

CONFCOOPERATIVE FEDAGRI



CAMBIAMENTO E PROSPETTIVE

“Non è il più forte della specie a sopravvivere, nè il più intelligente, ma il più reattivo al cambiamento.” —

Charles Darwin



- *Secondo uno studio danese la riforma Ue favorirebbe i redditi delle aziende agricole non professionali – **Il Sole XXIV Ore 11 Sett 2008***
- Previsto un calo generalizzato del 24%, con un tracollo del 48% per i produttori di latte e carni bovine
- **“In previsione della riduzione del budget agricolo trovatevi una seconda fonte di reddito”** - Commissario Fischer Boel agli agricoltori Ue, 2007

CHE COSA STA SUCCEDENDO NEL MONDO?

- Gli imprenditori, quando facciamo delle indagini ci dicono che oggi bisogna lavorare molto di più, per fare gli stessi utili che in passato.
- Qual è la tendenza in atto?/Da cosa dipende?

**QUANDO SI
TORNA ALLA
NORMALITA'?**

**IL CAMBIAMENTO
NON E'
UN'OPZIONE...**



La rana bollita



LE NUOVE SFIDE

1) SOVRABBONDANZA DELL'OFFERTA

- **UNICO O PRIMO (UVP)**
- Ikea, Harley Davidson, Ferrari, Conto Arancio, Apple... aziende speciali perché uniche e diverse da tutte le altre.

2) I clienti vogliono o **il meglio assoluto** che c'è sul mercato o **quello meno costoso**, tutto quello che c'è nel mezzo è sottoposto a contrazione...

APPLE 31/10/08:

