

Accademia Italiana della Vite e del Vino
Tornata Accademica
La vitivinicoltura in Romagna

Rino Ghelfi

**La creazione del valore nelle filiere viticole-enologiche.
Il caso delle imprese emiliano-romagnole**

Dozza, 20 giugno 2009





Premessa

- Le strutture e le forme organizzative di tipo interaziendale fanno ormai parte integrante dei sistemi produttivi
- Nel governo delle imprese la tradizionale visione "autocentrica" ha lasciato il posto a quella più complessa di sistema
- La prospettiva sistemica assume la sua più ampia estensione nel settore agroalimentare (... tracciabilità, certificazione, tutela della salute e dell'ambiente, produzioni tipiche e biologiche ...)





Premessa

- La competitività non è da ricercare esclusivamente nell'efficienza della singola azienda, ma nella funzionalità dell'intero sistema
- I contributi teorici e metodologici in materia di programmazione e di gestione sono ancora in gran parte focalizzati all'interno del perimetro aziendale





Obiettivi

Proporre un modello in grado di valutare la competitività e **la dinamica del valore** della filiera viticola-enologica in Emilia Romagna nel suo complesso e quella delle imprese in essa operanti



La competitività

Un'impresa (o un gruppo di imprese) possiede un **vantaggio competitivo** quando riesce ad occupare e a mantenere una posizione favorevole nel mercato in cui opera

interne



Fonti



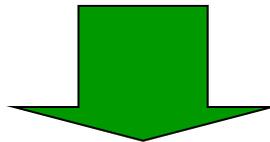
esterne

Un'impresa (o un gruppo di imprese) possiede un vantaggio competitivo quando riesce ad ottenere e mantenere stabilmente una redditività superiore a quella dei competitori

La catena del valore

Il vantaggio competitivo deriva:

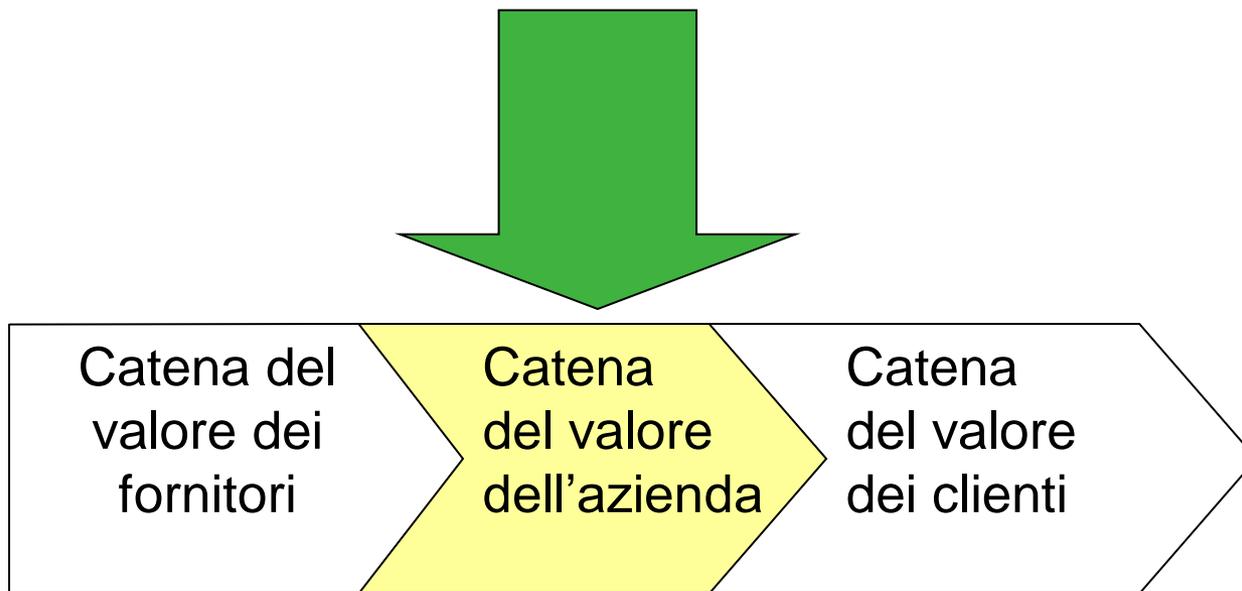
- dalla capacità dell'impresa di realizzare le **attività** in modo migliore rispetto ai concorrenti
- dal fatto che a tali attività il mercato attribuisca un **valore** superiore al costo sostenuto per realizzarlo



