

VERBALE DELL'ASSEMBLEA ORDINARIA DELLA SOC. COOPERATIVA "VELINIA" per l'incremento e la valorizzazione dei prodotti boschivi, a.r.l.

SEDE SOCIALE BORGO VELINO (RI) VIA DELLA COOPERAZIONE N.2

L'anno duemilaventi, addì 9 del mese di febbraio, alle ore 16,00, presso la sede sociale della cooperativa si è riunita l'assemblea ordinaria dei soci.

Premesso che con avviso comunicato a tutti i soci, nei modi previsti dallo statuto viene convocata l'assemblea ordinaria dei soci, per il giorno 7 febbraio 2020 alle ore 07,00 in prima convocazione, che in prima convocazione non è stato raggiunto il numero legale, sicchè l'assemblea è stata rinviata in seconda convocazione, per discutere e deliberare sul seguente Odg:

- COMUNICAZIONI PRESIDENTE
- INFORMAZIONI SULLA STAGIONE CASTANICOLA 2019
- FASCE DI LIQUIDAZIONE DEL CONFERITO
- PROSPETTIVE
- PROGETTAZIONE PSR

Presiede l'assemblea il presidente Mauro Pompei, funge da segretario verbalizzante il vice presidente Marco Fainelli. Il presidente, dopo aver constatato la presenza di circa 60 soci, apre la seduta.

Il Presidente procede ad una serie di informazioni ai soci riguardo a quanto segue:

- a. Il CdA è determinato ad estendere la vendita del prodotto castanicolo in sede oltre quanto fatto finora che solitamente vedeva nel giorno di S.Martino, intorno alla metà di novembre, una sorta di confine dopo il quale si tendeva ad abbattere i prezzi per i commercianti all'ingrosso affinché fossero invogliati ad acquistare la totalità del prodotto. La maggiore vendita passa inevitabilmente attraverso una dilatazione della stagione castanicola che non avverrà certo da un momento all'altro, ma occorre cominciare da subito a lavorare per questo vendendo prodotto castanicolo al dettaglio almeno sino all'epifania, per il momento, mantenendo i prezzi invariati;
- b. Inoltre, l'attività del punto vendita, perchè sia possibile continuare a tenerlo aperto, deve puntare necessariamente ad una maggiore redditività e perchè copra i costi del personale addetto e quelli vivi, dovrà assicurare un utile annuale maggiore dei 25.000 euro;
- c. In concorso con quanto sopra, si è ritenuto di dover sensibilmente aumentare le quantità di prodotto in vendita al dettaglio aumentando il numero di punti vendita in cui questo accade ed a cominciare in tutta la valle del velino che rappresenta il bacino geografico caratterizzato dal nostro marrone;
- d. A necessario corollario dei tre punti precedenti, si sta sviluppando una piattaforma e-commerce sul sito della cooperativa, la quale permetterà di aumentare anno per anno, e per tutto l'anno solare, la vendita online di tutti i prodotti della Velinia. E per questa iniziativa la Velinia ha partecipato e vinto un Bando gestito dalla Camera di Commercio per la digitalizzazione delle imprese e perciò per tale realizzazione e per i 2 computers addizionali che saranno acquistati, l'azienda sosterrà il solo costo di 1500 euro;
- e. L'Assemblea ed i consumatori devono avere conoscenza dei risultati degli esperimenti di pastorizzazione che sono stati inviati al laboratorio merceologico della Camera di Commercio di Roma

ove hanno fatto rilevare nessun degrado degli elementi biologici e delle proprietà organolettiche, mentre le prove di assaggio e di trattamento hanno detto:

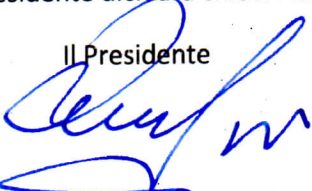
- che il prodotto pastorizzato è più dolce per effetto dell'azione del calore (come confermato anche dal dirigente del laboratorio merceologico);
 - che il Marrone come emerge dal periodo del cinipide non sopporta bene, rispetto al passato, un periodo troppo prolungato di immersione in acqua;
 - che le diverse prove effettuate dicono che la durata maggiore del prodotto sottoposto ai diversi trattamenti è quella del trattamento di pastorizzazione a 48 gradi;
 - che la temperatura di 48 gradi, agli esami termografici dei frutti, è la sola che va di poco oltre la superficie della buccia esterna del frutto;
- f. La strategia del CdA in termini di investimenti materiali è quindi conseguente a quanto sopra ed alla realizzazione in economia la linea di pastorizzazione avendo avuto conferma da tecnici della bontà dell'iniziativa. Vengono illustrati i costi dei macchinari se fossero stati acquistati sul mercato dalle due ditte leader e valga solo il dire che la linea completa con la macchina Boema ed i servizi asserviti verrebbe a costare oggi circa 420.000 Euro. Il completamento in economia di quanto realizzato, con Chiller di raffreddamento acqua, coperchi coibentati, separazione delle vasche e realizzazione della postazione operatore per controllo e schiumatura costerebbe meno di 20.000, salvo imprevisti;
- g. La partecipazione al Bando PSR misura 4.2 chiarendo le ipotesi di investimento totale con quota a carico della Cooperativa nella misura del 40% e recupero con rimborso del 60% al termine del progetto ed approvazione, dovendo comunque procedere ad anticipazione, come nella totalità di questi bandi. Sul totale dell'investimento incide la variabile della serra proposta per la quale bisognerà argomentare la carenza delle autorizzazioni di immediata cantierabilità. Tra le spese in progetto si annovera quasi tutto il completamento della linea di pastorizzazione già realizzata con i fondi del recupero delle spese per Tormus del 2014 e soprattutto quasi tutta la spesa per macchinari ed attrezzature per la costituzione del già prospettato laboratorio di trasformazione.
- h. I lavori di adattamento dei locali da adibire al laboratorio non è stato possibile imputarli nel progetto PSR e perciò si è retrocessi dalla ipotesi di allocare il laboratorio presso il nuovo capannone cosiddetto "dei conigli" per ovvie ragioni di maggiori costi e quindi si procederà in seconda priorità e risorse disponibili. Il Laboratorio di trasformazione dovrà da subito conseguire:
- Aumento delle quantità di marroni trasformati rispetto alle quantità sinora realizzate di secco;
 - Aumento della base dei prodotti da conferire che saranno auspicabilmente individuati fra quelli che tipicamente distinguono la nostra valle e tra questi patate e mele per certo;
 - Aumento della capacità occupazionale della Cooperativa;
 - Necessità di marketing durante tutto l'anno, anche a completamento ed integrazione della strategia dei punti vendita che ottimamente ha prodotto durante la campagna;
- i. Il forno migliorato con i fondi dei Tormus, conseguentemente, dovrà aumentare l'attività ed ha già cominciato a farlo attestandosi sui 60 quintali di prodotto essiccato.

