BILANCIO
SOCIALE ED ECONOMICO
2014

COOPERATIVA FAMIGLIE LAVORATORI
società cooperativa sociale e di consumo

viale Piave, 43 • 24047 Treviglio BG
tel. 0363 46310 fax 0363 594635
www.cfltreviglio.it

Hanno collaborato alla stesura di questo bilancio:

Responsabile di progetto	Lucia Profumo
Gruppo ristretto	Elena Rossoni
	Giambattista Consonni
Gruppo allargato	Marco Brambilla presidente Consiglio di amministrazione
	Fausto Ferrari Presidente onorario
	Alfredo Morini volontario Area sociale
Progetto grafico e impaginazione	Franco M. Sonzogni [FReSco] grafica e pubblicità, Treviglio www.frescografica.it
Stampato su carta riciclata con inchiostri a base di soia e attenzione agli impatti ambientali	Laboratorio grafico, Pagazzano www.labgrafmonticelli.it
Per informazioni	Lucia Profumo tel. 0363 46310 | e–mail: areasociale@cfltreviglio.it

Relazione sociale ed economica al Bilancio d'esercizio 2014

«La vita non è aspettare che passi la tempesta, ma imparare a ballare sotto la pioggia».

Gandhi

Indice

Relazione sociale ed economica al Bilancio d'esercizio 2014 1

Lettera del presidente 4

Nota 5

1. Chi siamo 7

1.1 La storia: un'intuizione attuale anche dopo 40 anni 8

I nostri numeri (dati al 31/12/2014) 8

1.2 La missione e i valori–principi 8

1.3 Le politiche 9

Linee di azione per il 2014 10

1.4 Il governo e l'organizzazione della CFL 10

1.4.1 Gli organi 10

1.5 Gli stakeholder 13

Soci 13

Personale 13

Fornitori 14

Il mondo cooperativo 14

L'ambiente 14

Il sud del mondo 14

Le fasce deboli 15

La comunità locale 15

I concorrenti 15

2. Risultati economici 17

Relazione sulla gestione 19

Relazione sulla gestione (bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2014) 20

Andamento della gestione 20

Indicatori commerciali 21

Risultato economico 22

Situazione del personale 23

Informazioni di rilievo e prospettive inizio 2015 23

Documento programmatico sulla sicurezza 25

Informazioni ai sensi dell'art. 2428, comma 2, al punto 6–bis, del Codice civile 25

Rischio di credito 25

Rischi di mercato 25

Rischio di liquidità 25

Rischio di cambio 25

Personale e ambiente 25

Possesso di quote proprie 26

Strumenti finanziari derivati 26

Destinazione del risultato d'esercizio .. 26

Relazione del Revisore contabile e del Collegio sindacale 27

Relazione del Revisore contabile sul bilancio di esercizio al 31/12/2014 ..28

Relazione del Collegio sindacale ex art. 2429 CC sul bilancio chiuso al 31/12/2014 29

Bilancio d'esercizio 29

Attività di vigilanza resa nel corso del 2014 (ex art. 2429, comma 2 CC) 30

Informazioni ai sensi dell'art. 2545 CC 31

Informazioni ai sensi dell'art. 2513 CC 31

Bilancio d'esercizio 2014 (Stato patrimoniale, Conto economico, Nota integrativa) 33

Stato patrimoniale al 31 dicembre 2014 34

Attivo 34

Passivo 35

Conti d'ordine 35

Conto economico 36

Nota integrativa al bilancio al 31/12/2014 (versione antecedente al formato XBRL) 38

Criteri di formazione 38

Criteri di redazione 38

Criteri di valutazione e principi contabili adottati 38

Criteri di valutazione 39

Dati sull'occupazione 41

Variazioni delle voci dell'attivo e del passivo 42

Attivo 42

B) Immobilizzazioni 42

C) Attivo circolante 43
D) Ratei e risconti 45
Passivo 46
A) Patrimonio netto 46
B) Fondo rischi ed oneri 46
C) Trattamento di fine rapporto 46
D) Debiti 47
E) Ratei e risconti 49
Conto economico 50
A) Valore della produzione 50
B) Costi della produzione 51
C) Proventi e oneri finanziari ... 53
D) Proventi e oneri straordinari 54
E) Imposte sul reddito d'esercizio 54
Comunicazioni 54
Prospetti analitici 55
Variazioni nei conti delle immobilizzazioni materiali per l'esercizio chiuso al 31/12/2014 56
Variazioni nei conti delle immobilizzazioni immateriali per l'esercizio chiuso al 31/12/2014 56
Analisi ammortamenti 2014 57
Budget 2015 59
Budget 2015 60
Criteri per la stesura del budget 2015 . 60
3. L'offerta di CFL: linee guida del cambiamento 61
3.1 Come evolve il comportamento del consumatore? 62
3.1.1 Le opportunità: cosa chiedono i consumatori.....63
3.2 Strategia CFL: il Piano tattico 2014 64
3.3 La convenienza offerta al socio 68
3.4 Entra anche tu in CFL 68
3.5 La lotta allo spreco alimentare 69
3.6 La selezione dei fornitori: qualità CFL 69
3.6.1 La creazione di un Sistema di garanzia della qualità partecipata per le filiere locali 69
4. Attività realizzate e risultati ottenuti in ambito sociale 71
4.1 CFL in rete 72
4.1.1 Infinito Benessere 72
4.1.2 Università dei consumatori 72
4.1.3 La Cooperativa in piazza: CFL&friends 73
4.1.4 Altri eventi per i soci durante l'anno 74
4.1.5 Lo Spazio soci: in CFL idee da gustare in *relax* 74
4.2 I servizi formativi per i soci 74
4.2.1 I corsi di lingue 74
4.2.2 I libri 74
4.3 La comunicazione 75
4.3.1 Sito web www.cfltreviglio.it 75
4.3.2 Newsletter 76
4.3.3 Vetrina virtuale 76
4.3.4 Comunicazione sul punto vendita 77
4.3.5 Comunicazione 2.0: quale impatto sulla vita e sui numeri della Cooperativa? 77
4.4 Il servizio alla comunità: *stage* e tirocini sul punto vendita 78
5. Approfondimento: i soci 79
5.1 La composizione 80
5.2 Capitale sociale 80
5.3 Prestito sociale 80
5.4 I gruppi di soci 81
6. Gli aspetti ambientali 83
6.1 Le politiche ambientali 84
6.2 La gestione degli aspetti ambientali relativi al funzionamento della Cooperativa 84
6.3 Vendita di prodotti "sostenibili" ... 85

Lettera del presidente

Cari soci,

Qualsiasi scelta di indirizzo strategico che un'impresa decide di compiere deve trovare il suo naturale riverbero nel bilancio d'esercizio, ovvero deve trovare nel bilancio quegli elementi quantitativi e qualitativi che confermano le scelte fatte.

Questo bilancio, che chiude con un risultato positivo dopo le imposte, è il risultato di questa sfida, risultato ottenuto in un anno non facile per CFL in un contesto economico e sociale altrettanto difficile.

Un plauso va fatto all'intenso lavoro svolto da dipendenti, direttore, consiglieri e soci che ci hanno creduto. L'obiettivo comune è stato quello di dimostrare non solo la validità commerciale del nostro modello distributivo, ma soprattutto la sua sostenibilità sia economica che valoriale, connubio questo a mio avviso imprescindibile per una cooperativa.

Anche l'appello per rilanciare CFL fatto dal presidente onorario ha sicuramente contribuito a raggiungere il risultato positivo.

Nelle pagine dedicate alla relazione sulla gestione troverete tutti gli elementi di tipo quantitativo e qualitativo che delineano le direttrici del lavoro fatto, lasciando poi alle assemblee il tempo per gli approfondimenti. Lascio a voi le valutazioni, ma secondo me il risultato è pregevole, specie perché l'alternativa era la chiusura.

Le misure attuate durante l'anno, a cominciare dall'inserimento di un nuovo direttore per la rinuncia del precedente, ricalcano il programma stabilito nelle assemblee di febbraio e da voi approvato.

Tra questi interventi il più evidente è, sicuramente, la revisione del layout del punto vendita, accompagnato da altri di tipo più organizzativo e gestionale. Sebbene meno evidenti, queste misure hanno contribuito a migliorare in maniera sensibile la gestione caratteristica. Per fare due esempi il recupero della marginalità dovuta a una maggiore efficienza negli acquisti, è risultato ormai acquisito, così come la riduzione del costo del lavoro ottenuto attraverso sia l'utilizzo della CIG, sia grazie a fuoriuscite spontanee e programmate.

Grande attenzione è stata poi rivolta alla ripresa e consolidamento della collaborazione con il nostro consorzio di riferimento, rapporto divenuto ormai insostituibile.

Il futuro ci dirà se SAIT saprà essere in grado di soddisfare in maniera sempre più appagante il consumatore lombardo, ovvero se, servendo diverse cooperative lombarde, saprà dimostrare la sua vocazione non solo al territorio trentino.

Ricordiamoci che un territorio sempre più affollato di concorrenti impone a tutti gli attori un cambio di passo, sia in termini di idee, che di rapidità nell'attuarle.

Ora uno sguardo agli obiettivi del 2015: un anno da spendere per concludere l'opera di equilibrio di bilancio, il rafforzamento della nostra distintività commerciale supportata da una robusta azione di comunicazione, oltre che proseguire con il lavoro di sinergia, sia con le cooperative di consumo lombarde, che attraverso la rete del territorio.

Ritengo che questa attività ci permetterà sia di esaltare il nostro ruolo di cooperativa di consumo ma anche sociale, e, grazie agli stimoli e le esperienze che ne deriveranno, di poterlo giocare sia nei confronti dei nostri soci che verso il territorio che abitiamo.

Tutto questo all'interno di una visione complessiva che deve vedere CFL in prima linea nel perseguire il cambiamento, cambiamento da interpretare non solo come medicina dei propri mali ma soprattutto come antidoto all'estinzione.

Marco Brambilla
presidente CFL

Nota

La presente relazione sulla gestione sociale ed economica al bilancio di esercizio è stata approvata dal Consiglio di amministrazione il 31 marzo 2015.

È stampata in versione integrale (200 copie), e resa disponibile in versione cartacea sul punto vendita, per chiunque ne faccia richiesta, inviata ai principali portatori di interesse e distribuita in occasione di eventi promozionali, nonché nelle 6 assemblee parziali e all'assemblea generale.

Inoltre è stata predisposta una sintesi di 16 pagine stampata in 4.500 copie ed inviata a tutti i soci.

Ambedue i documenti, integrale e sintetico, sono scaricabili dal sito della Cooperativa (www.cfltreviglio.it), con *link* pubblicato anche sulla pagina Facebook.

Mi fido di CFL
e ci metto la faccia

Io sono il socio n. 1

Dal 1972 a Treviglio c'è un luogo per fare la spesa
che si impegna per offrire prodotti di qualità ad un prezzo equo,
con un servizio tagliato su misura per ciascuno dei suoi 4.289 soci.
Ognuno di loro, per CFL, è il socio n. 1.

Entra anche tu!

CFL COOPERATIVA FAMIGLIE LAVORATORI
cooperativa sociale e di consumo

viale Piave, 43 | Treviglio
www.cfltreviglio.it
/cooperativafamiglielavoratori

1.
Chi siamo

1.1 La storia: un'intuizione attuale anche dopo 40 anni

La Cooperativa Famiglie Lavoratori (CFL) nasce il 18 novembre 1972. In quell'anno alcune famiglie di Treviglio, residenti nella zona nord della cittadina, decidono di unire le loro forze per difendersi dall'aumento dei prezzi dei generi di prima necessità, e danno vita ad una Cooperativa Commissionaria di Consumatori.

Inizialmente CFL è dunque una sorta di Gruppo di acquisto solidale (GAS) *ante litteram*, in cui è possibile comperare solo su ordine mensile e tutte le attività — dall'ordine, alla selezione di prodotti e fornitori, fino alla distribuzione della merce — sono gestite a titolo volontario dalle famiglie aderenti. Con gli anni e la crescita del numero di aderenti, CFL diventa prima uno spaccio e poi, con l'acquisto e la ristrutturazione dell'attuale sede, un supermercato di media superficie.

Da sempre appartenente a Confcooperative, dal 2004 CFL **aderisce al SAIT, Consorzio delle cooperative trentine**.

CFL inoltre è nodo della rete Cittadinanza Sostenibile, nata nel dicembre 2007 a Bergamo con lo scopo di promuovere i temi del consumo critico e della sostenibilità ambientale e sociale, cui prendono parte organizzazioni e singoli impegnati nello studio e la sperimentazione delle pratiche di altra economia.

I nostri numeri (dati al 31/12/2014)

Soci	4.289
Dipendenti	20
Collaboratori volontari	circa 30
Dimensioni punto vendita	mq 900
Energia prodotta dall'impianto fotovoltaico	circa kWh 50.000
Capitale sociale	€ 405.787
Soci prestatori	118
Prestito sociale	€ 610.930

1.2 La missione e i valori–principi

La cooperativa dei consumatori è una società autonoma, di proprietà comune di persone che si uniscono per soddisfare esigenze economiche, sociali e culturali. È basata sui valori dell'aiuto reciproco, della responsabilità di ognuno, del lavoro, della democrazia, dell'uguaglianza, dell'equità e della solidarietà. Fin dalle origini, inoltre, i soci condividono i valori dell'onestà, della trasparenza, del rispetto degli impegni, della responsabilità sociale e dell'attenzione verso gli altri.

La carta dei valori delle Cooperative di Consumatori inoltre statuisce i 7 principi che si ispirano alla dichiarazione approvata dal 31° Congresso dell'Alleanza Cooperativa Internazionale (Manchester, 1995) e ne guidano l'operato.

1) La cooperativa è una società aperta

Da sempre CFL offre prodotti e servizi ai soli soci. Questo perché la cooperativa pone l'accento prevalentemente sull'importanza della partecipazione e sull'appartenenza. "Stare" in cooperativa ha ragioni molto più ampie rispetto alla mera convenienza di acquisto.

Per questo CFL è inclusiva ed aperta a nuovi potenziali soci, è lieta di rispondere a domande e curiosità, e incoraggia gli acquisti di prova. Il socio potenziale/nuovo socio deve sentirsi accolto e portare a sua volta altri soci, perché l'esperienza di CFL ha senso se non rimane un'enclave, ma semina il più possibile i suoi valori nella comunità cui appartiene, e magari anche più in là.

2) Nella cooperativa vige la partecipazione democratica fra liberi e uguali

Come noto le cooperative applicano alla loro *governance* il principio "Una testa, un voto", secondo il quale — qualunque sia la quota di capitale posseduta — il valore del voto del socio in assemblea è sempre uguale a uno. CFL dà la massima importanza alla partecipazione dei soci alle scelte aziendali e incentiva la partecipazione dei soci alle assemblee con un numero elevato di assem-

blee parziali (6 l'anno scorso), e la diffusione a tutti di un'ampia sintesi del bilancio economico e sociale.

3) La cooperativa è una impresa solidale e senza fini di speculazione privata

La cooperativa non ha fini di lucro. Guadagno non è la semplice differenza fra costi e ricavi a vantaggio di chi vende, ma un'utilità che può essere condivisa con altri e differita nel tempo e nello spazio. Questa utilità può essere a vantaggio di popolazioni dei Paesi in via di sviluppo i cui prodotti sono in vendita in Cooperativa, oppure a vantaggio delle generazioni future a favore delle quali CFL si impegna per il rispetto dell'ambiente attraverso il consumo critico di prodotti a basso impatto.

4) La cooperativa è autonoma e indipendente

CFL appartiene ai soci, che ne determinano strategie e politiche in modo del tutto autonomo e democratico. Per questo CFL ha scelto di affiliarsi al Consorzio SAIT, una *partnership* che consente alla Cooperativa di usufruire dei servizi e del supporto di una rete di oltre 300 cooperative, mantenendo la piena autonomia nel perseguimento delle finalità economiche, socio–culturali e politiche che la caratterizzano dalla sua nascita.

5) La cooperativa fa scuola

Fin dalla sua nascita CFL ha perseguito uno scopo di crescita culturale dei propri aderenti e della comunità tutta. Per questo nel tempo ha promosso corsi di lingua, incontri e percorsi in materia di consumo critico, eventi culturali, spettacoli e gite di istruzione. Va in questa direzione anche la vendita, primo supermercato in Italia, di libri scontati ai soci.

6) La cooperativa lavora con il movimento cooperativo di tutto il mondo

CFL mantiene rapporti con le cooperative sul suo territorio, e con tutti quei soggetti che, a vario titolo, sono impegnati a produrre benessere sociale, con i quali promuove la formazione di rapporti di collaborazione e sinergie.

7) La cooperativa opera a vantaggio dei consumatori e della comunità

Fin dalla sua origine la CFL si è posta obiettivi che vanno oltre la mera convenienza negli acquisti, ma ha perseguito un fine generale di promozione umana. La cooperazione è veicolo di cittadinanza, un mezzo di mutualizzare e tessere relazioni fra soggetti diversi, spesso fragili, un luogo per costruire ponti, per rappezzare quello che altri hanno strappato. È un modo per rispondere in modo responsabilizzato e non individualistico ai bisogni, è *welfare* partecipato.

Tali valori sono enunciati nello Statuto, riscritto nel 2012, che considera il consumo, e quindi l'attività di vendita, non come il suo obiettivo primario, ma strumentale al raggiungimento di uno scopo generale di promozione umana. Lo statuto e il relativo regolamento di attuazione sono scaricabili dal sito www.cfltreviglio.it e ritirabili in versione cartacea presso il punto vendita.

1.3 Le politiche

Il Consiglio di amministrazione e la Direzione sono chiamati a porre in essere politiche in linea con la *mission* della Cooperativa, da sempre sintetizzata nello slogan "Consumare meno, consumare meglio", che per noi significa essere consumatori critici, consapevoli, etici, sostenibili.

Linee di azione per il 2014

- **Mantenere il ruolo di negozio di quartiere**, dove si trova un ampio assortimento di prodotti di prima necessità.
- **Potenziare e rifocalizzare l'offerta di prodotti di alta qualità** che costituiscono tradizionalmente il punto di forza della Cooperativa, specie per quanto riguarda i prodotti freschi e freschissimi, privilegiando le eccellenze locali.
- **Dare più spazio e visibilità all'assortimento "etico"**, che caratterizza fortemente la CFL in quanto coerente con la sua missione: prodotti biologici, equosolidali, provenienti dalla rete cooperativa e da organizzazioni impegnate in progetti di promozione umana.
- **Eliminare tutte quelle referenze che**, accumulatesi negli anni, **non caratterizzano l'offerta** ma, al contrario, rendono meno visibili e sottraggono spazio a prodotti più in linea con i nostri obiettivi, appesantiscono la gestione, o semplicemente hanno un livello di gradimento molto basso da parte dei soci.
- **Migliorare l'ordine e l'aspetto del punto vendita**, perché sostare in Cooperativa sia un'esperienza piacevole e rilassante in un ambiente sobrio ma accogliente e curato.
- **Potenziare la comunicazione verso i soci ed i non soci**, per informare al meglio sulla Cooperativa, la sua unicità, i suoi prodotti e i suoi servizi.
- **Promuovere le relazioni sia fra i soci che la rete di organizzazioni** impegnate sul nostro territorio a produrre benessere sociale, offrendo spazi di relazione, incontro, approfondimento.
- **Recuperare efficienza** attraverso la razionalizzazione dei processi operativi e il più ampio e consapevole utilizzo del sistema informatico.
- Mantenere una fascia di prezzo tale da garantire la **difesa del potere di acquisto** dei nostri soci.

Il Piano tattico e le relative azioni sono fornite a pag. 64.

1.4 Il governo e l'organizzazione della CFL

1.4.1 Gli organi

Assemblea

Da sempre fondata sulla partecipazione e la trasparenza, la CFL coinvolge tutti gli anni i soci in una serie di assemblee, ordinarie e straordinarie. Di norma si svolgono in primavera le assemblee per l'approvazione del bilancio e il rinnovo degli organi sociali, mentre in ottobre–novembre si svolgono le assemblee straordinarie (per es. per modificare lo statuto) o convocate per affrontare con i soci temi di particolare rilevanza per la vita della Cooperativa.

Nel corso del 2014, caratterizzato da una situazione difficile per la Cooperativa, sono state convocate 2 assemblee ordinarie:

- il 21 febbraio, assemblea convocata per la disamina della situazione economica e patrimoniale al 30/11/2013, secondo il disposto dell'art. 2446 CC, che dispone l'obbligo di convocazione dei soci nel caso in cui la perdita di esercizio ecceda un terzo del capitale sociale;
- il 30 maggio, assemblea generale di bilancio.

La partecipazione all'assemblea di febbraio è stata pari al 5,02% degli aventi diritto, scesa al 3,7% nell'assemblea di bilancio. Nell'assemblea di febbraio i soci partecipanti sono stati 123 con 90 deleghe; all'assemblea di bilancio hanno partecipato 70 soci con 86 deleghe.

Consiglio di amministrazione

Il Consiglio di amministrazione in carica è stato eletto nel 2013 e terminerà il suo mandato ad aprile 2016. L'elenco dei consiglieri in carica a fine 2014 è fornito nella tabella qui sotto. Nel corso

del 2014 si è dimesso Massimo Pelizzari, per motivi familiari. In conformità a quanto stabilito dallo statuto verrà cooptato Fausto Oggionni, terzo dei candidati non eletti.

Composizione del Consiglio di amministrazione

	Carica	Anzianità di carica	Professione
Marco Brambilla	Presidente	3° mandato	promotore finanziario
Giovanni Milella	Vicepresidente	1° mandato	funzionario Unione italiana vini
Dario Badoni	Consigliere	1° mandato	pensionato, ex dipendente CFL
Angelo Ferrari	Consigliere	1° mandato	ingegnere edile
Angelo Jamoletti	Consigliere	2° mandato	artigiano edile
Luigi Mastropasqua	Consigliere	2° mandato	pensionato
Fausto Oggionni	Consigliere	3° mandato	Responsabile di funzione, settore industria
Graziella Somenzi	Consigliere	1° mandato	insegnante
Ivan Vitali	Consigliere	1° mandato	funzionario BCC

Per l'incarico svolto **gli amministratori non hanno diritto a nessun compenso**, se non il rimborso delle spese vive sostenute per lo svolgimento della propria attività.

Le riunioni di Consiglio si svolgono di norma una volta al mese, ma anche con frequenza maggiore se la situazione lo richiede. Alle riunioni partecipa di norma il responsabile del punto pendita e possono partecipare, sulla base dell'ordine del giorno, anche altri dipendenti e il rappresentante dei lavoratori. Se non esplicitamente escluso, ai Consigli di amministrazione possono partecipare i soci. Sulle questioni relative al personale il Consiglio delibera a porte chiuse.

Nel 2014 (periodo giugno–dicembre) il Consiglio di amministrazione si è riunito 16 volte. A queste riunioni vanno aggiunte le riunioni in sottogruppi ristretti in preparazione alle riunioni di Consiglio e delle varie iniziative della Cooperativa, gli incontri con il personale, il lavoro individuale a casa, per un numero di ore difficilmente quantificabile, e variabile da consigliere a consigliere, e pari circa a 8 ore alla settimana per il Presidente.

Collegio sindacale

Il Collegio sindacale in carica è stato eletto nel 2013 e terminerà il suo mandato ad aprile 2016.

Composizione del Collegio sindacale

	Carica	Anzianità di carica	Titolo di studio, professione, eventuale iscrizione ad albo	Eventuali ruoli significativi in altre organizzazioni
Longaretti Pietro	Presidente	1° mandato	Dottore commercialista, laureato in Economia e commercio, iscritto all'Ordine dei Dottori commercialisti di Bergamo e al Registro dei Revisori contabili	Presidente della Fondazione Cassa Rurale di Treviglio, membro del Consiglio di amministrazione o del Collegio sindacale di diverse società
Assolari Cinzia	Sindaco effettivo	1° mandato	Dottore commercialista, laureato in Economia e commercio, iscritto all'Ordine dei Dottori commercialisti di Bergamo e al Registro dei Revisori contabili	

Carminati Luca	Sindaco effettivo	1° mandato	Laurea in Economia e commercio, Dirigente d'azienda, iscritto all'Albo dei Dottori commercialisti e all'Albo dei Revisori contabili	Componente di organismi di vigilanza ai fini del D.Lgs. 231/01
Zucchelli Filippo	Revisore contabile	1° mandato	Diploma di ragioneria, iscritto all'Ordine dei Dottori commercialisti di Bergamo e al Registro dei Revisori contabili	Sindaco e revisore di diverse società cooperative

Il Collegio sindacale si riunisce almeno una volta ogni 90 giorni per espletare le verifiche previste dal Codice civile e la verifica contabile prevista dalle norme sulle revisione del bilancio d'esercizio. A queste vanno aggiunte riunioni varie per le verifiche sul bilancio d'esercizio. Nel 2014 complessivamente sono state effettuate 3 riunioni per espletamento delle attività di controllo, cui si aggiungono le presenze alle riunioni del CdA e ad eventuali altre riunioni.

