



40 ANNI

BILANCIO SOCIALE 2018

La Cooperativa IL SOLE E LA TERRA predispose ogni anno il bilancio sociale come strumento di comunicazione trasparente sia verso i soci che verso l'esterno, i nostri fornitori, le associazioni, i gruppi, gli enti con cui ci relazioniamo, come strumento di rendicontazione delle responsabilità, dei comportamenti e dei risultati sociali.

Per una cooperativa come IL SOLE E LA TERRA gli aspetti economici del bilancio sono assolutamente importanti, ma strumentali rispetto al perseguimento della propria missione istituzionale. Il bilancio sociale è il mezzo per misurare e permettere la valutazione dei risultati relativamente al rispetto dei principi fondanti, al vantaggio per i soci e l'utilità sociale per la collettività, attraverso scelte e comportamenti sociali e ambientali responsabili.

OBIETTIVI E MISSIONE

Il Sole e la Terra è una cooperativa senza fine di lucro, nata nel 1979, che si occupa di alimentazione, agricoltura, sostenibilità e consumo critico e consapevole.

Lo Statuto della cooperativa stabilisce che non ha finalità speculativa, condivide e promuove i principi della solidarietà, della cooperazione, della partecipazione, del mutualismo, del consumo critico, stimola forme di autotutela e di elevazione socio-culturale dei soci.

La nostra cooperativa si è caratterizzata dalla nascita per l'impegno verso l'alimentazione sana, metodi di produzione sostenibili, attenzione all'ambiente, alle relazioni sociali, al territorio. La missione della Cooperativa è offrire ai soci prodotti di qualità a un prezzo equo per chi acquista e per chi produce. Negli ultimi anni l'attenzione ai temi della sostenibilità e dell'alimentazione sana è cresciuta moltissimo. Le scelte dei consumatori si orientano verso consumi "verdi": il mercato si è adeguato rapidamente a questa nuova sensibilità, la grande distribuzione dedica spazi, linee commerciali, prodotti al biologico. Negli ultimi anni le vendite di biologico nella grande distribuzione hanno superato quelle dei negozi specializzati. Le vendite del canale specializzato segnano una battuta d'arresto, di fronte alla crescita della Gdo, sempre più presente nel mercato del biologico, per quanto rappresenti una quota limitata delle vendite complessive, con un assortimento "bio" con marchi dedicati che negli ultimi quattro anni è cresciuto del 90%".

I negozi specializzati come la Cooperativa restano un punto di riferimento per i consumatori del bio, soprattutto i più consapevoli e competenti, attenti alla qualità e coscienti di quanto sia giusto pagarla. Dovremo rispondere a queste sfide puntando ancor di più su quanto ci ha sempre caratterizzato, valorizzando l'offerta della cooperativa sia dal punto di vista qualitativo che ambientale, sociale e etico: attenzione al socio, assortimento ampio e significativo, relazione con i produttori locali e le piccole realtà artigianali che non trovano spazio e comunanza di interessi con la grande distribuzione e le multinazionali.

ORGANIZZAZIONE

Gli organi di governo della cooperativa sono l'assemblea dei soci, il consiglio di amministrazione e la commissione qualità cui partecipano i soci volontari.

I SOCI

La nostra cooperativa conta al 31/12/2018 12.084 soci.

I dati del quadriennio 2015-2018 sono riportati nella seguente tabella:

	2015	2016	2017	2018
tessere nell'anno	953	783	507	304
tessere rese nell'anno	-33	-38	-39	-36
totale emesse totali	10.758	11.541	12.048	12.352
totali rese totali	-155	-193	-232	-268
soci effettivi	10.603	11.348	11.816	12.084
attivi	6.504	7.015	7.100	6.956
non attivi	4.099	4.333	4.716	5.128

Tra i soci abbiamo 132 aziende e 11,952 persone fisiche di cui il 68% donne.

Si rileva che il numero dei nuovi soci, dopo la tumultuosa crescita del 2014-2015 è in calo; sono sostanzialmente stabili i soci attivi.

Nel breve periodo sarà da definire la gestione dei soci non attivi, cioè coloro che non fanno la spesa in cooperativa da più anni, valutando la possibilità di esclusione dopo un certo numero di anni di non partecipazione alla vita della cooperativa.

Il numero di scontrini medio mensile è di 11.857 per un valore medio di 42 euro circa. Gli acquisti senza tessera sono il 10 % contro il 7 % del 2017. Sono monitorati proponendo una pre-tessera che consente di fare la spesa per tre volte. Si chiede poi di associarsi alla cooperativa: ciò avviene per circa un terzo dei casi.

Alcuni soci, 149, utilizzano solo il ristoro mentre 4.890 solo il negozio.

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Il Consiglio di amministrazione, insediato nel maggio 2017, è composto da cinque persone che, come da statuto, non ricevono compensi.

