

WP 5.1 Modulo monitoraggio dei processi operativi durante la loro esecuzione;

Obiettivo WP5.1: Produzione materiale informativo per tutorial e servizi di supporto 1) alla cooperazione imprenditoriale e 2) alla valorizzazione dei prodotti ortofrutticoli 3) al monitoraggio degli impegni assunti dalle singole aziende agricole nei progetti di cooperazione imprenditoriali.

Sono state effettuate apposite ricerche di materiale informativo e gli esiti di queste ricerche devono essere inseriti in schede sintetiche che saranno visualizzabili dagli utilizzatori del portale. In pratica occorre offrire alle imprese che voglio aderire a reti di cooperazione supporto alle decisioni da intraprendere per la realizzazione della base strategica (visione, missione, obiettivi...) e per consentire loro di accelerare e semplificare la costruzione di cooperazioni, oltre a fornire suggerimenti pragmatici riguardo agli elementi cardine inerenti agli aspetti organizzativi, economici, legislativi, produttivi, di marketing e di controllo di gestione. Nel portale, quindi, vanno inserite delle schede sulla base dei sottoriportati contenuti contenenti titoli, quesiti e una descrizione guida con campi vuoti che saranno riempiti di volta in volta dalle imprese; una volta che le imprese riempiranno i campi vuoti la piattaforma permetterà di salvare il progetto e di stamparlo in pdf e word.

1.1 Percorso guidato per la costruzione di un progetto di cooperazione:

Per trovare risposta a tale domanda è bene svolgere, passo dopo passo, le seguenti attività:

- > analisi della situazione di partenza: come definisco la mia posizione e forza sul mercato, il mio livello tecnologico, le mie prestazioni d'innovazione, la mia collocazione ed i mercati target?
- > identificazione di interessanti ambiti di cooperazione (produzione, confezionamento, logistica, vendita)
- > formulazione e quantificazione delle mie aspettative rivolte alla cooperazione (riduzione dei costi, penetrazione in nuovi mercati, aumento dell'efficienza, ecc.)
- > valutazione dei vantaggi e degli svantaggi: guadagno di tempo? Maggiore forza d'innovazione? Limitazione della libertà decisionale? Perdita di risorse?

1.2 Come selezionare un partner adatto nel progetto di cooperazione?

Per il successo di una collaborazione la scelta accurata dei partner ricopre una particolare importanza.

Valutate, quindi, in particolar modo:

- > i loro obiettivi perseguiti con la cooperazione
- > le aspettative da loro riposte nel successo della cooperazione
- > la loro organizzazione aziendale
- > la loro sostanziale disponibilità alla cooperazione
- > la loro capacità di cooperare in termini di disponibilità di tempo e risorse da investire nella realizzazione della cooperazione
- > il loro atteggiamento in caso di conflitti.

1.3 Informazioni sul partner

Si possono richiedere informazioni generiche mediante colloqui diretti con i potenziali partner:

- > fatturato
- > utile
- > struttura finanziaria
- > organizzazione
- > fornitori
- > know-how
- > predisposizione alla cooperazione
- > aspettative ed obiettivi in relazione alla cooperazione
- > cultura imprenditoriale
- > stile di gestione
- > atteggiamenti in caso di conflitto

1.4 Definizione obiettivi comuni della cooperazione

Fondamentale e determinante per il successo di una cooperazione, sarà quello di definire obiettivi chiari e strategici.

Per la formulazione degli obiettivi comuni, ciascun partner potrà porsi le seguenti domande:

- > Quali sono in vantaggi che la mia azienda potrà ricavare dalla cooperazione?
- > In termini quantitativi, quali sono le mie attese riguardo al successo della cooperazione?
- > Dal punto di vista temporale, quando dovrebbero giungere i primi successi della cooperazione?
- > Qual è l'aspetto particolare della nostra idea di cooperazione?
- > Dove sono le opportunità di questa idea di cooperazione?
- > In che cosa risiedono i rischi di questa idea di cooperazione?
- > Quali sono gli obiettivi di cooperazione formulati congiuntamente?

1.5 Pianificare misure di cooperazione

Dopo che i partner di cooperazione hanno concordato a quali obiettivi aspirare, devono definire a grandi linee con quali misure (attività) e con l'impiego di quali risorse intendono raggiungere tali obiettivi. A tal fine vanno chiariti i seguenti compiti:

- > Strutturazione e suddivisione dei pacchetti di lavoro
- Quale impresa partner si assume un certo ruolo e determinati compiti?
- > Elaborare piani di tempo e di budget
- Cosa bisogna fare, con quale tempistica?

Quali compiti devono essere eseguiti, quando e come vengono finanziati?

> Descrizione dei compiti per tutti i partecipanti

Cosa deve fare ogni partecipante all'interno della cooperazione?

> Regolare il personale e le competenze

A chi compete un certo lavoro?

> Coordinatore della cooperazione / team di guida

Chi coordina, dirige e controlla il processo di cooperazione?

