

MO.VI.TO.

Monitoraggio dell'andamento di mercato
dei principali Vini Toscani a Denominazione e
benchmarking economico di filiera per la
gestione delle politiche di mercato
*Monitoring and benchmarking Tuscan PDO
wines to manage market policies*

Sommario

IL GRUPPO OPERATIVO	2
I partners	2
Ruolo dei partners	2
La cabina di regia	3
IL PROGETTO	4
Il problema	4
La soluzione	4
Le attività	5
IL PROCESSO DI INNOVAZIONE AVVIATO	6
Un sistema di innovazioni organizzative collegate	6
La dinamica e gli attori dell'innovazione	7
La cinghia di trasmissione dell'innovazione	7
LE INNOVAZIONI TRASFERITE	8
Strumenti, metodi e schemi per raccogliere, elaborare e interpretare i dati ai fini dell'utilizzo da parte dei Consorzi.....	8
Strumenti e schemi per raccogliere e interpretare i dati ai fini dell'utilizzo da parte delle aziende	9
Messa a punto di un modello previsionale della domanda.....	10
Forme organizzative e strumenti di gestione dell'offerta	11
LE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE E DISSEMINAZIONE	13
Workshop "Uso del software per la creazione di un database dei dati di vendita relativo ad una denominazione"	13
Workshop "Redditività dell'azienda agricola e costi di produzione"	14
Visite Aziendali "Conoscerci per decidere"	15
Incontri tematici "Prezzi e costi: affrontare il mercato dei vini a denominazione di origine"	16
Presentazione pubblica "Monitorare prezzi e costi delle filiere dei vini a do toscani per valorizzare le denominazioni"	18
Presentazione pubblica "Il percorso di innovazione organizzativa dei vini toscani a denominazione di origine: dal monitoraggio della filiera all'organizzazione interprofessionale"	19

IL PROGETTO FA PARTE DELLA RETE EUROPEA EIP AGRI IL PROGETTO FA PARTE DELLA RETE INNOVA RURALE



Iniziativa finanziata nell'ambito del PSR 2014-2020 Regione Toscana, Misura 1.2 "PS-GO 2017 - Sostegno ad attività dimostrative e azioni di informazione" Bando PS – GO del PEI AGRI – Annualità 2017 – CUP ARTEA 833949

IL GRUPPO OPERATIVO

MO.VI.TO. – Monitoraggio dell'andamento di mercato dei principali Vini Toscani a Denominazione di Origine e benchmarking economico di filiera per la gestione delle politiche di mercato

Operational Group MO.VI.TO. - Monitoring and benchmarking Tuscan PDO wines to manage market policies

I partners

Coordinatore (Leader): PIN SCRL (Ricerca /Research)

Responsabile del GO: Dr. Daniela Toccaceli PhD

Imprese agricole (Farms): Conte Guicciardini di Ferdinando; Fattoria dei Barbi

Consorzi di Tutela dei Vini (Consortia) : Brunello di Montalcino; Chianti; Chianti Classico; Maremma Toscana; Morellino di Scansano; Nobile di Montepulciano; Vernaccia di San Gimignano

Ruolo dei partners

Coordinatore: Partner scientifico per la messa a punto e trasferimento dell'innovazione ha svolto la funzione di coordinamento e monitoraggio. In qualità di agenzia formativa ha condotto tutte le attività di formazione e divulgazione (misura 1)

Lead partner, scientific partner for the development and transfer of innovation, it performed the function of coordination and monitoring. As a training agency, it conducted all training and dissemination activities (measure 1)

Imprese agricole: hanno collaborato alla rilevazione dei costi di produzione e hanno accolto le visite aziendali, hanno collaborato con il Consorzio di riferimento. Hanno collaborato con il coordinatore alle attività di divulgazione.

They collaborated in the detection of production costs and hosted company visits, collaborated with the reference Consortium. Yet, they collaborated with the lead partner on dissemination activities.

Consorzi: I Consorzi hanno cooperato con il coordinatore e con gli altri partner alla messa a punto delle innovazioni. Ciascuno ha trasferito l'innovazione verso le imprese associate. Hanno collaborato con il coordinatore alle attività di divulgazione.

Consortia cooperated with the lead partner and with the other partners in the development of innovations. Each Consortium transferred the innovation to its own members. They collaborated with the lead partner on dissemination activities.



La cabina di regia

La cabina di regia si è costituita all'inizio delle attività per condurre in modo collegiale lo sviluppo del progetto nelle parti comuni, il monitoraggio e l'adattamento agli imprevisti incontrati nella sua realizzazione.

Tutte le decisioni sono state prese concordemente tra i partecipanti. Ne hanno fatto parte uno o più rappresentanti di ciascun partner e il referente scientifico di PIN Prof Alessandro Pacciani.

I lavori sono stati coordinati dalla Responsabile del GO Daniela Toccaceli.

La cabina di regia si è riunita due volte in presenza e 21 volte in modalità remota attraverso la piattaforma Google Meet con la seguente sequenza:

2020	7 incontri	13/01, 27/02, 11/03, 22/10, 9/11, 23/11, 7/12
2021	12 incontri	11/01, 25/01, 8/02, 22/02, 15/03, 22/03, 12/04 26/04, 2/07, 19/07, 19/10, 8/11
2022	4 incontri	15/03, 18/03, 23/09, 20/12

The coordination Group

The coordination group was set up at the beginning of the activities to jointly lead the development of the project in the common areas, monitoring and adapting to the unforeseen events encountered in its implementation.

All decisions were made jointly among the participants. One or more representatives of each partner and the scientific coordinator of PIN Prof Alessandro Pacciani took part. The works were coordinated by the GO Manager Daniela Toccaceli.

