

La presente è una nota introduttiva al bilancio 2020 di seguito pubblicato. La sua funzione è quella di sintetizzare la Nota Integrativa al bilancio stesso evidenziandone i punti maggiormente significativi, con l'intento di darne un quadro sufficientemente completo per chi si trovi a leggere solo questo documento introduttivo e al contempo di fornire un inquadramento sufficiente per chi volesse esaminare il bilancio nel dettaglio.

### NOTA INTRODUTTIVA BILANCIO 2020 A CURA DEL CDA

La chiusura dell'anno 2020 presenta un risultato molto positivo, con un utile di € 172.965,73 al netto delle imposte.

Questo **risultato** è stato raggiunto nonostante un anno caratterizzato da instabilità ed incertezza, grazie ad un forte contenimento dei costi, ad un calo del costo del venduto e alla tenuta, salvo i mesi di marzo, aprile e maggio, del fatturato

#### RIEPILOGO FATTURATI – CONFRONTO 2020 - 2019

CATEGORIA CLIENTI	2019	2020	CFR 2020/2019 %
BOTTEGHE DEL MONDO	1.485.148	1.573.257	6%
HOMI	60.619	50.685	-16%
EQUOLINK	44.082	31.169	-29%
MSF	35.179	43.268	23%
MERCHANDISING	143.392	123.999	-14%
CORRISPETTIVI	7.416	5.992	-19%
ALTRO	4.650	6.132	32%
<b>TOTALE</b>	<b>1.780.486</b>	<b>1.834.503</b>	<b>3%</b>

I **ricavi da vendita** hanno mostrato un leggero incremento, + 3% sul 2019. Da notare l'aumento di fatturato per il settore botteghe, dovuto al subentro nella produzione e distribuzione della linea di abbigliamento On Earth precedentemente curata da Altromercato. Rispetto alle altre categorie rilevanti si nota un calo consistente nel settore merchandising, dovuto soprattutto alla cancellazione di quasi tutte le iniziative esterne di raccolta fondi dei nostri principali clienti, così come il calo rilevante del fatturato da clienti Homi, proprio perché legato alla partecipazione ad eventi fieristici che non si sono svolti nel corso del 2020. Un aumento importante si registra per il cliente MSF a cui forniamo per la maggior parte prodotti on demand per la vendita online, che ha avuto una buona espansione nel corso del 2020 anche a causa delle prolungate chiusure dei negozi fisici.

Anche rispetto agli **acquisti** la pandemia ha fortemente condizionato l'andamento dell'anno rendendo molto complesso l'approvvigionamento dai nostri partner extra Europei e facendo lievitare costi e tempi di produzione e transito dei prodotti. L'incertezza sulle vendite legata alle periodiche chiusure dei punti vendita dei nostri clienti ha fatto sì inoltre che in generale la portata degli acquisti venisse diminuita rispetto all'anno precedente, -4% nel complesso.

- Si nota una consistente diminuzione degli acquisti extra CE (-17%) largamente compensata però dagli acquisti per i prodotti di abbigliamento On Earth;

- Si registra inoltre un forte calo degli acquisti intra comunitari causato soprattutto dalla diminuzione di acquisti di borse della linea Soruka, sia per l'incertezza delle vendite sia per la difficoltà di approvvigionamento del nostro fornitore presso i produttori indiani;
- Prosegue l'aumento degli acquisti non alimentari da produttori italiani, sempre soprattutto per l'apporto di prodotti La Saponaria e Melograno
- Si registra una forte diminuzione degli acquisti di alimentari italiani dovuta soprattutto alla diminuzione di acquisti da parte delle bdm di prodotti per ricorrenze (Pasqua e Natale) causata sempre dalle aperture a singhiozzo e alla cancellazione dei vari eventi esterni natalizi (tendoni);