Catena del valore

Il sistema del valore

La catena del valore non può essere considerata isolatamente in quanto si inserisce in un **sistema** del quale fanno parte le catene **del valore** delle aziende che operano a monte e a valle dell'impresa





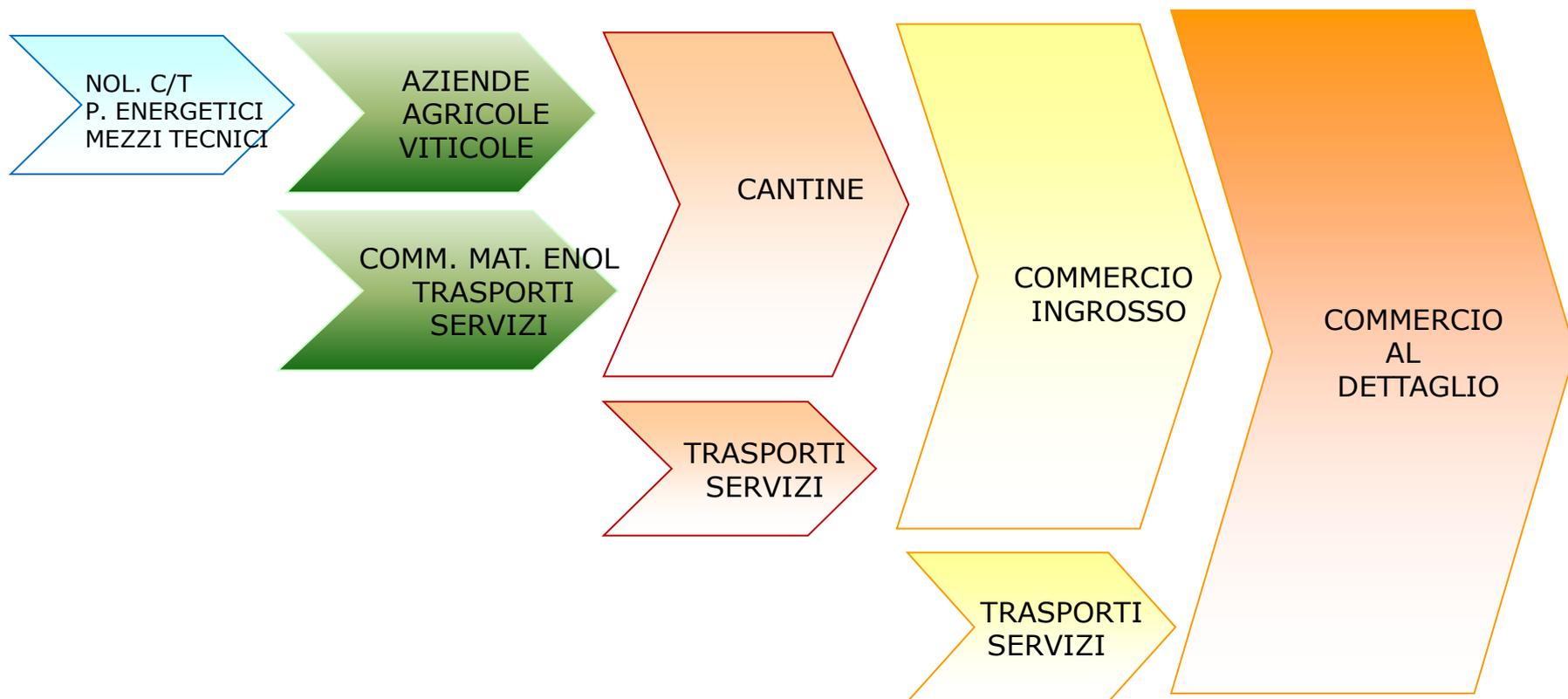
L'analisi del sistema del valore

- **Mappatura e segmentazione della filiera**
- **Raccolta delle informazioni**
- **Calcolo del valore generato**