The coordination group

met twice in person and 21 times remotely through the Google Meet platform with the following sequence

IL PROGETTO

Il problema

Le fluttuazioni dei prezzi rappresentano un elemento destabilizzante per le filiere dei vini DO, indeboliscono l'anello primario della catena produttiva e riducono le risorse per far crescere e innovare le imprese vitivinicole.

A fronte della volatilità dei prezzi, di quali strumenti possono dotarsi i Consorzi per contrastare le eccessive fluttuazioni dei prezzi all'origine?

Come migliorare la conoscenza della produzione e del mercato?

Come costruire un adeguato sistema informativo?

Come utilizzare i dati raccolti per il benchmark aziendale? E come utilizzarli per dare maggiore efficacia alla gestione delle politiche di mercato dei Consorzi?

Il processo di innovazione organizzativa è la risposta.

The problem to face

Price fluctuations represent a destabilizing element for the DO wine supply chains, they weaken the primary link in the production chain and reduce the resources to grow and innovate wine farms.

How wine farms and wine Consortia can face price volatility? Which instruments could they use to improve knowledge about production and market data? How to build an information system to make the use of multiple instruments effective?

How do farms use information for benchmarking? How can Consortia use information to manage effectively market policies? Organisational innovation process is the answer.

La soluzione

Ispirandosi al caso di successo Champagne, la soluzione è introdurre innovazioni organizzative per sviluppare un nuovo sistema di monitoraggio costante e omogeneo, dei fattori produttivi e di mercato. In particolare l'innovazione è stata tratta dal modello del Comitato Interprofessionale del Vino Champagne

Basandosi su un sistema informativo creato ad hoc, si punta a:

- definire concrete modalità di utilizzo di strumenti strutturali di gestione dell'offerta in funzione degli andamenti del mercato, utilizzando le possibilità offerte dal regolamento OCM;

- elaborare strategie derivate da modelli previsionali della domanda resi disponibili dall'innovazione proposta per reagire alle anomale tensioni del mercato e stabilizzare i prezzi all'origine attorno all'equilibrio di lungo periodo.

The solution

The innovative solution stems from the experience of the Champagne wine supply-chain. In particular, the functioning of the interbranch organisation of Champagne wine is the model taken as the innovative one.

The solution is to introduce organisational innovation - inspired to the model, but adapted to the specific characteristics of the Tuscan cases according to productive, economic and juridical points of views – to monitor steadily production and market variables. The objective is to build up an information system:

- i) To identify the concrete way to use structural actions such as production planning and market regulation, which are permitted by the current CMO Regulation;
- ii) To elaborate strategies which are laying down provisional models resulting from the adopted information system, to counteract market stresses and stabilise the prices around the long period equilibrium.

Le attività

- GO: coordinamento, monitoraggio, networking, divulgazione
- rilevare i dati
- rilevazione dei dati delle aziende aderenti al partenariato
- rilevazione diretta dei dati relativi ai costi di produzione
- acquisizione di basi dati esistenti presso altre fonti
- formazione e trasferimento della conoscenza (mis. 1.1)
- definizione di strumenti per elaborare e utilizzare i dati
- definizione di un modello previsionale della domanda
- definizione di strumenti di gestione dell'offerta
- elaborazione di schemi interpretativi e di utilizzo del benchmark da parte delle aziende
- visite aziendali (mis. 1.3)
- incontri tematici (mis. 1.2)

The activities

- OG: coordination, monitoring, networking and divulgation
- to survey data:
 - data concerning farms belonging to the partnership
 - data concerning production costs
 - data bases by institutional subjects
- training and transfer of knowledge (meas 1.1)
- to identify instruments to make data usable and useful:
 - a provisional model of the demand
 - instruments to manage the supply
- interpretative schemes to make farms benchmarking possible
- to visit farms (meas. 1.3)
- focus group (meas. 1.2)

IL PROCESSO DI INNOVAZIONE AVVIATO

Un sistema di innovazioni organizzative collegate

Il GO ha sviluppato un sistema di innovazioni collegate tra loro, complessivamente funzionali al raggiungimento dello scopo finale.

La prima innovazione è rappresentata dal complesso di azioni che consente di ricostruire la “filiera informativa” e di poterla gestire attraverso un sistema di Business Intelligence. Tutte le innovazioni successive sono conseguenti e corrispondono ad altrettante finalità di utilizzo delle informazioni raccolte, che possono essere fatte dalla singola azienda o dal Consorzio.

Per l'utilizzo delle informazioni da parte della singola azienda della filiera, sono stati sviluppati schemi di benchmark che riguardano l'uso a fini di marketing o di confronto tra prezzi di mercato e costi di produzione.

