale, affermando che promuovere l'inserimento delle persone più fragili non è solo un dovere etico, ma un interesse collettivo.

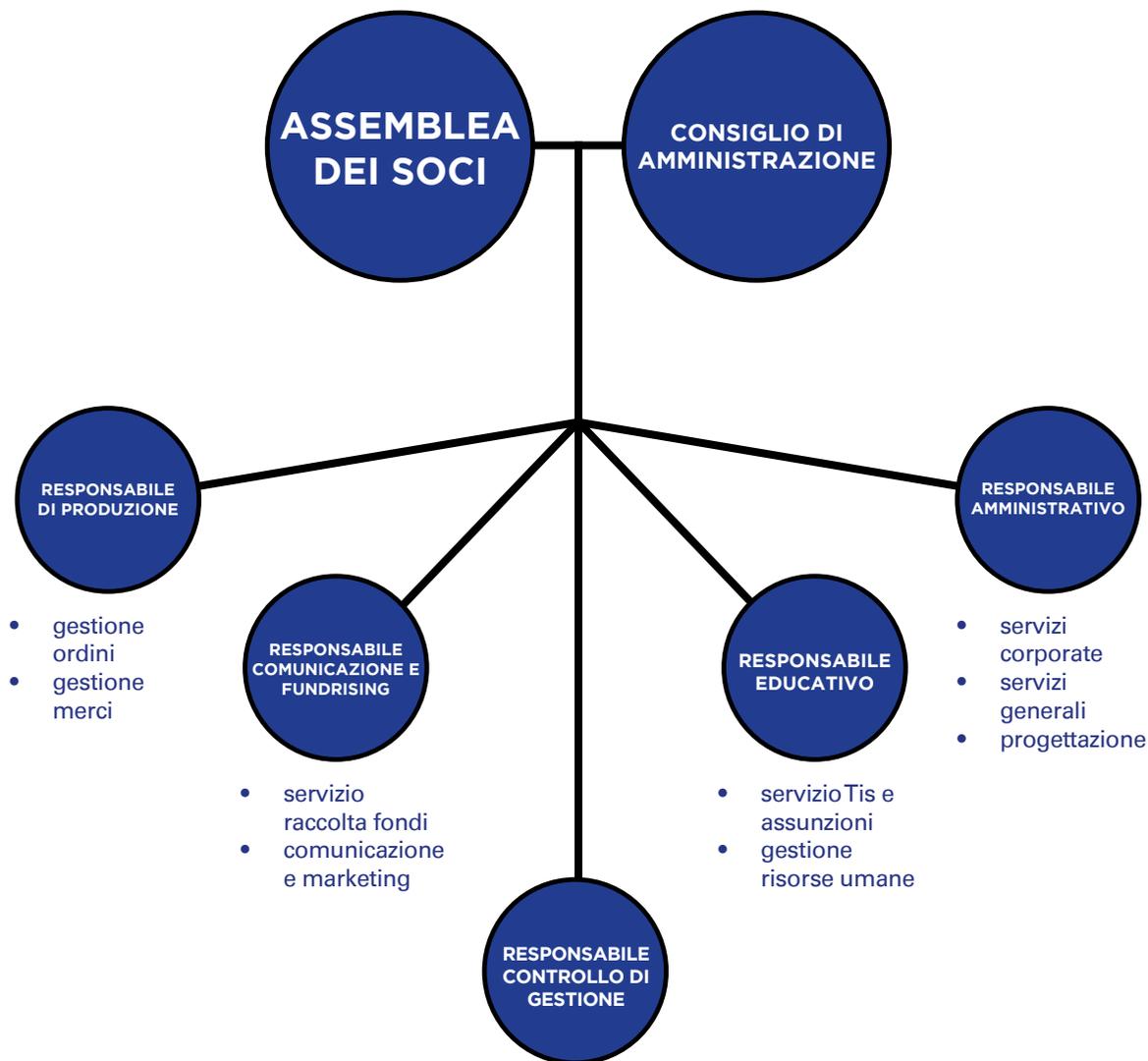
Il ritorno da Castel Porziano per Frolla è stato all'insegna di una sempre maggiore consapevolezza e determinazione: il cambiamento passa anche da giornate così, dove la distanza si annulla e le fragilità diventano forza condivisa.







## **2. STRUTTURA, GOVERNO E AMMINISTRAZIONE**



La Governance della Cooperativa è regolamentata dallo statuto approvato nel 2019, ancora in vigore.

La Governance della Cooperativa prevede un'assemblea dei soci, che elegge un Organo Amministrativo che a sua volta elegge al proprio interno un Presidente ed un Vicepresidente.

Altri due organi previsti dallo statuto sono il Collegio dei Sindaci ed il Collegio dei Probi-viri: non nominati dalla Cooperativa.

Di seguito l'organigramma della Cooperativa suddivisa per aree di responsabilità.





## **CONSISTENZA E COMPOSIZIONE DELLA BASE SOCIALE/ASSOCIATIVA**

I soci della Cooperativa aderiscono alle regole della Cooperativa (titolo III dello Statuto) e diventano tali dopo aver presentato all'Organo amministrativo domanda scritta di ammissione e ricevuto conferma previo accertamento da parte dell'Organo amministrativo dell'esistenza dei requisiti elencati all'art. 5. La delibera di ammissione deve essere annotata sul libro soci.

Essere socio vuol dire poter interagire in maniera democratica con le decisioni strategiche ed operative nella gestione della Cooperativa. La forma della Cooperativa è stata scelta per permettere una gestione democratica delle attività.

I soci della Cooperativa nel 2024 sono 8. Possono assumere la qualifica di soci le persone fisiche appartenenti alle seguenti categorie: soci lavoratori, soci volontari, soci fruitori (art. 5 dello Statuto).

L'assemblea dei soci della Cooperativa per Statuto si ritrova almeno una volta l'anno per l'approvazione del bilancio di esercizio redatto dall'Organo amministrativo.

I poteri dell'Assemblea dei soci sono elencati nello statuto.

## SISTEMA DI GOVERNO

L'Organo amministrativo è composto da un numero che può variare da 3 a 9 eletti dall'Assemblea dei soci e restano in carica per non più di tre esercizi con possibilità di essere rieletti. Tutti i consiglieri della Cooperativa sono anche soci.

26



**JACOPO  
CORONA**

**CARICA RICOPERTA:**

Presidente cda

**CARICA RICOPERTA AL**

31/12/2024

**DURATA CARICA:**

Fino approvazione bilancio al  
31/12/2027



**SILVIA  
SPEGNE**

**CARICA RICOPERTA:**

Vicepresidente cda

**CARICA RICOPERTA AL**

31/12/2024

**DURATA CARICA:**

Fino approvazione bilancio al  
31/12/2027



**MIRCO  
PUGNARONI**

**CARICA RICOPERTA:**

Consigliere

**CARICA RICOPERTA AL**

31/12/2024

**DURATA CARICA:**

Fino approvazione bilancio al

31/12/2027



**GIANLUCA  
DI LORENZO**

**CARICA RICOPERTA:**

Consigliere

**CARICA RICOPERTA AL**

31/12/2024

**DURATA CARICA:**

Fino approvazione bilancio al

31/12/2027



**FLORIANO  
BONFIGLI**

**CARICA RICOPERTA:**

Consigliere

**CARICA RICOPERTA AL**

31/12/2024

**DURATA CARICA:**

Fino approvazione bilancio al

31/12/2027

## ASPETTI RELATIVI ALLA DEMOCRATICITÀ INTERNA ALL'ENTE

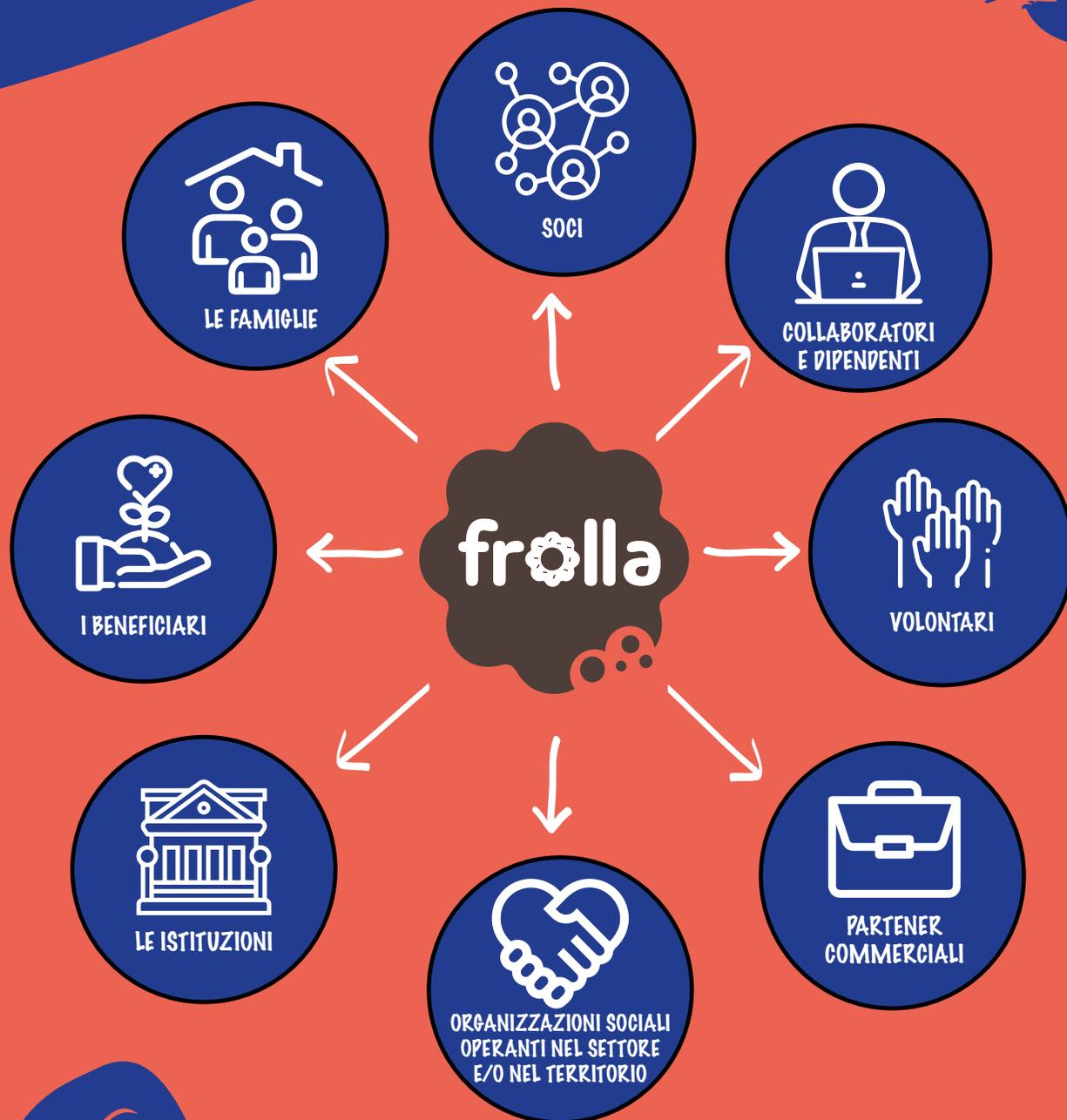
Tutte le decisioni prese vengono ampiamente discusse e condivise in maniera democratica dai Soci e proposte ed avallate anche dai vari collaboratori e da liberi professionisti di fiducia coinvolti durante le varie riunioni informative.

28

## MAPPATURA DEI PRINCIPALI STAKEHOLDER

Frolla è un'organizzazione che opera non solo in virtù delle proprie forze interne, ma anche attraverso le relazioni e i contatti con una pluralità di soggetti esterni presenti sul proprio territorio di appartenenza. Frolla come impresa stabile sul territorio interagisce, tramite rapporti di collaborazione e di coprogettazione con una moltitudine di cosiddetti 'portatori di interesse' definiti anche 'stakeholders' che di fatto entrano a far parte direttamente o indirettamente della cooperativa medesima.

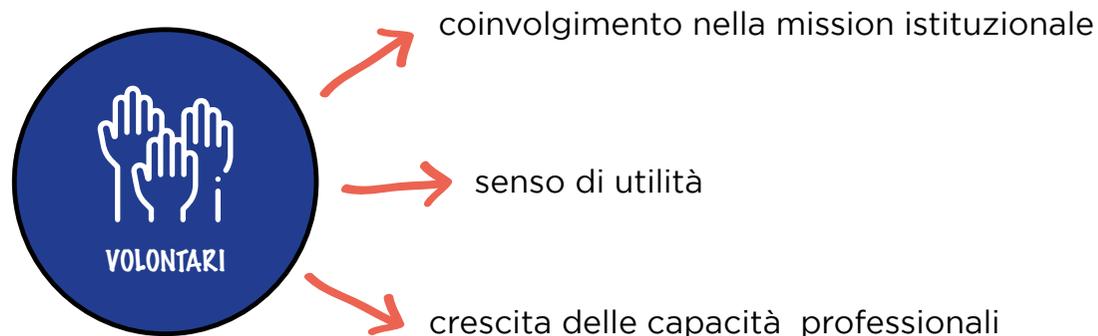




# CHI LAVORA CON NOI

Di seguito una rappresentazione degli impatti sulle varie tipologie di stakeholder.