Il Collegio sindacale non ha ricevuto alcun compenso o rimborso spese.

Commissione elettorale

A norma di Regolamento, la Commissione è composta da almeno cinque soci volontari ratificati dal CdA ed ha lo scopo di assicurare il regolare svolgimento delle assemblee e delle elezioni in Cooperativa. Di particolare importanza la relazione stesa e presentata al CdA alla fine di ogni tornata assembleare, che sintetizza gli interventi dei soci nelle assemblee e presenta proposte di intervento.

Nel corso del 2014 la Commissione elettorale ha organizzato 2 assemblee ordinarie e 6 assemblee parziali. Di seguito i nominativi dei componenti la Commissione.

Composizione della Commissione elettorale 2014

- Giovanni Gatti, presidente
- Eugenio Bussini
- Margherita Doneda
- Anna Frigerio
- Alessandro Galbiati
- Mauro Luigi
- Emanuela Marini

Anche la Commissione elettorale non ha ricevuto alcun compenso o rimborso spese.

Trasparenza e gestione dei potenziali conflitti di interessi

Lo statuto prevede all'art. 28 che "(…) I membri del Consiglio di amministrazione devono essere soci e non sono eleggibili se nei tre mesi che precedono l'elezione hanno avuto rapporti contrattuali per la fornitura di beni o servizi alla Cooperativa, in proprio o per conto di impresa di cui sono legali rappresentanti o nella quale rivestono cariche sociali o presso l'ufficio vendite della quale prestano lavoro. Decadono dall'incarico qualora durante il medesimo vengano meno i requisiti predetti".

Il nuovo testo prevede altresì la non eleggibilità dei dipendenti, per i quali si prevede che sia l'assemblea a definire le modalità di partecipazione dei lavoratori al governo della società. Nell'ultima tornata di assemblee la Commissione elettorale ha evidenziato come sia opportuno potenziare tale norma, estendendola ai parenti di dipendenti e fornitori.

Il ruolo dei volontari in CFL

Con lo statuto approvato il 27 maggio 2012, che affianca la mutualità sociale a quella di consumo, la Cooperativa riconosce l'apporto dei soci volontari, il cui contributo assume pari dignità rispetto alla tradizionale categoria dei soci consumatori.

Obiettivo principale dell'attività dei volontari è accrescere il senso di appartenenza dei soci, comunicare i valori e l'identità della Cooperativa, creare le condizioni perché la Cooperativa sia davvero un luogo di incontro e scambio di idee e non solo un luogo di consumo.

Questa nuova configurazione rende pienamente merito ai volontari, tradizionalmente colonna portante della CFL. I volontari:

- progettano e realizzano attività educative e ricreative per i soci, contribuendo così in modo determinante al raggiungimento degli scopi sociali;
- supportano i progetti del CdA (per esempio, ricapitalizzazione);
- presidiano il punto soci, organizzano e realizzano le attività di promozione e animazione sul punto vendita;
- gestiscono il servizio libri;
- forniscono suggerimenti e idee al CdA per il miglioramento del servizio ai soci.

1.5 Gli *stakeholder*

Con il termine stakeholder, spesso tradotto in italiano con "portatori di interesse", si intendono tutti i soggetti, individuali o collettivi (e quindi singoli cittadini, gruppi informali e organizzazioni), che si può prevedere:

- siano influenzati in modo significativo dalle attività dell'organizzazione;
- possano influenzare la capacità dell'organizzazione di mettere in atto le sue strategie e conseguire i suoi obiettivi.

Di seguito si presenta una mappatura dei principali stakeholder della CFL.

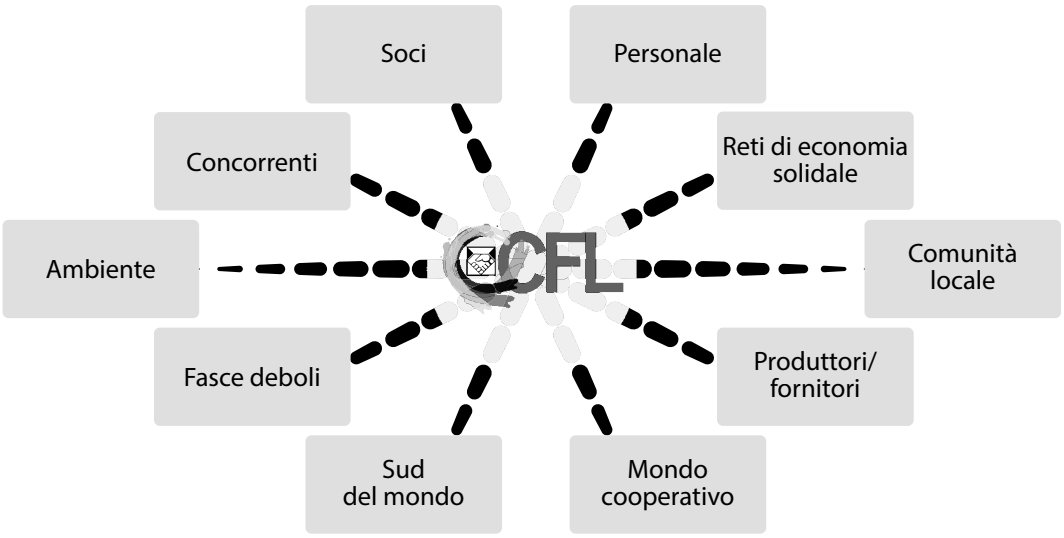


fig. 1 | Gli *stakeholder* della CFL

Soci

Nel corso dell'anno 2014 si sono iscritti 115 soci e se ne sono dimessi 73. A fine 2014 i soci sono 4.289 (> cap. 5). La grandissima parte degli acquisti in Cooperativa viene effettuata da soci, che quindi **coincidono pressoché con l'insieme dei clienti**.

Personale

A fine 2014 il personale della CFL per il funzionamento generale della Cooperativa e per la gestione del punto vendita è composto da **20 dipendenti**. Si hanno inoltre i collaboratori del Laboratorio lingue, con contratto a progetto, che sono 6.

Il personale deve garantire continuità e qualità del servizio e declinare ai soci l'offerta e i valori

della CFL.

Fornitori

Nel 2014 la CFL ha acquistato da fornitori per € 4.217.241. Il fornitore principale si conferma essere il **consorzio SAIT** di Trento, presso il quale la Cooperativa effettua circa il 50% degli acquisti di beni e servizi. Il SAIT fornisce prodotti di marca, prodotti a marchio Coop, frutta e verdura, prodotti secchi, freschi e freschissimi, prodotti per l'igiene e la pulizia. Rispetto ad un "normale" supermercato tuttavia, che acquista la totalità dei suoi prodotti dalla centrale di acquisto di riferimento, CFL ha anche una rilevante percentuale (circa il 50% di acquisti) da altri fornitori.

Il mondo cooperativo

CFL, come già evidenziato, fa parte del consorzio delle Cooperative trentine (SAIT). SAIT rappresenta il *partner* ideale sia per la consonanza di valori e tradizioni, sia per la sua propensione al rispetto dell'identità e delle specificità di tutte le sue cooperative aderenti.

Da anni la CFL collabora con Confcooperative e persegue una politica di sinergia con le altre cooperative attive sul territorio; in particolare **nel 2014 CFL è stata capofila delle cooperative lombarde aderenti al SAIT**, con lo scopo di portare a Trento le istanze dell'ala "lombarda" del Consorzio, anche in previsione della presenza di un rappresentante lombardo all'interno del CdA del consorzio.

CFL è altresì presente negli organismi di rappresentanza delle Cooperative di consumo a livello regionale e nazionale.

Da sempre *partner* privilegiato della CFL è la **Cassa Rurale Banca di Credito Cooperativo di Treviglio**, con la quale condividiamo valori mutualistici e progetti di sostegno e crescita della comunità locale. CFL mantiene altresì frequenti rapporti con molte cooperative sociali della zona, che prendono parte a molte delle attività organizzate dalla Cooperativa sul territorio.

L'ambiente

La Cooperativa ha tra i suoi valori fondanti il rispetto dell'ambiente e l'uso responsabile e sostenibile delle risorse naturali. L'adesione a valori e prassi ambientaliste non è per noi una strategia di *marketing*, ma uno dei valori alla base del nostro esistere ed una precisa assunzione di responsabilità verso l'intero pianeta.

La scelta ambientalista di CFL si concretizza attraverso l'adozione di buone prassi e strategie di **riduzione degli imballaggi,** di **gestione sostenibile del punto vendita,** di **promozione delle energie rinnovabili e dell'efficienza energetica** (> cap. 6).

Per il perseguimento dei propri obiettivi in materia ambientale la CFL collabora attivamente con istituzioni (enti locali, scuole) e organizzazioni ambientaliste sul territorio (es. Legambiente) e promuove attività informative ed educative rivolte ai soci, per aumentarne la consapevolezza e orientarne i comportamenti (> cap. 4).

Il sud del mondo

In quanto consumatori consapevoli, in CFL abbiamo ben chiaro che gran parte delle ingiustizie e delle sperequazioni fra nord e sud del mondo trova la sua origine nel nostro sistema economico e nel nostro dissennato stile di consumo; consumare meno e meglio è quindi per noi non solo uno stile di vita che discende da scelte personali di sobrietà ed essenzialità, ma anche un imperativo di giustizia.

A sostegno dei progetti di sviluppo nel sud del mondo, **CFL da molti anni distribuisce i prodotti del commercio equo e solidale**.

Nel 2014 è proseguita la collaborazione con la CTM, cooperativa del commercio equo e solidale di Treviglio. Questo ha permesso di organizzare promozione sul punto vendita di prodotti e campagne del commercio equo.

CFL inoltre **sostiene e collabora con organizzazioni attive nell'ambito della cooperazione in-**

ternazionale: tra le collaborazioni del 2014 quella con la dottoressa Colette Kitoga e il gruppo che supporta la sua opera in Congo, e quella con l'associazione Vento di Terra, che svolge attività in Palestina, prevalentemente nei territori occupati palestinesi.

Le fasce deboli

La Cooperativa ha fra i suoi obiettivi il contributo positivo alla comunità nella quale opera, attraverso l'accoglimento e la risposta ai suoi bisogni: i nostri soci hanno sempre dimostrato una forte attenzione alle necessità di chi è in stato di disagio ed hanno risposto in modo significativo alle numerose proposte di solidarietà ospitate nel punto vendita. Per questo la **CFL attua politiche di inclusione volte all'accoglienza e all'ascolto dei bisogni dei segmenti più svantaggiati** e collabora con gli altri soggetti che perseguono analoghi obiettivi. Fra questi soggetti, cooperative sociali, organizzazioni del privato sociale che operano nell'ambito dell'educazione, della interculturalità e del reinserimento di soggetti svantaggiati (associazioni, ONG, scuole e altre agenzie formative). Anche nel 2014 sono state organizzate diverse raccolte a favore di realtà locali fra cui la Caritas decanale, il Centro di Aiuto alla vita di Cassano, anche in collaborazione con il Comune di Treviglio.

La comunità locale

La CFL ha da sempre proficui rapporti con la comunità locale, per la quale rappresenta un riferimento importante anche sul piano culturale.

Anche nel corso del 2014 la Cooperativa ha patrocinato iniziative culturali. Fra le altre, "Treviglio Poesia" e "Fuorilcinema" (cinema estivo all'aperto), e ha attuato collaborazioni con diversi istituti scolastici ed associazioni locali. Inoltre è proseguita la collaborazione con il gruppo di lavoro promosso dal Comune di Treviglio con lo scopo di monitorare la qualità dell'acqua erogata dall'acquedotto e promuoverne l'uso alimentare.

Infine la festa CFL di settembre è pensata come punto di incontro e conoscenza di tutte le organizzazioni che operano in campo sociale sul nostro territorio e di alcuni fra i fornitori a km 0 della Cooperativa.

Particolare attenzione è prestata allo sviluppo di relazioni con varie realtà della società civile che operano sul nostro territorio, allo scopo di creare sinergie nella realizzazione di eventi iniziative, condividere competenze ed esperienze e "fare massa critica" nella diffusione di pratiche e valori solidali.

I concorrenti

La CFL opera da anni in territorio caratterizzato da una forte concorrenza fra le maggiori insegne della Grande Distribuzione Organizzata, rese particolarmente aggressive dalla crisi economica e dalla necessità di contendersi quote di mercato.

Per il tipo di prodotti venduti, sono di fatto nostri concorrenti anche le Botteghe del commercio equo, le erboristerie, i negozi di prodotti biologici, le farmacie (su alcuni prodotti) e le profumerie specializzate in prodotti naturali.

Rispetto a questi negozi, l'unicità della Cooperativa e il suo vantaggio competitivo stanno in un *mix* di prodotti unico, che spazia dai prodotti a marchio, alla marca commerciale, a prodotti biologici, eccellenze locali, prodotti per regimi particolari solo da noi reperibili in un unico punto vendita, a prezzi più convenienti dei negozi specializzati e con un'assistenza impossibile da trovare in un normale supermercato.

Mi fido di CFL e ci metto la faccia

Qualità & prezzo

Alimentazione sana e prezzo equo possono convivere.
CFL ha scelto di privilegiare la qualità e la salute
delle persone e dell'ambiente. Ma è attenta anche alla convenienza
e sa trovare il miglior rapporto tra qualità e prezzo.

Entra anche tu!

CFL COOPERATIVA FAMIGLIE LAVORATORI
cooperativa sociale e di consumo

viale Piave, 43 | Treviglio
www.cfltreviglio.it
/cooperativafamiglielavoratori

2.
Risultati economici

Relazione sulla gestione

Relazione sulla gestione (bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2014)

Cari soci,

l'esercizio chiude con un risultato positivo di € 3.663. L'esercizio precedente riportava un risultato negativo pari a € 115.268.

La nostra società cooperativa svolge la propria attività senza fini di speculazione privata, e quindi senza scopo di lucro, prevalentemente a favore dei soci, nel settore della distribuzione organizzata, attraverso un punto vendita ai soci di prodotti alimentari e non.

Ai sensi dell'art. 2428 CC si segnala che l'attività viene svolta presso la sede legale di Treviglio (BG), viale Piave, 43.

Andamento della gestione

Secondi gli analisti, il 2014 è stato per la distribuzione un anno di aspettative disattese; dopo sette anni di crisi senza soluzione di continuità, nel 2014 si è infatti assistito all'interruzione nella discesa dei consumi, ma senza che si innescasse una ripresa robusta del ciclo economico. Nella parte finale dell'anno si sono scorti tuttavia segnali di allentamento dei ritmi di caduta delle quantità vendute, coerenti con il debole recupero del potere d'acquisto e un lievissimo progresso delle vendite di prodotti alimentari confezionati.

Sempre a livello di tendenza, crescono le vendite delle linee dedicate alle intolleranze alimentari, a consumatori vegetariani e vegani, i prodotti dietetici, i piatti pronti e i cibi etnici.

Questa macrotendenza presenta sicuramente delle opportunità per una realtà con le caratteristiche di CFL, anche se la creazione di queste opportunità ha portato concorrenti grandi e organizzati ad occupare spazi che erano propri e quasi esclusivi dell'offerta di CFL, riducendone il vantaggio competitivo.

In particolare, la presenza sul territorio di un ipermercato gestito da Coop Lombardia ha diminuito la distintività di CFL sui prodotti a marchio Coop. Inoltre, il passaggio dalla gestione Lombardini a Coop Lombardia ha comportato una migliore qualità dell'offerta. Ancora, i prodotti biologici e quelli destinati a stili e regimi particolari sono oggi sempre più presenti in tutta la grande distribuzione, compresi i *discount*. Tutto ciò ha avuto chiari riflessi sull'andamento del fatturato CFL, che ha cominciato una fase di calo già da settembre 2013.

A partire da questa analisi e coerentemente con le linee espresse dalle assemblee svoltesi nel febbraio e maggio 2014, l'esercizio ha visto l'implementazione di una serie di azioni. In particolare:

- **revisione del *layout***, al fine di consentire un'esposizione più razionale delle referenze e liberare spazio per i prodotti a maggiore contribuzione. In quest'ambito, particolare attenzione viene data all'offerta di prodotti freschi e freschissimi "eccellenti", nonché a prodotti bio, a filiera corta, e ad alto "contenuto sociale", spazi questi ultimi difficilmente presidiabili dalla GDO generalista;
- **revisione dell'assortimento**, con lo scopo di giungere all'alleggerimento delle referenze in particolare nei reparti dell'alimentare generico, al fine di recuperare marginalità, razionalità e coerenza nell'assortimento. A margine, ridefinizione della trattativa con i fornitori con revisione delle prassi e delle procedure di acquisto diretto;
- ***focus* sul servizio al socio**: maggiore cura e ordine del punto vendita per renderlo più accogliente, pur mantenendo lo stile sobrio ed essenziale proprio di CFL, con ampio spazio ad informazioni ai soci sul punto vendita su prodotti, caratteristiche, utilizzo, differenze rispetto all'offerta tradizionale e con maggiore visibilità per promozioni e iniziative particolari;
- **estensione dell'orario di apertura del punto vendita**, con anticipo alle 8:30, tenendo anche conto della tipicità di punto vendita di riferimento per il quartiere;

- **attività promozionali.** Si è sistematizzata l'adesione alle iniziative promozionali sia poste in essere da SAIT, che da parte degli altri fornitori, stimolando la creazione di promozioni ad *hoc* sui banchi macelleria e gastronomia, oltre che in alcuni reparti dei generi vari ad acquisto diretto, come ad esempio per i vini. Lo scopo principale è quello di creare e evidenziare aree dedicate sul punto vendita per promozioni, per contrastare la percezione di punto vendita caro, espressa da alcuni soci in assemblea e diffusa sul territorio. L'ammontare totale delle svalorizzazioni per promozione, che si sostanziano dunque in un concreto vantaggio per il socio nel 2014, è pari a € 58.868, al netto delle offerte su prodotti in scadenza o a fine *stock*. La volontà di ribasso dei prezzi ha avuto ulteriore conferma a partire da inizio 2015, con un riposizionamento verso il basso dei prezzi di circa 800 prodotti tra i più venduti, nei reparti generi vari, latticini e surgelati. L'attività promozionale è stata anche l'occasione per operare una riduzione dei prodotti, prevalentemente extralimentari, fermi in magazzino da tempo. Il processo è evidenziato da una riduzione del valore delle rimanenze pari al 6,6% per un valore di € 16.173;
- **azioni di attrazione di nuovi soci**, a fronte del saldo nullo tra nuovi arrivi e uscite dei primi otto mesi del 2014, e della barriera all'entrata costituita della quota sociale di € 51,64. A questo scopo si è introdotta da settembre una borsa di benvenuto per i nuovi soci, con omaggio di alcuni prodotti, materiale informativo e buoni sconto. Inoltre si è previsto un buono sconto anche per il socio che ne presenti uno nuovo, il tutto supportato da campagna di comunicazione su sito, *social network*, stampa locale e punto vendita. Il risultato è stato di un saldo positivo di 42 nuovi soci da settembre a dicembre 2014, tendenza confermata nell'anno nuovo con 17 nuovi soci a fine marzo 2015;
- **campagna di ricapitalizzazione**, con un delta positivo di 320 quote a fine dicembre, pari a € 16.524,80;
- implementazione di un **progetto di comunicazione** attraverso la definizione di un piano integrato di comunicazione con mappatura di canali, strumenti e destinatari. In applicazione del piano, aggiornamento del sito con revisione dei contenuti e creazione di una vetrina di presentazione dei prodotti CFL e delle sue iniziative, sbarco sui *social media*, presenza continuativa sulla stampa locale e iniziative sul punto vendita;
- prosecuzione dell'**attività di rete** da parte di CFL verso associazioni ed enti del territorio con cui si condividono valori e percorsi.

Indicatori commerciali

Di seguito alcuni dati indicativi dell'andamento commerciale.

Andamento del fatturato (al netto dell'IVA)

	2012	2013	2014
Punto vendita	4.674.637	4.761.038	4.185.882
Libri	220.733	167.077	108.595
Corsi di lingue	30.258	23.653	4.088

Il fatturato ha avuto un evidente calo rispetto all'anno 2013, in particolare nel primo semestre del 2014; questa tendenza si è attenuata negli ultimi mesi dell'anno. In termini di vendite abbiamo avuto un calo del 12,08% su base annua, fattore che sconta in parte anche fenomeni deflattivi sui prezzi dei prodotti.

Il fenomeno si spiega perché, nella prima parte del 2013, i fatturati avevano beneficiato della fase di smobilitazione della gestione Pellicano, per poi girare decisamente in negativo a partire dall'autunno 2013, con l'avvento di Ipercoop. Nel 2014 i mesi più difficili sono stati quelli del primo semestre, che dovevano confrontarsi con l'andamento positivo delle vendite relativo ai primi mesi del 2013. Il calo di fatturato si è invece attenuato negli ultimi mesi del 2014. Segnali positivi dell'assestamento di questa tendenza stanno invece venendo dall'inizio del 2015, il che consente di guardare con maggiore fiducia ai mesi a venire.

Sul finire del 2014, infine, non ha certo aiutato la decisione dell'Amministrazione comunale di chiudere l'accesso al parcheggio asservito alla CFL per lavori di sistemazione della pavimentazione nella zona della farmacia, che si sono anche protratti oltre i tempi previsti ed hanno reso diffi-

coltoso l'accesso proprio nel periodo degli acquisti natalizi.

Numero di scontrini e scontrino medio

	2012	2013	2014
Numero scontrini	180.670	176.816	159.110
Importo medio	25,87	26,92	26,30

È evidente il calo degli scontrini dal 2013 al 2014, dovuto ad un minor numero di presenze sul punto vendita, mentre la spesa media *pro capite* rimane sostanzialmente costante.

Andamento vendite per reparto

	2012	2013	2014
Alimentari a scaffale	1.323.525	1.313.522	1.167.476
Macelleria	553.614	565.815	512.215
Ortofrutta	396.472	457.156	379.574
Latticini	527.475	493.342	424.900
Gastronomia	705.466	731.814	674.581
Extra alimentare	122.549	123.946	87.171
Surgelati	153.900	153.835	120.391
Pescheria	11.506	16.085	17.267
Biologico	880.141	905.521	802.307

I reparti che hanno sofferto di un maggior calo in percentuale di fatturato rispetto all'anno precedente sono ortofrutta, latticini, surgelati e extra alimentare.

Il reparto ortofrutta ha avuto risultati insoddisfacenti, accentuati dall'andamento stagionale dell'anno scorso caratterizzato da situazione meteorologica negativa e prezzi in calo. Il reparto latticini al contrario ha avuto una buona ripresa dopo il rifacimento del *display* nel periodo estivo.

Il reparto extra alimentare ha sofferto, anche per la precisa volontà di ridefinizione e focalizzazione dell'offerta, che ha comportato la necessità di smaltimento dei prodotti non più in assortimento: la tendenza sarà sempre più quella di tenere un assortimento minimo per soddisfare le necessità di base, completato da prodotti ordinabili a catalogo dai soci.

Risultato economico

Dal risultato di bilancio per l'anno 2014, emerge in modo netto il miglioramento nella gestione caratteristica.

A fronte di una contrazione di fatturato, si è avuta quindi una contrazione significativa degli acquisti di merce, oltre alla riduzione dei costi di gestione con un conseguente recupero di efficienza.

Escludendo la parte legata agli oneri finanziari e a operazioni straordinarie, e facendo riferimento al risultato della gestione caratteristica, è possibile valutare la redditività del punto vendita.

Risultato della gestione caratteristica

2012	2013	2014
(116.361)	(55.855)	31.814

Il dato è estremamente positivo, con un miglioramento di più di € 87.000 rispetto all'anno precedente, e con le difficoltà congiunturali già dette.

Il rapporto fra ricavi e acquisti di merce è migliorato. La marginalità, in miglioramento rispetto agli anni precedenti, e rispetto all'obiettivo di *budget* (+1,3%), tiene conto anche della variazione

diminutiva del valore di magazzino e dei premi di fine anno riconosciuti dai fornitori.

Margine (% sulle vendite)

2012	2013	2014
22,7	24,2	25,9

La gestione si è infatti avvantaggiata sia della revisione di prezzi di acquisto e di vendita di molti prodotti, sia di una rinnovata attenzione all'efficienza del processo di acquisto e alle trattative con i fornitori. Il risultato si spiega infatti anche con lo smaltimento sistematico delle scorte in eccesso e il cambio di prassi negli ordini che sono effettuati più spesso e per importi minori, con un conseguente minor immobilizzo di capitale, minore rischio di obsolescenza e maggiore sensibilità alle esigenze e desideri del socio.

Situazione del personale

Il 2014 è caratterizzato dallo sforzo di riduzione del costo del personale, come previsto nelle linee programmatiche, cercando di non diminuire la qualità del servizio al socio.

Nel corso dell'esercizio abbiamo avuto le dimissioni volontarie di tre dipendenti, il pensionamento di una addetta al reparto gastronomia e la scadenza di un contratto di apprendistato non convertito a tempo indeterminato.

