

PROGETTUALITÀ E MOTIVAZIONI CONNESSE ALLA SCELTA DEI SOCI SOVVENTORI

Post su Facebook del 7 dicembre 2020 circa l'inizio delle due campagne principali della Velinia



Viene ritenuto necessario “divulgare” con una comunicazione adeguata la descrizione delle caratteristiche “etiche” della combinazione fra le due campagne attivate in modo non casualmente contemporaneo. La necessità prioritaria è quella di conseguire un più elevato livello di attenzione alle iniziative della cooperativa da parte di un pubblico anche diverso da quello del normale socio conferitore, avendo riscontrato un perdurante problema di partecipazione e di interesse dei normali soci anche alle più elementari vicende societarie.

Già all'inizio della stagione del covid emmersi in letteratura pubblicitaria la necessità del recupero di un forte connotato etico punto nel mentre continuiamo lo studio si decide di attivare le due campagne.

Lettera del Presidente del 21 settembre 2021 - Lista iniziative assunte nel triennio di mandato

Durante tutto il 2021 emergono nello studio della letteratura pubblicitaria e i riferimenti al BRAND TELLING e all'esperienza nella moda italiana che hai connotati di qualità ed eccellenza che la assimila al settore agroalimentare italiano. Continua lo studio del marketing ma non si riesce ancora a reperire una modalità idonea a pubblicizzare in modo innovativo ed adeguato all'obiettivo.

Slide n. 62



Adotta un castagno



Motivazioni e stato di avanzamento

- **Riscontro economico**
- e di marketing**
- **ESPORTABILE**
- **Modalità di distribuzione di vecchi e nuovi prodotti**
- **CLIENTI FIDELIZZABILI**
- **E' una Campagna etica ripetibile!!**

Viene pubblicizzato anche il “diploma” che viene rilasciato a colui che adotta un castagno e diviene socio sovventore. E' sottolineato il fatto che trattasi di iniziativa con obiettivo:

- Di marketing;
- Di distribuzione di prodotti che vengono dati ai soci sovventori che adottano;
- Di "fidelizzare" delle persone perché evolvano dal mero ruolo di cliente.

Verbale del 10 novembre 2021

Continua lo studio del marketing nelle sue forme più recenti ed emerge la figura del prosumer quale elemento che coniuga il consumatore e cliente con la figura del promotore. Sembra chiudersi il cerchio con la figura statutaria prevista dalla previsione normativa del socio sovventore che può assumere il doppio ruolo che viene descritto in letteratura. La riflessione ulteriore è quella che riviene dall'analisi già effettuata sul profilo della base sociale che risulta anagraficamente dotata, poco partecipativa è tradizionalmente e culturalmente non incline alla pubblicitaria e dalla scoperta o ricerca di nuove frontiere. In tale segmento societario l'inserimento del sovventore si giudica che possa sicuramente immettere valori e capacità vevolevoli e strumentali al conseguimento migliorato dello scopo sociale. In tal senso si determina quanto segue nel relativo verbale del 10 novembre 2021.

"Il consiglio di amministrazione, coerentemente con quanto disciplinato dallo statuto in vigore, individua la figura di Socio Sovventore in tutti coloro che partecipano alla campagna "Adotta un Castagno". I fondi raccolti con tale campagna, in ottemperanza alla previsione dello statuto e del Codice civile, vanno ad alimentare il Fondo che la Legge prevede come destinazione di tale strumento finanziario: il FONDO PER LO SVILUPPO TECNOLOGICO, LA RISTRUTTURAZIONE ED IL POTENZIAMENTO AZIENDALE. Considerata l'approvazione all'unanimità ed al fine di completare la raccolta dei dati di tutti i soci sovventori interessati e quelli di altri soci orinari mostratisi interessati ed idonei, il presente verbale, nella sola parte attinente a questo argomento, rimane aperto per le prossime 72 ore nella quali il Presidente ed il Segretario verbalizzante completeranno la raccolta delle generalità necessarie alla compilazione e chiusura dell'atto con allegato limitato all'elenco.

A tale Fondo si destinano anche le offerte di Euro 737,50 ottenute durante la celebrazione della 46^a sagra temutasi pochi giorni orsono.