30





- collaborazioni di lungo periodo
- progettualità aventi obiettivi comuni
- condivisione degli stessi valori



- costruzione di una rete di collaborazione e scambio
- accompagnamento ai servizi di inserimento dei ragazzi con disabilità
- qualità del sistema di inserimento lavorativo
- esito positivo a conclusione dei percorsi di inserimento lavorativo



- accompagnamento ai servizi di inserimento dei ragazzi con disabilità
- azioni di sensibilizzazione volte all'inclusione

# CHI COLLABORA CON NOI

# 2

STRUTTURA,  
GOVERNO  
E AMMINISTRAZIONE



# BENEFICIARI DEI NOSTRI INTERVENTI



inserimento lavorativo

ascolto, socialità e partecipazione

potenziamento delle abilità



promozione dei diritti

crescita sociale



sostegno materiale, lavoro e reddito

sostegno all'integrazione sociale

consapevolezze educative



senso di appartenenza alla  
community

valutazione positiva del prodotto



→ percezione di affidabilità dell'ente



→ coinvolgimento nella mission istituzionale

→ responsabilità sociale di impresa



→ percezione di affidabilità dell'ente

→ finanziamenti di progettualità presentate

→ correttezza in reportistica e rendicontazione dei progetti finanziati

# CHI CI SOSTIENE







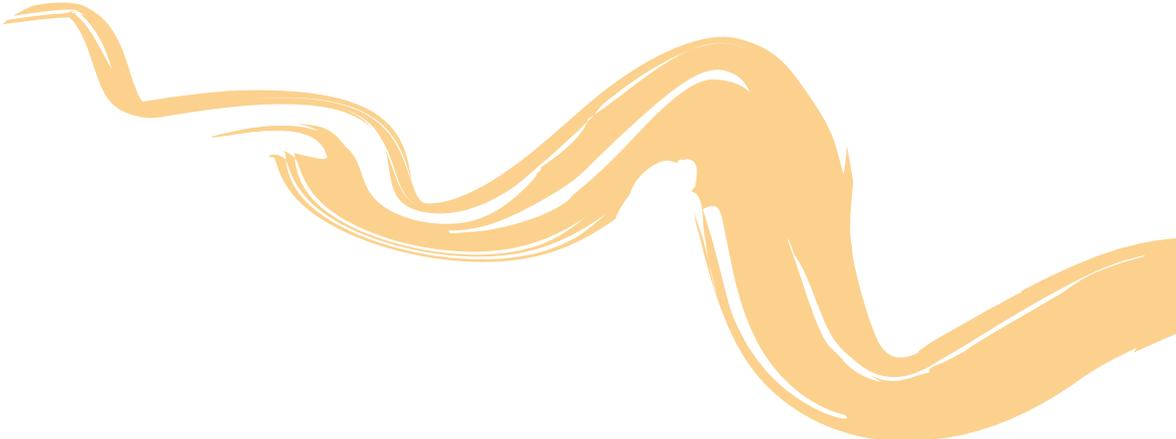
### **3. PERSONE CHE OPERANO PER FROLLA**

## TIPOLOGIE, CONSISTENZA E COMPOSIZIONE DEL PERSONALE CHE HA EFFETTIVAMENTE OPERATO PER L'ENTE CON UNA RETRIBUZIONE

Frolla considera le risorse umane un elemento centrale della propria missione e strategia operativa.

La peculiarità distintiva della Cooperativa risiede nell'approccio etico e metodologico al lavoro, fondato sull'inclusione socio-lavorativa di persone con disabilità. Tali inserimenti avvengono attraverso due principali modalità:

- **Percorsi di alternanza scuola-lavoro e progetti di inclusione scolastica**, attivati in convenzione con l'Istituto di Istruzione Superiore Alberghiero "A. Einstein-A. Nebbia" di Loreto (AN). Tali percorsi sono parte integrante del Piano Triennale dell'Offerta Formativa (PTOF) dell'istituto scolastico, come previsto dalla normativa vigente in materia di alternanza (ora PCTO – Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento, ai sensi della Legge 107/2015).
- **Progetti di tirocinio di inserimento lavorativo**, attuati sulla base di convenzioni stipulate con i servizi sociali territoriali dei Comuni limitrofi (Castelfidardo, Osimo, Polverigi, Agugliano, Camerano, Recanati). L'attivazione di tali percorsi avviene in conformità alla normativa regionale dei **Tirocini di Inclusione Sociale (T.I.S.)** finalizzati a favorire l'autonomia, l'inclusione sociale e la riabilitazione di persone in carico ai servizi sociali e/o sanitari (L.R. Marche 18/1996 e DGRM n. 593/2018), prevedono la valutazione e presa in carico degli utenti da parte dell'Unità Multidisciplinare per l'Età Adulta (U.M.E.A.) e/o del Centro di Salute Mentale (CSM) territorialmente competente. Tali enti sono responsabili della verifica dei requisiti di ammissibilità dei soggetti svantaggiati e dell'adeguatezza dei percorsi formativo-riabilitativi proposti.



I TIS rappresentano un'opportunità concreta di valorizzazione della persona con disabilità, non solo in termini di autorealizzazione, ma anche di costruzione di un'identità professionale e di appartenenza alla comunità. Prevedono la possibilità di una successiva assunzione, in base all'effettiva idoneità, motivazione e compatibilità con le esigenze organizzative della Cooperativa. Per i lavoratori con contratto di lavoro subordinato viene applicato il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) per le Cooperative Sociali.

Alla data del 31/12/2024 le persone che operano per Frolla in totale sono 34<sup>(1)</sup> e possono essere suddivise come segue:

*(1) Si precisa che, complessivamente, nel corso del 2024 hanno prestato servizio per l'Ente 36 persone (sia come TIS che come lavoratori dipendenti, compresi gli amministratori). Due progetti di Tirocinio di Inclusione Sociale (TIS) si sono conclusi e un contratto TIS, in corso d'anno, è stato convertito in contratto a tempo determinato. Di conseguenza, al 31/12/2024 il personale effettivamente in forza ammonta a 34 unità.*

OCCUPATI CON CONTRATTO DI LAVORO DIPENDENTE - SOCI O NON SOCI CON DISABILITÀ	
NUMERO	OCCUPATI
1 SOCIO	1 maschio over 40
3 NON SOCI	1 femmina under 40
	2 maschio under 40

OCCUPATI CON CONTRATTO DI LAVORO DIPENDENTE - OCCUPATI CON DISABILITÀ	
NUMERO	OCCUPATI
3 SOCI AMMINISTRATORI	1 femmina over 40
	1 maschio over 40
	1 maschio under 40
8 NON SOCI	4 femmine under 40
	1 femmina over 40
	2 maschi under 40
	1 maschio over 40



OCCUPATI NORMODOTATI - TIPOLOGIA CONTRATTUALE	
NUMERO	OCCUPATI
2	tempo indeterminato
2	tempo determinato

OCCUPATI CON DISABILITÀ - TIPOLOGIA CONTRATTUALE	
NUMERO	OCCUPATI
3	tempo indeterminato
1	tempo determinato

COLLABORATORI INSERITI MEDIANTE TIS - PER COMUNE DI PROVENIENZA	
TOT. 26	COMUNE
2	Ancona
2	Camerano
5	Castelfidardo
1	Filottrano
1	Maiolati Spontini
1	Montefano
9	Osimo
3	Polverigi
1	Recanati
1	Santa Maria Nuova

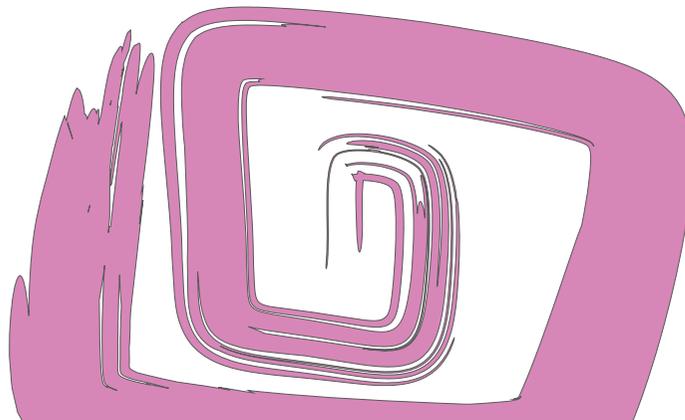
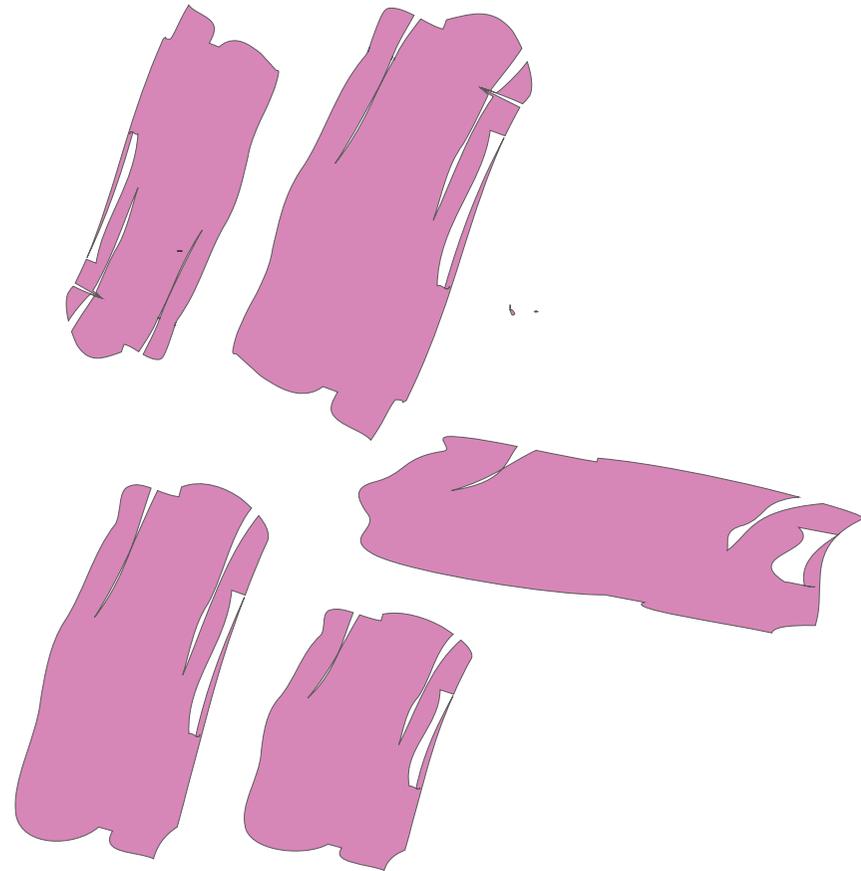
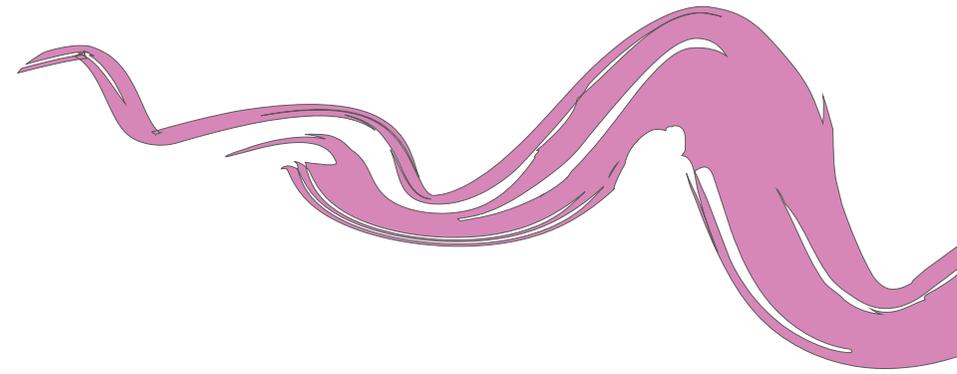
## ATTIVITÀ DI FORMAZIONE E VALORIZZAZIONE REALIZZATE

All'interno della cooperativa Frolla la formazione continua costituisce un pilastro strategico. Nel 2024, a conferma di questo impegno, è stato organizzato un corso di inglese di otto ore – quattro incontri da due ore ciascuno – rivolto ai collaboratori, con l'obiettivo di consolidare le competenze linguistiche funzionali alle attività quotidiane e alle relazioni con partner internazionali.

42

## STRUTTURA DEI COMPENSI E DELLE RETRIBUZIONI

La Cooperativa Frolla ha una tabella salariale che misura i compensi del personale dipendente e dei collaboratori. Tali stipendi sono stati pesati in base a ruolo, responsabilità, persone gestite, esperienza ecc..





**FROLLA**  
microbiscottificio

**FROLLA**  
microbiscottificio

**FROLLA**  
microbiscottificio

**FROLLA**  
microbiscottificio







## **4. OBIETTIVI E ATTIVITÀ**

**INFORMAZIONI QUALITATIVE E QUANTITATIVE SULLE AZIONI REALIZZATE NELLE DIVERSE AREE DI ATTIVITÀ, SUI BENEFICIARI DIRETTI E INDIRETTI, SUGLI OUTPUT RISULTANTI DALLE ATTIVITÀ POSTE IN ESSERE E, PER QUANTO POSSIBILE, SUGLI EFFETTI DI CONSEGUENZA PRODOTTI SUI PRINCIPALI PORTATORI DI INTERESSI.**

# OBIETTIVI

46

## N°1

Contribuire al miglioramento della qualità della vita di persone con disabilità psico-fisiche, promuovendo interventi che favoriscano il loro inserimento lavorativo tramite la produzione e progettazione di prodotti alimentari di pasticceria e biscotti.

## N°2

Rispondere al bisogno di integrazione sociale e di socializzazione dei giovani con disabilità, nella prospettiva della costruzione di un progetto di vita che ne valorizzi le potenzialità e le capacità di autonomia.

## N°3

Rafforzare le capacità professionali, occupazionali e relazionali delle persone con disabilità psico-fisiche aumentando così le loro opportunità di occupazione sia all'interno della Cooperativa che all'esterno, favorendone in tal modo la piena inclusione nella società.

## N°4

Sensibilizzare la comunità sui temi della disabilità e sul suo rapporto con l'abilità normodotata, non solo per integrare la prima nella seconda, ma soprattutto per mostrare come e quanto la seconda abbia da apprendere in termini di crescita esperienziale e umana dalla prima.



Per raggiungere questi obiettivi la cooperativa Frolla ha svolto nel 2024 una vasta e articolata serie di attività, accomunate dal coinvolgimento dei ragazzi e ragazze con disabilità psico-motorie, che ne sono sempre stati i protagonisti con la collaborazione del resto del personale. Tali attività hanno portato al conseguimento di risultati concreti e misurabili, che vanno dal numero di ragazzi e ragazze effettivamente coinvolti, fino ai prodotti e ai servizi che essi hanno contribuito in modo decisivo a realizzare e a commercializzare.

