Frolla Società Cooperativa Sociale Impresa Sociale ETS |

frolla

BILANCIO SOCIALE 2025

PROGETTO DI: BEBOP SRL - COORDINATO DA: LUCIA TOGNACCI
IDEA E IMPAGINAZIONE GRAFICA: MICHELE FILIPPETTI
FOTO: ALESSANDRO GIAMBARTOLOMEI
ILLUSTRAZIONI PERSONAGGI FROLLA : DANILO PETRACCINI - NILO





LETTERA DEL PRESIDENTE



In mezzo a una vita movimentata, fatta di idee che nascono, stimoli da inseguire e di quella voglia costante di imparare da chi è più bravo di me, il Bilancio Sociale rappresenta ogni anno un momento prezioso.

È l'occasione per fermarmi, e guardare ciò che abbiamo costruito. Perché quando si vive sempre in movimento è facile concentrarsi su quello che ancora manca, sulla prossima sfida, sul prossimo progetto, dimenticandosi qualche volta di osservare la strada già percorsa.

Ed è proprio in questi momenti che mi ricordo che, accanto al cambiamento continuo, esistono delle certezze. Delle costanti che, anno dopo anno, continuano a fare davvero la differenza.

La prima è sapere di poter contare su persone straordinarie al mio fianco.

Persone diverse tra loro per competenze, carattere, esperienze e sensibilità, ma capaci di condividere una direzione. Perché Frolla non è mai stato il progetto di una persona. È il risultato di tante persone che ogni giorno scelgono di metterci qualcosa di proprio.

La seconda certezza è una community che continua a crescere, ma che soprattutto continua a generare valore condiviso.

Una comunità che non si limita a stare intorno a Frolla, ma che entra dentro il progetto, lo modifica, lo contamina e, qualche volta, lo replica sotto forme nuove. Ed è forse questo uno dei risultati più belli: vedere un'idea uscire dai propri confini e diventare patrimonio di altri.

La terza certezza è una visione che continua ad allargarsi.

Una visione nata in un territorio preciso, ma che oggi ha sempre meno paura di confrontarsi con dinamiche nazionali e internazionali, con mondi differenti dal nostro, con persone e organizzazioni dalle quali possiamo imparare.

Mi piace affrontare la quotidianità proprio così: senza confini e senza barriere.

Con la libertà di essere più persone nella stessa persona, senza sentire il bisogno di appartenere necessariamente a una categoria. Imprenditore sociale, presidente, comunicatore, studente, sognatore.... Probabilmente un po' di tutto e, allo stesso tempo, nessuna di queste definizioni da sola.

Perché credo che le persone, così come le organizzazioni, siano molto più interessanti quando smettono di provare a entrare dentro una definizione e iniziano semplicemente ad essere ciò che sono.

È una quotidianità meravigliosamente faticosa, a volte caotica, sicuramente imperfetta, ma profondamente vera.

E per raccontare questo 2025 abbiamo scelto ancora una volta tre parole. Tre ingredienti della nostra ricetta, tre direzioni che rappresentano bene quello che siamo stati e, soprattutto, ciò che vogliamo continuare a diventare.

Movimento
Per noi movimento significa non restare immobili.
Significa avere la curiosità di cercare, sperimentare, sbagliare, cambiare strada e ripartire.
Significa non considerare mai raggiunto definitivamente un risultato, ma continuare a interrogarsi su come fare meglio.
Frolla è movimento perché evolve insieme alle persone che la abitano.
Cambiano i progetti, cambiano i luoghi, cambiano le opportunità e crescono le responsabilità. Quello che non cambia è la volontà di continuare ad andare avanti.
Perché muoversi non significa necessariamente sapere già dove si arriverà. Significa avere abbastanza coraggio da non smettere di camminare.

Visione
La visione è ciò che permette al movimento di avere una direzione.
È la capacità di guardare oltre quello che abbiamo davanti, immaginando possibilità che ancora non esistono. È riuscire a vedere in una persona non ciò che non può fare, ma tutto quello che potrebbe diventare se messa nelle condizioni giuste.
La nostra visione continua ad andare oltre i confini geografici, culturali e organizzativi.
Vogliamo confrontarci con mondi differenti, imparare da esperienze lontane dalla nostra e costruire alleanze capaci di generare nuovi modelli.
Perché per cambiare qualcosa bisogna prima riuscire a immaginarlo diverso.

Competenza
Poi c'è la competenza.
Forse la parola meno romantica delle tre, ma probabilmente una delle più importanti di questo 2025.
Abbiamo imparato che le buone intenzioni non bastano.
Per generare un impatto sociale vero servono preparazione, professionalità, organizzazione, responsabilità e la capacità di misurarsi ogni giorno con la qualità del proprio lavoro.
La competenza significa riconoscere quello che sappiamo fare, ma soprattutto essere abbastanza umili da capire tutto quello che dobbiamo ancora imparare.
Significa circondarsi di persone più brave di noi, ascoltarle e dare loro spazio e permettere alle conoscenze diverse di contaminarsi.
Perché il sociale non deve chiedere sconti sulla qualità.
Al contrario, proprio perché lavoriamo con e per le persone, abbiamo il dovere di essere sempre più competenti.

Questo Bilancio Sociale racconta numeri, attività, risultati e progetti. Ma dietro ogni dato ci sono persone, relazioni, tentativi, errori, viaggi, incontri, fatiche e nuove possibilità.

Racconta un'organizzazione che continua a muoversi senza perdere la propria identità.

Che prova a guardare sempre un po' più lontano.

Che sente la responsabilità di diventare ogni giorno più competente.

E soprattutto racconta una comunità.

Ed è una grande soddisfazione poter vivere questa quotidianità così, ogni giorno.

In movimento.
Con visione ma soprattutto...
Con competenza.

Ma soprattutto, ancora una volta,
INSIEME!

Presidente Frolla Società Cooperativa Sociale
Jacopo Corona





p.5 LETTERA DEL PRESIDENTE

p.11 NOTA METODOLOGICA

p.15 **1 INFORMAZIONI GENERALI SULL'ENTE**

Dati anagrafici p.16
Aree territoriali di operatività p.17
Valori e finalità perseguite p.18
Attività statutarie p.22
Altre attività svolte in maniera secondaria p.22
Contesto di riferimento p.23
Collegamenti con altri enti del terzo settore p.24

p.27 **2 STRUTTURA GOVERNO E AMMINISTRAZIONE**

Consistenza e composizione della base sociale p.29
Sistema di governo p.30
Aspetti relativi alla democraticità interna p.32
Mappatura dei principali stakeholder p.32

p.41 **3 PERSONE CHE OPERANO PER FROLLA**

Tipologie, consistenza e composizione del personale che ha effettivamente operato per l'ente con una retribuzione p.42
Attività di formazione e valorizzazione realizzate p.46
Struttura delle retribuzioni p.46

p.49 **4 OBIETTIVI E ATTIVITÀ**

Informazioni qualitative e quantitative su: azioni, beneficiari, output ed effetti p.50

p.65 **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.66

Segnalazione da parte degli amministratori delle criticità emerse nella gestione ed evidenziazione delle azioni introdotte per la mitigazione degli effetti negativi p.70

Informazioni sulle attività di raccolta fondi p.71

Informazioni sui premi e riconoscimenti ricevuti p.72

p.75 **6 ALTRE INFORMAZIONI**

Informazioni di tipo ambientale p.76

Comunicazione e trasparenza p.77

Le collaborazioni con influencer p.95

Partnership con designers p.96

Collaborazioni aziendali p.97

Welfare aziendale p.104

p.107 **7 MONITORAGGIO SVOLTO DALL'ORGANO DI CONTROLLO**

p.111 **COSA DICONO DI NOI**

p.119 **COME SOSTENERCI**

p.122 **CONCLUSIONI**


frolla
SUCCO DI PERA
VALORI NUTRIZIONALI
VALORE ENERGETICO

NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio Sociale 2025 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 2025.

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 2025, 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 relative alle 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 2025 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.

2025, L'ANNO INTERNAZIONALE DELLE COOPERATIVE



Il 2025 è stato dichiarato dall'Onu, Anno Internazionale delle cooperative. Dopo il precedente successo del 2012, per la seconda volta, l'Assemblea generale delle Nazioni Unite dedica un intero anno alle cooperative con lo slogan "Le cooperative costruiscono un mondo migliore", riconoscendo il loro ruolo nel promuovere lo sviluppo sostenibile e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite.
La volontà è di evidenziare l'impatto globale duraturo delle cooperative e sottolineare come tale modello cooperativo sia una soluzione cruciale per affrontare diverse sfide globali, sottolineando il loro ruolo significativo nel promuovere l'attuazione degli Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDG) entro il 2030. Nella Risoluzione A/RES/78/289, l'Assemblea generale delle Nazioni Unite ha raccomandato modi per celebrare l'anno e ha incoraggiato tutti gli Stati membri dell'ONU, il Sistema delle Nazioni Unite e le parti interessate a sfruttare questo evento per promuovere il contributo delle cooperative allo sviluppo sociale ed economico.
Nel 2025, Anno Internazionale delle Cooperative, Frolla conferma di perseguire, con un impegno mirato, tre Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030:

- l'SDG 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica
- l'SDG 10 - Ridurre le disuguaglianze
- l'SDG 12 - Consumo e produzione responsabili

Questa selezione non è casuale, ma rispecchia i principi che animano l'impegno quotidiano in Frolla e discende direttamente dalla natura statutaria di cooperativa sociale. Infatti, ai sensi dell'art. 1 della Legge 8 novembre 1991, n. 381, le cooperative sociali perseguono "l'interesse generale della comunità alla promozione umana e all'integrazione sociale dei cittadini", finalità che si traduce operativamente in occupazione stabile e dignitosa (SDG 8) e nell'inclusione attiva di persone svantaggiate e categorie fragili, riducendo così le disuguaglianze economiche e sociali sul territorio (SDG 10). L'attenzione alla comunità e alla sostenibilità ambientale che da sempre caratterizza le scelte organizzative e gestionali di Frolla, trova espressione nell'SDG 12, attraverso pratiche di produzione responsabile, filiere sostenibili e attenzione al ciclo di vita dei prodotti, privilegiando fornitori locali e impegnati nel sociale.
Il focus su questi tre obiettivi ha guidato Frolla, nell'anno simbolicamente più rilevante per il movimento cooperativo mondiale, nell'orientamento del proprio operato esprimendo un impegno concreto per lo sviluppo sostenibile.



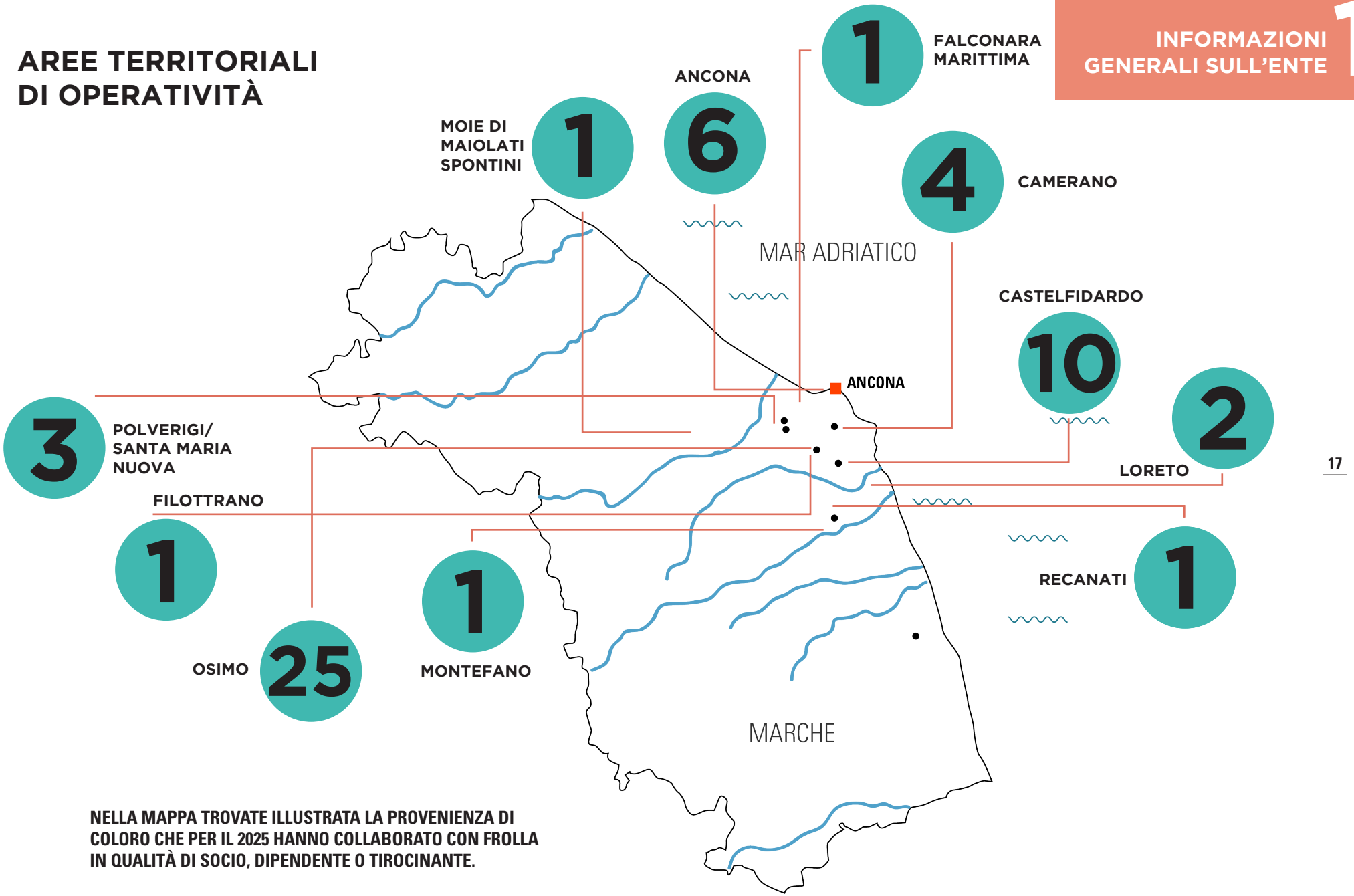


1. INFORMAZIONI GENERALI SULL'ENTE

COS'È FROLLA

Denominazione	Frolla Società Cooperativa Sociale Impresa Sociale ETS
Codice Fiscale	02811840426
Partita IVA	02811840426
Sede legale	VIA XVII LUGLIO 16 - 60027 - OSIMO (AN)
Sede secondaria	VIA SBROZZOLA 26 – 60027 – OSIMO (AN)
Forma giuridica	Società Cooperativa tipo B
Anno di Costituzione	31/01/2019
Codice Osservatorio Regionale Politiche Sociali (ORPS) della Regione Marche	606933
Iscrizione al RUNTS	Si, dal 07/04/2022
PEC	coopfrolla@pec.it
Sito web	https://frollalab.it/

AREE TERRITORIALI DI OPERATIVITÀ



NELLA MAPPA TROVATE ILLUSTRATA LA PROVENIENZA DI COLORO CHE PER IL 2025 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 pasticcere, 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 diversamente abili. 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

FROLLA FOOTBALL TEAM
Si avvia 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

2019

DIVERSAMENTE BAR
Viene inaugurato il punto vendita interamente gestito dai ragazzi di Frolla

2020

FROLLALAB.IT
Viene lanciato il sito di e-commerce per rispondere alla pandemia

FROLLA AL PARCO
Si inaugura un secondo punto vendita/bar attivo esclusivamente nella stagione estiva presso il più importante parco pubblico del Comune di Castelfidardo

2021

FROLLA BUS
Nasce il cookie-truck per colazioni, manifestazioni ed eventi

2022

CIOCCOFROLLA
Frolla sviluppa una nuova linea prodotti di cioccolateria

2023

FROLLA-UP
Si lancia la 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

BOMBONIERE ONLINE
Frolla implementa il mercato online delle bomboniere

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

BILANCIO SOCIALE
Frolla pubblica la prima edizione grafica del Bilancio sociale

2024

NUOVO GESTIONALE
Si introduce nuovo gestionale per contabilità, controllo di gestione e monitoraggio punti vendita

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

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

2025

FROLLA MARKET
Frolla inaugura il primo supermercato inclusivo



I FROLLINI DELL'ANNO 2025 SONO LA FAMIGLIA CATENA

FROLLA MARKET: IL SUPERMERCATO INCLUSIVO!

Il 1° marzo 2025 ha segnato una svolta storica per la cooperativa, sancendo la nascita del **Frolla Market**, il primo supermercato in Italia gestito da persone con disabilità, all'interno del Centro Commerciale Cargopier di Osimo. L'occasione è nata da un'intuizione semplice ma rivoluzionaria: trasformare uno spazio destinato alla chiusura – Il Buongustaio, format di gastronomia lanciato nel 2021 dalla cooperativa di grande distribuzione Coal (gruppo VéGé) – in un luogo capace di unire la logica commerciale della grande distribuzione alla missione sociale della cooperazione, dando vita a una joint venture tra due mondi imprenditoriali fino ad allora distanti.

Il progetto ha ridisegnato lo spazio di vendita, trasformandolo in un punto d'incontro tra la bottega di quartiere e il supermercato di comunità: agli scaffali tradizionali si è affiancata un'isola centrale con bar, gastronomia e area aperitivi, mentre l'ex macelleria ha lasciato spazio a un laboratorio didattico per corsi di cucina inclusivi aperti al territorio. Non un semplice ampliamento produttivo, ma un'idea capace di ridefinire il concetto stesso di supermercato, rendendolo un presidio di socialità e inclusione.

La visione si è estesa anche alla filiera, portando sugli scaffali i prodotti di altre cooperative sociali – tra cui Birrificio Vecchia Orsa, San Patrignano, Orto del Sorriso, Tortellante, San Michele Arcangelo e Cooperativa Cavarei – in una logica di alleanza tra imprese che condividono gli stessi valori.

Il progetto ha inoltre generato un'ampia risonanza comunicativa, con oltre 5 milioni di visualizzazioni online tra il pubblico più giovane, e ha dimostrato la propria sostenibilità economica: nei primi cinque mesi e mezzo (1° marzo - 15 agosto 2025) ha generato un fatturato di 393.733€, di cui 141.482€ (36%) dai prodotti a marchio Frolla.

Nella seconda parte del 2025, tuttavia, il progetto ha iniziato a mostrare i primi segnali di difficoltà nel sostenere nel tempo l'equilibrio tra logica commerciale e missione sociale su cui era stato costruito. Un percorso di riflessione che la cooperativa ha affrontato con la stessa apertura e capacità di analisi che ne avevano accompagnato la nascita, e che si è concluso a inizio 2026 con la decisione di chiudere l'esperienza del Frolla Market: una scelta non facile, maturata nella consapevolezza che il valore di un progetto non si misura solo nella sua durata, ma nel patrimonio di competenze, relazioni e visione che è comunque riuscito a generare per la cooperativa.


