

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BOLOGNA

Master Universitario II Livello

"Politiche Sociali e Direzione Strategica per lo Sviluppo

Sostenibile del Territorio"

CESTAS



TESINA DI LAVORO: PIANO DI DIREZIONE STRATEGICA
DELLA FATTORIA LOPPIANO

Tutore: Pietro Isolan

Laureanda: Alejandra Vàsquez Alvarado

2005 - 2006

Sommario

<u>Introduzione</u>	3
<u>CAPITOLO 1: DESCRIZIONE DEL CONTESTO DELLO STAGE</u>	5
<u>Presentazione Dell'azienda</u>	5
<u>Storia Della Azienda</u>	5
<u>La Mission</u>	7
<u>La Vision</u>	7
<u>Organigramma Fattoria Loppiano</u>	8
<u>Dimensione Territoriale</u>	9
<u>Dimensione Economica</u>	13
<u>Dimensione Umana</u>	17
<u>Dimensione Sociale E Istituzionale</u>	19
<u>ANALISI SWOT</u>	22
<u>Analisi Interno</u>	22
<u>Analisi Esterna</u>	23
<u>Modello di Gestione</u>	25
<u>CAPITOLO 2: OBIETTIVI DELLO STAGE</u>	27
<u>OBIETTIVO GENERALE</u>	27
<u>OBIETTIVI SPECIFICI</u>	27
<u>CAPITOLO 3: METODOLOGIA</u>	28
<u>CAPITOLO 4: RISULTATI RAGGIUNTI</u>	30
<u>CAPITOLO 5: VALUTAZIONE CRITICA SULL'UTILITÀ DELLO STAGE</u>	31
<u>Bibliografia</u>	32

Il concetto di sviluppo umano

Il primo Rapporto UNDP¹ si apre con queste parole:

"Questo Rapporto si occupa della gente e del modo in cui lo sviluppo ne amplia le scelte. Si occupa di questioni che vanno al di là di concetti quali crescita del PIL², reddito e ricchezza, produzione di beni e accumulazione di capitale. La facoltà di una persona di avere accesso a un reddito rappresenta una di queste possibilità di scelta, ma non la somma totale delle aspirazioni umane (Rapporto n. 1, 1990)".

Introduzione

L'idea di realizzare uno stage in una piccola azienda agricola della regione Toscana è nata dall'esigenza di dare risposta ad una domanda: Come si realizza lo *Sviluppo Umano Sostenibile*³ in maniera empirica?

Durante le lezioni del master ho avuto la possibilità di imparare ed analizzare le teorie dello sviluppo, di conoscere metodi, tecniche per l'ideazione, realizzazione, monitoraggio e valutazioni dei programmi di promozione dello sviluppo sostenibile, e apprendere teoricamente come si realizza la direzione strategica delle istituzioni che promuovono lo sviluppo territoriale.

Ritenendo di primaria importanza confrontare la teoria con l'evidenza empirica, mi sono interessata alla conoscenza del funzionamento di una organizzazione che mi mostrasse un modello di sviluppo basato sulle proprie forze (empowermet)⁴ cioè nella crescita del proprio potenziale.

In questi ultimi anni sono venuta a conoscenza di un'interessante progetto che dà una proposta di soluzione al problema della povertà, portando avanti uno sviluppo umano sostenibile. Sono le aziende di "Economia di Comunione". Questa nuova maniera di fare impresa è stata proposta nel 1991 come una risposta al problema della povertà nelle favelas brasiliane, che successivamente si è diffusa in tutto il mondo.

È una proposta di Chiara Lubich⁵ che propone una nuova cultura, *la cultura del dare*, e che prende in considerazione l'essere umano non solo come un fattore produttivo, ma come un protagonista dell'agire economico.

In queste aziende il lavoro è vissuto (sperimentato) come una "realizzazione", i guadagni dell'impresa sono distribuiti in maniera equa, con una divisione dei redditi in tre parti: una parte per le persone in difficoltà economica, un'altra per la formazione di persone che desiderano liberamente imparare la cultura del dare, e una per il continuo miglioramento dell'azienda, perchè possa dare risposte con prodotti e servizi di alta qualità ai diversi "stakeholders" (portatori di interesse: clienti, fornitori, società, istituzioni, concorrenza, ecc.).

Le aziende dell'Economia di Comunione stanno facendo grandi passi avanti nel riconoscere il fine principale dello sviluppo, che comprende gli spazi che includono le opzioni, le scelte a disposizione della gente, la formazione e il potenziamento delle capacità umane.

¹ UNDP United Nations Development Programme <http://www.undp.org/>

² PNL Prodotto Interno Lordo

³ Il paradigma dello sviluppo umano sostenibile da valore alla vita umana in se stessa. La vita umana non viene considerata infatti solo come produttrice di beni materiali. Human Development Report 1994 *New dimensions of human security*.

⁴ Empowermet: letteralmente "accrescere in potere", consiste essenzialmente nella crescita costante, progressiva e consapevole delle potenzialità degli esseri umani, accompagnata da una corrispondente crescita di autonomia ed assunzione di responsabilità.

⁵ L'Economia di Comunione, ideata da **Chiara Lubich** Fondatrice e presidente del movimento dei focolari <http://www.edc-online.org>

Alla fine di questo tirocinio sono arrivata alla conclusione che esistono alternative per realizzare un vero sviluppo umano sostenibile.

Svolgendo lo stage nella prima delle aziende di Economia di Comunione, ho potuto conoscere e approfondire anche l'essenza e le basi del progetto stesso, in cui si parte dal presupposto che la persona, anche se in diversi contesti sociali, ha in se stessa le capacità per sostenere il suo proprio sviluppo, migliorando le sue condizioni di vita.

Ne è dimostrazione il fatto che le aziende dell'economia di comunione sono presenti e in crescita a tutte le latitudini, dal Sud America all'Africa all'Europa. Attualmente esistono circa 900 imprese sparse in tutto il mondo

CAPITOLO 1: DESCRIZIONE DEL CONTESTO DELLO STAGE

Presentazione dell'Azienda

La Fattoria Loppiano Società agricola Cooperativa

L'Azienda è sita nella Regione Toscana, in provincia di Firenze nel comune di Incisa Valdarno Loc. Tracolle.

Ha una estensione totale di ha 221.36.95, la superficie agricola utilizzabile (S.A.U.) è di ha 178.86.24, mentre l'area boschiva e a pascolo è pari ad ha 42.50.71.

Indirizzo Produttivo

L'attuale indirizzo dell'azienda è di tipo viti-olivicolo cerealicolo con attività di agriturismo.

Storia della Azienda

La Fattoria durante i primi giorni del mese di Gennaio 2005 ha acquisito dalla Cooperativa Loppiano Prima srl, il ramo di azienda rappresentato dall'attività agricola (compresi tutti i rapporti di lavoro dipendente) e agrituristica e, sempre dalla stessa, ha preso in locazione i fondi agricoli costituiti dai terreni e dai relativi immobili rurali e annessi agricoli.

L'attuale fattoria conserva come patrimonio i valori e la storia della Cooperativa Loppiano Prima, che ha portato con se una nuova maniera di fare impresa, ispirata alle proposte di Chiara Lubich fondatrice del Movimento dei Focolari.

La prima esigenza di realizzare queste proposte venne ad un gruppo di persone impegnate nella vita professionale, sociale, associativa e di volontariato, che nel 1967 avevano avuto l'idea di creare una serie di cooperative nei diversi settori della produzione e nelle varie regioni d'Italia.

Pochi anni prima era stata fondata la cittadella di Loppiano, uno dei centri del movimento dei focolari, grazie alla donazione di circa 100 ha di terreno, nei quali erano presenti vigneti e oliveti abbandonati da alcuni anni, alcune case e piccole strutture agricole.

Una delle prime esigenze fu quella di bonificare e mantenere i terreni abbandonati. Venne così l'idea di creare una Cooperativa agricola: per questo nel '73 fu acquistata un'azienda vinicola chiamata "Tracolle" (sempre a Loppiano), completa di cantine, magazzini e strutture sufficienti per intraprendere un'attività agricola.

Il 19 maggio 1973 viene costituita la Cooperativa Loppiano Prima, il cui nome sta a significare non che vuole essere unica o esclusiva, ma la prima di tante iniziative. L'esigenza di creare un'azienda agricola, infatti, combaciava con l'idea venuta ai "volontari", che la costituirono sotto forma di cooperativa, avendo come scopo: creare rapporti genuini tra i soci, dove il lavoro è vissuto come una realizzazione umana.

La scelta per la forma della cooperativa venne spontanea proprio per le caratteristiche che consentiva di sviluppare. In particolare: principio della mutualità, nessun dividendo da poter ripartire tra i soci, parità di diritto di voto in assemblea, autogestione; inoltre il rapporto tra le persone è preminente rispetto a quello fra persona e capitale.