# ATTIVITÀ

## N°1

48

### **INSERIMENTO LAVORATIVO DEI RAGAZZI CON DISABILITÀ**

La cooperativa Frolla assume ragazzi e ragazze under 35 con disabilità fisiche e psichiche e li accompagna in un percorso di formazione professionale e di inserimento lavorativo che consiste nella produzione di biscotti artigianali e prodotti di pasticceria. I ragazzi coinvolti vengono guidati per acquisire le nozioni fondamentali riguardo la preparazione dei prodotti, il loro confezionamento e la loro distribuzione, tramite somministrazione diretta al cliente o vendita. La filosofia sottesa a questa attività è che attraverso il lavoro migliora esponenzialmente la qualità di vita del ragazzo o ragazza con disabilità, aumentandone l'autonomia, la socialità e la consapevolezza. Frolla offre un'opportunità a ragazzi e ragazze che per via della loro disabilità riscontrano enormi difficoltà a trovare un'occupazione, inserendoli in un contesto qualificato e stimolante, dove si lavora e al contempo si ride e ci si diverte tutti insieme.



## RISULTATI:

- n. 1 ragazzo con disabilità socio e impiegato come dipendente a tempo indeterminato
- n. 3<sup>(2)</sup> giovani con disabilità impiegati come dipendenti di cui due a tempo indeterminato e uno a tempo determinato
- n. 26<sup>(3)</sup> collaboratori svantaggiati o con disabilità coinvolti con TIS.

49

A questi si affiancano:

- n. 8 soci ordinari (di cui 4 lavoratori)
- n. 4 dipendenti senza disabilità
- nel 2024, il 50% dei dipendenti operativi di Frolla ha una disabilità fisica o cognitiva; quindi, vi è un rapporto di 1 a 1 rispetto ai dipendenti senza disabilità
- i giovani con disabilità con contratto TIS provengono da 10 comuni diversi (Castelfidardo, Osimo, Polverigi, Camerano, Recanati, Ancona, Maiolati Spontini, Montefano, Filottrano e Santa Maria Nuova)
- tutti i ragazzi e le ragazze con disabilità hanno lavorato per tutto il 2024 facendo orario part-time

*(2) Il numero si riferisce ai dipendenti al 31/12/2024*

*(3) Il numero si riferisce al totale dei collaboratori che hanno operato per l'Ente durante il corso del 2024.*

# N°2

## PRODUZIONE, VENDITA E SOMMINISTRAZIONE

50

### **PRODUZIONE**

Questo è il core business della Cooperativa Frolla, che negli anni ha puntato su due direttrici principali:

- utilizzare materie prime del territorio di alta qualità;
- sperimentare nuovi gusti e abbinamenti originali, rispettando sempre la stagionalità. Uno dei motti di Frolla è “CAMBIAMO IL MONDO CON DOLCEZZA!”

Il cambiamento di cui si parla in questo slogan riguarda sia la realizzazione in senso stretto di prodotti sociali che l’impatto sociale che questa attività è in grado di generare quando a mettere le mani in pasta sono i ragazzi e le ragazze con disabilità. La produzione avviene tramite processi semplici, facilitati dall’utilizzo di macchinari appositi, dando a chiunque – a prescindere dalla specifica disabilità – la possibilità di cimentarsi nel lavoro.



## RISULTATI:

- nel 2024 il laboratorio ha sfornato circa 50 kg di biscotti al giorno, 11.500 kg in totale oltre a un'ampia varietà di prodotti dolciari come brioches, cioccolateria, panettoni e colombe
- sono state realizzate 8 categorie principali di prodotti alimentari:

### BISCOTTI DOLCI

- Cookies
- Cookies sbagliati
- Cookies ai mirtilli rossi
- Zenzero e limone
- Pistacchio e mandorle
- Pere e cacao
- Briciole (Amarena e cioccolato)
- Cocco e cioccolato al latte
- Camomilla e albicocca
- Cacao e menta
- Amarene e pistacchio
- Tre cioccolati
- Cocco e mango

### SUCCHI DI FRUTTA

- Albicocca
- Pera
- Pesca

### PASTICCERIA DOLCE

- Plumcake gusto classico
- Plumcake gusto cocco e cioccolato latte
- Plumcake gusto arancia
- Torte personalizzate

### CIOCCOLATERIA

- Tavolette di cioccolato al latte
- Tavolette di cioccolato fondente
- Praline e cioccolatini personalizzati

### PRODOTTI DA RICORRENZA

- Panettone artigianale
- Colomba pasquale
- Bomboniere
- Uova al cioccolato

### BISCOTTI SALATI

- Rosmarino e timo
- Formaggio e pere
- Cracker Bonsemi

### CREME SPALMABILI

- Crema pistacchio
- Crema nocciola
- Miele millefiori
- Marmellate

### BISCOTTI VEGANI

- Frollino mais e cannella
- Frollino riso e limone
- Cookies al grano saraceno

# ATTIVITÀ



FROLLA  
microbiscottificio



FROLLA  
microbiscottificio



NON ESAGERARE

## VENDITA

La Cooperativa Frolla si inserisce sia nel B2B che nel B2C, garantendosi così la possibilità di essere presente in un mercato differenziato e non vincolato. I canali di vendita sono eterogeni e vengono sfruttati per raggiungere un'ampia platea di acquirenti, allargando il target di riferimento dal raggio della vendita diretta alla comunità territoriale circostante, per arrivare a portare i prodotti Frolla in tutta Italia.

I principali canali di vendita nel 2024 sono stati:

- **Diversamente Bar:** nel bar di Frolla è sempre attivo uno shop dove acquistare tutti i prodotti realizzati;
- **E-commerce:** tramite il sito internet di Frolla è possibile consultare l'intero catalogo dei prodotti e, con pochi clic, farseli spedire in tutta Italia;
- **GDO:** Frolla distribuisce i suoi prodotti anche all'interno di alcuni punti vendita della Grande Distribuzione Organizzata appartenenti a varie insegne;
- **Eventi:** Frolla vende i suoi biscotti direttamente durante Festival, manifestazioni ed eventi vari.

## **RISULTATI:**

- il fatturato relativo alla vendita di prodotti e servizi ammonta complessivamente ad oltre € 445.000, in aumento del 7,6% rispetto al 2023;
- nel 2024 i ricavi da attività di catering crescono di più del 45% rispetto al 2023 (pari a circa + € 17.000);
- nel 2024 il numero totale di articoli venduti attraverso il negozio online è stato di 8.080. Le categorie con maggior incidenza sul fatturato sono state: le bomboniere con il 49%, i biscotti dolci con il 25% e i prodotti di Pasqua e Natale rispettivamente con il 6,6% e il 5,1%. Queste categorie rappresentano circa il 90% delle vendite totali;
- ordine medio online: € 63,48, in aumento rispetto al 2022 di circa il 5%, anche se si è raggiunto il picco di € 154,51 nel mese di settembre;
- nel 2024 le vendite online si sono concentrate nei mesi di marzo e settembre.

Nel 2024, Frolla ha ampliato il proprio e-commerce introducendo una sezione dedicata alle aziende, offrendo la possibilità di ordinare pacchi natalizi personalizzati per dipendenti, clienti e collaboratori. Attraverso un modulo online, le aziende possono ricevere il catalogo natalizio e prenotare in anticipo i propri regali aziendali, rendendo il Natale un'occasione per condividere valori e dolcezza.

## SOMMINISTRAZIONE

Oltre alla vendita di prodotti confezionati, Frolla procede alla somministrazione di colazioni e aperitivi direttamente al consumatore. I ragazzi e le ragazze con disabilità svolgono questa attività in modo tale da rafforzare la propria sicurezza e consapevolezza di sé, dovendosi confrontare in prima persona con i clienti e garantire loro un corretto servizio. Si tratta di un'attività altamente responsabilizzante per i giovani con disabilità, che gratifica loro così come chi consuma il pasto.

I principali canali di somministrazione utilizzati da Frolla nel 2024 sono stati:

- **Diversamente Bar:** colazioni e aperitivi vengono serviti all'interno dello spazio del bar di Frolla, che ha posti a sedere confortevoli sia all'interno del locale che nello spazio esterno. Il bar si trova nello stesso edificio dove ha sede il laboratorio di produzione di Frolla, a San Paterniano di Osimo (AN). In questo contesto i ragazzi e le ragazze con disabilità vestono i panni di baristi pro-vetti, che mostrano al cliente l'assortimento delle brioches o dei salati, preparano caffè e cappuccini, e servono direttamente ai tavoli quello che il cliente desidera;
- **Frollabus:** si tratta di un bar mobile su ruote, un food truck grazie al quale le colazioni, gli aperitivi e tutti i prodotti Frolla possono essere consumati in spazi aperti, nelle piazze delle città, nelle spiagge, durante eventi, mercati e fiere in tutta Italia. L'obiettivo principale del Frollabus è quello di incrementare il coinvolgimento e l'autonomia lavorativa dei dipendenti e dei collabora-

tori di Frolla affrontando situazioni nuove, con modalità operative diverse rispetto alle attività classiche del laboratorio e del bar. Tra le principali attività che Frolla nel 2024 ha svolto grazie al suo bus c'è l'organizzazione di catering aziendali e business breakfast. Imprese e società hanno contattato Frolla perché ne sposano gli scopi e le iniziative, in modo da poter creare momenti conviviali e arricchenti per tutta la compagine aziendale, per i dipendenti e per eventuali clienti invitati a partecipare. Anche per Frolla queste occasioni sono state importanti: hanno garantito la possibilità di conoscere realtà nuove e allargare il proprio network, senza dimenticare di raccontare questi eventi tramite i propri canali social, garantendo una comunicazione parallela che interessi tanto Frolla quanto l'azienda raggiunta.

## RISULTATI:

- circa 12.000 persone sono state clienti del Diversamente Bar;
- il Frollabus ha effettuato più di 60 uscite per altrettanti eventi;
- tra le principali uscite realizzate nel corso dell'anno, si segnalano quelle in collaborazione con oltre 15 tra imprese, organizzazioni regionali e nazionali e Istituti di istruzione;
- l'incasso del Frollabus è stato più di € 30.000.





# N°3 ATTIVITÀ COLLATERALI

La Cooperativa Frolla si impegna a promuovere un'eterogenea serie di attività che ampliano il coinvolgimento dei ragazzi e delle ragazze con disabilità oltre la produzione e la vendita dei biscotti e degli altri prodotti alimentari. Queste attività collaterali, che hanno assunto sempre maggior rilievo nella quotidianità dei collaboratori, servono a garantire a questi ultimi la possibilità di confrontarsi con realtà diverse, sfidanti e gratificanti. Lo scopo del network che Frolla si impegna a creare e coltivare è quello di promuovere una reale inclusione sociale basata su un modello scalabile e replicabile, disseminando i risultati della sua esperienza per sensibilizzare sui temi della disabilità.

Di seguito le principali attività svolte nel 2024:

56

## ATTIVITÀ DI SENSIBILIZZAZIONE E PARTECIPAZIONE A FESTIVAL

Anche nel 2024 Frolla si è impegnata a diffondere il suo modello di imprenditoria sociale e portare la sua esperienza come case history da studiare e provare a replicare. In particolare, l'attività di disseminazione e sensibilizzazione è stata effettuata in alcune scuole secondarie di secondo grado dei comuni di Osimo, Castelfidardo, Camerano e Falconara e all'Università di Foggia in occasione della VIII edizione del ciclo di Seminari TFA organizzati dal Dipartimento di Studi Umanistici, Lettere, Beni Culturali, Scienze della Formazione.

Nel corso del 2024 Frolla ha partecipato anche a due importanti manifestazioni culturali del territorio: il festival RisorgiMarche e Paesaggi Festival a Fano.

## VIAGGI

Nel corso del 2024, Frolla ha continuato a investire nella dimensione esperienziale del "viaggio" come strumento di crescita, autonomia e inclusione per i ragazzi e le ragazze con disabilità coinvolti nelle proprie attività. Tra le esperienze più significative dell'anno si segnalano la trasferta a Boston, nell'ambito del progetto internazionale "Why so surprised", che ha permesso di portare l'esperienza di Frolla oltre confine, favorendo l'incontro con realtà e culture differenti. A queste si sono affiancati momenti di svago e riconoscimento: il viaggio premio di due giorni a Mirabilandia, la partecipazione al Mercato Solidale di Eataly con un soggiorno di quattro giorni a Milano, la visita alla sede di Mattarella a Castel Porziano, e la trasferta a Padova in occasione del conferimento del Premio Impresa Virtuosa promosso dall'AMPI.

## CALCIO

Si consolida nel tempo il progetto Frolla Football Team, nato in collaborazione con la società calcistica SA Calcio di Castelfidardo (AN) in cui 12 ragazzi con disabilità della Cooperativa si cimentano nell'attività sportiva. La squadra anche nel 2024 ha partecipato al campionato di calcio sperimentale di 4° categoria del CONI. Oltre all'attività agonistica, il progetto continua a offrire occasioni di crescita attraverso esperienze fuori sede e momenti di socializzazione.

## PRODOTTI MERCHANDISING

Oltre ai prodotti alimentari, Frolla dà grande importanza alla comunicazione e al marketing, liberando la fantasia dei ragazzi e delle ragazze con disabilità e sfruttando la creatività e l'esperienza di artisti e designer professionisti che hanno collaborato con la cooperativa.

Da questa sinergia sono nati molti prodotti personalizzati:

- Frolla bag
- Telo mare
- Frolladela
- Maglietta con mascotte
- Grembiule
- Tazza Frolla
- Biglietti di auguri
- Tovagliette per la colazione

## RISULTATI

- più di 50 iniziative di sensibilizzazione svolte;
- circa 30 partite di calcio giocate dalla squadra di Frolla;
- aumentano di anno in anno le occasioni di viaggio.