FRESCO
METRICA
frolla
FROLLA


FROLLA


il forno


il buongustaio
frolla
MARKET



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 svantaggiate o con disabilità. Le attività di Frolla si rivolgono principalmente a giovani under 35 con disabilità fisiche e psichiche e consistono in produzione e distribuzione di biscotti di alta qualità, realizzati con un processo semplice che permette 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 diversamente abili, 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

Inserimento o reinserimento nel mercato del lavoro dei lavoratori e delle persone svantaggiate o 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, dolciumi, prodotti di pasticceria (dal 28/06/2021)
- Produzione di fette biscottate e di biscotti; produzione di prodotti di pasticceria conservati (dal 01/07/2023)
- Commercio al dettaglio di torte, dolciumi, confetteria (dal 06/05/2019)
- Commercio al dettaglio di bomboniere (dal 02/11/2023)
- Produzione di cacao in polvere, cioccolato, caramelle e confetterie (dal 19/12/2023)
- Supermercati - commercio al dettaglio non specializzato con prevalenza di altri prodotti alimentari, bevande o tabacchi (dal 01/03/2025)

CONTESTO DI RIFERIMENTO

La società Cooperativa Frolla opera a Osimo, un comune collinare della Regione Marche con 34.770 abitanti (fonte ISTAT), in lieve flessione demografica rispetto agli anni precedenti per effetto di un saldo naturale negativo solo parzialmente compensato dal saldo migratorio. 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 dell'Osservatorio INPS sulle pensioni vigenti nel 2025 (elaborati dall'IRES CGIL Marche), nella regione sono erogate 88.000 prestazioni a invalidi civili e 23.000 pensioni di invalidità previdenziale, con un importo medio mensile delle pensioni agli invalidi civili pari a 489 euro lordi, tra i più bassi del Paese. Nella sola Provincia di Ancona risultano vigenti circa 154.000 pensioni IVS al 31/12/2025 (fonte: Rendiconto Sociale Provinciale INPS Ancona 2025), con importi medi inferiori sia al dato regionale che a quello nazionale, a conferma di un quadro socio-economico fragile.

A livello nazionale, l'ISTAT stima in 2,9 milioni le persone con limitazioni gravi nelle attività quotidiane (dato 2023, ripubblicato dall'ISTAT nel dicembre 2025 in occasione della Giornata internazionale delle persone con disabilità), mentre l'INPS registra circa 3,5 milioni di prestazioni di invalidità civile vigenti al 1° gennaio 2026 (pari al 79,3% del totale delle prestazioni assistenziali), con oltre 650.000 nuove liquidazioni nel corso del 2025. La spesa complessiva per le prestazioni pensionistiche assistenziali — di cui l'invalidità civile costituisce la componente largamente prevalente — ha raggiunto i 28,5 miliardi di euro nel 2025, in crescita del 5,6% rispetto all'anno precedente, segnale di un fenomeno strutturale in espansione che richiede risposte territoriali articolate.

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 che possano fornire risposte alternative rispetto alle tradizionali attività socioriabilitative 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, il mercato del lavoro marchigiano nel 2025 mostra segnali contrastanti per le fasce più giovani della popolazione. A fronte di un quadro complessivamente positivo (651.000 occupati nelle Marche, +1,1% rispetto al 2024, con tasso di occupazione regionale al 67,5%), permangono criticità rilevanti sulle nuove generazioni: il tasso di disoccupazione nella classe 15-34 anni si attesta al 10,8% ed è l'unica fascia di età ad aver registrato un aumento della disoccupazione rispetto all'anno precedente. In controtendenza rispetto al resto del Paese, nelle Marche aumentano i NEET (giovani tra 15 e 29 anni non occupati e non in istruzione o formazione), che nel 2025 hanno raggiunto le 23.230 unità, con una crescita del 2,6% rispetto al 2024: insieme alla Liguria, le Marche sono l'unica regione italiana che registra una variazione positiva di questo indicatore (fonte: ISTAT, elaborazioni IRES CGIL Marche).

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.

COLLEGAMENTI CON ALTRI ENTI DEL TERZO SETTORE

Per 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 2025 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); Comune 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:

ACMT Onlus
Organizzazione di volontariato italiana fondata nel 2001 che supporta le persone affette dalla malattia di Charcot-Marie-Tooth (CMT) e i loro familiari, con la quale è stata avviata una campagna di co-branding "ACMT-Rete", per la raccolta fondi e la sensibilizzazione dei donatori, ha previsto la distribuzione dei "Mielini", biscotti cookies prodotti in collaborazione con Frolla.

AS Roma For Special
La squadra di calcio dell'AS Roma composta da ragazzi con disabilità intellettivo – relazionali che partecipa al torneo paralimpico FIGC. Con Frolla hanno partecipato ad un triangolare di calcio.

Banco Alimentare
A novembre 2025, il punto vendita del Frolla Market ha preso parte alla Giornata Nazionale della Colletta Alimentare, raccogliendo 317 kg di generi alimentari a sostegno delle persone in difficoltà.

Emergency
Organizzazione non governativa che offre cure medico-chirurgiche gratuite e di alta qualità alle vittime di guerre e povertà, ha scelto Frolla per la produzione di una linea di biscotti solidali in co-branding, con riferimento alla campagna natalizia.

Medici senza frontiere
Organizzazione internazionale con la missione di offrire cure mediche dove c'è più bisogno, ha scelto Frolla come partner, tramite la fornitura di biscotti, per la raccolta fondi natalizia per il Fondo Emergenze di MSF a sostegno delle crisi umanitarie e dei conflitti in oltre 70 paesi.

Robur Family ASD
Dalla collaborazione con la Robur Family di Osimo nasce una nuova squadra di BaskIN (basket inclusivo) per portare la cultura dello sport senza barriere nella comunità osimana.

Save The Children
In occasione del Black Friday 2025 ha riproposto la sua celebre iniziativa solidale "Black Mayday", decidendo di chiudere il proprio negozio online per bloccare le vendite online il 29 e 30 novembre 2025 e trasformare il sito in un canale dedicato esclusivamente a una raccolta fondi per Save the Children: un'iniziativa simbolica contro il consumismo sfrenato.

Unione Rugby San Benedetto
In occasione della Coppa Marche, Frolla è stato sponsor etico della squadra di Rugby di San Benedetto; in particolare Frolla è stata presente alla finale di "Coppa Marche" con il Frolla Bus, per un'esperienza di sport, amicizia e sostegno reciproco volta a celebrare il valore dello sport come strumento di inclusione sociale.

Vidas
La partnership con Frolla ha previsto la vendita di biscotti in co-branding, il cui ricavato è stato destinato a sostenere Casa Sollievo Bimbi, l'hospice pediatrico di VIDAS dedicato all'assistenza e alle cure palliative per bambini con malattie inguaribili.

ALTRI ENTI CON SCOPI SOCIALI CON CUI FROLLA STRINGE COLLABORAZIONI COMMERCIALI DI FORNITURA:

Birra Acca
Impresa sociale del maceratese che produce birra artigianale, nata per favorire l'inclusione lavorativa di giovani adulti con autismo. Frolla acquista birra artigianale in bottiglia.

Birrificio Vecchia Orsa
Birrificio sociale in provincia di Bologna gestito dalla Cooperativa Arca, che impiega persone con disabilità nella produzione di birra artigianale. Frolla acquista birra artigianale.

Tortellante
aboratorio di pasta fresca nel modenese gestito da un'associazione che offre percorsi di inclusione lavorativa a ragazzi con autismo. Frolla acquista tortellini e pasta fresca a marchio Tortellante.

Open house
Realtà gestita dalla cooperativa sociale Giò di Fano, che unisce agricoltura, ristorazione e ospitalità in percorsi di inclusione lavorativa per persone con disabilità intellettiva. Frolla acquista prodotti agricoli.

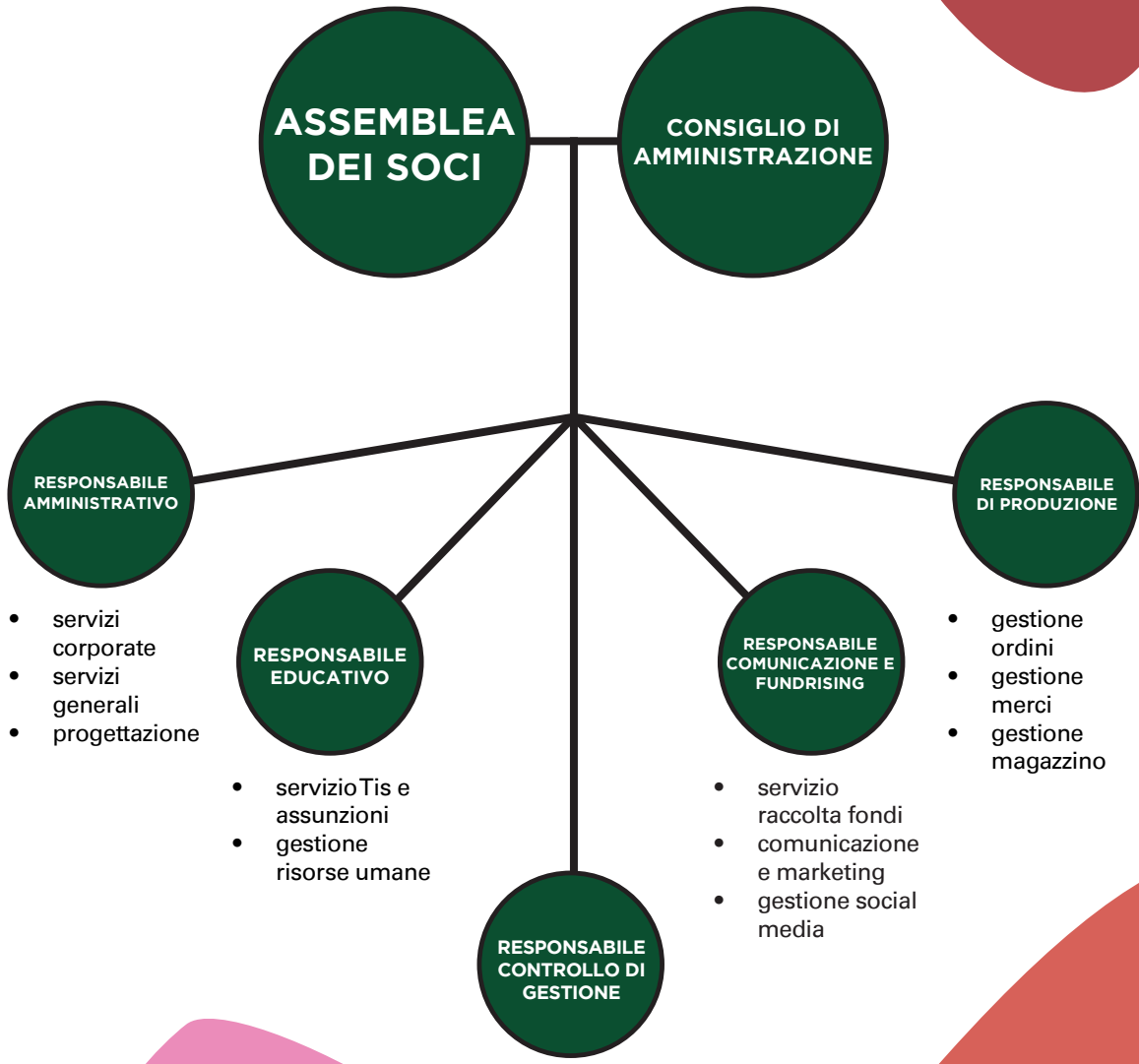
Rulli food
Progetto di produzione alimentare e formazione dell'associazione Rulli Frulli Lab ETS APS di Finale Emilia, rivolto a persone in condizione di fragilità sociale. Frolla acquista prodotti panificati.



2.
STRUTTURA, GOVERNO E AMMINISTRAZIONE

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 Probiviri, 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 2025 sono 9. 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.



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.



JACOPO CORONA

CARICA RICOPERTA al 31/12/2025**:**
Presidente cda

DURATA CARICA:
fino approvazione bilancio al 31/12/2027



GIANLUCA DI LORENZO

CARICA RICOPERTA al 31/12/2025**:**
Consigliere

DURATA CARICA:
fino approvazione bilancio al 31/12/2027



SILVIA SPEGNE

CARICA RICOPERTA al 31/12/2025**:**
Vicepresidente cda

DURATA CARICA:
fino approvazione bilancio al 31/12/2027



MIRCO PUGNALONI

CARICA RICOPERTA al 31/12/2025**:**
Consigliere

DURATA CARICA:
fino approvazione bilancio al 31/12/2027



FLORIANO BONFIGLI

CARICA RICOPERTA al 31/12/2025**:**
Consigliere

DURATA CARICA:
fino approvazione bilancio al 31/12/2027



ENRICO VENTURINI

CARICA RICOPERTA al 31/12/2025**:**
Consigliere

DURATA CARICA:
fino approvazione bilancio al 31/12/2027

2 STRUTTURA, GOVERNO E AMMINISTRAZIONE

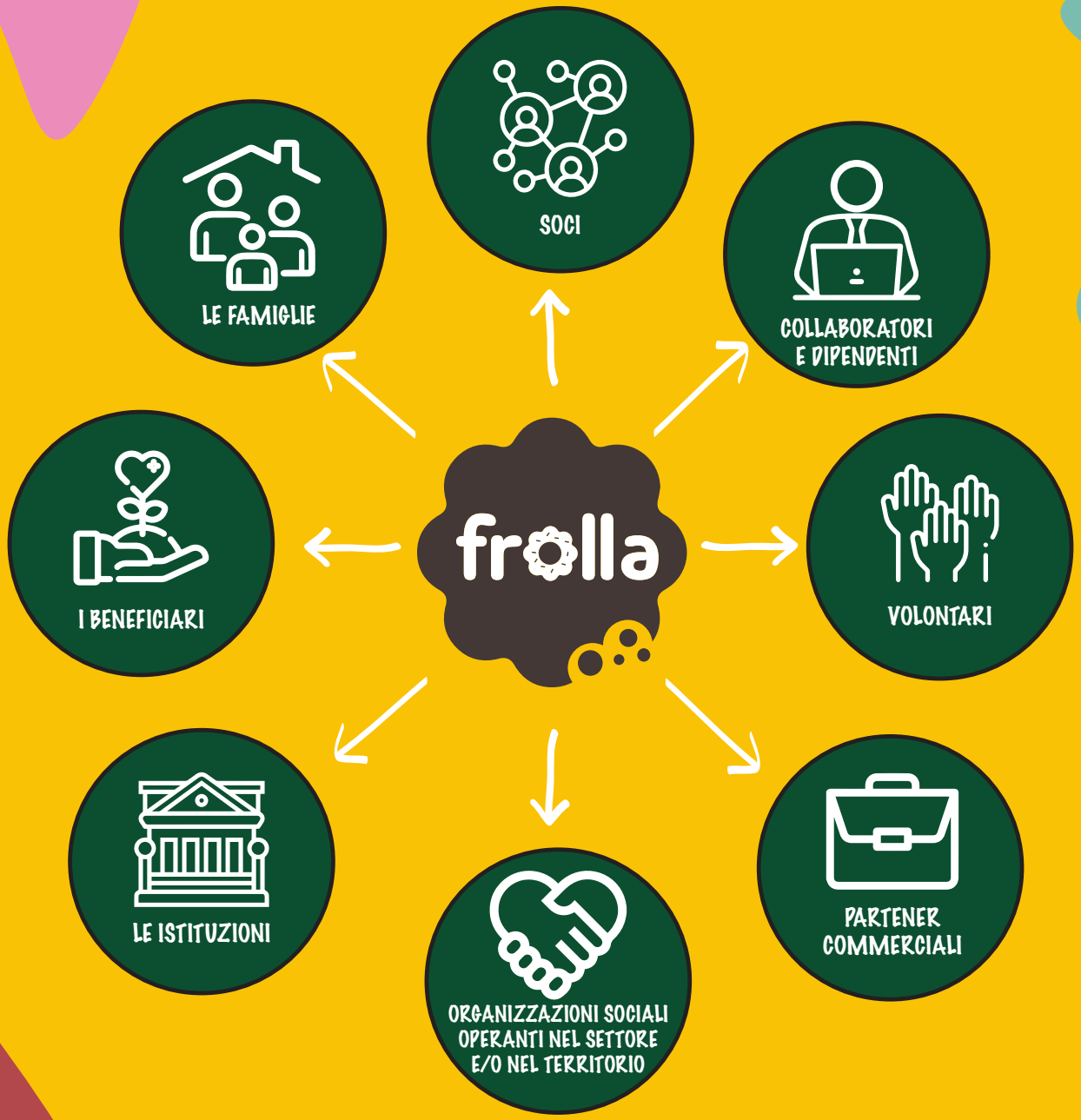
ASPETTI RELATIVI ALLA DEMOCRATICITÀ INTERNA ALL'ENTE

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.