#### COMPOSIZIONE ACQUISTI

conto	descrizione	2020	2020 % su tot	2019	2019 % su tot	cfr 2019/2020
54100	merci c/acquisti extra UE	435.615	43%	524.828	50%	-17%
54109	Merci c/acquisti On Earth	119.477	12%	-	0%	100%
54102	merci c/acquisti IT	234.768	23%	193.406	19%	21%
54103	merci c/acquisti Intra	89.350	9%	169.048	16%	-47%
54104	alimentari c/acquisti IT	73.586	7%	109.995	11%	-33%
54105	merci c/acquisti (arrivo anno succ.)	23.578	2%	44.454	4%	-47%
54106	alim c/acquisti intra	18.976	2%	-	0%	100%
54107	merci c/acquisti alimentari extra UE	4.978	0%	-	0%	100%
		<b>1.002.347</b>		<b>1.043.751</b>		<b>-4%</b>

Il magazzino di chiusura presenta una leggera variazione positiva rispetto a quello di apertura per circa €16000. Riguardo alla composizione delle rimanenze si nota un aumento importante della percentuale di prodotti di artigianato / abbigliamento a fronte di un importante calo di stock di prodotti alimentari e leggero di merchandising.

#### COMPOSIZIONE MAGAZZINO DI CHIUSURA

	2020		2019	
	€	% SU TOT	€	% SU TOT
<b>ABBIGLIAMENTO + ARTIGIANATO + COSMESI</b>	267.308,13	72,3%	216.003,00	64,3%
<b>ALIMENTARI</b>	44.116,98	11,9%	59.657,00	17,8%
<b>MERCH ANDISING</b>	58.440,77	15,8%	60.209,00	17,9%
<b>TOTALE MAGAZZINO</b>	<b>369.865,88</b>	<b>100,0%</b>	<b>335.869,00</b>	<b>100,0%</b>
<b>RIMANENZE MERCI IN LAVORAZIONE</b>	35.719,60		32.080,00	
<b>MERCI IN VIAGGIO</b>	23.577,55		45.216,00	
<b>TOTALE COMPLESSIVO</b>	<b>429.163,03</b>		<b>413.165,00</b>	

Il costo del venduto scende in modo rilevante rispetto al 2019 (-1.5%) in parte anche a seguito delle anomalie nelle tempistiche degli acquisti e dei relativi costi primari, ma confermando comunque un andamento positivo del margine primario nel corso degli ultimi anni.

#### CALCOLO DEL COSTO DEL VENDUTO

	2018	2019	2020

ricavi	1.559.142	1.778.635	1.827.431
costi primari	1.014.358	1.120.905	1.123.808
<b>costo del venduto</b>	<b>63,4%</b>	<b>63,0%</b>	<b>61,5%</b>

Per quanto riguarda i **costi generali** sono da segnalare:

- Una riduzione dei costi di personale rispetto al 2019 dovuta soprattutto ai periodi di stop dell'attività tra aprile e agosto e relativi periodi di cassa integrazione parziale del personale dipendente;
- Una diminuzione di alcuni altri costi fissi come il canone affitto concordato con la proprietà, le utenze per diminuzione dell'utilizzo;
- Diminuzione dei costi di trasferta e costi di rappresentanza sempre per la quasi totale cancellazione di viaggi ed eventi causa pandemia;
- Un aumento percentuale importante dei costi finanziari, dovuto sia all'aumento delle disponibilità di linee di credito richieste per far fronte all'incertezza finanziaria, sia al prolungarsi dei tempi di esposizione per la concessione di dilazioni di pagamento ai nostri clienti;
- Mantenimento di un livello elevato di costi di sviluppo prodotti, legati soprattutto alle linee di abbigliamento e accessori On Earth e Trame.

### Situazione finanziaria

Per quanto riguarda la situazione crediti, al 31/12/2020 l'importo crediti da clienti assomma ad € 380.872 con un leggero aumento rispetto al 31/12/19 (+ 2%) un dato comunque positivo se si considera l'aumento del fatturato e tutte le incertezze legate all'anno appena concluso. Aumenta il tempo medio di incasso per l'anno 2020 sia per le dilazioni concesse a causa delle conseguenze della pandemia sia per frazionamenti di pagamento concordati con diversi tra i principali clienti che hanno iniziato ad acquistare la linea di abbigliamento On Earth.

A fine 2020 sono stati messi a perdita crediti inesigibili per un importo di € 3615.