In aggiunta segnaliamo un'astensione per maternità e un'assenza per malattia prolungata. La prima situazione è stata gestita con la ricerca di una figura professionale inserita con contratto a termine, usufruendo di alcuni sgravi fiscali. Per la seconda situazione si è fatto ricorso a un contratto interinale, trasformato in un contratto a termine sul finire dell'anno.

Si è poi fatto ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni in deroga, per un totale di 3.864 ore di lavoro. La procedura ha coinvolto tutti gli addetti, ad eccezione di quelli dei banchi gastronomia e macelleria, per garantire il servizio ai soci e considerando la più difficile sostituibilità di queste professionalità.

Questi interventi hanno portato, grazie anche alla collaborazione fattiva di buona parte dei dipendenti, ad una riduzione del costo del personale di circa € 150.000, pari al 19,5%, sostenibile con il fatturato attuale.

Tale attività di riduzione costi e di miglioramento di efficienza è da proseguire ancora nel corso del 2015, per raggiungere una riduzione, se non del numero, del costo dei dipendenti a parità di qualità del servizio offerto.

	2012	2013	2014
Costo del personale	666.048	736.816	564.363
Collaborazioni esterne	43.293	32.865	55.531
Totale	709.341	769.678	619.894

Informazioni di rilievo e prospettive inizio 2015

Il 2015 è iniziato con un andamento di sostanziale tenuta del fatturato rispetto agli stessi mesi del 2014. Di seguito alcuni fatti degni di nota.

Per quanto riguarda l'**azione commerciale**, SAIT e CFL hanno aderito alla campagna di riposizionamento prezzi decisa a livello nazionale da Coop Italia, e comunicata sui principali *media*, per rivedere al ribasso permanente una serie di prodotti di largo consumo nelle categorie generi vari, latticini e surgelati.

Questa iniziativa va nella direzione dei principi fondativi del mondo cooperativo e mira a sostituire una parte importante del carico promozionale con una riduzione permanente dei prezzi dei prodotti. Nel nostro caso il riposizionamento di prezzo ha comportato la riduzione di prezzo di circa 800 prodotti.

Inoltre alla barriera casse si è attivato il programma gestionale Target di SAIT, che consente di gestire in modo più completo ed automatico le diverse modalità di promozione, punto di partenza necessario per una possibile adesione futura al circuito di strumenti evoluti quali la carta InCooperazione.

Per quanto riguarda il **personale**, è proseguita l'azione di riduzione dei costi con le dimissioni di un addetto al banco macelleria sostituito solo parzialmente, il prepensionamento di una addetta sala e la trattativa con i dipendenti per la riduzione dei superminimi individuali. Quest'ultima operazione ha avuto una buona risposta in termini di responsabilità, con adesione di alcuni di loro, che hanno di fatto accettato la riduzione dello stipendio per sostenere la Cooperativa.

Anche per il 2015 è stata prevista la CIG, con un *budget* di costo per il 2015 che stabilisce l'obiettivo di € 510.000 per il personale diretto.

Riguardo alla **situazione finanziaria** è stato ridiscusso con BCC il mutuo più importante acceso per i lavori della nuova palazzina, riducendo il tasso di interesse passivo in modo importante (–2%).

Riguardo alla **comunicazione**, CFL ha varato una campagna stampa a forte impatto valoriale sui principali giornali locali, volta a sottolineare la vitalità della Cooperativa, riaffermare i valori identitari e a comunicare con forza l'attualità e la distintività di CFL. Prosegue inoltre l'informazione capillare su offerta, servizi e attività di CFL su punto vendita, stampa locale, sito e pagina Facebook della Cooperativa.

CFL ha inoltre proseguito nelle **iniziative a favore dei soci e della comunità**, che la vedono soggetto di spicco nel panorama bergamasco fra i promotori di prassi e modelli di economia solidale. L'attività sociale si concretizza nell'organizzazione, in proprio e in rete con altri soggetti, di eventi formativi, culturali e ricreativi sui temi del consumo critico, della salute, della difesa dell'ambiente e della sovranità alimentare. Sottolineiamo in particolare il ruolo di *leadership* nella messa punto di un cammino critico di avvicinamento ad Expo da proporre alla comunità locale nell'ambito della rete di Infinito Benessere, anche grazie all'adesione a Expo dei Popoli, *forum* internazionale della società civile e dei movimenti contadini costituitosi con oltre 40 organizzazioni per rispondere alla sfida di "Nutrire il Pianeta" applicando i principi della sovranità alimentare e della giustizia ambientale.

In conclusione le riflessioni sulla situazione economica generale e di mercato evidenziano la necessità per CFL di recuperare la propria distintività e unicità, coniugando le esperienze del passato, con una capacità recuperata di innovazione e una maggiore efficienza, per trovare nuovi stimoli e nuove esperienze da offrire ai propri soci in modo innovativo e vincente nei confronti degli altri attori del mercato.

In questo contesto appare chiaro quindi che la missione (ma anche la necessità) di CFL diventa quella di aprirsi ulteriormente al cambiamento, pur nella continuità della propria tradizione, e questo è stato lo sforzo ispiratore del difficile lavoro compiuto nel corso del 2014 e sarà il filo conduttore del lavoro per il 2015.

La CFL che affronta il 2015 è una azienda che ha saputo reagire alla difficile congiuntura macroeconomica e alla complicata situazione commerciale e che si presenta ai soci molto diversa rispetto all'azienda di qualche anno fa: questi anni difficili ci hanno dimostrato che non esiste un vantaggio competitivo che non venga colmato se non ci si mantiene reattivi e innovativi.

La legittima ambizione di essere e rimanere differenti è fondamentale a livello di missione e strategie per identificare lo spazio in cui competere e vincere, ma non deve portare all'isolamento dal mondo esterno, dal progresso tecnologico e dal modificarsi delle prassi operative. È quindi fondamentale cogliere tutte le opportunità che ci vengono dall'affiliazione con SAIT, senza per questo temere di perdere la nostra identità. La distintività va invece coltivata attraverso una consapevole, vincente ed efficiente selezione dei prodotti in filiera corta, senza paura di affrontare cambiamenti anche in questo campo. E poi la differenza umana, sociale e, perché no, commerciale va comunicata, perché la qualità non percepita è qualità sprecata per i soci attuali, potenziali e per la comunità tutta. Infine è fondamentale recuperare la capacità innovativa che ha caratterizzato la CFL delle origini, abbinata ad una maggiore apertura al territorio.

In definitiva è necessario confidare nella capacità del personale e dei soci volontari di agire questo cambiamento in modo convinto ed efficace, contando sull'apprezzamento da parte dei "vecchi" soci e nell'attrazione di nuovi.

Documento programmatico sulla sicurezza

Ai sensi dell'allegato B, punto 26, del D.Lgs. n. 196/2003 recante Codice in materia di protezione dei dati personali, gli amministratori danno atto che la società cooperativa si è adeguata alle misure in materia di protezione dei dati personali, alla luce delle disposizioni introdotte dal D.Lgs. n. 196/2003 secondo i termini e le modalità ivi indicate.

Informazioni ai sensi dell'art. 2428, comma 2, al punto 6–bis, del Codice civile

Di seguito sono fornite una serie di informazioni quantitative e qualitative volte a fornire indicazioni circa la dimensione e la natura dell'esposizione ai rischi da parte dell'impresa.

Rischio di credito

Si ritiene che le attività finanziarie della società cooperativa abbiano una buona qualità creditizia.

L'ammontare dei crediti commerciali ritenuti di dubbia ricuperabilità sono ritenuti adeguatamente coperti dal fondo svalutazione crediti accantonato a tutto il 31/12/2013. I crediti della società cooperativa non sono caratterizzati da elevata concentrazione verso uno o pochi soggetti.

Rischi di mercato

La CFL è una cooperativa chiusa, che vende per il 98,3% del suo fatturato annuo ai soci. Se questa elevatissima fedeltà ha costituito da sempre un fattore di tranquillità e solidità, dal 2013 l'arrivo di un nuovo concorrente molto aggressivo ha notevolmente cambiato lo scenario. Per questo motivo CFL metterà in campo azioni incisive volte a fidelizzare i soci e ad attrarne dei nuovi, e opererà un costante monitoraggio del comportamento dei concorrenti per porre in essere tempestivamente adeguate azioni correttive.

Rischio di liquidità

Il principale rischio finanziario è riferibile sostanzialmente alla eventualità di un ritiro massiccio in breve tempo del prestito sociale da parte dei soci.

Per far fronte a tale eventualità, è ancora attivo uno scoperto in c/c di € 100.000, richiesto l'anno passato alla Banca di Credito Cooperativo di Treviglio.

Si è provveduto inoltre a rinegoziare il tasso fisso di interesse del mutuo di € 600.000 acceso presso la Banca di Credito Cooperativo, con un tasso variabile Euribor a 3 mesi più *spread* di 3,0%.

Il provvedimento è già stato deliberato dal mese di febbraio 2015.

Rischio di cambio

La Cooperativa non effettua operazioni in valuta diversa dall'Euro.

Personale e ambiente

Nell'esercizio si è verificato un infortunio di lieve entità che ha coinvolto un dipendente del reparto macelleria. La società cooperativa non ha avuto addebiti in ordine a malattie professionali o cause di *mobbing*.

La società cooperativa non ha causato danni all'ambiente e non è stata colpita da sanzioni per danni ambientali.

Come richiesto dall'art. 2427, comma 1, punto 22–ter, si conferma che non sono in essere accordi non risultanti dallo stato patrimoniale dai quali possano derivare rischi e benefici significativi per la Società.

Possesso di quote proprie

A completamento della informativa richiesta si precisa che ai sensi dell'art. 2428 punti 3) e 4) CC la società cooperativa non possiede, direttamente o indirettamente, quote proprie né sono state realizzate nel corso dell'esercizio, direttamente o indirettamente, acquisizioni o alienazioni di dette quote.

Strumenti finanziari derivati

La società non ha in essere strumenti finanziari derivati.

Destinazione del risultato d'esercizio

Il Consiglio di amministrazione, come previsto dall'art. 20 comma 1 lettera d) dello statuto, propone che l'utile di € 3.663 venga destinato a:

- Riserva legale per € 1.098,90;
- Fondi mutualistici per € 109,89;
- Riserva indivisibile per € 2.454,21.

Si comunica inoltre che, sebbene il processo di approvazione del bilancio debba di norma concludersi entro 120 giorni da fine esercizio, la CFL usufruisce della deroga di ulteriori 30 giorni, considerando che deve tener conto delle assemblee parziali, le quali comunque iniziano entro i termini di quattro mesi da inizio anno.

per il Consiglio di amministrazione
il Presidente

Relazione del Revisore contabile e del Collegio sindacale

Relazione del Revisore contabile sul bilancio di esercizio al 31/12/2014

Signori soci,

ho svolto la revisione contabile del bilancio d'esercizio della Cooperativa **CFL società cooperativa sociale e di consumo** a mutualità prevalente chiuso al 31 dicembre 2014 ai sensi dell'art. 14 Decreto legislativo 27/01/2010 n. 39; la responsabilità della redazione del bilancio compete all'Organo amministrativo, è mia la responsabilità sul giudizio professionale, espresso sul medesimo bilancio, basato sulla revisione contabile.

Il mio esame è stato svolto secondo i principi di revisione emanati dal Consiglio nazionale dei Dottori commercialisti e degli Esperti contabili. In conformità ai predetti principi, revisione è stata pianificata e svolta al fine di acquisire ogni elemento necessario per accertare se il bilancio d'esercizio sia viziato da errori significativi e se risulti, nel suo complesso, attendibile. Il procedimento di revisione comprende l'esame, sulla base di verifiche a campione, degli elementi probativi a supporto dei saldi contabili e delle informazioni contenuti nel bilancio, nonché la valutazione dell'adeguatezza e della correttezza dei criteri contabili utilizzati oltre che della ragionevolezza delle stime effettuate dagli Amministratori.

Ritengo che il lavoro svolto fornisca una ragionevole base per l'espressione del mio giudizio professionale.

Per il giudizio relativo al bilancio dell'esercizio precedente, i cui dati sono presentati a fini comparativi, secondo quanto richiesto dalla legge, si fa riferimento alla relazione da me emessa in data 21 marzo 2014.

A mio giudizio, il sopramenzionato bilancio dell'esercizio 2014 è conforme alle norme che ne disciplinano i criteri di redazione; esso, pertanto, è stato redatto in base alle risultanze della contabilità, confermate dai risultati delle verifiche periodiche da me eseguite nel corso dell'esercizio, e la valutazione delle singole poste è stata effettuata dagli Amministratori in conformità ai criteri previsti dall'articolo 2426 del Codice civile. Esso, di conseguenza, è stato redatto con chiarezza e rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale, finanziaria ed il risultato economico della Cooperativa CFL soc. coop. per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2014.

La responsabilità della redazione della nota integrativa, con le comunicazioni afferenti la gestione, in conformità a quanto previsto dalle norme di legge, compete all'Organo amministrativo. È di mia competenza l'espressione del giudizio sulla coerenza della predetta parte della nota afferente le comunicazioni gestionali con il bilancio. A mio giudizio la nota integrativa per la parte riguardante le comunicazioni afferenti la gestione, è coerente con il bilancio d'esercizio 2014.

È stata altresì verificata l'osservanza da parte degli Amministratori del disposto dell'art. 2513 CC, in relazione al quale sono state correttamente individuate in Nota integrativa le risultanze contabili atte a supportare le loro considerazioni sul perseguimento delle finalità mutualistiche della Cooperativa in condizioni di prevalenza mutualistica. In merito è da rappresentare che il volume delle vendite a favore dei soci rappresenta il 98,3% del totale del fatturato.

Osio Sotto, 10 aprile 2015

Il revisore contabile
rag. Filippo Zucchelli

Relazione del Collegio sindacale ex art. 2429 CC sul bilancio chiuso al 31/12/2014

Signori soci,

la bozza di bilancio dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2014, che il Consiglio di amministrazione sottopone alla vostra approvazione nei termini di legge, è stata redatta secondo le disposizioni del decreto legislativo n. 127/91 ed in base alle regole degli articoli da 2423 e successivi del Codice civile; il suddetto documento risulta pertanto costituito dallo Stato patrimoniale, dal Conto economico, dalla Nota integrativa ed è corredato dalla Relazione sulla gestione. Tale complesso di documenti è stato messo a disposizione del Collegio sindacale nel rispetto del termine imposto dall'art. 2429 CC.

Bilancio d'esercizio

Come noto, il controllo contabile per il triennio 2013–2015 è stato assegnato al rag. Zucchelli Filippo. Pertanto, per il controllo contabile ed il giudizio sul bilancio dell'esercizio 2014, si fa riferimento alla relazione emessa dal suddetto revisore. Al Collegio sindacale è attribuita l'attività di vigilanza di cui all'art. 2403 CC, di cui diamo conto del nostro operato per l'esercizio chiuso il 31 dicembre 2014.

Le risultanze dello Stato patrimoniale e del Conto economico alla data di riferimento della chiusura dell'esercizio 2014 possono così essere sintetizzate:

Stato patrimoniale

Attivo

A) Crediti verso soci per versamenti	0
B) Immobilizzazioni	2.514.367
C) Attivo circolante	515.685
D) Risconti attivi	1.957
Totale attivo	**3.032.009**

Passivo

A) Patrimonio netto	284.445
Capitale sociale	405.787
Perdite portate a nuovo	–125.005
Utile d'esercizio	3.663
B) Fondi per rischi ed oneri	0
C) TFR di lavoro subordinato	208.452
D) Debiti	2.505.969
E) Ratei e risconti passivi	33.143
Totale passivo	**3.032.009**

Conto economico

A) Valore della produzione	4.338.996
B) Costi della produzione	–4.307.182
Differenza	31.814
C) Proventi e oneri finanziari	–46.745
D) Rettifiche di valore attività finanziarie	0
E) Proventi e oneri straordinari	62.813
Risultato prima delle imposte	47.882
Imposte sul reddito dell'esercizio	–44.219
Risultato d'esercizio	**3.663**

Nel corso dell'esercizio chiuso il 31 dicembre 2014 la nostra attività è stata ispirata da quanto prescritto dalle disposizioni previste dagli artt. 2403 e seguenti del Codice civile.

Abbiamo svolto il nostro compito:

- verificando la conformità alle norme di legge degli schemi dello Stato patrimoniale e Conto economico;
- verificando la conformità alla legge dei criteri di valutazione indicati nella Nota integrativa;
- verificando la correttezza in termini di contenuto della Nota integrativa e della Relazione sulla gestione, in particolare abbiamo verificato che nella Nota integrativa e nella Relazione sulla gestione siano state fornite le indicazioni previste dalla legge, sia esposta un'analisi fedele ed esauriente della situazione della società e dell'andamento e del risultato della gestione e siano stati indicati i principali fatti gestionali e gli impegni e rischi della società;
- verificando la coerenza della Relazione sulla gestione con i valori espressi nel bilancio d'esercizio;
- rilevando la completezza e chiarezza informativa della Nota integrativa e della Relazione sulla gestione alla luce dei principi di verità, correttezza e chiarezza stabiliti dalla legge;
- esprimendo il nostro consenso, ai sensi dell'art. 2426 comma 5 CC, all'iscrizione e al mantenimento nell'attivo dello Stato patrimoniale di costi d'impianto ed ampliamento il cui costo non ammortizzato alla chiusura dell'esercizio ammonta ad € 2.864;
- verificando la rispondenza del bilancio ai fatti e alle informazioni di cui il Collegio sindacale è venuto a conoscenza a seguito della partecipazione alle riunioni degli organi sociali, nell'esercizio dei suoi doveri di vigilanza e dei suoi poteri di ispezione e controllo — artt. 2403–2405 CC;
- verificando l'osservanza, da parte degli amministratori, delle disposizioni del Codice civile sul procedimento di formazione, approvazione e messa a disposizione dei soci del bilancio e relativi allegati (artt. 2423 e 2429 CC).

I criteri utilizzati nella formazione del bilancio chiuso al 31 dicembre 2014 non si discostano, in generale, da quelli utilizzati per la formazione del bilancio del precedente esercizio, in particolare nelle valutazioni e nella continuità dei medesimi principi, e sono stati con noi concordati, nei casi previsti dalla legge.

Fa eccezione:

- il criterio di determinazione degli ammortamenti sul fabbricato, per il quale il processo di ammortamento è stato interrotto con l'applicazione del principio contabile OIC n. 16, che prevede la sospensione dell'ammortamento nel momento in cui il valore residuo recuperabile risultI almeno pari al valore netto contabile;
- lo storno del fondo ammortamento terreni effettuato negli esercizi passati a sopravvenienza attiva straordinaria nel rispetto del principio contabile OIC n. 29;
- la svalutazione del fabbricato in corso di costruzione, il cui valore di costo è stato allineato al valore di presunto realizzo.

Tutto quanto sopra, oltre alle verifiche periodiche eseguite nel corso dell'esercizio, ci permettono di attestare che le singole voci dello Stato patrimoniale, del Conto economico nonché le informazioni contenute nella Nota integrativa concordano con le risultanze delle scritture contabili e dei libri sociali regolarmente tenuti.

Attività di vigilanza resa nel corso del 2014 (ex art. 2429, comma 2 CC)

Nel corso dell'esercizio chiuso il 31 dicembre 2014 la nostra attività è stata ispirata da quanto prescritto dalle disposizioni previste dagli artt. 2403 e seguenti del Codice civile. Sulla base di detta attività di controllo ed esaminato il rendiconto annuale sottoposto all'approvazione dei soci si evidenzia in particolare che:

- costante è stata la vigilanza sull'osservanza della legge e dello statuto e sul principio di corretta amministrazione;
- puntuale è stata la partecipazione a tutte le dodici adunanze del Consiglio di amministrazione e a tutte le riunioni dell'Assemblea dei soci che si sono tenute nell'esercizio, riunioni svoltesi nel rispetto delle norme statutarie, legislative e regolamentari che ne disciplinano il funzionamento

e sulla base di ciò possiamo ragionevolmente assicurare che le azioni deliberate sono conformi alla legge ed allo statuto sociale e non sono manifestatamente imprudenti, azzardate o in potenziale conflitto di interessi. Abbiamo esaminato le iniziative che la Cooperativa ha intrapreso per il risanamento della gestione al fine di non compromettere l'integrità del patrimonio sociale;

- abbiamo ottenuto dagli Amministratori, sia durante le riunioni svolte, sia in occasione delle operazioni di controllo ex art. 2404 CC, le informazioni sul generale andamento della gestione, sulla sua prevedibile evoluzione e sulle operazioni di maggiore rilievo, per loro dimensione o caratteristiche, effettuate dalla Cooperativa;
- il Collegio sindacale ha svolto presso la Cooperativa le verifiche periodiche, compresa quella specificatamente convocata per l'esame della bozza di bilancio 2014;
- durante il periodo amministrativo in esame abbiamo potuto verificare che sono stati adempiuti in modo corretto e nei termini di legge gli obblighi posti a carico del Consiglio di amministrazione;
- abbiamo acquisito conoscenza e vigilato sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo della società, anche tramite la raccolta di informazioni dai responsabili delle funzioni e a tale riguardo non abbiamo osservazioni particolari da riferire;
- abbiamo valutato e vigilato sull'adeguatezza del sistema amministrativo e contabile nonché sull'affidabilità di quest'ultimo a rappresentare correttamente i fatti di gestione, mediante l'ottenimento di informazioni e l'esame dei documenti aziendali e a tale riguardo non abbiamo osservazioni particolari da riferire;
- non sono pervenuti esposti o denunce ex art. 2408 CC né sono stati rilasciati pareri previsti dalla legge;
- nel corso dell'attività di vigilanza, come sopra descritta, non sono emersi ulteriori fatti significativi tali da richiederne la menzione nella presente relazione;
- l'organo amministrativo, nella redazione del bilancio, non ha derogato alle norme di legge di cui all'art. 2423, comma 4 CC.

Informazioni ai sensi dell'art. 2545 CC

Ai sensi dell'art. 2545 CC, per la disamina dei criteri seguiti per il conseguimento degli scopi mutualistici rimandiamo a quanto illustrato dagli Amministratori nella loro relazione, confermando che condividiamo i criteri seguiti dal Consiglio di amministrazione e che essi rispettano quanto previsto dall'art. 3 dello statuto sociale. In particolare evidenziamo che l'operatività della Cooperativa nei confronti dei soci è superiore al 98,3%.

Informazioni ai sensi dell'art. 2513 CC

Confermiamo che gli Amministratori hanno indicato nella Nota integrativa, ai sensi dell'art. 2513 CC, i parametri per la determinazione delle condizioni di appartenenza della CFL alla categoria delle cooperative a mutualità prevalente.

Signori soci, a nostro giudizio, il bilancio nel suo complesso è stato redatto con chiarezza e rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria ed il risultato economico della "CFL Cooperativa Famiglie Lavoratori società cooperativa" per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2014 in conformità alle norme che disciplinano il bilancio d'esercizio.

Tenuto conto di tutto quanto sopra esposto, esprimiamo il nostro parere favorevole alla approvazione del bilancio al 31 dicembre 2014 che vi è stato presentato dagli Amministratori, nonché alla proposta del Consiglio di amministrazione in merito alla destinazione dell'utile d'esercizio.

Ringraziamo per la collaborazione ricevuta da tutti gli organi ed operatori aziendali, in particolare dall'ufficio contabilità, nell'espletamento del nostro incarico.

Treviglio, 9 aprile 2015

Il Collegio sindacale
dott. Pietro Longaretti, presidente
dott. Cinzia Maria Assolari, sindaco effettivo
dott. Luca Carminati, sindaco effettivo

Mi fido di CFL
e ci metto la faccia

Su misura per me

C'era una volta il negozio di quartiere. E c'è ancora!
In CFL trovo un servizio competente e personalizzato,
fatto da persone motivate e amichevoli, che sanno ascoltare
le mie richieste e i miei bisogni e darmi le risposte che cerco.

Entra anche tu!