Mappatura e segmentazione della filiera





La raccolta delle informazioni

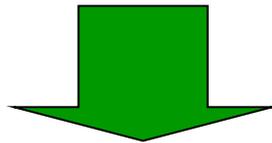
- Bilanci di esercizio
 - Rete contabile regionale
 - Banche dati specializzate
 - 158 aziende
 - Periodo 2003-2007 (compresenti)
- Focus group
 - Definizione della filiera
 - Raccolta delle informazioni sui rapporti fra i vari segmenti della filiera



Calcolo del valore generato

La filiera viene considerata ed analizzata come un'unica impresa, o meglio un "gruppo" di imprese, alla stregua delle holding industriali.

Anche per le filiere, come nei "gruppi" di imprese, è utile procedere al consolidamento dei bilanci



- Riclassificazione del conto economico
- Standardizzazione del conto economico
- Ponderazione e consolidamento dei dati riclassificati e standardizzati



Raccolta delle informazioni sui rapporti infragruppo

AZ. AGRICOLE VITICOLE	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>
COSTI INTERMEDI	100%	100%	100%	100%	100%
fertilizzanti	12%	12%	11%	11%	11%
sementi	4%	4%	4%	4%	4%
antiparassitari	27%	27%	26%	26%	26%
diserbanti	6%	6%	5%	5%	5%
noleggi e trasporti	13%	12%	12%	12%	12%
materie prime energetiche	14%	16%	19%	19%	19%
altri	24%	24%	23%	23%	23%