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.




frolla
SOCI
COLLABORATORI E DIPENDENTI
VOLONTARI
PARTENER COMMERCIALI
ORGANIZZAZIONI SOCIALI OPERANTI NEL SETTORE E/O NEL TERRITORIO
LE ISTITUZIONI
I BENEFICIARI
LE FAMIGLIE

CHI LAVORA CON NOI

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



- inserimento lavorativo
- sviluppo delle abilità
- continuità lavorativa
- crescita professionale
- coinvolgimento nella mission istituzionale
- partecipazione ai processi decisionali



- coinvolgimento nella mission istituzionale
- senso di utilità
- crescita delle capacità professionali



- 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



- sostegno materiale, lavoro e reddito
- sostegno all'integrazione sociale
- consapevolezze educative



- promozione dei diritti
- crescita sociale



- senso di appartenenza alla community
- valutazione positiva del prodotto

CHI CI SOSTIENE

FAMIGLIE ITALIANE

- percezione di affidabilità dell'ente

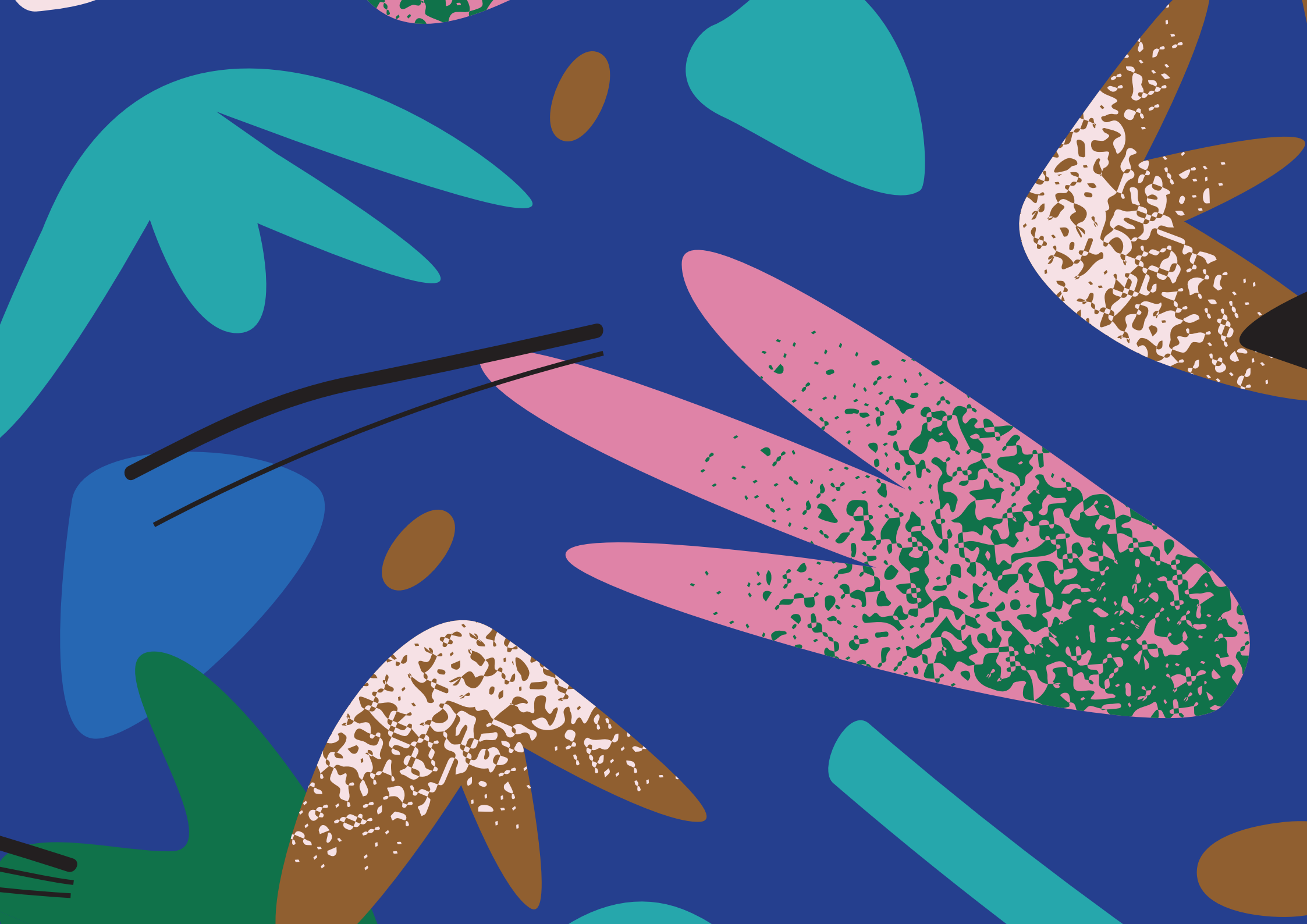
AZIENDE

- coinvolgimento nella mission istituzionale
- responsabilità sociale di impresa

FONDAZIONI E ALTRI ENTI CARITATIVI

- percezione di affidabilità dell'ente
- finanziamenti di progettualità presentate
- correttezza in reportistica e rendicontazione dei progetti finanziati


Good
FOOD
FROLLA
microbiscottificio
BAKERTOP
25
IL BAR
00
LA GASTRONOM
05



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) e con l'Istituto Alberghiero "G. Varnelli" di Cingoli (MC). Tali percorsi sono parte integrante del Piano Triennale dell'Offerta Formativa (PTOF) degli istituti scolastici, 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 e Ancona). 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). Questi tirocini 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.
Nel 2025 questo percorso ha trovato un'ulteriore conferma concreta: due giovani che avevano preso parte ai percorsi T.I.S. sono stati assunti da aziende del territorio, a dimostrazione di come i T.I.S. rappresentino un reale ponte verso l'inserimento lavorativo, anche al di fuori della cooperativa stessa.
Per i lavoratori con contratto di lavoro subordinato viene applicato il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) per le Cooperative Sociali.

Alla data del 31/12/2025 le persone che operano per Frolla in totale sono 55 e possono essere suddivise come segue:

OCCUPATI CON CONTRATTO DI LAVORO DIPENDENTE NORMODOTATI SOCI/NON SOCI	
NUMERO	**OCCUPATI**
3 SOCI AMMINISTRATORI	1 femmina over 40
	1 maschio over 40
	1 maschio under 40
12 NON SOCI	6 femmine under 40
	5 femmina over 40
	1 maschio over 40

OCCUPATI CON DISABILITA'/ FRAGILITA' SOCI O NON SOCI	
NUMERO	**OCCUPATI**
1 SOCIO	1 maschio over 40
7 NON SOCI	3 femmina under 40
	4 maschio under 40


FROLLA
microbiscottificio

OCCUPATI NORMODOTATI - TIPOLOGIA CONTRATTUALE

NUMERO	OCCUPATI
4	tempo indeterminato
11	tempo determinato

OCCUPATI CON DISABILITÀ - TIPOLOGIA CONTRATTUALE

NUMERO	OCCUPATI
4	tempo indeterminato
4	tempo determinato

COLLABORATORI INSERITI MEDIANTE TIS - PER COMUNE DI PROVENIENZA

TOT. 32	COMUNE
6	Ancona
2	Camerano
4	Castelfidardo
1	Filottrano
1	Maiolati Spontini
1	Montefano
12	Osimo
1	Polverigi
1	Recanati
1	Santa Maria Nuova
1	Falconara Marittima
1	Loreto

ATTIVITÀ DI FORMAZIONE E VALORIZZAZIONE REALIZZATE

All'interno della Cooperativa Frolla la formazione continua costituisce un pilastro strategico. Nel 2025, a conferma di questo impegno, il Presidente Jacopo Corona ha frequentato presso la facoltà di Bologna il corso di alta formazione in Management, strategia e finanza d'impatto per l'imprenditorialità sociale e il terzo settore.

Tra le attività di formazione, nel 2025, sono state dedicate delle giornate alle attività svolte con il metodo Lego Serious Play, con l'obiettivo di approfondire le dinamiche di sviluppo e interazione professionale e umano della squadra, individuando i valori e le risorse del gruppo.

STRUTTURA 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..


FRESCO
OGNI GIORNO
DAI MIGLIORI FORNI
DEL NOSTRO
METRICA
FROLLA
Follow the Cookie
LEGEA



4.
OBIETTIVI E ATTIVITA’ CHE FROLLA VUOLE RAGGIUNGERE

INFORMAZIONI QUALITATIVE E QUANTITATIVE SU:

AZIONI
BENEFICIARI
OUTPUT
EFFETTI

OBIETTIVI

N°1

Contribuire al miglioramento della qualità della vita di persone con disabilità psico-fisiche, favorendone l'inserimento lavorativo tramite la progettazione e realizzazione di prodotti alimentari di pasticceria e biscotti.

N°2

Rispondere al bisogno di socializzazione e di integrazione sociale dei ragazzi 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 dei soggetti con disabilità psico-fisiche, aumentandone l'occupabilità sia all'interno della cooperativa che all'esterno.

N°4

Sensibilizzare la comunità sulla disabilità e sul suo rapporto con l'abilità normodotata, non solo per integrarle 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 nel 2025 ha coinvolto 40 tra ragazzi e ragazze con disabilità psico-motoria in una vasta e articolata serie di attività, di cui essi sono sempre stati i protagonisti, in collaborazione con il resto del personale. Tali attività hanno portato al conseguimento di risultati concreti e misurabili, che spaziano dal numero dei ragazzi effettivamente coinvolti ai prodotti e ai servizi che essi hanno contribuito in modo decisivo a realizzare e a commercializzare.



ATTIVITÀ

N°1

INSERIMENTO LAVORATIVO DEI RAGAZZI CON DISABILITÀ

La Cooperativa Frolla assume ragazzi e ragazze under 35 in condizioni di fragilità o con disabilità psicofisiche e li accompagna in un percorso di formazione professionale ed inserimento lavorativo all'interno del microbiscottificio, dove si realizzano biscotti artigianali e prodotti di pasticceria. I ragazzi e le ragazze coinvolti vengono guidati e accompagnati per acquisire le nozioni fondamentali circa 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 quella per cui la loro qualità di vita migliora esponenzialmente attraverso il lavoro ed essi accrescono il loro grado di autonomia, socialità e consapevolezza di sé. Frolla offre un'opportunità a ragazzi e ragazze con disabilità, che riscontrano enormi difficoltà a trovare un'occupazione, inserendoli in un contesto qualificato e stimolante, dove si lavora e al contempo ci si diverte tutti insieme.





RISULTATI:

- n. 1 ragazzo con disabilità inserito in Frolla come socio e impiegato come dipendente a tempo indeterminato;
- n. 7[(1)] giovani con disabilità impiegati come dipendenti, di cui tre a tempo indeterminato e quattro a tempo determinato;
- n. 32[(2)] collaboratori in condizioni di fragilità o con disabilità coinvolti con TIS.

A questi si affiancano:
- n. 9 soci ordinari (di cui 4 lavoratori);
- n. 12 dipendenti normodotati.

I giovani con disabilità con contratto TIS provengono da 12 comuni diversi (Castelfidardo, Osimo, Polverigi, Camerano, Recanati, Ancona, Maiolati Spontini, Montefano, Filottrano e Santa Maria Nuova, Falconara Marittima e Loreto).
Tutti i ragazzi e le ragazze con disabilità hanno lavorato per tutto il 2025 facendo orario part-time.

(1) Il numero si riferisce ai dipendenti al 31/12/2025

(2) Il numero si riferisce al totale dei collaboratori che hanno operato per l'Ente al 2025.

N°2

PRODUZIONE, VENDITA E SOMMINISTRAZIONE

PRODUZIONE

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

- utilizzare materie prime provenienti dal territorio delle Marche e di alta qualità;
- sperimentare nuovi gusti e abbinamenti originali, rispettando sempre la stagionalità dei prodotti.

Uno dei motti di Frolla è “CAMBIAMO IL MONDO CON LA DOLCEZZA!”. Il cambiamento di cui si parla in questo slogan riguarda sia la realizzazione in senso stretto di prodotti dolciari sia l’impatto sociale che questa attività è in grado di generare quando a mettere le mani in pasta sono ragazzi con disabilità. La produzione avviene tramite processi semplici ed è facilitata dall’utilizzo di macchinari appositi, per dare a chiunque – a prescindere dalla specifica disabilità – la possibilità di cimentarsi nel lavoro.

ALCUNI DEI RISULTATI:

Nel corso del 2025 il laboratorio di Frolla ha registrato un significativo incremento della capacità produttiva, arrivando a realizzare mediamente circa 180 kg di prodotti dolciari al giorno, su 6 giorni lavorativi alla settimana.
La crescita dei volumi ha portato Frolla a riorganizzare progressivamente la propria attività produttiva, concentrando maggiormente le risorse interne sul core business della cooperativa: la produzione di biscotti.
Parallelamente, alcune lavorazioni sono state esternalizzate a partner produttivi selezionati, mantenendo la commercializzazione e il posizionamento a marchio Frolla. In particolare, sono state affidate all’esterno le produzioni di panettoni, colombe, uova di cioccolato, miele, marmellate e succhi di frutta.
Questa scelta ha consentito di concentrare il personale, gli spazi e la capacità produttiva interna sulle lavorazioni maggiormente caratteristiche di Frolla, rendendo più efficiente l’organizzazione del laboratorio e sostenendo la crescita dei volumi.

BISCOTTI DOLCI

Nel 2025 la gamma principale di biscotti Frolla è stata composta dalle seguenti referenze:

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

BOMBONIERE

Nel corso del 2025 è stata inoltre ampliata la gamma delle bomboniere, aumentando il numero delle referenze e delle possibilità di personalizzazione.

Il comparto delle bomboniere continua a rappresentare una delle produzioni caratteristiche di Frolla.

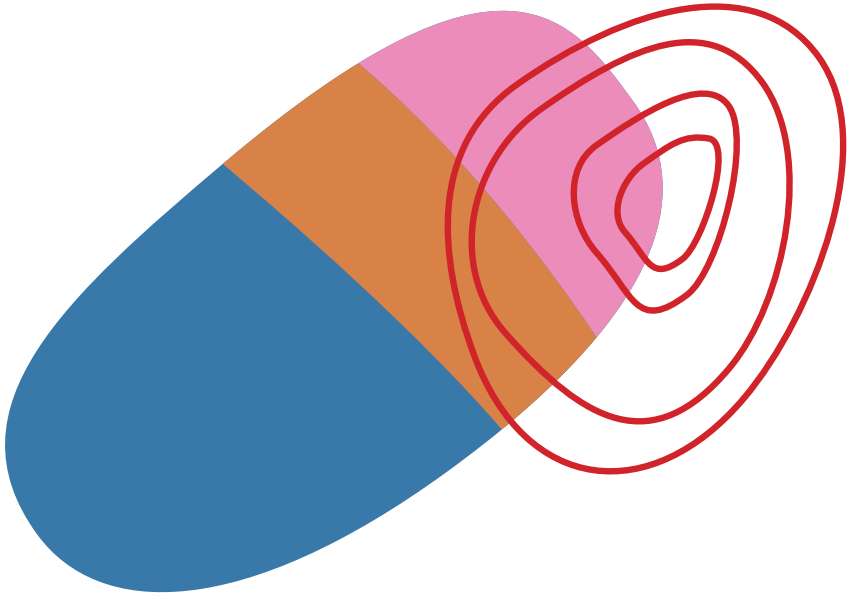
ATTIVITÀ

PRODUZIONI REALIZZATE ATTRAVERSO PARTNER ESTERNI

Per sostenere la crescita e concentrare maggiormente la produzione interna sui biscotti, nel 2025 Frolla ha scelto di affidare a partner specializzati alcune categorie:

- Panettoni
- Colombe
- Uova di cioccolato
- Miele
- Marmellate
- Succhi di frutta

La scelta dell'esternalizzazione di alcune produzioni si inserisce quindi in una strategia di specializzazione del laboratorio e rafforzamento del core business, senza rinunciare alla qualità ad ampliare l'offerta complessiva dei




FROLLA
microbiscottificio

VENDITA

La Cooperativa Frolla si inserisce sia nel mercato B2B che nel B2C, garantendosi così la possibilità di essere presente in un mercato differenziato e non vincolato. I canali di vendita sono eterogenei 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 e oltre i confini nazionali.

I principali canali di vendita nel 2025 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;
- Frolla Market: supermercato inclusivo aperto attraverso un contratto di affitto di ramo d'azienda sottoscritto in data 13/02/2025 con COAL Società Cooperativa a r.l.

ALCUNI DEI RISULTATI:

Il 2025 ha rappresentato per Frolla un anno di fortissima crescita dimensionale. I ricavi delle vendite e delle prestazioni sono passati da €451.227 nel 2024 a €1.173.378 nel 2025, con una crescita di circa il 160%. Il valore complessivo della produzione ha raggiunto €1.562.373, rispetto ai €701.995 dell'esercizio precedente.

Il forte incremento del fatturato è riconducibile principalmente all'apertura e alla gestione del nuovo punto vendita, che nel corso dell'anno ha determinato un rilevante aumento dei volumi commerciali gestiti dalla cooperativa.

La crescita economica del 2025 deve pertanto essere letta non soltanto come un aumento delle vendite, ma come un vero e proprio salto dimensionale della cooperativa, accompagnato dall'ampliamento delle attività, dall'aumento del personale e da importanti investimenti organizzativi e produttivi.

SOMMINISTRAZIONE

Oltre alla vendita di prodotti confezionati, Frolla procede alla somministrazione di colazioni e aperitivi direttamente al consumatore. I ragazzi 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 ragazzi 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 con disabilità vestono i panni di baristi provetti, 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 collaboratori di Frolla affrontando situazioni nuove, con modalità operative diverse rispetto alle attività classiche del laboratorio e del bar. Il Frollabus ha una capienza massima di due persone. Tra le principali attività che Frolla nel 2025 ha svolto grazie al suo food truck c'è stata 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;
- Frolla Market: non si configura come un semplice punto vendita, ma come uno spazio polifunzionale strutturato in più aree integrate tra loro. Dentro c'è un bar dedicato al servizio di caffetteria e prima colazione, un angolo gastronomia pensato per i pranzi veloci e quotidiani della clientela di passaggio e dei lavoratori della zona, un'area dedicata al servizio aperitivi nelle ore serali. Questa articolazione consente al Frolla Market di accompagnare il cliente lungo l'intero arco della giornata, dalla colazione fino all'aperitivo, ampliando in modo significativo le occasioni di contatto con il territorio e moltiplicando le opportunità di inserimento lavorativo per i ragazzi e le ragazze con disabilità coinvolti dalla cooperativa. Nello spazio del Market i lavoratori di Frolla si confrontano con mansioni differenziate, dalla preparazione e somministrazione di alimenti e bevande all'accoglienza della clientela, dalla gestione degli ordini al servizio ai tavoli, consolidando competenze trasversali spendibili anche in contesti lavorativi diversi.



RISULTATI:

Nel corso del 2025, i diversi punti vendita e le attività di Frolla hanno registrato complessivamente circa 50.000 presenze, confermando la capacità del progetto di attrarre un pubblico sempre più ampio e di trasformare i luoghi di Frolla in spazi di incontro, relazione e inclusione.

Un ruolo importante nelle attività esterne è stato svolto ancora una volta dal FrollaBus, strumento attraverso il quale Frolla porta il proprio modello di inclusione lavorativa direttamente nelle piazze, negli eventi, nelle aziende e nelle manifestazioni.

Nel corso del 2025:
- circa 50 uscite effettuate dal FrollaBus;
- circa €25.000 di incassi generati dalle attività del FrollaBus.

Il FrollaBus continua quindi a rappresentare non soltanto un canale commerciale, ma soprattutto uno degli strumenti più riconoscibili attraverso cui Frolla porta la propria esperienza di inclusione lavorativa fuori dal laboratorio e a contatto diretto con la comunità.

UN DATO CHE RACCONTA BENE IL CAMBIAMENTO

Per rendere immediatamente percepibile il salto avvenuto tra 2024 e 2025 si riporta qui sotto una tabella comparativa di alcuni indicatori mettendo a confronto i due anni:

INDICATORE	2024	2025
Produzione Media Giornaliera	circa 50 kg	circa 180 kg
Ricavi Vendite e Prestazioni	€€€ 451.227	€€ 1.173.378
N. di Partecipanti	circa 12.000	circa 50.000
N. Uscite Frolla Bus	oltre 60	circa 50
Volume Incassi Frolla Bus	oltre € 30.000	circa € 25.000

N°3 ATTIVITÀ COLLATERALI

La Cooperativa Frolla si impegna a promuovere un'eterogenea serie di attività che ampliano il coinvolgimento dei ragazzi 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 ragazzi, servono a garantire a questi ultimi la possibilità di confrontarsi con realtà diverse, sfidanti e gratificanti. Al contempo, Frolla si presenta come attore primario capace di creare sinergie e attivare collaborazioni con soggetti diversi tra loro, quali altri enti del terzo settore, enti locali ed aziende, sia a livello locale che nazionale. 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. Tra le principali attività svolte nel 2025:

ORGANIZZAZIONE DI CORSI

Organizzazione di corsi di formazione interna, rivolti ai dipendenti Frolla; nello specifico, a motivo dell'apertura del Frolla Market, nel 2025 sono stati organizzati dei corsi di pasticceria fresca in collaborazione con il Maestro Pastry Chef Andrea Fiori.