Nel '74 pur non essendoci ancora una infrastruttura efficiente, era molto forte la volontà di riportare l'azienda in condizioni di essere produttiva. I terreni abbandonati da diversi anni infatti erano in una situazione disastrosa, e i mezzi erano scarsissimi (era presente un solo trattore). Solo le fortissime motivazioni e l'impegno anche economico, oltre che operativo, messo dai primi soci ha permesso che l'azienda nascesse.

Grazie alla volontà di voler vivere con giustizia, all'interno della cooperativa si cerca di tener conto nei salari delle necessità di ciascuno, del numero di figli, degli spostamenti, della salute. Si è istituito oltre allo stipendio sindacale anche un *salario familiare* per aiutare quelle famiglie con maggior difficoltà economica.

La Cooperativa fece la scelta di assumere i contadini (ex mezzadri) che erano presenti sui terreni con le loro famiglie da più di 100 anni, acquisendo tutto il bagaglio di esperienza di chi è presente da generazioni su un territorio. Con loro si sono creati rapporti umani genuini, nonostante la diversità d'idee politiche e religiose, infatti c'era una speciale convivenza tra credenti e non credenti. All'inizio della giornata ci si trovava per mettersi d'accordo su come lavorare durante il giorno, fatto questo che interrompeva per loro una storia di sottomissione incondizionata ai padroni.

Fin dal momento della nascita della Cooperativa fu promossa una forma di azionariato diffuso tra le persone che volevano aderire ai principi e al modo di lavorare e produrre dell'azienda. Partendo dai 100 soci iniziali, si arrivò così ad avere oltre 4000 soci che hanno sostenuto l'azienda in fase iniziale con le quote di iscrizione, e la sostengono tuttora con l'acquisto dei prodotti e la collaborazione occasionale in alcuni momenti dell'anno.

Con i soci sostenitori esiste un rapporto che ha una impronta di massima fiducia, nel momento della vendemmia un socio della cooperativa dice: "Sono momenti d'incanto, di lavoro duro ma gioioso, di comunione. I soci che partecipano, si fanno accompagnare da amici e conoscenti che, a contatto col clima d'amore reciproco, spesso risolvono problemi personali, oppure riacquistano fiducia nella vita. Vengono persone anche di ideologie diverse -continua- e restano positivamente colpite dal nostro modo di lavorare, a misura d'uomo."

Quest'azienda è frutto di una profonda collaborazione in cui, pur essendo numerosi e con poche risorse economiche, si è costruito qualcosa di solido, in quanto ogni attore ha lavorato con tutto l'impegno, mettendo a disposizione tutte le sue competenze. In questo tipo di scelte si nota la coerenza tra il credere e il fare.

La mission

La nostra azienda cooperativa opera per la produzione e il commercio di prodotti e servizi agricoli e agrituristici, promuovendo la massima cooperazione ed equità sociale tra tutti i soggetti dell'attività economica, dentro un quadro di sviluppo sostenibile del territorio che ci accoglie.

Ricercando il controllo totale della genuinità e della qualità del prodotto a favore della salute dell'uomo, con la più alta attenzione all'ecosistema ambientale, la Cooperativa vuole contribuire ad affermare un'agire economico responsabile, eticamente corretto, nel pieno rispetto dell'ordinamento, al servizio dei soci e per il bene della più ampia comunità sociale con cui interagisce sul territorio, per favorire la coesione sociale e la condivisione delle risorse con chi è nel bisogno.

Dalla sua origine, la Cooperativa aderisce al Movimento internazionale per una Economia di Comunione⁶, che ispira l'iniziativa di aziende e imprese in tutto il mondo per concorrere a edificare una società più giusta e fraterna.

La vision

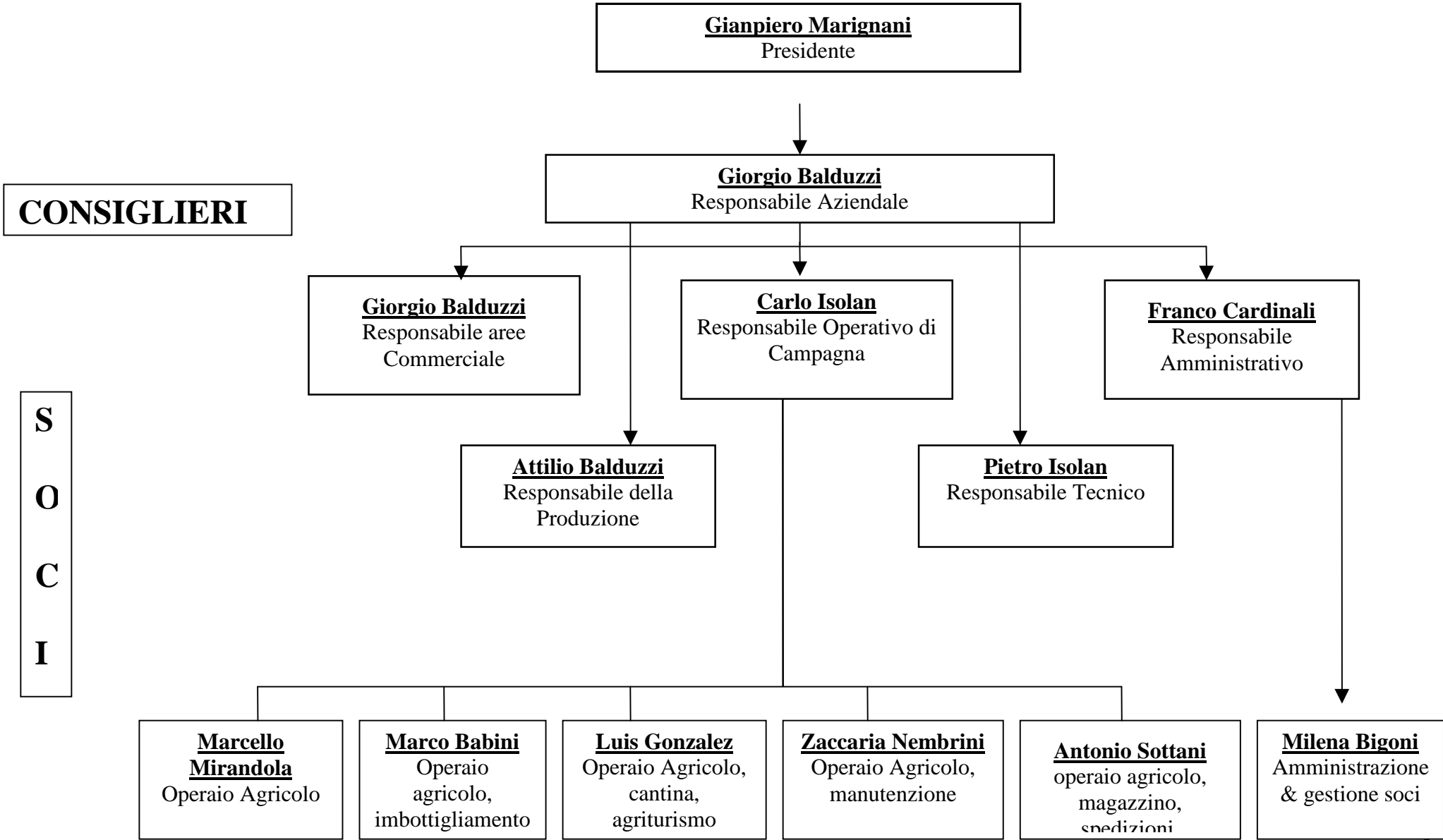
Essere un'impresa esempio del come lavorare nel mondo rurale, fare fruire la società delle risorse naturali che vengono gestite, dei prodotti e dei servizi, apportando un beneficio, integrando gli stakeholders nella formazione e nell'avvicinamento al mondo rurale, attraverso le produzioni, il turismo agricolo e le attività complementari come il recupero delle tradizioni e il rispetto dell'ecologia.



⁶ L'**Economia di Comunione (EdC)** è un progetto che coinvolge imprese dei cinque continenti. I proprietari di aziende che liberamente aderiscono al progetto, decidono di mettere in comunione i profitti dell'azienda secondo tre scopi e con pari attenzione:

- ❑ Aiutare le persone in difficoltà, creando nuovi posti di lavoro e sovvenendo ai bisogni di prima necessità, iniziando da quanti condividono lo spirito che anima il progetto;
- ❑ Diffondere la "**cultura del dare**" e dell'amore, senza la quale non è possibile realizzare un'**Economia di Comunione**;
- ❑ Lo sviluppo dell'impresa, che deve restare efficiente pur se aperta al dono.