4

OBIETTIVI  
E ATTIVITÀ



# FROLLA AL G7: UN BISCIOTTO PER L'INCLUSIONE

Dal 14 al 16 ottobre 2024 Frolla è stata protagonista di un evento storico: la prima edizione del G7 dedicata esclusivamente ai temi della disabilità e dell'inclusione, svoltasi ad Assisi e al Castello di Solfignano. La cooperativa sociale marchigiana di Osimo è stata la prima realtà del suo genere a partecipare a un summit internazionale di questa portata, e lo ha fatto nel modo che più la rappresenta: attraverso la dolcezza, la qualità e l'inclusione. Nel primo giorno di lavori, i ragazzi di Frolla hanno avuto l'onore di somministrare la colazione ai ministri presenti, accogliendo le delegazioni internazionali con gli iconici biscotti Frolla e con il Frollabus – il food truck simbolo della cooperativa – testimoniando il valore concreto di un modello imprenditoriale che unisce innovazione, comunicazione e giustizia sociale.

L'iniziativa è stata un'opportunità straordinaria per dare visibilità al lavoro quotidiano di Frolla, basato su materie prime locali, passione e professionalità. Ma non è stata solo una vetrina, bensì un'occasione per contribuire attivamente al dibattito internazionale, promuovendo politiche inclusive capaci di produrre un impatto reale nel tessuto sociale.

L'evento, fortemente voluto dal Ministero per le Disabilità, è stato accessibile fin dal primo giorno anche a cittadini, scuole e terzo settore, segnando una svolta rispetto ai precedenti G7. Tra i momenti più toccanti della tre giorni c'è stato l'incontro con Benedetta De Luca, attivista e influencer, tra le top voices italiane sul tema della Diversity & Inclusion. Il suo intervento ha lasciato il segno nei ragazzi di Frolla, così come la partecipazione appassionata della ministra Locatelli, capace di entrare in empatia con tutti e far sentire ognuno parte di un progetto collettivo.

Frolla c'è stata e si è fatta sentire, con mani che impastano futuro, con storie che sanno di speranza e con una convinzione forte: l'inclusione è un percorso possibile, anche (e soprattutto) partendo da un biscotto.







## **5. SITUAZIONE ECONOMICO - FINANZIARIA**

**PROVENIENZA DELLE  
RISORSE ECONOMICHE  
CON SEPARATA  
INDICAZIONE DEI  
CONTRIBUTI PUBBLICI E  
PRIVATI (FATTURATO,  
PATRIMONIO NETTO,  
CAPITALE SOCIALE,  
VALORE DELLA  
PRODUZIONE, COSTO  
DEL LAVORO)**

L'esame delle risorse economiche a disposizione della Cooperativa Sociale e delle modalità di utilizzo delle stesse costituisce una parte importante nel processo di rendicontazione sociale, infatti, pur non avendo un obiettivo di profitto, l'efficienza nell'utilizzo delle risorse disponibili rappresenta un aspetto gestionale rilevante che influisce sulla capacità della Cooperativa di sviluppare e realizzare progetti per gli utenti e quindi di creare valore per la collettività. Di seguito viene riportata una riclassificazione dei dati contabili della cooperativa mettendo a confronto i risultati del quadriennio 2021-2024.

<b>CONTO ECONOMICO SINTETICO</b>		<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
	PROVENTI OPERATIVI	337.025	442.646	585.909	701.966
-	COSTI OPERATIVI	302.905	441.173	599.427	701.444
	<b>DIFFERENZA TRA PROVENTI E COSTI OPERATIVI</b>	<b>34.120</b>	<b>1.472</b>	<b>- 13.518</b>	<b>522</b>
+/-	PROVENTI E ONERI FINANZIARI	- 993	- 1.167	- 3.068	-6.828
+/-	RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE	-	-	-	-
+/-	PROVENTI E ONERI STRAORDINARI	-	-	22.880	15.883
	<b>RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE</b>	<b>33.127</b>	<b>305</b>	<b>6.293</b>	<b>9.577</b>

Il 2024 si conferma un anno di crescita per Frolla, si nota infatti un costante aumento dei proventi operativi, che si attestano a € 701.966, pari a circa +20% rispetto all'anno precedente.

I proventi operativi si compongono di vendite prodotti e servizi per oltre € 445.000, in aumento di circa l'8% rispetto al 2023, pari a circa € 31.605. All'interno di tale cifra si segnala un peso crescente delle vendite di prodotti finiti il cui fatturato è aumentato di oltre € 36.000 rispetto all'anno precedente; mentre le prestazioni di servizi (attività di catering), crescono di oltre € 17.000, pari al +48%.

Si evidenzia, inoltre, che i contributi in conto esercizio (contributi da fondazioni e contributi da enti pubblici) rappresentano circa il 27% del valore della produzione, in aumento di circa € 82.000 rispetto al 2023.

Si contraggono, invece, le altre liberalità relative sia all'erogazione del 5 per 1000 che alle donazioni ricevute da soggetti privati e imprese, passando da € 30.614 nel 2023 a € 44.280 per l'anno 2024.

Nel 2024 le erogazioni del 5 × 1000 ammontano a € 26.904, con un incremento di 25.186 euro rispetto al 2023, poiché nell'esercizio sono stati incassati anche i contributi riferiti all'anno precedente.

Nel 2024 si rilevano delle componenti positive straordinarie legate a sopravvenienze attive, che hanno inciso positivamente sul risultato economico.

<b>VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2024 VS 2023 %</b>
RICAVI DELLE VENDITE E DELLE PRESTAZIONE	234.488	325.259	414.045	445.650	8%
VARIAZIONI DELLE RIMANENZE	4.268	3.593	34.072	17.224	-49%
CONTRIBUTI C/ESERCIZIO	54.830	19.631	103.463	184.973	79%
ALTRE LIBERALITÀ RICEVUTE	41.979	92.461	30.614	44.280	45%
<b>TOTALE VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>335.564</b>	<b>440.943</b>	<b>582.193</b>	<b>692.127</b>	<b>19%</b>
COMPONENTI STRAORDINARIE	1.463	1.705	25.977	27.092	4%
TOTALI COMPONENTI POSITIVI	337.027	442.648	608.169	719.219	18%



**3%**

VARIAZIONI  
DELLE RIMANENZE

**27%**

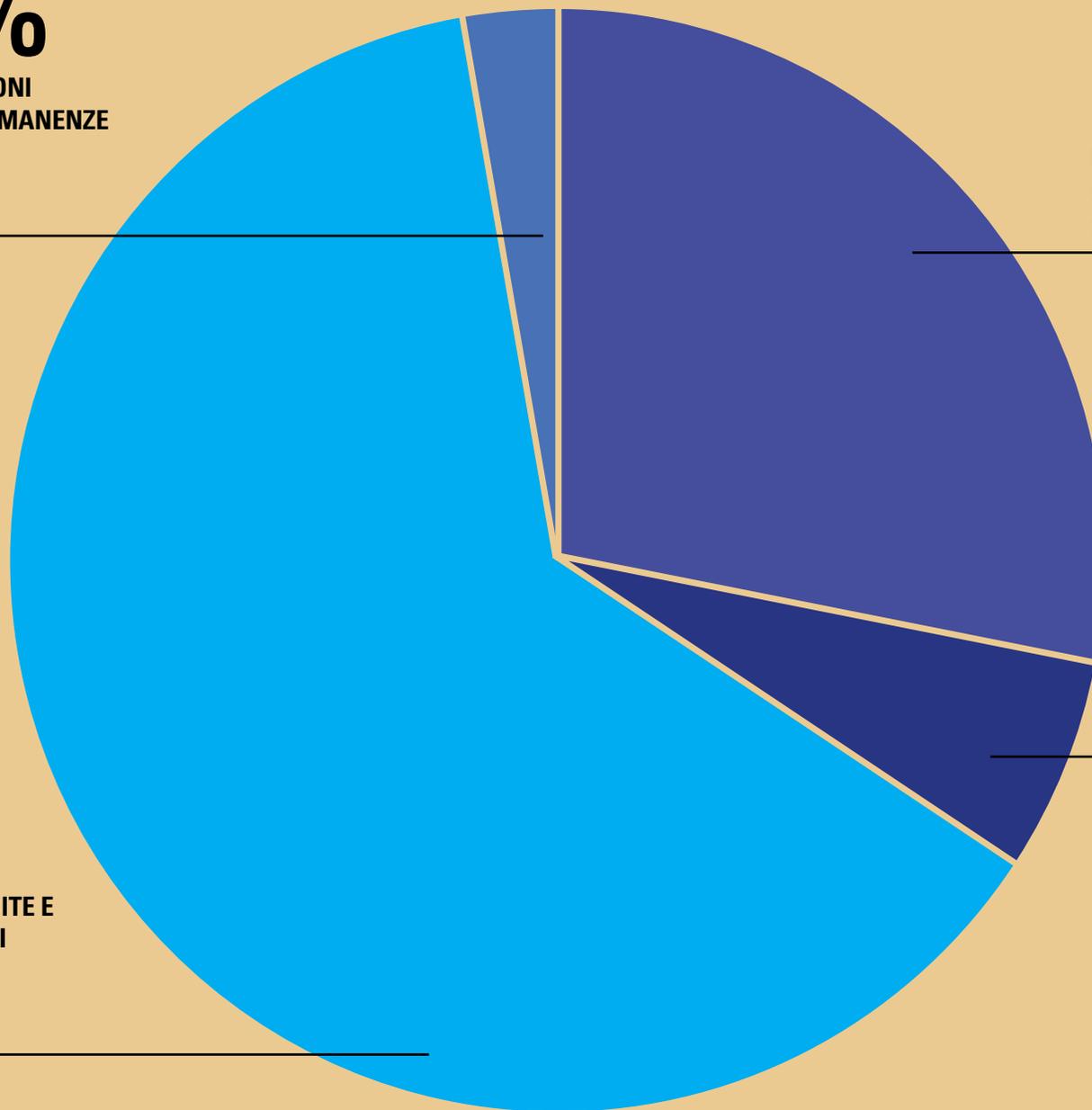
CONTRIBUTI  
C/ESERCIZIO

**6%**

ALTRE LIBERALITÀ  
RICEVUTE

**64%**

RICAVI DELLE VENDITE E  
DELLE PRESTAZIONI



Per quanto riguarda la composizione dei costi, si può notare la preponderanza dei costi per l'acquisto di materie prime, che rispetto al Valore della Produzione pesano per circa il 44% nel 2024 (in diminuzione di circa 3 punti % rispetto al 2023).

<b>PESO % TIPOLOGIA COSTI VS VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
ACQUISTO MATERIE PRIME	37%	45%	47%	44%
COSTO DEL PERSONALE	28%	28%	24%	31%
COSTI PER SERVIZI	18%	22%	25%	32%
<b>VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>335.564</b>	<b>440.943</b>	<b>582.193</b>	<b>692.127</b>

Analizzando l'andamento delle principali voci di costo, si rileva che nel 2024 la spesa per materie prime è diminuita del 6%, mentre il Valore della Produzione è cresciuto del 19%. Questa variazione, conseguita nonostante un contesto inflazionistico sfavorevole, è il frutto dell'ottimizzazione dei processi produttivi e logistici che ha permesso di contenere gli acquisti di materie prime.

Per i servizi invece si rileva una tendenza in aumento, passando da € 145.564 a € 185.411, riscontrando un aumento in % più che proporzionale rispetto alla crescita del Valore della produzione.

Le voci su cui si rilevano gli aumenti più importanti sono i costi commerciali, in particolare quelli legati ai servizi di social media marketing, i costi legati alle consulenze tecniche ed i costi relativi alle spese di viaggio. Allo stesso modo il costo del personale, passando da € 138.117 a € 180.951, mostra una tendenza di crescita più che proporzionale rispetto al Valore della Produzione (31% vs 19%).

<b>TIPOLOGIA DI COSTI</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2024 VS 2023 %</b>
ACQUISTO MATERIE PRIME	125.707	197.334	276.174	258.678	-6%
COSTO DEL PERSONALE	95.187	121.623	138.117	180.951	31%
COSTI PER SERVIZI	61.465	96.465	145.564	185.411	27%
<b>TOTALE VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>335.564</b>	<b>440.943</b>	<b>582.193</b>	<b>692.127</b>	<b>19%</b>



## **SEGNALAZIONE DA PARTE DEGLI AMMINISTRATORI DI EVENTUALI CRITICITÀ EMERSE NELLA GESTIONE ED EVIDENZIAMENTO DELLE AZIONI INTRODOTTE PER LA MITIGAZIONE DEGLI EFFETTI NEGATIVI**

L' aumento dei prezzi delle materie prime—con particolare evidenza su cacao e caffè— ha spinto Frolla ad ampliare la propria rete di approvvigionamento, diversificando la platea dei fornitori per mitigare i rischi di carenze e contenere l'impatto dei rincari. Al contempo, un'altra criticità si è rilevata nella crescente prudenza nelle spese da parte delle grandi aziende, che si traduce in ordini di entità più contenuta, influenzando le dinamiche di domanda lungo l'intera filiera. Per attenuare tali ricadute negative, gli amministratori si sono focalizzati sulla scelta di appoggiarsi a fornitori selezionati per l'acquisto delle materie prime, sull'ottimizzazione dei processi produttivi e logistici, sull'utilizzo di energie rinnovabili e su un maggior investimento nel potenziare le attività di vendita e marketing.





## INFORMAZIONI SULLE ATTIVITÀ DI RACCOLTA FONDI

La cooperativa Frolla dà molta rilevanza, ai fini del proprio processo di crescita, alla partecipazione ad attività di finanza agevolata. I progetti che nel 2024 hanno ottenuto un finanziamento sono i seguenti:

- Bando della Regione Marche L.R. n. 5 per la concessione di contributi in conto capitale per investimenti innovativi delle imprese cooperative – il progetto riguarda un intervento volto al miglioramento dell’organizzazione interna della Cooperativa sia in termini tecnologici che digitali dei processi produttivi interni;
- Why so surprised? (Fondazione Chiesa Valdese, 8x1000 ordinario) – il progetto riguarda l’attuazione di un piano di mobilità internazionale negli Stati Uniti nell’ambito del lavoro di pasticceria;
- MOKA – Modern Output from Key Actions (Fondazione Cariverona, Bando Sinergie) – l’iniziativa prevede corsi professionali di caffetteria per l’autonomia lavorativa in collaborazione sinergica tra profit e no profit;
- BeeFrolla (Fondazione Nazionale Comunicazioni, Erogazione annuale) – il progetto propone l’attivazione di una nuova linea di produzione legata all’ingrediente miele in collaborazione con l’apicoltore Giorgio Poeta.