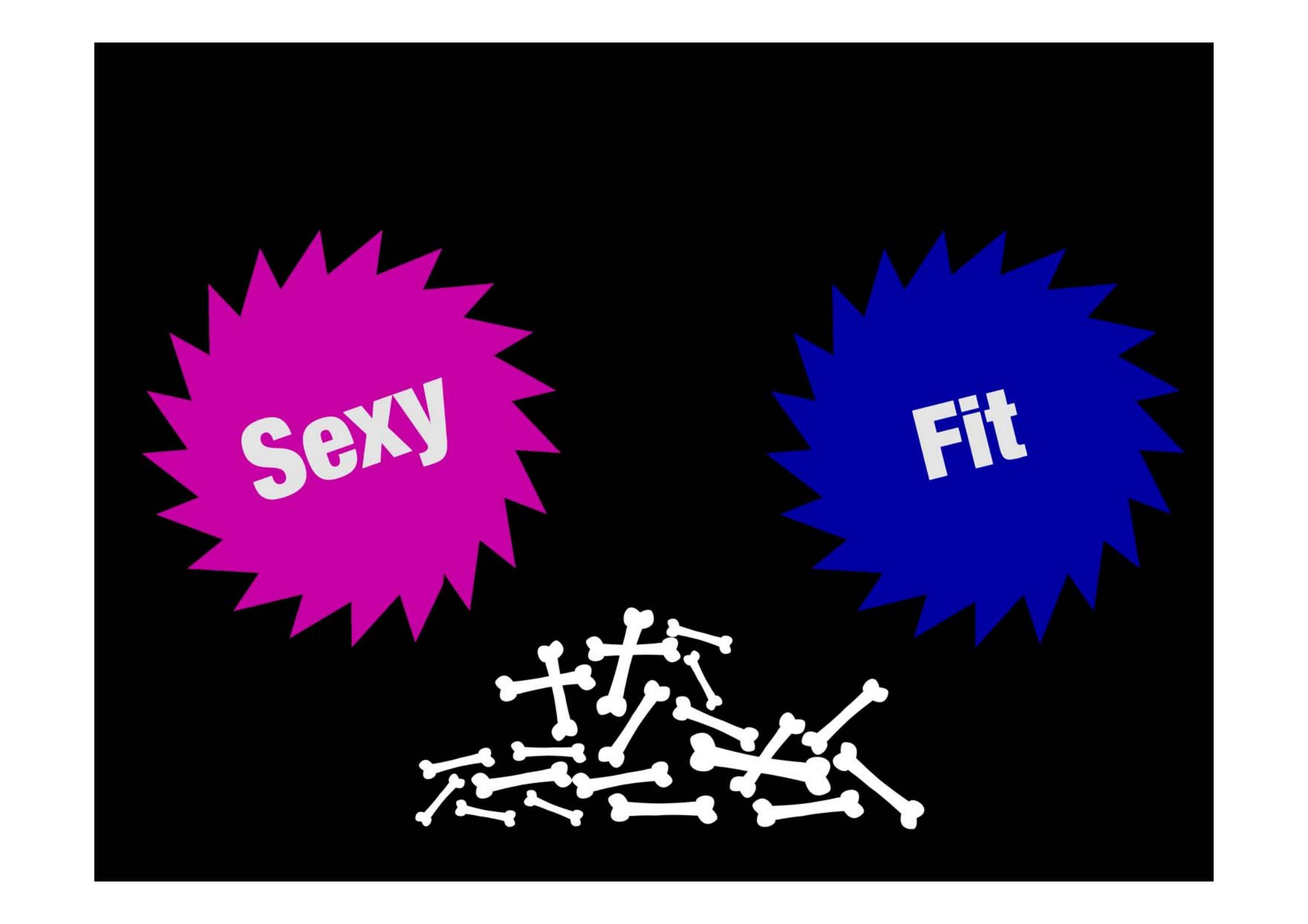
IPHONE VENDUTI: 6,8 MILIONI

UTILI +35%

VENDITE MAC: +21%

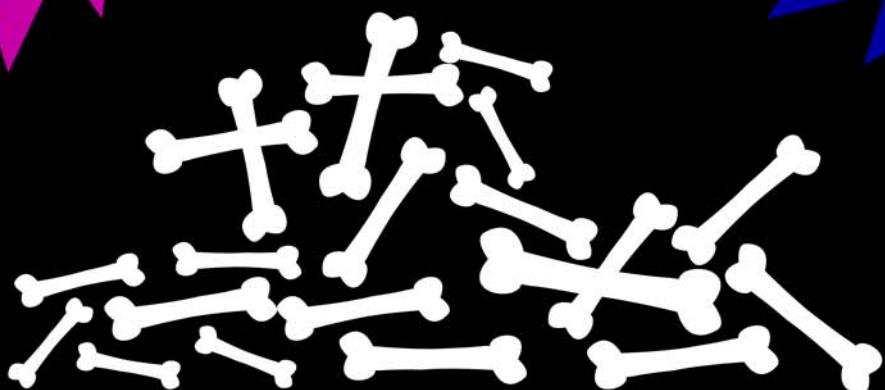
- **MEGLIO ASSOLUTO O PIU'
ECONOMICO, TUTTO IL
RESTO SI CONTRAE**

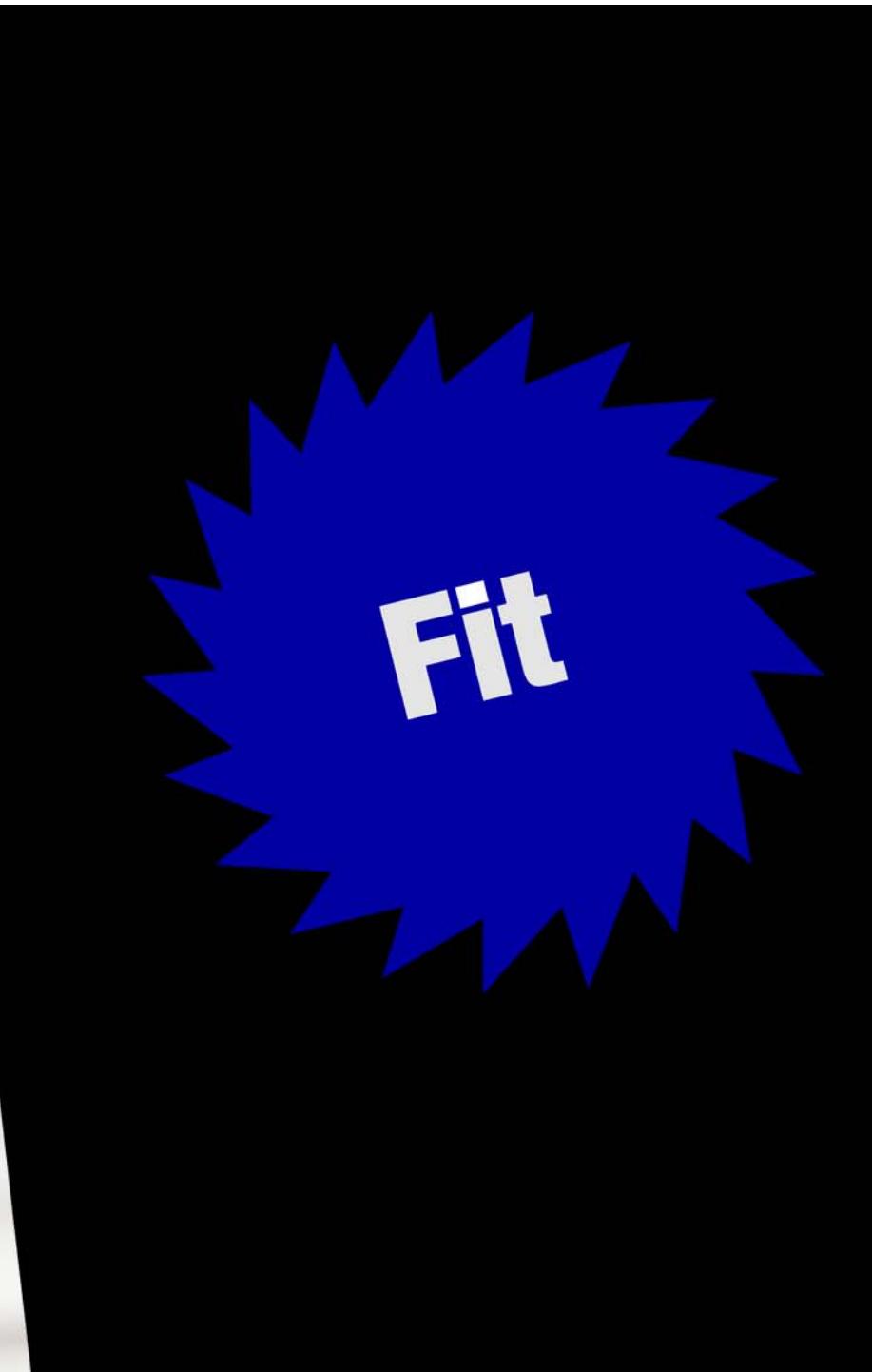
- Ikea Bene, Cucine Boffi Bene, mobili normali: crisi.