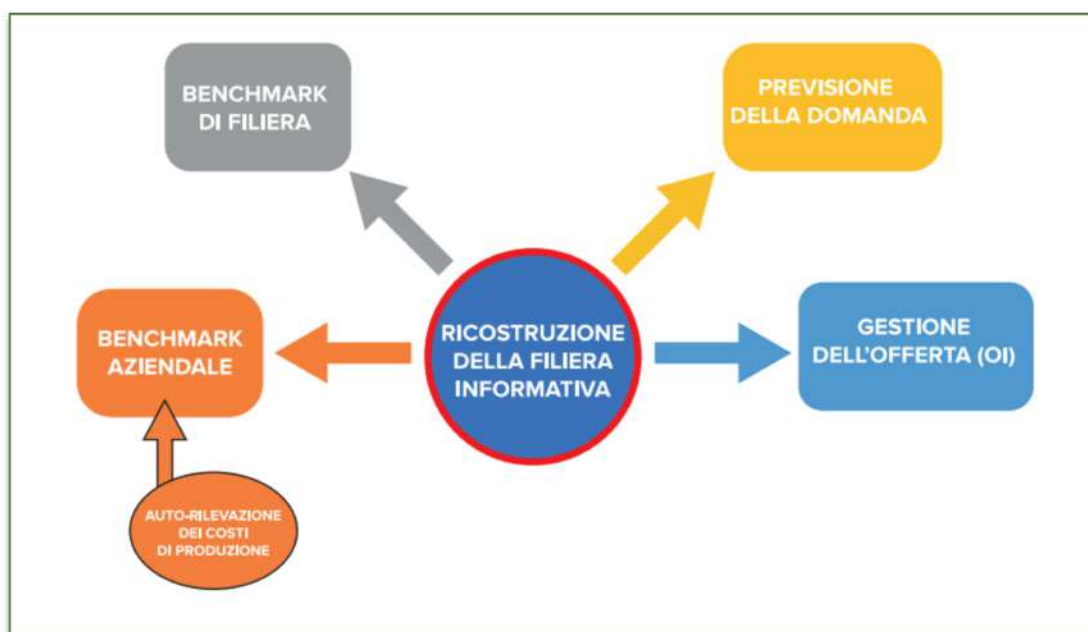
Da una parte, il prezzo di mercato è parametro di benchmark dell'efficienza aziendale e dall'altra parte, la sintesi dei costi aziendali è parametro di benchmark della congruità dei prezzi.

L'utilizzo delle informazioni da parte dei Consorzi è più articolato.

Il più immediato utilizzo delle informazioni ha finalità di interpretazione degli andamenti produttivi e commerciali della filiera e influenza le scelte di conduzione della Denominazione, ad esempio i piani di promozione e marketing.

Un utilizzo più avanzato riguarda l'approccio a modelli previsionali della domanda.

La finalità più incisiva e più complessa riguarda la gestione dell'offerta, in ipotesi utilizzando l'ampia - e a sua volta innovativa - strumentazione predisposta dal nuovo regolamento 2117/2021 sulle Organizzazioni Interprofessionali riferite alle produzioni a Denominazione di Origine e Indicazione geografica.

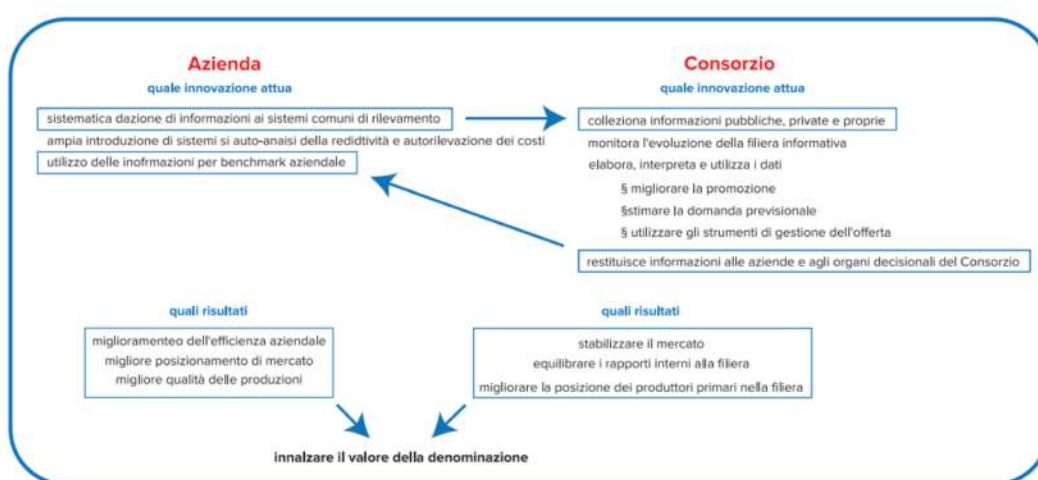


La dinamica e gli attori dell'innovazione

L'innovazione organizzativa del GO MOVITO è orientata alla filiera dei vini a denominazione di origine protetta e, per questo tramite, alle singole aziende.

Questo comporta un certo livello di complessità. Le singole aziende coinvolte sono di diverse tipologie - possono realizzare produzioni integrate o di fase - di diversi settori – agricola e industriale - e ciascuna filiera ha una propria caratteristica composizione. Ciò significa che ciascuna filiera ha dovuto adattare la dinamica dell'innovazione alle proprie caratteristiche specifiche.

Ciascuna tipologia di attore dà luogo a dinamiche e interazioni specifiche nel percorso di innovazione.



La cinghia di trasmissione dell'innovazione

Considerati dinamica e attori, ne discende che la cinghia di trasmissione dell'innovazione è totalmente basata sul legame di cooperazione interno alla filiera. La numerosità dei soggetti che potranno essere investiti dall'innovazione – riferendosi ai soli Consorzi partner - è attualmente di circa 4.700 aziende.

In questo progetto, il processo di disseminazione non è paragonabile semplicemente a un'onda che da un centro propulsore si trasferisce da un'azienda all'altra. In realtà, il coinvolgimento di un grande numero di attori della filiera è anche alla base dell'efficacia del processo di innovazione della filiera perché senza il raggiungimento di una massa critica di soggetti non si possono innescare gli step successivi del percorso.

Perciò l'innovazione organizzativa su cui si basa il progetto consiste anche in un processo culturale che sta portando a rivalutare la cooperazione tra gli attori per innovare la forma organizzativa della filiera. La base di questo processo culturale è l'aumento di conoscenza e consapevolezza e per tale scopo le attività di formazione, informazione e networking tra soggetti sono state e saranno di grande utilità.