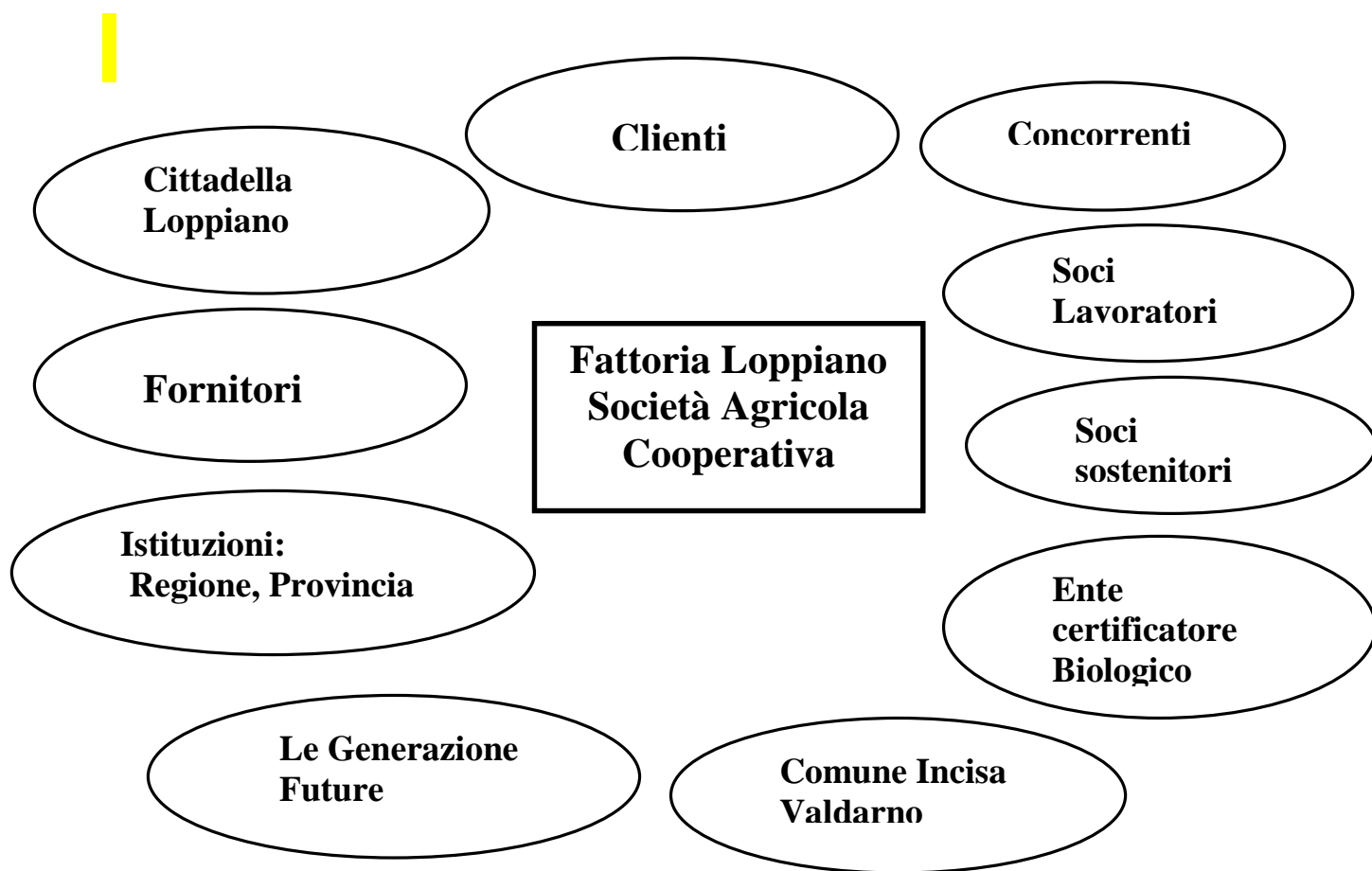
Organigramma Fattoria Loppiano



Dimensione Territoriale

Secondo un approccio dello sviluppo sostenibile, il territorio può essere rappresentato come un sistema locale di produzione, inteso come un insieme di risorse che costituiscono un patrimonio. Che devono essere adeguatamente conservate e anzi promosse e incrementate per potere fruire nel lungo periodo e soddisfare un insieme di bisogni.

Nella dimensione territoriale dell'azienda sono presenti i "portatori di interesse" o "stakeholders"⁷ sono dei soggetti, sia interni che esterni all'organizzazione, che sono influenzati o influenzano l'attività dell'azienda, durante il suo normale operare sul mercato: dai rapporti con i fornitori per la ricerca e l'acquisto delle materia prime, alle relazioni coi propri clienti durante la vendita, il pagamento dei beni/servizi ceduti/erogati e l'eventuale assistenza post-vendita.



⁷ Uno dei capisaldi della teoria della Responsabilità Sociale di Impresa (Corporate Social Responsibility) è che l'azienda non è un'entità a se stante, bensì è un'organizzazione che vive di rapporti, di relazioni con una serie di soggetti o "attori sociali" con i quali condivide degli interessi.

Territorio dell' azienda

Il territorio⁸ della Fattoria Loppiano, ha una superficie catastale di ha 97.77.60 di cui 15.71.00 coltivati a vigneto, ha 14.40.50 ad oliveto, ha 41.06.10 a seminativo ed ha 5.50.00 di incolti. La stessa cooperativa ha inoltre in affitto ulteriori 130 ha di terreno coltivati a vigneto, oliveto e seminativo per un totale di ha 221.36.95.

Vigneto Specializzato

Il vigneto specializzato come le altre colture è composto da più corpi. Le cultivar presenti sono quelle tipiche del vino Chianti quali Sangiovese, Trebbiano, Malvasia, Lanaiolo, oltre a cabernet e merlot, con produzioni medie di circa 70 quintali ad ha.

Oliveto Specializzato

Gli oliveti specializzati dell'azienda sono in parte costituiti da vecchi impianti rigenerati dopo le gelate del 1985. Le piante produttive di età variabile sono ad oggi circa 7000. Gli oliveti hanno un carico medio di 250 piante ad ettaro.

Seminativo Semplice

Circa 80 ha di seminativo sono coltivati in rotazione a farro, grano duro e proteiche quale il favino, meno una percentuale del 10% circa che viene lasciata a riposo rotazionale.

Terreni Incolti

Con questa qualità sono stati classificati tutti i terreni che non possono essere utilizzati ai fini agricoli.

Bosco

Il paesaggio forestale che attualmente si presenta è caratterizzato da formazioni di latifoglie e in alcune zone circoscritte, di conifere.

⁸ Anexo 1 Carta del Territorio Aziendale.

Analisi delle Risorse Naturali

Tra le risorse naturali principali dell'azienda sono presenti: terra, acqua, clima. nel seguente quadro si illustra la disponibilità di uso della risorse, la qualità ed utilità nel processo produttivo.

	Disponibilità della Risorse	Qualità della risorse	Utilità nel processo produttivo																																	
Terra	<p>L'ordinamento colturale dell'azienda è il seguente:</p> <table> <tr> <td>Vigneto specializzato</td> <td>ha</td> <td>29.70.07</td> </tr> <tr> <td>Oliveto</td> <td>ha</td> <td>41.03.61</td> </tr> <tr> <td>Seminativo</td> <td>ha</td> <td>81.75.92</td> </tr> <tr> <td>Seminativo arborato</td> <td>ha</td> <td>7.08.35</td> </tr> <tr> <td>Pascolo</td> <td>ha</td> <td>16.43.71</td> </tr> <tr> <td>Pascolo arborato</td> <td>ha</td> <td>2.84.58</td> </tr> <tr> <td>Bosco alto fusto</td> <td>ha</td> <td>0.25.60</td> </tr> <tr> <td>Bosco misto</td> <td>ha</td> <td>13.25.40</td> </tr> <tr> <td>Pascolo cespugliato</td> <td>ha</td> <td>6.81.80</td> </tr> <tr> <td>Bosco ceduo</td> <td>ha</td> <td>5.71.91</td> </tr> <tr> <td>totale di</td> <td>ha</td> <td>221.36.95</td> </tr> </table>	Vigneto specializzato	ha	29.70.07	Oliveto	ha	41.03.61	Seminativo	ha	81.75.92	Seminativo arborato	ha	7.08.35	Pascolo	ha	16.43.71	Pascolo arborato	ha	2.84.58	Bosco alto fusto	ha	0.25.60	Bosco misto	ha	13.25.40	Pascolo cespugliato	ha	6.81.80	Bosco ceduo	ha	5.71.91	totale di	ha	221.36.95	<ul style="list-style-type: none"> • Giacitura collinare con pendenza lieve. Alt. 250 m sul livello del mare. • Componente argillosa dei terreni, adatta per la coltivazione di vite e olivo • Buona presenza di sostanza organica, mantenuta con la pratica del sovescio e della trinciatura delle stoppie 	<ul style="list-style-type: none"> • Territorio vocato alla produzione di vite, olivo e cereali o leguminose a buona rusticità • Il terreno si presta alla rotazione, anche per il mantenimento della sostanza organica
Vigneto specializzato	ha	29.70.07																																		
Oliveto	ha	41.03.61																																		
Seminativo	ha	81.75.92																																		
Seminativo arborato	ha	7.08.35																																		
Pascolo	ha	16.43.71																																		
Pascolo arborato	ha	2.84.58																																		
Bosco alto fusto	ha	0.25.60																																		
Bosco misto	ha	13.25.40																																		
Pascolo cespugliato	ha	6.81.80																																		
Bosco ceduo	ha	5.71.91																																		
totale di	ha	221.36.95																																		
Acqua	La piovosità media della zona è intorno a 750 mm, prevalentemente nei mesi autunnali e primaverili.	In questi ultimi 10 anni la quantità e la distribuzione dell'acqua è variata, concentrandosi in determinati periodi	È molto importante nel processo produttivo. Ovviamente non è prevedibile in termini di quantità																																	
Clima	<p>Tipi climatici di Thorhwaite basata sull'indice di umidità globale nelle zone "B1".</p> <p>La temperature compresa tra 20 a 40 c°</p> <p>Temperatura Mass: Luglio</p> <p>Temperatura Min: Gennaio</p>	Il clima è favorevole alle produzioni attuate dall'azienda. si deve precisare che è avvenuto un cambiamento negli ultimi anni, con una forte frequenza di ritorni di freddo primaverili. Che hanno inciso negativamente sulle produzioni	È molto importante nel processo produttivo. Ovviamente non è prevedibile in termini di intensità.																																	

