



PIN

POLO
UNIVERSITARIO
CITTÀ DI PRATO

SERVIZI DIDATTICI
E SCIENTIFICI
PER L'UNIVERSITÀ
DI FIRENZE

Programma di sviluppo rurale (Psr) del FEASR 2014-2020

RELAZIONE TECNICA FINALE GO-PEI MOVITO

MONITORAGGIO DELL'ANDAMENTO DI MERCATO DEI PRINCIPALI VINI TOSCANI A DENOMINAZIONE E BENCHMARKING ECONOMICO DI FILIERA PER LA GESTIONE DELLE POLITICHE DI MERCATO

Capofila: PIN scarl

A cura di Dr. Daniela Toccaceli PhD, Responsabile del PS-GO





1. Partenariato, ruoli e attività svolte

Partenariato

Coordinatore e partner scientifico (Leader): PIN SCRL (Ricerca /Research)

Responsabile del GO: Dr. Daniela Toccaceli PhD

Responsabile scientifico: prof Alessandro Pacciani

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

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

Ruoli e attività svolte

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, informazione e divulgazione (misura 1).

Imprese agricole: hanno collaborato alla rilevazione dei costi di produzione e validato la scheda di auto-rilevazione dei costi. Hanno collaborato con il Consorzio di riferimento per la messa a punto delle innovazioni. Hanno collaborato con il coordinatore alle attività di divulgazione, in particolare hanno accolto le visite aziendali dando dimostrazione dei propri metodi di rilevazione dei costi.

Consorzi: nell'ambito delle azioni congiunte del partenariato hanno cooperato alla messa a punto delle innovazioni. Nell'ambito della propria Denominazione, hanno implementato le innovazioni incorporate nei nuovi sistemi informatici adottati. Ciascuno ha svolto l'animazione verso le imprese associate per trasferire l'innovazione. Hanno collaborato con il coordinatore alle attività di divulgazione.

Cabina di regia: composta da tutti i partner, 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. Hanno partecipato uno o più rappresentanti di ciascun partner e il referente scientifico di PIN Prof Alessandro Pacciani e sono intervenuti i più volte i fornitori tecnici. 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.



2. Innovazioni messe a punto e trasferite

Un sistema di innovazioni

Le oscillazioni del mercato e 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.

Il partenariato ha operato per dotare i Consorzi di strumenti adeguati a migliorare la conoscenza del sistema informativo e gestire la Denominazioni in modo tale da contrastare gli effetti delle fluttuazioni.

Ciò è stato possibile grazie alla messa a punto e introduzione di un sistema di innovazioni organizzative - sia a scala di Consorzio, sia a scala di singole aziende associate - collegate tra sé e complessivamente funzionali al raggiungimento dello scopo finale, illustrate nella Figura 1, per indicarne l'interdipendenza reciproca e nella Figura 2 per indicare la consecuzione che porta al risultato finale di equilibrio, stabilità di mercato e incremento di valore della filiera.