LE INNOVAZIONI TRASFERITE

Strumenti, metodi e schemi per raccogliere, elaborare e interpretare i dati ai fini dell'utilizzo da parte dei Consorzi

L'innovazione è consistita nella messa punto di un apparato di strumenti e di un metodo per la raccolta sistematica e costante di tutte le informazioni generate nel processo produttivo, dalla rivendicazione delle superfici vitate, alla vendita della bottiglia da parte del produttore. Si tratta di dati che derivano in parte da fonti pubbliche e in parte da privati quali Enti di Certificazione, le singole aziende e gli stessi Consorzi. Per la rilevazione dei prezzi, delle destinazioni e dei canali di vendita, si è fatto ricorso ad un sistema informatico che assicura che il dato non sia riconducibile all'azienda che l'ha generato, nonché le necessarie misure di sicurezza per la loro conservazione.

La seconda tappa è consistita nell'impostare il sistema di business intelligence in modo tale che gli schemi interpretativi messi a punto fossero immediatamente disponibili all'uso quotidiano. Sono state così impostate delle "schermate" che permettono l'immediata lettura degli andamenti congiunturali e delle principali dinamiche per ciascuna fase della filiera. Un particolare approfondimento è stato dedicato alla rappresentazione visiva della collocazione del prodotto a scala globale, con i relativi prezzi.

Tools, methods and schemes to collect, process and interpret data for use by the Consortia

The innovation consisted in the development of an apparatus of tools and a method for the systematic and constant collection of all the information generated in the production process, from the claim of the vineyards to the sale of the bottle by the producer. These data derive partly from public sources and partly from private sources such as Certification Bodies, individual companies and the Consortia themselves. For the detection of prices, destinations and sales channels, a computer system was used which ensures that the data cannot be traced back to the company that generated it, as well as the necessary security measures for their conservation.

The second stage consisted in setting up the business intelligence system in such a way that the interpretative schemes developed were immediately available for daily use. In this way, "screens" have been set up that allow the immediate reading of the economic trends and the main dynamics for each phase of the supply chain. Particular attention was dedicated to the visual representation of the placement of the product on a global scale, with the relative prices.

Strumenti e schemi per raccogliere e interpretare i dati ai fini dell'utilizzo da parte delle aziende

Le aziende della filiera forniscono sistematicamente i dati al sistema di rilevazione dei prezzi e delle destinazioni del prodotto. Poi, alle aziende ritornano numerosi dati che possono essere utilizzati come indicatori di benchmark con riferimento tanto alla presenza sul mercato, quanto alla sua efficienza produttiva e organizzativa.

I dati commerciali che interessano sia l'andamento di mercati consolidati ed emergenti e i relativi prezzi, sia i canali commerciali, sono elementi preziosi che ciascuna azienda può utilizzare per confrontare i propri andamenti e scegliere le future strategie.

Il fatto che il sistema restituisce un prezzo di sintesi come indicatore di riferimento, consente alle aziende di spostare l'analisi di benchmark dal mercato alla produzione, per verificare l'efficienza dei propri processi interni, che possono spaziare da aspetti organizzativi, gestionali, finanziari a quelli tecnici e produttivi.

Per ragioni civilistiche e fiscali, non tutte le aziende agricole sono tenute alla redazione del bilancio di esercizio e ancor meno alla tenuta di una contabilità analitica dei processi per determinare un costo sintetico di produzione da confrontare con il prezzo. Su questo punto è stato sviluppato un sistema di auto-analisi della redditività aziendale e di auto-rilevazione dei costi di produzione vitivinicoli, la cui adozione costituisce innovazione per una numerosa tipologia di aziende vitivinicole che sono state destinatarie di attività formative specifiche.

Tools and schemes to collect and interpret data for use by farms

The farms in the supply chain systematically supply data to the system for detecting prices and product destinations. Then, the companies return numerous data that can be used as benchmark indicators with reference both to the presence on the market and to its productive and organizational efficiency.

Commercial data concerning both the trend of consolidated and emerging markets and the relative prices, as well as the commercial channels, are precious elements that each company can use to compare its trends and choose future strategies.

The fact that the system returns a summary price as a reference indicator, allows companies to move the benchmark analysis from the market to production, to verify the efficiency of their internal processes, which can range from organizational, managerial, financial to the technical and productive ones.

For civil and fiscal reasons, not all farms are required to prepare financial statements and even less to keep analytical process accounting to determine a synthetic production cost to compare with the price. On this point, a system of self-analysis of company profitability and self-detection of wine production costs has been developed, the adoption of which constitutes an innovation for a large number of wine companies that have been the recipients of specific training activities.

Messa a punto di un modello previsionale della domanda

L'utilizzo dei dati per prevedere la formazione della domanda di mercato è uno degli elementi fondamentali per poter adeguare l'offerta e mantenere il mercato in condizioni di stabilità. Sono disponibili diversi metodi in funzione della quantità e qualità dei dati disponibili e della confidenza degli utilizzatori con questi strumenti.

Considerato che il processo di raccolta dei dati è al suo inizio, i partner hanno prudenzialmente optato per un metodo qualitativo che lascia ampio spazio alla verifica e alla valutazione dei risultati.

La scelta è caduta su un metodo tra i più consolidati nell'utilizzo da parte delle scienze sociali, il metodo Delphi. Tra i fattori che hanno favorito questa scelta, vi sono l'anonimità dei soggetti coinvolti nel panel e la reiterazione del processo di estrazione delle informazioni, che consente di allontanare i rischi connessi a comportamenti opportunistici.

Development of a demand forecast model

The use of data to predict the formation of market demand is one of the fundamental elements in order to be able to adjust supply and keep the market in conditions of stability. Different methods are available depending on the quantity and quality of the available data and the user's confidence in these tools.