La Biodiversità

Esiste un buon equilibrio ecologico, è presente una riserva di caccia, i boschi naturali sono il 20% del totale di terreni. Anche l'entomofauna (l'insieme degli insetti presenti sul territorio) in gran parte autoctona, presenta un notevole equilibrio, gli insetti dannosi sono infatti tenuti su livelli accettabili da quelli utili, che si sono conservati sul territorio grazie al contesto ambientale non inquinato. Storicamente infatti le malattie delle coltivazioni provocate dagli insetti si sono sempre mantenute a livelli più che accettabili.

Per quanto riguarda i vigneti e gli oliveti, sussiste una presenza di materiale genetico delle vigne piantate negli anni sessanta, e degli olivi piantati nei primi anni del 900, con alcune varietà autoctone della toscana (colorino, malvasia nera per la vite, frantoio, leccino per l'olivo ecc.), che assicura una buona biodiversità delle coltivazioni. Questa, se ben conservata, è una buona risorsa per la qualità e la caratterizzazione dei prodotti aziendali.

Grazie al rispetto per la biodiversità e per l'ecosistema, questa azienda ha creato negli anni un valore aggiunto che aumenta il suo patrimonio economico e sociale nel presente e nel futuro. Grazie a questo comportamento, inoltre, sta risparmiando risorse per il futuro. Tutto questo la rende un'azienda esempio nell'ambito dei comportamenti ambientali.

Produzione Biologica

Il concetto di biologico per il responsabile agricolo dell'azienda è: “un modo di produrre che non utilizza prodotti chimici e che valorizza e/o ricostituisce l'ecosistema. Ottenere delle produzioni soddisfacenti con le coltivazioni biologiche, non vuol dire solo non utilizzare prodotti chimici, ma anche mettere in atto tutti quei comportamenti virtuosi, dettati sia dalla tradizione che dalle moderne tecnologie, che mirano alla ricostituzione delle caratteristiche dei terreni e degli ecosistemi, spesso deturpate dall'agricoltura convenzionale, certi di dare un valore aggiunto ed una stabilità sia alla qualità delle produzioni che alla sicurezza del territorio.”

Estratto da verbale dell'assemblea 2003:

“Da quest'anno la Cooperativa ha intrapreso una strada che da tempo aspettavamo di poter percorrere: il passaggio ufficiale di tutte le produzioni ai metodi di coltivazione biologica. Nella pratica agronomica questo consiste nell'eliminazione dal processo produttivo di tutte le sostanze di sintesi, consentendo l'esclusivo utilizzo di concimazioni organiche e di fitofarmaci di contatto (nel nostro caso rame e zolfo). Attraverso il controllo di un ente certificatore e dopo un periodo di conversione di tre anni, vino e olio potranno avere in etichetta il marchio di prodotto biologico, che renderà visibile al cliente il metodo di lavorazione utilizzato dall'azienda.

Tutto ciò comporta sicuramente un impegno molto maggiore in campagna, in quanto i trattamenti devono essere fatti in maniera molto più tempestiva ed alcune operazioni manuali (per esempio la potatura verde) con maggior accortezza, ma pensiamo che valga la pena, vista la possibilità di dare al cliente la sicurezza di un prodotto sano e certificato, che fra l'altro si piazza sul mercato in maniera molto più qualificata.

Anche l'impegno finanziario si è fatto gravoso (si è reso necessario l'acquisto di due nuove trattrici) ma siamo convinti che questa scelta verrà ripagata in termini di fiducia da parte dei nostri clienti da un lato, e di conservazione dell'ambiente in cui ci troviamo ad operare dall'altro.”

Dimensione Economica

Descrizione dei Prodotti:

Vini

I vini prodotti provengono esclusivamente dai vigneti aziendali, e sono ottenuti con i metodi tradizionali, ma con le tecniche e i macchinari della più moderna viticoltura ed enologia. Provengono tutti da uve biologiche, e vengono vinificati e imbottigliati in azienda, arrivando così direttamente al consumatore.

Tra i prodotti vinicoli sono presenti:

-*Chianti*: vino rosso a D.O.C.G⁹; è un vino molto corposo, di color rosso rubino con profumi marcati di uva e di viola, adatto a carni rosse e sughi importanti.

-*Chianti Riserva*: vino rosso a D.O.C.G; derivato dalla selezione di uve sangiovese, cabernet e merlot, vinificate e affinate in barriques di rovere per 18 mesi, e affinate in bottiglia per 12 mesi. È un vino dai caratteri forti, profumo ampio, etereo, persistente, con note di frutta matura, sapore asciutto di grande spessore ed eleganza con sapori rotondi adatto ad Arrostiti, grigliate, cacciagione, selvaggina e formaggi stagionati

-*Colli dell' Etruria Centrale*: vino rosso D.O.C¹⁰; vino corposo, di color rosso rubino, con profumi marcati di uva, a tutto pasto.

-*Brandy*: vino rosso frizzante : amabile, ottenuto dalla rifermentazione del vino da tavola, da fine pasto.

-*Frizzante Loppiano*: vino bianco frizzante a I.G.T¹¹. secco, di color giallo paglierino, ottenuto dalla rifermentazione del vino bianco IGT, abbinabile a pesce e minestre.

-*Eletto*: vino bianco a I.G.T. secco, di color giallo paglierino, dai profumi intensi, abbinabile a pesce, carni bianche e minestre.

-*Vino Bianco e Rosso di Tavola Bag in Box da 10 lt*: vini da tavola toscani.

-*Spumante Loppiano Dry E Dolce*: vini spumanti ottenuti dalla rifermentazione e spumantizzazione con metodo classico del vino bianco a IGT

-*Vin Santo Loppiano*: vino passito toscano a D.O.C.: ottenuto dall'appassimento, la spremitura e la fermentazione per tre anni in "caratelli" di rovere da 100 lt delle uve grechetto e trebbiano. Vino dolce e ad alta gradazione, da dessert.

-*Grappa Di Vinaccia Di Chianti Loppiano*: grappa dai profumi e sapori secchi e aromatici

⁹ Denominazione di Origine Controllata e Garantita D.O.C.G.

¹⁰ Denominazione di Origine controllata D.O.C

¹¹ Indicazione Geografica Tipica I.G.T.

Olio Extra Vergine di Oliva da Agricoltura Biologica

Si ottiene con una raccolta delle olive precoce, effettuata a mano per brucatura, Ottenuto tramite spremitura a freddo, con olive raccolte da non più di 24 ore.

Limpido e di colore verde intenso, spiccatamente fruttato, presenta all'olfatto un intenso profumo di oliva verde, con aromi freschi di erba, di carciofi. Al gusto si rivela complesso e potente, con sensazioni di mandorla, piccante e leggermente amaro con un elegante equilibrio in chiusura. Di fluidità media è ottimo per insalate ricche di campo, carpaccio di carne, funghi e grigliate di carne.

Bottiglia da 0,50 lt., Fiaschetto da 1lt. Lattina da 3 lt.

Farro Perlato Biologico

Confezione da 500 gr.

Miele Loppiano

- Miele Loppiano di Acacia in barattolo da 500 gr.
- Miele Loppiano di Castagno in barattolo da 500 gr.
- Miele Loppiano di Millefiori in barattolo da 500 gr.
- Propoli Loppiano flacone da 20 ml

Analisi dei Costi del Vino

Per realizzare l'analisi dei costi di un'azienda agricola era opportuno effettuare un'analisi comparativa, sono stati considerati gli ultimi 4 anni di produzione.