Per ottimizzare l'impegno e le attività si è data una struttura organizzativa, individuando i seguenti ambiti:

- bilancio: Cristina N. Montini e Marco Gatti
- qualità, rapporto con i fornitori: Carla Ravasio e Marco Gatti
- personale: Silvia Daminelli e Cristina Montini

- assicurazioni e manutenzioni, Silvia Daminelli e Claudio Merati
- comunicazione Carla Ravasio e Claudio Merati.

Il Consiglio ha operato anche nel 2018 cercando di potenziare la comunicazione dei valori della cooperativa e la partecipazione attiva dei soci, con incontri, laboratori e gite sociali e costruendo sinergie con GAS e GAP oltre che consolidando i rapporti con le reti locali.

In questa direzione è stata significativa la partecipazione al bando del Comune di Bergamo per la gestione dello spazio Valle della biodiversità-Orto di astino nel periodo luglio -settembre.

L'attività ha visto coinvolto il personale nella gestione del punto ristoro nei pomeriggi dei fine settimana, consentendo di sperimentare la possibilità di portare il modello di cucina/ristoro fuori dalla sede usuale della cooperativa. Sono stati organizzati inoltre numerosi laboratori coinvolgendo associazioni, artigiani, esperti. A controbilanciare gli esiti economici non positivi resta l'incontro con numerosi potenziali soci, la grande visibilità avuta dall'iniziativa sulla stampa locale, la rete di relazioni che si è creata e l'esperienza acquisita nella gestione del ristoro esterno. Le esperienze esterne sono molto importanti per il nostro personale, sia per cimentarsi in ruoli diversi sia per sentirsi "promotori" della cooperativa e non solo dipendenti,

Analogamente la partecipazione alla Biodomenica del 20-21 ottobre ha incrementato la visibilità della cooperativa e offerto un assaggio della qualità dei suoi prodotti e della cucina.

Rispetto ad analoghe esperienze degli anni passati si deve considerare che le dimensioni raggiunte dalla Cooperativa, il mutato quadro normativo, le limitate possibilità di utilizzare i volontari rendono queste iniziative di complessa e onerosa gestione.

Resta però indispensabile "uscire" dal punto vendita, collegarsi anche fisicamente ad altre esperienze del mondo del biologico e dell'economia solidale e più in generale essere presenti nella società non solo per far conoscere la Cooperativa e coinvolgere nuovi soci, ma soprattutto per contribuire alla crescita di queste realtà e quindi della Cooperativa.

E' stato proposto un questionario conoscitivo per avere una fotografia dei soci, conoscerne le idee e la valutazione che danno della Cooperativa, delle sue attività e servizi.

Il questionario, composto da circa 30 domande, è stato proposto alla fine del 2018 tramite il notiziario, la pagina facebook e in formato cartaceo in negozio. Hanno risposto 311 soci. Oltre a dare un giudizio più che positivo sulla Cooperativa, i soci hanno espresso la richiesta di avere prodotti in offerta e di aprire il ristoro nelle ore serali. Questa proposta si è concretizzata nel prolungamento dell'orario del negozio al venerdì sera con apertura del ristoro fino alle ore 21 a partire dal 15 marzo 2019.

LA COMMISSIONE QUALITÀ

La commissione qualità si riunisce il primo e terzo martedì del mese per valutare nuove proposte di prodotti e nuovi fornitori, in collaborazione con il personale del negozio. Per descrivere i nuovi prodotti viene utilizzata una scheda che considera gli aspetti nutrizionali, l'etichetta e l'imballaggio. La decisione di introdurre nuovi fornitori e nuovi prodotti viene condivisa con il personale del negozio per verificare la presenza di altri prodotti analoghi, i costi, la gestione degli ordini.

Sono stati organizzati quattro incontri di approfondimento su latte e formaggi condotti da esperti del settore, con degustazione guidata cui hanno partecipato soci e personale.

La commissione qualità segue inoltre le attività sociali della cooperativa.

A giugno è stata organizzata in collaborazione con l'Associazione di Mutuo Soccorso di Bergamo la consueta gita , con visita alla cooperativa agricola Castel Cerreto e al palazzo Visconti di Brignano. Sono stati organizzati alcuni incontri : particolarmente significativo quello con la cooperativa Iris sulla filiera pomodoro e frumento.

Non ha avuto successo la proposta di costituire un "Circolo di R-esistenza 2018: leggere per R-esistere" in collaborazione con "Molte fedi sotto lo stesso cielo" per la lettura del libro "*Accarezzare la terra*".

In generale si verifica una scarsa partecipazione dei soci a questo tipo di iniziative: si deve capire se per scarso interesse delle proposte, eccesso di offerta , limiti nella comunicazione o altro.