Aggregazione dei bilanci

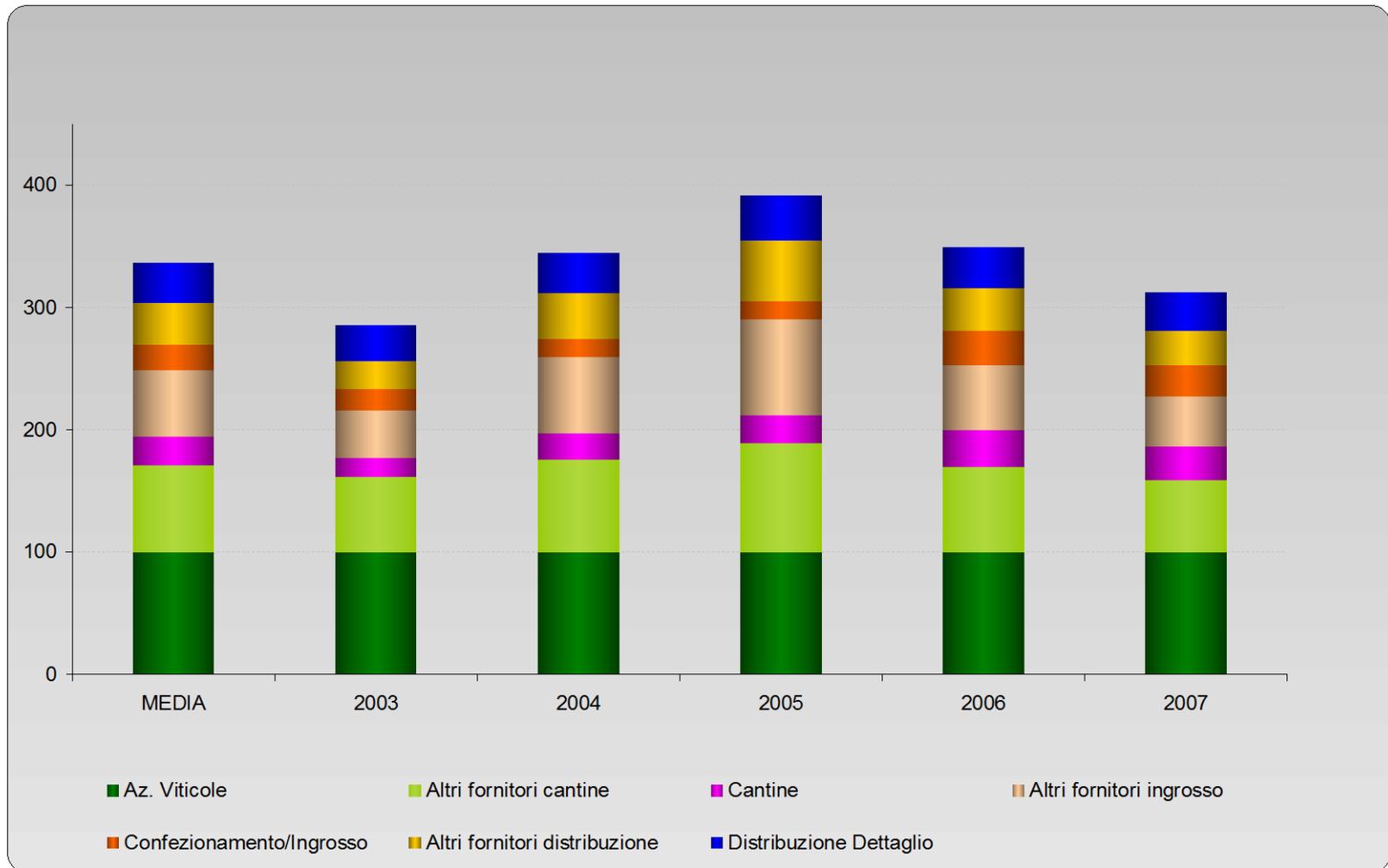
	Fornitori az. Agricole	Az. Viticole	Altri fornitori cantine	Cantine	Altri fornitori ingrosso	Confezionamento/Ingresso	Altri fornitori distribuzione	Distribuzione Dettaglio
CONTO ECONOMICO								
1. VALORE DELLA PRODUZIONE	26,0	102,6	72,5	211,2	57,0	282,7	36,0	351,1
- RICAVI DELLE VENDITE	25,4	100,0	70,7	194,4	54,7	269,3	34,6	336,8
2. COSTI INTERMEDI	22,6	25,4	53,2	170,7	34,4	249,1	20,4	303,9
3. VALORE AGGIUNTO LORDO	3,5	77,2	19,3	40,4	22,6	33,6	15,6	47,3
AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI	0,6	6,2	2,2	10,1	1,8	5,4	1,4	8,3
4. VALORE AGGIUNTO NETTO	2,9	70,9	17,1	30,3	20,8	28,2	14,3	39,0
LAVORO	2,0	48,3	13,5	24,2	18,2	19,3	12,4	30,8
5. RISULTATO OPERATIVO	0,8	22,6	3,6	6,1	2,7	8,9	1,9	8,2