Terminate le comunicazioni il Presidente inizia a parlare della campagna castanicola che ha fatto registrare:

1. Il frutto di quest'anno ha fatto registrare i temutissimi marciumi invisibili all'esterno nella misura media del 3% che è poi leggermente aumentata verso il periodo natalizio, ma non in misura eccessiva. A tal proposito si confida che la doppia schiumatura in vasca calda e poi in vasca fredda nella linea di pastorizzazione possa considerevolmente aiutare ;

2. La vendita del prodotto fresco è considerevolmente aumentata anche per effetto dell'azione iniziale dei punti vendita e si è attestata sulla consistente cifra del 28% del totale. Ciò ha consentito anche un risparmio della mano d'opera per la lavorazione in sede, permettendo di arrivare alle cifre di pagamento di cui dirò a breve;
3. La vendita al dettaglio ha rappresentato più del 30% del fatturato e questo ha permesso di equilibrare gli introiti della consueta maggiore vendita all'ingrosso che ovviamente osserva cifre più ridotte in tutte le fasce. L'obiettivo ambizioso è quello di giungere al 50% di prodotto venduto al dettaglio, ma in questo senso occorre una consistente opera di aumento dei punti vendita esterni;
4. Le tre fasce di marroni conferiti hanno fatto segnare il 30 % di prima fascia, il 51 % di seconda fascia ed il 19 % di Marroncino che ha fatto riscontrare un consistente successo commerciale presso i punti vendita, considerato il minor prezzo di vendita e la sua tradizionale sapidità rispetto alle fasce di maggiore calibro, le quali scontano il maggiore prezzo e soprattutto un calibro relativo rispetto alla merce sul mercato proveniente da altre aree geografiche. Tradizionalmente, il nostro Marrone è di non grandissime dimensioni;
5. Abbiamo pastorizzato circa 25 quintali di prodotto e di questi abbiamo usato circa 4 quintali per effettuare le necessarie prove che servivano ad individuare la migliore procedura. Il pastorizzato venduto ha dato indubbiamente un riscontro di favore rispetto al curato tradizionale e abbiamo accertato attraverso una campagna di ricontattamento di coloro che acquistavano il pastorizzato ed ai quali chiedevamo di lasciare un recapito per avere un feedback sul prodotto;
6. Oltre che la scelta della strategia dei punti vendita esterni, ha fornito esito positivo anche la scelta di tenere sempre aperta la sede durante la stagione, mattino e pomeriggio, sette giorni su sette, ma nonostante questo si è dovuto registrare un calo di presenza per acquisti al dettaglio dalla città dell'Aquila che invece aveva sempre rappresentato un bacino significativo, mentre si è cominciato a cercare con più insistenza (da confermare nelle prossime stagioni) la presenza su Roma, ove il nostro prodotto continua a stentare, nonostante la partecipazione a qualche evento di mercato ed una pubblicità sui media;
7. Quanto sopra dimostra che laddove si riescano a conquistare piazze di mercato, bisognerebbe far di tutto per non perderle anche quando il prodotto viene meno, così come sembra operino i commercianti del viterbese che su Roma continuano a immettere prodotto anche ricorrendo a quantità riprese dall'estero a basso costo;
8. Da un punto di vista quantitativo la stagione ha fatto segnare kg. 35.164 di prima fascia, Kg 60.989 di seconda fascia e Kg 22.047 di terza fascia o marroncino con una distribuzione di Kg 27.825 da Antrodoco, Kg. 52.916 da Borgo Velino, Kg. 24.068 da Castel S. Angelo, Kg. 8.430 da Micigliano e kg 4.961 da Cittaducale e vari;
9. Considerati i costi del personale e quelli necessari per la conduzione aziendale, il CdA ha determinato di corrispondere ai soci Euro 4/kg, per la prima scelta, Euro 3,10/Kg per la seconda scelta ed euro 1,50/Kg per il Marroncino riscontrando per questo la palese soddisfazione dei soci con la distribuzione di Euro 362.763, cifra che non si riscontrava da molti anni;
10. La quantità di prodotto bacato si è infine attestata sui 60 qli, mentre il residuo ammonta a circa 35 qli che vanno ad aumentare quanto da destinare all'essiccazione e si è deciso di congelare circa 10 qli.

L'assemblea si conclude con un franco dibattito fra i soci circa le potenzialità del futuro laboratorio, dopo il quale il Presidente dichiara chiusi i lavori alle ore 18,15.

Il Presidente


Il Segretario