ATTIVITÀ DI SENSIBILIZZAZIONE SUI VALORI E SULLA MISSION DI FROLLA, PROPOSTE SIA DENTRO FROLLA CHE ALL'ESTERNO

In particolare, sono stati organizzati momenti di incontro e testimonianza con gli studenti dell'Istituto di Istruzione Superiore Vanvitelli di Ancona e dell'Istituto Professionale per i Servizi dell'Enogastronomia e dell'Ospitalità Alberghiera Varnelli di Cingoli (presso i due Istituti), mentre sono stati organizzati dei momenti di presentazione della realtà Frolla dedicati agli studenti di diverse scuole materne ed elementari della Provincia, durante i quali si sono aperte le porte dei laboratori ai bambini perché potessero vedere e toccare con mano la realizzazione dei prodotti Frolla.

VIAGGI

A partire dal viaggio a Boston, in occasione del progetto Why so surprised…? in collaborazione con Colette Divitto del 2024, Frolla si è aperta sempre più all'estero sia in ottica di sviluppo commerciale – facendosi conoscere e prendendo/dando spunto rispetto ad esperienze estere significative – sia per far fare esperienze nuove ai ragazzi che, uscendo dalla loro zona di comfort, aumentano il grado di autonomia e inclusione sociale. Nel 2025 in particolare Frolla è stata a New York a Giugno e a Parigi in Ottobre, in occasione rispettivamente della 18° Conferenza annuale degli Stati Onu sui diritti delle persone con disabilità e dell'evento UNESCO "Work inclusion: talents and skills in Italian cuisine".

BASKIN
Consolidamento del progetto Frolla Football Team, nato ormai 5 anni fa in collaborazione con la società calcistica SA Calcio di Castelfidardo (AN), grazie a cui 12 ragazzi con disabilità della cooperativa si cimentano nell'attività sportiva. Oltre all'attività agonistica, il progetto continua a offrire occasioni di crescita attraverso esperienze fuori sede e momenti di socializzazione.

BASKET
Avvio del progetto Frolla Baskin Team, in collaborazione con la società sportiva Robur Family ASD di Osimo (AN). Si è dato vita alla prima squadra, composta da ragazzi con disabilità della cooperativa, che si cimenta nell'attività sportiva; si è costituita anche una squadra femminile, che nel 2025 ha solamente avviato gli allenamenti.

PRODOTTI MERCHANDISING
Realizzazione di prodotti di 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 nel 2025 sono nati:

- Bolle di sapone;
- Yoyo;
- Borraccia per bambini;
- Tazza per caffè americano;
- Portachiavi da collo;
- Matita infinita;
- Penna antistress;
- Tazza in ceramica;
- Felpa con cappuccio;
- Cuffia;
- Body bambini.

RISULTATI:

- Più di 50 iniziative di sensibilizzazione svolte;
- Circa 30 partite di calcio giocate dalla squadra di Frolla;
- Aumento delle occasioni di viaggio.

4 OBIETTIVI E ATTIVITÀ









DA SAN PATERNIANO DI OSIMO ALLE NAZIONI UNITE A NEW YORK

Il 2025 ha portato Frolla fino alla sede delle Nazioni Unite di New York, dove la cooperativa è stata invitata a partecipare alla 18ª Conferenza degli Stati Parte della Convenzione ONU sui diritti delle persone con disabilità, svoltasi dal 10 al 12 giugno.
A New York, su invito del Ministero per la Disabilità, Frolla è stata protagonista di un Side Event dal titolo "La persona al centro: tempo ricreativo e tempo di vita", rappresentando l'Italia in una delle sedi diplomatiche più simboliche al mondo. Il Presidente Jacopo Corona, insieme alla delegazione, ha raccontato il percorso della cooperativa dalla prima teglia di biscotti sfornata a Osimo fino all'apertura del Frolla Market, il supermercato inclusivo nato nel 2025, illustrando i progetti e i prodotti realizzati insieme ai 35 ragazzi e ragazze con disabilità che oggi operano nella cooperativa.
L'esperienza newyorkese ha avuto un valore che va oltre la visibilità istituzionale: ha permesso a Frolla di testimoniare, nel cuore della diplomazia internazionale, come inclusione lavorativa e qualità imprenditoriale possano procedere insieme, portando una voce italiana concreta sul tema dei diritti, del lavoro e delle opportunità per le persone con disabilità. Come ha sottolineato il Presidente, "questa tappa è un punto di partenza, non di arrivo": un invito, per la cooperativa e per l'intero movimento che rappresenta, a continuare a costruire ponti e a generare, con dolcezza, occasioni di cambiamento reale.









5. SITUAZIONE ECONOMICO FINANZIARIA

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 triennio 2023-2025

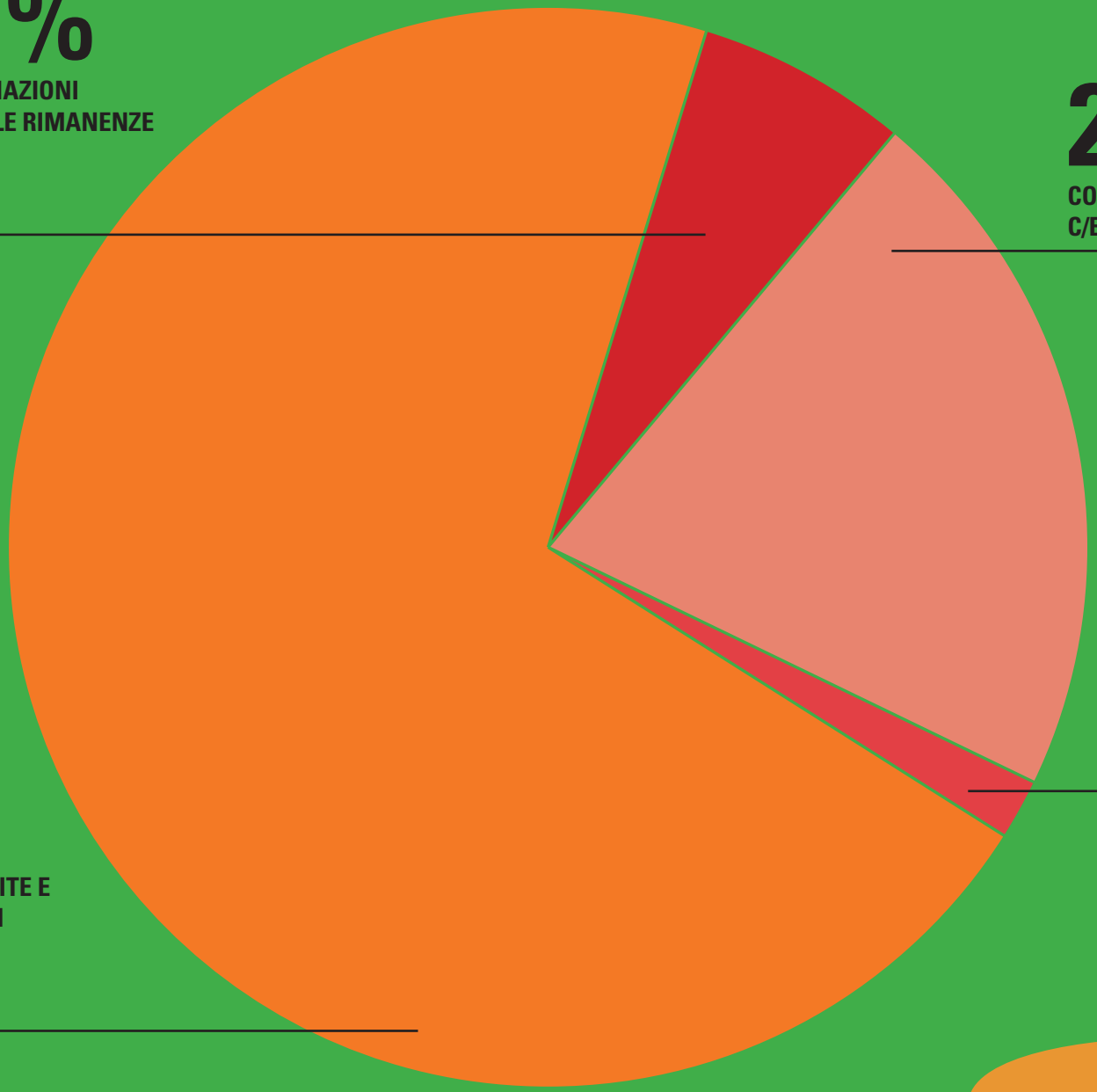
CONTO ECONOMICO SINTETICO		2023	2024	2025
	PROVENTI OPERATIVI	585.909	701.966	1.646.657
-	COSTI OPERATIVI	599.427	701.444	1.665.936
	DIFFERENZA TRA PROVENTI E COSTI OPERATIVI	- 13.518	522	-19.278
+/-	PROVENTI E ONERI FINANZIARI	- 3.068	-6.828	-10.548
+/-	RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITÀ FINANZIARIE	-	-	
+/-	PROVENTI E ONERI STRAORDINARI	22.880	15.883	38.449
	RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE	6.293	9.577	8.622

Il 2025 costituisce un anno di crescita per Frolla, con un raddoppio dei ricavi operativi, che si attestano a oltre € 1.646.000. Determinante per tale crescita l'apertura del Frolla Market a Febbraio 2025.

I proventi operativi si compongono di vendite prodotti e servizi per oltre € 1.167.000, in aumento di oltre € 722.000 rispetto al 2024. All'interno di tale cifra si segnala un peso crescente delle vendite di prodotti finiti e corrispettivi per la vendita di merci il cui fatturato è esploso rispetto all'anno precedente; mentre le prestazioni di servizi (attività di catering) rimangono sostanzialmente invariate rispetto al 2024.
Si evidenzia, inoltre, che i contributi in conto esercizio (contributi da fondazioni e contributi da enti pubblici) rappresentano circa il 20% del valore della produzione, pari a circa € 329.000, in aumento di circa €144.000 rispetto al 2024.
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 € 44.280 nel 2024 a € 27.299 per l'anno 2025.

Nel 2024 le erogazioni del 5 × 1000 ammontano a € 17.163 euro, con una contrazione di circa € 9.700 euro rispetto al 2024.
Nel 2025 si rilevano delle componenti positive straordinarie legate a sopravvenienze attive, che hanno inciso positivamente sul risultato economico.

VALORE DELLA PRODUZIONE	2023	2024	2025	2025 VS 2024 %
RICAVI DELLE VENDITE E DELLE PRESTAZIONE	414.045	445.650	1.167.687	162%
VARIAZIONI DELLE RIMANENZE	34.072	17.224	123.568	617%
CONTRIBUTI C/ESERCIZIO	103.463	184.973	329.141	78%
ALTRE LIBERALITÀ RICEVUTE	30.614	44.280	27.299	-38%
TOTALE VALORE DELLA PRODUZIONE	582.193	692.127	1.647.695	138%
COMPONENTI STRAORDINARIE	25.977	27.092	38.311	41%
TOTALI COMPONENTI POSITIVI	608.169	719.219	1.686.006	134%



7%
VARIAZIONI
DELLE RIMANENZE

20%
CONTRIBUTI
C/ESERCIZIO

2%
ALTRE LIBERALITÀ
RICEVUTE

71%
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 53% nel 2025 (aumento legato alla gestione del Frolla Market).

PESO % TIPOLOGIA COSTI VS VALORE DELLA PRODUZIONE	2023	2024	2025
ACQUISTO MATERIE PRIME	47%	44%	53%
COSTO DEL PERSONALE	24%	31%	26%
COSTI PER SERVIZI	25%	32%	17%
VALORE DELLA PRODUZIONE	**582.193**	**692.127**	**1.647.695**

Considerando il ruolo impattante del Frolla Market nello svolgimento delle attività nel 2025, si può notare un generale aumento delle principali voci di costo, in particolare della spesa per materie prime che aumenta di 16 punti %, arrivando ad incidere per il 53% sul valore della produzione. Il costo del personale, invece, pur aumentando in termini assoluti di oltre € 250.000, mantiene lo stesso peso % (26%) rispetto al 2024.

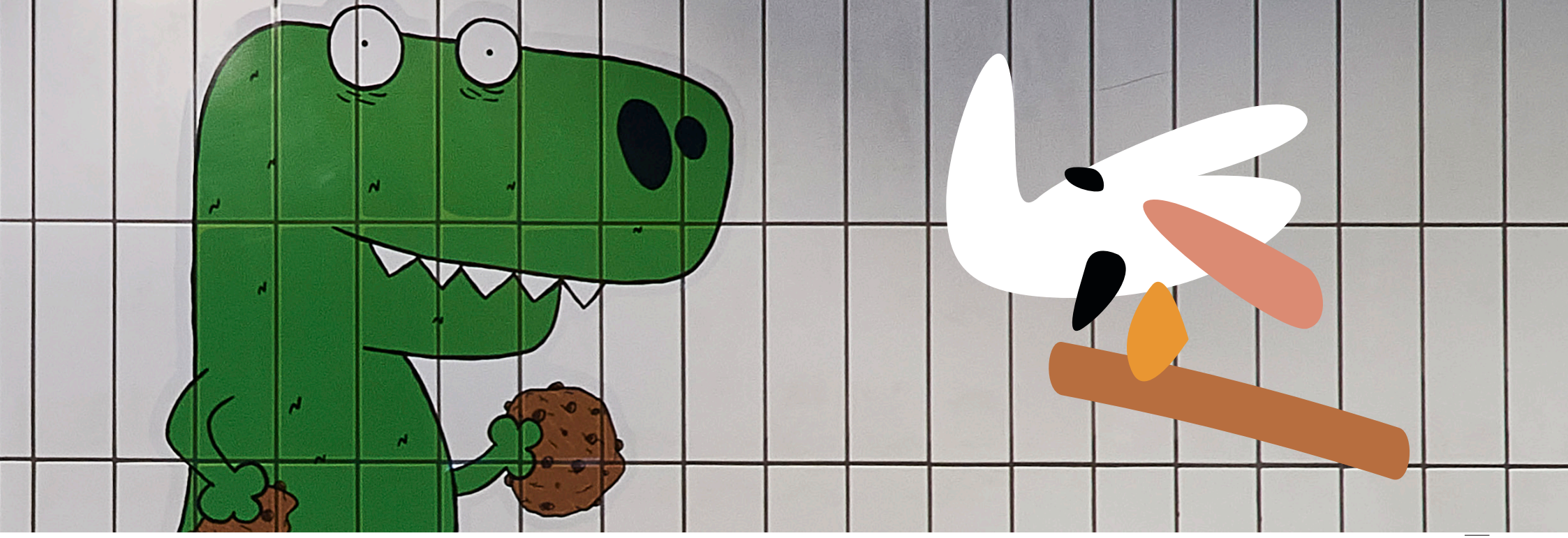
I costi per servizi passano da € 185.411 a € 275.734, mostrando un trend di crescita meno che proporzionale rispetto al valore della produzione, infatti il peso % si contrae dal 27% al 17%.
Questa contrazione è riconducibile al fatto che nel 2024 i costi di natura commerciale, come le spese di viaggio e le indennità, erano state importanti; nel corso del 2025 invece si sono ridimensionate. Lo stesso trend ha interessato le spese legate ai servizi di social media marketing.

TIPOLOGIA DI COSTI	2022	2023	2024	2025	2025 VS 2024 %
ACQUISTO MATERIE PRIME	197.334	276.174	258.678	875.049	238%
COSTO DEL PERSONALE	121.623	138.117	180.951	432.582	139%
COSTI PER SERVIZI	96.465	145.564	185.411	275.734	49%
TOTALE VALORE DELLA PRODUZIONE	**440.943**	**582.193**	**692.127**	**1.647.695**	**138%**

SEGNALAZIONE DA PARTE DEGLI AMMINISTRATORI DI EVENTUALI CRITICITÀ EMERSE NELLA GESTIONE ED EVIDENZIAZIONE 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.
Nel 2025 sono stati riconosciuti i finanziamenti per i progetti seguenti:

- "Destinazione Bicigrill: smart tourism, accessibilità e destagionalizzazione per un nuovo cicloturismo nella Regione Marche" (bando della Regione Marche FESR 2021-2027 "Incentivi per l'innovazione d'impresa nelle reti del turismo e per lo sviluppo dei cluster di prodotto turistico") – progetto in rete che riguarda la realizzazione di un ecosistema turistico integrato basato su bicigrill inclusivi, totem di smart tourism e servizi cicloturistici accessibili nella Riviera del Conero;
- "Frolla Village" (PR Marche FESR 2021/2027 - Asse 1, OS 1.3, Azione 1.3.2, Intervento 1.3.2.1 - Tipologia B - Creazione di nuove unità produttive delle MPMI cooperative) – progetto finalizzato all'apertura della nuova unità produttiva di 250 mq in Via Molino Giri a Osimo;
- "Frolla Market: l'inclusione nell'innovativo mix di produzione, vendita e ristoro"(Accordo per la Coesione 2021-2027 (FSC e FDR) della Regione Marche per il sostegno alle mpmi cooperative per investimenti in ammodernamento tecnologico e creazione di nuove unità produttive) – progetto finalizzato all'ammodernamento tecnologico della nuova unità produttiva che integra in un unico spazio multifunzionale produzione alimentare, bar, angolo gastronomia, area aperitivi, laboratorio didattico e punto vendita al dettaglio.

INFORMAZIONI SUI PREMI E RICONOSCIMENTI RICEVUTI

Anche nel corso del 2025 Frolla ha ricevuto importanti riconoscimenti che testimoniano concretamente l'efficacia del suo modello di impresa sociale, costruito su inclusione, artigianalità e sostenibilità. Non si tratta di semplici attestati simbolici: questi riconoscimenti restituiscono valore al lavoro quotidiano dei ragazzi e delle ragazze che animano il progetto e confermano, allo stesso tempo, la posizione di Frolla come punto di riferimento virtuoso all'interno dell'economia sociale italiana.

In occasione dell'ottava edizione del Premio 100% Italiano all'interno di "Settembre CLAI in Villa", la rassegna di iniziative conviviali che la cooperativa organizza ogni anno per creare occasioni di incontro e di dialogo con il territorio imolese, Frolla ha ricevuto il riconoscimento come esempio virtuoso di come inclusione sociale e radicamento nel territorio possano trasformarsi in un modello di impresa capace di generare valore autentico.

Durante la cerimonia di consegna delle Civiche Benemerenze, che il Comune di Osimo organizza ogni anno a settembre in occasione della festa patronale di San Giuseppe per rendere omaggio ai propri "figli migliori", la Cooperativa Frolla ha ricevuto il riconoscimento come esempio virtuoso di inclusione sociale che ha creato opportunità di crescita per giovani con disabilità attraverso la produzione di biscotti e il Frolla Market.




frolla
Scrocchiarella
Unica e indimenticabile
Provala da
frolla



6.
ALTRE INFORMAZIONI

INFORMAZIONI DI TIPO AMBIENTALE (IMPATTO AMBIENTALE)

Frolla non trascura l'ambiente e le sue attività sono continuamente orientate alla riduzione dei consumi, degli sprechi e dell'inquinamento. In concreto, ha installato pannelli solari sul tetto dell'edificio che ospita la sede principale e utilizza materiale riciclabile per il packaging dei prodotti. Anche durante gli eventi l'attenzione resta alta, perché per la somministrazione di alimenti e bevande vengono impiegati materiali biodegradabili e compostabili. Presso il Diversamente Bar di Osimo, inoltre, è stato installato un distributore di acqua potabile, modello Fontemagna della Blupura. A completare il quadro, Frolla si affida alla filiera corta e, per gli ingredienti a Km 0, ha selezionato alcuni fornitori locali, che sono indicati di seguito:

- Molino Bianchi, località Padiglione di Osimo (An), per la fornitura di farine di grano tenero;
- Azienda Agricola Sigi, a Macerata (Mc), per l'approvvigionamento delle amarene e delle visciole da utilizzare all'interno dei biscotti;
- Azienda Agricola Fratelli Lorenzetti S.S. Soc. Agr., situata a Castelfidardo (An), per la fornitura delle uova;
- Cooperativa Agricola Sociale San Michele Arcangelo, contrada Cigliano (Fm), per l'acquisto di frutta a certificazione biologica.