- Hotel 5 stelle bene, Hotel “3 stelle economici” bene.



Sexy

Fit

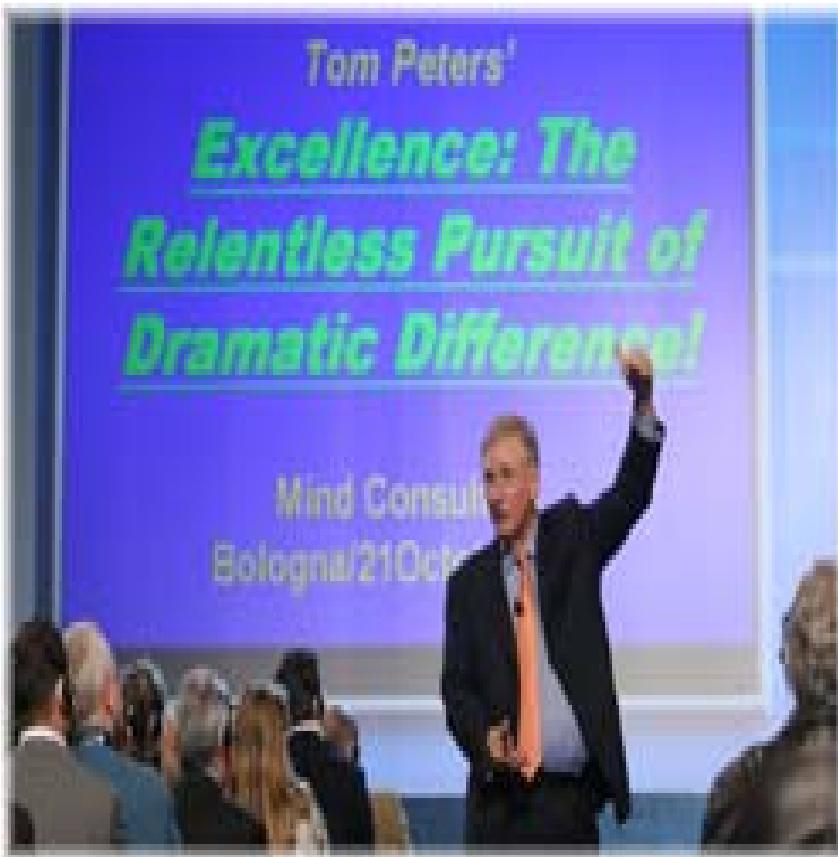




Sexy



DIVERSITA' = MARGINALITA'



- Punta ad essere **drammaticamente** diverso
 - sviluppa un' offerta che sia “unica” o sia almeno “la prima” in qualcosa.