Aggregazione dei bilanci

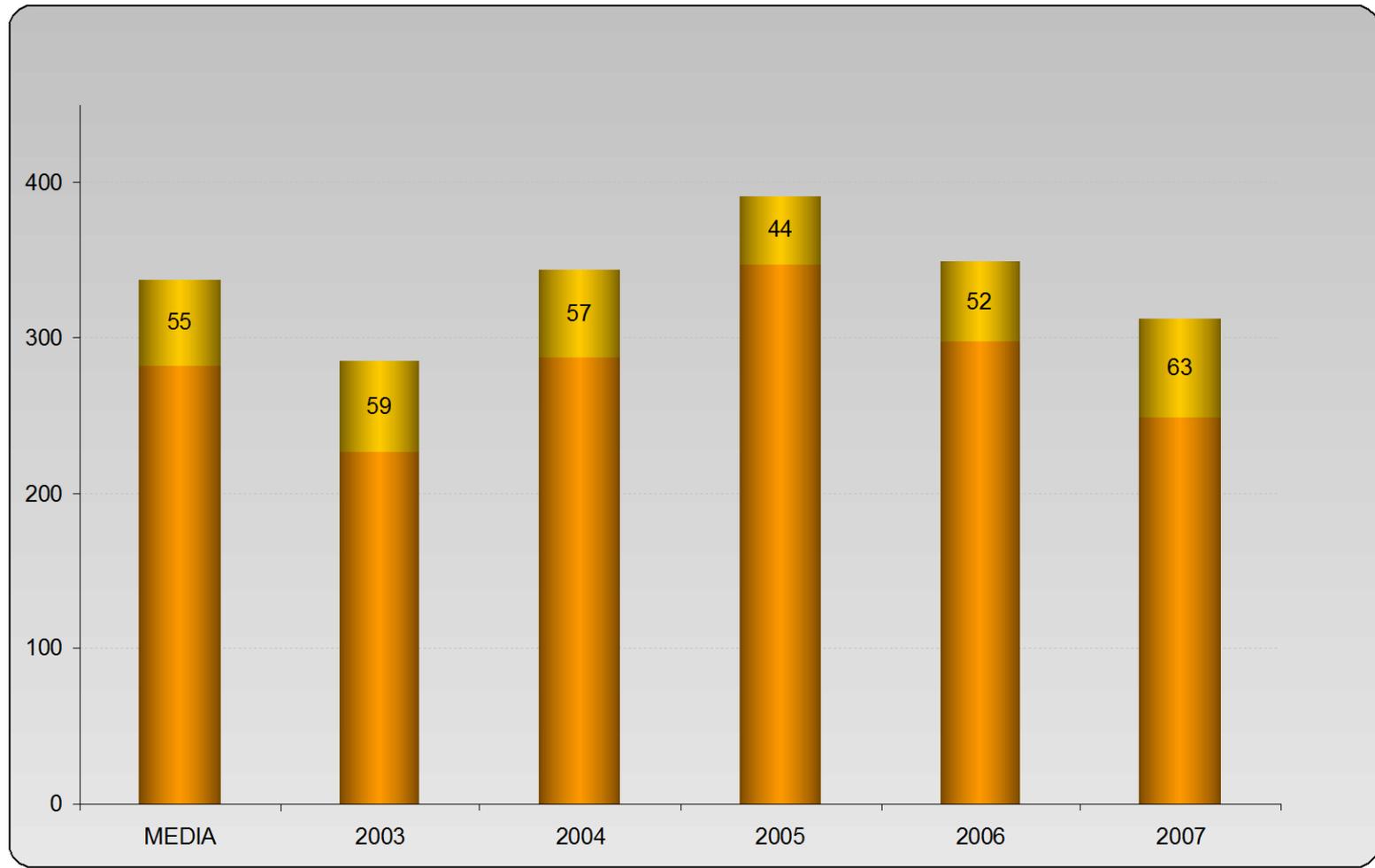
	Fornitori az. Agricole	Az. Viticole	Altri fornitori cantine	Cantine	Altri fornitori ingrosso	Confezionamento/Ingresso	Altri fornitori distribuzione	Distribuzione Dettaglio
CONTO ECONOMICO								
1. VALORE DELLA PRODUZIONE	26,0	102,6	72,5	211,2	57,0	282,7	36,0	351,1
- RICAVI DELLE VENDITE	25,4	100,0	70,7	194,4	54,7	269,3	34,6	336,8
2. COSTI INTERMEDI	22,6	25,4	53,2	170,7	34,4	249,1	20,4	303,9
3. VALORE AGGIUNTO LORDO	3,5	77,2	19,3	40,4	22,6	33,6	15,6	47,3
AMMORTAMENTI E SVALUTAZIONI	0,6	6,2	2,2	10,1	1,8	5,4	1,4	8,3
4. VALORE AGGIUNTO NETTO	2,9	70,9	17,1	30,3	20,8	28,2	14,3	39,0
LAVORO	2,0	48,3	13,5	24,2	18,2	19,3	12,4	30,8
5. RISULTATO OPERATIVO	0,8	22,6	3,6	6,1	2,7	8,9	1,9	8,2