1.6 Adozione di idonee strategie di marketing

Le strategie di marketing descrivono in quale modo la cooperazione potrà raggiungere sostanzialmente i propri obiettivi. Le domande chiave sono le seguenti:

> Su quali mercati intendiamo operare nel medio/lungo termine?

> In che modo intendiamo operare sul mercato? (distribuzione tramite rete commerciale o distribuzione diretta?)

> Come intendiamo posizionare sul mercato i nostri beni/servizi? (concepimento di un marchio, ecc.)

> Quali prezzi possiamo imporre al mercato? (prezzo superiore o politica del prezzo scontato?)

> Come ci poniamo rispetto alla concorrenza?

1.7 Perché una cooperazione ha bisogno di un business plan?

> strumento di pianificazione per lo sviluppo strategico dell'idea commerciale

> ausilio decisionale per avere chiarezza sui passi da intraprendere in futuro

> biglietto da visita che oltre alla capacità di convincimento personale, rappresenta lo strumento più efficace per convincere terzi della validità della propria idea

> strumento di controllo per verificare costantemente gli obiettivi e i risultati.

I tre Elementi del Business Plan:

> La **prima parte** contiene una breve descrizione dell'idea commerciale. Questa parte è molto importante, in quanto consente di mettere in luce i punti di forza. La sola presentazione del progetto non è tuttavia sufficiente. Occorre fornire un riepilogo degli interventi necessari ai fini del raggiungimento degli obiettivi.

> La **seconda parte** del business plan riguarda i fattori di influenza di natura oggettiva, quali i clienti, i concorrenti e l'ubicazione; si tratta di fattori che non dipendono direttamente da chi redige il piano di business.

> Nella **terza parte** viene riepilogato, in cifre, il progetto di cooperazione. Si indica quali sono i mezzi finanziari necessari, quali saranno gli eventuali investimenti richiesti e l'utile che si prevede di ottenere dal progetto di cooperazione.

2. Tecniche di valorizzazione dei prodotti ortofrutticoli:

- > Creazione e gestione di un marchio comune;
- > Adesione al sistema di certificazione biologica, al fine di creare “prodotti di nicchia”: l’adesione dell’azienda al metodo biologico consentirà di realizzare produzioni certificate, andando ad intercettare una domanda di mercato in forte espansione.
- > Tracciabilità del prodotto (possibilità di ripercorrere nel dettaglio e con documentazione adeguata il processo produttivo agricolo e di trasformazione, anche per i prodotti acquistati dall’esterno)
- > Adesione a disciplinari di qualità (ad es. DOP, IGP, STG): Si valorizza il prodotto ortofrutticolo sulla base di un mix di proprietà (del prodotto e dei processi) legati ad un territorio e alle sue caratteristiche pedoclimatiche, soprattutto per l’ortofrutta da consumo fresco.
- > Ricorso a un sistema agricolo di tipo integrato (agricoltura integrata) caratterizzato da una produzione a basso impatto ambientale che prevede un ricorso minimo a quei mezzi tecnici che hanno ricadute negative sull’ambiente e sulla salute dei consumatori. Ciascuna azienda potrà, ad esempio, adottare quanto segue :
 - ✓ Rotazione colturale al fine di prevenire e/o sopprimere organismi nocivi.
 - ✓ Prevenzione della diffusione di organismi nocivi mediante misure igieniche (per esempio pulitura regolare delle macchine e delle attrezzature), ciascuna azienda adotterà una particolare prevenzione della diffusione di eventuali microorganismi nocivi per l’ambiente esterno, mediante la pulitura ed il lavaggio delle macchine e delle attrezzature dopo le lavorazioni ad esempio con idro - pulitrice ad alta pressione.
 - ✓ Monitoraggio con adeguati metodi e strumenti degli organismi potenzialmente nocivi, in tale ottica gli organismi nocivi, saranno monitorati mediante pratiche agronomiche preventive mirate, quali ad esempio l’impiego di cultivar certificate resistenti, anticipo o ritardo di semina o trapianto, in modo da consentire alla pianta di sfuggire ai parassiti quando la loro presenza è particolarmente legata alle condizioni atmosferiche del periodo e mediante la giusta applicazione di rotazioni colturali.
- > Partecipazione comune ad eventi, fiere, mostre ed altre manifestazioni nelle quali si realizzano iniziative di carattere promozionale tese a valorizzare la produzione, l’immagine e la professionalità delle imprese aderenti. Alcuni esempi di iniziative di comunicazione / valorizzazione: partecipazione ad eventi come feste, degustazioni, giornate speciali dedicate a determinati prodotti ecc. - partecipazione a fiere - iniziative per le scuole (es. “adotta un’azienda agricola, un frutteto”; “merenda al farmer shop” ecc.)

3. Monitoraggio degli impegni assunti nella cooperazione

Si rileva fondamentale la presenza di un “manager di rete” che ,oltre a svolgere attività di rappresentanza della rete stessa, pianifica le strategie e controlla i risultati monitorando gli impegni assunti da ciascuna impresa partecipante.

Come aiuto al controllo della cooperazione possono essere utili i seguenti strumenti:

- > business plan
- > relazioni trimestrali sui progressi del progetto
- > piano budget.