I vini che hanno ottenuto un utile attraverso gli anni sono: Chianti, Vin Santo, Eletto, Chianti Riserva.

I vini che hanno subito una perdita attraverso gli anni sono: Bianco e rosso tavola ed Etruria, oltre ai prodotti con una parte del processo produttivo realizzato da un'azienda esterna che sono: La Grappa, il Brandy, Frizzante, Spumante Dry, Spumante dolce.

Una delle ragioni che spiega il maggiore costo nella produzione è dovuto ai costi di trasformazione esterna.

Uno dei motivi di queste perdite è il fatto che il settore agricolo ha diversi rischi dovuti a: cambiamenti climatici, la variabilità dei mercati esterni, crisi economica Italiana, il prezzo non è abbastanza competitivo per una serie di fattori come: prezzo dei beni sostituti, la diversità di vini presenti nel mercato.

Un altro degli aspetti da considerare nell'analisi delle perdite è anche l'organizzazione aziendale, che presenta alcuni settori in cui i costi devono essere oggetto di una revisione. Ad esempio: la manodopera dedicata alla coltivazione dell'olivo, il completamento della meccanizzazione della coltivazione dell'uva, l'organizzazione del personale, la manutenzione dei macchinari.

Analisi dei costi dell'Olio

Nella produzione dell'olio si può osservare una perdita considerevole soprattutto nella produzione della lattina, dove si presenta una perdita per unità di prodotto frequente.

Una spiegazione per la perdita costante nella produzione dell'olio si trova nella gelata del 1985, che ha distrutto la totalità delle piante di olivo della regione toscana, poi ripristinate con forme di allevamento (vaso cespugliato) che purtroppo non permettono la meccanizzazione (Tale operazione fu fatta per ridurre i costi di ripristino degli impianti) aumentando a dismisura i costi di gestione.

Investimenti

Tra gli investimenti che l'azienda ha in programma ci sono:

Investimenti di Corto periodo (2.006 - 2.007)	Data	Valore approssimativo €
Impianto di 3 ettari di vigneto	Luglio 2006 - 2.007- 2008	€62. 000,00
Attrezzatura per: cantina e laboratorio di analisi.	Settembre 2006	€ 2.250,00
Adeguamento dell'impianto elettrico della cantina	Agosto 2.006	€ 6.230,00
Impianto di riscaldamento sala imbottigliamento	Settembre 2.007	€ 4.500,00
Attrezzatura per la campagna (Trinciattutto)	Entro Marzo 2.007	€ 3.000,00
Attrezzatura per la raccolta della olive	Ottobre 2.006	€ 1.800,00
Impianto area condizionata appartamenti agriturismo Tracolle 4, Tracolle 2 e uffici aziendali	Aprile 2.007	€ 8.000,00
Pubblicità (banner)	Settembre 2.006	€ 5.600,00
Totale		€ 93.380,00

Investimenti di Lungo Periodo	Data	Valore approssimativo €
Sistemazione degli uliveti	Nel corso di 10 anni 2.016	€ 500.000,00
Impianto di imbottigliamento per il vino	Nel corso di 10 anni 2.016	€ 70.000,00
Capannone per rimessaggio delle attrezzature agricole	Nel corso dei prossimi 10 anni	€ 100.000,00
Rinnovo delle piscine agriturismo	Nel corso dei prossimi 10 anni	€ 60.000,00
Totale		€ 730.000,00



Bilancio d'Esercizio-Conto Economico

L'anno 2005 è il primo anno di esistenza della Fattoria Loppiano Soc. Agricola Cooperativa, per questa ragione si fa un'analisi statica della situazione dell'azienda nel primo anno di funzionamento.

Nello stato Patrimoniale si osserva:

Capitale	€73.223
Riserva legale	€4.075
Riserve Statutarie	€46.272
Utile (perdita) dell'esercizio	€(-20.177)
Patrimonio Netto	€103.393

Passivi si esamina che:

Trattamento di fine rapporto	€ 79.954
Totale debiti entro l'esercizio successivo	€ 428.631
Totale debiti oltre l'esercizio successivo	€ 240.000
Ratei e risconti	€18.196
Totale Passivo	€ 870.173

Attivi si considera:

Crediti vs soci per versamenti ancora dovuti dell'immobilizzazioni	€ 218.424
Attivo circolante	€ 264.478
Crediti	€ 343.541
Disponibilità liquide	€ 42.733
Totale attivo	€ 870.173

Nel conto economico si osserva che l'azienda ha :

Valore della Produzione	€ 888.282
Costi	€ 905.761
Differenza tra valore e costi	€ -17.479
Componenti straordinari	€ -1.160
Imposte dell'esercizio	€-1.673
Utile (perdita) dell'esercizio	€(-20.177)

Da questa analisi possiamo dedurre che ci troviamo di fronte ad un'azienda sostanzialmente sana. Se si considera infatti che il 2005 era il primo anno di attività, che la congiuntura economica era ancora sfavorevole, che sono stati completati alcuni grossi investimenti (ad es. alcuni ha di nuovo vigneto) e che alcune delle produzioni sono state al di sotto della media, la perdita di 20.177 € si può considerare accettabile nell'ambito del futuro quinquennio di attività.

Dimensione Umana

Nell'analisi della dimensione umana si presenta un'analisi comparata tra lo sviluppo umano sostenibile e la fattoria Loppiano come un'azienda che porta avanti i principi dell'Economia di Comunione:

Pilastri dello Sviluppo Umano Sostenibile	Pilastri di Un'Impresa di Economia di Comunione = Fattoria Loppiano Cooperativa
Eguaglianza	✓
Sostenibilità	✓
Partecipazione	✓
Produttività	✓
Libertà	✓
	Fraternità ¹²

L'approccio dello sviluppo umano è un criterio di interpretazione e di valutazione della condizione umana assai ampio, che guarda al modo in cui vivono le persone e alle opportunità che esse hanno a disposizione.

Offre delle lenti nuove attraverso cui osservare i problemi dello sviluppo e più in generale il mondo, delle lenti che permettono di estendere lo sguardo ad orizzonti più ampi e lontani di quanto non facciano le lenti della crescita economica che si soffermano ad osservare soltanto la dinamica del PIL. E' un criterio che abbraccia tante dimensioni della vita umana, che guarda agli uomini e alle donne, alle generazioni presenti e a quelle future, ai paesi più ricchi e a quelli più poveri.

Lo sviluppo umano poggia su alcuni solidi pilastri (Rapporto n°6, 1995) i quali sostengono che:

Eguaglianza: Lo sviluppo umano è un processo di ampliamento delle opportunità che deve andare a beneficio di tutte le persone e non solo di pochi privilegiati.

Sostenibilità: Si intende la capacità di un processo di sviluppo di garantire la riproduzione delle forme di capitale fisico, umano, sociale e ambientale in modo da porre le basi per il suo perdurare nel tempo.

Partecipazione: “Vuol dire che le persone sono coinvolte in profondità nei processi economici, sociali, culturali e politici che influenzano la loro vita. In alcuni casi, esse possono godere di un controllo completo e diretto di questi processi, mentre in altri questo controllo può essere indiretto o parziale, ma il punto fondamentale è che dispongono comunque di qualche potere.

¹² **La fraternità come principio regolativo dell'economia**, contributo di riflessione è stato tratto dalla lezione magistrale tenuta da Stefano Zamagni, nella quale manifesta: “Tornare al mercato come luogo di incontri significa anche che la fraternità non può rimanere confinata in una nicchia come pretendono i sostenitori della teoria del terzo settore: non possiamo accettare un mercato governato dalla sola logica del profitto, dello sfruttamento, ritirandoci nella nicchia dei buoni - o dei *buonisti* - che si riscattano con i bei gesti. Bisogna che il principio di fraternità entri dentro il mercato per sposarsi con l'efficienza”

La partecipazione, intesa in questo senso, è un elemento essenziale dello sviluppo umano" (Rapporto n. 4/1993, p. 31).

Produttività: Le persone devono essere messe in grado di incrementare la propria produttività, di partecipare pienamente al processo di produzione dei redditi e di accedere a un impiego remunerato.

La Fattoria Loppiano come Organizzazione:

La fattoria è una cooperativa di lavoratori, costituita nel 2005 con gli scopi di: rendere possibile una produzione attenta all'ecosistema; al centro dell'azienda sta la persona e non il capitale; l'impresa è gestita in modo da promuovere l'aumento dei profitti, destinati con pari attenzione: per la crescita dell'impresa, per persone in difficoltà economica, iniziando da chi condivide la scelta della "cultura del dare".

I membri dell'impresa lavorano con professionalità per costruire e rafforzare buone e sincere relazioni con i clienti, i fornitori e la comunità, a cui sono orgogliosi di essere utili.