Risultati: il prodotto generato



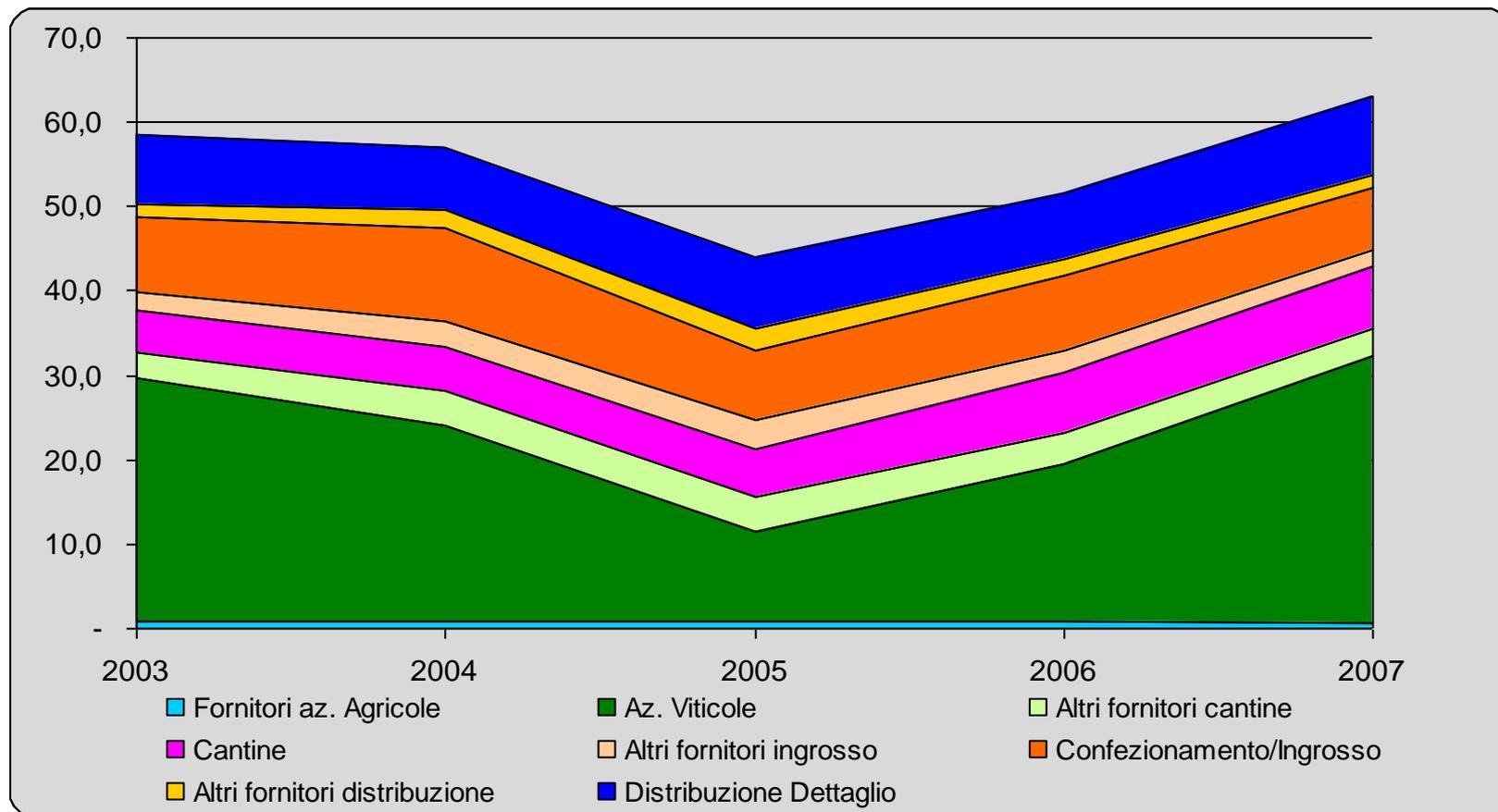


Risultati: il valore generato





Risultati: la distribuzione del valore





Risultati: la distribuzione del valore

Tab. - Ripartizione percentuale del valore generato (Risultato operativo delle imprese)

	MEDIA	2003	2004	2005	2006	2007
Totale filiera	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Fornitori az. Agricole	1,5	1,6	1,4	2,1	1,7	1,1
Az. Viticole	41,2	49,0	40,9	24,2	36,2	50,2
Altri fornitori cantine	6,5	5,3	7,0	9,1	7,2	5,0
Cantine	11,2	8,6	9,2	13,0	14,0	11,8
Altri fornitori ingrosso	4,8	3,5	5,5	8,0	5,1	3,0
Confezionamento/Ingrosso	16,2	15,3	19,2	18,8	17,1	11,8
Altri fornitori distribuzione	3,5	2,4	3,8	5,9	3,7	2,3
Distribuzione Dettaglio	15,0	14,3	13,0	19,0	15,0	14,8