Figura 1- Il sistema delle innovazioni MOVITO. Fonte: elaborazione dell'autrice

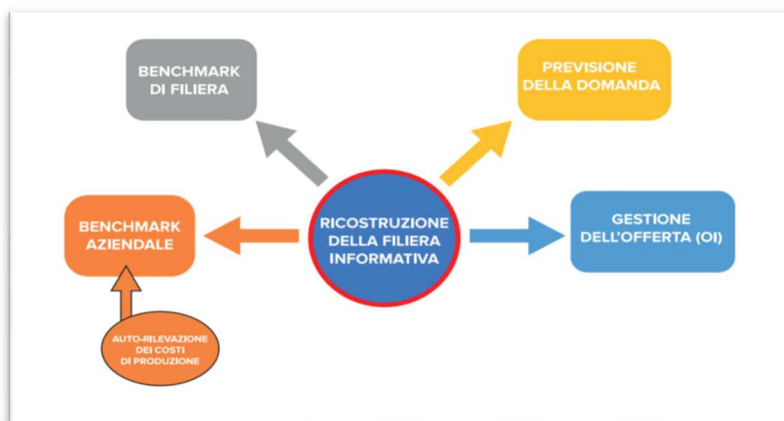
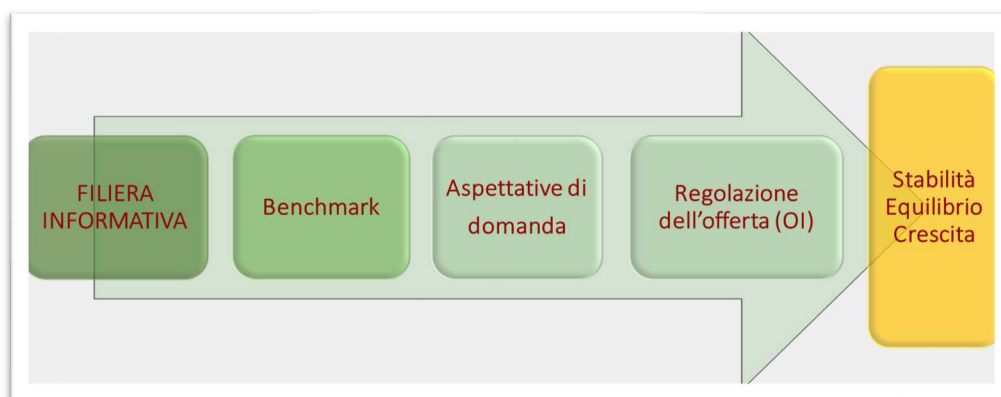


Figura 2 - Un sistema di innovazioni consecutivo e integrato. Fonte: elaborazione dell'autrice





La prima innovazione in ordine logico e temporale è rappresentata dal complesso di azioni, metodi e strumenti che consentono 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 giungere complessivamente al conseguimento dell’obiettivo finale.

È palese che si tratta di un processo complesso e articolato che richiede un’ampia corralità di azione e coinvolgimento.

Ricostruzione della filiera informativa

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.

I partner hanno cooperato per mettere a punto la progettazione del sistema di monitoraggio degli andamenti produttivi e di mercato.

È stato compito del capofila:

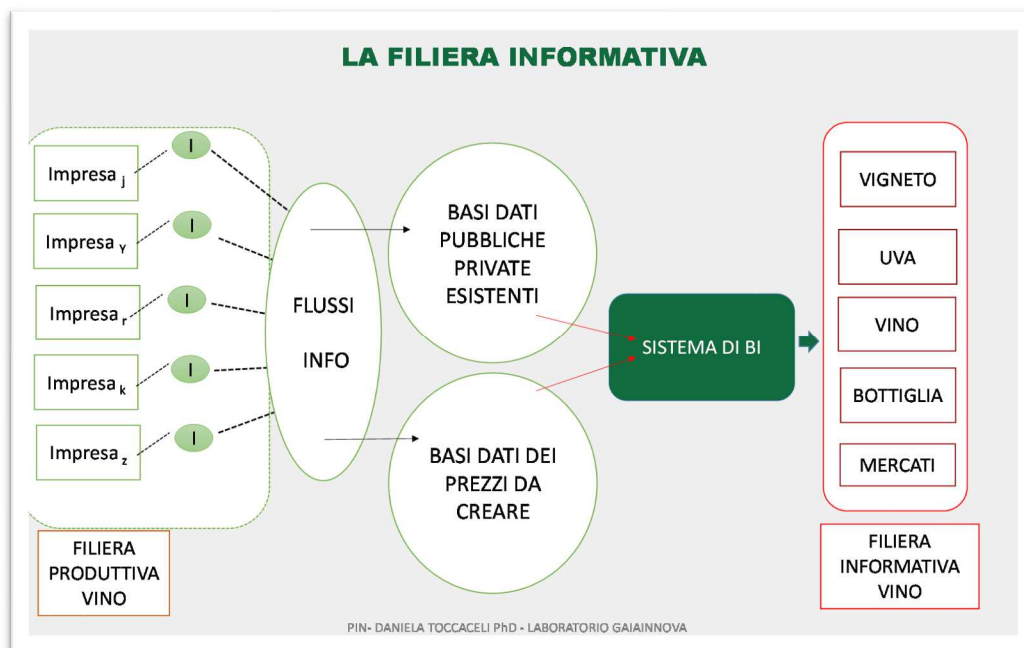
- Identificare tutte le fonti dei dati pubblici e privati necessarie
- Interloquire con i detentori delle basi dati per renderne possibile l’accessibilità per la prima lettura e per la successiva informatizzazione
- Coordinare il partenariato per l’identificazione dei fornitori dei servizi informatici di rilevazione dei prezzi e di BI
- Verificare con il fornitore del servizio BI e con ciascun Consorzio l’usabilità e attendibilità del dato
- Dare al fornitore della BI l’architettura di base del sito web in cui risulta la BI
- Dare al fornitore del sistema di rilevazioni dei prezzi le specifiche di rilevazione comuni