Si rapportano in modo leale con i concorrenti presentando l'effettivo valore dei loro prodotti o servizi, ed astenendosi dal mettere in luce negativa i prodotti o servizi altrui.

Tutto questo permette di arricchire l'impresa di un capitale immateriale costituito da rapporti di stima e di fiducia con responsabili di aziende fornitrici o clienti, oppure della pubblica amministrazione.

Gruppo di lavoro:

La fattoria conta con un staff di 11 persone, delle quali 5 sono responsabili dei principali settori dell'azienda, 4 operai addetti all'agricoltura, agriturismo, imbottigliamento, una persona addetta all'amministrazione e gestione dei soci.

Motivazioni:

Il lavoro dell'impresa è un mezzo di crescita interiore per tutti i suoi membri. L'impresa rispetta le leggi e mantiene un comportamento eticamente corretto nei confronti delle autorità fiscali, degli organi di controllo, dei sindacati, e degli organi istituzionali.

Ugualmente agisce nei confronti dei propri dipendenti, dai quali si attende pari comportamento. Nella definizione della qualità dei propri prodotti e servizi, l'impresa si sente tenuta non solo al rispetto dei propri obblighi di contratto, ma anche a valutare i riflessi oggettivi della qualità degli stessi sul benessere delle persone a cui sono dedicati.

Tra le motivazioni delle persone che lavorano in questa azienda ci sono: lavorare i campi con rispetto, realizzarsi nel lavoro di ogni giorno, condividere con altri, ecc.

Capacità di gestione collettiva e individuale:

Uno degli obiettivi degli imprenditori di Economia di Comunione (come di fatto è Fattoria) in particolare è quello di trasformare l'azienda in un vero corpo sociale. Essi si ritrovano regolarmente con i responsabili della gestione per verificare la qualità dei rapporti interpersonali e con essi si adoperano a risolvere le situazioni difficili, consapevoli che lo

sforzo di risoluzioni di queste difficoltà può generare effetti positivi sui membri dell'impresa, stimolando innovazione e crescita di maturità e produttività.

Il responsabile aziendale diceva: “un fatto pratico è **ascoltare tutti**: questo ci fa lavorare con l'altro ottimamente, si ascoltano i problemi, idee, suggerimenti, quando si ascolta si arricchisce sia la persona che ascolta che l'azienda perché in questa maniera la comunicazione è fluida”

Qualità della Vita:

Le condizioni di lavoro sono adeguate al tipo di attività: vengono assicurati il rispetto delle norme di sicurezza, la necessaria ventilazione, livelli tollerabili di rumore, illuminazione adeguata, ecc. L'ambiente di lavoro è disteso e amichevole e vi regnano rispetto, fiducia e stima reciproci.

Partecipazione e Innovazione:

Un dipendente dice: “Ognuno di noi ha fatto una scelta ben precisa, cioè la **collaborazione tra di noi**, questo fa che all'interno **ci sia un rapporto reciproco di fraternità**”.

Il responsabile dell'azienda esprime: “La cosa più bella è individuare qual'è il talento che ognuno ha”. Perciò ognuno si può sentire *realizzato*, di conseguenza da anche un migliore contributo. “L'azienda dal punto di vista dei rapporti umani è sana se il personale è realizzato, perché le persone sono capaci di dare senza aspettarsi niente dall'azienda, sentendosi contente nel loro ambiente di lavoro”

Il settore agricolo in Italia non mostra un ampio reddito, di conseguenza nell'azienda si vendono per es. i seminativi sottocosto. In questo anno tra le persone che lavorano nei settori commerciale e agricolo si è dialogato per creare prodotti innovativi, ed il risultato è stato l'avvio della nuova produzione di farro, che è un seminativo che mostra un interessante mercato. Tutte queste considerazioni si sono convertite in un nuovo obiettivo per l'azienda: effettuare una nuova produzione che arrivasse dai seminativi e riuscire a dargli un valore aggiunto tramite la vendita diretta, ovvero vendendolo confezionato come farro perlato, farina di farro, spaghetti di farro.

Questa di fatto è una importante innovazione per l'azienda: si è creata, con l'apporto di tutti, una nuova filiera produttiva per risollevarle le sorti di uno dei settori produttivi più stagnanti.

Formazione ed Istruzione:

L'azienda favorisce tra i suoi membri l'instaurarsi di un'atmosfera di sostegno reciproco, di rispetto e fiducia, in cui sia naturale mettere liberamente a disposizione i propri talenti, idee e competenze a vantaggio della crescita professionale dei colleghi e per il progresso dell'azienda.

La fattoria ha realizzato corsi di formazione per la potatura dell'ulivo, sulle coltivazioni biologiche, nozioni basilari di conduzione del vigneto, e così via.

Dimensione Sociale e Istituzionale

Soci

Come è scritto nella storia dell'azienda, con il capitale sociale di alcuni primi soci, il 27 Dicembre del 1973 viene acquistata, insieme ad alcuni macchinari, la "Fattoria di Tracolle" da ristrutturare e una vecchia cantina anch'essa in precarie condizioni.

Furono i primi soci, che trasferiti da varie parti d'Italia con le proprie famiglie, cominciarono pian piano a ripristinare oltre ai terreni anche i casolari.

Via via i soci sono andati ad aumentare, dando vita ad un "azionariato diffuso" che li ha visti protagonisti sia da un punto di vista finanziario, contribuendo alla valorizzazione dell'azienda, sia come aiuto concreto collaborando in vari momenti dell'anno nella campagna per la legatura dei vigneti, la vendemmia e la raccolta delle olive.

L'assemblea annuale è un momento importante: i soci sono resi partecipi della vita dell'azienda e ci si confronta su progetti, esperienze, consuntivi economici e sociali.

La motivazione che spinge tutti a questa "vera cooperazione¹³" è lo scopo che fin dall'inizio l'azienda ha voluto perseguire: *"dar testimonianza di vangelo vissuto attraverso un'esperienza di lavoro concreto"*.

La fine del 2004 segna un'altra svolta dell'azienda: riuniti in tanti in un'assemblea straordinaria che seppur imposta dalla nuova legislazione, segna l'inizio di una nuova impostazione aziendale. La Cooperativa Loppiano Prima, con tutta la sua compagine sociale di 4277 soci, diventa il "contenitore" di una serie di servizi di accoglienza, formazione e promozione sociale, a favore dei soci stessi, e cede l'attività strettamente agricola, ad una nuova azienda formata dai soci lavoratori. Nasce così la "Fattoria Loppiano" Società Agricola Cooperativa

Il rapporto con i soci è partecipativo tra i soci sostenitori e soci lavoratori, di conoscenza tra di loro, di aggiornamento continuo sulla vita dell'azienda. Sono parte integrante dell'azienda: a marzo vengono a contribuire al lavoro di legatura delle viti, a luglio vengono alcuni di loro in pensione per la potatura verde, la maggior parte dei soci viene alla vendemmia e per la raccolta delle olive.

Nelle settimane della vendemmia si organizza un programma speciale, dove si condivide l'andamento dell'azienda, è una opportunità per approfondire nei rapporti, ci danno suggerimenti sui prodotti.

Alcuni soci in Italia, hanno anche fatto gratuitamente da punto di raccolta per la consegna dei prodotti.

L'azienda mantiene rapporti istituzionali con:

¹³ Cooperare deriva di **cum-operare** = lavorare insieme

- L'ARSIA, Agenzia Regionale per lo Sviluppo e l'Innovazione nel Settore Agricolo - forestale, rappresenta l'organismo tecnico operativo della Regione Toscana. Da quest'agenzia ci si arricchisce anche di innovazioni tecnico – produttive. Funge anche da organismo di controllo regionale per l'agricoltura biologica.
- L'ARTEA Agenzia Regionale per le Erogazioni in Agricoltura. Funge da organo di erogazione e di controllo per i finanziamenti della comunità europea.
- Unione Provinciale degli Agricoltori. È una delle organizzazioni “sindacali” degli agricoltori, tramite l'unione si presentano le richieste di finanziamento, si ottiene consulenza amministrativa e legale.
- QC&I international services. È l'organismo di controllo scelto per la certificazione biologica.
- Regione Toscana. È l'amministrazione regionale che emette leggi e svolge controlli in materia agricola.
- Provincia di Firenze. È l'amministrazione provinciale, che valuta i progetti di finanziamento, la fattibilità di nuove costruzioni e attività e svolge controlli sulle attività agricole.
- Confcooperative. è una organizzazione di rappresentanza, assistenza e tutela del movimento cooperativo e delle imprese sociali.
- Comune di Incisa in Val d'Arno.

L'azienda mantiene rapporti di collaborazione con:

- Scuole : visite guidate all'azienda e al territorio circostante.
- Cittadella di Loppiano: ogni giorno l'azienda riceve gruppi di persone per visite guidate nell'azienda e degustazioni.