Given that the data collection process is in its infancy, the partners prudently opted for a qualitative method which leaves ample room for verification and evaluation of the results.

They chose the most consolidated methods used by the social sciences, the Delphi method. Among the factors that favoured this choice, there are the anonymity of the subjects involved in the panel and the repetition of the information extraction process, which makes it possible to remove the risks associated with opportunistic behaviour.

Forme organizzative e strumenti di gestione dell'offerta

La forma organizzativa condiziona il tipo di strumenti che possono essere utilizzati per gestire l'offerta e perseguire l'equilibrio di mercato. L'uso di ciascuno è codificato dalla normativa sia europea che nazionale. Possono essere classificati sia rispetto al tempo in cui incidono – breve o medio periodo – sia rispetto alla fase in cui intervengono - campo, cantina commercializzazione.

La gestione del potenziale produttivo, la variazioni delle rese, l'anticipo o posticipo di immissione sul mercato sono già da tempo nella prassi di utilizzo dei Consorzi.

Con il Regolamento UE 2117/2021 è stato chiarito che:

- ✓ I Consorzi di tutela dei prodotti a Denominazione possono essere riconosciuti come Organizzazioni Interprofessionali (OI) che agiscono a livello di circoscrizione economica. Il regolamento dedica particolare attenzione al settore vino e le possibilità di azione sono molteplici.
- ✓ Un accordo tra i due terzi dei produttori può permettere allo Stato di stabilire norme vincolanti per la regolazione dell'offerta dei vini denominazione di origine, per un periodo di tempo limitato e sottoposto a controllo e notifica.
- ✓ In deroga al principio di concorrenza (articolo 101, paragrafo 1, TFUE) le organizzazioni interprofessionali operanti nel settore vitivinicolo possono fornire indicatori di orientamento sui prezzi non vincolanti riguardo alla vendita di uve destinate alla produzione di vini a denominazione di origine protetta o a indicazione geografica protetta, a condizione che tale orientamento non elimini la concorrenza per una parte sostanziale dei prodotti di cui trattasi.
- ✓ Inoltre, le Organizzazioni Interprofessionali possono stabilire regole di commercializzazione intese a regolare l'offerta, destinate a migliorare e stabilizzare il funzionamento del mercato comune dei vini

Tra i molteplici obiettivi per i quali possono essere riconosciute le OI, i primi corrispondono esattamente alle finalità per le quali ha lavorato il GO:

- migliorare la conoscenza e la trasparenza della produzione e del mercato, anche mediante la pubblicazione di dati statistici aggregati sui costi di produzione, sui prezzi, corredati, se del caso, di relativi indici, sui volumi e sulla durata dei contratti precedentemente conclusi e mediante la realizzazione di analisi sui possibili sviluppi futuri del mercato a livello regionale, nazionale o internazionale;
- prevedere il potenziale di produzione e rilevare i prezzi pubblici di mercato;
- contribuire ad un migliore coordinamento delle modalità di immissione dei prodotti sul mercato, in particolare attraverso ricerche e studi di mercato
- redigere contratti tipo compatibili con la normativa dell'Unione, tenendo conto della necessità di ottenere condizioni concorrenziali eque e di evitare distorsioni del mercato

L'utilizzo di questa forma organizzativa è subordinato alla formazione di una norma nazionale.

Organizational forms and supply management tools

The organizational method affects the range of tools that can be used to manage the offer and pursue market equilibrium. The use of each is codified by both European and national legislation. They can be classified both with respect to the time in which they affect - short or medium term - and with respect to the phase in which they intervene - field, cellar, marketing.

The management of the production potential, the variations of the yields, the advance or postponement of placing on the market have already been in the practice of use of the Consortia for some time.

With the EU Regulation 2117/2021 it was clarified that:

- ✓ The Consortia for the protection of Denomination products can be recognized as Interprofessional Organizations (IO) which act at the level of economic district. The regulation pays particular attention to the wine sector and there are many possibilities for action.
- ✓ An agreement between two thirds of the producers can allow the State to establish binding rules for regulating the supply of denomination of origin wines, for a limited period of time and subject to control and notification.
- ✓ By way of derogation from the principle of competition (Article 101(1) TFEU), interbranch organizations operating in the wine sector may provide non-binding price guidance indicators with regard to the sale of grapes intended for the production of wines with a protected designation of origin or a protected geographical indication provided that such an approach does not eliminate competition for a substantial part of the products in question.
- ✓ Furthermore, the Interbranch Organizations may establish marketing rules intended to regulate supply, intended to improve and stabilize the functioning of the common market in wines

Among the multiple objectives for which the IOs can be recognized, the first correspond exactly to the purposes for which the GO worked:

- improve knowledge and transparency of production and the market, also through the publication of aggregate statistical data on production costs, prices, accompanied, where appropriate, by relative indices, volumes and the duration of previously concluded contracts and through the carrying out analysis on possible future developments of the market at a regional, national or international level;
- predict production potential and detect public market prices;
- contribute to better coordination of the methods of placing products on the market, in particular through research and market studies
- draw up model contracts compatible with Union law, taking into account the need to obtain a level playing field and to avoid market distortions

The use of this organizational form is subject to the formation of a national law.

LE ATTIVITÀ DI FORMAZIONE E DISSEMINAZIONE

Workshop “Uso del software per la creazione di un database dei dati di vendita relativo ad una denominazione”

Finalità

Il Workshop ha fornito agli imprenditori e ai dipendenti attivi in realtà produttive del settore vitivinicolo aderenti ad un Consorzio di tutela delle Denominazioni gli elementi base per imparare a utilizzare il software che permette la raccolta costante dei dati relativi agli andamenti di mercato dei Vini a Denominazione.