È stato compito dei Consorzi:

- Svolgere l’animazione degli associati
- Costruire il panel di rilevazione
- Assistere gli associati all’introduzione dell’innovazione



Figura 3 – La filiera informativa. Fonte: elaborazione dell'autrice.



Schemi per l'interpretazione dei dati ai fini dell'utilizzo da parte dei Consorzi

La seconda tappa è consistita nell'impostare il sistema di BI 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, per ciascuna fase della filiera:

- Secondo gli andamenti congiunturali
- rispetto alle principali dinamiche evolutive
- rispetto a ciascuna fase del processo, dalla produzione di uva, all'uscita della bottiglia dalla cantina

Un particolare approfondimento è stato dedicato alla rappresentazione visiva della collocazione del prodotto a scala globale, con i relativi prezzi. Questa innovazione è perciò incorporata nel sistema di business intelligence che è stato personalizzato per ciascun Consorzio, di cui si riportano alcune schermate a titolo esemplificativo. Si sottolinea tuttavia che l'innovazione non coincide con lo strumento tecnico che la rende disponibile, ma con il nuovo processo organizzativo che ha permesso di progettarlo e porlo in uso.

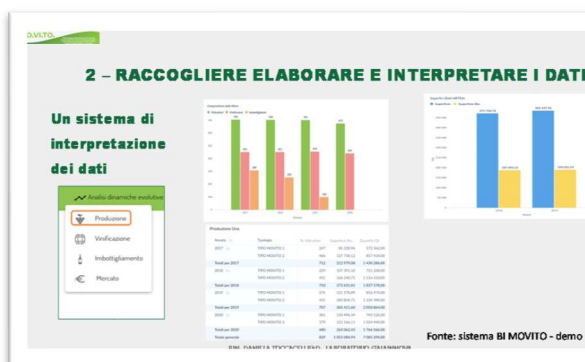
Figura 4-Schemi interpretativi dei dati. Fonte: elaborazione dell'autrice



PIN

POLO
UNIVERSITARIO
CITTÀ DI PRATO

SERVIZI DIDATTICI
E SCIENTIFICI
PER L'UNIVERSITÀ
DI FIRENZE



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.

È compito dei Consorzi verificare e rielaborare i dati (attraverso la BI) e distribuire informazioni aggregate, che ritornano sia agli Organi decisionali dei Consorzi, sia alle aziende, che le possono utilizzare come indicatori di benchmark con riferimento tanto alla presenza sul mercato, quanto alla propria efficienza produttiva e organizzativa.

I dati commerciali che interessano sia l'andamento dei mercati di destinazione - consolidati ed emergenti con i relativi indicatori di prezzi - sia i canali commerciali, sono informazioni preziose che ciascuna azienda può utilizzare per confrontare i propri andamenti e scegliere le future strategie.