**UNICO
O
GRANDE,**

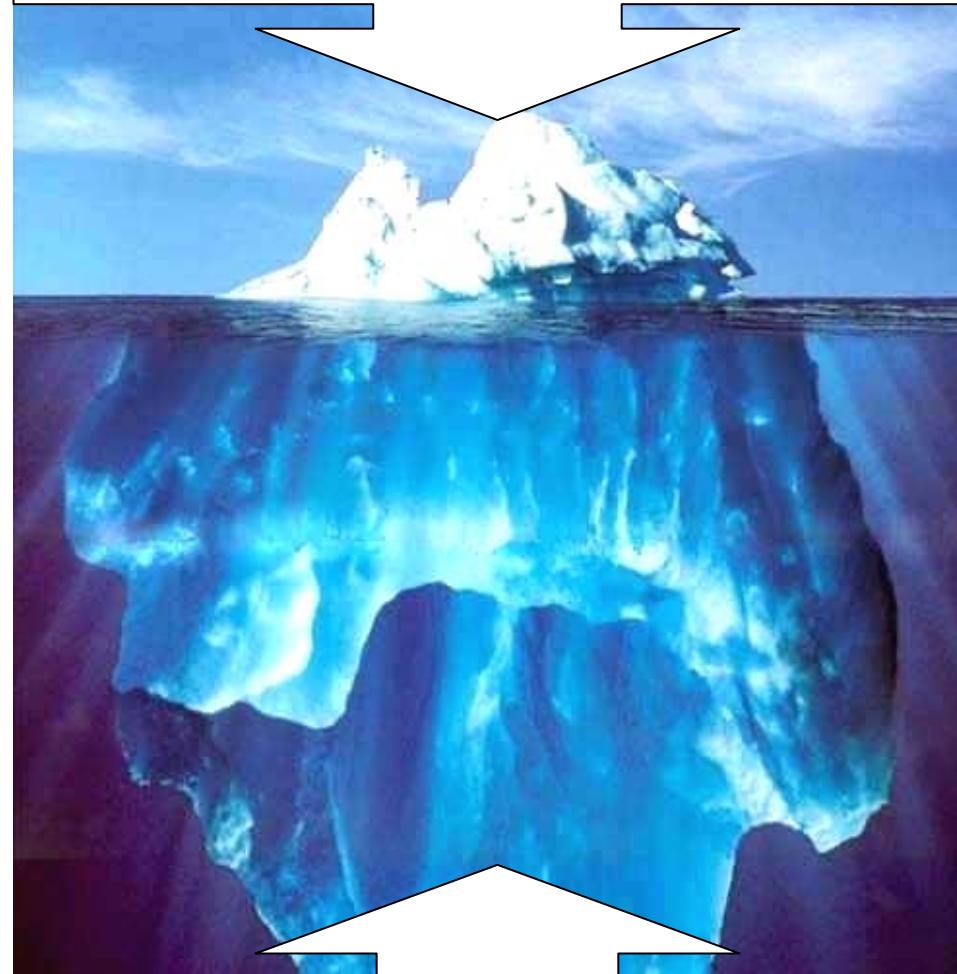
**ANZI
ENORME**
**(per fare economia di scala e
per concentrare il prodotto e
l'offerta)**

3) ECONOMIA INTANGIBILE



- Prezzo del 2002: 200 milioni di dollari.
- 30% del suo costo da cosa dipende?

Tangible Capital
(visible)



Intangible Capital
(invisible)

IL CAPITALE PIU' PREZIOSO OGGI E' QUELLO INTANGIBILE

- Conoscenza, talenti, motivazione del personale, reputazione, amicizie ed alleanze, rete distributiva, innovazione, emozione positiva.
- Il capitale intangibile che possiedi (controlli/influenzi/determini) oggi, determinerà il capitale tangibile che avrai domani.

COME STAI A CAPITALE INTANGIBILE?