Destinatari

Le attività sono state funzionali al raggiungimento degli scopi del progetto perciò ne sono stati principali utilizzatori, in particolare, le imprese vitivinicole aderenti ai Consorzi partner di progetto.

In generale, sono destinatari dell'attività le seguenti tipologie di soggetti con sede legale e/o almeno una sede operativa/unità locale in Toscana: 1.imprenditori agricoli, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese, dotati di partita IVA; 2. titolari di imprese forestali, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese e che abbiano una attività principale o secondaria con codice ATECO che inizi con A 02; 3. amministratori e dipendenti, anche con funzioni dirigenziali, di gestori del territorio, rappresentati da Comuni, Enti Parco ed enti gestori dei siti della Rete Natura 2000

Struttura e metodo

Ogni Workshop ha avuto una durata di 4 ore, erogate interamente a distanza (Formazione A Distanza). I Workshop tenuti da un esperto informatico, saranno l'occasione per conoscere il funzionamento di software destinati alla gestione di aziende vitivinicole per la rilevazione di dati economici e di mercato. Il software permette la raccolta costante dei dati relativi agli andamenti di mercato dei Vini a Denominazione e l'adozione di misure adeguate ad assicurare il mantenimento dell'equilibrio di mercato. I partecipanti svolgeranno una esperienza pratica con esercitazione sull'uso del software sui dati aziendali.

Docente

Luigi Corna

Risultati

N. di workshops: 9

Totale ore erogate: 36

Totale persone formate: 95

Workshop “Redditività dell’azienda agricola e costi di produzione”

Finalità

Il Workshop ha fornito agli imprenditori e ai dipendenti attivi in realtà produttive del settore vitivinicolo le competenze per eseguire correttamente l’auto-rilevazione dei costi di produzione e per valutarli dal punto di vista economico e finanziario ed eseguire l’analisi di redditività rispetto ai prezzi correnti di mercato. Il workshop è finalizzato a offrire ai partecipanti un apprendimento pratico e immediatamente utilizzabile nella propria realtà aziendale, che sarà basato su spiegazioni, esercitazioni e discussioni sui casi concreti che gli stessi partecipanti possono presentare.

Destinatari

Le attività sono state funzionali al raggiungimento degli scopi del progetto perciò ne sono stati principali utilizzatori, in particolare, le imprese vitivinicole aderenti ai Consorzi partner di progetto.

In generale, sono destinatari dell’attività le seguenti tipologie di soggetti che abbiano sede legale e/o almeno una sede operativa/unità locale in Toscana: 1.imprenditori agricoli, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese, dotati di partita IVA; 2. titolari di imprese forestali, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese e che abbiano una attività principale o secondaria con codice ATECO che inizi con A 02; 3. amministratori e dipendenti, anche con funzioni dirigenziali, di gestori del territorio, rappresentati da Comuni, Enti Parco ed enti gestori dei siti della Rete Natura 2000.

Struttura e metodo

Ogni Workshop ha avuto una durata di 4 ore, erogate interamente in presenza, basate sull’alternanza tra spiegazioni, illustrazioni, prove pratiche e discussione.

Docente

Daniela Toccaceli PhD.

Date e sedi di svolgimento

12 gennaio 2023, ore 9,00-13,00 presso Cantina Sociale Colli Fiorentini S.a.c. Via Nuova del Virginio, 34 50025 Montespertoli (Fi)

12 gennaio 2023, ore 14,00-18,00 presso Cantina Sociale Colli Fiorentini S.a.c. Via Nuova del Virginio, 34 50025 Montespertoli (Fi)

16 gennaio 2023, ore 14,00-18,00 presso Cantine Leonardo da Vinci Via Provinciale di Mercatale, 287, 50059 Vinci (Fi)

Risultati

N. di workshops: 3

Totale ore erogate: 12

Totale persone formate : 29

Visite Aziendali “Conoscersi per decidere”

Finalità

Nell’ambito della sottomisura 1.3 “Sostegno a scambi interaziendali di breve durata nel settore agricolo e forestale, nonché a visite di aziende agricole”, per favorire l’adozione da parte delle imprese delle nuove metodologie di rilevazione e dell’utilizzo degli strumenti di benchmark, sono state organizzate 4 visite aziendali presso le aziende partner che già adottano sistemi di rilevazione dei propri costi di produzione, al fine di poter approfittare di utili scambi di esperienze tra colleghi.

Nella giornata sono stati affrontati due temi:

- come usare la scheda di rilevamento dei costi aziendali
- come utilizzare i valori di benchmark per le decisioni imprenditoriali.

Destinatari

Le attività sono state funzionali al raggiungimento degli scopi del progetto perciò ne sono stati principali utilizzatori, in particolare, le imprese vitivinicole aderenti ai Consorzi partner di progetto.

In generale, sono destinatari dell’attività le seguenti tipologie di soggetti che abbiano sede legale e/o almeno una sede operativa/unità locale in Toscana: 1.imprenditori agricoli, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese, dotati di partita IVA; 2. titolari di imprese forestali, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese e che abbiano una attività principale o secondaria con codice ATECO che inizi con A 02; 3. amministratori e dipendenti, anche con funzioni dirigenziali, di gestori del territorio, rappresentati da Comuni, Enti Parco ed enti gestori dei siti della Rete Natura 2000.

Struttura e metodo

Le visite, hanno avuto la durata di 8 ore dedicate alla formazione pratica, che è stata realizzata da un formatore professionale. Il metodo si è basato su una parte di esposizione frontale, di esercitazioni pratiche, di scambi di esperienze e di discussione, in particolare con le imprese ospitanti, guidata dal formatore. I partecipanti hanno proseguito gli scambi in modo informale durante il buffet.