CFL
COOPERATIVA
FAMIGLIE LAVORATORI
cooperativa sociale e di consumo

viale Piave, 43 | Treviglio
www.cfltreviglio.it
/cooperativafamiglielavoratori

Bilancio d'esercizio 2014 (Stato patrimoniale, Conto economico, Nota integrativa)

Stato patrimoniale al 31 dicembre 2014

Attivo

	Euro al 31/12/14	Euro al 31/12/13
A) Credito verso soci per vers. dovuti	**0**	**0**
B) Immobilizzazioni:		
I – IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI		
1) costi di impianto e ampliamento	2.864	4.296
3) diritti di utilizzo opere dell'ingegno	0	0
4) concessioni, licenze, marchi e simili	1.710	3.068
6) immobilizzazioni in corso e acconti	0	7.000
7) altre	14.212	5.722
Totale	**18.786**	**20.086**
II – IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI		
1) terreni e fabbricati	1.017.828	955.015
2) impianti e macchinari	518.097	580.711
3) attrezzature industr. e commerc.	4.009	5.961
4) altri beni	42.282	65.275
immobilizzazioni in corso e acconti	603.879	638.324
Totale	**2.186.095**	**2.245.286**
III – IMMOBILIZZAZIONI FINANZIARIE		
1) partecipazioni in:		
c) altre imprese	306.048	270.973
2) crediti		
d) verso altri	3.437	1.103
3) altri titoli	0	0
Totale	**309.485**	**272.076**
B) Totale immobilizzazioni	**2.514.366**	**2.537.448**
C) Attivo circolante		
I – RIMANENZE:		
4) merci	236.101	248.500
Totale	**236.101**	**248.500**
II – CREDITI:		
1) verso clienti	159.673	170.493
4 bis) crediti tributari		
entro l'esercizio	31.446	48.011
oltre l'esercizio	12.000	18.000
4 ter) imposte anticipate	14.400	38.500
5) verso altri		
entro l'esercizio	45.207	57.829
oltre l'esercizio	0	0
Totale	**262.726**	**332.833**
III – ATT. FIN. CHE NON COST. IMMOB.	0	0
IV – DISPONIBILITÀ LIQUIDE:		
1) denaro e depositi in banca	0	3.918
3) denaro e valori in cassa	16.857	15.748
Totale	**16.857**	**19.666**
C) Totale attivo circolante	**515.684**	**600.999**
D) Totale ratei e risconti	**1.958**	**4.261**
Totale attivo (A+B+C+D)	**3.032.008**	**3.142.708**

Passivo

	Euro al 31/12/14	Euro al 31/12/13
A) Patrimonio netto:		
I – CAPITALE	405.787	387.093
II – RISERVA SOVRAPPREZZO AZIONI	0	0
III – RISERVA DI RIVALUTAZIONE	0	0
IV – RISERVA LEGALE	0	0
V – RISERVA PER AZIONI PROPRIE IN PORTAFOGLIO	0	0
VI – RISERVE STATUTARIE	0	0
VII – ALTRE RISERVE:		
– riserva indivisibile	0	0
VIII – UTILI (PERDITE) PORTATI A NUOVO	(125.005)	(9.738)
IX – UTILI (PERDITE) DELL'ESERCIZIO	3.663	(115.268)
Totale	**284.445**	**262.087**
B) Fondo rischi ed oneri	**0**	**5.000**
C) Trattamento di fine rapporto	**208.452**	**202.878**
D) Debiti:		
3) debiti verso soci finanziatori	610.930	710.421
4) debiti verso banche:		
a) esigibili entro l'esercizio	160.307	77.302
b) esigibili oltre l'esercizio	629.552	650.128
5) debiti verso altri finanziatori:		
a) esigibili entro l'esercizio	66.424	65.580
b) esigibili oltre l'esercizio	135.624	202.048
7) debiti verso fornitori	779.234	799.429
12) debiti tributari	33.175	25.829
13) debiti verso INPS	24.135	34.058
14) altri debiti	66.587	65.429
Totale	**2.505.968**	**2.630.224**
E) Ratei e risconti	**33.143**	**42.519**
Totale passivo (A+B+C+D)	**2.998.865**	**3.100.189**
Totale passivo netto (A+B+C+D+E)	**3.032.008**	**3.142.708**

Conti d'ordine

Garanzie personali prestate	**0**	**0**
Beni di terzi presso l'azienda	**0**	**0**

Conto economico

	Euro al 31/12/14	Euro al 31/12/13
A) Valore della produzione		
1) Ricavi da vendite e prestazioni	4.298.566	4.951.768
2) Variazione delle rimanenze di merci	0	0
3) Variazioni lavori in corso su ordinazioni	0	0
4) Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	0	0
5) Altri ricavi		
a) contributi in conto esercizio	26.260	25.922
b) diversi	14.170	13.622
Totale	**4.338.996**	**4.991.312**
B) Costi della produzione		
6) Per materie e per merci	(3.214.227)	(3.797.289)
7) Per servizi	(292.695)	(316.657)
8) Per godimento di beni di terzi	0	0
9) Per il personale:	(564.363)	(736.816)
a) salari e stipendi	(387.169)	(546.497)
b) oneri sociali	(107.345)	(141.375)
c) trattamento di fine rapporto	(35.469)	(41.121)
d) trattamento di quiescienza e simili	(5.948)	0
e) altri costi del personale	(28.432)	(7.823)
10) Ammortamenti e svalutazioni:		
a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	(7.571)	(4.024)
b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali	(87.934)	(139.218)
c) altre svalutazioni delle immobilizz.	(57.500)	0
d) svalutazione dei crediti	(821)	0
11) Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e delle merci	(12.399)	(1.302)
12) Accantonamenti per rischi	0	0
13) Altri accantonamenti	0	0
14) Oneri diversi di gestione	(69.672)	(51.862)
Totale costi di produzione	**(4.307.182)**	**(5.047.168)**
Differenza tra valore e costi della produzione (A–B)	**31.814**	**(55.856)**

	Euro al 31/12/14	Euro al 31/12/13
C) Proventi e oneri finanziari		
15) Proventi da partecipazione in imprese	0	0
16) Altri proventi finanziari:		
a) proventi diversi dai precedenti	9.548	8.435
17) Interessi e altri oneri finanziari	(56.293)	(53.504)
Totale	**(46.745)**	**(45.069)**
D) Proventi e oneri straordinari		
20) Proventi	62.813	0
21) Oneri	0	0
Totale delle partite straordinarie	**62.813**	**0**
Risultato prima delle imposte (A–B–C–D+E)	**47.882**	**(100.925)**
22) Imposte ordinarie dell'esercizio		
IRAP	(14.094)	(14.343)
IRES	(6.025)	0
Imposte differite	(24.100)	0
23) Utile (perdita) dell'esercizio (A–B–C–D+E–22)	**3.663**	**(115.268)**

Nota integrativa al bilancio al 31/12/2014 (versione antecedente al formato XBRL)

Criteri di formazione

Il bilancio dell'esercizio chiuso al 31/12/2014, di cui la presente nota integrativa costituisce parte integrante ai sensi dell'art. 2423, comma 1 del Codice Civile, corrisponde alle risultanze delle scritture contabili regolarmente tenute ed è redatto conformemente agli articoli 2423, 2423 ter, 2424, 2424 bis, 2425, 2425 bis del Codice Civile, secondo i principi di redazione conformi a quanto stabilito dall'art. 2423 bis, comma 1 CC e i criteri di valutazione di cui all'art. 2426 CC.

I criteri di valutazione di cui all'art. 2426 Codice Civile sono conformi a quelli utilizzati nella redazione del bilancio del precedente esercizio, e non si sono verificati eventi eccezionali che abbiano reso necessario il ricorso a deroghe di cui agli artt. 2423 bis, secondo comma e 2423, quarto comma del Codice Civile.

Ove applicabili sono stati, altresì, osservati i principi e le raccomandazioni pubblicati dagli organi professionali competenti in materia contabile, al fine di dare una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale, finanziaria ed economica.

Il presente bilancio è corredato dalla Relazione sulla Gestione, a cui si rimanda per i dettagli sulla natura dell'attività svolta, sui fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio e sui rapporti con le parti correlate.

Il presente bilancio è espresso in unità di Euro senza cifre decimali, così come previsto dall'art. 2423 comma 5 del Codice Civile.

Per effetto degli arrotondamenti degli importi all'unità di Euro, può accadere che in taluni prospetti, contenenti dati di dettaglio, la somma dei dettagli differisca dall'importo esposto nella riga di totale.

Criteri di redazione

Conformemente al disposto dell'articolo 2423 bis del Codice Civile, nella redazione del bilancio si è provveduto a:

- valutare le singole voci secondo prudenza ed in previsione di una normale continuità aziendale, nonché tenendo conto della funzione economica dell'elemento dell'attivo o del passivo considerato;
- includere i soli utili effettivamente realizzati nel corso dell'esercizio;
- determinare i proventi ed i costi nel rispetto della competenza temporale, ed indipendentemente dalla loro manifestazione finanziaria;
- comprendere tutti i rischi e le perdite di competenza, anche se divenuti noti dopo la conclusione dell'esercizio;
- considerare distintamente, ai fini della relativa valutazione, gli elementi eterogenei inclusi nelle varie voci del bilancio;
- mantenere immutati i criteri di valutazione adottati rispetto al precedente esercizio.

La presente nota integrativa sarà in seguito redatta e depositata presso la Camera di Commercio nel rispetto dei vincoli posti dalla tassonomia XBRL attualmente in vigore. Per effetto dell'adeguamento alla tassonomia, alcune tabelle potrebbero avere un aspetto diverso.

Criteri di valutazione e principi contabili adottati

Il bilancio di esercizio è stato redatto in conformità alla legislazione civilistica vigente, adottando

le modifiche legislative in materia di bilancio introdotte dalla riforma del diritto societario di cui al D.Lgs. 17/01/2003 n. 6, modificati dall'OIC (Organismo Italiano di Contabilità) in relazione alla citata riforma del diritto societario e dai documenti emessi direttamente dall'OIC stesso.

I criteri utilizzati nella formazione del bilancio d'esercizio chiuso al 31/12/2014 non si discostano dai medesimi utilizzati per la formazione del bilancio del precedente esercizio, in particolare nelle valutazioni e nella continuità dei medesimi principi.

La valutazione delle voci di bilancio è stata fatta ispirandosi a criteri generali di prudenza e competenza nella prospettiva della continuazione dell'attività aziendale, nonché tenendo conto della funzione economica dell'elemento dell'attivo o del passivo considerato.

L'applicazione del principio di prudenza ha comportato la valutazione individuale degli elementi componenti le singole poste o voci delle attività o passività, per evitare compensazioni tra perdite che dovevano essere riconosciute e profitti da non riconoscere in quanto non realizzati.

In ottemperanza al principio di competenza, l'effetto delle operazioni e degli altri eventi è stato rilevato contabilmente ed attribuito all'esercizio al quale tali operazioni ed eventi si riferiscono e non a quello in cui si concretizzano i relativi movimenti di numerario (incassi e pagamenti).

La continuità di applicazione dei criteri di valutazione nel tempo rappresenta elemento necessario ai fini della comparabilità dei bilanci della società nei vari esercizi.

La valutazione, tenendo conto della funzione economica degli elementi dell'attivo o del passivo, considerato che esprime il principio della prevalenza della sostanza sulla forma — obbligatoria laddove non espressamente in contrasto con altre norme specifiche sul bilancio — consente la rappresentazione delle operazioni secondo la realtà economica sottostante gli aspetti formali.

In nota integrativa i dati di bilancio più significativi sono stati indicati separatamente in relazione all'attività svolta nei confronti dei soci, ai sensi dell'articolo 2545–sexies del Codice Civile.

Non sono intervenute deroghe nell'adozione dei criteri di valutazione e dei principi contabili applicabili.

Criteri di valutazione

I criteri di valutazione ed i principi contabili adottati nella formazione del bilancio sono stati i seguenti:

Immobilizzazioni

Immateriali

Sono iscritte al costo storico di acquisizione ed esposte al netto degli ammortamenti effettuati nel corso degli esercizi e imputati direttamente alla singole voci.

Materiali

Sono iscritte al costo di acquisto e rettificate dai corrispondenti fondi di ammortamento.

Il costo comprende anche gli oneri finanziari, se significativi, su finanziamenti specificamente accesi per gli investimenti. Detti oneri finanziari sono attivati sugli investimenti fino al momento della loro entrata in funzione.

Le quote di ammortamento delle immobilizzazioni materiali e immateriali, imputate a conto economico, sono state calcolate tenendo conto dell'utilizzo, della destinazione e della durata tecnica economica dei cespiti, della residua possibilità di utilizzazione che abbiamo ritenuto ben rappresentato dalle seguenti aliquote, non modificate rispetto all'esercizio precedente:

fabbricati	3%–4,35%
impianto fotovoltaico	5%
impianti telefonici	20%
impianti di sollevamento	7,5%
impianti di refrigerazione	8%
impianto di climatizzazione	7,5%
mezzi di trasporto interni	15%–20%
attrezzature	25%
mobili uffici ed arredi	8%–12%

macchine elettroniche	20%
centro elaborazione dati	20%
altri beni ed arredi	15%
progetto comunicazione	33%

Non sono state effettuate rivalutazioni di legge o volontarie e le valutazioni effettuate trovano il loro limite massimo nel valore d'uso dell'immobilizzazione stessa.

In osservanza ai nuovi OIC:

- si è interrotto il processo di ammortamento dell'immobile del punto vendita, in quanto documentato da una perizia il maggior valore della vita utile del bene, rispetto al valore contabile (OIC n. 16);
- si sono provvedute a calcolare e stornare le quote di ammortamento relative al solo terreno, rilevando un provento straordinario (OIC n. 29);
- si è provveduto alla svalutazione dell'immobile in costruzione (palazzina di viale XXIV Maggio) visto che sussiste una perizia che indica un valore inferiore a quello iscritto a bilancio nelle Immobilizzazioni in corso.

Crediti

Sono esposti al loro presumibile valore di realizzo. L'adeguamento del valore nominale dei crediti al valore presunto di realizzo è ottenuto mediante apposito fondo svalutazione crediti.

Debiti

Sono iscritti al loro valore nominale.

Ratei e risconti

Sono stati determinati secondo il criterio dell'effettiva competenza temporale dell'esercizio.

Rimanenze di magazzino

Le rimanenze di merci sono state valutate al minore tra il costo d'acquisto ed il valore di netto realizzo.

La configurazione di costo adottata corrisponde al criterio del costo medio ponderato.

Partecipazioni

Le immobilizzazioni finanziarie, consistenti in partecipazioni verso altre imprese, sono tutte non di controllo ed a carattere strumentale per l'attività svolta; sono tutte valutate al costo di acquisto o sottoscrizione, eventualmente ridotte per perdite durevoli e di valore.

Fondo TFR

Rappresenta l'effettivo debito maturato verso i dipendenti in conformità alle leggi e ai contratti di lavoro vigenti, considerando ogni forma di remunerazione avente carattere continuativo.

Il fondo corrisponde al totale delle singole indennità maturate al 31 dicembre a favore dei dipendenti nell'ipotesi di cessazione del rapporto di lavoro in tale data.

Imposte sul reddito

Le imposte sono accantonate secondo il principio di competenza; rappresentano pertanto gli accantonamenti per imposte liquidate o da liquidare nell'esercizio, determinate secondo le aliquote e le norme vigenti.

Contributi in conto esercizio

I contributi sono attinenti alla produzione di energia elettrica dell'impianto fotovoltaico ed ai contributi sulla ristrutturazione del tetto. Entrambi sono iscritti al conto economico per competenza determinata rispettivamente sui kW/ora prodotti (riconosciuti dal gestore) e sulla durata stimata della ristrutturazione.

Il contributo ricevuto per la realizzazione del progetto comunicazione è stato portato in diretta diminuzione del valore da ammortizzare.

Conti d'ordine

I conti d'ordine riguardano i libri di proprietà di terzi presso di noi in conto vendita, iscritti in base al potenziale prezzo di acquisto.

Ricavi e costi

Sono contabilizzati sulla base del criterio della competenza.

Dati sull'occupazione

L'organico medio aziendale, ripartito per categoria, ha la seguente composizione:

categorie	al 31/12/13	al 31/12/14	variazione
a tempo indeterminato			
impiegati a tempo pieno	17	13	(4)
impiegati a tempo parziale	5	4	(1)
totale a tempo indeterminato	**22**	**17**	**(5)**
a tempo determinato			
impiegati a tempo pieno	–	2	2
impiegati a tempo parziale	1	1	–
totale a tempo indeterminato	**1**	**3**	**2**
Totale generale	**23**	**20**	**(3)**

Il contratto di lavoro applicato è quello della distribuzione cooperativa.

Hanno inoltre prestato la loro opera 6 collaboratori a progetto nell'ambito del Laboratorio lingue.

Variazioni delle voci dell'attivo e del passivo

Attivo

B) Immobilizzazioni

I. Immobilizzazioni immateriali

	al 31/12/13	al 31/12/14	variazione
saldo	20.086	18.786	(1.300)

immobilizzazioni immateriali	valore al 31/12/13	incrementi esercizio	decrementi/ svalutazioni esercizio	ammort. esercizio	valore al 31/12/14
costi di impianto e ampliamento	4.296	–	–	(1.432)	2.864
software	–	–	–	–	–
concessioni, licenze, marchi	3.068	–	–	(1.358)	1.710
immobilizzazioni in corso e acconti	7.000	–	7.000	–	–
altre	5.722	26.348	13.077	(4.781)	14.212
Totale	**20.086**	**26.348**	**20.077**	**(7.571)**	**18.786**

Nelle voce altre immobilizzazioni immateriali sono capitalizzati:

- € 1.998, il costo del servizio del notaio per la stipula e l'erogazione del fido in c/c di € 100.000;
- € 24.350, i costi sostenuti per il progetto comunicazione. Il progetto è finanziato da un bando della Regione Lombardia, per cui abbiamo ricevuto un contributo di € 13.077. Il contributo in conto impianti è stato iscritto a bilancio nel momento in cui è stato erogato ed è stato portato a diretta riduzione del costo del bene ammortizzabile a cui inerisce.

II. Immobilizzazioni materiali

	al 31/12/13	al 31/12/14	variazione
saldo	2.245.286	2.186.095	(59.191)

immobilizzazioni materiali	valore al 31/12/13	incrementi esercizio	decrementi/ svalutazioni esercizio	ammort. esercizio	valore al 31/12/14
terreni e fabbricati	955.015	62.813	–	–	1.017.828
impianti e macchinari	580.711	–	–	(62.614)	518.097
attrezzature industriali	5.961	375	–	(2.327)	4.009
altri beni	65.275	–	–	(22.993)	42.282
immobilizzazioni in corso	638.324	23.889	(58.334)	–	603.879
Totale	**2.245.286**	**87.077**	**(58.334)**	**(87.934)**	**2.186.095**

Gli incrementi di immobilizzazioni in corso sono relativi alla ristrutturazione della palazzina dedicata all'Area sociale.

III. Immobilizzazioni finanziarie

	al 31/12/13	al 31/12/14	variazione
saldo	272.076	309.485	37.409

partecipazioni	valore al 31/12/13	incrementi esercizio	decrementi/ svalutazioni esercizio	valore al 31/12/14
in altre imprese	270.973	35.185	(110)	306.048
Totale	**270.973**	**35.185**	**(110)**	**306.048**
crediti				
verso altri	1.103	2.334	–	3.437
Totale	**1.103**	**2.334**	**–**	**3.437**
Totale immobilizzazioni finanziarie	**272.076**	**37.519**	**(110)**	**309.485**

Nel dettaglio le informazioni relative alle partecipazioni possedute direttamente:

partecipazione	sede	oggetto sociale	valore al 31/12/13	incremento	decremento	valore al 31/12/14
coop. MAG 2 Finance	Milano	microfinanza	516	–	–	516
coop. Legler	Ponte S. Pietro	produzione e consumo	135	–	–	135
coop. Pensionati e Anziani	Arcene	servizi	90	–	–	90
consorzio SAIT	Trento	consumo	262.000	35.185	–	297.185
BCC Treviglio	Treviglio	credito	4.432	–	–	4.432
Cooperfidi	Trento	credito	3.640	–	–	3.640
CPF80	Vestone	consumo	50	–	–	50
Cittadinanza sostenibile	Bergamo	formazione	20	–	(20)	–
Libera Terra	Bergamo	consumo	90	–	(90)	–
Totale			**270.973**	**35.185**	**(110)**	**306.048**

La partecipazione nel Sait del 2014 corrisponde al ristorno erogato sotto forma di capitale di sovvenzione, la cui monetizzazione è prevedibile entro 3 anni.

Il consorzio SAIT ha distribuito un dividendo pari a € 9.535, con un rendimento del 3,5%.

Nei "Crediti verso altri" immobilizzati, sono compresi:

- Depositi cauzionali verso ENEL, pari a € 1.033;
- Depositi cauzionali verso l'Agenzia delle Dogane di Bergamo per € 70, per l'impianto fotovoltaico.

L'incremento di € 2.334 dell'anno 2014 è dovuto al deposito cauzionale per la concessione per l'utilizzo del pozzo per l'acqua utilizzata per il raffreddamento delle celle frigorifere.

C) Attivo circolante

I. Rimanenze

	al 31/12/13	al 31/12/14	variazione
saldo	248.500	236.101	(12.399)

Rimanenze	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
merci	246.070	229.897	(16.173)
libri	2.430	6.204	3.774
Totale rimanenze	**248.500**	**236.101**	**(12.399)**

I criteri di valutazione adottati per le rimanenze di merci sono rimasti invariati rispetto all'esercizio precedente e precisamente:

- al minore tra il costo d'acquisto e il valore presunto di realizzo;
- il costo è rappresentato dal costo medio ponderato.

Il valore iscritto a bilancio non differisce in misura apprezzabile dai costi correnti alla chiusura dell'esercizio.

Le rimanenze dei libri sono valutate al costo d'acquisto.

II. Crediti

	al 31/12/13	al 31/12/14	variazione
saldo	332.833	262.726	(70.107)

crediti	valore al 31/12/13	incrementi/ (decrementi) esercizio	svalutazione crediti esercizio	valore al 31/12/14
verso clienti	170.493	(5.516)	(5.304)	159.673
tributari	66.011	(22.565)	–	43.446
per imposte anticipate	38.500	(24.100)	–	14.400
verso altri	57.829	(12.622)	–	45.207
Totale	**332.833**	**(64.803)**	**(5.304)**	**262.726**

La voce "Crediti verso clienti" comprende:

crediti verso clienti	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
crediti verso soci	123.843	113.863	(9.980)
crediti verso Enti	59.100	51.115	(7.985)
fondo accantonamento svalutazione crediti	(12.450)	(5.304)	7.146
Totale	**170.493**	**159.674**	**(10.819)**

Nei "Crediti verso soci" sono compresi € 88.203 relativi agli addebiti automatici in conto corrente (RID/SEPA) dei soci, il cui incasso è avvenuto il 31 gennaio 2015.

Nei "Crediti verso enti" sono compresi € 42.468 di fatture da incassare dalle società che emettono buoni pasto, i crediti saranno incassati in parte entro il primo trimestre 2015.

Nel dettaglio i movimenti del "Fondo svalutazione crediti" sono i seguenti:

fondo svalutazione crediti	valore al 31/12/13	accantonam. esercizio	utilizzo fondo per crediti inesigibili	valore al 31/12/14
	12.450	821	(7.967)	5.304

Nell'accantonamento del "Fondo svalutazione crediti" sono compresi € 4.483 assoggettati a tassazione.

La voce "Crediti tributari" comprende:

crediti tributari	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
acconto IRAP	–	–	–
acconto IRES	–	8.478	8.478
Erario c/IRES a credito	2.252	1.492	(760)
IVA a credito	19.759	653	(19.106)
rimborso IRAP 2007–2011	20.000	14.823	(5.177)
crediti v/Erario per contributo 55%	24.000	18.000	(6.000)
Totale	**66.011**	**43.446**	**(22.565)**

I "Crediti verso l'Erario per contributo 55%" sono originati da risparmi energetici conseguenti alla ristrutturazione del tetto. Il valore di detti crediti alla fine dell'anno è esigibile per € 12.000 oltre il 31 dicembre 2015 e per € 6.000 entro l'anno successivo.

La voce "Crediti per imposte anticipate" rappresenta:

crediti imposte anticipate	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
crediti per imposte anticipate	38.500	14.400	(24.100)

Totale	**38.500**	**14.400**	**(24.100)**

La variazione del valore dei "Crediti per imposte" anticipate rappresenta l'utilizzo parziale del credito stanziato nell'esercizio 2012. L'importo rappresenta l'IRES calcolata sull'80% dell'utile fiscale per l'utilizzo di perdite pregresse.

Nella voce "Crediti verso altri" sono compresi gli sconti fornitori riconosciuti dagli stessi al raggiungimento di obiettivi di acquisto prefissati, di cui € 25.472 rappresentano il ristorno SAIT.

III. Disponibilità liquide

	al 31/12/13	**al 31/12/14**	**variazione**
saldo	15.748	16.857	1.109

Le "Disponibilità liquide" sono rappresentate da denaro in cassa e da valori bollati alla data di chiusura dell'esercizio.

D) Ratei e risconti

	al 31/12/13	**al 31/12/14**	**variazione**
saldo	4.261	1.958	(2.303)

I "Ratei e risconti" misurano proventi ed oneri la cui competenza è anticipata o posticipata rispetto alla manifestazione numeraria e/o documentale; essi prescindono dalla data di pagamento o riscossione dei relativi proventi ed oneri che interessano due o più esercizi in ragione del tempo.

Nel dettaglio le voci più significative sono:

- risconti attivi:
    - € 1.304 relativi a contratti di manutenzione;
    - € 654 relativi all'assicurazione dell'impianto fotovoltaico.