Nel 2024 la Cooperativa ha promosso l’iniziativa di **crowdfunding** con il sostegno di Intesa Sanpaolo e Fondazione CESVI attraverso il programma Formula su For Funding. L’obiettivo di raccogliere 100.000 € è stato raggiunto e i fondi serviranno per realizzare una nuova sede dedicata a rafforzare l’inclusione professionale, sociale e culturale delle persone con disabilità: il “Frolla Land”. A supporto dello stesso progetto, nel corso dell’anno è stato inoltre concesso – ma non ancora erogato – un contributo da parte della Regione Marche, nell’ambito del bando “Sostegno alle MPMI cooperative per investimenti in ammodernamento tecnologico e creazione di nuove unità produttive” previsto dal PR Marche FESR 2021/2027 – Asse 1 – OS 1.3 – Azione 1.3.2 – Intervento 1.3.2.1.

## INFORMAZIONI SUI PREMI E RICONOSCIMENTI RICEVUTI

Nel corso del 2024, Frolla ha ricevuto numerosi riconoscimenti che testimoniano l'impatto positivo del suo modello di impresa sociale, fondato su inclusione, qualità artigianale e sostenibilità. Questi premi non solo valorizzano il lavoro quotidiano dei ragazzi e delle ragazze coinvolti nel progetto, ma confermano anche il ruolo di Frolla come esempio virtuoso nel panorama dell'economia sociale italiana.

- In occasione del **1° Premio Finanza e Territorio Marche**, organizzato da **Azimuth Marche**, Frolla ha ricevuto il riconoscimento per il suo impegno nell'inclusione lavorativa e nella sostenibilità sociale, affiancandosi ad altre realtà virtuose delle Marche che promuovono impatto positivo sul territorio.
- Ricevuto un encomio ufficiale dal **Consiglio regionale delle Marche – Assemblea Legislativa**, un riconoscimento che valorizza il costante impegno di Frolla per l'inclusione sociale e la forza del lavoro di squadra che anima ogni attività del progetto.
- Ricevuto il **“Premio Impresa Virtuosa”** organizzato dall'**Ampi** (associazione Nazionale Piccola Impresa) che premia le 10 realtà che si sono distinte per il loro modello di impresa del terzo settore.
- Durante la serata conclusiva delle Feste Medievali di Offagna è stata assegnata l'onorificenza simbolica di **Cavaliere della Crescia** al Presidente della Cooperativa **Jacopo Corona** a testimoniare l'antico ideale del Cavaliere sensibile ai valori di liberalità, coraggio e lealtà, particolarmente importanti nella vita di comunità.



**IL NOSTRO  
“CAVALIERE  
DELLA CRESCIA”**



## FROLLA TAKES USA ... WHY SO SURPRISED?

C'è una data, nel 2024, che per Frolla ha segnato sul calendario degli avvenimenti un prima e un dopo senza eguali: il 6 maggio, giorno in cui per la prima volta nella storia del Microbiscottificio Elisa, Eleonora, Marco e Andrea sono volati oltre oceano - fino a Boston - per un progetto bellissimo di integrazione e condivisione fra Italia e Stati Uniti.

Questa straordinaria esperienza di mobilità internazionale ha avuto luogo nell'ambito del progetto "Why so surprised?", finanziato dal Bando 8x1000 della Chiesa Valdese e finalizzato a promuovere l'inclusione e lo scambio di competenze tra persone con disabilità. I quattro giovani con disabilità impiegati in Frolla sono stati protagonisti di un viaggio formativo e umano a Boston, durante il quale hanno lavorato fianco a fianco con i colleghi della Colletley's Cookies, impresa statunitense nota per il suo modello inclusivo e impegnata anch'essa nell'integrazione lavorativa di persone con disabilità.

Il cuore dell'iniziativa è stato un laboratorio di co-produzione dolciaria durante il quale si sono condivisi saperi, esperienze e gesti quotidiani per impastare un biscotto che fosse simbolo di unione tra culture e capacità, oltre ogni barriera. Il "biscotto dell'inclusione" rappresenta l'essenza di un progetto che ha saputo trasformare un semplice scambio professionale in un potente messaggio sociale.

La settimana è stata ricca anche di momenti istituzionali e culturali, tra cui l'incontro con il Console Generale d'Italia a Boston Arnaldo Minuti, che ha accolto la delegazione presso l'ambasciata italiana. I ragazzi hanno avuto così l'opportunità di confrontarsi con le istituzioni, vivere la città attraverso visite speciali – come quella al celebre TD Garden, casa dei Celtics – e potenziare le proprie competenze linguistiche ed espressive in un contesto autentico e motivante.

Grazie a "Why so surprised?" i ragazzi hanno vissuto non solo un'esperienza professionale strutturata, ma anche occasioni di socializzazione, incontro e crescita personale; la Cooperativa, dal canto suo, ha rafforzato la propria vocazione sociale, confermandosi come realtà capace di coniugare imprenditoria, inclusione e visione internazionale. Un biscotto alla volta, e con dolcezza, si può davvero contribuire a cambiare il mondo!







## **6.** **ALTRE INFORMAZIONI**

## INFORMAZIONI DI TIPO AMBIENTALE

**F**rolla non trascura l'ambiente. Le sue attività sono continuamente orientate alla riduzione dei consumi, degli sprechi e dell'inquinamento. Nello specifico:

- Installazione dei pannelli solari sul tetto dell'edificio in cui Frolla ha la sede principale;
- Utilizzo di materiale riciclabile per il packaging dei prodotti;
- Utilizzo di materiale biodegradabile e compostabile per la somministrazione di alimenti e bevande durante gli eventi;
- Installazione di un distributore di acqua potabile modello Fontemagna della Blupura presso il Diversamente Bar di Osimo;
- Utilizzo della filiera corta; ecco alcuni fornitori locali selezionati per gli ingredienti a Km 0:
  1. **Molino Bianchi**, località Padiglione di Osimo (An), per la fornitura di farine di grano tenero;
  2. **Morello Austerà**, località San Rocco Meleta a Cantiano (PU), per l'acquisto di amarene di Cantiano prodotto "Arca del Gusto" presidio slow food;
  3. **Chocolate for Family**, Casine di Ostra (An), per la fornitura di cioccolato prodotto da piccoli produttori che seleziona direttamente fave di cacao con caratteristiche differenti dal cacao standard;
  4. **Cooperativa Agricola Sociale San Michele Arcangelo**, contrada Cigliano (Fm), per l'acquisto di frutta a certificazione biologica;
  5. **Trevalli Cooperlat**, Corridonia (Mc) per l'acquisto dei latticini freschi.
- Utilizzo di criteri e pratiche ispirate agli standard ambientali di aziende certificate B Corp, come:
  1. **Illycaffè**, prima azienda italiana del caffè a ottenere la certificazione B Corp nel 2021;
  2. **Valrhona**, certificata B Corp dal 2020 e rinnovata nel 2023, ha implementato misure significative per ridurre la propria impronta di carbonio nella produzione del cioccolato.





## COMUNICAZIONE E TRASPARENZA

Lo slogan di Frolla “cambiare il mondo con dolcezza” passa anche attraverso l’attività di comunicazione. Comunicare significa aprire le porte della propria realtà, accogliendo le persone e coinvolgendole nel racconto di eventi, viaggi, iniziative di formazione, informazione e divulgazione.

La trasparenza, elemento fondante del processo comunicativo, rappresenta l’ingrediente segreto per costruire e coltivare relazioni di fiducia e accrescere la credibilità.

Vogliamo raccontarci e farci raccontare per mettere in risalto le storie di persone – i fantastici ragazzi di Frolla – e di progetti che emozionano e sono sinonimo di trasformazione sociale e culturale.

Curare le relazioni, progettare iniziative condivise e allargare le azioni di comunicazione moltiplica la visibilità e può fare davvero la differenza. Per questo, ci avvaliamo della collaborazione con l’agenzia di comunicazione Vanilla Marketing e con Francesco Tenaglia.

## ORA LASCIAMO LA PAROLA AL NOSTRO CARO FRANCESCO TENAGLIA

76



### INTRO A FRANCESCO TENAGLIA

Prima di perdervi (felicitemente) tra biscotti, racconti e resoconti, mi presento: mi chiamo Francesco Tenaglia e sono un libero professionista specializzato in Fundraising, Social Media Marketing e Community Management, con oltre 10 anni di esperienza nel settore delle consulenze industriali e start-up innovative.

Il mio percorso di studi mi ha permesso di specializzarmi in diversi ambiti: ho conseguito la laurea triennale in giurisprudenza, cinque anni di scienze della comunicazione e infine, ma non per importanza, nel 2023 il Master in Fundraising presso l'Università di Forlì.

Mi definisco un esploratore e questa curiosità di scoprire nuove forme e modi per comunicare mi ha portato negli ultimi anni a lavorare a progetti comunicativi e sociali, concentrandomi nella creazione e nello sviluppo di community con un approccio empatico.

Da diversi anni collaboro con organizzazioni profit e non profit nella realizzazione di progetti ad alto impatto sociale. Dal 2021 affianco la Cooperativa Sociale Frolla nella gestione del piano editoriale social, nello sviluppo delle campagne comunicative e raccolta fondi. Una collaborazione che mi sta facendo crescere sia dal punto di vista professionale che umano, imparando tanto sull'inclusione e la possibilità.



## UN FOCUS SULLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE: OMNICHANNEL

Diffondere la vision e la mission di Frolla in maniera coerente attraverso molteplici mezzi di comunicazione, sia online che offline: questo è l'approccio omnichannel che ho deciso di adottare.

Invece di trattare i canali come entità separate, l'omnicanalità mira a creare un flusso continuo tra di essi, permettendo agli utenti di passare da un canale all'altro senza problemi e mantenendo un'esperienza uniforme, seppur con linguaggi e tone of voice differenziati.

Ho suddiviso la strategia omnichannel tra:

- **Collaborazioni** con Enti del Terzo Settore e aziende per progetti congiunti, sfruttando sinergie che portano a risultati concreti in termini di visibilità e impatto sociale. Un caso di collaborazione è stato lo spot natalizio in collaborazione con Pierdominici Casa, showroom di arredamento e design interni, per lanciare un messaggio di apertura sociale che invita a riflettere sull'importanza di accogliere le diversità;

- **Prodotti personalizzati** per raccontare i sapori del territorio associati ad occasioni specifiche di solidarietà o eventi locali. Un esempio significativo a riguardo è il biscotto "Sibillino", il nostro primo co-brand creato per il festival RisorgiMarche, distribuito nelle varie tappe, con oltre 2.000 pacchetti venduti;
- **Canali online** quali social network, sito web e relativo e-commerce;
- **Canali offline** come partecipazione ad eventi, fiere, conferenze ecc;
- **Gamification** per coinvolgere e stimolare il pubblico attraverso attività interattive e ludiche come il Fanta Giro D'Italia. Queste attività trasformano eventi culturali e sportivi in opportunità di gioco che stimolano l'interazione e l'engagement del pubblico, promuovendo al contempo la consapevolezza sociale e il sostegno alle cause della cooperativa;
- **Contenuti podcast informativi, trasmissioni in diretta o in differita** per amplificare la presenza digitale instaurando un dialogo continuo e profondo con la comunità, migliorando la percezione del marchio e sostenendo la missione sociale di inclusione. Una soddisfazione per noi è la trasmissione del TG3 - Fuori TG del 15/10/2024 in cui è stata raccontata la storia di Frolla.



## PIATTAFORME E LINGUAGGI SOCIAL

A seguito di un'attenta analisi che ha evidenziato differenti target di audience, ho optato per l'utilizzo di differenti forme di linguaggio e di contenuti per parlare ai diversi segmenti di utenti.

Il bacino di pubblico è vasto ed eterogeneo rispetto ai vari canali: su Instagram è preponderante la fascia più giovane, 25-35 anni, mentre su Facebook abbiamo over 35 fino ad arrivare ai 50 anni.

Dunque, la parola chiave è **differenziazione**: non tutti gli argomenti infatti possono essere considerati pedissequamente replicabili allo stesso modo su ogni piattaforma. Bisogna trovare nuove forme per raccontare se stessi e provare a cambiare anche il linguaggio usato affinché possa adeguarsi agli schemi e alle modalità che prevalgono su quelle piattaforme: adattamento dei messaggi in base ai canali specifici per garantire che ogni stakeholder riceva info pertinenti e coinvolgenti.

78

L'obiettivo primario della comunicazione è comunicare la qualità della produzione Frolla, il vero valore aggiunto: le persone non comprano per compassione, ma perché i nostri prodotti sono buoni davvero!

Al centro della comunicazione vengono mostrati anche i ragazzi e il loro lavoro, spesso in chiave ironica, simpatica e ispirazionale, mai pietistica! Lo scopo è trasmettere il valore umano delle persone, il loro spirito di condivisione attraverso il quale si forma il concetto di famiglia, nascono cose speciali, in cui tutti hanno la possibilità di realizzarsi e realizzare i propri sogni.

Anche quest'anno la comunicazione è volta a generare riscontri passando principalmente per via organica, derivato anche dallo studio analitico del target di pubblico, pubblicando in maniera costante e continuativa 1 o 2 post al giorno, per totale di 15 a settimana, e destinando un budget mensile di circa €200 al traffico Paid (a pagamento da adv).

La strategia comunicativa di **Real Marketing**, già presente con successo nel 2023, è stata adottata anche per il 2024 nei canali Facebook e Instagram, in quanto molto adottata su questi social e sempre di tendenza.