MA ORA VENIAMO
A TE

LE RICADUTE PER
CHI FA IMPRESA

**1) GUARDA IN
FACCIA LA BRUTA
REALTA'**

**MA NEL CONTEMPO
NON PERDERE
FEDE!**

**2) IL LAVORO
DURO E'
CAMBIATO**

COMFORT ZONE



comfort

=

consumo

scomfort

=

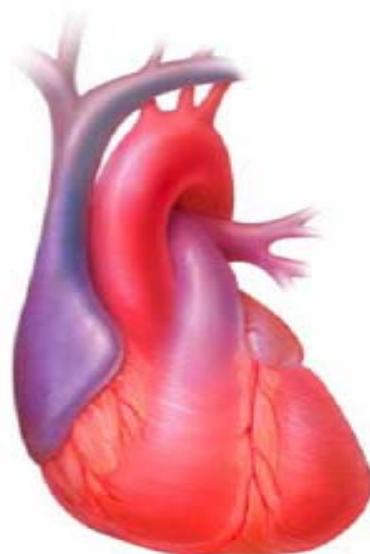
creazione



**Creare non è confortevole,
è eccitante !**



**Lavorare *sodo* significa
prendere *decisioni*
difficili sul piano *emotivo***



3) ABBRACCIA IL MARKETING

**4) GESTISCI
IL TEMPO!**

URGENTE VS. IMPORTANTE

- Qual è quell'attività cui non ti stai dedicando ora che, se fatta regolarmente per i prossimi mesi (anni?), farebbe **un'enorme differenza** per la tua azienda?

**5) STUDIA
(MIGLIORA TE
STESSO)**

Thomas Stanley: “*I milionari nella società hanno un sistema ed il know how per riguadagnare il proprio entusiasmo e la propria carica positiva quando la perdono*”.

**LA COMMODITY PIU'
IMPORTANTE: NON TI
VIENE GRATIS**



“Non è il più forte della specie a sopravvivere, nè il più intelligente, ma il più reattivo al cambiamento.” —

Charles Darwin



ALCUNI SPUNTI PER RE-INVENTARSI

Unicità = Marginalità



- 1993. E' la prima azienda del settore a installare il Servizio Consumatori.
- 1995. Lancia la linea *Selezione Speciale per Risotti e per Minestre* grande novità nel mercato del riso bianco.
- 1996. Inventa la novità mondiale ed esclusiva *Gallo Chicchi Conditi*.
- 2003. Inaugurato il Centro Ricerche presso lo stabilimento di Robbio, dove si studiano, si preparano e si testano i nuovi prodotti.
- 2003. Lancia il *Carnaroli del Pavese Gran Riserva 2002*, un riso di "qualità extra", invecchiato alla pari di un ottimo rosso d'annata, prodotto a tiratura limitata per il canale dell'alta ristorazione e venduto in Italia solo da Peck a Milano

I RISULTATI

- **Leadership complessiva del mercato del riso in Italia** (esclusi discount) con una quota del 26,2% a valore.
- **19,4% del mercato italiano dei risi bianchi**
- **Non ha concorrenti nel segmento dei Risotti Pronti**, avendone l'esclusività tecnologica.
- **Vende il riso italiano in Cina**: Presentati a Shanghai i Risotti Pronti allo zafferano, al nero di seppia, ai 4 formaggi, agli spinaci e i cinesi sono letteralmente impazziti per questo prodotto con il condimento già incluso nel chicco.
- **Riso Gallo è leader perché nel tempo ha saputo essere il primo a cambiare e ad innovarsi.**

Unicità = marginalità



- La linea Agita & Gusta Bonduelle ha registrato nell'ultimo anno una crescita superiore al 40%.
Fonte: Notiziario Market Press 14 Sett 2006

Justfood.com, 7 Ottobre 2008:

- “France-based vegetables group **Bonduelle** today (7 October) booked a jump in underlying annual profits, despite rising commodity costs, thanks to increased sales...”

SUPER LA SCALA DEL VALORE AGGIUNTO!

- Materiali Grezzi/Commodities
- Prodotti/semilavorati
- Servizi
- **Producì anche dei semilavorati ed impara a valorizzarli con il marketing.**

MONTEBELLO BIO



- 5 Milioni di fatturato
- 90% del prodotto va all'estero
- In Italia distribuisce direttamente
- 50-80 visitatori online in ogni momento sul suo sito!

THE CO-OPERATIVE FARMS, INGHILTERRA

The co-operative farms

- 10 anni fa crescevano solo grano con i sussidi. Oggi:
- Metà della produzione fatta su ordinazione
- **Co-op Stores**, punti vendita diretti che vendono metà della sua produzione direttamente al pubblico
- Vendono tecnologia e management agli agricoltori
- Affittano Farm Managers

CO-OPERATIVE FARMS...