A) Patrimonio netto

	al 31/12/13	al 31/12/14	variazione
saldo	262.088	284.445	22.357

I movimenti delle voci che compongono il "Patrimonio netto" sono i seguenti:

Patrimonio	valore al 31/12/13	incremento esercizio	decremento esercizio	valore al 31/12/14
capitale	387.093	25.768	(7.074)	405.787
riserva legale	–	–	–	–
riserva indivisibile	–	–	–	–
perdita portata a nuovo	(9.738)	(115.267)	–	(125.005)
utile (perdita) es. precedente	(115.267)	–	115.267	–
utile (perdita) dell'esercizio	–	3.663	–	3.663
Totale	**262.088**	**(85.836)**	**108.193**	**284.445**

La perdita dell'esercizio 2013, come previsto nella delibera dell'assemblea dei soci del maggio 2014, è stata portata a nuovo.

Il risultato d'esercizio 2014 evidenzia un utile d'esercizio pari a € 3.663.

Il "Capitale sociale" è così composto:

numero soci	numero quote	valore quota
4.298	7.858	51,64

B) Fondo rischi ed oneri

	al 31/12/13	al 31/12/14	variazione
saldo	5.000	–	(5.000)

La variazione intervenuta nell'esercizio rappresenta lo storno contabile del fondo in quanto sono venuti meno i presupposti del suo stanziamento.

C) Trattamento di fine rapporto

Di seguito è evidenziata la movimentazione del "Fondo trattamento fine rapporto":

fondo TFR	valore al 31/12/13	decremento esercizio	accantonam. esercizio	destinazione a fondi previdenziali	valore al 31/12/14
	202.878	(11.730)	35.469	(18.165)	208.451

Il fondo rappresenta l'effettivo debito della Cooperativa al 31 dicembre 2014 verso i dipendenti in forza a tale data.

D) Debiti

	al 31/12/13	al 31/12/14	variazione
saldo	2.630.224	2.505.969	(124.255)

Di seguito è evidenziato il dettaglio dei debiti:

debiti verso soci finanziatori	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
entro l'esercizio	710.421	610.930	(99.491)
Totale	**710.421**	**610.930**	**(99.491)**

debiti verso banche	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
entro l'esercizio	77.302	160.307	83.005
oltre l'esercizio	650.128	629.552	(20.576)
Totale	**727.430**	**789.859**	**62.469**

debiti verso altri finanziatori	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
entro l'esercizio	65.580	66.424	844
oltre l'esercizio	202.048	135.624	(66.424)
Totale	**267.628**	**202.048**	**(65.580)**

debiti verso altri	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
debiti verso fornitori	799.429	779.235	(20.194)
debiti tributari	25.829	33.175	7.346
debiti verso altri Istituti di previdenza	34.058	24.135	(9.923)
altri debiti	65.429	66.587	1.158
Totale			

Totale generale debiti	**2.630.224**	**2.505.969**	**(124.255)**

Il "Debito verso soci finanziatori" rappresenta il debito verso soci per l'apertura dei depositi a risparmio pari a € 610.930.

Così come definito dalla circolare n. 229 del 21 aprile 1999 della Banca d'Italia e successive modifiche, si conferma che il rapporto tra il prestito sociale ed il patrimonio netto è pari a 214,78%, e pertanto inferiore al limite massimo della raccolta, che non può eccedere il triplo del patrimonio netto.

Il saldo "Debiti verso banche" al 31/12/2014, pari a € 727.430, riguarda:

- il saldo passivo del c/c per € 84.092;
- i tre mutui aperti con la Banca di credito cooperativo di Treviglio e precisamente:
    - un mutuo ipotecario di originari € 800.000 contratto con la BCC Treviglio con scadenza 11/03/2015 a tasso variabile pari a 0,9% (al 31 dicembre 2014). Il mutuo è rimborsabile a rate semestrali costanti di cui € 38.493 entro l'esercizio e € 19.398 oltre l'esercizio;
    - un mutuo contratto con la BCC correlato a quello di Finlombarda, successivamente illustrato, di originari € 175.000 con scadenza 31/12/2017, a tasso variabile pari al 1,48% (al 31 dicembre 2014). Rimborsabile con rate semestrali di cui € 20.565 entro l'esercizio e € 42.047 oltre l'esercizio;
    - un mutuo contratto con la BCC di originari € 600.000 con scadenza 27/03/2033, a tasso fisso del 5,0% (al 31 dicembre 2014). Rimborsabile con rate mensili di cui € 17.155 entro l'esercizio e € 568.106 oltre l'esercizio. Di questo mutuo è stato rinegoziato il tasso nel mese di febbraio 2015, passando dal tasso fisso del 5% al tasso variabile Euribor a 3 mesi più *spread* di 3,0 punti percentuali.

Il saldo "Debiti verso altri finanziatori" al 31/12/2014, pari a € 202.048, riguarda i seguenti mutui:

- un mutuo contratto con Finlombarda (legge regionale n. 21) con scadenza 31/12/2017 pari a € 175.000, a tasso fisso dello 0,5%, rimborsato con rate semestrali, di cui € 19.638 entro l'eser-

cizio e € 39.571 oltre l'esercizio;

- un mutuo contratto con Cooperfidi per originari € 234.000, con scadenza 31/12/2017 al tasso del 1,7% (al 31 dicembre 2014). Il mutuo è rimborsabile a rate semestrali costanti, di cui € 46.785 rimborsabili entro l'esercizio successivo, e € 96.053 oltre l'esercizio successivo.

Nel prospetto seguente viene evidenziata la posizione finanziaria netta della CFL:

finanziamenti a lungo termine	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14
Banche	650.128	629.552
altri finanziatori	202.048	135.624
Totale	**852.176**	**765.176**

finanziamenti a breve termine	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14
Banche	77.302	160.307
altri finanziatori	65.580	66.424
prestito sociale	710.421	610.930
Totale	**853.303**	**837.661**

Totale finanziamenti	**1.705.479**	**1.602.837**
Banca c/corrente attivo	**3.917**	**(84.092)**
Totale posizione finanziaria netta	**1.701.562**	**1.686.929**

Nel corso del 2014 la situazione finanziaria netta non si è sostanzialmente modificata.

I "Debiti verso fornitori "sono iscritti al netto degli sconti commerciali; gli sconti cassa sono rilevati al momento del pagamento. Il valore nominale di tali debiti è stato rettificato in occasione di resi o abbuoni (rettifiche di fatturazione), nella misura corrispondente all'ammontare definito con la controparte.

L'aumento riguarda il posticipo dei pagamenti riferiti al nostro fornitore principale SAIT.

I "Debiti tributari" sono così dettagliati:

debiti tributari	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
Erario c/IVA	–	–	–
Erario c/ritenute dipendenti IRPEF	18.416	7.743	(10.673)
Erario c/ritenute lavoratori autonomi	4.356	5.327	971
altri debiti tributari	3.057	20.105	17.048
Totale	**25.829**	**33.175**	**7.346**

La voce "Altri debiti" è così dettagliata:

altri debiti	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
cauzioni e anticipi ai Soci	1.443	1.923	480
debiti verso personale dipendente	63.209	63.652	443
debiti verso assicurazioni per TFR dipendenti	562	1.012	450
debiti verso dipendenti per cessione quinto	215	–	(215)
Totale	**65.429**	**66.587**	**1.158**

Nei "Debiti verso il personale" sono compresi:

- € 40.133 per stipendi;
- € 13.758 per ratei per 14ª e relativi contributi;
- € 9.761 per ratei ferie e relativi contributi.

E) Ratei e risconti

	al 31/12/13	**al 31/12/14**	**variazione**
saldo	42.519	33.143	(9.376)

Rappresentano le partite di collegamento dell'esercizio, conteggiate col criterio della competenza temporale.

Conto economico

A) Valore della produzione

	al 31/12/13	al 31/12/14	variazione
saldo	4.991.312	4.338.996	(652.316)

ricavi e proventi	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
ricavi delle vendite e prestazioni	4.951.768	4.298.566	(653.202)
altri ricavi e proventi:			
• contributi in c/esercizio	25.922	26.260	338
• diversi	13.622	14.170	548
Totale	**4.991.312**	**4.338.996**	**(652.316)**

I "Ricavi delle vendite e prestazioni" derivano da:

ricavi di vendite e prestazioni	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
corrispettivi reparto alimentari	1.447.428	1.269.456	(177.972)
corrispettivi reparto ortofrutta	469.769	394.757	(75.012)
corrispettivi reparto macelleria	628.537	565.966	(65.571)
corrispettivi reparto non food	135.541	96.332	(39.209)
corrispettivi reparto gastronomia e pane	814.534	745.369	(69.165)
corrispettivi reparto latticini	536.015	469.525	(66.490)
corrispettivi reparto biologico	1.000.214	886.562	(113.652)
corrispettivi reparto surgelati	165.517	133.068	(32.449)
corrispettivi reparto combustibili	4.491	635	(3.856)
corrispettivi borse	5.532	5.237	(295)
corrispettivi pesce	19.275	19.072	(203)
corrispettivi reparto libri e materiale scolastico	167.077	108.595	(58.482)
IVA da detrarre	(465.815)	(400.016)	(65.799)
Totale corrispettivi	**4.928.115**	**4.294.588**	**(633.557)**
proventi Laboratorio lingue	23.653	4.008	(19.645)
Totale	**4.951.768**	**4.298.566**	**(653.202)**

Ai sensi degli art. 2513 e 2545 sexies del Codice civile, si indica separatamente l'ammontare dell'attività svolta nei confronti dei soci e di terzi.

	valore al 31/12/14	%
vendite e prestazioni a soci	4.233.568	98,3
vendite e prestazioni a terzi	74.997	1,7
Totale	**4.298.566**	**100,0**

I proventi del Laboratorio lingue derivano da servizi prestati integralmente ai soci.

Gli "Altri ricavi e proventi" rappresentano nel dettaglio:

altri ricavi e proventi	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
contributi in c/esercizio	25.922	26.260	338
altri	6.486	988	(5.498)
sopravvenienze e plusvalenze varie	7.136	13.182	6.046
Totale	**39.544**	**40.430**	**886**

I "Contributi in conto esercizio" rappresentano:

- per € 23.657 il contributo in conto energia corrisposto dal GSE per l'energia elettrica prodotta dai pannelli fotovoltaici;
- per € 1.884 il contributo di competenza dell'esercizio 2014 sulla ristrutturazione del tetto.

Le sopravvenienze attive riguardano nelle voci principali:

- per € 3.986 il maggior ristorno percepito da SAIT a saldo 2013;
- per € 3.374 sopravvenienze su fatture da ricevere del 2013;
- per € 820 una promozione SAIT non riconosciuta nel 2013.

B) Costi della produzione

	al 31/12/13	**al 31/12/14**	**variazione**
saldo	5.047.169	4.307.181	(742.988)

costi di produzione	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
costi materie prime, sussidiarie, merci	3.797.289	3.214.227	(583.062)
costi per servizi	316.657	292.695	(23.962)
costi per il personale	736.816	564.363	(172.453)
ammortamento e svalutazione	143.242	153.826	10.584
variazione delle rimanenze	1.302	12.399	11.097
oneri diversi di gestione	51.863	69.671	17.808
Totale	**5.047.169**	**4.307.181**	**(742.988)**

Nel dettaglio le singole voci riguardano:

costi materie prime e sussid.	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
acquisti reparto alimentari	1.028.253	876.900	(151.353)
acquisti reparto ortofrutta	339.268	269.478	(69.790)
acquisti reparto macelleria	482.421	428.225	(54.196)
acquisti reparto non food	78.684	48.818	(29.866)
acquisti reparto gastronomia	463.710	415.812	(47.898)
acquisti reparto latticini	341.876	314.973	(26.902)
acquisti reparto biologico	724.224	586.474	(137.750)
acquisti reparto pane	102.644	119.849	17.205
acquisti reparto pesce	6.970	4.978	(1.992)
acquisti reparto surgelati	105.630	82.277	(23.353)
acquisti reparto libri e materiale scolastico	148.676	104.986	(43.690)
acquisto combustibili	408	485	77
acquisto shopper	7.929	4.723	(3.206)
materiali di consumo	18.475	8.311	(10.164)
materiali di confezionamento	19.727	13.620	(6.107)
acquisti materiale pubblicitario	2.216	624	(1.592)
premi da fornitori	(73.822)	(66.306)	(7.734)
Totale	**3.797.289**	**3.214.227**	**(583.062)**

costi per servizi	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
Laboratorio lingue	22.556	6.515	(16.041)
prestazioni da terzi	100	–	(100)
prestazioni da terzi sui banchi	27.296	24.615	(2.681)
riscaldamento	8.484	4.715	(3.769)
energia elettrica	86.168	80.460	(5.708)
acqua	1.011	638	(373)
manutenzioni e riparazioni	21.729	18.793	(2.936)
canoni di manutenzione	19.567	16.872	(2.695)
assicurazioni	4.587	9.796	5.209
vigilanza	5.109	3.175	(1.934)
trasporti	7.228	2.490	(4.738)
«Gente che coopera»	19.689	9.777	(9.912)
attività formative soci	9.974	3.340	(6.634)
bilancio sociale	11.102	4.221	(6.881)
postali	139	33	(106)
telefoniche	2.662	2.237	(425)
consulenze tecniche	6.924	59.872	52.984
consulenze amministrative e fiscali	25.767	11.568	(14.199)
consulenze Decreto 81/2008	2.776	–	(2.776)
revisione *layout*	–	13.000	13.000
sistemazione scaffali	5.466	343	(5.123)
viaggi e trasferte	1.631	669	(962)
pulizie	2.195	2.269	74
pubblicità	6.856	1.819	(5.037)
altri costi per Laboratorio lingue	800	577	(223)
altri costi per servizi (*)	16.841	14.091	(1.940)
Totale	**316.657**	**292.695**	**(23.962)**

(*) negli altri costi per servizi sono ricompresi € 9.287 per la gestione dei buoni pasto, che rappresentano la commissione che le società emittenti trattengono al momento del rimborso del buono.

I "Costi per il personale" riguardano, in conformità ai contratti di lavoro ed alle leggi vigenti, le retribuzioni corrisposte al personale dipendente, accantonamenti di legge, nonché gli oneri previdenziali ed assistenziali a carico dell'azienda.

costi per il personale	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
salari e stipendi	546.497	387.168	(159.328)
oneri sociali	141.374	107.345	(34.029)
accantonamento TFR	41.121	35.469	(5.651)
trattamento di quiescenza e simili	–	5.948	5.948
altri costi del personale	7.823	28.431	20.608
Totale	**736.816**	**564.363**	**(172.453)**

La diminuzione dei "Costi per il personale" è dovuta:

- all'utilizzo della CIG in deroga, utilizzata per 9 mesi;
- alle dimissioni di 3 dipendenti nel corso del 2014;
- alle dimissioni per pensionamento;
- alla scadenza di un contratto di un dipendente.

In "Altri costi del personale" sono ricompresi:

- il costo per il dipendente assunto tramite agenzia al reparto macelleria pari a € 16.731;
- il costo accantonato per la dipendente prepensionata all'01/01/2015, pari a € 11.300.

ammortamenti e svalutazioni	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
ammortamento immobilizzazioni immateriali	4.024	7.371	3.347
ammortamento immobilizzazioni materiali	139.218	87.934	(51.284)
svalutazione crediti	–	821	821
Totale	**143.242**	**153.826**	**10.584**

La riduzione dell'ammortamento delle immobilizzazioni materiali è dovuto, in osservanza al nuovo OIC n. 16, all'interruzione del processo di ammortamento dell'immobile del punto vendita, pari a € 49.515.

La svalutazione per € 57.500 riguarda l'immobile in costruzione visto che sussistono le condizioni, documentate da una perizia, che ne determinano una durevole perdita di valore.

variazione delle rimanenze	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
variazione delle rimanenze	1.302	12.399	11.097
Totale	**1.302**	**12.399**	**11.097**

oneri diversi di gestione	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
contributi associativi	4.522	4.751	229
erogazioni liberali	2.842	350	(2.492)
revisione biennale	1.190	1.190	–
imposte e tasse	19.189	22.808	3.619
giornali, pubblicazioni	613	251	(361)
spese bancarie	19.425	18.038	(1.387)
altri oneri diversi di gestione (*)	4.082	22.283	18.201
Totale	**77,4**	**51,9**	**(25,5)**

(*) Negli oneri diversi di gestione sono compresi:

- € 14.330 di storno del premio 2013 non riconosciuto;
- € 2.334 per le concessioni d'uso del pozzo nel 2013;
- € 2.054 per costi di competenza degli anni precedenti.

Differenza tra valore e costi della produzione

	al 31/12/13	al 31/12/14	variazione
saldo	(55.856)	31.815	87.671

C) Proventi e oneri finanziari

	al 31/12/13	al 31/12/14	variazione
saldo	45.069	46.745	1.676

proventi finanziari	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
da partecipazioni	7.893	9.535	1.642
da titoli iscritti nell'attivo	–	–	–
diversi dai precedenti	542	12	(530)
Totale	**8.435**	**9.547**	**1.112**

oneri finanziari			
interessi bancari	4.453	2.877	(1.575)
interessi mutuo	28.255	33.971	5.716
diversi dai precedenti	20.795	19.443	(1.352)
Totale	**53.504**	**56.292**	**2.788**

Totale proventi e oneri finanziari	**45.069**	**46.745**	**1.676**

Nel corso del 2014 non sono state effettuate rettifiche a valori iscritti nelle attività finanziarie.

D) Proventi e oneri straordinari

	al 31/12/13	**al 31/12/14**	**variazione**
saldo	–	62.812	62.812

proventi e oneri straordinari	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
proventi straordinari	–	62.812	62.812
proventi con separata indicazione plusvalenze da alienazione E20	–	–	–
oneri straordinari	–	–	–
svalutazione di partecipazioni	–	–	–
svalutazione di attività	–	–	–
Totale	**–**	**62.812**	**62.812**

Il provento straordinario per € 62.812 riguarda lo storno dell'ammortamento del terreno, così come indicato dell'OIC n. 29.

E) Imposte sul reddito d'esercizio

	al 31/12/13	**al 31/12/14**	**variazione**
saldo	14.343	42.919	29.876

imposte correnti	valore al 31/12/13	valore al 31/12/14	variazione
IRAP	14.343	14.094	(249)
IRES	–	6.025	6.025
imposte anticipate	–	24.100	24.100
Totale	**14.343**	**42.919**	**29.876**

L'importo delle imposte anticipate rappresenta l'IRES calcolata sull'80% dell'utile fiscale per l'utilizzo di perdite pregresse.

Comunicazioni

Si segnala che non è stato devoluto alcun compenso agli amministratori ed ai sindaci della Cooperativa.

Gli amministratori comunicano che tutte le riserve ordinarie e straordinarie iscritte in bilancio non possono essere distribuite tra i soci per il combinato disposto delle norme in vigore e dello statuto.

Il presente bilancio, composto da Stato patrimoniale, Conto economico e Nota integrativa rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria, nonché il risultato economico dell'esercizio, e corrisponde alle risultanze delle scritture contabili.

Il Consiglio di amministrazione

Prospetti analitici

Variazioni nei conti delle immobilizzazioni immateriali per l'esercizio chiuso al 31/12/2014

	situazione iniziale			movimento dell'esercizio			situazione finale		
descrizione	valore originario	fondi amm.to	saldo in bilancio	incremento	decremento	ammortamento	costo originario	fondi amm.to	valore finale
1) costi impianto e ampliamento	5.728	1.432	4.296			1.432	4.296	1.432	2.864
2) costi ricerca, sviluppo, pubblicità									
3) diritti brevetti ind. e opere ingegno									
4) conc. licenze, marchi e diritti simili	5.326	2.258	3.068			1.3581	3.068	1.358	1.710
5) avviamento									
6) immobilizzazioni immat. in corso	7.000		7.000		7.000				0
7) altre	6.055	334	5.722	26.348	4.781	13.077	27.289	13.077	14.212
TOTALE	**24.110**	**4.024**	**20.086**	**26.348**	**11.781**	**15.867**	**34.653**	**15.867**	**18.786**

Variazioni nei conti delle immobilizzazioni materiali per l'esercizio chiuso al 31/12/2014

	situazione iniziale			movimento dell'esercizio			situazione finale		
descrizione	valore originario	fondi amm.to	saldo in bilancio	incremento	decremento	ammortamento	costo originario	fondi amm./decr.	valore finale
1) terreni e fabbricati	1.004.513	49.498	955.015	114.205		51.392	1.069.220	51.392	1.017.828
2) impianti e macchinari	676.314	95.603	580.711			62.614	580.711	62.614	518.097
3) attrezzat. industriali e commerciali	8.169	2.208	5.961	375		2.328	6.336	2.328	4.009
4) altri beni	90.283	25.008	65.275			22.993	65.275	22.993	42.282
5) immobilizzazioni in corso e acconti	638.324		638.324	23.889	58.334		662.213	58.334	603.879
TOTALE	**2.417.603**	**172.317**	**2.245.286**	**138.469**	**58.334**	**139.237**	**2.383.755**	**197.660**	**2.186.095**

Analisi ammortamenti 2014

	1	2	3	4	5	6	7	8
descrizione	costo originario	investimenti 2014	contributi	TOTALE IMMOBILIZZI (1+2)	ammortamenti 2014 ordinari	storni ammortamenti	fondo ammortamento al 31/12/14	RESIDUO da ammortizzare (4–7)
spese impianto (mutuo)	5.721,53	1.998,00		7.719,53	401,20		8.120,73	7.318,33
progetto comunicazione		24.350,00	13.077,00	11.273,00	3.720,09		14.993,09	7.552,91
spese software	3.068,38			3.068,38	2.017,32		5.085,70	1.051,06
terreni	126.894,77			126.894,77			126.894,77	126.894,77
immobili e sede	828.120,16			828.120,16		62.812,90	890.933,06	890.933,06
impianto fotovoltaico	280.000,00			280.000,00	20.000,00		300.000,00	260.000,00
impianti generici	18.127,58			18.127,58	8.809,17		26.936,75	9.318,41
impianti riscaldamento	198.655,59			198.655,59	17.245,59		215.901,18	181.410,00
impianto telefonico/fax	782,39			782,39	106,91		889,30	675,48
impianto refrigerazione	64.717,55			64.717,55	14.536,79		79.254,34	50.180,76
macchinari specifici	20.607,39			20.607,39	2.426,01	375,00	23.408,40	18.556,38
mezzi di trasporto interni	319,17			319,17	174,31		493,48	144,86
attrezzature arredamento	5.662,31			5.662,31	2.085,20		7.747,51	3.577,11
macchine elettroniche	9.406,71			9.406,71	5.343,83		14.750,54	4.062,88
mobili e arredi	53.368,47			53.368,47	17.206,19		70.874,66	36.462,28
oneri pluriennali	4.296,00			4.296,00	1.432,00		5.728,00	2.864,00
TOTALE	**1.620.048,00**	**26.348,00**	**13.077,00**	**1.633.319,00**	**95.504,61**	**63.187,90**	**1.792.011,51**	**1.601.002,29**

Risultati economici

Mi fido di CFL
e ci metto la faccia

Poca strada, tanta scelta

CFL propone un'offerta unica con selezione di prodotti
di alta qualità a filiera corta, provenienti da reti solidali e cooperative.

Entra anche tu!

CFL COOPERATIVA FAMIGLIE LAVORATORI
cooperativa sociale e di consumo

viale Piave, 43 | Treviglio
www.cfltreviglio.it
/cooperativafamiglielavoratori

Budget 2015

Budget 2015

A) Valore della produzione

1) Ricavi da vendite e prestazioni		**4.327.680**
Vendite punto vendita	4.227.680	
Servizio libri	100.000	
5) Altri ricavi		**20.000**
a) contributi in conto esercizio	20.000	
TOTALE valore della produzione		**4.347.680**

B) Costi della produzione

6) Acquisti materie e merci		**(3.269.988)**
7) Servizi		**(300.200)**
9) Personale		**(510.000)**
10) Ammortamenti e svalutazioni		**(101.500)**
Ammortamento immobilizzazioni immateriali	(10.000)	
Ammortamento immobilizzazioni materiali	(90.000)	
Svalutazione dei crediti	(1.500)	
11) Variazioni delle rimanenze di materie prime		**(5.000)**
13) Altri accantonamenti		**(20.000)**
14) Oneri diversi di gestione		**(51.890)**
TOTALE costi della produzione		**(4.258.578)**

Differenza tra valore e costo della produzione	**89.102**
C) Proventi e oneri finanziari	**(41.749)**
Risultato prima delle imposte (A+B+C)	**47.353**
22) Imposte	**(33.000)**
Risultato dopo le imposte (A+B+C+22)	**14.353**

Criteri per la stesura del budget 2015

RICAVI Aumento vendite del punto vendita dell'1%.

Attività verso soci (libri, laboratorio lingue, ecc.) chiusura in pareggio.

ACQUISTI Margine del 25,5%.

SERVIZI Adeguamento come da contratti conosciuti.

AMMORTAMENTI Stima ammortamenti cespiti esistenti. Non è previsto l'ammortamento del fabbricato del punto vendita, né alcuna previsione sull'utilizzo della palazzina.

PERSONALE Riduzione costo dovuta a interventi strutturali e straordinari come utilizzo CIG e accordi riduzione stipendi volontaria.