Il sistema restituisce un prezzo di sintesi come indicatore di riferimento, ciò 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 supportare questo tipo di analisi, è stato sviluppato un ulteriore aspetto. Non tutte le aziende agricole sono obbligate 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 predisposto un sistema di



auto-analisi della redditività aziendale e una scheda 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.

Figura 5 - Schemi sintetici per benchmark aziendale Fonte: elaborazione dell'autrice



Metodo di previsione della domanda

L'utilizzo dei dati per prevedere la domanda che si formerà sul mercato è uno degli elementi fondamentali da conoscere 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.

Strumenti di gestione dell'offerta

La gestione del potenziale produttivo, la variazioni delle rese, l'anticipo o posticipo di immissione sul mercato e lo stoccaggio, sono già da tempo nella prassi di utilizzo dei Consorzi, in rispetto della disciplina regionale in materia.

Separare la "vecchia" strumentazione già in uso presso tutti i Consorzi dalle possibilità aperte dal nuovo regolamento europeo sulle Organizzazioni interprofessionali, ha evidenziato come la forma organizzativa assunta dal soggetto incaricato della gestione della Denominazione



condizioni il tipo di strumenti che possono essere utilizzati per gestire l'offerta e perseguire l'equilibrio di mercato.

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 indicati dall'art 157, 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 al recepimento da parte della normativa nazionale.

3. Metodologie seguite e tempistica

Tempi di attuazione del progetto: gennaio 2020- gennaio 2023

Metodologie per la conduzione del progetto

Per il coordinamento e il monitoraggio del progetto, la metodologia scelta è stata quella di responsabilizzare ciascun partner formando una CABINA DI REGIA del progetto alla quale tutti hanno partecipato. La cabina di regia ha adottato decisioni riguardo alla concreta conduzione del progetto, all'analisi delle difficoltà incontrate, alla scelta dei tentativi di soluzione. La Cabina





è stata convocata e coordinata dalla RP, sempre assistita dal responsabile scientifico e nei momenti opportuni dai fornitori tecnologici, nonché dalla struttura tecnico amministrativa di PIN per gli aspetti di competenza.

Il metodo di animazione del partenariato, diversamente da quanto previsto, in periodo pandemico ha privilegiato ogni occasione di contatto diretto, telefonico, o incontri a distanza su piattaforma Google Meet per gli incontri congiunti o le questioni più complesse, in misura minore WhatsApp, solo per le comunicazioni più rapide.

Metodologie per la messa a punto delle innovazioni

Per quanto riguarda la messa a punto delle innovazioni e il loro trasferimento, la metodologia si è basata sulla preliminare analisi congiunta sulla forma dell'innovazione da introdurre, in stretto coordinamento con RP e con il responsabile scientifico, per poi dirigersi verso una riflessione interna e chiusa nei diversi Consorzi che hanno caratteri e problematiche molto diversificate tra sé.

Ciascun Consorzio ha svolto in modo autonomo l'animazione verso i propri associati, per stimolare la partecipazione all'introduzione dell'innovazione e soprattutto in questa fase iniziale, alla rilevazione delle informazioni.

Metodologie per le attività di informazione, formazione e disseminazione

- Workshops sul sistema di auto-rilevazione dei prezzi di vendita: la metodologia di incontro formativo operativo in aula informatica di PIN (poiché l'innovazione è incorporata in un sistema informatico) non ha potuto essere utilizzata a causa delle restrizioni in periodo pandemico, pertanto si è optato per la FAD, quale unica modalità possibile per la prima tematica di workshops.
- Workshops su rilevazione dei costi e redditività dell'azienda vitivinicola si è basata su incontri in presenza, che hanno consentito di svolgere prove pratiche e discussione dei casi con i partecipanti
- Visite aziendali: una preliminare esposizione frontale per la presentazione dei principali temi trattati a cura del formatore; una breve presentazione da parte dell'azienda ospitante delle pratiche attuate in azienda; sulla base degli stimoli forniti dal formatore, scambi di esperienze tra i partecipanti e con l'azienda ospitanti discussione e sintesi finale, guidata dal formatore. Scambi spontanei durante i momenti di pausa.