Vista la diponibilità formalizzata dei Comuni di Borgo Velino, Castel Sant'Angelo e Micigliano, il già menzionato Fondo si aggiunge sul conto "Tracciabilità" al FONDO PER LA LOTTA AL CINIPIDE ED AL MALE DELL'INCHIOSTRO al quale concorrono le dazioni dei Comuni disponibili. Si procederà a formulare all'Assessore all'Agricoltura della Regione Lazio una proposta per rendere strutturale il funzionamento e l'alimentazione di detto Fondo con il quale verranno finanziati le attività possibili di censimento del fenomeno Cinipide, l'acquisto ed i lanci di Torymus ed i lavori di prevenzione e cura della patologia del male dell'inchiostro di cui ormai è certa una recrudescenza a livello nazionale."

Assemblea 12 febbraio 2022

Il verbale del 10 novembre 2021 viene pubblicato come tutti gli altri sul sito istituzionale. Al termine della stagione castanicola viene convocata l'assemblea per la comunicazione dei prezzi del venduto da pagare ai soci ed illustrando le novità e le situazioni di maggiore rilievo viene data pubblicità ai soci sovventori in modo ulteriore con riferimento al relativo fondo che ai sensi della legge 59 del 1992 si va a formare con le quote che i sovventori conferiscono con la loro iscrizione. Nella circostanza si dà contezza della previsione statutaria dell'articolo 17 e della decisione di coniugare la figura del socio sovventore con la campagna adotta un castagno.

"Il Consigliere Graziani Cesare illustra il sommario degli argomenti che verranno trattati:

A. DEPOSITO del MARCHIO AZIENDALE

B. ACQUISIZIONE DELLA STRADA FRA I DUE CAPANNONI

C. VELINIA LAB SRL HA VINTO il BANDO di LAZIO INNOVA

D. NUOVI FONDI DEDICATI PER LOTTA alle Avversità E per lo SVILUPPO TECNOLOGICO

E. LANCI TORYMUS ..F. AMPLIAMENTO COMITATO ESECUTIVO DI SUPPORTO...G. CAMBIO COPERTURA ASSICURATIVA INEFFICACE ..H. CAMBIO ASSISTENZA ZUCCHETTI per INADEMPIENZE...I. RICERCA di KNOW-HOW per la POTATURA ...L. COMUNICAZIONE VALORI, INTROITI, COSTI E PREZZI DELLE FASCE DI CONFERIMENTO ..M. CONTINUAZIONE NEL PERSEGUIMENTO DEGLI OBIETTIVI DEL CDA, FRA I QUALI RISULTA SEMPRE PRIMARIO QUELLO DELLA CAPITALIZZAZIONE DELL'AZIENDA."



D. NUOVI FONDI DEDICATI

- 1) Fondo **lotta al cinipide e mal d'inchiostrò** partecipato dai comuni della valle del Velino, ad oggi Borgo Velino, Micigliano e Castel Sant'Angelo. Auspichiamo ARDENTEMENTE un intervento anche regionale.
- 2) Fondo per il **potenziamento aziendale, sviluppo tecnologico e ristrutturazione**, legge 59/92 è previsto all'articolo 17 del nostro statuto, partecipato dai soci sovventori che aderiscono alla campagna ADOTTA UN CASTAGNO.

Verbale CDA del 20 marzo 2022.

Alla vigilia del rinnovo delle cariche sociali si decide di dare corso al più volte meditato processo di evoluzione della figura del socio sovventore. In una prima stagione infatti doveva essere arruolato un numero di sovventori con una modalità semplice ed accattivante, mentre successivamente si sarebbe dovuta affinare la procedura tanto della contrattazione quanto del ruolo e della partecipazione dei sovventori alle attività sociali andando più direttamente allo scopo per il quale sono stati pensati.

"L'evoluzione della figura del Socio Sovventore è stata individuata nella necessità di "raccontare l'azienda per fidelizzare il cliente". Tale concezione risiede nella dottrina del BRAND TELLING che include il concetto di identità aziendale che è composta dai valori, dalla storia e dai mezzi che utilizza. Tali elementi vanno "RACCONTATI" da profili di soci/clienti fidelizzati che siano in grado di parlarne in modo adeguato all'esterno dell'azienda facendo realizzare quello che in dottrina si chiama CUSTOMER DECISION JOURNEY, ovvero il percorso che il potenziale cliente effettua dal primo momento in cui entra in contatto con il Brand fino all'acquisto ovvero alla eventuale fidelizzazione. Nel fare ciò, il socio sovventore, nel suo percorso, diventa un PROMOTER dell'azienda svolgendo una funzione che né il CdA e né il socio conferitore o quello lavoratore sono in grado di assolvere ed anzi ne continua in profondità l'operato. In tale percorso il socio Sovventore deve poter godere di due fondamentali ausili:

- *Una quantità di prodotto da poter lui proporre/regalare/illustrare e che sia quindi esorbitante la sua personale capacità di consumo;*
- *Un sito web adeguatamente fornito sul quale poggiare la sua narrazione nell'introdurre il nuovo potenziale cliente sul percorso descritto di Customer Decision Journey.*

La fisionomia del nuovo contratto di cui si allega bozza al presente verbale prende corpo, ma rimane comunque in vigore fino alla sua scadenza e sino ad allora sarà oggetto di riflessione, e cambia rispetto al precedente:

- *La cifra corrispondente ai prodotti rilasciati;*
- *La composizione del pacco di prodotti e premi di divulgazione del Brand e dei prodotti;*

- *La funzione sociale che il socio va ad acquisire ulteriormente;*
- *La durata stessa del contratto.*

In tal senso si ritiene che la cooperativa Velinia abbia intrapreso il più aggiornato percorso di marketing e che potrà però essere acquisito dalla più tradizionale base sociale in un percorso di maturazione ed aggiornamento che avrà tempi non brevissimi, come si può facilmente intuire. Nonostante ciò, l'amministratore in carica ha l'obbligo morale di perseguire l'obiettivo anche laddove non è subitaneamente compreso."

Assemblea 2 aprile 2022

Nella fase della presentazione delle liste per il rinnovo delle cariche sociali viene data ampia divulgazione all'iniziativa assunta con i soci sovventori e dalle relative motivazioni.

"...Il Vicepresidente del CDA in carica illustra le iniziative in fase di presentazione delle liste:

.....Progetto adotta un castagno al fine di realizzare una migliore diffusione dei prodotti lavorati, l'ampliamento della base sociale e diversificare il profilo dei soci tradizionali, immettendo professionalità di tipo diverso per arricchire la stessa base. A questo riguardo viene ribadita dallo stesso Fainelli, nella sua duplice veste di Vicepresidente e Socio Sovventore, la logica seguita nella decisione del CDA di coniugare la campagna in corso con l'opportunità offerta dalla Legge 59/92, informazione già anticipata nell'assemblea del decorso 12 febbraio 2022 quando sono stati informati i soci circa l'esistenza dei nuovi fondi dedicati. Uno per la lotta alla cinipide e mal d'inchiostro (alimentato da alcuni comuni del territorio (e auspicabilmente anche dalla Regione Lazio) ed il secondo per il potenziamento e lo sviluppo aziendale alimentato dalle quote dei nuovi soci sovventori. Vengono sintetizzate le esigenze alle quali cerca di rispondere questa scelta gestionale, dopo un attento e prolungato studio di Marketing:

- *La necessità sia numerica che qualitativa di allargare la base sociale dopo un lungo periodo di disaffezione che si evidenziava nella sempre più scarsa partecipazione dei soci che tutti possono testimoniare;*
- *La necessità che profili diversi di soci eseguano, in forma pianificata o no, una funzione che di fatto sia di divulgazione dei prodotti variegati che la nuova frontiera della trasformazione della Velinia garantisce e che deve però immettersi sul mercato in modo molto più diffusivo che nel passato;*
- *La necessità che tale divulgazione sia condotta non più solo con un nome, ma con un "Brand" riferito ad una identità composita, come lo descrive e lo suggerisce il Marketing più evoluto che viene confermato dalle tecniche commerciali consolidate nel post Covid 19;*
- *La necessità che l'opera dei conferitori e quella di servizio della cooperativa siano proseguite in profondità da modalità diverse di testimoniare ed anche "produrre" con autorevolezza sociale la credibilità alimentare che il mercato oggi richiede."*

Assemblea 10 aprile 2022

Nella successiva assemblea ddg discussione dei programmi con i soci vengono ribadite le informazioni e le motivazioni alla base della scelta gestionale. In quella stessa circostanza viene ribattuto ripetutamente nei confronti di una contestazione della stessa scelta.