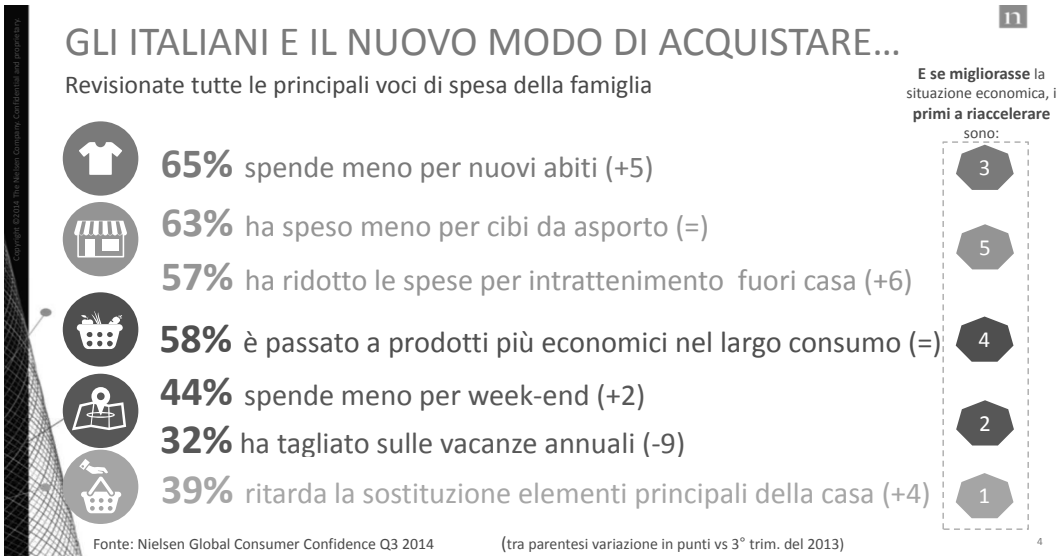
ONERI DIVERSI DI GESTIONE Adeguamento come da oneri conosciuti.

ONERI PROVENTI FINANZIARI Stima interessi passivi sulla base dei mutui in essere.

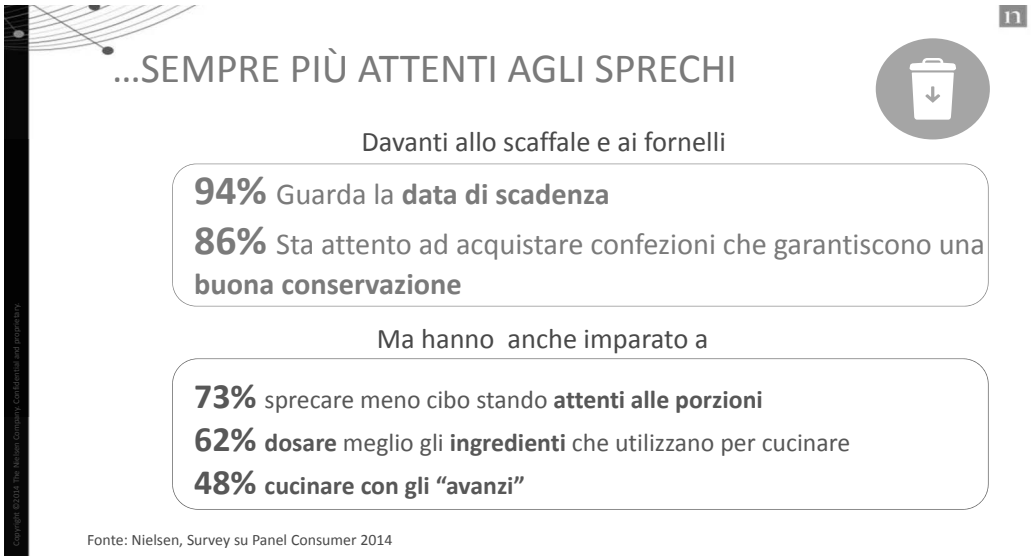
3.
L'offerta di CFL: linee guida del cambiamento

3.1 Come evolve il comportamento del consumatore?

Quali sono gli effetti della crisi sul comportamento del consumatore italiano? I dati Nielsen 2014 indicano che sta cambiando il modo di acquistare: di fatto tutte le principali voci di spesa della famiglia sono state revisionate.



Gli Italiani inoltre, sono sempre più attenti agli sprechi, ma anche alla qualità e salubrità del prodotto.

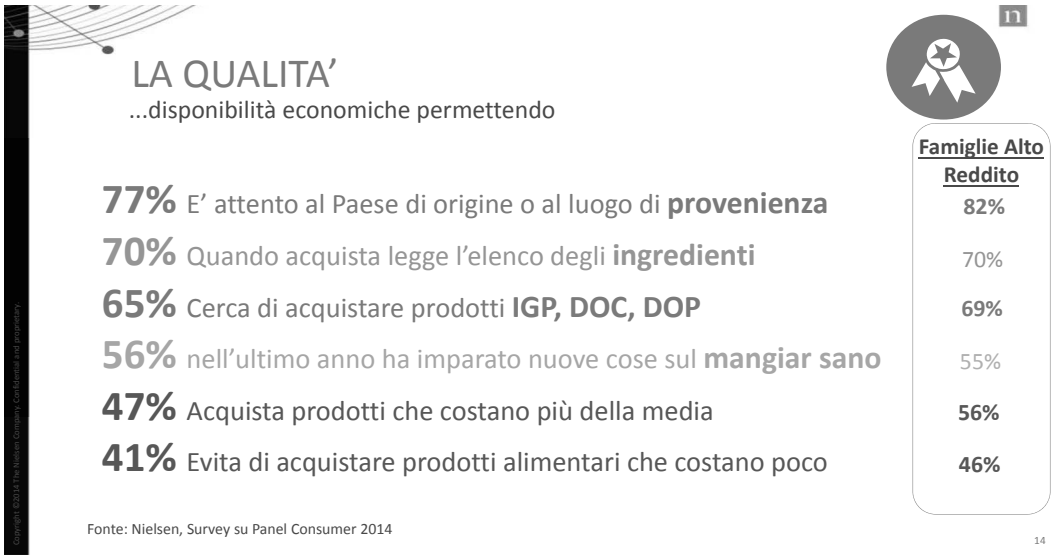


Inoltre si conferma la tendenza alla ricerca del risparmio sulla spesa quotidiana: aumentano, ma in modo più moderato rispetto agli anni scorsi, gli acquisti in promozione, si arresta lo spostamento verso i *discount*, mentre si conferma la tendenza a ridurre i volumi e a razionalizzare gli acquisti in termini di qualità e prezzo.

I *leader* nel cambiamento dello stile di consumo sono i cosiddetti "*smartshopper*", cioè quei consumatori che si affidano alla rete per i loro acquisti, classificabili in "esigenti" ed "intelligenti". In Italia sono 18 milioni; questo significa che rappresentano oggi il 40% della spesa complessiva nel nostro Paese.

3.1.1 Le opportunità: cosa chiedono i consumatori

Indipendentemente dallo stile e dalle preferenze di acquisto, poi, i consumatori sono sempre più informati e critici. Come dimostra la figura che segue, la gran maggioranza di chi acquista è attento alla provenienza dei prodotti e verifica l'elenco degli ingredienti e circa la metà di consumatori, anche non di reddito alto, evita i prodotti di costo basso, percepito come un fattore di scarsa qualità. Ancora, i consumatori vorrebbero prodotti più leggibili e trasparenti in termini di etichette più esaustive, ma anche più informazioni sul prodotto disponibili sullo scaffale (schede prodotto, ecc.), Inoltre è misurabile un "effetto grandi *chef*": sempre più persone si interessano di cucina, fanno corsi e si documentano, fanno della cucina un interesse personale e un argomento di conversazione con gli amici. Anche questo concorre ad una maggiore consapevolezza e selettività negli acquisti.



Infine i nuovi stili di consumo: si acquistano prodotti per cucinare in modo facile e veloce, ma più spesso in casa; aumenta la domanda di piatti pronti, ma anche di prodotti per preparare "eventi" a casa. Ancora, vero e proprio *boom* dei prodotti salutistici e in qualche modo collegati con benessere e stile di vita sano. Infine un numero sempre maggiore numero di giovani si caratterizza per essere "*foodie*" (appassionato ed esperto di cibo).

In definitiva siamo in presenza di consumatori attenti alla gestione del *budget* destinato agli acquisti di prima necessità, anche se le disponibilità sono buone; persone disposte a spendere per prodotti di cui si fidano, sulla base di valutazioni competenti e approfondite che spesso derivano da approfondimenti che precedono l'atto di acquisto. Questo tipo di consumatore non è fedele ad un punto vendita in modo acritico o per abitudine, ma è in grado di effettuare diversi percorsi di scelta a seconda delle necessità. Per questo non si parla più di consumatore fedele a un marchio o ad un punto vendita, ma si ribalta la prospettiva, con prodotti e punti vendita che dovranno essere in grado di conquistarsi e tenersi i clienti con percorsi convincenti e coerenti. In realtà, una vera e propria rivoluzione copernicana nel modo di concepire ed attuare le strategie di *marketing*. L'obiettivo non è più la fedeltà ***del*** consumatore ma la fedeltà ***al*** consumatore.

3.2 Strategia CFL: il Piano tattico 2014

A fine 2013 CFL, in reazione alla situazione di crisi, ha elaborato un piano di riposizionamento strategico che riorienta l'attività e il funzionamento nella direzione indicata dalla missione dichiarata nel nuovo statuto (e mutuata dai valori originari) tenendo conto dei forti cambiamenti avvenuti e delle tendenze in atto nella concorrenza e negli stili di consumo illustrati più sopra.

Riprendiamo velocemente le linee essenziali della strategia individuata:

- **CFL non si riconosce nei modelli di consumismo spinto** che hanno generato la Grande Distribuzione Organizzata, ma si rifà ad un modello economico basato sulla condivisione e sulla gratuità prima che sul profitto. In buona sostanza CFL è un'esperienza unica, ed un valore che non può andare perduto.
- **CFL è convinta che il futuro delle piccole cooperative di consumo stia nella capacità che**

solo loro hanno di presidiare e valorizzare le relazioni fiduciarie sul territorio. La possibilità di sopravvivenza è legata quindi non tanto alla concorrenza con la GDO tradizionale, con la quale non possiamo e vogliamo competere sul piano commerciale, ma sulla nostra capacità di diventare "cooperativa di comunità".

- **CFL è anche un punto vendita a servizio del quartiere**, e vuole mantenere questo ruolo.

Sulla base di queste riflessioni, è stato messo a punto un piano tattico, il cui grado di realizzazione è sintetizzato nello schema che segue.

1) revisione del layout al fine di consentire un'esposizione più razionale delle referenze e liberare spazio per i prodotti a maggiore contribuzione. In quest'ambito particolare attenzione viene data all'offerta di prodotti freschi e freschissimi "eccellenti", nonché a prodotti bio, a filiera corta, e ad alto "contenuto sociale".

Situazione esistente Il *layout* precedente era frutto dei ragionamenti fatti con Ecor e SAIT nel 2004 e prevedeva una netta distinzione fra il prodotto biologico secco, "concentrato" nella parte posteriore del punto vendita e le corsie del prodotto convenzionale. Il prodotto bio dunque è stato gestito prevalentemente come una componente non integrata nell'offerta complessiva, per la composizione dell'offerta a monte (grossisti specializzati e produttori non trattati da centrali di acquisto), per la specificità dei prodotti, nonché per le caratteristiche del *target* di consumatori, che fino al più recente passato rappresentava una nicchia di mercato.

La disposizione originaria, tuttavia, era andata nel tempo perdendo la sua razionalità per l'assenza di una gestione mirata e organica dell'offerta e per la crescita non controllata delle referenze che aveva portato all'inserimento di prodotti secondo il criterio del posto disponibile più che per coerenza espositiva.

Il risultato era un punto vendita disordinato, con referenze poco visibili, scarsa evidenziazione dei prodotti distintivi e una distinzione fra biologico e convenzionale sempre meno netta per la necessità di trovare il posto del prodotto bio anche nelle corsie del prodotto convenzionale.

Azioni realizzate nel 2014 Nel corso del 2014 il *layout* è stato oggetto di revisione, sulla base del ruolo strategico affidato ai diversi reparti dal lavoro di riposizionamento, e coerentemente con l'ampiezza e profondità desiderata di assortimento e la marginalità attesa. Inoltre si è deciso di integrare il biologico secco nelle corsie del prodotto convenzionale.

A tale scopo si sono riorganizzate le varie aree, tenendo conto di vicinanza e similitudine tra i vari settori merceologici e lasciando in evidenza i prodotti biologici, mettendoli ad altezza occhi, ove non disponibile la quantità di referenze per realizzare la verticale interamente bio. Inoltre sono stati creati spazi più idonei a svolgere attività promozionali, con conseguente migliore visibilità di diverse categorie merceologiche: vino, prodotti equosolidali, prodotti per regimi dietetici particolari, ecc. L'attività di revisione del *layout* è stata resa possibile grazie all'impegno a titolo gratuito di alcuni dipendenti e al contributo di un gruppo di soci volontari, e si è conclusa e fine settembre.

È importante sottolineare come, dopo un iniziale disorientamento, i soci hanno mostrato di gradire la nuova disposizione dei prodotti, come testimoniano le vendite di alcune referenze bio, nettamente aumentate, e il *feedback* ricevuto dalla maggior parte dei soci che hanno riferito di aver "scoperto" prodotti di cui non conoscevano l'esistenza. Inoltre lo spazio liberato nella parte posteriore del negozio ha consentito di creare un nuovo spazio soci. (> cap. 4)

2) progetto di revisione dell'assortimento con lo scopo di giungere all'alleggerimento delle referenze, in particolare nei reparti del cosiddetto "secco" al fine di recuperare marginalità, razionalità e coerenza nell'assortimento.

Situazione esistente Come già accennato, l'assortimento di CFL non gestito in modo sistematico sulla base di una consapevole strategia commerciale (offerta coerente con il posizionamento strategico, marginalità attesa, rotazione delle referenze, evoluzione dei prodotti, copertura della gamma, ecc.) ha avuto negli ultimi anni una tendenza a crescere in modo non controllato.

Azioni realizzate nel 2014 Il lavoro effettuato con una società specializzata in commercio al dettaglio (Tradelab), ha consentito di analizzare la concentrazione delle referenze nei vari reparti, nonché l'adeguatezza della copertura della gamma.

A questo punto CFL dispone di tutte le informazioni necessarie per procedere alla "asciugatura" delle referenze non in linea con la *mission*, non coerenti con la funzione assegnata ai vari reparti e/o non soddisfacenti in termine di rotazione e marginalità. Questo consentirà altresì di liberare spazio, così da dare maggiore visibilità alle referenze più richieste, dare maggiore enfasi e visibilità ai prodotti fortemente distinti e/o remunerativi. Questa attività ha avuto inizio relativamente alle incongruenze più evidenti, ma sarà intrapresa in modo sistematico da inizio 2015 in poi.

3) miglioramento del servizio al socio: maggiore cura e ordine del punto vendita per renderlo più accogliente, pur mantenendo lo stile sobrio ed essenziale proprio di CFL, con ampio spazio ad informazioni ai soci sul punto vendita su prodotti, caratteristiche, utilizzo, differenze rispetto all'offerta tradizionale e con maggiore visibilità per promozioni e iniziative particolari. Particolare attenzione alla clientela di vicinato, che effettua la spesa quotidiana.

Situazione esistente L'ordine e la pulizia sul punto vendita, la cura nell'esposizione dei prodotti, l'indicazione e l'aggiornamento dei prezzi, la rimozione sistematica di materiale da imballaggio non sono sempre adeguati alle aspettative dei soci e allo *standard* richiesto per un punto vendita di qualità. Inoltre le offerte, le promozioni, i nuovi prodotti non sempre sono resi visibili ai soci in modo adeguato.

Infine la ricchezza e unicità dell'assortimento non sono resi evidenti da un'adeguata informazione. Per una scelta consapevole la gran parte dei soci necessiterebbe inoltre di ulteriori informazioni sulle proprietà dei prodotti, i benefici, le modalità di preparazione, ecc.

Azioni realizzate nel 2014 La revisione del *layout* è stata l'occasione per una approfondita pulizia di frigoriferi e scaffali, quanto mai opportuna. Inoltre è stata creata un'area promozionale all'ingresso del punto vendita e mensilmente una selezione di prodotti in promozione viene esposta in testata, per garantire una migliore visibilità.

Anche se CFL viene da una storia che la vede inizialmente un gruppo di acquisto e poi uno spaccio, è importante che il personale curi pulizia, cura nell'esposizione, rifornimento puntuale degli scaffali, ordine e pulizia, specie del reparto ortofrutta. Inoltre, in quanto punto vendita anche al servizio del vicinato, è emersa chiaramente la necessità di aumentare l'apertura al pubblico, in particolare di mattina, anticipandola alle ore 8:30. La modifica di orario è stata realizzata nel settembre 2014, senza utilizzo di maggiore personale, ma implementando prassi più efficienti nella predisposizione dei reparti. Allo stesso modo, è stata mantenuta l'apertura pomeridiana alle 15:00, non posticipandola neanche nel periodo estivo, anche per non dare un disservizio ai soci.

Sugli orari di apertura al pubblico sono in corso altre riflessioni per valutare ulteriori miglioramenti nel servizio ai soci, tenendo sempre ben presente gli aspetti organizzativi e i riflessi su fatturato e costi del personale.

4) revisione dell'assortimento e del parco fornitori: analisi della situazione di margini e prezzi per i diversi prodotti e i diversi fornitori, così da ottimizzare il pricing e il mix delle fonti di approvvigionamento

Situazione esistente Come già accennato, l'assortimento CFL è caratterizzato da un numero molto elevato di referenze non frutto di una selezione sistematica e coerente ma piuttosto dell'evoluzione del tempo dell'assortimento base, mai veramente "manutenzionato" e analizzato nelle sue *performance*.

In CFL è da sempre invalsa la prassi di effettuare acquisti di quantità elevate di alcuni prodotti una volta l'anno, con conseguente massiccio impegno finanziario, scorte molto alte a magazzino ed elevato rischio connesso ad un andamento delle vendite difforme da quanto previsto a inizio anno. Ne è un esempio la giacenza di prodotti di cancelleria e materiale scolastico soggetto a diventare obsoleto e talvolta dimenticato in magazzino.

Azioni realizzate nel 2014 Nel corso del 2014 si è proceduto ad un'analisi graduale ma sistematica delle referenze e dei fornitori, allo scopo di focalizzare meglio l'assortimento, aumentare i margini e, ove possibile, ridurre il numero di fornitori non distintivi per alleggerire i costi amministrativi e le esigenze di controllo connesse con i prodotti acquistati direttamente, senza passare dalla centrale di acquisto.

La strategia attuata è stata quella di privilegiare il rifornimento presso SAIT per i prodotti di largo consumo per avere :

- vantaggi di prezzo
- riduzione scorte e aumento della percentuale di fedeltà richiesta con conseguenze sui premi (l'acquisto da consorzio permette di eliminare il lotto minimo che altri fornitori richiedono)
- maggiore controllo della marginalità complessiva del punto vendita
- minimizzazione delle previsioni.

Inoltre si è provveduto a formare e indirizzare il personale a fare ordini più frequenti e di dimensioni più ridotte, per migliorare il servizio al socio e aumentare l'efficienza degli acquisti. A questo proposito viene monitorata costantemente l'emissione degli ordini con interventi diretti, se necessario, su fornitori e acquisitori.

Con il coinvolgimento diretto dei referenti di reparto sono stati inseriti fornitori/prodotti con caratteristiche di tipicità, espressione territoriale o completamento della gamma, sempre salvaguardando l'adeguatezza di prezzi e margini. Sono esempi di questa politica gli inserimenti dei prodotti caseari Taddei, i salumi Brivio, il caffè in cialde. È stata inoltre ampliata la possibilità di acquisto su ordinazione, relativamente a prodotti, soprattutto extralimentari, che non fanno e non faranno mai parte dell'assortimento *standard* della Cooperativa. In questo modo si amplia la possibilità di scelta per i soci, senza rischi per la Cooperativa.

Nel periodo natalizio si sono invitati alcuni fornitori eccellenti a presentare i loro prodotti sul punto vendita.

Dal punto di vista del *pricing* c'è volontà di aderire il più possibile alle iniziative promozionali, sia poste in essere da SAIT, che dagli altri fornitori, stimolando la creazione di promozioni ad *hoc* sui banchi macelleria e gastronomia, oltre che in alcuni reparti dei generi vari ad acquisto diretto, come ad esempio per i vini.

Inoltre nel corso del 2014 sono state fatte promozioni "al costo" e sono stati inseriti prodotti di primo prezzo (es. il latte a 99 centesimi).

Infine sono state create promozioni allo scopo di ridurre i prodotti fermi magazzino da tempo (anche anni), e spesso obsoleti.

5) focus sulla qualità del servizio e sulla relazione col socio, per differenziare in modo netto la nostra esperienza di acquisto da quella di un punto vendita della Grande Distribuzione tradizionale, in cui il cliente acquista pressoché senza assistenza.

Situazione esistente CFL non ha mai analizzato in modo sistematico le esigenze di formazione ed aggiornamento del personale, né ha pianificato e svolto formazione in collaborazione con SAIT se non in modo estemporaneo e su esigenze puntuali. Inoltre non ha mai coinvolto il personale nella condivisione di valori, missione e cultura della Cooperativa, che sono sempre stati patrimonio per lo più dei soci. Se a questo si aggiunge che per molti anni la Cooperativa è stata sostanzialmente priva di una funzione direttiva e di procedure condivise, il risultato è che l'addestramento e la trasmissione di cultura e valori sono sempre stati realizzati tramite affiancamento *on line* svolto da colleghi all'atto dell'inserimento. Quindi il personale non sempre opera con uno stile comune e coerente con obiettivi e missione aziendale, ma secondo carattere, inclinazione e competenze personali. In particolare sono scarsamente diffuse e condivise le conoscenze relative ai prodotti maggiormente distintivi.

Al contrario, per il livello di servizio che vuole fornire CFL non è richiesta semplicemente la competenza sul piano professionale, ma anche disponibilità, ascolto, empatia, capacità di essere proattivi e propositivi, condivisione dello stile e dei valori e adeguata conoscenza dei prodotti e servizi rispetto alle loro caratteristiche di sostenibilità sociale ed ambientale.

Azioni realizzate nel 2014 Nel corso del 2014 si è prevalentemente intervenuti direttamente con affiancamento del responsabile del punto vendita ai singoli addetti di reparto nello svolgimento delle loro mansioni per illustrare le corrette modalità operative. Interventi con l'ausilio di SAIT sono stati svolti nei reparti Macelleria e Ortofrutta. Si sono inoltre convocate riunioni ad *hoc* per dare disposizioni circa comportamenti e atteggiamenti da tenere nelle diverse situazioni.

La prevista formalizzazione e implementazione di un Piano di formazione del personale in collaborazione con SAIT è rimandata al 2015.

6) revisione del sistema informativo

Situazione esistente La gestione e manutenzione dei nostri sistemi informativi fa parte dei servizi forniti dal Consorzio SAIT. Tuttavia la Cooperativa non ha seguito in modo sistematico l'evoluzione informatica del Consorzio, il che ci impedisce di poter usufruire di alcune iniziative messe in campo da SAIT: promozioni, sconti su prodotti particolari, fruizione di servizi aggiuntivi (sconti e convenzioni su viaggi, biglietti di spettacoli e manifestazioni, ecc.). Inoltre il sistema informativo ha più volte palesato lacune e risultati inaffidabili a causa di un'introduzione dati senza l'applicazione di procedure rigorose, non sistematica e spesso non corretta.

Azioni realizzate nel 2014 Nel corso del 2014 si è prevalentemente intervenuti sulla revisione dei processi operativi, rimandando gli interventi sul sistema al 2015. Ad inizio anno è già prevista l'implementazione di un modulo di gestione delle casse (Target) che consentirà l'adesione ad un numero maggiore di iniziative promozionali. Una riflessione più approfondita coinvolgerà soci e CdA circa la possibilità di adottare anche a Treviglio la carta "in cooperazione" e il relativo programma, il che consentirebbe di ampliare servizi, convenzioni e promozioni usufruibili dai soci.

3.3 La convenienza offerta al socio

CFL ha sempre sottolineato come la formula della convenienza in Cooperativa vada oltre la semplice offerta di orge di prodotti sotto costo, ma si collochi nell'offerta di un *mix* di prodotti di qualità a prezzo equo per remunerare in modo giusto tutta la filiera. È ascrivibile alla convenienza anche la possibilità di reperire in modo comodo e a prezzo accessibile prodotti spesso non presenti nell'offerta *standard* della grande distribuzione; prodotti biologici, per regimi particolari, o "ad alto contenuto sociale". Tuttavia con l'incalzare della crisi anche CFL si è mossa per andare incontro alle esigenze di molti soci di mantenere inalterata la qualità della loro spesa a *budget* ridotto. Per questo motivo a inizio 2014 è stata varata l'iniziativa "Bloccaprezzo", grazie alla quale CFL ha selezionato circa una cinquantina di prodotti di uso quotidiano e di qualità garantita e li ha proposti a prezzo contenuto per difendere la spesa dei soci. Non una promozione spinta o un sottocosto per invogliare i soci a spendere o spingerli subdolamente a riempirsi di prodotti inutili, ma un certo numero di prodotti di prima necessità sul cui prezzo il socio sa di poter contare.