4. Prodotti e risultati conseguiti

L'intero percorso di innovazione si concretizza in un sistema di rilevazione delle informazioni produttive e commerciali della filiera ed è "visibile" via web nel layout della BI, che esiste per ciascun Consorzio e nella versione dimostrativa per l'astratto consorzio MOVITO, messo a disposizione di PIN per ovvie ragioni di riservatezza. In tale sistema sono visibili anche gli indicatori necessari per l'analisi di benchmark di filiera e aziendali.

Un prodotto intermedio di assoluto valore è il sistema informatico che permette la raccolta, anonimizzazione e restituzione dei dati relativi a prezzi, canali di vendita e mercati di destinazione, che deve essere fornito da un panel di aziende campione per ciascun Consorzio, per poi confluire nella BI.

Gli approfondimenti realizzati rispetto ai costi di produzione, hanno dato luogo alla realizzazione di:

- Un report di analisi dei costi rilevati presso un campione di aziende
- Una scheda di auto-rilevazione dei costi di produzione vitivinicoli

Rispetto alle innovazioni messe a punto per essere introdotte nel seguito – metodo di previsione della domanda e organizzazioni interprofessionali - sono state realizzate una relazione tecnica professionale per ciascuna.

Con riferimento alle attività di formazione, informazione e divulgazione sono state realizzate le seguenti:

Tipo di evento	Titolo	Docente	N. eventi	Ore	Persone formate
Workshop	Uso del software per la creazione di un database dei dati di vendita relativo ad una denominazione	Luigi Corna	9	36	95
Workshop	Redditività dell'azienda agricola e costi di produzione	Daniela Toccaceli	3	12	29
Visite aziendali	Conoscerci per decidere	Eliano Biagioni	4	32	52
Incontri tematici	Prezzi e costi: come affrontare il mercato dei vini a denominazione di origine	Daniela Toccaceli	7	28	120
Presentazione Pubblica	Monitorare prezzi e costi delle filiere dei vini a DO toscani per valorizzare le denominazioni	Daniela Toccaceli	1	4	20
Presentazione Pubblica	Il percorso di innovazione organizzativa dei vini toscani a DO: dal monitoraggio della filiera alla OI	Daniela Toccaceli	1	4	20
totali			25	116	336

I prodotti collegati alle suddette attività sono i seguenti:

Workshops: relazioni dei docenti





PIN

POLO
UNIVERSITARIO
CITTÀ DI PRATO

SERVIZI DIDATTICI
E SCIENTIFICI
PER L'UNIVERSITÀ
DI FIRENZE

Visite aziendali: relazione del docente e opuscolo “conoscersi per decidere”

Incontri tematici: relazione del docente

Presentazioni pubbliche: per sintetizzare i risultati finali del progetto: un opuscolo, un poster, un poster roll up.

All'avvio del progetto sono stati prodotti una brochure, un poster e un poster roll up con obiettivi e azioni del progetto.

Tutti i prodotti sono visibili attraverso il sito web o accessibili presso PIN.

5. Ricadute economiche e ambientali

La tematica di riferimento del PS GO è la n. 13. Monitoraggio e benchmarking aziendali e di filiera sia tecnico che economico. Le ricadute del progetto hanno una valenza economica che investe direttamente i produttori vitivinicoli toscani delle Denominazioni partner del GO PEI MOVITO.

Lo scopo ultimo del progetto è quello di perseguire con maggiore efficacia l'equilibrio di mercato. La stabilità di mercato consente di programmare azioni per la crescita in valore della filiera. Effetto congiunto di tale processo è anche quello di limitare gli squilibri interni alla filiera, che notoriamente vanno a svantaggio delle imprese che operano a monte del processo produttivo agricolo.