### Attività info educativa, produttori, attività di rete:

- L'attività info educativa è stata quasi completamente assente durante l'anno 2020 a causa delle restrizioni imposte dalla pandemia. La cooperativa ha comunque cercato di mantenere aperto costantemente un canale di informazione con i propri partner lavorando soprattutto tramite social network e organizzando o partecipando ad eventi online.
- Abbiamo partecipato nel corso dell'anno all'organizzazione di eventi online in collaborazione con la Campagna Abiti Puliti, nell'ambito delle iniziative di terra Equa e intervenendo in incontri organizzati dai nostri partner e clienti;
- E' proseguito il confronto all'interno di Equo Garantito sia nelle assemblee periodiche sia attraverso la partecipazione a tavoli tematici legati alle strategie per superare la crisi dovuta Alla pandemia;
- Abbiamo portato avanti la collaborazione con la cooperativa Pace e Sviluppo di Treviso, socia di Equo Garantito, con cui abbiamo proseguito nella elaborazione di una nuova linea di t-shirt mentre abbiamo sospeso il lavoro per la realizzazione della collezione di capi in lana, prodotta da Salinas – Ecuador, a causa delle eccessive difficoltà riscontrate negli anni passati e amplificate dalla situazione della pandemia;
- Abbiamo proseguito la collaborazione con la ditta La Saponaria sia come distributore di prodotti di cosmesi biologica, sia come fornitore di alcune materie prime e accessori per la cura della persona; Abbiamo realizzato un incontro di formazione per le botteghe all'interno del calendario di Terra Equa;
- Nel corso dell'anno è proseguita la collaborazione con Altromercato, Equomercato, Progetto Quid, Meridiano 361 per la realizzazione delle collezioni moda a marchio On Earth;
- Nel corso dell'anno non sono state effettuate visite a produttori a causa della pandemia.
- Il lavoro di sviluppo prodotti è comunque proseguito a distanza: abbiamo lavorato alla realizzazione delle due collezioni di abiti e accessori (bigiotteria, sciarpe, borse) del progetto Trame di Storie e a

quella dei capi di abbigliamento delle collezioni On Earth.

### **Scelte strategiche della cooperativa:**

Tutta la prima parte dell'anno 2021 è stata caratterizzata dal proseguimento dell'incertezza e, anche nel caso di recupero della situazione nella seconda parte dell'anno, si pensa che anche il 2022 porterà le conseguenze della crisi sanitaria di questi due anni. Il cda ritiene quindi che vada mantenuta la linea della prudenza, dei piccoli passi e delle valutazioni dell'andamento a cadenza ravvicinata.

La situazione complessiva ci spinge comunque a riconfermare i principali obiettivi e strategie fin qui portati avanti e a portare a termine alcuni progetti da tempo in cantiere.

- Concentrazione delle energie nel settore moda – abbigliamento attraverso:
  - . prosecuzione progetto On earth per il mercato botteghe
  - . approccio a possibili mercati esterni per i prodotti sviluppati, non appena sarà possibile partecipare a fiere esterne
- Prosecuzione della valutazione del progetto hub per far confluire la gestione logistica dei prodotti destinati alle botteghe presso il magazzino di Altromercato. Ci siamo impegnati a prendere una decisione definitiva e a delineare, in caso positivo, un percorso di ingresso entro la fine di giugno 2021 con relative tempistiche;
- Consolidamento della strategia commerciale con le botteghe per obiettivi di fatturato, aumento merceologie su prenotazione, creazione di campagne promo e comunicazione mirata costante
- Ricerca nuovi clienti per categorie merceologiche specifiche anche tramite il lavoro di rappresentanti: es borse soruka, prodotti merchandising
- Consolidamento rapporti commerciali e di collaborazione con ong: es Libera, msf e altri contatti storici e nuovi, con l'offerta di servizi oltre che di prodotti
- Conclusione della fase di avvio del nuovo e-commerce oltre che rinnovo del sito B2B

Rispetto ai lavoratori non soci verrà confermato l'attuale assetto di organico, con relativi rinnovi di contratti. Resta ancora da definire la situazione del magazzino alla luce della decisione che verrà presa in merito al trasferimento della logistica presso la hub Altromercato.

A livello organizzativo il CdA sta studiando una revisione delle mansioni che potrà comportare dei cambiamenti nei ruoli, mansioni e impegno di ciascuno per andare meglio incontro alle necessità di sviluppo della cooperativa.