Nel prosieguo dell'anno la Cooperativa ha aderito con maggiore sistematicità alle iniziative promozionali messe a punto da SAIT; in futuro questo sarà facilitato anche dall'implementazione del programma Target alla barriera casse. Il 2015 si è infine aperto con il riposizionamento di prezzo proposto da Coop Italia, che ha comportato un ribasso di circa 800 prodotti di uso comune.

3.4 Entra anche tu in CFL

Il 2014 è stato caratterizzato da un notevole sforzo di apertura verso l'esterno, per "portar fuori" l'esperienza della Cooperativa e attrarre nuovi soci. Sono andate in questa direzione le iniziative di comunicazione (> cap. 4) ed anche commerciali. Proprio a questo scopo da settembre 2014 è stato pensato un "pacco benvenuto" per i nuovi soci che contiene più buoni sconto e un assaggio dei prodotti eccellenti disponibili in CFL, e si sono incentivati i soci a portare in Cooperativa ulteriori soci con un buono sconto del 10% su una spesa per ogni nuovo socio. Va in questa direzione l'adozione della prassi dei buoni regalo di diverso taglio acquistabili in Cooperativa, per l'abitudine ai quali è necessario del tempo, ma che hanno dato i primi riscontri positivi.

A inizio 2015 inoltre è prevista l'uscita su *media* locali e *social media* di una campagna pubblicitaria fortemente valoriale volta ad invitare potenziali soci a venire a conoscere la Cooperativa. Lo *slogan* sarà "Entra anche tu in CFL" e saranno utilizzati i volti di "veri" soci, che hanno prestato la loro immagine alla Cooperativa nel corso di uno *shooting* effettuato a fine 2014.

Infine va sottolineato come, a quarant'anni dalla sua fondazione, si rende necessaria una riflessione sull'apertura della Cooperativa a nuove persone, salvaguardando la valorizzazione dello *status* di socio, ma avendo anche un riguardo alle opportunità che possono derivare dal punto di vista economico e non solo, dalla possibilità di usufruire del punto vendita anche da parte dei non soci.

3.5 La lotta allo spreco alimentare

CFL è da sempre attiva nella promozione di un consumo sobrio e critico. Per questo si fa promotrice di uno stile di acquisto che evita l'accaparramento di prodotti non necessari e il conseguente sovraconsumo, anche con inviti espliciti sul punto vendita.

Inoltre è attivamente impegnata nella pianificazione degli acquisti così da minimizzare la distruzione dei prodotti invenduti. I prodotti prossimi alla scadenza o non più assortiti sono messi in vendita al 20–50% del prezzo originario; i prodotti eventualmente invenduti ma ancora utilizzabili sono distribuiti attraverso un circuito di recupero che li vede distribuiti alle Caritas parrocchiali o alla mensa per persone in difficoltà di Treviglio, gestita dall'associazione "La quercia di Mamre".

Nel 2015 inoltre CFL intende unire la propria voce alle posizioni critiche nei confronti di Expo 2015, che si sono coordinatein "Expo dei popoli", una sorta di sezione distaccata dell'Expo che intende dare voce ai piccoli del Pianeta e attrarre l'attenzione sul problema dell'ingiusta distribuzione delle risorse alimentari.

3.6 La selezione dei fornitori: qualità CFL

Per quanto riguarda la selezione e il controllo dei fornitori e dei prodotti per il loro inserimento sul punto vendita, quelli forniti da SAIT e in generale da centrali di acquisto sono sottoposti ai loro rigorosi piani di controllo.

Circa i prodotti acquistati direttamente in filiera corta, non esiste una procedura formalizzata di qualifica, controllo e monitoraggio dei fornitori. Si tratta di fornitori, per lo più consolidati, di dimensione medio–piccola e operanti esclusivamente (o quasi esclusivamente) sul mercato locale. Per quanto riguarda il controllo in ingresso sui prodotti approvvigionati, vengono effettuati sistematicamente i controlli sulla merce in entrata. Una volta superati i controlli in accettazione, il prodotto è avviato a stoccaggio secondo le procedure previste per le diverse tipologie (magazzino, cella frigorifera o direttamente a scaffale).

La scadenza dei prodotti a scaffale è controllata in modo sistematico.

3.6.1 La creazione di un Sistema di garanzia della qualità partecipata per le filiere locali

A proposito dei modelli di controllo dei fornitori locali, CFL è attiva nel promuovere un sistema di garanzia partecipata complementare al sistema di qualifica e controllo dei fornitori tipico delle filiere lunghe, basato sulle norme di qualità certificabili. La Cooperativa è infatti fra i soggetti promotori di un progetto finanziato da Fondazione Cariplo, che mira alla creazione di un marchio di qualità lombardo, assegnato ad aziende agricole locali a valle di un processo di implementazione di sistemi di assicurazione della qualità che agiscono su base locale; la verifica dei produttori prevede infatti la partecipazione attiva delle parti interessate ed è costruita basandosi sulla fiducia, le reti sociali e lo scambio di conoscenze. Il progetto prenderà il via all'inizio del 2015.

CFL COOPERATIVA FAMIGLIE LAVORATORI
cooperativa sociale e di consumo

DAL 1972
consumare meno,
consumare meglio

Sempre più aperta, diversa, conveniente

Porta un socio!

Condividi la tua passione per Cfl

CFL non è il solito supermercato.
È un luogo di incontro e scambio,
di conoscenza e crescita
per consumatori attenti e critici
e per la rete di chi,
nella bassa bergamasca e non solo,
prova a costruire un mondo migliore.

Chi meglio di un socio può raccontare che
qui trovi **eccellenze del nostro territorio**,
vasta scelta di **prodotti biologici** freschi e secchi,
prodotti di organizzazioni a scopo sociale,
libri scontati e una vasta gamma di **servizi**?

Spargi la voce: qualità, etica e salute in CFL sono alla portata tutti.

Dal 1° settembre 2014
chi porta un nuovo socio in CFL riceverà
- **un buono sconto del 10%**
  da utilizzare su una spesa a sua scelta.

Accompagna un amico a fare un acquisto di prova!

Rimani in contatto con la tua Cooperativa:

www.cfltreviglio.it

www.facebook.com/cooperativafamiglielavoratori

4.
Attività realizzate e risultati ottenuti in ambito sociale

4.1 CFL in rete

Nel corso del 2014, CFL ha proseguito la linea, inaugurata nel 2013, che vede CFL proporsi come punto di convergenza e di rilancio di idee, conoscenze e prassi fra le realtà del territorio che, a vario titolo, sono impegnate in progetti di promozione umana e nella diffusione di modelli di economia solidale. Si tratta di associazioni, cooperative sociali, singoli, soggetti pubblici e privati che, specie in questo periodo di crisi, hanno la necessità, ma anche l'opportunità di "fare massa" per aumentare la visibilità e i risultati della loro azione e ottimizzare l'impiego di risorse sempre più scarse.

L'obiettivo ambizioso è quello di uscire dai circoli dei "soliti noti" e portare fuori esperienze che possono contribuire alla costruzione di un modo migliore. CFL intende farlo in particolare attraverso il consumo critico, ma anche valorizzando tutte le specificità presenti nell'area del privato sociale; ecco quindi l'amicizia e la collaborazione, in un elenco non esaustivo, con Slow Food, Legambiente, la rete Infinito Benessere, Pro Loco, la cooperativa Alboran, Risorsa Sociale Gera d' Adda, La Quercia di Mamre, CTM, ARCI, Libera, Caritas, che hanno contribuito in modo determinante alla riuscita delle iniziative, ed hanno consentito una contaminazione di idee e stili che è sempre garanzia di arricchimento e di fecondità.

In questo senso CFL si fa portatrice e promotrice di un messaggio generale e universale e di una filosofia di inclusione a tutela e valorizzazione di tutte le specificità di chi è impegnato a produrre benessere sociale.

4.1.1 Infinito Benessere

È una rete di enti e associazioni nata nella primavera 2013 per iniziativa di AuserCultura Treviglio. Alla base dell'iniziativa la volontà di creare sinergie, conoscenza reciproca e collaborazione fra alcune le agenzie che nel territorio della Bassa Bergamasca sono impegnate a vario titolo nella produzione di benessere sociale.

Infinito Benessere è una rete:

- attiva nell'organizzazione e promozione di eventi e collaborazioni che ruotano intorno al tema del ben–essere e ben vivere, nella convinzione che uno stato di serenità ed equilibrio è il frutto prima di tutto del lavoro su noi stessi e sull'ambiente in cui viviamo;
- trasversale a tutte le declinazioni e gli ambiti riferibili al benessere, in una prospettiva illimitata (ecco perché promuoviamo un "infinito" benessere);
- aperta all'entrata di tutte le organizzazioni che ne condividono i fini; solo facendo "massa critica" si potrà incidere positivamente sulla qualità della vita della nostra comunità.

Nel suo primo anno di attività, a partire novembre a maggio con cadenza mensile, ha offerto 7 incontri gratuiti che hanno esplorato altrettante declinazioni del benessere, curati dalle organizzazioni aderenti alla rete ed offerti gratuitamente a tutta la comunità.

CFL ha curato l'incontro finale, svoltosi nel mese di maggio 2014, dove ha presentato i principi del consumo critico, la sua *mission* ed alcuni prodotti particolari per esemplificare la distintività della Cooperativa (detersivi ecologici e prodotti del commercio equo). Alla fine della serata a tutti i partecipanti è stato offerto un *buffet* "*made in dignity*", a base di prodotti del commercio equo.

Agli incontri di Infinito Benessere si sono avvicinate decine di persone, favorendo incontri, reciproca conoscenza e l'approfondimento dell'operato di organizzazioni delle quali, anche se note, non sempre si approfondiscono missione, attività e buone pratiche. L'esperienza proseguirà con altre iniziative, fra cui la messa a punto di un percorso critico di avvicinamento a Expo 2015.

4.1.2 Università dei consumatori

L'Università dei consumatori è un'opportunità di formazione e informazione sul consumo critico che tradizionalmente la CFL offre a soci e comunità.

Nell'edizione dell'anno scorso il percorso è stato coprogettato con Risorsa Sociale Gera d'Adda, (azienda consortile che riunisce 18 Comuni della Bassa Bergamasca, fra cui Treviglio, a sostegno delle situazioni di fragilità), IperCoop e la cooperativa sociale Pandora, cooperativa di animazione interculturale che si propone di promuovere comportamenti consapevoli e responsabili, favorire

la partecipazione e l'incontro, sviluppare la creatività. Il *team* organizzatore si è avvalso della collaborazione della Cassa Rurale di Treviglio e di ProgEtica, che hanno fornito il contributo tecnico. L'ultima serata, dedicata alla preparazione e consumo conviviale di una cena "riciclata" è stata invece curata dalla cooperativa Batrachos, che gestisce un ristorante "solidale" all'Isola Borromeo.

L'idea di un corso di economia e finanza "a misura di famiglia" è venuta ragionando con IperCoop e Risorsa Sociale sulle esigenze delle famiglie: a causa della crisi, sempre più nuclei familiari si trovano infatti in condizioni di fragilità economico–finanziaria, nella necessità di gestire al meglio le (spesso scarse) risorse finanziarie e di orientarsi fra strumenti finanziari dal funzionamento e dai costi poco trasparenti.

Il corso ha affrontato quindi con taglio pratico e in modo comprensibile ai non addetti ai lavori i temi della gestione del *budget* familiare, della pianificazione dei bisogni nel medio–lungo termine e delle scelte di acquisto, non solo per quanto riguarda i prodotti di prima necessità ma anche per relativamente alla *jungla* dei prodotti finanziari. In particolare i temi affrontati sono stati:

- **La spesa che non pesa**: come consumare meglio e spendere il giusto, con attenzione alla salute, all'ambiente e ai diritti delle persone;
- **Se potessi avere…**: costruire progetti di vita familiare ottimizzando le risorse;
- **Gli strumenti finanziari per le famiglie**: opportunità e rischi;
- **A tavola con gusto… risparmiando**: come organizzare un pasto antispreco. Incontro formativo–conviviale.

Questo percorso è un ottimo esempio di come la qualità dell'offerta e l'originalità del risultato si avvantaggi della coprogettazione e della collaborazione fra enti e competenze differenti.

4.1.3 La Cooperativa in piazza: CFL&friends

CFL ha inaugurato nel 2014 una nuova formula per la sua festa, che per la prima volta si apre alla città. L'evento, infatti, si è tenuto in piazza Cameroni a Treviglio, e ha visto fra i partecipanti alcuni fra i più significativi nodi della rete CFL.

Grazie alla collaborazione con la Pro Loco, Legambiente, Slow Food, ARCI, CTM e altre associazioni e cooperative amiche, CFL ha organizzato la prima passerella della sostenibilità nella Bassa Bergamasca. Un'intera giornata in piazza Cameroni a Treviglio per incontrarsi, sperimentare buone prassi, mangiare cose appetitose a prezzi equi, ascoltare buona musica e, per chi lo vuole, anche ballare. Il programma, molto ricco, ha visto al mattino una degustazione guidata da Slow Food, un laboratorio per grandi e piccoli di riuso e riciclo della carta, l'assaggio e vendita di prodotti locali eccellenti e una mostra di progetti e servizi offerti sul nostro territorio da agenzie del privato sociale. È seguito il pranzo in compagnia, con possibilità di gustare piatti della tradizione locale e provenienti da Paesi lontani a prezzi modici grazie alla collaborazione con l'associazione diversa..mente, la Cascina Pelesa, la Cascina Montizzolo e la Quercia di Mamre, ma anche con l'opportunità di condividere manicaretti portati da casa: a tutti i convenuti è stato proposto di portare un piatto da dividere con gli altri. Nel pomeriggio si sono svolti l'incontro promosso da Legambiente con la *eco–blogger* Marta Albè; uno *stage* di danze popolari; un concerto di musiche da tutto il mondo. La giornata ha ospitato anche un aperitivo solidale a tempo di musica a cura di ARCI Fuorirotta, visite guidate e laboratorio per bambini al Museo della Scienza eccezionalmente aperto anche al mattino, e molto altro. Tutto ciò con l'obiettivo di proporre al territorio un'occasione di contatto e reciproca conoscenza fra tutti quei soggetti che, a vario titolo e con diversi stili e modalità, concorrono a costruire la cosiddetta "nuova economia", all'insegna di giustizia, sobrietà, rispetto per l'ambiente, giusta globalizzazione.

Per la prima volta dopo molti anni la Cooperativa ha abbandonato la formula della festa "privata" al parco del Roccolo. L'atmosfera della festa raccolta e nel verde ha un *appeal* unico, ma la nuova formula ha il merito di aver messo in relazione e reso evidenti alla comunità organizzazioni, che spesso fanno fatica a farsi conoscere e a fare massa. Inoltre ha fornito la dimostrazione del fatto che CFL è viva e vegeta, e rappresenta un nodo importante della rete di economia solidale della Bassa Bergamasca. Il primo frutto di questa esperienza è la progettazione compartecipata anche per il percorso 2015 che partirà con la Festa di primavera e si concluderà ancora una volta con la Festa di settembre.

4.1.4 Altri eventi per i soci durante l'anno

Altri eventi hanno costellato l'anno sociale 2014: fra questi ricordiamo la Biciclettata di primavera in collaborazione con Cooperativa agricola Castel Cerreto, Slow Food e Legambiente; la gita a Cremona presso la cascina della cooperativa Iris, nostro fornitore di pasta biologica; gli auguri di Natale in Musica con il coro gospel "The Spirit Inside", che ha offerto una gustosa anteprima sul punto vendita, rendendo unici gli auguri 2015 per i soci che hanno tralasciato per un attimo la frenesia natalizia per un po' di buona musica e auguri inaspettati. L'iniziativa è stata ospitata nel nuovo Spazio soci, realizzato nell'ex reparto bio.

4.1.5 Lo Spazio soci: in CFL idee da gustare in *relax*

L'inserimento in corsia dei prodotti bio e la progressiva razionalizzazione delle referenze ha liberato un'ampia area nella quale sono stati resi più evidenti prodotti a noi particolarmente cari (Altromercato, Libera, prodotti bio particolari e difficilmente reperibili altrove), ma soprattutto si è inteso dare uno spazio privilegiato ai soci, fornendo loro possibilità di incontro e relazione.

Quest'area è destinata infatti al presidio dei volontari, alla prenotazione dei libri e alla promozione delle attività sociali, ma intende soprattutto essere messa a disposizione per attività di animazione e incontro sul punto vendita, nonché per presentazione di prodotti e incontri con fornitori, amici, "nodi" della nostra rete.

Nel mese di dicembre sono stati invitati diversi fornitori, con cadenza settimanale, che hanno presentato le loro aziende, i loro prodotti, hanno distribuito assaggi e hanno fatto conoscenza dei soci. Per il mese di gennaio è previsto il ciclo "aperinsieme", tre momenti *slow* al sabato pomeriggio per un aperitivo in compagnia di altri soci, buon cibo rigorosamente preparato con eccellenze CFL e chiacchiere. Altre iniziative verranno previste nell'anno nuovo, con l'intento di recuperare quella relazionalità che è essenziale allo stile CFL e del tutto antitetica allo *standard* di consumo frettoloso e individualizzato proprio della Grande Distribuzione tradizionale.

4.2 I servizi formativi per i soci

4.2.1 I corsi di lingue

Nell'anno scolastico 2013–2014 sono stati attivati corsi di inglese, russo, spagnolo, francese, tedesco, per un totale di 7 corsi e circa 50 studenti.

Il fatturato totale è stato pari a € 4.088, frutto della conclusione di corsi già iniziati, senza partenza di nuovi corsi per l'anno scolastico 2014–2015.

Questa situazione è dovuta in parte alla mancanza di idonei spazi di nostra proprietà, che ci costringe a trovare soluzioni non ottimali, l'obbligo di iscrizione alla Cooperativa, che comporta un ulteriore esborso di € 52 sul prezzo del corso, la difficoltà nel reperire gli insegnanti, la concorrenza di diverse strutture sia a Treviglio che nel territorio circostante. In conclusione per CFL diventa molto difficile essere competitivi nella realtà locale e disporre con continuità di strutture adatte a proseguire l'esperienza passata, che è stata comunque innovativa e positiva a suo tempo, ma la cui strategicità va attentamente valutata anche alla luce del nuovo posizionamento strategico.

4.2.2 I libri

CFL ha proseguito nel 2014 la vendita di libri scolastici e di varia scontati per i soci.

Il ricavo del reparto libri, al netto degli sconti, è stato di € 108.595, con una diminuzione rispetto all'anno precedente del 35%, che conferma la tendenza degli ultimi anni e può essere spiegata sia con la generalizzata crisi di settore per i libri di varia, sia con l'aumentata offerta di libri scolastici scontati sul territorio.

In dipendenza della politica di risparmio sui costi del personale, la campagna libri 2014 è stata realizzata con nessuna risorsa "dedicata"; il servizio è stato reso ai soci pressoché completamente con forze volontarie, sotto il coordinamento e supervisione del responsabile dell'Area sociale. Si

tratta della prima attività, dopo molti anni, svolta in modo continuativo e con caratteristiche professionale dai volontari.

Pur sottolineando il successo dell'iniziativa, l'esempio dei libri (ma vale anche per i corsi di lingue), è paradigmatico dal punto di vista dei servizi CFL che, sicuramente utili e innovativi quando introdotti, hanno probabilmente perso gran parte della loro ragion d'essere.

Nel caso dei libri, CFL è stata la prima a proporre un servizio che rispondeva ad un bisogno dei soci di risparmiare sul costo dei libri, e aiutava le famiglie dei soci e non solo, a far studiare i figli in un territorio a scolarità tradizionalmente piuttosto bassa. Oggi altri attori sono in grado di fornire questo servizio, percepito ormai come *standard*, e riescono a farlo con elevata efficienza e condizioni molto competitive, avendo alle spalle strutture più grandi e meglio organizzate.

Andamento del fatturato del servizio libri

2011	2012	2013	2014
257.308	220.733	167.077	108.595

Queste considerazioni, lungi dal portare ad una resa, devono essere di stimolo per trovare nuove strade. Si può guardare ai libri usati, o forse si può ragionare sul futuro del libro e delle sue modalità di acquisto. Si consideri, per esempio che nel 2014 la vendita *on line* sui siti specializzati, caratterizzata da ridottissimi tempi di attesa e prezzi convenienti, è aumentata del 20%.

4.3 La comunicazione

Il 2014 ha visto l'Area sociale notevolmente impegnata in primo luogo nell'implementazione di un piano di comunicazione. Alla base di questa iniziativa, la consapevolezza che CFL non può esimersi dall'implementare gli strumenti, (*web*, *social network*, informazione sul punto vendita) utilizzati dagli altri attori sul mercato. Per la Cooperativa si tratta di superare la tradizionale diffidenza verso strumenti ritenuti tipici di un mondo fortemente orientato al consumo, dal quale vogliamo prendere le distanze, ma è anche venuto il momento di maturare la consapevolezza che l'utilizzo di leve di comunicazione rende evidente e valutabile il valore aggiunto offerto dalla Cooperativa, che altrimenti rischia di non essere riconosciuto e conseguentemente non valorizzato. Fondamentale anche la correzione della convinzione, diffusa sul territorio, che CFL sia costosa e "chiusa". La comunicazione deve dunque consentire ai soci attuali e potenziali di conoscere al meglio l'offerta e le iniziative della Cooperativa, supportare e raccontare i cambiamenti in corso, rendere evidente l'unicità dell'offerta, declinare i valori della Cooperativa e renderla attrattiva per tutti quei consumatori critici, consapevoli e salutisti che non trovano adeguata risposta nell'offerta tradizionale. Di seguito una sintesi di quanto realizzato.

4.3.1 Sito *web* www.cfltreviglio.it

Si è deciso di mantenere la piattaforma già attiva, basata su Joomla!, ma con una sostanziale riorganizzazione. Dopo un'attenta analisi del sito esistente, dei suoi punti di forza e debolezza, il lavoro di gruppo, con i diversi punti di vista portati da ciascun membro, ha progettato l'ottimizzazione dell'architettura, dell'impostazione in sezioni e dei percorsi di navigazione al fine di renderlo maggiormente intuitivo e accessibile da parte di diverse categorie di utenti (soci, non soci, potenziali soci, ecc.). L'informazione ai soci è divenuta puntuale e gli aggiornamenti sono frequenti. È migliorata anche la visibilità nei confronti dei non soci: su parole chiave come "prodotti km0 Treviglio" o "filiera corta Treviglio" o "biologico Treviglio" il sito della Cooperativa appare in prima pagina sui principali motori di ricerca.

Il sito è attualmente aggiornato con continuità e costituisce un punto di riferimento importante per conoscere tutte le novità della vita in Cooperativa e gli eventi di CFL e della rete delle organizzazione per le quali si pone come "*hub*".

È stata attivata una pagina Facebook, in considerazione della diffusione di questo *social network* tra i soci e i dipendenti della Cooperativa, che lo rende un efficace strumento di comunicazione con un impegno minimo. Il prossimo passo sarà la frequentazione di *blog* di taglio ecologico e legati al mondo del commercio critico, al fine di accreditare la CFL come soggetto autorevole e affidabile. A 6 mesi dalla sua apertura e senza alcuna sponsorizzazione si contano più 300 "mi piace",

con una copertura settimanale dei *post* che supera i 600 contatti. La pagina Facebook è aggiornata con frequenza pressoché quotidiana per informare soci e amici di eventi, offerte, promozioni, *news*, informazioni su nuovi e vecchi prodotti e per stimolare i soci a condividere esperienze e opinioni relative allo "stare in Cooperativa".

Infine si è proceduto a formare un gruppo di persone, personale dipendente e soci volontari, che ora sono in grado di pubblicare correttamente e autonomamente i contenuti sul sito e su Facebook.

4.3.2 *Newsletter*

Il gruppo redazionale di «Gente che coopera», "lettera ai soci" mensile in forma cartacea pubblicata dalla Cooperativa a partire dal 1976 e spedita per posta a tutti i soci che non la ritirano presso il punto vendita, ha proceduto alla elaborazione di linee generali per definire quali contenuti dovessero rimanere necessariamente nella lettera ai soci e quali ampliamenti tematici fossero possibili in considerazione della virtuale assenza di limiti di spazio della *newsletter* elettronica. Questo lavoro si è rivelato particolarmente importante quando si è trattato di diminuire il numero di pagine stampate per ridurre i costi connessi alla spedizione postale mensile della *newsletter*.