Il percorso di sostenibilità di Frolla si ispira inoltre a criteri e pratiche propri degli standard ambientali delle aziende certificate B Corp, prendendo come riferimento realtà note del settore alimentare. Tra queste figura Illycaffè, prima azienda italiana del caffè a ottenere la certificazione B Corp, nel 2021, e Valrhona, certificata B Corp dal 2020 e rinnovata nel 2023, che ha implementato misure significative per ridurre la propria impronta di carbonio nella produzione del cioccolato.

COMUNICAZIONE E TRASPARENZA

DALLA QUALITÀ DEL PRODOTTO ALLA COSTRUZIONE DI UNA COMUNITÀ

Per Frolla, comunicare significa rendere visibile il legame tra ciò che produce, il modo in cui lavora e il valore che intende generare per le persone e per il territorio. Non si tratta soltanto di promuovere un biscotto, raccontare un'iniziativa o far conoscere la cooperativa. Si tratta di condividere un'idea di impresa nella quale qualità, inclusione lavorativa e partecipazione della comunità non siano obiettivi separati, ma parti dello stesso percorso.

Questa visione parte da una convinzione che negli anni è diventata parte integrante dell'identità di Frolla: il valore sociale di un prodotto non può sostituire la sua qualità. Fin dall'inizio la cooperativa ha scelto un prodotto semplice e quotidiano come il biscotto per raccontare un modo diverso di intendere il lavoro delle persone con disabilità. Il suo obiettivo non era chiedere un acquisto motivato principalmente dalla compassione, ma proporre qualcosa che meritasse di essere scelto per il gusto, la cura, l'identità e la capacità di rispondere alle aspettative del cliente.

Da questa scelta nasce il principio che continua a orientare la strategia comunicativa di Frolla: la qualità deve sconfiggere il pietismo. Frolla non lo intende come un risultato definitivamente acquisito, ma come una direzione da perseguire ogni giorno, attraverso la coerenza tra il prodotto, l'esperienza offerta e il modo in cui racconta le persone. La finalità sociale non deve diventare una giustificazione per chiedere meno attenzione alla qualità; deve accompagnarsi alla volontà di fare bene il proprio lavoro.

Comunicare in questo modo significa cambiare il punto di osservazione. Le persone con disabilità non vengono raccontate soltanto attraverso ciò di cui hanno bisogno, ma anche attraverso ciò che sanno fare, imparano e mettono a disposizione degli altri. Sono lavoratori, colleghi e protagonisti di un'organizzazione alla quale contribuiscono con capacità, responsabilità e caratteristiche personali. Contrastare il pietismo non significa negare le difficoltà o il valore dei sostegni necessari: significa evitare che queste difficoltà diventino l'unica chiave attraverso cui leggere una persona.

Il prodotto rappresenta il primo punto di incontro tra questa visione e chi ancora non conosce Frolla. Un biscotto assaggiato, una confezione ricevuta in regalo o un servizio apprezzato possono far nascere una relazione prima ancora che sia conosciuta la storia di Frolla. Prima arriva il gusto, poi può arrivare la scoperta del progetto. Non perché la dimensione sociale debba essere nascosta, ma perché Frolla vuole che venga riconosciuta come un valore che si aggiunge alla qualità, non come qualcosa che la sostituisce.

DAL PUBBLICO ALLA COMMUNITY

Nel corso del 2025 la comunicazione non ha avuto soltanto il compito di raccontare ciò che stava facendo. La cooperativa ha cercato sempre di più di renderla uno strumento attraverso cui condividere ciò che avrebbe voluto costruire, aprendo uno spazio di partecipazione attorno ai propri progetti. Il passaggio è quello da un pubblico che osserva, segue, acquista e sostiene a una comunità che possa riconoscersi nella direzione intrapresa e contribuire alla sua evoluzione.

Per Frolla, parlare di community non significa soltanto riferirsi alle persone che seguono i suoi canali digitali. Significa pensare a una rete di relazioni che comprende clienti, famiglie, cittadini, imprese, scuole e organizzazioni. Non tutte queste persone partecipano nello stesso modo, né è necessario che lo facciano. Ciò che vuole costruire è la possibilità di avvicinarsi a Frolla attraverso modalità differenti, trovando un senso condiviso nel lavoro e nei progetti della cooperativa.

Social network, eventi, incontri, prodotti, collaborazioni aziendali, raccolte fondi e attività sul territorio sono i diversi punti di accesso a questo racconto. La loro integrazione non consiste semplicemente nel ripetere lo stesso messaggio su più strumenti. Consiste nel dare continuità alla relazione: un contenuto può far conoscere il progetto, un incontro può renderlo concreto, un acquisto può confermare la fiducia e una campagna può offrire l'occasione per partecipare a una nuova iniziativa.

La comunicazione di Frolla mantiene quindi una natura omnicanale, adattando il linguaggio al contesto e al pubblico senza perdere coerenza. Il filo comune è l'invito a non considerare Frolla soltanto come una realtà da osservare dall'esterno. Frolla vuole che le persone possano riconoscervi un progetto che riguarda anche la qualità delle relazioni e delle opportunità presenti nella propria comunità.

Questo orientamento modifica anche il senso della visibilità che Frolla cerca. Alla cooperativa non interessa soltanto essere conosciuta da un numero maggiore di persone: vuole che questa conoscenza possa trasformarsi in fiducia, vicinanza e collaborazione. Non ogni contatto diventa una partecipazione attiva, ma ogni occasione di comunicazione può rendere più chiaro chi è Frolla, che cosa propone e in quale modo sia possibile prendere parte al percorso.

Frolla può diventare un progetto collettivo: questa è la prospettiva che la cooperativa ha cercato di condividere. Una prospettiva nella quale la crescita della cooperativa non sia raccontata soltanto come un risultato organizzativo, ma anche come la possibilità di mettere nuove energie, relazioni e spazi a servizio della comunità.


Meat
FROLLA
Follow the Cookie

6 ALTRE INFORMAZIONI

IL CROWDFUNDING COME STRUMENTO PER L'IMPRESA COLLETTIVA

Per Frolla il crowdfunding non è semplicemente uno strumento di raccolta fondi. È parte della sua storia, del suo modo di comunicare e, soprattutto, del suo modo di costruire i progetti insieme alle persone.

Frolla nasce proprio grazie a una campagna di crowdfunding. Prima ancora che esistesse un laboratorio, prima dei biscotti, dei nuovi spazi e dei tanti progetti sviluppati negli anni, c'era un'idea e c'era una comunità che ha scelto di crederci. Quel primo sostegno ha rappresentato molto più di un contributo economico: è stato un atto di fiducia. Tante persone hanno deciso di sentirsi parte di qualcosa che ancora non esisteva, contribuendo a trasformare un sogno in un progetto concreto.

Da quel momento il crowdfunding è diventato una delle modalità attraverso cui Frolla mantiene vivo il rapporto con la propria community. Nel tempo ha scelto di raccontare apertamente le proprie idee, i propri bisogni e i nuovi investimenti, chiedendo alle persone non semplicemente di "donare", ma di partecipare. La sua community è quindi cresciuta insieme a Frolla ed è stata progressivamente abituata a questa dinamica: conosce lo strumento, ne comprende il significato e sa che dietro ogni campagna c'è un obiettivo concreto da raggiungere insieme.

Questo rappresenta oggi un patrimonio importante. Quando Frolla presenta una nuova campagna di crowdfunding, non parte da zero: si rivolge a una comunità che negli anni ha imparato a conoscere il suo modo di operare, che ha seguito l'evoluzione dei progetti e che può vedere concretamente ciò che è stato realizzato grazie al sostegno ricevuto. È un rapporto costruito nel tempo, basato sulla fiducia, sulla trasparenza e sulla restituzione dei risultati.



Per questo cerca di non considerare mai il crowdfunding come una semplice richiesta di risorse economiche. Il messaggio che vuole trasmettere è un altro: lo si può fare insieme. Ogni nuovo progetto può diventare un pezzo di strada condiviso, nel quale ciascuno ha la possibilità di contribuire secondo le proprie possibilità e di sentirsi parte integrante di quello specifico investimento.

Chi sostiene una campagna non è quindi solamente un finanziatore. Diventa, in qualche modo, parte della storia di quel progetto. Quando quello spazio apre, quando una nuova attrezzatura entra in funzione, quando un servizio prende vita o quando un ragazzo trova una nuova opportunità, il risultato appartiene anche a tutte le persone che hanno scelto di crederci.

Negli anni questa modalità ha contribuito a creare una comunità consapevole, pronta a mobilitarsi quando nasce un nuovo progetto perché già conosce il valore dello strumento e il significato della propria partecipazione. Il crowdfunding diventa così anche uno strumento culturale: insegna che un investimento ad impatto sociale non appartiene soltanto all'organizzazione che lo realizza, ma può diventare patrimonio di una comunità intera.

Continua a utilizzare il crowdfunding perché quella convinzione non è cambiata. Anzi, negli anni è diventata ancora più forte: le cose più importanti non si costruiscono da soli. Si costruiscono insieme.




la dispens
FROLLA
Follow the Cookie

DA IMPRESA SOCIALE A IMPRESA COLLETTIVA

Nel 2025 la cooperativa ha cercato di utilizzare la comunicazione anche per raccontare un'idea più ampia di impresa sociale. Un'impresa capace di produrre beni, servizi, valore economico e opportunità lavorative, ma anche di mettere in relazione persone e organizzazioni che, insieme, possono dare forma a nuove progettualità. L'espressione «impresa collettiva» descrive la direzione verso cui vuole tendere: un'impresa il cui sviluppo sia alimentato dalla qualità delle relazioni e orientato alla creazione di valore condiviso.

Questa prospettiva non sostituisce l'identità di Frolla e non attenua la responsabilità dell'organizzazione nelle decisioni e nella gestione. Non significa neppure che ogni sostenitore assuma un ruolo nella conduzione dell'impresa. Significa riconoscere che la realizzazione di un progetto sociale può essere arricchita da contributi differenti e che il rapporto con la comunità non dovrebbe esaurirsi nella richiesta di sostegno economico o nell'offerta di un servizio.

Frolla può mettere a disposizione persone, esperienza, competenze e capacità imprenditoriale. Le famiglie possono contribuire a far emergere bisogni, aspettative e prospettive. Le aziende possono offrire competenze, risorse e occasioni di collaborazione. Le scuole e le altre organizzazioni possono favorire l'incontro tra esperienze diverse. Le istituzioni possono accompagnare i percorsi, mentre i cittadini possono partecipare alle iniziative, utilizzare gli spazi e contribuire a diffonderne il significato.

Il valore di questa rete non nasce soltanto dal numero dei soggetti coinvolti, ma dalla possibilità di far dialogare contributi differenti attorno a obiettivi comprensibili. La comunicazione ha il compito di rendere visibili questi punti di incontro: spiegare che cosa Frolla propone, quali bisogni intende affrontare e perché una collaborazione possa essere significativa anche per chi vi partecipa. Frolla non vuole limitarsi a chiedere adesione a un'idea già chiusa, ma coltivare relazioni capaci di accompagnarne lo sviluppo.

In questo quadro, la crescita dell'impresa mantiene un significato preciso. Non è un fine da raccontare soltanto attraverso l'aumento delle attività o della notorietà. Interessa a Frolla nella misura in cui può sostenere il lavoro, rafforzare la continuità dei progetti e rendere possibili nuove opportunità per la comunità. L'idea di impresa collettiva chiede quindi di tenere insieme partecipazione e responsabilità, apertura e sostenibilità, visione e concretezza.

Per questo Frolla ha cercato di spostare progressivamente il proprio messaggio da «guardate quello che abbiamo fatto» a «immaginiamo insieme quello che possiamo fare». Non significa rinunciare a raccontare i risultati, ma collocarli dentro una storia condivisa, nella quale la cooperativa riconosca il valore delle relazioni e inviti nuove persone a contribuire ai passi successivi.

COMUNICARE SIGNIFICA GENERARE PARTECIPAZIONE

L'evoluzione della strategia di Frolla non allontana la comunicazione dal prodotto, dalle vendite o dalla riconoscibilità del marchio. Cerca piuttosto di collegare queste dimensioni alla missione sociale di Frolla. Un prodotto apprezzato può sostenere la relazione con un cliente; una relazione di fiducia può aprire una collaborazione; una collaborazione può contribuire alla nascita di un progetto. Il compito della comunicazione è rendere comprensibili queste connessioni e offrire occasioni concrete per prendervi parte.

In questo percorso, il linguaggio della cooperativa mantiene le caratteristiche che Frolla riconosce nella propria identità: immediatezza, ironia, spontaneità e disponibilità a rompere alcuni schemi del racconto della disabilità. La leggerezza non deve banalizzare le esperienze e l'emozione non deve trasformarsi in una leva di compassione. Frolla vuole mostrare persone nella loro quotidianità, senza ridurle né alle difficoltà né a figure eccezionali chiamate continuamente a sorprendere. Raccontare il lavoro significa dare spazio a competenze, relazioni e percorsi di crescita.

Anche i diversi strumenti acquistano significato dentro questa coerenza. I canali digitali permettono di mantenere un contatto con chi la segue; gli incontri e le attività sul territorio rendono possibile una conoscenza diretta; le collaborazioni e la presenza sui media offrono occasioni per raggiungere interlocutori diversi. La direzione comune è fare in modo che ogni occasione di visibilità possa essere anche un'occasione di comprensione del progetto, evitando una distanza tra ciò che promette e ciò che le persone incontrano.

La trasparenza diventa quindi parte della comunicazione, non un elemento separato. Partecipare consapevolmente richiede di capire la finalità di un'iniziativa, la differenza tra un obiettivo e un risultato, il senso di un acquisto e quello di un contributo. Per Frolla, comunicare con responsabilità significa mantenere queste distinzioni e riconoscere che la fiducia non può essere data per acquisita. Deve trovare riscontro nella qualità del lavoro e nella coerenza del rapporto con le persone.



Questa prospettiva porta Frolla a considerare l'efficacia della comunicazione oltre la sola visibilità. Raggiungere un pubblico ampio è importante, ma il significato che attribuisce a quel risultato dipende anche dalla capacità di generare relazioni, comprensione e occasioni di collaborazione. È un orientamento che vuole continuare a sviluppare: non limitarsi a chiedere quante persone abbiano visto un messaggio, ma interrogarsi su quali possibilità di partecipazione quel messaggio abbia saputo aprire.

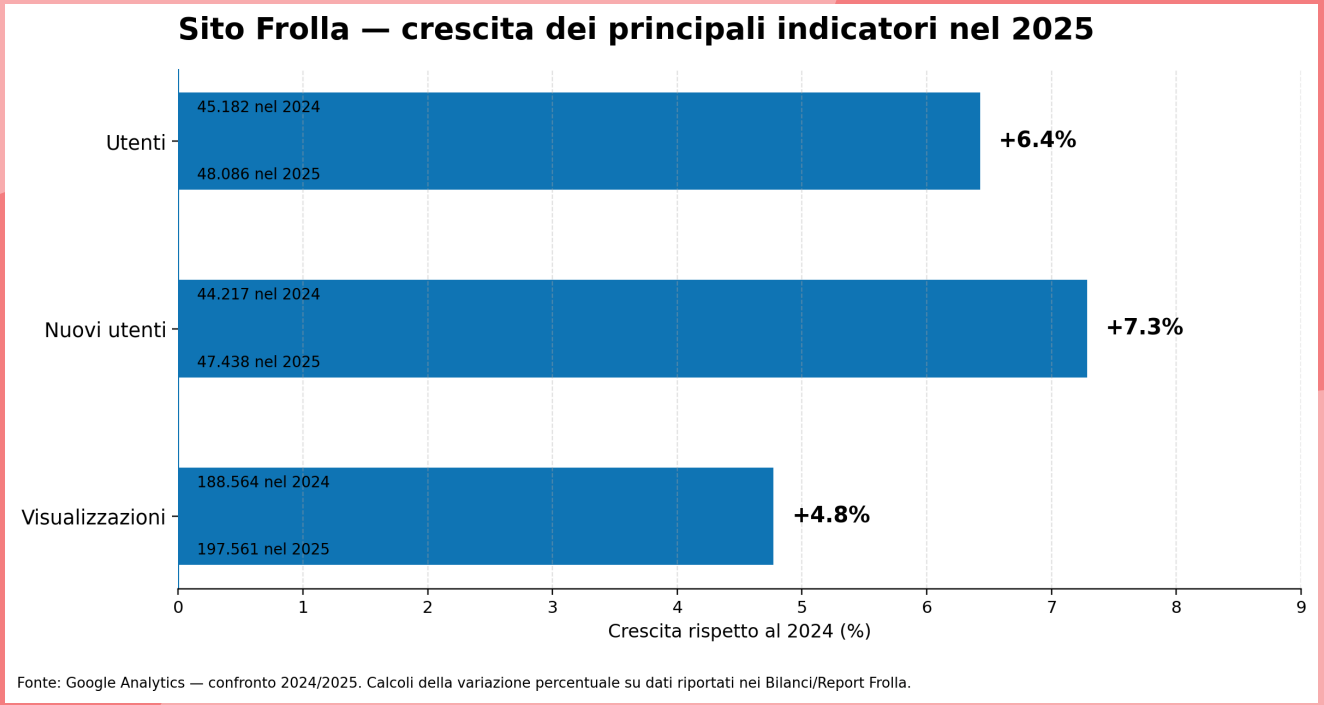
Raccontare un lavoratore può contribuire a modificare lo sguardo sulla disabilità. Raccontare la qualità di un prodotto può rendere concreto il valore di un'impresa inclusiva. Condividere un progetto ancora da realizzare può consentire alla comunità di immaginarlo e sostenerne la costruzione. Sono dimensioni diverse della stessa responsabilità: utilizzare la comunicazione non soltanto per parlare di Frolla, ma per rendere possibile un incontro attorno a ciò che Frolla vuole contribuire a cambiare.