"Il socio Ugo Graziani non candidato, ma delegato dai componenti della lista "Rispetto", nell'assemblea di confronto con la base sociale, afferma:

- *dall'altra alla opportunità di votare in questa stessa assemblea la cancellazione tanto della campagna "ADOTTA UN CASTAGNO" tanto della figura del Socio sovventore di cui alla Legge 59/1992 con la conseguente estromissione dei 28 Sovventori sinora iscritti, asserendo che le prassi adottate dal CDA in carica sarebbe illegale. Ciò in forza di argomentazioni che vedrebbero i notai non stipulare dal 2005 Statuti di cooperative che prevedano la figura del socio sovventore, che tale figura sarebbe plausibile solo nella base sociale di Società per Azioni e che nel senso vi sarebbero sentenze, considerando una disparità a danno del socio ordinario ed un danno economico a carico della cooperativa. In tal senso il Cda in carica argomenta che esisterebbero sentenze anche di senso contrario, il pronunciamento di pareri ministeriali, il pronunciamento dello Statuto la cui ultima revisione è successiva alla Legge sui soci sovventori (se si fosse voluto si sarebbe dovuto modificarne la previsione in quella revisione!), l'insostenibilità del titolo del socio sovventore quale emissione di titolo di debito ai sensi della legislazione finanziaria, la fisionomia della Campagna "adotta un castagno" come una scelta gestionale legittima da parte dell'organo amministrativo a fini divulgativi dei prodotti vecchi e soprattutto nuovi della Cooperativa, ancora poco conosciuta nonostante i quasi 50 anni di storia. DA ultimo e per ultimo deciderebbero definitivamente un pronunciamento della corte di cassazione del 2008 ed una norma definitiva del 2014 che chiude la questione, mentre è curioso che chi accusa legga solo ciò che conviene;*
- *Asserisce che le decisioni di innovazione e marketing dovrebbero essere assunte solo dall'assemblea e non dal CDA, riprendendo tale concetto in conclusione del suo intervento ove propone che le decisioni del CDA già assunte formano oggetto di una deliberazione della corrente assemblea. Durante le repliche il vicepresidente del CDA in carica fa osservare la totale infondatezza giuridica ed amministrativa di una siffatta proposta ove è la Legge a definire chiaramente i ruoli di ogni parte di un sodalizio, cooperativa o altro tipo di società, definendo prerogative di soci, organi amministrativi, collegi sindacali ed assemblee;*

...membro del cda e candidato della lista "futuro"

- *spiega che il costo dei prodotti dati alla corrispondenza della quota del socio sovventore si attesta per la cooperativa sulla cifra di 35 euro circa, a confronto della quota versata per aderire ammontante a 85 euro;*
- *specifica l'aspetto della sussistenza legale della figura del socio sovventore in seno alle cooperative ove recenti pronunciamenti hanno ritenuto plausibile la funzione della raccolta di capitali attraverso tale strumento, addirittura esaltata in tempi di "credit-Crunch";*
- *il socio sovventore, avendo già percepito il corrispettivo della sua sottoscrizione, è evidentemente banale il fatto che non parteciperà a nessun dividendo futuro, come asserito superficialmente dal socio Graziani, poiché la cooperativa non ha emesso alcun titolo di debito: l'attuale CDA è composto di elementi pensanti che non avrebbero mai commesso una sciocchezza del genere;*

...membro del cda e candidato della lista "futuro"

- *esorta anche e giustappunto il socio Graziani Ugo a prendere cognizione migliore e più completa, a beneficio anche dei soci, delle norme senza considerarle dei numeri: fra le norme bisognerebbe saper navigare e non semplicemente leggerle, altrimenti si distorce l'informazione;*
- *considera doveroso l'ampliamento dell'attività della cooperativa, pur ribadendo che la castanicoltura rimane in una posizione trainante e si spera lo sarà per il futuro, nonostante di questo non si abbia certezza a causa del depauperamento costante del patrimonio boschivo al quale fenomeno si tenta rimedio proprio con le Campagne adottate e tra queste quella di "recupero dei Castagneti", la quale ha un obiettivo tanto economico, quanto ambientale e di necessaria adozione in funzione di possibili altri periodi di difficoltà a causa di mancanze di raccolto;*
- *in tal senso il principio della "diversificazione" appare un obbligo da assumere, ove in epoca moderna il sostentamento di una azienda agricola vocata ad un monoprodotto appare un non-senso impossibile da realizzarsi;"*

Post su Facebook del 17 agosto 2022

Dopo le elezioni del 22 di maggio viene deciso di dare ulteriore informazione ai cittadini e ha i soci pubblicando su Facebook una comunicazione illustrativa delle motivazioni della scelta gestionale effettuata sui soci sovventori è frutto di disinformazione durante la campagna elettorale. Ciò allo scopo di fornire degli elementi che fossero idonei a compensare la malevola campagna condotta in fase preelettorale.