Docente

Eliano Biagioni

Date e sedi di svolgimento

15 giugno 2021 - ore 10 -18.30 presso Fattoria dei Barbi, Loc. Podernovi, 170, 53024 Montalcino SI

16 giugno 2021 – ore 10 -18.30 presso Fattoria dei Barbi, Loc. Podernovi, 170, 53024 Montalcino SI

21 giugno 2021 - ore 9 -17.30 presso Castello di Poppiano Via Fezzana, 45, 50025 Poppiano FI

22 giugno 2021 - ore 9 -17.30 presso Castello di Poppiano Via Fezzana, 45, 50025 Poppiano FI

Risultati

N. di visite aziendali: 4

Totale ore erogate: 32

Totale persone formate: 52

Incontri tematici “Prezzi e costi: affrontare il mercato dei vini a denominazione di origine”

Finalità

Nell’incontro sono stati affrontati e approfonditi con le imprese partecipanti i seguenti argomenti:

-come utilizzare la conoscenza dei dati di tutta la filiera produttiva del vino a denominazione di origine per valorizzare la denominazione? quanto venderemo domani? come regolare l’offerta per avere stabilità dei prezzi?

-come utilizzare la conoscenza dei prezzi di vendita del vino a DO e dei propri costi per il benchmark aziendale?

In particolare sono stati illustrati i risultati primari del progetto MOVITO (raccolgere i dati) e sono state esaminate dettagliatamente le innovazioni organizzative che i Consorzi e le imprese agricole possono concretamente scegliere di introdurre (utilizzo dei dati) per raggiungere gli obiettivi di valorizzare la Denominazione e di stabilizzare i mercati, alla luce delle più recenti novità introdotte dalla riforma della PAC sulle Organizzazioni interprofessionali.

Destinatari

Le attività sono state funzionali al raggiungimento degli scopi del progetto perciò ne sono stati principali utilizzatori, in particolare, le imprese vitivinicole aderenti ai Consorzi partner di progetto.

In generale, sono destinatari dell’attività le seguenti tipologie di soggetti che abbiano sede legale e/o almeno una sede operativa/unità locale in Toscana: 1.imprenditori agricoli, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese, dotati di partita IVA; 2. titolari di imprese forestali, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese e che abbiano una attività principale o secondaria con codice ATECO che inizi con A 02; 3. amministratori e dipendenti, anche con funzioni dirigenziali, di gestori del territorio, rappresentati da Comuni, Enti Parco ed enti gestori dei siti della Rete Natura 2000.

Struttura e metodo

Ogni Incontro tematico ha avuto una durata di 4 ore, si è svolto interamente in presenza, si è basato sull’alternanza tra spiegazioni, illustrazioni e dibattito tra i presenti, supportato da un animatore professionale.

Docente

Daniela Toccaceli PhD

Date e sedi di svolgimento

24 maggio 2023, ore 9.30 – 13.30 presso la sede del Consorzio Vini di Maremma,
Via Giordania, 227, 58100 Grosseto

26 Maggio 2022 ore 9.30 – 13.30 presso la sede del Consorzio Vino Chianti Classico,
Via Sangallo 41, 50028 Sambuca FI

31 Maggio 2022 ore 14.30 – 18.30 presso la sede del Consorzio Vino Chianti, Viale
Belfiore, Firenze

16 giugno 2022 ore 9.30 – 13.30 presso la sede del Consorzio Vino Nobile di
Montepulciano Via San Donato, 21 53045 Montepulciano SI

20 giugno 2022 ore 9.30 – 13.30 presso la sede del Consorzio Vino Morellino di
Scansano, Via XX Settembre, 36 - 58054 Scansano GR

23 giugno 2022 ore 9.30 – 13.30 presso la sede del Consorzio Vino Brunello di
Montalcino via Boldrini n. 10 53024 Montalcino SI

29 giugno 2022 ore 9.30 – 13.30 presso la sede del Consorzio Vino Vernaccia di San
Gimignano Via di Fugnano, 19 - 53037 San Gimignano SI

Risultati

N. di Incontri Tematici: 7

Totale ore erogate: 28

Totale persone formate: 120

Presentazione pubblica “Monitorare prezzi e costi delle filiere dei vini a do toscani per valorizzare le denominazioni”

Finalità

Nell’incontro sono stati illustrati i risultati complessivi del progetto. In particolare, le imprese e i Consorzi partecipanti hanno potuto conoscere e discutere le innovazioni organizzative messe a punto dai partner allo scopo di apprendere i dati della filiera vitivinicola, elaborarli e utilizzarli per valorizzare la propria denominazione e per valutazioni di benchmark aziendale. In particolare sono stati affrontati i quesiti caratteristici del progetto: come creare e come utilizzare la conoscenza dei dati di tutta la filiera produttiva del vino a DO per valorizzare la denominazione? Quanto venderemo domani? Come regolare l’offerta per avere stabilità dei prezzi? come utilizzare la conoscenza dei prezzi di vendita del vino a do e dei propri costi per il benchmark aziendale? come utilizzare i nuovi strumenti di regolazione dell’offerta alla luce delle più recenti novità introdotte dalla riforma della PAC?

Destinatari

Le attività sono state funzionali al raggiungimento degli scopi del progetto perciò ne sono stati destinatari, in particolare, le imprese vitivinicole aderenti ai Consorzi che non sono stati partner di progetto e, per lo più aderenti ad AVITO.