Analisi SWOT

Analisi Interno

	Punti di Forza Interni (Strength)	Punti di Debolezza Interni (Weakness)
Risorse Umana Persone e Motivazioni	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di un abbondante “Capitale sociale” presente in un clima di fiducia e di reciprocità. sono presenti rapporti di collaborazione, rispetto, lealtà, solidarietà, tra i soci lavoratori e soci sostenitori. • Partecipazione: i soci si sentono coinvolti, il gruppo stimola la creatività, si sentono ascoltati, ci sono scambi di idee con sincerità e alla pari • Prendere decisioni in maniera partecipativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Formazione nella maniera di presentare il prodotto. • Condividere la mission. • Migliorare e incrementare la responsabilità e l’iniziativa nel sentire l’impresa come propria.
Soci	<ul style="list-style-type: none"> • La partecipazione dei soci nella vita dell’azienda mostra un valore aggiunto, rappresenta una rete integrata per la condivisioni di valori. • Condividono profondamente i valori di base dell’azienda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Attualmente tanti soci sono pensionati, per alcuni è difficile partecipare come facevano prima.
Risorse Economiche	<ul style="list-style-type: none"> • Coltiva e fa produrre terreni e immobili che ha in affitto dalla Cooperativa Loppiano Prima. 	<ul style="list-style-type: none"> • Non esiste un budget, un piano di vendite per la commercializzazione dei prodotti.
Infrastruttura	<ul style="list-style-type: none"> • Ottima viabilità interna, un eccellente accesso. • Le infrastrutture immobiliari sono in linea con le tradizioni architettoniche e gli usi del territorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Porre maggior attenzione al mantenimento e rinnovamento di infrastrutture quali cantina, uffici, vigneti, ulivi ecc.
Pubblicità	<ul style="list-style-type: none"> • Attualmente l’azienda è presente in un portale mondiale del vino tradotto in cinque lingue. • L’immagine aziendale è tratta dalle opere di un artista notevole (Roberto Cipollone, scultore), che per le loro caratteristiche comunicano il valore aggiunto del prodotto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizzare un analisi di mercato, definire il cliente tipo, realizzare una campagna di diffusione e marketing dell’azienda.
Legge-Contratti	<ul style="list-style-type: none"> • Tutti i dipendenti sono sotto regolare contratto di lavoro 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinazione tra i soci per portare avanti un’agenda che prenda in considerazione le date e scadenze, per gestire il rapporto con gli organismi pubblici.

Analisi Esterna

	Opportunità esterne (opportunities)	Minacce esterne (Threats)
Risorse Naturale	<ul style="list-style-type: none"> • Terreni propizio per la coltivazione della vite e dell'olivo • Diversificazione della produzione: Vigneto, oliveto, seminativo, arboricoltura da legno • Clima adatto alle produzioni svolte • Paesaggio tipico delle coline fiorentine. • Struttura e accorpamento dei terreni aziendali. • Equilibrio ecologico e microclima della zona, c'è un sostanziale equilibrio nell'entomofauna. gli insetti utili compensano quelli dannosi. • Buona bio - diversità delle coltivazioni, si sono mantenute nel tempo alcune ottime varietà e genotipi autoctone. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mancanza di possibilità di irrigazione • Non si possono coltivare prodotti che richiedono irrigazione (mais, frutta, ortaggi). • Terreni duri, argillosi. • Le malattie della vite e dell'olivo • Nelle ultimi 10 anni si sono verificati gravi ritorni di freddo primaverili, che hanno anche dimezzato le produzioni. • Problemi per il contenimento del verde (pulizia del perimetro dei campi, delle rive dei fossi)
Localizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • Ha una eccellente ubicazione propizia per l'agriturismo e per la consegna del vino. Vicina all'autostrada, alla linea ferroviaria e all'aeroporto. • Nella zona del Chianti. • Condizioni climatiche e paesaggistiche estremamente favorevoli • Situata nella cittadella internazionale di Loppiano. 	
Clienti (Italia)	<ul style="list-style-type: none"> • Soci in tutta Italia, che acquistano e fanno conoscere il prodotto attraverso il passaparola • La cittadella di Loppiano è visitata da 40.000 persone l'anno che molto spesso visitano anche l'azienda. • Prodotto biologico e di alta qualità 	<ul style="list-style-type: none"> • Crisi economica italiana ed Europea in questi ultimi anni.
Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> • Buon rapporto con i fornitori 	

Concorrenti	<ul style="list-style-type: none"> • Esiste un vantaggio su altre aziende dovuto alla differenziazione e alla qualità dei prodotti aziendali 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrenti che producono prodotti sostituti (per es. non biologico), realizzano concorrenza per prezzo, producono a costi minori. • Concorrenti di zone a coltivazione a meccanizzazione intensiva, che riescono a produrre a costi minori (presenza di economia di scala).
Polo industriale	<ul style="list-style-type: none"> • Dall'ottobre del 2006 l'azienda entrerà a far parte del consorzio delle aziende agro-alimentari dell'economia di comunione, che avrà sede nel nuovo polo industriale di Loppiano. 	
Istituzioni	<ul style="list-style-type: none"> • L'atteggiamento di apertura e collaborazione da parte dell'azienda nei confronti delle istituzioni, fa sì che venga ricambiato con una disponibilità notevole da parte delle istituzioni stesse 	<ul style="list-style-type: none"> • L'alto livello di burocrazia presente nelle pratiche legate all'agricoltura, comporta costi e tempi spesso molto pesanti per la gestione. • C'è una scarsa preparazione nelle materie agricole del personale pubblico, a livello di amministrazione provinciale e comunale, cosa che spesso rende difficili i rapporti con tali strutture.

Modello di Gestione

La strategia dell'impresa definisce l'identità dell'impresa, evidenziando: **che cosa** essa fa o vuole fare, **perché** lo fa o lo vuole fare, **come** lo fa o lo vuole fare, nella seguente tabella si presenta una proposta di modello gestione.

FATTORIA LOPPIANO	FATTORIA LOPPIANO OPERATIVA	FATTORIA LOPPIANO DIREZIONALE	FATTORIA LOPPIANO STRATEGICA	INDICATORI
GESTIONE	Controllo operativo Controllo giorno per giorno delle attività	Controllo direzionale - Medio periodo Assicura che gli obiettivi siano raggiunti in condizioni di efficienza ed efficacia	Pianificazione Strategica- Lungo Periodo Determina obiettivi dell'azienda	Percentuali di aumento nelle vendite.
AMMINISTRATIVA ECONOMICA - FINANZIARIA	Disponibilità cassa Saldo della banca, conoscere il valore minimo di vendita	Esaminare la contabilità analitica Capire la redditività del settore	Budget annuale Creare un piano per migliorare il rendimento	Report Analitico finanziario, mensile e annuale.
COMMERCIALE - MARKETING	far conoscere la qualità del prodotto	Ristudiare i canali di commercializzazione, lavorare ulteriormente a far conoscere la differenziazione dei prodotti rispetto a quelli presenti sul mercato.	Piano strategico di vendite e di Marketing Sviluppare "marketing territoriale"	Report che identifichi i principali canali di vendita.
PRODUTTIVO AGRICOLA	Relazione settimanale che manifesti le opportunità per migliorare e le difficoltà nel produrre.	Analizzare i punti di maggiore costo della produzione	Piano di produzione che prenda in considerazione: prossimi investimenti, nuove sfide per la produzione, ecc.	Quantità e varietà di prodotti forniti. report dell'analisi dei costi
UMANO	Relazioni di auto valutazione del lavoro settimanale.	Corsi di formazione adatti secondo i bisogni dei lavoratori e dell'azienda Programmare un momento ricreativo a scadenza annuale con tutti i membri dell'azienda	Piano di formazione aziendale integrale Bilancio Sociale	Report di autovalutazione interviste periodiche ai dipendenti per conoscere il grado di soddisfazione dei dipendenti
TERRITORIALE	Ricuperare il lago artificiale da destinare a pesca sportiva e attività turistiche e istituire percorsi didattico-formativi nel territorio aziendale	Alleanze di lavoro con altri stakeholders del territorio per la fruizione del territorio aziendali ai fini didattici e sportivi	Pianificare lo sviluppo sostenibile del territorio aziendale, nell'ambito della fruizione del territorio e dell'agriturismo.	Numero di nuovi visitatori che fruiscono delle strutture aziendali dislocate nel territorio

CAPITOLO 2: OBIETTIVI DELLO STAGE

Obiettivo Generale

- Conoscere e capire il funzionamento di una cooperativa di responsabilità sociale.

Obiettivi Specifici

- Lavorare ad un Piano di Direzione Strategica dell'Azienda.
- Fare un Bilancio Sociale dell'Azienda Fattoria Loppiano.
- Lavorare ad un progetto per lo sviluppo del territorio.