Il Real Marketing consiste nell'utilizzo quasi istantaneo di fatti reali o temi caldi di risonanza nazionale o internazionale per promuovere i propri contenuti/prodotti (bomboniere, biscotti ecc), portandoli ancora più vicini al brand o all'organizzazione; oppure sfruttare intelligentemente notizie interne all'attività (l'arrivo di un nuovo membro del team, un periodo di scontistica in particolare) per diffondere l'identità e il marchio Frolla, spesso in chiave ludica, aumentando l'engagement e rafforzando la comunità online. Un esempio, giusto per citarne alcuni, sono le rivisitazioni di Sanremo.

Abbiamo anche “osato” con la leva del black humour, ossia un’ironia tagliente applicata a temi tradizionalmente “intoccabili”. Il progetto di collaborazione “Rip in Sweet”, realizzato insieme a Taffo Funeral Services, promuove un innovativo servizio di rinfresco funebre a base di dolci all’interno della casa funeraria Taffo di Ancona. È così nata una comunicazione che vuole addolcire un lutto trasformandolo in un gesto di accoglienza condivisa: i biscotti inclusivi di Frolla – preparati dai ragazzi del micro-biscottificio – vengono serviti dopo la cerimonia per “rendere l’addio un po’ meno amaro”, come recitava la headline sarcastica diffusa su Facebook e Instagram.

L’operazione ha ottenuto ampia copertura stampa e un alto tasso di condivisioni, perché rompe il tabù della morte con leggerezza, crea forte memorabilità di marca e, al tempo stesso, ribadisce il messaggio inclusivo di Frolla: la cura delle persone – in ogni fase della vita – passa anche attraverso il cibo e la convivialità.

Se dovessi riassumere l’andamento del 2024, direi che la dolcezza dei ragazzi di Frolla ha contagiato tutti, creando connessioni profonde con la community online.

Per questo voglio ringraziare chiunque abbia condiviso un post, un reel o semplicemente diffuso il nostro messaggio: state rendendo concreta la nostra idea di inclusione.

Adesso basta parole: lasciamo che a parlare siano i dati.  
Buona lettura!



## SITO WEB WWW.FROLLALAB.IT

Nel 2024 il sito si è confermato il motore digitale della Cooperativa, facendo registrare un salto di qualità e un'espansione dirompente ottenuta prevalentemente in maniera organica, senza il ricorso a ingenti investimenti nelle campagne di sponsorizzazione.

Nel 2024 gli utenti che hanno visitato il sito web sono stati 45.182, di cui 44.217 non avevano mai consultato i contenuti di dominio: il 97% delle persone risultano essere nuovi visitatori.

Sono stati rilevati 118.564 eventi – intese come interazioni – con le pagine del sito web. Gli utenti si sono lasciati guidare dai link, in un percorso che li ha fatti atterrare prima nella home page, poi sulla sezione dedicata alle bomboniere e infine allo shop vero e proprio. Rispetto all'anno precedente, si sono registrate il doppio degli eventi (188.564 vs 76.259), aumentati in ogni sezione del sito.



	↓ Visualizzazioni	Utenti attivi	Visualizzazioni per utente attivo	Durata media del coinvolgimento per utente attivo	Conteggio eventi Tutti gli eventi
<input type="checkbox"/> <b>Totale</b>	<b>188.564</b> 100% del totale	<b>45.182</b> 100% del totale	<b>4,17</b> Uguale alla media	<b>1 m 43 s</b> Uguale alla media	<b>557.047</b> 100% del totale
<input type="checkbox"/> 1 /	48.911 (25,94%)	17.564 (38,87%)	2,78	50 s	130.559 (23,44%)
<input type="checkbox"/> 2 /bomboniere/	33.479 (17,75%)	18.335 (40,56%)	1,83	35 s	110.166 (19,76%)
<input type="checkbox"/> 3 /shop/	27.930 (14,81%)	12.659 (28,02%)	2,21	1 m 31 s	84.723 (15,21%)
<input type="checkbox"/> 4 /chi-siamo/	5.352 (2,84%)	3.670 (8,12%)	1,46	47 s	15.190 (2,73%)
<input type="checkbox"/> 5 /cart/	5.230 (2,77%)	1.910 (4,23%)	2,74	1 m 32 s	15.753 (2,83%)
<input type="checkbox"/> 6 /shop/scatola-classica-piccola/	2.678 (1,42%)	1.456 (3,22%)	1,84	50 s	7.038 (1,26%)
<input type="checkbox"/> 7 /contatti/	2.501 (1,33%)	1.730 (3,83%)	1,45	37 s	6.702 (1,2%)
<input type="checkbox"/> 8 /frollabus/	2.043 (1,08%)	1.568 (3,47%)	1,30	43 s	6.239 (1,12%)
<input type="checkbox"/> 9 /shop/frollettone/	1.998 (1,06%)	1.248 (2,76%)	1,60	21 s	6.139 (1,1%)
<input type="checkbox"/> 10 /shop/busta-marrone/	1.755 (0,93%)	716 (1,58%)	2,45	1 m 19 s	5.100 (0,92%)

La cosa incredibile è che l'aumento del traffico è stato garantito da una copertura principalmente organica piuttosto che attraverso sponsorizzazioni. La Paid Traffic si attesta di pochissimo sopra al Direct Traffic: questo significa che gli utenti hanno cercato spontaneamente sul motore di ricerca delle keyword branded associate a Frolla. Questo indica un aumento dell'indice di notorietà e della riconoscibilità del marchio grazie alla solidità dei contenuti, spingendo sempre più nuovi utenti nel funnel in maniera organica.

Gruppo di canali... (predefinito) +	↓ Totale utenti	Nuovi utenti	Utenti di ritorno	Durata media del coinvolgimento per utente attivo	Sessioni con coinvolgimento per utente attivo	Conteggio Tutti gli eventi
Totale	45.249 100% del totale	44.217 100% del totale	6.971 100% del totale	1 m 43 s Uguale alla media	0,75 Uguale alla media	5
1 Organic Search	14.844 (32,81%)	14.580 (32,97%)	3.521 (50,51%)	2 m 45 s	1,10	247.916 (4
2 Paid Search	7.892 (17,44%)	7.953 (17,99%)	898 (12,88%)	20 s	0,45	51.016
3 Direct	7.227 (15,97%)	6.964 (15,75%)	1.366 (19,6%)	1 m 49 s	0,79	104.830 (1
4 Paid Social	4.974 (10,99%)	4.978 (11,26%)	336 (4,82%)	59 s	0,54	43.068
5 Referral	4.496 (9,94%)	4.568 (10,33%)	285 (4,09%)	2 m 11 s	0,51	55.104
6 Organic Social	3.846 (8,5%)	3.805 (8,61%)	257 (3,69%)	57 s	0,61	34.165
7 Email	1.372 (3,03%)	1.339 (3,03%)	301 (4,32%)	2 m 03 s	0,89	20.555
8 Organic Shopping	18 (0,04%)	17 (0,04%)	2 (0,03%)	47 s	0,50	167
9 Unassigned	9 (0,02%)	8 (0,02%)	2 (0,03%)	2 m 22 s	0,78	196
10 Organic Video	3 (<0,01%)	3 (<0,01%)	0 (0%)	51 s	1,00	16 (

Tutto questo si è tradotto in **8.080 prodotti venduti**, con un carrello medio che ha superato i € 63, segno che chi ci incontra non si accontenta di “assaggiare” ma desidera portarsi a casa o regalare un pezzetto consistente del nostro progetto di solidarietà sociale.

Anche quest'anno il prodotto più acquistato sono le bomboniere, che continuano ad essere il simbolo identificativo di Frolla. A seguire si registra un alto volume di ordini per quei prodotti di consumo giornaliero e con un'alta frequenza di riacquisto, in particolare: i biscotti (425 ordini all'anno) e la cioccolata spalmabile (223 ordini all'anno).

Category	Items sold	Net sales	Products
<a href="#">Bomboniere</a>	4.530	20.887,75 €	12
<a href="#">Biscotti</a>	2.261	10.493,04 €	17
<a href="#">Bomboniere &gt; Plastica</a>	1.945	7.516,50 €	7
<a href="#">Bomboniere &gt; Vetro</a>	1.310	8.969,70 €	6
<a href="#">Bomboniere &gt; Carta</a>	1.100	3.241,05 €	1
<a href="#">Cioccolata, soalmabili, marmellate e miele</a>	507	2.396,04 €	9
<a href="#">Salati</a>	325	1.509,05 €	3
<a href="#">Pasqua</a>	199	2.813,27 €	6

## FACEBOOK (META)

A livello di contenuti, Facebook, insieme a Instagram, è la principale piattaforma attraverso cui vengono veicolati messaggi e spunti di riflessione in maniera divertente, messaggi per trasmettere l'inclusione in ogni suo aspetto della vita: a lavoro, attraverso la produzione dei biscotti artigianali di alta qualità, nello sport, attraverso il Frolla Football Team, nella vita di tutti i giorni.

La copertura di Facebook per il 2024 si attesta a 3.4 mln e ha totalizzato **82.099 visualizzazioni**, in crescita del 50% sull'anno precedente.

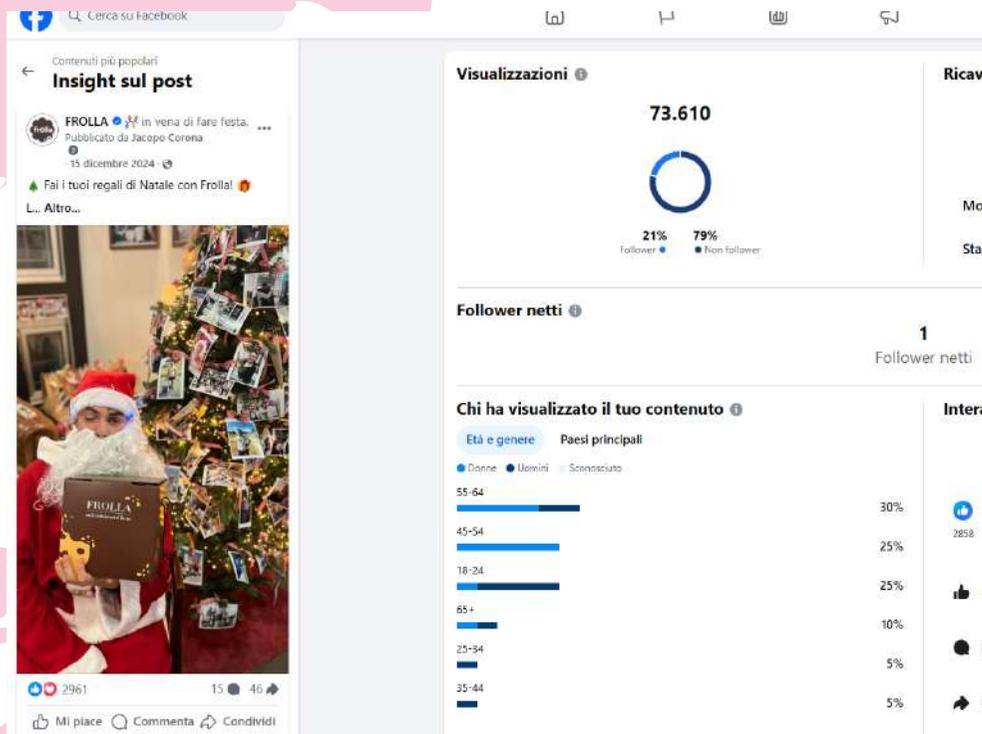
Nel 2023 Frolla contava oltre 23.000 followers: a fine dicembre ne risultano 26.399. Le città principali sono Osimo, Ancona e Castelfidardo. Seppur circoscritta principalmente in un contesto locale, è da segnalare l'avanzata di Roma, che guadagna oltre due punti percentuali, a conferma dell'allargamento oltre il perimetro marchigiano. Il pubblico resta prevalentemente femminile (35-54 anni).

Le interazioni nette con i contenuti sono 5.711, aumentate del 10% provenienti principalmente da non followers, e la maggior parte della copertura, pari a 751.258, è diretta verso i link esterni.



A livello di contenuti, il post che ha ottenuto più interazioni è la partecipazione dei ragazzi di Frolla al G7, servendo i propri prodotti dolciari per colazione ai ministri, vetrina per comunicare il messaggio di impegno all'inclusione sociale.





Il reel più apprezzato invece, con oltre 155.828 visualizzazioni e 1.224 likes è un'intervista fatta all'atleta paraolimpico Ganeshamoorthy che attraverso una battuta brillante ha smontato ogni retorica sul tema disabilità con l'arma dell'ironia. Seguono reel emozionali che mettono al centro le persone di Frolla, raccontando storie che toccano l'emotività del pubblico e scaldano il cuore.

Nel 2024 le campagne Meta hanno raggiunto oltre 265 mila persone, per un totale di oltre 584 mila impression (cioè il numero di volte che un contenuto è stato visualizzato). Le campagne hanno ottenuto 993 aggiunte al carrello e 76 acquisti, per un totale di € 63.864,74 di ricavi (stimati). Il ROAS (ritorno sulla spesa pubblicitaria) medio è di € 59,91 di ricavo: significa che, per ogni euro speso in pubblicità, sono stati generati € 59,91 di ricavo; si tratta di un indice molto positivo a conferma dell'efficacia delle campagne pubblicitarie.

Hanno generato maggiori ordini e introiti: i biscotti natalizi di Frolla (dicembre 2024), per un totale di € 30.475,84 e le bomboniere di settembre 2024, per un CPC veramente basso.

