



FEASR



REGIONE DEL VENETO

PSR
VENETO
2014-2020

FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE: L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI



SCHEDA INFORMATIVA

Misura 2.1.1 - Utilizzo dei servizi di Consulenza da parte delle aziende

PSR Veneto 2014-2020

Priorità 2A

Percorso di consulenza: Consulenza su strategie di marketing finalizzata all'individuazione di nuovi mercati di vendita
Codice: 2A. 11.6

STRATEGIE DI MARKETING

L'analisi swot del PSR 2014-2020, confermata dall'analisi svolta in occasione della Conferenza regionale dell'agricoltura e dello sviluppo rurale, ha messo in evidenza, tra i punti di forza del sistema agricolo veneto, una maggiore propensione da parte di giovani agricoltori all'introduzione di innovazioni e all'ammodernamento. Conoscere con precisione la redditività dell'attività svolta diventa per l'imprenditore agricolo un aspetto sempre più strategico. L'attuale sfida della competitività sembra richiedere un ulteriore sforzo agli imprenditori agricoli, in particolare in un periodo influenzato dalla situazione sanitaria condizionata a livello globale dal COVID 19: risulta quindi di fondamentale importanza poter analizzare dal punto di vista economico gli aspetti cruciali dei processi produttivi e monitorare l'andamento dell'attività d'impresa, in tutti i suoi profili e aree di gestione. Il miglioramento delle capacità di comunicazione di marketing delle imprese agricole rappresenta una condizione necessaria per potenziare la loro competitività anche attraverso nuove forme di comunicazione e di commercializzazione dei prodotti e dei servizi aziendali. La predisposizione di un piano di marketing e di comunicazione finalizzato all'individuazione di nuovi mercati di vendita per le imprese agricole, in particolare quelle coinvolte nei processi di sviluppo rurale, rappresenta un'esigenza indispensabile per intraprendere processi di innovazione, consentire lo sviluppo strutturale, tecnologico ed organizzativo delle imprese, al fine di migliorarne competitività, gestione sostenibile e aumentarne l'orientamento verso nuovi mercati di vendita.

A chi si rivolge il servizio di consulenza

Il servizio di consulenza si rivolge a quelle aziende agricole interessate a iniziare un percorso di verifica delle strategie di marketing da adottare conversione per individuare nuovi mercati di vendita dei prodotti aziendali e che vogliono approfondire l'argomento e che necessitano di una consulenza mirata per comprendere i rischi e le opportunità date dalla redazione di specifici piani di marketing che considerano i punti di forza e di debolezza dell'azienda, il mercato, la logistica aziendale e la promozione del prodotto. Il consulente quindi accompagna l'agricoltore nella realizzazione delle prime fasi di screening aziendale valutando quali sono le necessarie proposte operative in merito alla conduzione aziendale.



FEASR



REGIONE DEL VENETO

PSR
VENETO
2014-2020

FONDO EUROPEO AGRICOLO PER LO SVILUPPO RURALE: L'EUROPA INVESTE NELLE ZONE RURALI

Obiettivi della consulenza

- accrescere l'utilizzo di strumenti di analisi delle performance dell'impresa;
- fornire informazioni per ottimizzare i fattori della produzione;
- dare indicazioni al fine di diversificare le attività aziendali o i canali di commercializzazione;
- fornire elementi per aumentare l'orientamento all'individuazione di nuovi mercati di vendita.

Descrizione del servizio

N° visite aziendali 4

Le modalità di svolgimento della consulenza considerano il lavoro svolto dal Consiglio per la Ricerca in Agricoltura e l'analisi dell'Economia Agraria - Centro Politiche e Bioeconomia (CREA-PB). Nell'attività di check up, il consulente si avvale, infatti, del sistema semplificato per la raccolta di dati tecnici ed economici nelle aziende agricole (Bilancio semplificato- BS) predisposto dal CREA-PB. La particolarità del BS è quella di conservare gli elementi essenziali per un raccordo con l'indagine RICA. Tali elementi sono rappresentati sia dalla definizione delle variabili contabili considerate, che dagli elementi essenziali per la classificazione tipologica delle aziende agricole. Pertanto, il consulente prende in considerazione gli elementi contabili e i fatti tecnici riferiti all'anno precedente all'avvio della consulenza. Le informazioni raccolte permettono, oltre che di fotografare la realtà aziendale, di confrontare le performance rispetto a quelle di altre imprese. Il consulente analizza insieme all'imprenditore la situazione economica e gestionale, mettendo a fuoco i possibili punti critici o le opportunità da sviluppare al fine dell'elaborazione di una strategia di marketing e di comunicazione che possa risultare efficace ed efficiente in funzione anche dell'individuazione di nuovi mercati di vendita. Il consulente elabora e redige un piano di marketing e di comunicazione volto a favorire il miglioramento delle prestazioni economiche, ad aumentare la quota di mercato e l'orientamento a nuovi mercati, anche esteri, nonché alle possibilità di partecipazione a sistemi di qualità pubblici (QV, DOP, IGP, Sistemi di qualità nazionali) o ad indicazioni facoltative (Prodotto di Montagna). Il consulente spiega all'imprenditore le possibili prospettive di sviluppo, presentando lo scenario economico nell'ipotesi della realizzazione delle azioni previste dal piano di marketing e comunicazione. Per elaborare l'analisi di scenario futuro il consulente utilizza lo strumento del BPOL. Il consulente esegue in totale quattro visite aziendali.

Output:

- Bilancio semplificato ex ante;
- BPOL;
- n. 4 rapporti tecnici di visita aziendale;
- n. 1 Piano di marketing e comunicazione.