Non ultimo, si sono sviluppati metodi di auto rilevazione dei costi di produzione che non rappresentano una innovazione in sé ma nel fatto di iniziare ad essere correttamente utilizzati da parte delle aziende agricole con lo scopo di condurre in modo efficace il benchmark con il mercato e di aumentare consapevolmente l'efficienza dei propri processi produttivi.





6. Spese sostenute per l'attuazione del PS-GO

Si riporta nella tabella seguente la spesa ammessa e la spesa a consuntivo per partner, rispetto alle misure attuate:

CODICE PARTNER	MISURE ATTUATE	SPESA AMMESSA	SPESA REALIZZATA
P 01	16.2, 1.1, 1.2, 1.3.	232.687	220.855
P02	16.2	6.000	7.096
P03	16.2	6.000	6.256
P04	16.2	16.666	17.522
P05	16.2	16.666	18.620
P06	16.2	16.666	19.362
P07	16.2	16.666	18.623
P08	16.2	16.666	17.441
P09	16.2	16.666	19.459
P10	16.2	16.666	19.632
totali		361.349	364.866

7. Quadro delle attività di trasferimento di conoscenze realizzate

Questa tipologia di attività è stata attuata attraverso le misure del gruppo 1 e il materiale relativo agli eventi è disponibile sul sito web <https://www.pin.unifi.it/progetti/mo-vi-to> o presso PIN. Le attività sono state divulgate attraverso il profilo Facebook.

a) Workshops

"SOFTWARE PER LA CREAZIONE DI UN DATABASE DEI DATI DI VENDITA RELATIVO AD UNA DENOMINAZIONE"

Relatore Gianluigi Corna di Maxidata

Obiettivo: fornire istruzioni operative per l'utilizzo del software che permette l'estrazione dei dati sui prezzi e la loro confluenza nel sistema di BI.

N. di workshops: 9 di cui 1 in presenza, e 8 in FAD

Totale ore erogate: 36

Totale persone formate: 95

RILEVAZIONE DEI COSTI E REDDITIVITA' DELL'AZIENDA VITIVINICOLA.





Relatore Dr. Daniela Toccaceli PhD, PIN srl

Obiettivo: fornire istruzioni operative per verificare la redditività dell'azienda agricola e la completa rilevazione analitica dei costi di produzione vitivinicola.

N. di workshops: 3 in presenza

Totale ore erogate: 12

Totale persone formate : 29

Supporto formativo: brochure "Materiale per le esercitazioni pratiche" su rilevazione dei costi e redditività dell'azienda vitivinicola

b) Visite aziendali

CONOSCERSI PER DECIDERE

Relatore Eliano Biagioni, formatore

Informazione e azione dimostrativa da parte delle due aziende partner verso i partecipanti rispetto alla corretta rilevazione della redditività aziendale e della rilevazione analitica dei costi di produzione vitivinicola.

n. di visite aziendali: 4 in presenza

Data	Luogo	Partecipanti
15/06/2021	Fattoria dei Barbi, Montalcino	14
16/06/2021	Fattoria dei Barbi, Montalcino	10
21/06/2021	Catello di Poppiano, Montespertoli	14
22/06/2021	Catello di Poppiano, Montespertoli	14

Totale ore erogate: 32

Totale persone formate : 52

Supporto formativo: opuscolo "Conoscersi per decidere"

c) Incontri tematici

PREZZI E COSTI: COME AFFRONTARE IL MERCATO DEI VINI A DENOMINAZIONE DI ORIGINE

Relatore Dr. Daniela Toccaceli PhD, PIN srl

Nel contesto specifico di ciascun Consorzio partner, sono stati illustrati i risultati primari del progetto MOVITO (ricostruire la filiera informativa) 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