Campagna	Budget	Risultati	Acquisti	Conversioni degli acquisti	Copertura	Impression	Costo per risultato
Conversione - bomboniere GENERICHE - settembre 2024	€ 15,00	357	10	€ 18.356,50	59.028	153.266	€ 1,15 Per aggiunta al carrello
Conversione - bomboniere LAUREA - luglio 2024	€ 15,00	129	5	€ 29,80	32.729	65.656	€ 1,96 Per aggiunta al carrello
Conversione - bomboniere MATRIMONIO - giugno 2024	€ 15,00	71	5	€ 4016,50	43.082	100.525	€ 4,29 Per aggiunta al carrello
Conversione - bomboniere CRESIMA E COMUNIONE - ...	€ 15,00	118	—	€ 0,00	44.538	78.667	€ 1,67 Per aggiunta al carrello
Conversione - bomboniere BATTESIMO - aprile 2024	€ 15,00	99	3	€ 83,05	53.146	84.421	€ 1,86 Per aggiunta al carrello
Conversione - Frolla - Frollettoni - dicembre 2024	€ 15,00	219	19	€ 10.903,05	18.250	63.064	€ 0,97 Per aggiunta al carrello
Conversione - Frolla - preordinazioni privati Natale - no...	€ 15,00	—	34	€ 30.475,84	14.262	38.956	



## INSTAGRAM

Instagram rappresenta la nostra piazza digitale più ampia: nel 2023 contava 20.687 followers ed oggi si attesta sopra ai 27.100, sorpassando addirittura Facebook, seppur di poco.

Questo successo è sicuramente frutto di una frequenza di posting superiore alla media dei competitor, che spinge l'algoritmo a premiare i reel e a far sì che le persone restino più a lungo sui video. In particolare, la strategia di real marketing – introdotta lo scorso anno e ormai a pieno regime – ha fatto il suo corso, trasformando eventi d'attualità in flash-story capaci di coinvolgere la community in tempo reale.

Nel 2023 il profilo Instagram di Frolla contava oltre 20 mila follower: oggi conta oltre 26mila, un'impennata fantastica, ed è composto per lo più da donne (82,4%) di età compresa tra i 25 e i 54 anni. Le città principali sono Roma, Osimo, Ancona, Castelfidardo e Milano e il Paese, l'Italia; anche qui, come per Facebook, è da segnalare l'aggiunta di nuove città rispetto allo scorso anno, come Torino e Genova, oltre all'aumento della provenienza romana.

La copertura è pari a 699.985 (+102.9%) rispetto al 2023 in cui si attestava a 603.011. Le visite al profilo sono cresciute: da 34.950 del 2023 a 37.233 del 2024, con un aumento del 104,6%.

Il post che ha ottenuto la maggiore copertura è l'articolo curato da un giovane giornalista, Mattia Abbate, che analizza come il primo G7 Disabilità non si è limitato a essere una semplice vetrina per i ministri, ma piuttosto rappresenta un vero punto di partenza per costruire una società più inclusiva, capace di accogliere tutti, citando Frolla come esempio virtuoso, in grado di creare percorsi di inserimento lavorativo e di promuovere quotidianamente la "normalità che risiede nella diversità". Ha raggiunto oltre 36.000 persone con 2769 interazioni, la maggior parte captate per via organica.

## LINKEDIN

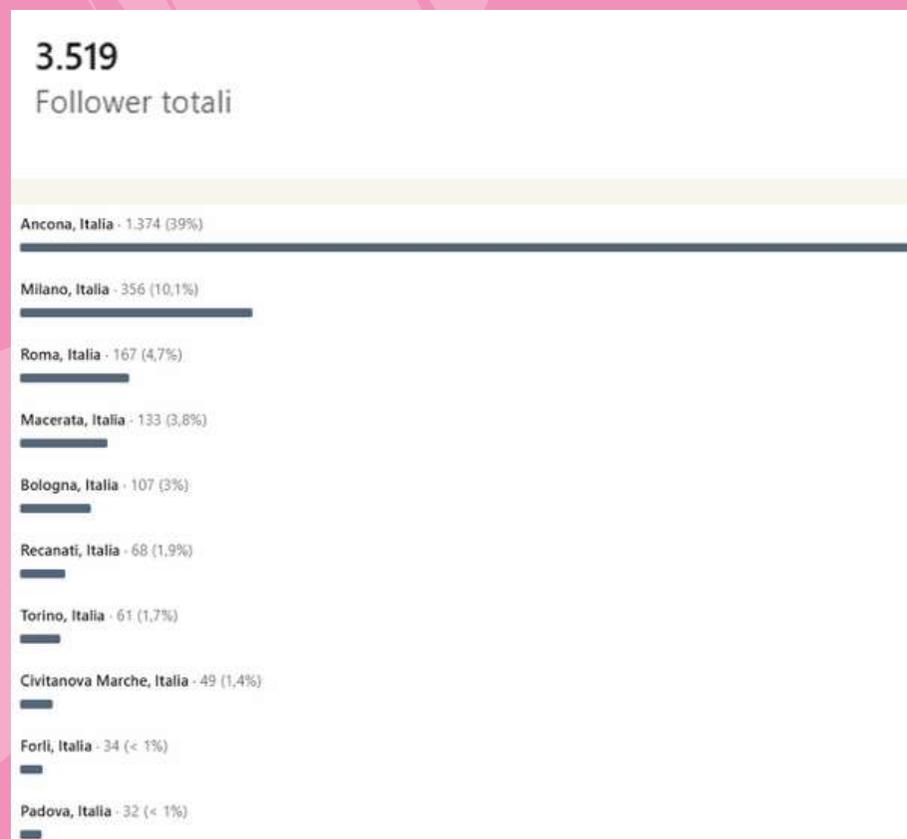
A differenza di Facebook e Instagram, LinkedIn racconta le stesse tematiche con un tono più professionale, ma sempre in coerenza con l'obiettivo strategico. Qui vengono pubblicati prevalentemente contenuti istituzionali in grado di intercettare e intrecciare network con il Terzo Settore e non solo:

- collaborazione con altre organizzazioni sia pubbliche che private;
- progetti;
- eventi istituzionali a cui hanno preso parte come il G7;
- articoli per condividere la visibilità e l'impatto sociale con messaggi anti-discriminatori.

Nel 2024 la pagina ha chiuso l'anno con **3.519 follower** (+797 rispetto al 2023), una media di circa **63 nuovi contatti al mese**: un tasso di crescita più lento rispetto a Meta, ma costante, a conferma dell'interesse del pubblico B2B e del Terzo Settore.

C'è una **frequenza editoriale selettiva** – in cui si pubblica con meno frequenza ma post mirati, privilegiando notizie istituzionali: purtroppo però questo si scontra con il funzionamento dell'algoritmo che penalizza le discontinuità nelle pubblicazioni. Inoltre, occorre ricordare che su LinkedIn non sono mai state fatte delle sponsorizzate.

Nonostante le visite alla pagina e le condivisioni risultino leggermente in calo rispetto allo scorso anno, i followers hanno comunque mantenuto un andamento di crescita: seppur in rallentamento, il canale raggiunge in media 63 followers al mese, segno che la proposta rimane interessante e coerente per il pubblico professionale che segue Frolla. La community si qualifica sempre più: i nuovi follower arrivano da Milano, Roma e Ancona, e l'audience include fondazioni e potenziali partner industriali.



## RASSEGNA STAMPA

Durante il 2024 l'ufficio stampa di Frolla Microbiscottificio, guidato dal PR & Communications Consultant Maurizio Cardone, ha impresso una decisa accelerazione alla visibilità della Cooperativa, consolidandone la reputazione su tutti i principali media nazionali, locali e non solo.

La coverage media del 2024 di Frolla Microbiscottificio è stata qualitativamente migliore rispetto al precedente anno anche in virtù del grande appuntamento del G7. Un evento vissuto da protagonista dalla cooperativa, anche da un punto di vista mediatico, con un presidio trasversale su carta stampata, online, radio e TV: è stata un'occasione per mettere i ragazzi di Frolla in prima linea servendo la colazione a base di dolci ai ministri presenti, raccontando così un modello di lavoro inclusivo e di altissima qualità artigianale.

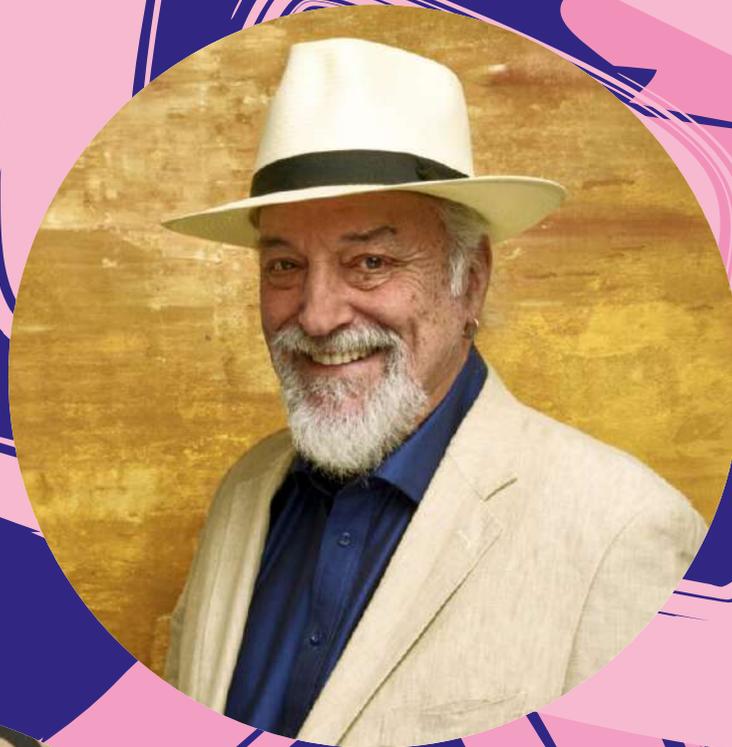
Subito dopo, la visita del **Presidente Sergio Mattarella** ha offerto un secondo, prezioso palcoscenico istituzionale: l'incontro è rientrato negli approfondimenti dedicati al G7, portando Frolla sulle colonne non solo della stampa locale ma è stata anche oggetto di approfondimento in occasione dei pezzi sul G7.

Spiccano anche gli approfondimenti su **Repubblica** e uno su **Vanity Fair**, che raccontano il progetto d'impresa del micro-biscottificio Frolla, iniziato nel 2018 e che in meno di un anno si è trasformato in una Cooperativa Sociale che dà lavoro ai giovani con disabilità, ripercorrendone i loro successi: il Frolla Market, primo supermercato gestito da ragazzi e ragazze con disabilità in Italia, il Bar Mobile Frolla Bus per diffondere i prodotti Frolla in tutto il territorio.

A marzo 2024 Frolla Microbiscottificio è andata su **Forbes**, con due pagine sul cartaceo, poi traslate sul digitale, e la pubblicazione di un post sui canali social della rivista per raccontare com'è nata e come si è concretizzata l'idea di inclusività di Jacopo, il successo delle campagne di crowfunding, il riconoscimento del Parlamento Europeo per la capacità di generare inclusione sociale e lavorativa, producendo prodotti di altissima qualità.

Nel mese di giugno l'articolo su **"Gli Invisibili"** del **Corriere della Sera** ha incoronato Frolla come esempio su come far convivere sia l'aspetto economico che quello sociale, contribuendo a una società più equa e inclusiva. Inoltre, il concetto di inclusione non riguarda solo l'aspetto lavorativo ma tocca anche quello ludico-ricreativo e del benessere psico-fisico ove possibile. Il progetto sociale **"Quarta Categoria-calcio e disabilità"** raccoglie l'esigenza di tanti ragazzi che manifestano la voglia di giocare a calcio vivendo la passione per il pallone senza limiti, ma in un contesto ufficiale: la squadra di calcio Frolla Football Team, affiliata a Sa Castelfidardo è composta, tra gli altri, da alcuni dei ragazzi diversamente abili.

**6** ALTRE  
ATTIVITÀ



## LE COLLABORAZIONI CON INFLUENCER

Nel 2024 Frolla ha avuto l'opportunità di stringere collaborazioni significative con personaggi di spicco ed influencer noti a livello nazionale, che hanno dato alla cooperativa la possibilità di porsi in vetrina. Tra i vari si menzionano:

- **Priscilla Drag** - al secolo Mariano Gallo, è una delle figure di punta della scena drag italiana. Noto al grande pubblico come giudice di Drag Race Italia, dove unisce ironia e attivismo per i diritti LGBTQ+. Sui social rilancia il progetto inclusivo di Frolla verso il pubblico LGBTQ+ e “pet-lover”.
- **Andrea Grieco** - divulgatore ambientale e impact manager. European Climate Pact Ambassador per la Commissione europea, Top Voice Ambiente su LinkedIn, Ethical Influencer e “Voce dell’Oceano” per l’Unesco, racconta la crisi climatica collegandola a diritti umani ed economia sui suoi canali social; è stato invitato nella sede di Frolla per conoscere da vicino il progetto del microbiscottificio e condividerne la missione con la propria community.
- **Eugenio Finardi** - cantautore milanese nato nel 1952, è considerato un influencer “ante-litteram” della musica d’autore. La collaborazione di Frolla con il festival Risorgimarche ha avvicinato la cooperativa a Eugenio Finardi, artista di punta del cartellone: il cantautore ha realizzato un breve video di endorsement — diffuso sui canali social di Frolla — in cui ringrazia la cooperativa e ne sostiene la missione d’inclusione lavorativa.
- **Pegah Moshir Pour** - nata in Iran e cresciuta in Italia, è consulente in responsabilità d’impresa e attivista per i diritti umani e digitali. In occasione della Giornata internazionale delle persone con disabilità, Frolla ha realizzato una diretta Instagram con Pegah Moshir Pour per raccontare il progetto e promuovere la cultura dell’inclusione.



## PARTNERSHIP CON DESIGNERS

La Cooperativa ha intrapreso collaborazioni creative con professionisti del design per valorizzare e potenziare la propria identità visiva e comunicativa.

**Michele Filippetti**, designer grafico del territorio, ha messo a disposizione la sua inventiva, realizzando proposte grafiche originali per tutti i packaging e i materiali editoriali, inclusa la progettazione grafica e l'impaginazione del presente bilancio sociale.