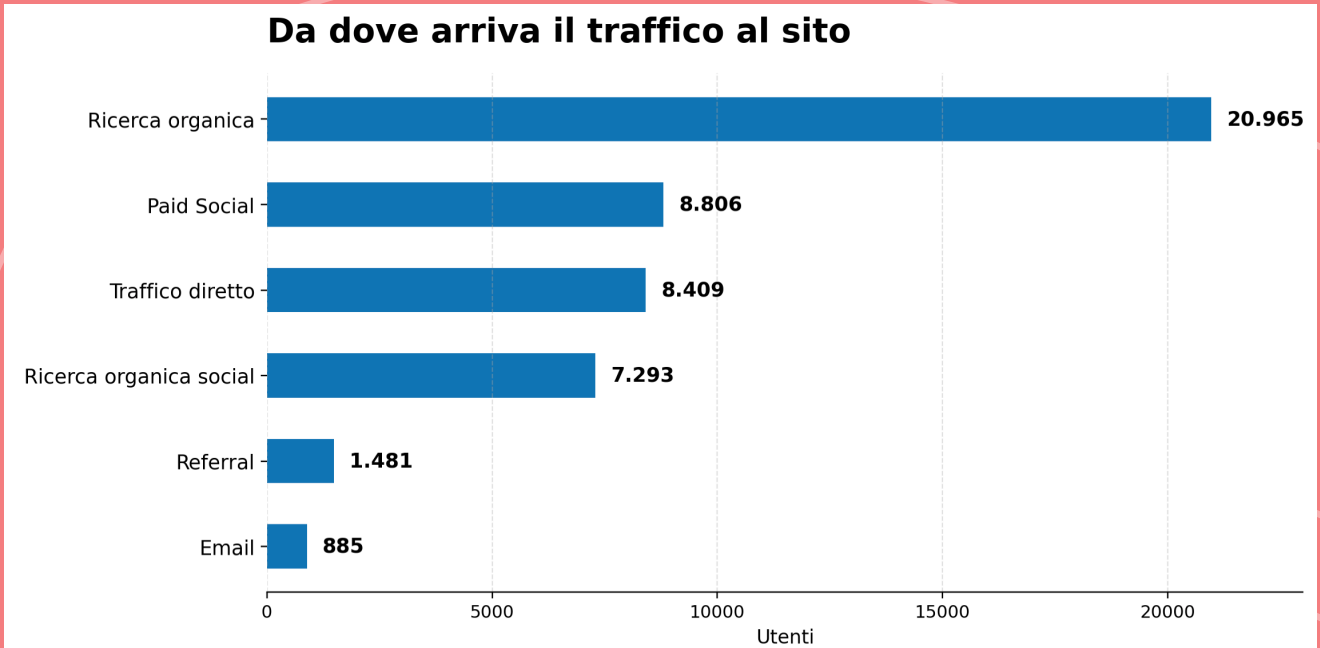
Trasformare attenzione in relazione, relazione in partecipazione e partecipazione in cambiamento: è questa la direzione che Frolla ha cercato di dare alla comunicazione nel 2025. Il prodotto rimane il punto di partenza, la qualità il fondamento della credibilità, le persone il centro del racconto e la comunità l'orizzonte dei progetti. Frolla Land esprime questa visione: non soltanto un nuovo spazio per la cooperativa, ma l'idea di uno spazio da costruire insieme, a servizio della comunità.

Perché cambiare il mondo con dolcezza, per Frolla, non significa soltanto raccontare un progetto. Significa creare le condizioni perché altre persone possano riconoscersi in quel progetto e contribuire a costruirlo insieme.

SITO WEB
WWW.FROLLALAB.IT

Nel 2025 il sito **www.frollalab.it** si è confermato il motore digitale della cooperativa, rappresentando uno dei principali punti di accesso alla realtà Frolla e ai suoi prodotti.
Durante l'anno, gli utenti che hanno visitato il sito web sono stati 48 mila, con una crescita del 6,4% rispetto ai 45 mila utenti del 2024. Di questi, 47 mila erano nuovi utenti, in aumento del 7,3% rispetto ai 44 mila dell'anno precedente, confermando la capacità del sito di intercettare un pubblico sempre più ampio e di entrare in contatto con nuove persone.
Nel complesso, nel 2025 si sono registrate 197 mila visualizzazioni di pagina, con un incremento del 4,8% rispetto alle 188 mila del 2024. La durata media del coinvolgimento si è attestata a 1 minuto e 40 secondi, mentre le interazioni con i contenuti del sito hanno raggiunto complessivamente 560 mila eventi, ovvero interazioni con i contenuti del sito.





Fonte: Google Analytics — anno 2025. Valori riferiti agli utenti per canale di acquisizione.

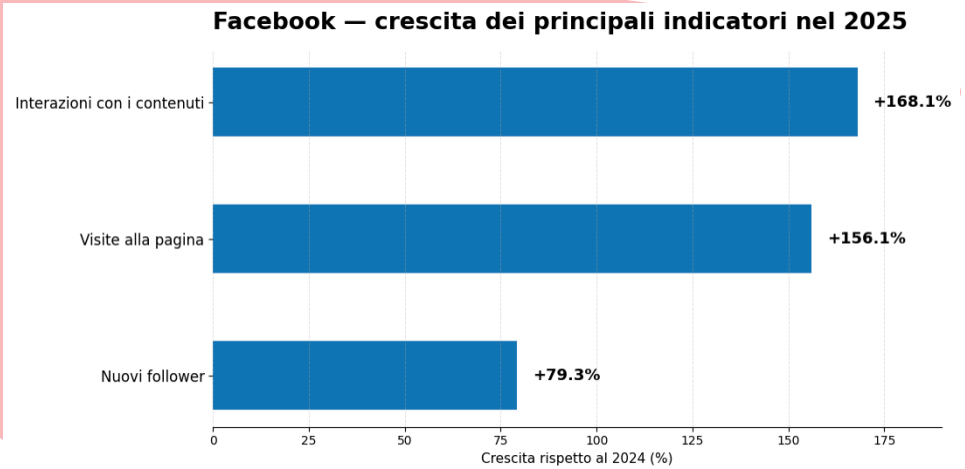
Le pagine maggiormente visitate confermano il ruolo centrale del sito anche nel percorso di acquisto: al primo posto si trova lo Shop, seguito dalla Home page e dalla sezione dedicata alle Bomboniere. Il dato evidenzia come la navigazione accompagni gli utenti dalla scoperta della realtà Frolla fino alla consultazione dei prodotti.
Particolarmente significativo è il dato relativo alla provenienza del traffico. Al primo posto si colloca la ricerca organica, ovvero gli accessi provenienti dai risultati non a pagamento del motore di ricerca Google. Seguono il traffico a pagamento dai social, il traffico diretto, la ricerca organica dai social e i link referral.
La prevalenza della ricerca organica conferma l'importanza della visibilità conquistata da Frolla sui motori di ricerca e della solidità dei contenuti digitali nel favorire l'ingresso di nuovi utenti nel percorso di conoscenza e acquisto.

Il report conferma che la ricerca organica è il primo canale di acquisizione.

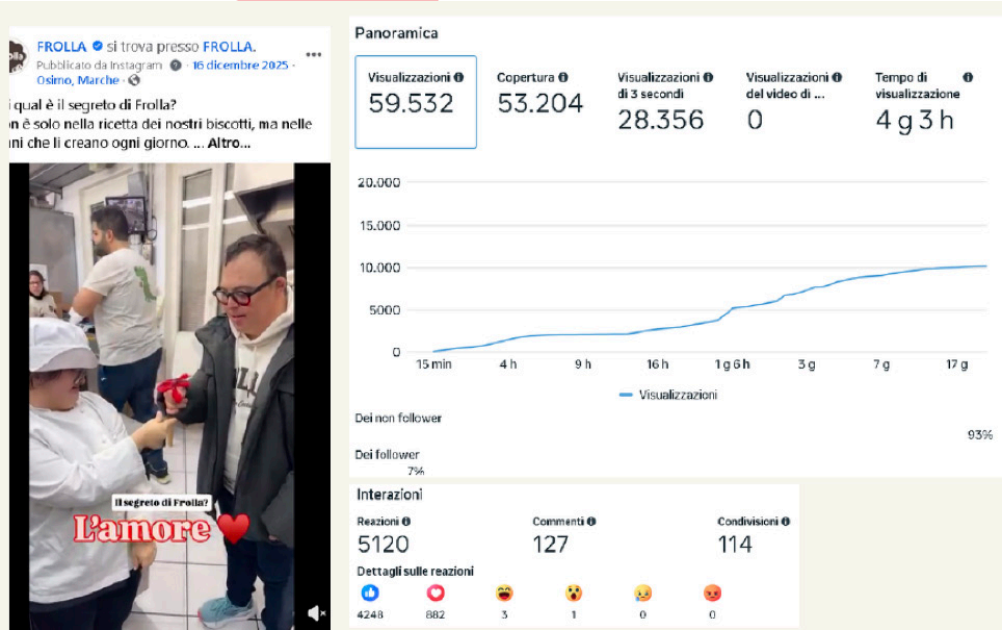
FACEBOOK (META)

Facebook, insieme a Instagram, rappresenta una delle principali piattaforme attraverso cui Frolla comunica il proprio messaggio di inclusione, raccontando la quotidianità della cooperativa, il lavoro dei ragazzi, i prodotti e le attività realizzate sul territorio.
Nel 2025 la pagina Facebook di Frolla ha registrato 8,3 milioni di visualizzazioni dei contenuti, confermando una forte capacità di raggiungere un pubblico ampio.
La community di Frolla ha continuato a crescere: al termine del 2025 la pagina conta 31.088 follower, con 3.221 nuovi follower acquisiti nel corso dell'anno. Il pubblico rimane prevalentemente femminile (71,7%) e composto principalmente da persone di età compresa tra i 35 e i 54 anni. Le principali città di provenienza sono Osimo, Ancona e Castelfidardo, mentre il Paese di riferimento resta l'Italia.
Anche le visite alla pagina hanno registrato una crescita importante: nel 2025 sono state 105.815, con un incremento del 156,1% rispetto alle 82.099 del 2024.

Tra i contenuti che hanno ottenuto i migliori risultati nel corso del 2025 si distingue il Reel "Il segreto di Frolla? L'amore", pubblicato nel mese di dicembre raggiungendo oltre 59 mila visualizzazioni
Attraverso un linguaggio semplice e immediato, il contenuto ha saputo raccontare uno degli elementi che caratterizzano maggiormente l'identità di Frolla: il valore delle relazioni umane, dell'inclusione e del lavoro condiviso. Il Reel ha raggiunto 59.532 visualizzazioni, generando 5.120 reazioni, 127 commenti e 114 condivisioni, a conferma della capacità dei contenuti autentici di coinvolgere il pubblico e favorire la diffusione spontanea dei messaggi della cooperativa.



Fonte: Report Frolla 2025 — variazioni dichiarate rispetto al 2024.



INSTAGRAM

Anche Instagram rappresenta un importante canale attraverso cui Frolla racconta la propria realtà, dando visibilità alle persone, alle attività della cooperativa, ai prodotti e ai valori di inclusione che ne caratterizzano l'identità.
Nel 2025 il profilo Instagram di Frolla ha raggiunto oltre 1,9 milioni di persone, con una crescita del 298,3% rispetto al 2024, quando la copertura si attestava a circa 699 mila persone.
Anche le visite al profilo hanno registrato una crescita significativa: nel corso dell'anno sono state 60.437, con un incremento del 184,2% rispetto alle 37.233 del 2024.
I follower sono invece aumentati di 2.505 unità, confermando la crescita della community e la capacità del profilo di trasformare la visibilità raggiunta in nuove connessioni.

Al termine del 2025 il profilo Instagram di Frolla conta 30.226 follower.
La community è composta prevalentemente da donne, che rappresentano il 79,4% del pubblico, mentre gli uomini costituiscono il 20,6%.
La fascia d'età maggiormente rappresentata è quella compresa tra i 25 e i 54 anni.
Le principali città di provenienza sono Osimo, Ancona, Roma, Castelfidardo e Milano, mentre il Paese di riferimento è l'Italia.

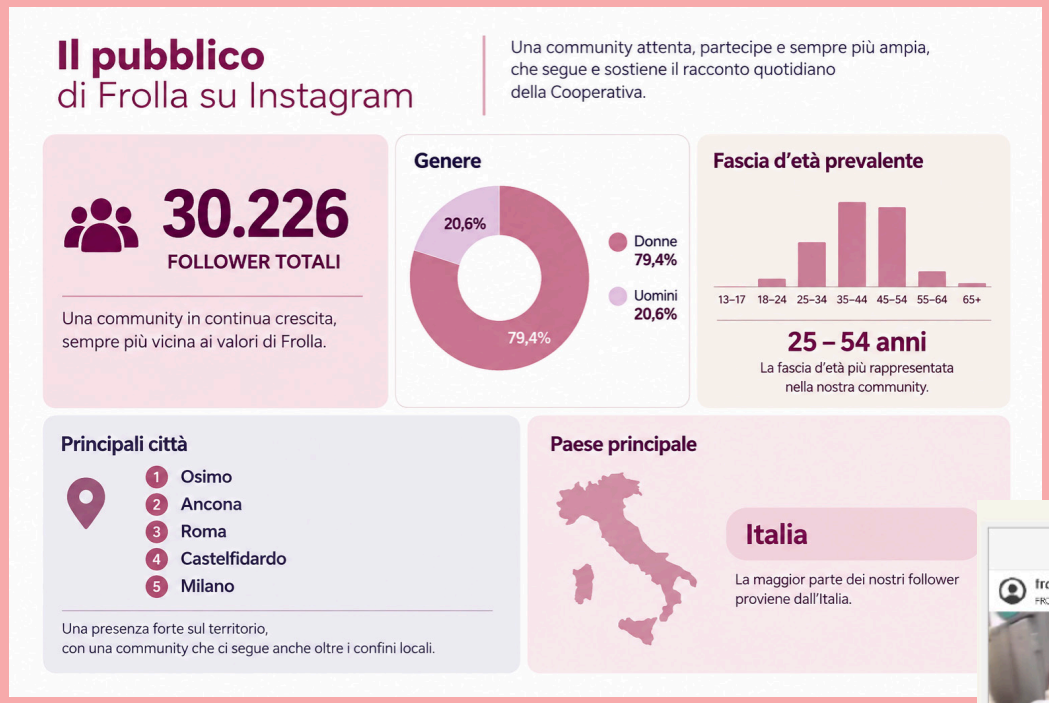
INSTAGRAM

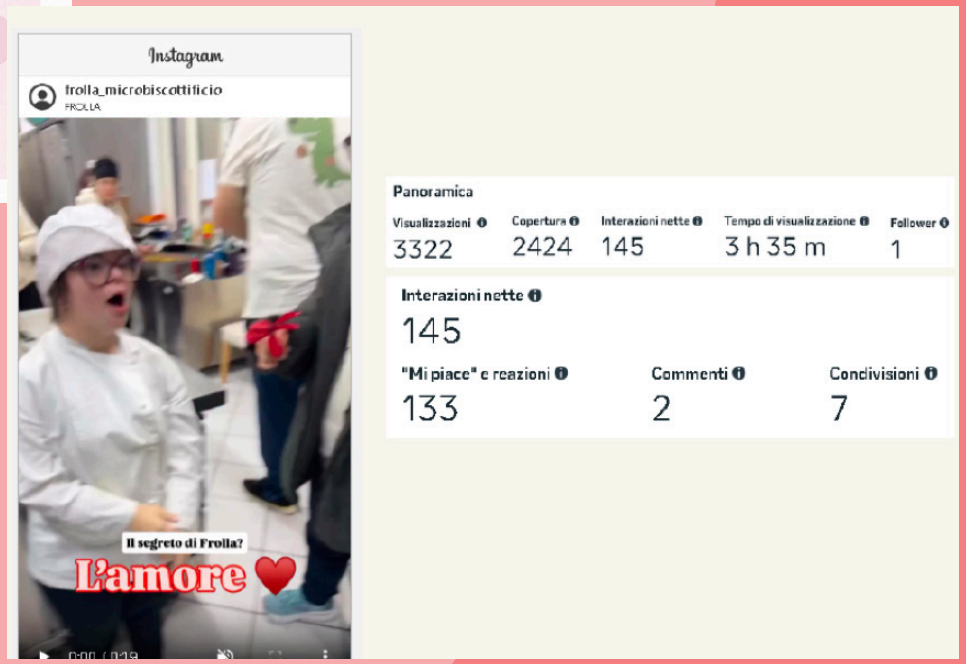
La crescita del profilo nel 2025

Confronto con il 2024

PERSONE RAGGIUNTE	VISITE AL PROFILO	NUOVI FOLLOWER
1,9 mln	**60.437**	**+2.505**
+298,3%	**+184,2%**	nel corso del 2025
rispetto al 2024	rispetto al 2024	

Nel 2025 Instagram ha ampliato significativamente la capacità di Frolla di raggiungere nuove persone.



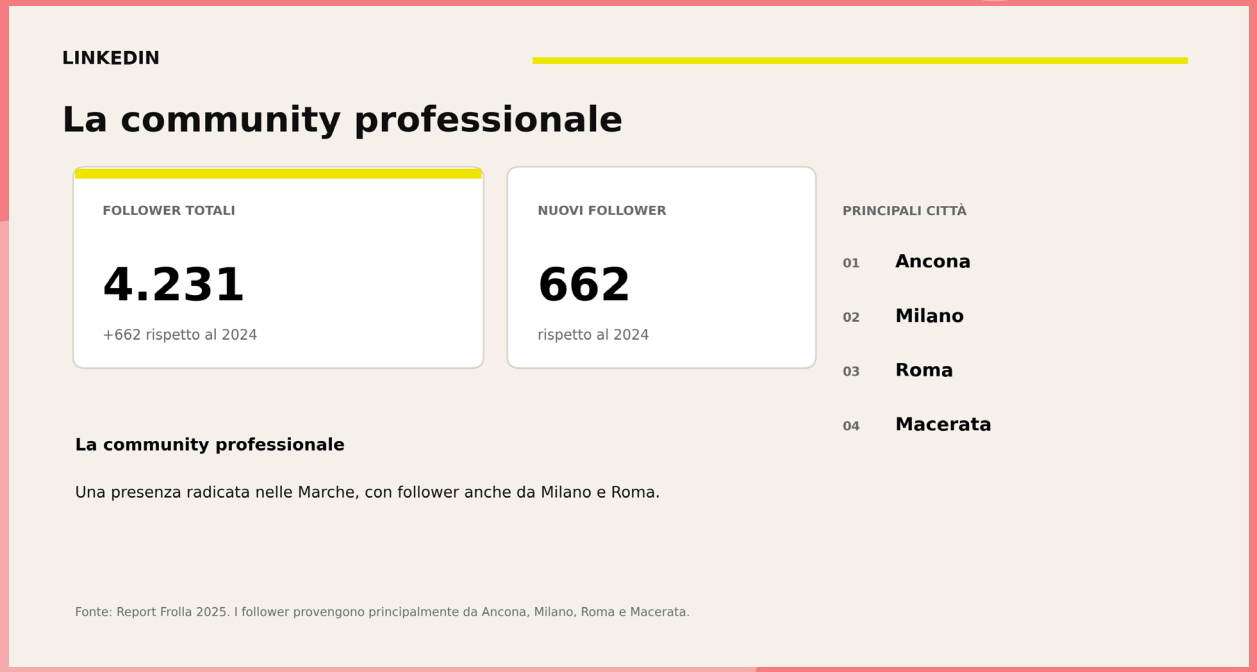


Tra i contenuti pubblicati sul profilo Instagram di Frolla nel 2025, il Reel "Il segreto di Frolla? L'amore" ha ottenuto i migliori risultati.
Il contenuto ha registrato 3.322 visualizzazioni e raggiunto 2.424 persone, generando complessivamente 145 interazioni.
Il tempo complessivo di visualizzazione è stato di 3 ore e 35 minuti.