LA RELAZIONE CON I SOCI

I principali strumenti di comunicazione sono:

- il quaderno dei soci , sempre ricco di osservazioni , critiche e suggerimenti ;
- il sito dove si pubblicano interventi di approfondimento e dove è possibile trovare tutte le iniziative della cooperativa, oltre che i documenti istituzionali (bilanci e statuto); è stato rinnovato aggiornando la piattaforma informatica e la struttura, migliorando la grafica e la leggibilità;
- la pagina facebook con oltre 4000 utenti con post sia di carattere generale sui temi della salute dell'ambiente e dell'alimentazione che sull'attività della cooperativa , sui nuovi prodotti;
- la bacheca dove sono affisse le comunicazioni istituzionali e quelle relative a eventi e iniziative.

Continua la distribuzione del materiale informativo sulla cooperativa sia in negozio per i nuovi soci che in occasione delle iniziative esterne.

Il catalogo doni è stato ripubblicato e distribuito sia tramite il sito e il notiziario che direttamente nella zona di Curno.

I servizi per i soci attivati sono:

- corsi di cucina gestiti dai cuochi del ristoro: complessivamente sette su tematiche diverse sempre in linea con il tipo di cucina e alimentazione proposto al ristoro. E' stato applicato un prezzo diverso per i non soci per incentivare l'associazione alla Cooperativa.
- banchetti vendita prodotti quali scarpe, abbigliamento, materassi , artigianato
- presenza di banchetti informativi di ONLUS quali Medici Senza Frontiere, Emergency, Greenpeace, Cesvi, Amnesty International.

IL PERSONALE

I lavoratori della cooperativa al 31/12 sono 27 (1 coordinatore negozio, 5 cassiere, 3 ortofrutta, 2 fresco, 3 secco, 3 banconieri, 4 cucina 4 ufficio amministrativo e 2 in congedo) di cui 20 tempo pieno e 7 parziale, 23 contratti a tempo indeterminato e 4 a tempo determinato. La componente femminile è del 63%. I lavoratori svantaggiati sono pari a un'unità.

I lavori di pulizia del negozio e del ristoro sono affidati alla cooperativa sociale "Il segno".

Tutto il personale ha seguito i corsi previsti per la sicurezza sui luoghi di lavoro, primo soccorso e haccp. È stata stimolata la partecipazione a fiere del settore (Fa' la cosa giusta, Sana), visite aziendali, incontri di aggiornamento in cooperativa e fuori.

Si è concluso il percorso di formazione su temi relazionali per migliorare la qualità dei rapporti tra i dipendenti e tra dipendenti e soci.

Il responsabile del negozio, gestisce l'organizzazione del negozio e sovrintende alla parte commerciale, in stretta collaborazione con il cda e la commissione qualità. Relaziona mensilmente al cda illustrando l'andamento delle vendite e l'attività del negozio.

Si è conclusa la collaborazione con la naturopata che per alcuni anni ha fornito consulenza ai soci. Nel prossimo anno sarà importante rivedere la struttura del reparto “ erboristeria” e trovare una figura competente che possa gestirlo .

Le collaborazioni professionali attive sono: una consulente per la comunicazione, un consulente per la gestione informatica, uno per sicurezza e haccp e il medico del lavoro.

IL NEGOZIO

Nel 2018 le vendite hanno subito una diminuzione che si concentra soprattutto nel settore dei prodotti confezionati (pasta biscotti farine etc) che più soffrono della competizione con altri punti vendita.

La ripartizione delle vendite è riportata nella tabella:

	2015	2016	2017	2018
CONFEZIONATO	50,50 %	48,70 %	48,00 %	46,00 %
FRESCO	26,70 %	25,30 %	24,70 %	25,50 %
ORTOFRUTTA	12,80 %	13,00 %	13,60 %	14,00 %
PRODUZIONE NS	3,70 %	5,90 %	6,30 %	6,80%
SFUSO	4,80 %	5,80 %	6,20 %	6,40 %
SURGELATI	1,40 %	1,30 %	1,20 %	1,20 %
TOTALE	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %

In negozio si organizzano numerose presentazioni e degustazioni di nuovi prodotti : sono un momento importante per conoscere direttamente i produttori che trovano sempre nei soci e nel personale un interlocutore competente e interessato.

Risconfermano successo le offerte proposte in negozio, molto richieste dai soci che hanno risposto al questionario. Le offerte derivano sempre da proposte dei fornitori, soprattutto distributori, che intendono promuovere alcuni prodotti. Le offerte vengono proposte direttamente ai soci con il ricarico normale.

Si conferma la scelta di valorizzare con un posizionamento migliore solo le proposte più conformi allo spirito della cooperativa : prodotti preferibilmente locali, di piccoli produttori, lista ingredienti breve e poco imballaggio. L'obiettivo è individuare prodotti che abbiano qualcosa da raccontare , favorendo una spesa consapevole e non di impulso.