CO-OPERATIVE FARMS

- **Accesso alla distribuzione**— in quanto sia dettagliante che agricoltore, possiamo portare le nostre aziende agricole ed i nostri clienti più vicini al consumatore. I **negozi alimentari di nostra proprietà** offrono uno sbocco garantito per i nostri prodotti. Inoltre stiamo sviluppando ora **una nuova linea di prodotti Co-Operative Farm di alta gamma**, andando così incontro alla crescente domanda da parte dei clienti per alimenti sicuri, con tracciabilità certa, di alta qualità e prodotti nel rispetto dell'ambiente.

VENDERE LA TECNOLOGIA



- “Nel 1986 abbiamo deciso di rendere disponibile la nostra esperienza ad altri proprietari di terreni e abbiamo siglato il primo “accordo di gestione dell’azienda agricola in Scozia. Oggi gestiamo decine di altri accordi di gestione e partnership in tutto il Regno Unito”

CONSORZIO PERA OPERA



- **“Opera mette a sostegno delle vendite uno strutturato piano di marketing che prevede campagne di comunicazione integrata (adv, pr, promotion), affissioni, iniziative di degustazione e presentazione dei prodotti nei mercati generali, **in-store promotion**, concorsi promozionali e **materiale per agevolare il sell out del prodotto”****



- **La Società Cooperativa Opera** nasce nel 2007 per iniziativa di un gruppo tra i principali produttori di pere della provincia di Ferrara. Un gruppo giovane e già saldo, vocato alla **valorizzazione delle eccellenze del territorio** attraverso produzione, distribuzione e promozione di un prodotto inimitabile: la **pera Abate Fetel QC**.

MARKETING – SELL OUT

- **Opera controlla direttamente tutta la filiera, dalla produzione fino alla distribuzione, garantendo elevati e costanti standard qualitativi, politiche commerciali competitive e coerenti, supporto marketing specialistico e servizi logistici adatti a soddisfare le esigenze di tutta la distribuzione:** grossisti, punti vendita specializzati, Grande Distribuzione Organizzata e Horeca.

Si è dimostrato un investimento remunerativo?



- “Neanche una Opera, dei **56.000 quintali prodotti nel 2008**, è rimasta invenduta”.
- Si è rivelata vincente la sinergia fra due strategie:
- **il controllo di tutta la filiera fino alla commercializzazione**,

LO SPECIALISTA MELINDA



- Creare un Club che **raduni i migliori dettaglianti di ortofrutta** operanti sul mercato nazionale e **collaborare con loro nella promozione delle loro vendite attraverso strumenti di comunicazione ed altre iniziative.**
- 1302 Punti Vendita attualmente Specializzati, di cui:
 - 684 al Nord;
 - 286 al Centro;
 - 342 al Sud;

CONTROLLO DELLA FILIERA O SOLUZIONI PER IL SELL-OUT

I clienti vogliono o il meglio assoluto che c'è sul mercato o quello meno costoso, il settore nel mezzo non esiste più: sali la Scala del Valore Aggiunto.

SUPER LA SCALA DEL VALORE AGGIUNTO!

- Materiali Grezzi
- Prodotti/semilavorati
- Servizi
- A) **SOLUZIONI CHE CAMBIANO LE REGOLE DEL GIOCO** (o soluzioni chiavi in mano):
- **“NON SONO UNO DEI TANTI CHE FA UN PRODOTTO E VIENE A PROPORTELO ma ti propongo qualcosa che ti farà vendere molto di più”!**

RIASSUMENDO

- Il mercato che ti trovi ad affrontare oggi è **la nuova normalità**
- 1) Guarda in faccia la bruta realtà, ma nel contempo non perdere fede
- 2) Fai il vero lavoro duro, **quello che ti spinge ad uscire dalle zone di comfort**
- 3) Abbraccia il Marketing. Il settore agro alimentare è profondamente deficitario su questo punto. Non basta più pensare alla produzione. Devi pensare alla vendita
- Salta la filiera

- 4) Gestisci il tempo: dedica TEMPO alle **attività importanti e che faranno una grande differenza per il futuro della tua impresa/cooperativa**. Se non le fai ora, non avrai più il tempo di farle.
 - Marketing, formazione, gestione finanziaria, innovazione, alleanze
- 5) Studia! Inquina le tue idee. Non cadere nel tranello “Nel nostro settore si è sempre fatto in questo modo...”