LINKEDIN

Nel 2025 LinkedIn si è confermato per Frolla uno strumento importante per raccontare la cooperativa e il suo impegno nel mondo del lavoro, dell'inclusione e dell'innovazione sociale, rivolgendosi in particolare a una rete di professionisti, imprese, istituzioni e realtà del territorio. La presenza sulla piattaforma ha continuato a crescere, rafforzando la visibilità di Frolla all'interno di una comunità professionale sempre più ampia.
Nel periodo considerato, la pagina LinkedIn di Frolla è stata visitata da 2.102 persone, rispetto alle 170 dell'anno precedente.
La crescita della presenza di Frolla su LinkedIn si riflette anche nell'ampliamento della community: la pagina conta attualmente 4.231 follower, con 662 nuovi follower rispetto al 2024. I follower provengono principalmente da Ancona, seguita da Milano, Roma e Macerata, evidenziando una presenza radicata nel territorio marchigiano ma capace di raggiungere anche un pubblico professionale nazionale.

Anche la visibilità dei contenuti ha registrato una crescita significativa. Nel periodo considerato sono state generate 61.710 impression, ovvero le volte in cui i contenuti sono stati visualizzati, rispetto alle 5.881 del 2024. Un dato particolarmente significativo è che tutte le impression registrate risultano organiche, senza il contributo di contenuti sponsorizzati.



RASSEGNA STAMPA

Nel 2025 la presenza di Frolla Microbiscottificio sui media ha registrato un'ulteriore crescita qualitativa, consolidando un percorso che negli ultimi anni ha portato a una copertura sempre più ampia e diversificata.

Le numerose iniziative realizzate nel corso dell'anno hanno permesso di valorizzare Frolla attraverso differenti canali e ambiti editoriali: dall'Anno delle Cooperative Sociali all'apertura di Frolla Market, fino alla partecipazione a importanti appuntamenti presso ONU e UNESCO. Queste occasioni hanno trovato spazio su testate nazionali come **Vanity Fair** e **ANSA**, oltre che attraverso un servizio del **TGR Marche**, contribuendo a rafforzare sia la visibilità nazionale sia il radicamento sul territorio.

L'apertura di Frolla Market ha inoltre consentito di entrare in nuovi contesti editoriali legati al mondo dell'alimentazione e della grande distribuzione, con uscite su **La Cucina Italiana** e **GDOweek**.

Tra le principali pubblicazioni del 2025 spicca la copertina di **Buone Notizie del Corriere della Sera**, realizzata ad aprile e accompagnata da un approfondimento online. Un ulteriore spazio di rilievo è stato dedicato a Frolla da **La Stampa**, con un articolo che ha ripercorso la storia del Microbiscottificio e le sue iniziative più recenti.

La presenza sui media ha interessato anche la stampa economica, con pubblicazioni sull'online del **Sole 24 Ore** e su **Italia Oggi**. A fine anno, Frolla è stata inoltre protagonista di un servizio andato in onda su **TG3** il 3 dicembre, affiancato da una pagina intera sul quotidiano **QN**, ripresa anche dalla versione online.

Parallelamente, si è rafforzata la presenza sulla stampa regionale, insieme a quelli che nel report vengono definiti "risultati di riflesso": occasioni di visibilità generate anche dalla partecipazione di Frolla a programmi televisivi nazionali come "**Da noi… a ruota libera**" e "**Camper**", entrambi trasmessi sui canali RAI.



RASSEGNA STAMPA 2025

Una presenza media sempre più ampia

Nel 2025 Frolla ha continuato a raccontare la propria storia su media diversi, raggiungendo pubblici sempre più ampi e differenti.

Storie che lasciano il segno



TV

Presenza su reti nazionali e territoriali.

TGR MARCHE

Rai 3

Da noi... a ruota libera

Camper

Stampa nazionale

Testate di riferimento per raccontare l'impatto sociale di Frolla.

CORRIERE DELLA SERA
BUONE NOTIZIE

LA STAMPA

VANITY FAIR

ANSA

Stampa economica

Spazi dedicati all'impresa, all'innovazione e al valore economico della cooperativa.

Il Sole 24 ORE

ItaliaOggi

GDOWEEK

Stampa di settore e regionale

Racconti legati al mondo dell'alimentazione e una forte presenza sul territorio.

LA CUCINA ITALIANA

Stampa regionale

TERRITORIO
INCLUSIONE
IMPRESA
INNOVAZIONE SOCIALE

GUARDANDO AL 2026

L'obiettivo è rafforzare il presidio della stampa sportiva, per dare maggiore visibilità alle attività del Frolla Team.

6 ALTRE INFORMAZIONI









LE COLLABORAZIONI CON INFLUENCER

Nel corso del 2025 Frolla ha potuto avviare collaborazioni rilevanti con volti noti e influencer di rilievo nazionale, un'occasione che ha permesso alla cooperativa di guadagnare ulteriore visibilità. Tra questi si segnalano:

- **Eugenio Finardi** - cantautore milanese nato nel 1952, è considerato un influencer "ante-litteram" della musica d'autore italiana – ha incontrato Frolla in occasione del proprio tour estivo nelle Marche, un incontro da cui è nato un legame concretizzatosi in iniziative condivise di solidarietà e inclusione sociale sul territorio;
- **Giulia Cimarelli** – food blogger marchigiana dietro il progetto «What Travel Means Marche» – ha scelto di raccontare il Frolla Market ai propri follower, portando la propria community dentro una realtà dove "il gusto si intreccia con l'inclusione e il valore sociale dell'impresa";
- **Priscilla Drag** – la nota drag queen italiana, noto al grande pubblico come giudice di Drag Race Italia, dove unisce ironia e attivismo per i diritti LGBTQ+, è stata ospite speciale al microbiscottificio Frolla portando energia, colori e un messaggio potente di accoglienza e diversità.

PARTNERSHIP CON DESIGNERS

La cooperativa ha intrapreso collaborazioni creative con professionisti del design per valorizzare e potenziare la propria identità visiva e comunicativa, confermate anche nel corso del 2025.

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; la collaborazione prosegue anche nel 2025.

Nilo (**Danilo Petraccini**) 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 avvenuto nel 2025.

Nel 2025 si è inoltre avviata una nuova collaborazione con **Azzurra Turrisi**, grafica specializzata nella progettazione di loghi, che ha curato il redesign del marchio "Frolla". L'intervento ha conferito al logo un'impronta più giocosa e immediata: per migliorarne la leggibilità è stata eliminata la dicitura "microbiscottificio", mentre il disegno del biscotto sbriciolato — con le briciole mantenute all'interno del perimetro del biscotto rotto — traduce graficamente il concetto di inclusione.









COLLABORAZIONI AZIENDALI

Le aziende che nel 2025 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.
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.
Le principali collaborazioni possono essere suddivise per tipologia di intervento:

PARTNERSHIP CON AZIENDE

- **Big Air,** noto negozio di abbigliamento streetwear e articoli sportivi con sede a Camerano (AN), ha donato circa 30 paia di scarpe al team Frolla;
- **Eataly,** la più grande catena al mondo di mercati artigianali dedicati alla gastronomia e alla cultura agroalimentare italiana, ha festeggiato i suoi 18 anni di attività, invitando Frolla per la seconda tappa del Mercato Solidale a Torino;
- **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;
- **FlyDAT**, marchio commerciale utilizzato in Italia dalla compagnia aerea danese **DAT (Danish Air Transport)**, ha scelto Frolla per la fornitura biscotti monoporzione da servire durante i suoi voli nelle tratte italiane;
- **Moretti Forni**, azienda leader a livello globale nella produzione di forni professionali statici per pizzeria, pasticceria, panificazione e gastronomia, ha realizzato con Frolla una cooking-class presso la fiera **Sigep** all'interno del "Più che Perfetto Tour";
- **Nescafè**, marchio leader mondiale nel settore del caffè istantaneo e solubile, di proprietà del gruppo svizzero **Nestlè**, ha realizzato con Frolla un laboratorio con i dipendenti dell'azienda coinvolgendoli nella creazione di un cookie al caffè;
- **Poliarte**, celebre accademia di Belle Arti e Design di Ancona, ha aperto le sue porte a Frolla, coinvolgendo una classe nel design di un nuovo packaging per i biscotti.

6 ALTRE INFORMAZIONI





SERVIZI DI CATERING E COLAZIONI AZIENDALI

- **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;
- **ErreBielle Srl,** ha coinvolto Frolla con il suo Frolla Bus presso la propria sede di Camerano per una colazione speciale offerta a tutti i dipendenti;
- **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;
- **Macagi Srl,** ha coinvolto Frolla con il suo Frolla Bus presso la propria sede di Cingoli per una colazione con tutti i dipendenti;
- **Nexans Italia,** azienda di Offida (AP) attiva nella produzione di cavi e accessori per le reti elettriche e i mercati delle infrastrutture ferroviarie, ha coinvolto Frolla per servizi di catering presso la sua sede marchigiana di Offida;
- **Opere Laiche Lauretane** ha rinnovato la propria collaborazione con Frolla per l'organizzazione di catering per eventi interni;
- **Rotary Club,** celebre organizzazione che sostiene progetti comunitari e globali, ha scelto Frolla per la cena nazionale 2025 a Spoleto;
- **Simonelli Group,** attivo nella produzione di macchine da caffè, ha scelto Frolla per servizi di catering aziendale presso la propria sede a Belforte del Chienti.

PACCHI AZIENDALI E REGALI NATALIZI

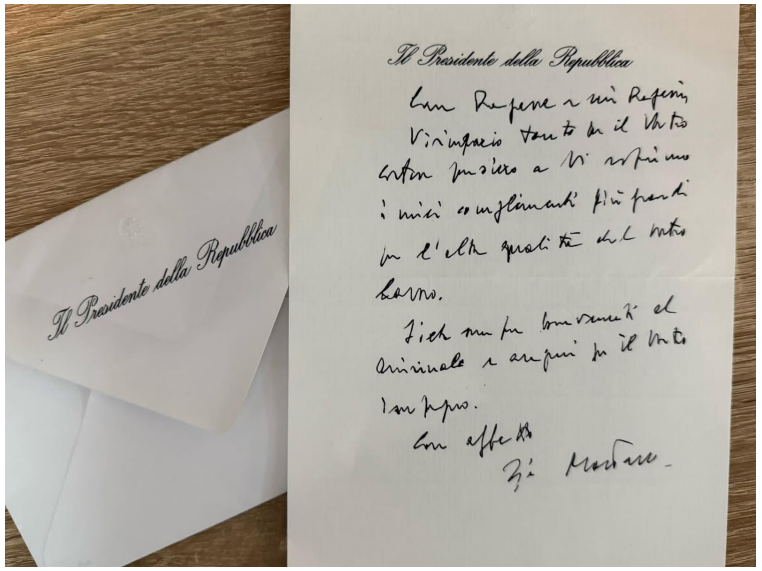
- **3M Italia**, celebre multinazionale leader nella fornitura di prodotti per la salute, l'industria, la sicurezza, l'elettronica e il consumo quotidiano, ha aderito all'iniziativa solidale di acquisto pacchi regalo da Frolla;
- **AB Mauri Italia Spa Società Benefit**, azienda lombarda leader globale nella produzione di lieviti e ingredienti per la panificazione, la pasticceria e la pizzeria, ha scelto Frolla per l'acquisto dei pacchi natalizi;
- **Algam Eko Srl**, azienda di Recanati (MC) produttrice di strumenti musicali, ha aderito all'iniziativa solidale sostenendo Frolla con l'acquisto di pacchi regalo;
- **Automobili Lamborghini Spa**, celebre casa automobilistica di Sant'Agata Bolognese, ha scelto Frolla per la fornitura di confezioni regalo di biscotti;
- **Blupura Srl**, azienda manifatturiera di Racanati (MC), leader nella progettazione e produzione di refrigeratori ed erogatori d'acqua ecologici di alta gamma, ha ordinato pacchi natalizi per i propri collaboratori;
- **Carglass Italia**, marchio leader in Italia per la riparazione e sostituzione dei vetri auto (facente parte del gruppo multinazionale Belron), ha scelto Frolla per i suoi pacchi regalo natalizi;
- **Unesco**, ha scelto Frolla per la fornitura di panettoni;
- **Entroterra Spa**, società di Camerino (MC) specializzata nel commercio all'ingrosso di prodotti alimentari, ha ordinato pacchi natalizi per i propri collaboratori;
- **Garzanti Specialties Spa**, storica azienda italiana con sede a Milano, specializzata nella ricerca, validazione e distribuzione di specialità chimiche, materie prime e additivi, ha voluto Frolla come fornitore dei propri pacchi natalizi;
- **Open Fiber Spa**, azienda italiana di telecomunicazioni e fibra ottica, ha avviato una collaborazione attraverso l'acquisto di pacchi natalizi per i propri dipendenti;
- **Opere Laiche Lauretane** ha scelto nuovamente Frolla per la preparazione di pacchi regalo in occasione delle festività;
- **Pisacane Srl**, scatolificio di Pollenza (MC) specializzato nel packaging di lusso e cartotecnica, ha selezionato Frolla per i propri pacchi natalizi;
- **Viridis Energia Spa**, azienda di Ancona che gestisce l'intero ciclo di vita degli impianti green per la produzione di energia elettrica, occupandosi di sviluppo, costruzione e manutenzione, ha scelto Frolla per i pacchi regalo natalizi;
- **Viva Servizi Spa**, società che gestisce in esclusiva il Servizio Idrico Integrato (acquedotto, fognatura e depurazione delle acque reflue) nelle province di Ancona e Macerata, ha scelto Frolla per i suoi pacchi regalo di Natale.

EVENTI E COLLABORAZIONI ISTITUZIONALI

- **Festa dell'Inclusione** - anche nel 2025, Frolla ha avuto l'onore di partecipare come ospite del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella a questo evento nella tenuta di Castel Porziano il 26 settembre 2025, promosso ogni anno dal Quirinale come 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;
- **Civil Week** - in occasione della "Giornata Dell'Europa" organizzata dal Corriere della sera, il 9 maggio 2025 Frolla ha tenuto un laboratorio di biscotteria a Milano;
- **Festival Del Fundraising** - dal 9 al 11 giugno 2025 a Riccione, Frolla ha raccontato insieme a Nestlè l'esperienza di co-branding legata alla creazione del biscotto (riferimento alla collaborazione presso Nescafè, nel paragrafo "Partnership con aziende");
- **Fiera Hospitality** - dal 3 al 6 febbraio 2025 presso Il Salone dell'Accoglienza a Riva del Garda, Frolla è intervenuta all'interno di un panel sul tema dell'ospitalità accessibile;
- **HeadLess** - dal 7 al 9 agosto si è svolto il celebre torneo estivo di street basket che anima la città di Osimo e unisce sport, musica, street art e intrattenimento, dove Frolla ha partecipato con il proprio Frolla Bus, ma anche alle partite con la squadra di BaskIN;
- **Rocville** - il 29 agosto durante il più grande festival benefico e musicale del territorio osimano, nato allo scopo di promuovere l'inclusione sociale e la solidarietà, Frolla ha partecipato con il proprio Frolla Bus;
- **Web Marketing Festival** - dal 4 al 6 giungo 2025 a Bologna Frolla ha tenuto uno speech sulla comunicazione sociale insieme a Nescafé, raccontando all'interno dello stage Impact2Business come una grande multinazionale e un'impresa sociale possano unire le forze per realizzare progetti di valore (riferimento alla collaborazione presso Nescafè, nel paragrafo "Partnership con aziende");
- **Marketing Associati** - il 9 gennaio l'associazione ha organizzato un evento presso la sede di Osimo di Frolla per approfondire il tema del marketing sociale;
- **Festival del Calcio Solidale** – a Gradara all'interno del Castello, Frolla si è occupata del servizio di catering;
- **FIGC – Federazione Italiana Giuoco Calcio** - ha coinvolto Frolla nell'organizzazione di momenti conviviali rivolti ai propri collaboratori;
- **Ministero della Disabilità – Area Speciale Villaggio IN Italia** – in occasione del Tour Mondiale Amerigo Vespucci, dal 4 al 6 aprile 2025 Frolla è stata invitata con il Frolla Bus a Ortona all'interno del Villaggio IN Italia dedicato all'inclusione sociale;
- **Ministero della Disabilità – Giubileo della Disabilità** – il 28 e 29 aprile 2025 Frolla è stata presente all'evento a Roma

con il suo Frolla Bus;

- **Ministero della Disabilità – 18a Conferenza degli Stati Parte della Convenzione ONU sui diritti delle persone con disabilità** – dal 10 al 12 giugno 2025 Frolla è stata presente a New York, presso la sede delle Nazioni Unite (Palazzo di Vetro), partecipando al side event italiano dedicato al diritto a una vita piena e partecipata;
- **Ministero della Disabilità – UNESCO** – il 21 ottobre 2025 Frolla è stata presente all'evento organizzato presso il Restaurant de l'UNESCO a Parigi, nell'ambito dell'iniziativa a sostegno della candidatura della cucina italiana a patrimonio immateriale dell'umanità;
- **Quirinale – Colazioni da Mattarella,** a marzo per quattro giorni i ragazzi di Frolla hanno contribuito alla preparazione di colazioni e pranzi presso le cucine del Quirinale, uno dei simboli dello Stato italiano;
- **Univpm – Dipartimento di Management,** nell'anno accademico 2024-2025 Frolla è stata oggetto di una tesi di Laurea Magistrale (curriculum marketing) dal titolo "L'evoluzione del marketing digitale multicanale e le nuove metriche: il caso studio Frolla Microbiscottificio", collaborando attivamente con il team del Dipartimento di Management.



6 ALTRE INFORMAZIONI









IL SAPORE DELL'INCLUSIONE A PARIGI

Il 21 ottobre 2025 ha segnato una pietra miliare storica e indimenticabile per il percorso umano e professionale del Microbiscottificio Frolla, sancendo il riconoscimento su scala internazionale dell'innovativo modello sociale e produttivo della cooperativa, che è volata a Parigi per essere protagonista assoluta all'interno dell'importante evento istituzionale intitolato **"Work inclusion: talents and skills in Italian cuisine", ospitato nella prestigiosa cornice dell'UNESCO Restaurant in Place de Fontenoy**. Promosso dal Ministero per le Disabilità, l'incontro ha avuto il nobile obiettivo di accendere i riflettori globali sul tema dell'inclusione lavorativa e sociale attraverso la valorizzazione dell'eccellenza della tradizione culinaria e agroalimentare italiana.