Il servizio igiene degli alimenti dell' ATS ha effettuato due ispezioni con esiti positivi, così come hanno avuto esito positivo le visite dell'organismo di certificazione ICEA per il mantenimento della certificazione biologico e dell'Ispettorato del lavoro.

La decisione di ampliare l'orario di apertura del negozio e del ristoro al venerdì fino alle ore 21,30 ha comportato una modifica dei turni , concordata con il personale, senza peraltro aumentare le ore complessive di lavoro. E' stata come sempre confermata la non apertura nei giorni festivi.

Un'attività particolarmente onerosa per il negozio è costituita dagli inventari parziali che costituiscono uno strumento importante per verificare la gestione della merce, degli ordini e delle

vendite e controllare la gestione del negozio, consentendo di elaborare bilanci trimestrali con dati reali. Dagli inventari emerge il valore significativamente alto delle perdite attribuibili a furti. Oltre alla perdita economica questo fenomeno comporta la necessità di controlli da parte del personale, spiacevoli sia per chi li deve effettuare che per chi li subisce.

I PRODOTTI E I FORNITORI

I fornitori della cooperativa sono circa 195 per oltre 5.000 referenze. Il numero elevato di referenza fa della cooperativa un punto vendita particolarmente specializzato e qualificato in grado di soddisfare le esigenze dei soci coniugando qualità e convenienza.

Dove possibile si preferisce orientarsi verso i fornitori diretti, aziende agricole e artigianali di trasformazione che costituiscono oltre il 55%. Il resto acquisti viene fatto presso distributori che forniscono sia prodotti a marchio proprio che quelli di piccoli/medi produttori che si appoggiano a loro per la distribuzione. Questi fornitori propongono numerose offerte sui loro listini e premi al raggiungimento di obiettivi concordati di fatturato.

Circa il 10% dei fornitori sono bergamaschi, soprattutto aziende orticole e vinicole.

I prezzi proposti sono concorrenziale rispetto quelli di prodotti analoghi presenti in altri negozi e nella grande distribuzione.

Il prezzo di vendita è calcolato dal programma informatico di gestione partendo dal costo della merce e utilizzando il margine per ogni categoria stabilito molti anni fa dal Consiglio di amministrazione. Il “margine “ varia dal 26 % dell’ortofrutta, dove si hanno molti scarti al 20% dell’olio d’oliva. Solo pochi e marginali fornitori impongono un prezzo o un ricarico fisso di vendita.

Anche per le offerte proposte da fornitori e distributori si applica lo stesso metodo di calcolo, girando tutto lo sconto/offerta ai soci.

L’attività di controllo sui prezzi e di verifica delle politiche commerciali viene effettuata dall’ufficio amministrativo che relaziona al consiglio di amministrazione.

POLITICA AMBIENTALE

La Cooperativa si distingue da anni per la grande attenzione posta ai materiali usati, ad esempio gli imballaggi (sacchetti, vaschette etc.), a basso impatto ambientale, riciclabili e compostabili. In particolare i sacchetti per l’ortofrutta sono di materiale di origine rinnovabile e compostabile al 100%. L’introduzione dell’obbligo del pagamento dei sacchetti per l’ortofrutta dal gennaio 2018 ha suscitato numerose critiche da parte dei soci sia per il costo che per la mancanza di alternative ai sacchetti. Al momento la normativa non consente, per possibili rischi sanitari, l’uso di altri contenitori(cassette, reti , sacchetti riutilizzati) .

Il ricavato della vendita dei sacchetti è stato pari a 4.677 euro , valore inferiore alla spesa effettiva. Come stabilito il ricavato sarà devoluto in progetti sociali, scelti con una votazione tra i soci.

Continua con successo la raccolta di tappi di plastica e di sughero e l'utilizzo dei cartoni di recupero per il trasporto della spesa.

Le forniture elettriche derivano da fonti rinnovabili.

Nel 2018 si è risolto l’annoso problema dei rifiuti presenti sul piazzale: l’amministrazione del condominio ha reso disponibile un’area chiusa per il deposito.

POLITICA SOCIALE

La cooperativa aderisce a Cittadinanza Sostenibile e al Biodistretto sociale bergamasco, associazioni di economia sociale e solidale, collaborando e partecipando a iniziative ed eventi sui temi di economia solidale, sostenibilità alimentazione, agricoltura, mercato.

Banca Etica è il principale istituto di credito della cooperativa e il gestore unico dei pos per bancomat e carta di credito: questa scelta è coerente con i valori fondanti della cooperativa.

Sono stati ospiti della Cooperativa Amnesty international, Cesvi, Medici senza frontiere , per attività di informazione e sensibilizzazione.