N. Incontri tematici 7, di 4 ore ciascuno, in presenza

Data	Luogo	Partecipanti
24/05/2022	Consorzio Vini di maremma, Grosseto	19
26/05/2022	Consorzio Vino Chianti Classico Sambuca (Fi)	18
31/05/2022	Consorzio Vino Chianti, Firenze	19
19/06/2022	Consorzio Vino Nobile di Montepulciano, Montepulciano (Si)	17
20/06/2022	Consorzio Vino Morellino di Scansano, Scansano (Gr)	18
23/06/2022	Consorzio Vino Brunello di Montalcino, Montalcino (Si)	16
29/06/2022	Consorzio Vino Vernaccia di San Gimignano, San Gimignano (Si)	13

Totale ore erogate: 28

Totale persone formate: 120

d) Presentazioni pubbliche

1°- MONITORARE PREZZI E COSTI DELLE FILIERE DEI VINI A DO TOSCANI PER VALORIZZARE LE DENOMINAZIONI

Incontro divulgativo con AVITO e i Consorzi Toscani dei Vini a Denominazione di origine e a Indicazione Geografica .

Relatore Dr. Daniela Toccaceli PhD, PIN srl

Per l'alta sensibilità verso il tema trattato, l'esigenza di sviluppare un progetto innovativo era maturata in seno ad AVITO, che era stato capofila della misura 16.1 utilizzata per approfondire il tema e mettere a punto il piano strategico (PS). Anche se, per ovvi motivi organizzativi, non tutti i Consorzi hanno potuto prendere parte diretta al GO, era stato richiesto che nel progetto fosse inserito uno specifico incontro finalizzato a dare ritorno alla totalità dei Consorzi toscani circa i risultati conseguiti dal progetto GO PEI.

Data: 12/12/2022 luogo: Consorzio Vino Chianti Classico, Sambuca (Fi) in presenza

Totale ore erogate: 4

Totale persone informate: 19

2°- IL PERCORSO DI INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA DEI VINI TOSCANI: DAL MONITORAGGIO DELLA FILIERA ALL'ORGANIZZAZIONE INTERPROFESSIONALE

Relatore Dr. Daniela Toccaceli PhD, PIN srl

Incontro divulgativo dei risultati complessivi del progetto. Le imprese e i Consorzi partecipanti hanno potuto conoscere e discutere le innovazioni organizzative messe a punto 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, la presentazione dei risultati del GO è stata collocata sia nel contesto dei GO toscani, sia delle prospettive dell'AKIS per il prossimo periodo di programmazione. Inoltre l'innovazione organizzativa relativa all'assunzione della forma di Organizzazione interprofessionale riconosciuta è stata collocata in una riflessione approfondita sull'evoluzione del contesto normativo e dei suoi atti applicativi in Italia.

Data: 25/01/2023 luogo: Regione Toscana, Palazzo Guadagni Strozzi Sacratì, Firenze in presenza e in modalità remota attraverso piattaforma Zoom.

Totale ore erogate: 4

Totale persone informate: 33

8. Considerazioni conclusive

I risultati finali del progetto non rappresentano la sua conclusione, ma la prima tappa su un percorso di innovazione che ha un orizzonte di medio periodo.

Il progetto ha visto cooperare i maggiori Consorzi dei vini toscani a Denominazione di origine per sviluppare e attuare - in collaborazione con il partner scientifico – un metodo comune di ricostruzione di una filiera informativa per ciascuna Denominazione. Questa è la base per fornire alle imprese e agli organi decisionali dei Consorzi informazioni aggregate necessarie per il benchmark aziendale e di filiera, secondo gli schemi messi a punto.