In generale, sono destinatari dell’attività le seguenti tipologie di soggetti che abbiano sede legale e/o almeno una sede operativa/unità locale in Toscana: 1. imprenditori agricoli, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese, dotati di partita IVA; 2. titolari di imprese forestali, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese e che abbiano una attività principale o secondaria con codice ATECO che inizi con A 02; 3. amministratori e dipendenti, anche con funzioni dirigenziali, di gestori del territorio, rappresentati da Comuni, Enti Parco ed enti gestori dei siti della Rete Natura 2000.

Struttura e metodo

L’incontro pubblico ha avuto una durata di 4 ore, si è svolto interamente in presenza, si è basato sull’esposizione delle innovazioni messe a punto e trasferite ai partner di progetto e sullo scambio tra i partecipanti e le risposte alle richieste di approfondimenti.

Docente

Daniela Toccaceli PhD

Data e sede di svolgimento

12 dicembre 2022 dalle ore 16,00 alle ore 20,00 presso la sede del Consorzio Vino Chianti Classico, Via Sangallo 41, 50028 Sambuca FI

Risultati

Totale ore erogate: 4

Totale persone formate: 20

Presentazione pubblica “Il percorso di innovazione organizzativa dei vini toscani a denominazione di origine: dal monitoraggio della filiera all’organizzazione interprofessionale”

Finalità

Nell’incontro sono stati illustrati i risultati complessivi del progetto. L’incontro ha avuto un duplice scopo. La prima sessione è stata dedicata ad approfondire il significato innovativo del percorso avviato. Si è trattato infatti di definire e introdurre modelli e modalità organizzative completamente nuovi, rispetto ai quali il percorso avviato richiederà ancora tempo e accompagnamento per giungere ad una matura acquisizione. Nella seconda sessione si è approfondito il significato settoriale del tipo di innovazione trasferita, alla luce delle recenti modifiche regolamentari che pongono le OI tra le soluzioni organizzative acquisibili anche da parte dei Consorzi dei Vini DOC e DOCG. Lo scopo dell’incontro è discutere le possibilità di approccio avviate nel progetto con i portatori di interesse e i livelli istituzionali preposti

Destinatari

Le attività sono funzionali al raggiungimento degli scopi del progetto perciò ne sono stati principali utilizzatori, in particolare, le imprese vitivinicole aderenti ai Consorzi partner di progetto.

In generale, sono destinatari dell’attività le seguenti tipologie di soggetti che abbiano sede legale e/o almeno una sede operativa/unità locale in Toscana: 1. imprenditori agricoli, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese, dotati di partita IVA; 2. titolari di imprese forestali, singoli e associati, iscritti al registro delle imprese e che abbiano una attività principale o secondaria con codice ATECO che inizi con A 02; 3. amministratori e dipendenti, anche con funzioni dirigenziali, di gestori del territorio, rappresentati da Comuni, Enti Parco ed enti gestori dei siti della Rete Natura 2000.

Docente

Daniela Toccaceli PhD

Data e sede di svolgimento

25 gennaio 2023 dalle ore 9,30 alle ore 13,30 presso la sede della Regione Toscana, Palazzo Guadagni Strozzi Sacratì, Sala delle Esposizioni, Piazza Duomo 10, Firenze. Possibilità di partecipazione da remoto inviando e-mail a daniela.toccaceli@pin.unifi.it.

Risultati

Totale ore erogate: 4

Totale persone formate in presenza: 20

Programma

9,30	Saluti	Daniela Toccafondi, Presidente PIN scrI
		1° sessione
		Il percorso di innovazione organizzativa per il monitoraggio della filiera
9,40	Relazione	<i>Presentazione dei risultati del Gruppo Operativo MOVITO</i> Daniela Toccaceli, Responsabile GO-PEI, Laboratorio GAIAINNOVA PIN
9,55	Interventi	Fausta Fabbri, Regione Toscana Klavdija Ramsak-Noemi, Commissione Europea - DG AGRI - Unità coordinamento AKIS "L'AKIS nella nuova PAC, gli interventi per i Gruppi Operativi del PEI"
10,25	Tavola rotonda	Coordina Daniela Toccaceli Carlotta Gori, Direttrice Consorzio Vino Chianti Classico Luca Pollini, Direttore Consorzio Vini di Maremma Alessio Durazzi, Direttore Consorzio Vino Morellino di Scansano Paolo Solini, Direttore Consorzio Vino Nobile di Montepulciano Ferdinando Guicciardini, Azienda Conte Guicciardini
		2° sessione
		Le organizzazioni interprofessionali nella nuova PAC: opportunità e prospettive
11,15	Relazione	<i>L'innovazione possibile: acquisire le funzioni di OI per rafforzare il ruolo dei Consorzi di tutela</i> Alessandro Pacciani, Resp. Scientifico Laboratorio GAIAINNOVA PIN
11,30	Interventi	Gennaro Giliberti, Regione Toscana Paolo De Castro, Parlamentare Europeo Carmine Genovese, PQAI2, Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare, MASAF
12,00	Tavola rotonda	Coordina Daniela Toccaceli Francesco Mazzei, Presidente AVITO e Consorzio Vini di Maremma Stefano Cinelli Colombini, Azienda Fattoria dei Barbi, Consorzio Vino Brunello di Montalcino Giovanni Busi, Presidente Consorzio Vino Chianti Giovanni Manetti, Presidente Consorzio Vino Chianti Classico Bernardo Guicciardini Calamai, Presidente Consorzio Vino Morellino di Scansano Andrea Rossi, Presidente Consorzio Vino Nobile di Montepulciano
13,00		Conclusioni Stefania Saccardi, Vice Presidente Regione Toscana



CONTATTI LEADER DEL PS-GO:

Daniela Toccaceli: TEL. +39 0574 602572 | E-Mail: daniela.toccaceli@pin.unifi.it.