CAPITOLO 3: METODOLOGIA

Tra gli obiettivi che mi sono proposti c'era la realizzazione un bilancio sociale dell'azienda, ma nella fase di conoscenza dell'azienda stessa ho verificato che non si trovava materiale organizzato di ogni settore della cooperativa.

Per questo ho cominciato con il fare un'analisi generale dell'azienda, la metodologia essenziale utilizzata consiste in questi tre punti utilizzati come "carta di navigazione" per il processo di lavoro dello stage:

1. Formulazione della mission¹⁴
2. Analisi delle Dimensioni (Umana, Economica, Territoriale, Istituzionale)
3. Analisi SWOT¹⁵
4. redazione di una proposta di piano di gestione

Il lavoro è cominciato nel mese di Giugno svolgendo le seguenti attività:

- Conoscere l'azienda, le persone che vi lavorano, le infrastrutture, i terreni.
- Preparare una intervista ad ogni socio.
- Leggere ed analizzare i bilanci.
- Analisi interna delle risorse dell'azienda, analisi dei costi, interviste personali ad ogni membro della fattoria.
- Organizzare le informazioni disponibili, realizzare un progetto di pianificazione.
- Lettura delle lezioni del master, in particolare di controllo di gestione, pianificazione strategica territoriale, distretti industriali, teorie dello sviluppo, analisi partecipativa Zoop.
- Leggere e preparare materiale riguardante: pianificazione strategica, imprese di Economia di Comunione, cooperative, imprese di responsabilità sociale, biodiversità.
- Preparare la mission e la vision della fattoria, utilizzando il metodo induttivo e di analisi delle interviste fatte ai soci in una prima fase. In una seconda fase realizzazione di una riunione aziendale con lo scopo di realizzare e condividere la mission della fattoria tra i soci dell'azienda, per questa riunione si è utilizzata parte della metodologia partecipativa ZOOP.
- Intervista al primo responsabile dell'azienda per conoscere la storia dell'azienda.
- Analisi dei costi, preparare un'analisi della situazione dell'anno 2005, le informazioni di un singolo anno non potevano essere rappresentative al 100% si sono dovuti quindi analizzare i costi degli ultimi 4 anni, questo perché in una impresa agricola non è possibile essere sicuri dei guadagni dell'anno, a causa dei numerosi fattori e minacce esterne, quali per es. il clima.
- Analisi degli investimenti della fattoria
- Individuazione dei punti di forza e di debolezza, contestualizzati nell'analisi interna dell'azienda
- Analisi esterna, delle opportunità e delle minacce.

¹⁴ Con un approccio partecipativo che caratterizza lo sviluppo umano implica che l'unico soggetto legittimato a definire quali opportunità devono essere garantite dal processo di sviluppo è la gente.

¹⁵ Analisi Interna: (Passato e Futuro) Individuazione e valutazione delle risorse e delle competenze. Analisi Esterna: (Passato e Futuro) Ipotesi ambientali e definizioni degli "scenari" (ottimista, normale, pessimista)

- Visita all'unione provinciale per agricoltori della provincia di Firenze, riunione di lavoro con un ente pubblico per la risoluzione di un problema specifico dell'azienda.
- Analisi sul territorio e scoperta di punti di forza come: l'attenzione per la biodiversità, l'ecosistema.
- Visita al polo Lionello e riunioni per conoscere le nuove sfide della cooperativa.
- Riordino e analisi del materiale raccolto e delle riunioni avute con i soci della fattoria.
- Analisi comparativa e applicativa delle nozioni teoriche con la realtà oggettiva della Fattoria.
- Realizzazione e stesura della tesi.

CAPITOLO 4: RISULTATI RAGGIUNTI

- Creazione di un Piano di Direzione Strategica dell'Azienda
- Consapevolezza del valore aggiunto di una impresa di Economia di comunione
- Conoscenze sul funzionamento di una cooperativa agricola
- Analisi interna sui punti di forza e debolezza dell'azienda.
- Analisi esterna di opportunità e rischi della Cooperativa

Obiettivi dello stage non raggiunti:

- Creare un progetto che integri le risorse territoriale per lo sviluppo sostenibile del agriturismo.

NOTA: non è stato possibile realizzare il progetto, in quanto l'organizzazione dei dati e delle risorse aziendali non permetteva di redigere un progetto organico, per questa ragione nella prima fase diagnostica mi sono concentrata nel creare una base che da la possibilità di poter lavorare alla seconda fase di stesura del progetto.

Il lavoro svolto inoltre permetterà all'Azienda di poter cominciare la stesura di un primo bilancio sociale, esigenza questa emersa nel corso dello stage.

CAPITOLO 5: VALUTAZIONE CRITICA SULL'UTILITÀ DELLO STAGE

Per me la realizzazione dello stage all' interno del percorso formativo è stato di grande utilità, perché :

- Ho avuto la possibilità di confrontare e mettere in pratica metodi e approcci che ho imparato nel Master.
- Mi ha aiutato a vedere empiricamente il funzionamento di un'impresa di responsabilità sociale.
- Osservando il lavoro di ogni giorno mi sono resa conto della coerenza di vita delle persone che lavorano in questa cooperativa. Nei diversi momenti del giorno infatti, da quando si risponde al telefono, al come si ricevono le centinaia di persone che visitano l'azienda ogni settimana, (per conoscere la storia, il processo di produzione del vino, ecc.) ho potuto provare, sperimentare, vivere che il valore aggiunto di quest'azienda è caratterizzato dal "capitale sociale"¹⁶ che posseggono i soci che vi lavorano.
- Mi sono resa conto della situazione di una piccola azienda agricola della Toscana, di come fa fronte alla globalizzazione, come ha trascorso i periodi di crisi economica Italiani ed Europei
- Ho raggiunto la convinzione che l'alta qualità dei prodotti della Fattoria è dovuta anche al fatto che viene preso in considerazione il valore delle persone come un fine in se stesso, trasformando l'idea del capitalismo imperante, che vede le persone come un mezzo per raggiungere il fine del benessere economico.
- Ho potuto verificare l'attenzione alla sostenibilità dell'ecosistema, lo dimostra il riguardo che l'impresa ha verso le generazioni future, senza dimenticare la produzione di un benessere giusto ed equo per le persone nel presente.
- Questo lavoro potrebbe essere uno strumento da sottoporre all'analisi di un'equipe multidisciplinare che lo potrebbe integrare e arricchire.

¹⁶ [Capitale sociale](#) è usato in [sociologia](#) ed [economia politica](#) per indicare l'insieme delle relazioni interpersonali informali essenziali anche per il funzionamento di società complesse ed altamente organizzate.

Bibliografia

- Biodiversidad y evaluación de impacto, *International Association for Impact Assessment*
- Daniela Storti, *L'analisi SWOT*, Istituto Nazionale Di Economia Agraria
- Giacomo Correale- Carlo Penco, *Strategia e Organizzazione che apprende*, Sistemi & Impresa N. 5 Giugno 1999.
- Gian Franco Corio, *Una proposta di Marketing Territoriale: una possibile griglia di analisi delle risorse*, Working papers CERIS-N°8/2005.
- Gui Benedetto, come nasce una impresa EdC, Periodico quadrimestrale INovembre 2005 • Editore: Città Nuova Editrice
- Human development Report 1991,1993,1995,1996,2000 <http://www.undp.org/about/>
- IAIA (2004) Biodiversity & Impact Assessment Key Citations. (http://www.iaia.org/Non_Members/Activity_Resources/key_resources.htm)
- Luigino Bruni, Le tre forme di reciprocità delle aziende EdC, Periodico quadrimestrale I Novembre 2005 • Editore: Città Nuova Editrice
- Luca Petruzzellis, “Il marketing territoriale” Università degli studi di Bari Facoltà di Economia. 2004/ 2005.
- Michele Zanzucchi, *Una giornata a Loppiano*.
- Pier Luigi Machini, Lezioni di “I Sistemi Di Pianificazione e Controllo Strategico” Bologna marzo 2006
- Pier Luigi Marchini, Lezioni Organizzazione e gestione strategica delle Piccole e Medie Imprese, Bologna marzo 2006
- Sergio C. Lorit, *Loppiano, una città nuova*, Città nuova, Roma 1967.
- Vittorio Pelligra e Antonella Ferrucci, Quaderni di Economia di Comunione, editore AIEC, 2006
- Zamagni Stefano, *La fraternità come principio regolativo dell'economia*, riflessione è stato tratto dalla lezione magistrale tenuta da Stefano Zamagni nell'ambito del Master of Art and Culture Management di **tsm**-Trento School of Management.
- Zamagni Stefano, *Gratuità e sistema economico: Il ruolo del volontariato* Per un modello di cittadinanza, Convegno nazionale, Museo del Corso, Roma 1-2 ottobre 2004