Inoltre, ciascun Consorzio ha potuto operare individualmente per adattare al proprio contesto produttivo e di mercato le innovazioni messe a punto. Ma sarà necessario ancora molto impegno per ampliare la base di imprese coinvolte nella rilevazione dei dati e poter accumulare la base informativa e validare le metodiche che permetteranno di usare i metodi di stima della domanda e di gestione dell'offerta secondo le nuove prescrizioni unionali. Infatti i risultati conseguiti dal partenariato sono di assoluta attualità se si considera che lo strumento giuridico per attuare in pieno il modello di innovazione organizzativa messo a punto dal PS GO è stato normato dal reg 2117 del dicembre 2021 e ancora non si dispone della norma di attuazione nazionale. L'innovazione organizzativa MOVITO ha preparato i Consorzi partner a dare attuazione all'innovazione istituzionale europea.

La specificità del progetto, che prevede una metodologia omogenea e il suo adattamento agli specifici contesti produttivi e di mercato di ciascuna Denominazione, consentirà anche ad altri Consorzi toscani, già destinatari di divulgazioni mirate, di usufruire del percorso innovativo messo a punto.

9. Sintesi del progetto

Il progetto si propone di rispondere a quesiti caratteristici per la gestione delle filiere dei vini a Denominazione di origine. A fronte delle oscillazioni di mercato e delle fluttuazioni dei prezzi, di quali strumenti possono dotarsi i Consorzi? Come costruire un adeguato sistema informativo per migliorare la conoscenza della produzione e del mercato? Come utilizzare i dati raccolti per il benchmark aziendale? E come utilizzarli per dare maggiore efficacia alla gestione dell'offerta?





Il GO MOVITO ha messo a punto e introdotto le innovazioni organizzative necessarie per ricostruire in modo adeguato il sistema informativo connesso a ciascuna filiera. Ha inoltre sviluppato gli schemi interpretativi utili per sviluppare il benchmark aziendale e di filiera. Infine ha messo a punto un metodo di stima della domanda e di gestione dell'offerta nel quadro delle regole dettate dal Reg (Ue) 2117/2021. Grazie al PS GO, i Consorzi partner sono in grado di realizzare in modo più efficace e consapevole gli obiettivi delle organizzazioni interprofessionali utilizzando gli strumenti messi a punto come innovazione organizzativa.

Il risultato finale atteso è la capacità di raggiungere e mantenere l'equilibrio di mercato per ciascuna filiera e lavorare infine per accrescere il valore di ciascuna filiera e di azienda vitivinicola: Brunello di Montalcino DOCG, Chianti DOCG, Chianti Classico DOCG, Morellino DOCG, Maremma DOC, Nobile di Montepulciano DOCG, Vernaccia di San Gimignano DOCG.

I Consorzi partner del GO sono avviati su un percorso di innovazione che continuerà a radicarsi e svilupparsi nei prossimi anni.

Il metodo sviluppato dal GO è utilizzabile anche da parte di altri Consorzi che possono adattare le innovazioni al proprio contesto specifico.

10. Abstract

The project aims to answer characteristic questions for the management of the supply chains of Denomination of Origin wines. In the face of market fluctuations and price fluctuations, what tools can Consortia adopt? How to build an adequate information system to improve knowledge of production and the market? How to use the data collected for the company benchmark? And how to use them to make supply management more effective?

OG MOVITO has developed and introduced the organizational innovations necessary to adequately reconstruct the information system connected to each supply chain. It has also developed the interpretative schemes useful for developing the company and supply chain benchmark. Finally, it has developed a method for estimating demand and managing supply within the framework of the rules dictated by Reg (EU) 2117/2021. Thanks to the PS GO, the partner Consortia are able to achieve the objectives of the inter-professional organizations more effectively and consciously using the tools developed as organizational innovation.

The expected final result is the ability to achieve and maintain market balance for each supply chain and finally work to increase the value of each supply chain and winery: Brunello di Montalcino DOCG, Chianti DOCG, Chianti Classico DOCG, Morellino DOCG, Maremma DOC, Nobile di Montepulciano DOCG, Vernaccia di San Gimignano DOCG. The Consortia are embarked on a path of innovation that will continue to take root and develop in the coming years. The method developed by the OG can also be used by other Consortia which can adapt the innovations to their specific context.