In contemporanea è stato effettuato un lavoro di ripulitura del *database* delle *e–mail* dei soci e di raccolta dei nuovi indirizzi, perché il passaggio al nuovo sistema di comunicazione potesse risultare efficace e migliorare la diffusione delle informazioni soprattutto all'interno della base sociale. Oggi è disponibile un *database* di oltre 1.700 *mail*, costantemente aggiornato, composto da soci e da realtà vicine e dai frequentatori del sito che chiedono di essere inseriti (questi ultimi in costante aumento).

È stato affidato a un consulente il compito di progettare la grafica della *newsletter*. Sono state sperimentate diverse soluzioni, per verificare il gradimento da parte dei soci. Da una *newsletter* costituita da articoli completi, si è passati ad una che presenta gli *incipit* degli articoli e contiene i *link* per la lettura nell'apposita sezione del sito. Anche dal punto di vista tecnico sono state sperimentate diverse soluzioni; la *newsletter* viene ora inviata regolarmente con frequenza mensile tramite il servizio MailChimp, che si è rivelato più compatibile con i filtri messi in atto dai fornitori di servizi di posta elettronica al fine di limitare la posta indesiderata. Il tasso di apertura delle *newsletter* si aggira attorno al 50%, ben al di sopra della media di settore.

I contenuti della *newsletter* sono raccolti in una apposita sezione del sito (**www.cfltreviglio.it/gentechecoopera**), che è strutturato come una rivista *on line*, con un proprio "motore", separato da quello del sito istituzionale. I contenuti rimangono accessibili e ricercabili anche oltre i tempi di fruizione della *newsletter.*

La versione cartacea della *newsletter*, erede dello storico "giornalino" della Cooperativa, è attualmente distribuita sul punto vendita alle casse in 500 copie che vanno esaurite, per cui si sta pensando di aumentarne il numero.

4.3.3 Vetrina virtuale

La parte più complessa e più innovativa del progetto che ruota attorno al sito della Cooperativa riguarda l'evidenziazione di prodotti in assortimento caratterizzati da particolare valore ambientale o sociale. Si è quindi proceduto all'identificazione dei prodotti da inserire nella vetrina virtuale (**www.cfltreviglio.it/vetrina**), ponendo l'accento sul reparto biologico, che è uno degli aspetti qualificanti dell'offerta della Cooperativa, e sui prodotti ad alto contenuto valoriale (a km0 o a filiera corta; del commercio equo–solidale o di cooperative sociali…). Questa scelta è dettata dall'esigenza di sostenere la visibilità di prodotti che, a volte, sul punto vendita sono poco valorizzati e che sono poco conosciuti dalla gran parte dei soci. È anche un modo per comunicare l'unicità del nostro assortimento. Siamo infatti convinti che CFL ha nel suo assortimento, comodi e a portata di mano, prodotti non reperibili in nessun altro negozio di quartiere o supermercato perché non esiste un luogo come CFL in cui a prezzi accessibili, si propone una gamma così ampia di prodotti "buoni e giusti" da utilizzare ogni giorno. Per questo motivo, dall'inizio del 2015, su ogni numero di GCC, quotidianamente sulla pagina Facebook e in modo duraturo sulla vetrina nel sito CFL, la Cooperativa proporrà di provare un prodotto che, per caratteristiche intrinseche, prestazioni e prezzo incarna la nostra nozione di convenienza e cioè sostenibile per chi lo usa, per il pianeta, per chi lo produce, e per nostri figli che erediteranno la Terra.

A fianco di questa "vetrina delle eccellenze", CFL ha attivato la possibilità di ordine *on line* dei libri

scolastici e di varia, e ha pubblicato *on line* un catalogo di prodotti per la casa che possono essere ordinati per consegna in negozio. Il numero di questi prodotti si amplierà grazie al supporto del consorzio SAIT, che contempla quest'opzione anche per altre tipologie, per esempio i mobili e le attrezzature da giardino.

4.3.4 Comunicazione sul punto vendita

Benché non possano essere trascurati i "nuovi" mezzi di comunicazione, ad incominciare dai *social network*, non si può dimenticare che CFL è sempre stata e vuole continuare ad essere un punto di incontro "fisico", incoraggiando i soci a incontrarsi e conoscersi innanzitutto sul punto vendita. Per questo motivo nel 2014 è stato fatto un grosso sforzo per rendere evidenti al socio tutte le opportunità sul punto vendita. Vanno in questa direzione la creazione dell'area promozionale all'ingresso, il sistematico utilizzo di "Radio coop" per informare i soci delle iniziative commerciali e sociali, l'affissione di cartellonistica informativa e così via, il tutto coordinato con la comunicazione su sito, *social* e stampa locale.

Obiettivo primario del 2015 sarà la redazione di schede prodotto da esporre a scaffale accanto ai prodotti, per fornire ai soci informazioni in merito a caratteristiche, proprietà, utilizzi, informazioni sul produttore, ecc. Le stesse informazioni saranno pubblicate su *social* e sulla vetrina virtuale sul sito.

4.3.5 Comunicazione 2.0 : quale impatto sulla vita e sui numeri della Cooperativa?

Il maggiore e più evidente impatto sull'efficienza aziendale è il risparmio sulla stampa, imbustamento e invio di circa 2.600 copie mensili di «Gente che coopera» ai soci, per un costo annuale di € 26.700 circa. I costi per il 2014 per la *newsletter* si riducono di oltre il 60%, visto che viene mantenuto cartaceo il solo numero di bilancio, e i soli costi a carico della Cooperativa sono quelli relativi all'impostazione grafica della *newsletter*.

Più difficilmente quantificabile, ma ugualmente importante, l'acquisizione di *know–how* da parte del personale, amministratori e volontari della Cooperativa che gestiscono con buona autonomia l'aggiornamento del sito e della pagina Facebook. Soprattutto aumenta in modo considerevole la possibilità di promozione delle attività e servizi della Cooperativa e il loro costante aggiornamento. Infine la raccolta, verifica e sistematizzazione della banca dati *e–mail* dei soci ha consentito di acquisire un'importantissima base di contatto con i soci attivi e con potenziali soci.

Il progetto ha costituito un vero e proprio "salto in avanti" per la nostra organizzazione; ha infatti consentito:

- adeguamento allo sviluppo tecnologico e ai nuovi strumenti di comunicazione, che la Cooperativa non aveva mai recepito;
- crescita del *know–how* aziendale;
- possibilità di comunicare in modo efficace la nostra specificità a fasce più ampie di potenziali soci–consumatori;
- risposta alle esigenze dei nostri soci di interagire con la Cooperativa senza necessariamente venire in negozio;
- aggiornamento e ampliamento del *database* aziendale.

In una parola, si è trattato della più significativa innovazione dai tempi (2006) dell'implementazione del sistema gestionale. I prossimi mesi vedranno:

- ampliamento del numero dei prodotti messi in "vetrina";
- aggiunta di ulteriori funzioni interattive, che sono al momento allo studio (sondaggi *on line*, *blog*, ecc.);
- ampliamento dei contenuti del sito;

Ulteriori futuri investimenti sono legati alla sensibilità e alla fiducia dei soci e alla fiducia in questo tipo di strumenti. Certo è che per un punto vendita con unica sede questo tipo di strumenti (e altri ancora, primo fra tutti la possibilità di ordine e acquisto *on line*) sempre più rivestiranno un'importanza strategica nella sopravvivenza di questa realtà, così come testimoniato dalle ten-

denze di consumo descritte al cap. 3 , secondo le quali le scelte del consumatore sono sempre più influenzate dalle informazioni recuperate *on line*. Inoltre non esiste più un consumatore "fedele" a qualsivoglia punto vendita, ma il venditore che, volta per volta, deve saper creare valore per chi acquista.

4.4 Il servizio alla comunità: *stage* e tirocini sul punto vendita

Nel 2014 CFL ha proseguito la collaborazione con diversi istituti scolastici del territorio, offrendo la possibilità a studenti e adulti inseriti in percorsi di reinserimento lavorativo di effettuare *stage* e tirocini in CFL.

L'offerta della Cooperativa prevede la progettazione personalizzata con *tutor* e/o insegnanti, incontro preliminare con il candidato, formazione alla sicurezza e alla storia e valori cooperativi e costante affiancamento durante il periodo di permanenza in Cooperativa.

Lo scopo di questi *stage* non è solo quello della verifica, applicazione e consolidamento di quanto appreso in classe, o di testarsi in una realtà produttiva, ma gli obiettivi formativi e professionali sono affiancati da altri, ugualmente importanti, quali gli aspetti relazionali e di socializzazione, il rapporto con gli adulti e l'autorità, il superamento dell'insicurezza e così via. Per questo CFL è diventata il riferimento di molte agenzie che operano con ragazzi in condizioni di fragilità. Il lavoro svolto è impegnativo ma di grandissima soddisfazione, e pienamente coerenti con la *mission* di promozione umana della Cooperativa.

Nel 2014 sono stati accolti 15 ragazzi per esperienze nelle aree Amministrativa, Sociale e Commerciale.

5.
Approfondimento:
i soci

5.1 La composizione

La Cooperativa ha una base sociale mista. Si compone a fine 2014 di 4.221 persone fisiche e 77 persone giuridiche.

Da notare che il numero di soci in entrata è stato significativo e concentrato nella seconda metà dell'anno (+42 soci da settembre 2014 a fine anno).

Dinamica della base sociale

	2010	2011	2012	2013	2014
N. totale Soci	3.881	4.028	4.146	4.246	4.298
N. Soci entrati	243	194	169	167	115
N. Soci usciti	47	47	49	67	73

Tipologia Soci persone giuridiche (al 31/12/2014)

	N.
Associazioni	17
Aziende	30
Banche di credito cooperativo	1
Cooperative della scuola	1
Cooperative sociali	21
Cooperative di consumo	3
Cooperative di lavoro	1
Parrocchie	2
Scuole	1
Totale	77

5.2 Capitale sociale

Si diventa socio di CFL con l'acquisto di almeno una quota sociale, del valore di € 51,64.

L'aumento della base sociale va di pari passo con l'aumento del capitale sociale, come evidenziato dai dati che seguono.

Dinamica del capitale sociale

Valore al 31/12/2013	387.093
Valore azioni sottoscritte da nuovi soci	25.768
Valore ulteriori azioni sottoscritte da soci	0
Valore azioni restituite	7.074
Valore al 31/12/2014	405.787

5.3 Prestito sociale

Il rendimento nel 2014 è stato dell'1,85% netto, concorrenziale con analoghi prodotti finanziari.

Dinamica del prestito sociale

	AL 31/12/2013		AL 31/12/2014	
	N. LIBRETTI	**IMPORTO**	**N. LIBRETTI**	**IMPORTO**
Nuovi	10	€ 132.886	3	€ 49.916
Ritirati	12	€ 258.644	13	€ 150.823
Saldo		€ 710.421		€ 609.513
Interessi maturati		€ 20.794		€ 15.292

5.4 I gruppi di soci

CFL tiene moltissimo all'apporto dei soci volontari, cui è riservata non solo la *governance* della Cooperativa, ma anche il contatto continuo con la base sociale e la realizzazione dei servizi complementari alla vendita, area in cui si gioca la distintività e unicità della Cooperativa. Già alla fine del 2013 la Cooperativa, forte del nuovo statuto, ha lanciato un appello alla ricerca di nuove forze volontarie. Va tuttavia segnalato che la difficoltà nel reperimento di nuovi volontari sta nelle mutate condizioni sociali: da un lato la crisi spinge molte persone alla legittima ricerca di occupazioni retribuite prima che di spazi di impegno a titolo gratuito, dall'altro il contesto storico vede diminuita la partecipazione collettiva come mezzo democratico per la costruzione di una società più giusta. Per questi motivi è importante che CFL sappia proporre spazi in cui ci sia possibilità di espressione dei volontari, senza che questa si configuri come un'occupazione di tipo lavorativo. Nel 2015 si intende lavorare su questi aspetti nei nuovi spazi dell'Area sociale.

Alcuni gruppi sono permanenti, altri vengono istituiti dal responsabile dell'Area sociale d'intesa con il Presidente, sulla base delle necessità contingenti (es. gruppo organizzazione gita annuale e festa CFL, Commissione elettorale, gruppo organizzazione, ecc.). Questi gruppi sono costituiti in media da 5–6 soci con un consigliere in qualità di referente. In questi gruppi si alternano a rotazione vari consiglieri, a seconda delle deleghe e delle competenze.

Gruppi attivi nel 2014

Gruppo	Tipologia	Scopo	Partecipanti
Gente che coopera	Gruppo permanente	Redazione del mensile inviato ai soci in forma cartacea e digitale	9
Università dei consumatori	Gruppo progetto	Organizzazione di incontri su argomenti vari di carattere formativo–culturale e sui temi del consumo critico	5
Commissione elettorale	Gruppo di lavoro	Organizzazione e gestione assemblee parziali e generali	10
Gruppo gita	Gruppo di progetto	Organizzazione gita sociale	6
Gruppo festa	Gruppo di progetto	Organizzazione festa di settembre	6
Gruppo bilancio sociale	Gruppo di progetto	Redazione e aggiornamento annuale del bilancio sociale	6
Gruppo layout	Gruppo di progetto	Studiare il nuovo progetto espositivo e lo spazio soci	15
Gruppo autoproduzione	Gruppo autogestito	Gruppo di soci che si incontra settimanalmente per creare manufatti per proprio uso o per le necessità della Cooperativa, all'insegna del riciclo creativo	6

Oltre che un modo per partecipare alla vita della Cooperativa, i gruppi sono anche il luogo in cui si creano, rafforzano e vivono le relazioni e il nostro modo per mettere in pratica e diffondere i valori in cui crediamo.

COOPERATIVA
FAMIGLIE LAVORATORI
cooperativa sociale e di consumo

DAL 1972
consumare meno,
consumare meglio

Sempre più aperta, diversa, conveniente

CFL è meglio

Entra anche tu in Cfl

CFL non è il solito supermercato.
È un luogo di incontro e scambio,
di conoscenza e crescita
per consumatori attenti e critici
e per la rete di chi,
nella bassa bergamasca e non solo,
prova a costruire un mondo migliore.

Oltre ai prodotti di un normale supermercato, trovi eccellenze del nostro territorio, vasta scelta di prodotti biologici freschi e secchi, prodotti di organizzazioni a scopo sociale, libri scontati
e una vasta gamma di servizi per i soci.
Qualità, etica e salute
in CFL sono alla portata tutti.

CFL è conveniente dal punto di vista economico, ma esserne socio ha un valore che va al di là di quello monetario.

Dal 1° settembre 2014
chi diventa socio della CFL riceverà
- **un pacco di benvenuto di prodotti "buoni e giusti"**
- **buoni sconto**
  per un valore complessivo di € 30
- **una borsa per la spesa.**

Vieni a fare un acquisto di prova!

Oppure vienici a trovare
sul nostro sito e su Facebook.

www.cfltreviglio.it

www.facebook.com/cooperativafamiglielavoratori

6.
Gli aspetti ambientali

6.1 Le politiche ambientali

La Cooperativa ha tra i suoi valori fondanti il rispetto dell'ambiente e l'uso responsabile e sostenibile delle risorse naturali.

Ciò si traduce in una attenta considerazione dell'impatto ambientale delle risorse e delle tecnologie utilizzate per garantire il funzionamento della Cooperativa e lo svolgimento delle sue diverse attività, con investimenti in progetti tecnologici e organizzativi volti a garantire il rispetto dell'ambiente, il risparmio energetico, la riduzione dei rifiuti, il riutilizzo e riciclo delle risorse.

Inoltre svolge un'attività di informazione, educazione e formazione rivolta ai soci e alla comunità per promuovere e sostenere comportamenti improntati alla sostenibilità.

6.2 La gestione degli aspetti ambientali relativi al funzionamento della Cooperativa

Produzione del caldo e del freddo

Il sistema di riscaldamento della intera struttura CFL (superficie di mq 979, per un volume di mc 5.744) è costituito da una centrale termica alimentata a metano di potenza nominale al focolare del generatore di calore di kW 290 che produce acqua calda utilizzata dal nuovo impianto di climatizzazione per il periodo invernale. L'impianto è adibito anche alla produzione di acqua calda ad uso sanitario. La produzione del freddo per le celle frigorifere, per i banchi dei surgelati e la conservazione del fresco è garantita da un impianto costituito da due centrali frigo per la temperatura normale (TN) da kW 21 totali e da tre unità per la temperatura bassa (BT) da kW 27 totali, tutte con gas R404A.

Isolamento termico

Si è realizzata l'applicazione di vetrofanie oscuranti e riflettenti sulla vetrata sud dello stabile della CFL, che diminuiscono l'effetto di dispersione del calore attraverso le vetrate.

Nella zona tecnica del seminterrato, dove sono installate le apparecchiature elettriche dell'impianto fotovoltaico, il calore prodotto dagli inverter è smaltito tramite due convogliatori di aria che scaricano naturalmente all'esterno l'aria calda prodotta.

Produzione di energia

L'impianto fotovoltaico, installato nel 2008, di potenza pari a kWp 75, quest'anno ha prodotto kWh 53.369, generando un risparmio, fra incentivo percepito e risparmio bolletta Enel, pari a € 33.388, in linea con quello dell'anno precedente.

L'energia rinnovabile prodotta dai pannelli fotovoltaici è pari al 20% dei consumi totali di CFL. Ciò comporta che:

- si ha un risparmio annuale pari a € 9.000 nei costi dell'energia acquistata e prelevata dalla rete nazionale;
- si ottengono incentivazioni per 20 anni dalla data di installazione, che mediamente hanno un valore annuo pari a € 27.000 circa;
- si evita di scaricare nell'atmosfera circa 34 tonnellate di anidride carbonica ogni anno (ciò equivale alla capacità di assorbimento di CO2 di un bosco di 1.800 alberi).

Consumo di carta

Il consumo di carta viene contenuto nei limiti del possibile, anche attraverso l'utilizzo della parte posteriore dei fogli e la stampa fronte/retro. Il sistema di stampa è in buona parte centralizzato sulla fotocopiatrice/stampante dell'Amministrazione.

Produzione e smaltimento di rifiuti

Lo smaltimento dei rifiuti avviene secondo il regolamento comunale, che prevede la separazione di umido, carta, plastica, ferro, vetro dai rifiuti non recuperabili. Abbiamo poi:

- lo smaltimento di rifiuti particolari come lo smaltimento di grasso e ossa e di oli combusti o di scarto, che avvengono mediante un contratto con aziende specializzate;
- lo smaltimento dei prodotti scaduti, che viene eseguita dal personale di CFL mediante selezione delle varie componenti. La quantità di prodotti scaduti viene minimizzata attraverso vendite promozionali a ridosso della data di scadenza e con un'attenta gestione di scorte e acquisti.

La gestione degli imballaggi viene presa in considerazione anche nella selezione dei fornitori e ciò evita nella maggior parte dei casi di ricevere imballaggi che costituiscono un aggravio ambientale nello smaltimento.

In caso di smaltimenti di quantità consistenti di materiali, si provvede o mediante il trasporto presso la discarica comunale o il ricorso a società specializzate.

6.3 Vendita di prodotti "sostenibili"

Le iniziative in questo senso sono molteplici:

- sono venduti **prodotti sfusi** come pasta, riso ed altri cereali, che vengono immessi in sacchetti compostabili; detersivi e prodotti per l'igiene personale, con l'utilizzo di contenitori riutilizzabili, riducendo significativamente l'utilizzo di imballaggi;
- molti dei nostri prodotti sono concepiti in modo da ridurre gli imballi e/o utilizzare imballi a minor impatto possibile (per es. molti prodotti bio e prodotti Coop);
- per i prodotti confezionati freschi dalla nostra gastronomia, vengono utilizzate delle **vaschette compostabili**, in modo di favorire lo smaltimento della confezione;
- in CFL vengono distribuiti **solo sacchetti biodegradabili**, dando in alternativa la possibilità di acquistare grandi borse in tessuto particolarmente robusto e biodegradabile o di utilizzare cartoni recuperati dalle consegne dei nostri fornitori.

Questo comportamento virtuoso è stato reso più evidente ai soci attraverso l'esposizione di cartelli informativi.

CFL infine partecipa e sostiene le attività locali di Legambiente e campagne nazionali di diffusione di buone prassi quali per esempio:

- **"M'illumino di meno"**, la più grande campagna radiofonica di sensibilizzazione sulla razionalizzazione dei consumi energetici, ideata da Caterpillar, storico programma in onda da diciotto anni su Radio 2 RAI;
- **"Imbrocchiamola"**, una campagna lanciata da Altreconomia nel 2007 in tutta Italia per promuovere il consumo dell'acqua di rubinetto. CFL è inoltre membro del "Tavolo dell'acqua", promosso dal Comune di Treviglio per promuovere l'utilizzo dell'acqua del rubinetto per il consumo umano;
- organizzazione di **"eventi sostenibili"**: CFL utilizza buone prassi di sostenibilità nella realizzazione di tutti i suoi eventi, siano essi promossi sul punto vendita o all'esterno. Lo stile CFL prevede l'utilizzo sobrio di risorse, la preferenza di cibo a km 0, l'uso di mobilità alternativa, la differenziazione di rifiuti, l'uso di acqua dell'acquedotto, la condivisione, il riciclo e il riuso, il rispetto delle norme applicabili. Per questi motivi la festa che si è svolta nell'area mercato a settembre 2014 si connota come un'eco–festa, un evento cioè progettato e realizzato secondo le tre dimensioni della sostenibilità: sociale, economica ed ambientale.

Se ami, condividi

DONA A QUALCUNO
CHE TI STA A CUORE IL PIACERE
DI DIVENTARE SOCIO
DELLA TUA COOPERATIVA
CON UNA CARTA
"TI REGALO UNA QUOTA".

O ALMENO FAGLI PROVARE
LA QUALITÀ E LA CONVENIENZA
DI CFL CON UNA CARTA
"TI REGALO UNA SPESA".

novità!

CFL
COOPERATIVA
FAMIGLIE
LAVORATORI

CFL COOPERATIVA FAMIGLIE LAVORATORI
cooperativa sociale e di consumo

DAL 1972
consumare meno,
consumare meglio

Festa in piazza per i soci e per chi socio non è (ancora...)

CFL e la rete

Soggetti, esperienze, buone pratiche di economia solidale e sostenibile

DOMENICA 14 SETTEMBRE 2014
piazza A. Cameroni (area mercato) TREVIGLIO

10:30	Apertura **stand**: prodotti eccellenti a km0, servizi solidali della Bassa bergamasca e non solo
11:00–12:30	**Visite guidate** al museo Explorazione e laboratorio per ragazzi: capire la scienza giocando!
11:00	SlowFood: **Laboratorio del gusto**, con la partecipazione del Caseificio Taddei (Fornovo S. Giovanni)
	Diversa..mano: **laboratorio–attività di riciclo della carta** per grandi e piccini
12:30	ARCI: **Aperitivo** solidale in musica e mostra fotografica
13:00	**Pranzo**: squisitezze locali e d'oltremare a prezzi modici
	Assaggio di manicaretti condivisi tra i partecipanti*
14:30–16:00	**Ministage di danza popolare** con Noemi Bassani e Daniel Sandu
14:30	Amici Parco del Roccolo: **Costruiamo una mangiatoia** per piccoli animali
15:00	Legambiente: **Incontro con la eco–blogger** Marta Albè e **presentazione del suo libro** "La mia casa ecopulita", guida alla pulizia ecologica della casa e ai detersivi fai–da–te
15:00–18:30	**Visite guidate** al museo Explorazione e laboratorio per ragazzi: capire la scienza giocando!
16.00	CS–M&C: **Incontro dei GAS** della Bassa bergamasca
16.00	**Concerto a ballo** con trio strumentale "Farfadet": danze popolari e musiche dal mondo

*Ai partecipanti si propone di portare un piatto da condividere con gli altri per un buffet inarrivabile per qualità e varietà

Sono previste attività per bambini nello spazio "L'angolo della natura", a cura di Alboran cooperativa sociale.

L'evento è un'eco–festa: si serve acqua dell'acquedotto, si differenziano i rifiuti, si privilegiano prodotti a km0. Diamoci una mano!

Alboran cooperativa sociale · Amici del Parco del Roccolo · ARCI Fuorirotta · diversa..mano · ExplorAzione · La Quercia di Mamre · Legambiente Bassa Bergamasca · Slow Food Bassa Bergamasca · con il patrocinio Città di Treviglio · Assessorato alla Cultura

www.cfltreviglio.it

www.facebook.com/cooperativafamiglielavoratori

AREA SOCIALE

AAA cercansi volontari

CFL è un'esperienza unica di incontro e scambio tra i soci, attori protagonisti dei loro consumi. CFL è un modello di resistenza verso i modelli consumisti e individualisti dominanti.

Per questo stiamo insieme in Cooperativa.

CFL intende **andare avanti** e superare questo momento di difficoltà anche **ritornando alle proprie radici** e chiede ad ogni socio la disponibilità a collaborare in vari settori:

- commissioni consultive
- animazione della base sociale
- attività ricreative
- comunicazione e formazione
- servizi ai soci
- altro... (hai idee?)

Se sei interessato lascia il nome, mail, telefono
ed eventuali idee/preferenze
al punto soci o mandalo a areasociale@cfltreviglio.it