**Nilo (Danilo Petracchini)** è un artista marchigiano che ha saputo coniugare la sua passione per il surf a quella per il disegno, realizzando illustrazioni ispirate al mare, alla natura e alla tutela dell'ambiente. Nel 2024 l'artista è stato coinvolto nello sviluppo di nuove grafiche originali finalizzate al rinnovamento dell'identità estetica della Cooperativa, il cui lancio è previsto nei prossimi mesi.

90



## COLLABORAZIONI AZIENDALI

Le aziende che nel 2024 hanno confermato o hanno iniziato la collaborazione con Frolla sono state numerose, a dimostrazione della crescente fiducia nel progetto e della qualità dei servizi offerti. Le principali collaborazioni possono essere suddivise per tipologia di intervento:

### SERVIZI DI CATERING E COLAZIONI AZIENDALI

- **iGuzzini**, azienda recanatese specializzata in illuminazione, ha continuato a offrire ai propri dipendenti colazioni preparate e servite regolarmente tramite il foodtruck di Frolla;
- **Clementoni**, storica azienda di giocattoli con sede a Recanati, ha coinvolto Frolla per il servizio di catering in occasione di eventi aziendali, oltre a momenti di team building;
- **Fainplast**, azienda di Ascoli Piceno attiva nel settore delle materie plastiche, ha coinvolto Frolla presso la propria sede per una colazione speciale offerta a tutti i dipendenti;
- **Pfizer Italia**, azienda leader nel settore farmaceutico, ha usufruito del servizio di colazioni e catering nella sede di Ascoli Piceno.
- **Simonelli Group**, attivo nella produzione di macchine da caffè, ha scelto Frolla per servizi di catering aziendale;
- **Opere Laiche Lauretane** ha rinnovato la propria collaborazione tramite l'organizzazione di catering per eventi interni.

### CO-BRANDING

- **Etica SGR**, la società di gestione del risparmio italiana specializzata in investimenti sostenibili e responsabili del Gruppo Banca Etica, ha avviato una collaborazione con Frolla per la realizzazione di biscotti personalizzati in co-branding, valorizzando l'artigianalità e l'inclusione.

### PACCHI AZIENDALI E REGALI NATALIZI

- **Fileni Alimentare Spa**, la storica azienda alimentare italiana della Vallesina, ha confermato la collaborazione attraverso l'acquisto di pacchi natalizi per i propri dipendenti;
- **Opere Laiche Lauretane** ha scelto nuovamente Frolla anche per la preparazione di pacchi regalo in occasione delle festività.
- **Euromaster Italia Srl**, con sede a Milano, ha acquistato pacchi natalizi artigianali realizzati dalla cooperativa;
- **Entroterra Spa**, società di Camerino specializzata nel commercio all'ingrosso di prodotti alimentari, ha ordinato pacchi natalizi per i propri collaboratori;
- **Algam Eko srl**, azienda recanatese produttrice di strumenti musicali, ha aderito all'iniziativa solidale con l'acquisto di pacchi regalo.



### EVENTI E COLLABORAZIONI ISTITUZIONALI

- **FIGC – Federazione Italiana Giuoco Calcio** ha coinvolto Frolla nell'organizzazione di momenti conviviali rivolti ai propri collaboratori.

A partire dal 2024, Frolla ha introdotto una nuova possibilità per le imprese che scelgono i pacchi regalo della cooperativa: la personalizzazione del packaging con il proprio logo aziendale.



### WELFARE AZIENDALE

Nel giugno 2024, Frolla ha voluto premiare l'impegno e la partecipazione attiva dei propri ragazzi e ragazze attraverso un'iniziativa speciale di welfare aziendale: una gita di due giorni al parco di Mirabilandia. Un momento di svago e condivisione, pensato per valorizzare il lavoro di squadra e rafforzare il senso di appartenenza alla comunità Frolla.

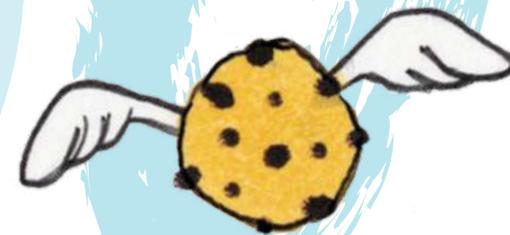




## **7- MONITORAGGIO SVOLTO DALL'ORGANO DI CONTROLLO**

# 7

MONITORAGGIO  
SVOLTO  
DALL'ORGANO  
DI CONTROLLO



La funzione di vigilanza sulla Cooperativa è svolta annualmente dalla Legacoop – Lega Nazionale Cooperative e Mutue. Per l'annualità 2024 Frolla ha ricevuto l'attestazione di avvenuta revisione ai sensi del D.Lgs 02/08/2002 n. 220 in data 20/01/2025.





The background is a vibrant, abstract composition of teal and orange brushstrokes. The strokes are thick and expressive, creating a sense of movement and texture. The teal color is a deep, slightly muted green, while the orange is a warm, burnt sienna. The strokes are layered and overlapping, with some appearing more prominent than others. The overall effect is a dynamic and artistic backdrop.

# **COSA DICONO DI FROLLA**

**“La collaborazione con i ragazzi d Frolla è stata un’esperienza di grande valore umano e sociale, che ha messo in luce l’importanza dell’inclusione e della partecipazione attiva di tutti gli individui nella società. Attraverso i piccoli gesti di disponibilità e le opportunità offerte, ho scoperto che la vera ricchezza risiede nella diversità e nella capacità di valorizzare ogni persona, indipendentemente dalle sue abilità o differenze. Questa esperienza mi ha ricordato che il lavoro non è solo un mezzo di sostentamento, ma anche un’opportunità di crescita e di realizzazione personale. Custodisco il loro sorriso preziosamente!”**

**IGOR  
MAIELLANO**

**(Sales and Marketing Director Agrimontana Spa)**

**“Sono una nonna che cucina e per la mia spesa vado spesso e molto volentieri da Frolla perchè trovo tanti buoni prodotti anche artigianali lavorati dai bravissimi ragazzi di Frolla e tanti cibi pronti per il pranzo da gustare sul posto o da portare a casa. Durante la spesa mi posso sedere e gustare un buon caffè attorniato da tanti ragazzi e ragazze speciali e simpaticissimi. Grazie frolla!**

**In conclusione: vieni da Frolla, atmosfera serena, sorrisi a volontà e massima disponibilità. Sarà per te un’indimenticabile esperienza di cui non potrai più farne a meno.”**

**NONNA  
MAURI**

**(Cliente speciale)**

“Collaboro con Frolla da tre anni ormai e non potrò mai ringraziare abbastanza Jacopo per avermi coinvolto in questo progetto. Frolla per me è la rappresentazione vera di cosa vuol dire “inclusione” in tutte le sue sfaccettature, portando risultati concreti e reali nella vita dei ragazzi coinvolti e delle loro famiglie. È la conferma che la passione e l’empatia posso davvero fare la differenza. Frolla è un micromondo dove amore e sogni sono realtà. È un luogo dove gli invisibili possono finalmente essere visti e sentiti come meritano. Mi sento fortunato a livello umano di poter contribuire ad una cosa così bella.

Vi auguro il meglio. Grazie ragazzi.

**MICHELE  
FILIPPETTI**

(Art Director & Graphic Designer)

“Con Frolla è stato amore a prima vista. Me li sono ritrovati ad un corso di biscotti dove facevo da docente. Ma la maggior parte delle volte sei tu che apprendi oltre che insegnare.

Fai un pieno di positività e sorrisi che non ti aspetti. Secondo me qualunque medico dovrebbe prescrivere un passaggio obbligato da Frolla per un’iniezione di felicità.”

**CARMEN  
VECCHIONE**

(Pastry chef e patron Pasticceria  
Dolciarte ad Avellino)

“Frolla microbiscottificio per me è una grandissima realtà. Sono stato due volte con loro a distanza di molto tempo, sono cresciuti molto e ho trovato le stesse persone. I ragazzi cambiano, crescono, lavorano, ma chi guida Frolla rimane lo stesso. Con piacere condivido il mio sapere con persone che quando ti guardano negli occhi vedi il sorriso e l’aspettativa di imparare qualcosa. Personalmente ogni volta per me è un uragano di sensazioni.”

**ANDREA  
FIORI**

(Pastry chef e consulente)

“Quando ho conosciuto per la prima volta Frolla non sapevo nulla del progetto, ma me ne sono subito innamorato: per la passione e la grande tenacia di Jacopo. Frolla è un esempio concreto di come si possa fare impresa mettendo al centro le persone, l’inclusione e una sostenibilità condivisa e praticata ogni giorno. Un luogo in cui il lavoro diventa strumento di cambiamento reale.”

**ANDREA  
GRIECO**

(Sustainability Expert)

“Frolla è stata una straordinaria scoperta. Una realtà che unisce lavoro e disabilità realmente. Tutti coloro che fanno parte della famiglia FROLLA danno a questa giovane realtà una marcia in più. Non solo l’ottima qualità dei prodotti ma il rapporto umano che si crea tra i ragazzi e le ragazze di Frolla e i propri clienti è davvero speciale. Chi conosce Frolla difficilmente se la dimentica!!”

**ROBERTA  
FARAOTTI**

(Fainplast)

**“L’esperienza di Frolla mi ha letteralmente travolto la prima volta nel corso di una giornata di formazione a Bologna; io ero docente di fundraising e Jacopo Corona in aula ad ascoltare. Ogni volta che interveniva per raccontare i tanti progetti realizzati e le idee ancora in cantiere, mi sembrava di essere ad Osimo insieme a loro. Riusciva a farmi immedesimare “a distanza”. Non sono mai stata nella loro sede. Ci andrò di certo. Tuttavia, anche negli anni a venire, ogni volta che incontro Jacopo era evidente che lui “portava con sè” tutti i suoi ragazzi, tutti i loro sogni. Con una energia, un coraggio ed una intrapresa che ho visto raramente nella mia vita e che ha permesso a Frolla di raggiungere obiettivi e risultati incredibili. Considero Frolla una realtà unica nel panorama italiano; perché ha saputo tenere uniti la qualità dei prodotti, l’efficienza organizzativa, la capacità progettuale, il fare rete a livello nazionale ed internazionale, mixando tutto con un ingrediente speciale: la felicità di essere e di stare anche nel limite della nostra umanità.”**

**NATASCIA ASTOLFI**

**(Responsabile Astolfi 1570)**

“Abbiamo creato ormai da diversi anni una collaborazione fantastica con il Microbiscottificio Frolla, conoscendo dapprima gli ideatori del progetto e man mano tutti i ragazzi che lavorano all'interno. Matteo ad esempio è una vera e propria forza della natura, grande. Ogni anno cerchiamo di portare il marchio Frolla ai nostri clienti durante le festività con doni e regali ed ogni volta è una soddisfazione immensa quando raccontiamo la storia di questa realtà inclusiva che da un presente ed un futuro a tanti ragazzi del nostro territorio. Orgogliosi di essere vostri partner. Continuate così ragazzi!”

**LUCA MARINUCCI**

(Sales Marketing Management Studio Copia Srl)



**“Frolla è un effetto “wow”, una meraviglia che aiuta ad essere felici regalando ogni giorno la certezza che cambiare il mondo è possibile, e lo fa con un ingrediente in più: la dolcezza.**

**Sono felici le persone che ci lavorano, chi vede una figlia realizzata e i clienti perché - diciamolo - i biscotti sono buoni davvero!Una persona con disabilità che fa pasticceria è prima di tutto un pasticcere, una persona che trova il suo posto nel mondo. Frolla ha battuto il concetto di pietismo, ha creato un nuovo paradigma economico per le cooperative sociali basato sulla qualità.”**

**CLAUDIO CHITI**

**(Specialista Innovazione Intesa San Paolo)**







# COME SOSTENERCI

# SOSTIENI FROLLA!

PER COSTRUIRE INSIEME IL FUTURO CHE SARÀ.  
COME FARLO?

## ACQUISTO DI PRODOTTI

Acquista i nostri prodotti online  
o vieni a trovarci nelle nostre sedi, ti aspettiamo.



# FAI UNA DONAZIONE

Tramite bonifico bancario indica come causale "Donazione Frolla"

IBAN: IT5200501802600000016803660

Oppure tramite il sito internet nella sezione "dona ora" ([www.frollalab.it](http://www.frollalab.it))



## SCELTA PER LA DESTINAZIONE DEL 5 PER MILLE

Firma nel riquadro denominato "Sostegno del volontariato e delle altre organizzazioni non lucrative di utilità sociale etc. e indica, sotto la firma, il Codice Fiscale Frolla 02811840426

## RINGRAZIAMENTI

Cari Frollini,  
questo bilancio sociale è molto più di un documento: è la testimonianza di un sogno condiviso che, giorno dopo giorno, prende forma attraverso gesti concreti, relazioni autentiche e scelte coraggiose.

Vogliamo dire grazie a chi, con impegno e fiducia, ha camminato al nostro fianco. A chi ci ha messo il cuore, le mani, il tempo. A chi ci ha ispirati, sostenuti, spinti ad alzare sempre un po' di più l'asticella del possibile.

Crediamo fermamente che fare bene il bene significhi essere responsabili della qualità delle nostre azioni, della coerenza con i valori in cui crediamo, e della capacità di generare relazioni solide e trasformative, capaci di contaminare positivamente ogni persona, ogni comunità, ogni territorio.

È grazie a queste connessioni che possiamo continuare ad agire localmente, senza mai perdere di vista un orizzonte internazionale: quello dell'inclusione, della sostenibilità, dell'innovazione sociale che parte dal basso ma guarda lontano.

Un pensiero speciale va ai nostri lavoratori, soci, partner, volontari, enti pubblici e privati, amici vecchi e nuovi: ognuno di voi rappresenta un tassello unico della nostra identità collettiva. La vostra presenza e il vostro contributo ci ricordano ogni giorno che il cambiamento non si fa da soli, ma insieme.

Continuiamo a costruire, ascoltare, osservare e agire con lo sguardo aperto e il cuore pieno di fiducia.

**“La creatività nasce dalla contaminazione.**

**Dalla fusione di elementi diversi, può nascere qualcosa di nuovo e originale.”**

Jacopo Corona

