

Codifica	Percorso di consulenza	Ore lavoro Consulente (OLC)	Costo Unitario Percorso di consulenza euro
I.1.8	Consulenza su strategie di marketing per l'impresa agrituristica o esercente l'attività di enoturismo	25	1550
Codice Percorso di consulenza del T.I. 2.1.1 del PSR 2014-2020 "bloccante": 2A.11.7			

**Motivazione:**

L'analisi swot del CSR ha messo in evidenza, tra i punti di forza del sistema agricolo veneto, un tendenziale aumento della dimensione media aziendale e della specializzazione produttiva, con conseguente incremento e diffusione delle aziende vitali. Nonostante ciò, le dimensioni economiche delle aziende agricole venete risultano ancora inferiori rispetto alla media europea e si rileva un sottoimpiego dei fattori produttivi e una bassa propensione 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: risulta di fondamentale importanza poter analizzare dal punto di vista economico gli aspetti cruciali dei processi produttivi monitorando l'andamento dell'attività d'impresa, in tutti i suoi profili e aree di gestione, al fine di verificare nuove opportunità di sviluppo. In particolare, la diversificazione delle attività aziendali verso attività complementari come l'agriturismo può svolgere un ruolo fondamentale per la crescita, l'occupazione e il presidio delle aree rurali, nonché può essere un utile strumento per riappropriarsi di quote della catena del valore, permettendo all'impresa di incrementare la sua redditività. Infatti, nel panorama della ricettività turistica veneta, in cui fondamentale rimane il ruolo svolto dalle strutture tradizionali, si nota negli ultimi anni un incremento dei clienti che scelgono l'agriturismo per trascorrere le proprie vacanze. Seppure l'agriturismo sia un settore storicamente strutturato in Veneto (1.570 agriturismi di cui il 59,4% con ristorazione – Fonte ISTAT 2021), le nuove tendenze del consumatore, in termini di servizi richiesti all'impresa agrituristica, determinano la necessità che le imprese con attività di agriturismo siano accompagnate attraverso un servizio di consulenza finalizzato ad un'attenta valutazione delle potenzialità di sviluppo. Peraltro, il Decreto MIPAAFT n. 2279 del 12 marzo 2019 ha approvato le "Linee guida e indirizzi in merito ai requisiti e agli standard minimi di qualità per l'esercizio dell'attività enoturistica". Il miglioramento delle capacità di comunicazione di marketing delle aziende agrituristiche o che esercitano le attività enoturistiche rappresenta una condizione necessaria per potenziare la loro competitività. La predisposizione di un piano di marketing e di comunicazione, 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 al mercato.

**Obiettivi:**

- 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;
- fornire elementi per aumentare l'orientamento al mercato e alle richieste del consumatore.

**Descrizione del servizio:**

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 grazie anche all'individuazione di nuovi percorsi di promozione.



1de01c2a



Il consulente elabora e redige un piano di marketing e di comunicazione volto a favorire il miglioramento delle prestazioni economiche, aumentare la quota di mercato e l'orientamento a nuovi percorsi di promozione. Il consulente spiega all'imprenditore le possibili prospettive di sviluppo, prospettando 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.



1de01c2a