Frolla è stata selezionata tra le ventisette realtà d'eccellenza del Paese, avendo il grande onore di rappresentare le Marche e di dimostrare come la disabilità possa e debba trasformarsi in una risorsa straordinaria di talento, competenza tecnica e professionalità. La trasferta parigina ha offerto una vetrina di eccezionale visibilità ai biscotti Frolla ma, soprattutto, ha premiato il percorso di crescita, il sacrificio e l'entusiasmo quotidiano dei suoi ragazzi, veri motori del progetto. Questo traguardo non rappresenta soltanto un prestigioso punto d'arrivo per la cooperativa, ma certifica la piena sostenibilità economica e la replicabilità di un'economia solidale e inclusiva, capace di competere e farsi valere anche sui più alti e formali palcoscenici internazionali. L'esperienza parigina ha dimostrato che la qualità del prodotto e l'impatto sociale possono viaggiare di pari passo, ridefinendo il concetto stesso di inserimento lavorativo. Per la cooperativa questo evento testimonia la maturità che si è raggiunta negli anni, partendo da un sogno nato a Osimo e arrivato fino al cuore dell'Europa per cambiare le regole dell'integrazione



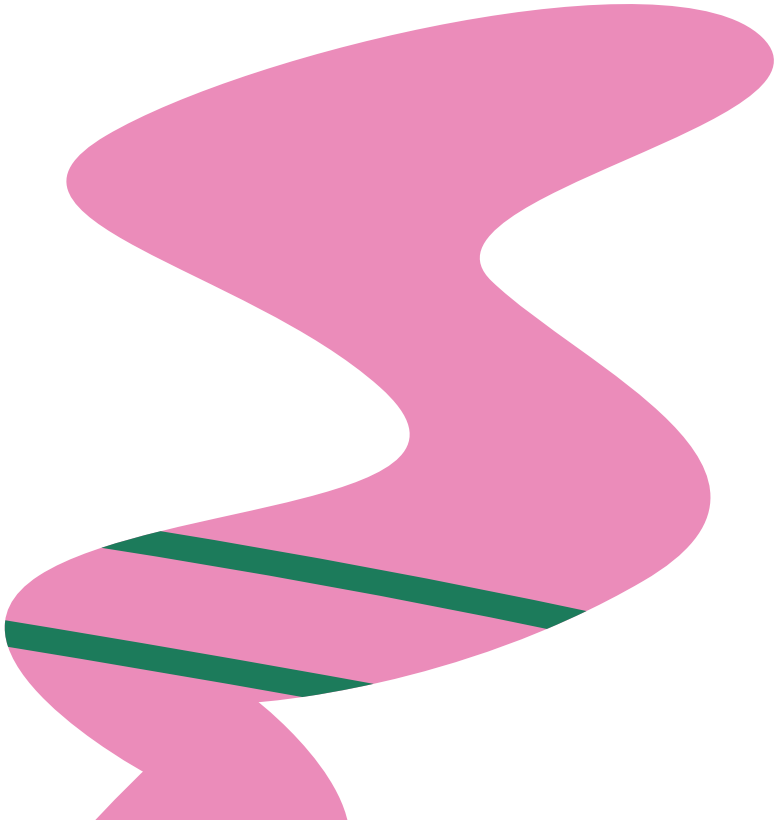




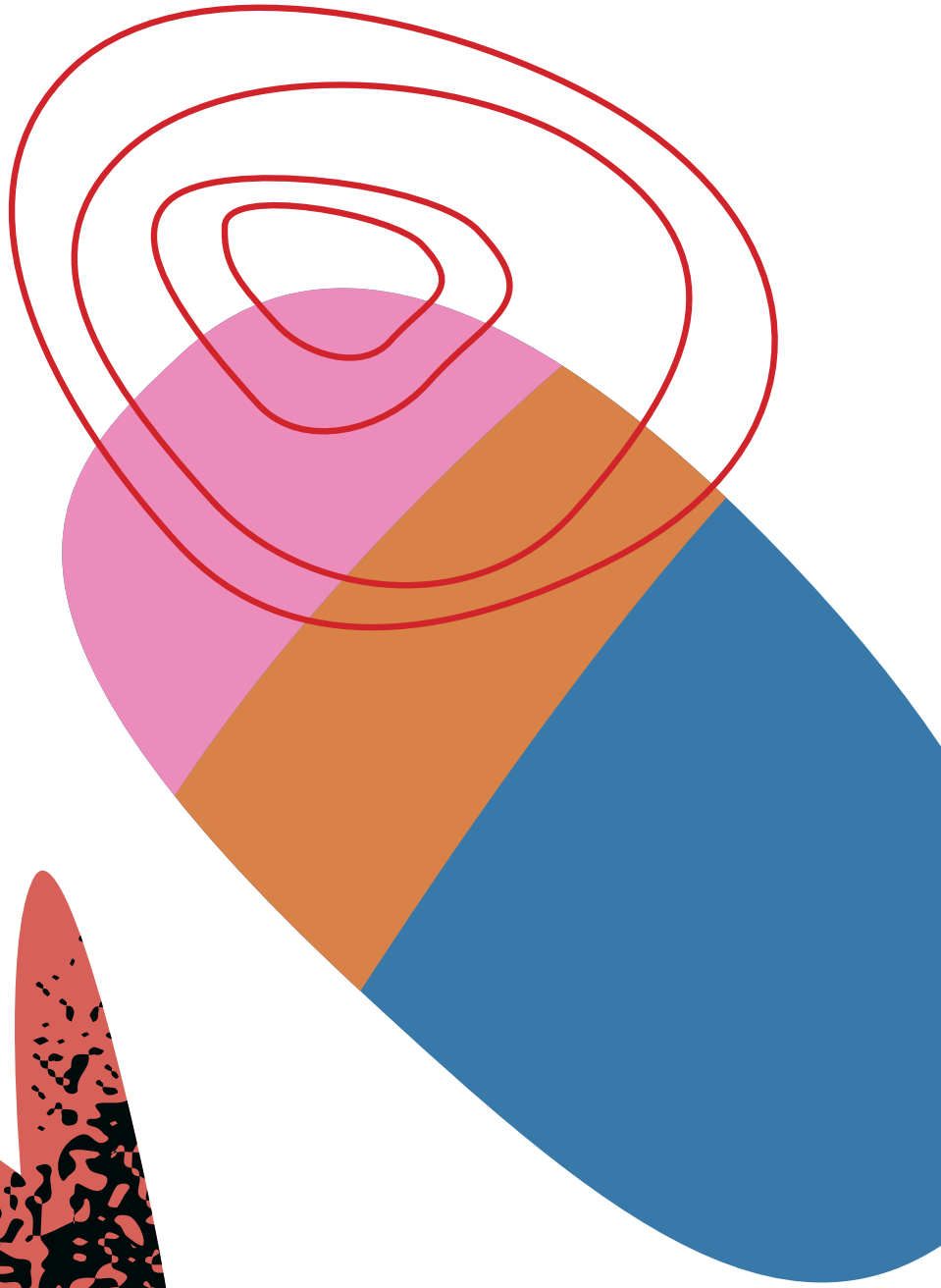


WELFARE AZIENDALE

Nel 2025, Frolla ha rinnovato il proprio impegno nel welfare aziendale offrendo ai propri ragazzi e ragazze un'esperienza di soggiorno presso l'Holiday Family Village di Porto Sant'Elpidio, nell'ambito del Rotary Campus Marche, realizzata in collaborazione con il Rotary Club. Anche in questa occasione, il soggiorno ha rappresentato un momento di svago e condivisione, pensato per valorizzare il lavoro di squadra e rafforzare il senso di appartenenza alla comunità Frolla.








FIDARE
frolla
FROLLA
microbiscottificio



5. 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 2025 Frolla ha ricevuto l'attestazione di avvenuta revisione ai sensi del D.Lgs 02/08/2002 n. 220 in data 20/01/2026.


FROLLA BUS



COSA DICONO DI FROLLA

“Ho incontrato Frolla per la prima volta durante una normale giornata di lavoro, una di quelle piene di cose da fare. Appena entrata, mi sono trovata davanti esattamente ciò che speravo di vedere: un luogo pieno di prodotti di qualità, ma soprattutto di persone che mi hanno accolta con entusiasmo, dedizione ed energia da vendere!

Frolla, per me, è un esempio concreto di cosa significhi creare degli spazi in cui le persone siano orgogliose di mettersi in gioco, mostrare il proprio valore e condividere con gli altri il proprio lavoro.
A essere sincera, è anche il posto da cui sono uscita con diversi pacchi di biscotti che sono durati circa mezza giornata ciascuno e, forse, in fondo, questa è la migliore recensione che si possa fare!”

SABA ARMENI
(Marketing Specialist)

“Vi ho conosciuto grazie alla vostra partecipazione al programma “Da noi... a ruota libera”.
È stato un piacere ascoltarvi raccontare del vostro splendido progetto. Terminata l’intervista, sono andata a cercarvi online.
È stata una bella scoperta. Ho fatto diversi acquisti.
Grazie per tutto quello che fate e grazie per le vostre bontà che fanno bene al cuore e al palato.
Un abbraccio”.

LUCIA LISCI
(Rai Radio Televisione Italiana)

“La prima volta che ho ascoltato Jacopo raccontare la storia di Frolla non ho pensato alla Solidarietà ma alla parola Impresa.
Può sembrare una piccola provocazione visto che parliamo di una cooperativa sociale, ma penso che proprio qui stia una delle ragioni del successo di Frolla.
Chi fa Impresa Sociale non può prescindere dalla generosità: le donazioni, i contributi pubblici e il sostegno delle Fondazioni e dei vari Enti.
Ma non bastano, bisogna avere visione, le risorse vanno trasformate in progetti, lavoro, crescita e futuro.
Per fare questo servono le stesse qualità necessarie a qualsiasi buon imprenditore: capacità organizzativa, controllo dei costi, attenzione al prodotto, marketing, innovazione, struttura commerciale e anche la disponibilità ad assumersi dei rischi.
Jacopo e le splendide persone che lavorano con lui non hanno costruito semplicemente un progetto capace di raccogliere risorse. Hanno costruito un’organizzazione che produce, vende, investe, sperimenta nuovi prodotti e nuovi canali, crea partnership e prova ogni anno a diventare più forte e più autonoma.
Un’organizzazione che valorizza le ragazze ed i ragazzi che con grande dedizione vi lavorano, ma regala anche un sorriso ai genitori che hanno trovato in Frolla il luogo ideale per inserire e far crescere nel mondo del lavoro i loro figli.
Quando Frolla vinse la prima edizione del Premio Finanza e Territorio Marche, sono convinto che la Giuria avesse riconosciuto pienamente tutti questi valori: coniugare un impatto sociale straordinario con una vera cultura d’impresa.
Ed è con questo spirito che Fondazione Azimut ha scelto di dare un contributo importante per il completamento della nuova struttura di Campocavallo: non semplicemente sostenere un’iniziativa meritevole ma contribuire alla crescita di un progetto capace di ampliare nel tempo le condizioni della propria autonomia.
Credo che questa sia una delle lezioni più belle di Frolla: il sociale diventa davvero sostenibile quando alla passione si aggiunge la capacità di fare impresa. E quando accade una donazione non è soltanto un aiuto ma diventa un investimento nel futuro delle persone e dei territori.”

ROBERTO MARTARELLI

(Executive Manager Azimut Capital Management)

“Frolla per me è inclusione, condivisione, progetto e visione, un orgoglio per la nostra Regione.
E’ un’impresa che produce sogni a forma di biscotti, torte, panettoni, confetture e tanti altri prodotti, dolci e buoni come chi li fa!”

ANTONELLA MANONI

(Direttrice di sede Unicredit)

“Quando entri da Frolla, solo il profumo inebriante di burro e cioccolato sai già che sarà lì ad aspettarti...
Tutto il resto è sorpresa, meraviglia, scoperta: un mondo a parte, che entra a far parte di te.”

BARBARA VILONE

(Cliente Frolla)

“Quando ho conosciuto il progetto ho capito che per affrontare le ingiustizie si può essere friabili, avere uno sguardo dolce e una forza gentile verso la diversità.
Frolla è la fragilità che diventa forza, un biscotto che si scioglie in bocca, ma si solidifica in comunità.”

ELIZETE DE MATTOS SCHERILLO

(The Norns awards)

“Siete meravigliosi.
Prodotti ottimi.”

ANTONELLA SALVI

(Cliente Frolla)

“Grazie per il prezioso lavoro che svolgete.”

ANTONELLA BANCHETTI

(Cliente Frolla)

“Frolla è prima di tutto un luogo in cui le persone vengono prima di tutto il resto.
In questi anni ho avuto la fortuna di conoscere da vicino una realtà capace di trasformare un’idea bellissima in qualcosa di concreto, quotidiano e autentico. Frolla è inclusione, certo, ma è soprattutto relazione, fiducia, opportunità e la capacità di vedere il valore e le possibilità che ci sono in ogni persona.
Essere amico di Frolla mi ha permesso di condividere un pezzo di questo percorso e di imparare che l’impatto sociale non è qualcosa che si dichiara, ma qualcosa che si costruisce ogni giorno, attraverso le persone e le scelte che si fanno.
Credo che il valore più grande di Frolla sia proprio questo: riuscire a creare comunità, lasciando un segno concreto nella vita delle persone e, allo stesso tempo, ricordando a tutti noi che un modo diverso di fare impresa e di stare insieme è possibile.”

LUCA BOCCOLINI
(Sviluppo supermercati COAL)

“Periodo di Pasqua, ero alla ricerca di qualcosa da regalare.
Non volevo il solito prodotto industriale da supermercato ma qualcosa che fosse artigianale, originale e “che facesse anche del bene”.
Premetto che tutto quello che posso (cibo, abbigliamento, elettronica, ecc...) acquisto on line, quindi iPad alla mano e motore di ricerca e valuto le varie opzioni.
Trovo il sito di Frollalab e mi emoziono leggendo la storia e vedendo le foto dei ragazzi che trasmettono felicità e soddisfazione.
Do un’occhiata ai prodotti in vendita e mi sembra di sentirne il profumo.... di casa, di amore per le cose semplici e genuine, di convivialita’ e inclusione.
Difficile scegliere tra le proposte tant’è che spazio tra il dolce, il salato e il cioccolato.
Morale: qualcosa ho regalato, più di qualcosa ho tenuto per me e pochi giorni fa e’ arrivato un altro ordine di biscotti che sono una vera bontà!
Quindi per me è stata una meravigliosa e dolcissima scoperta.
Complimenti per questo ammirevole progetto e tantissimi complimenti ai ragazzi che di questo progetto sono l’anima, il cuore e la forza lavoro.
Un abbraccio.”

ROSSELLA DAROLT
(Cliente Frolla)

“Frolla non è solo una cooperativa sociale, è una famiglia che ci ha accolto con leggerezza ma facendoci fare riflessioni profonde sul senso della vita e sull’importanza delle relazioni umane: continuate così.”

PAOLO MANONI
(Banca Etica)


FROLLA
BUS




FROLLA
FROLLA



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

Puoi diventare sostenitrice / sostenitore di Frolla con Postepay, con domiciliazione bancaria oppure con PayPal. Puoi fare una donazione una tantum di €5, €15, €30, €50 o personalizzare l'importo come preferisci.

Puoi donare anche inquadrando il Qr Code.

Preferisci donare tramite bonifico? Indica come causale "Donazione Frolla"
IBAN: IT52Q0501802600000016803660

Oppure tramite il sito internet nella sezione "dona ora" (www.frollalab.it)


SCELTA PER LA DESTINAZIONE DEL CINQUE PER MILLE DE

SOSTEGNO DEGLI ENTI DEL TERZO SETTORE ISCRITTI NEL RUNTS DI CUI ALL'ART. 46, C. 1, DEL D.LGS. 3 LUGLIO 2017, N. 117, COMPRESE LE COOPERATIVE SOCIALI ED ESCLUSE LE IMPRESE SOCIALI COSTITUITE IN FORMA DI SOCIETA', NONCHE' SOSTEGNO DELLE ONLUS ISCRITTE ALL'ANAGRAFE

FIRMA Mario Rossi

Codice fiscale del beneficiario (eventuale) 02811840426

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

CONCLUSIONI

Ci sono anni in cui i risultati confermano le scelte fatte. E poi ci sono anni che insegnano qualcosa di ancora più importante: **non tutto ciò che immaginiamo è destinato a funzionare esattamente come lo avevamo previsto**.
Il 2025, da questo punto di vista, è stato per Frolla un anno particolarmente significativo.
Per la prima volta nel nostro cammino, ci siamo trovati davanti a un progetto nel quale avevamo investito idee, energie, risorse e aspettative e abbiamo dovuto riconoscere che i risultati non stavano andando nella direzione immaginata.
Non è stato semplice.
Forse perché, quando per tanto tempo molte cose funzionano, si rischia inconsapevolmente di pensare che continuerà ad essere sempre così. Ma fare impresa significa anche confrontarsi con la realtà. E **fare impresa sociale** significa farlo dentro un sistema ancora più complesso, nel quale convivono sostenibilità economica, impatto sociale, persone, relazioni, organizzazione e territorio.
Non esistono formule infallibili.
Esistono idee da mettere alla prova.
E qualche volta la realtà restituisce una risposta diversa da quella che avremmo voluto.
Crediamo che riconoscerlo sia stato uno dei passaggi di crescita più importanti di questo anno.
Ammettere che qualcosa non ha funzionato non significa rinnegare ciò che è stato fatto. Significa avere la maturità di analizzarlo.
Significa mettere da parte l'orgoglio, interrogarsi sulle proprie decisioni, comprendere cosa avremmo potuto fare diversamente





e soprattutto avere il coraggio di fermarsi quando continuare rischia di trasformare la perseveranza in ostinazione.
Perché abbiamo imparato che perseverare è fondamentale, ma non significa continuare necessariamente sulla stessa strada.
A volte perseverare nella propria visione significa proprio avere il coraggio di **cambiare strada**.
È qui che tornano le tre parole che abbiamo scelto per raccontare questo Bilancio Sociale: **movimento, visione e competenza**.
Il **movimento** è la capacità di non rimanere prigionieri delle proprie scelte, di cambiare direzione quando necessario e di trasformare anche una difficoltà in un nuovo punto di partenza.
La **visione** è riuscire a guardare oltre il risultato immediato, comprendendo che un progetto può terminare o trasformarsi senza che venga meno l'idea più grande che lo aveva generato.
La **competenza**, è anche capacità di analisi. Significa leggere i numeri, comprendere gli errori, ascoltare le persone, mettere in discussione le proprie convinzioni e assumersi la responsabilità delle decisioni.
Probabilmente è proprio questa una delle consapevolezze più importanti che ci portiamo dietro dal 2025: **gli errori fanno parte dell'impresa tanto quanto i successi**.
La differenza la fa ciò che scegliamo di farne.
Possiamo nasconderli, giustificarli o considerarli sconfitte.
Oppure possiamo studiarli, comprenderli e trasformarli in conoscenza.
E la competenza può generare una nuova visione.
In fondo, innovare significa anche questo, accettare che non tutte le idee funzioneranno, sapendo però che ognuna di esse può contribuire a costruire quella successiva.



E quando qualcosa cambia, ci accorgiamo ancora una volta che ciò che rimane davvero non sono i luoghi, i prodotti o i singoli progetti.
Rimangono le relazioni.
È questo il patrimonio più importante che Frolla ha costruito negli anni.
Un capitale fatto di fiducia, contaminazioni, incontri e responsabilità condivise.
Ed è da qui che vogliamo continuare a ripartire.
Perché abbiamo ancora tantissimo da imparare, tantissime strade da percorrere e tantissime persone da incontrare.
Il più rimane da fare.
E vogliamo continuare a farlo come abbiamo sempre provato a fare: **muovendoci, guardando lontano, diventando ogni giorno più competenti.**