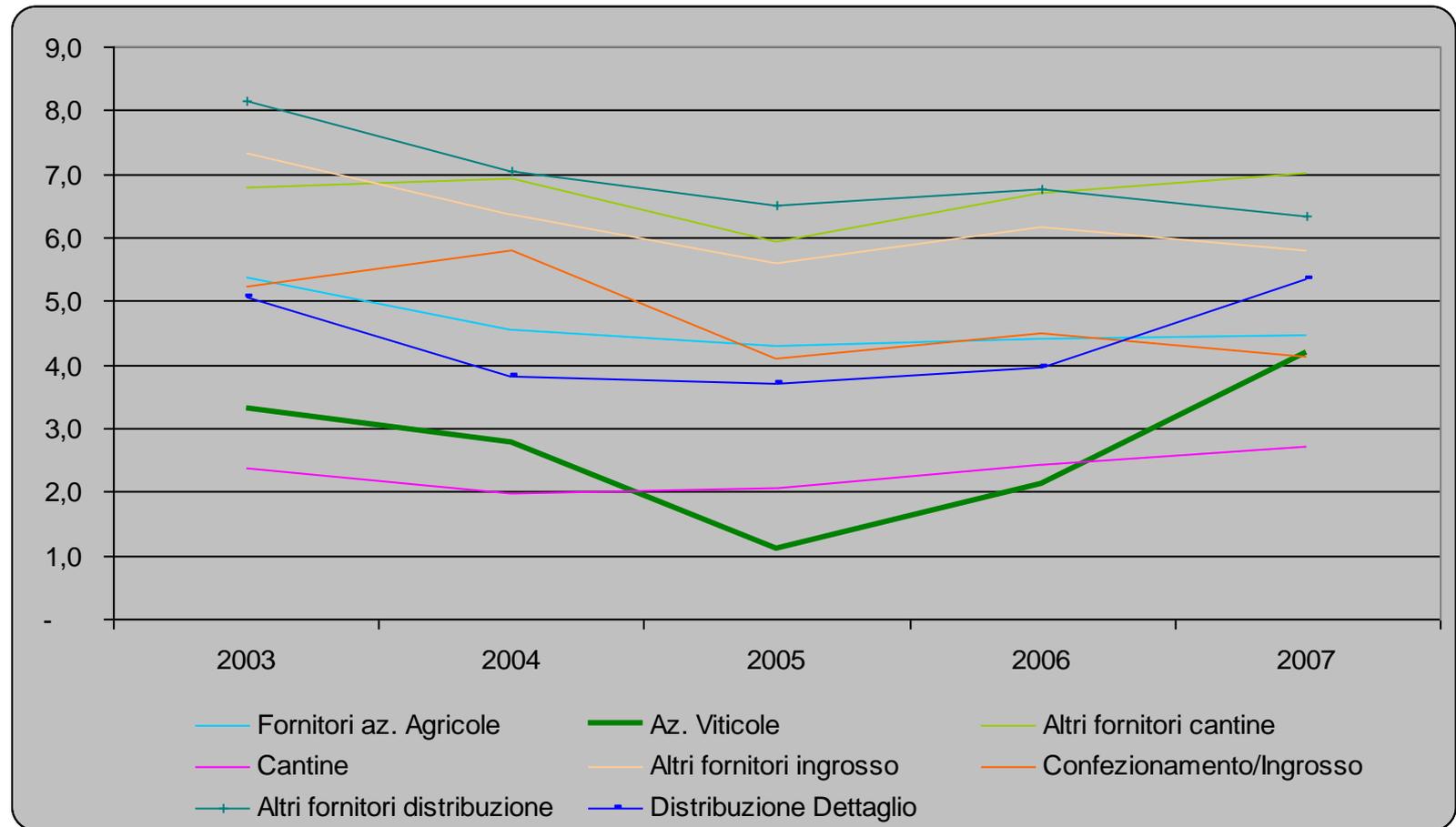


Risultati: la redditività della filiera

R.O.I.	<i>MEDIA</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>
Fornitori az. Agricole	4,6	5,4	4,6	4,3	4,4	4,5
Az. Viticole	2,7	3,3	2,8	1,1	2,1	4,2
Altri fornitori cantine	6,7	6,8	6,9	5,9	6,7	7,0
Cantine	2,3	2,4	2,0	2,1	2,4	2,7
Altri fornitori ingrosso	6,3	7,3	6,4	5,6	6,2	5,8
Confezionamento/Ingrosso	4,8	5,2	5,8	4,1	4,5	4,1
Altri fornitori distribuzione	7,0	8,2	7,0	6,5	6,8	6,3
Distribuzione Dettaglio	4,4	5,1	3,8	3,7	3,9	5,4



Risultati: la redditività della filiera





Considerazioni di sintesi

- **Il modello è utile ad una pluralità di soggetti:**
 - alle aziende
 - solo con la conoscenza dell'ambiente esterno è possibile gestire compiutamente il *trade-off* tra competizione, integrazione e cooperazione
 - ai decisori pubblici
 - solo in un'ottica di sistema è ormai possibile programmare e gestire gli interventi nel settore
 - agli *stakeholder*
 - per una più ampia conoscenza del sistema

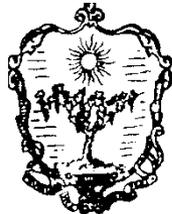




Considerazioni conclusive

- **La capacità della filiera di generare valore ha avuto una pesante flessione nel 2005 e nel 2006. Nel 2007 la situazione è ritornata sui livelli preesistenti**
- **Il settore agricolo è chiamato ad assorbire gran parte delle instabilità congiunturali e dovrebbe dotarsi di strumenti di stabilizzazione dei redditi**
- **Rapportando il reddito operativo di filiera al valore complessivamente prodotto, tuttavia, si osserva un grado di maggiore similitudine fra i diversi segmenti**
- **La redditività degli investimenti appare relativamente più elevata nei soggetti “esterni” al sistema vitivinicolo (fornitori indiretti)**





Accademia Italiana della Vite e del Vino
Tornata Accademica
La vitivinicoltura in Romagna

Rino Ghelfi

**La creazione del valore nelle filiere viticole-enologiche.
Il caso delle imprese emiliano-romagnole**

Dozza, 20 giugno 2009

