



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI GUGLIELMO MARCONI

FACOLTA' DI SCIENZE E TECNOLOGIE APPLICATE

**CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN SCIENZE E
TECNOLOGIE AGRARIE**

*"DETERMINARE ATTRAVERSO I MODERNI STRUMENTI
VALUTATIVI/ORGANIZZATIVI I PUNTI DI FORZA ED I
POSSIBILI RISCHI DERIVANTI DALLA GESTIONE DI UNA
AZIENDA AGRICOLA"*

Relatore
Prof. Giancarlo Scozzese

Candidata
Debora Fazio

N° Matricola
STA00854LM69

ANNO ACCADEMICO
2010/2011

INDICE	Pag. 1
PREMESSA	Pag. 4
I CAPITOLO	
L'AGRICOLTURA E LA CRISI	Pag. 9
II CAPITOLO	
IL CASO "TENUTA DELL'OGLIASTRO"	Pag. 24
2.1 Notizie aziendali	Pag. 24
2.1.1 Premessa	Pag. 24
2.1.2 Dati Catastali	Pag. 25
2.1.3 Caratteristiche pedo-climatiche	Pag. 26
2.1.4 Ordinamento colturale	Pag. 27
2.1.5 Attrezzature e mezzi agricoli	Pag. 28
2.2 Colture Erbacee	Pag. 29
2.3 Specie Allevate	Pag. 30
2.3.1 Ovini	Pag. 30
2.3.2 Bovini	Pag. 31
2.4 Fabbisogni nutritivi	Pag. 32
2.4.1 Fabbisogno foraggero degli ovini	Pag. 33
2.4.2 Fabbisogno foraggero dei bovini	Pag. 33
2.5 Colture Arboree	Pag. 34
2.5.1 Premessa	Pag. 34
2.5.2 Impianto di frutteto	Pag. 35
2.5.3 Impianto di Oliveto	Pag. 36
2.6 Premesse al bilancio	Pag. 37
2.7 Bilancio aziendale	Pag. 38

2.7.1	Premessa Colture erbacee	Pag. 38
2.7.2	Premessa comparto ovino	Pag. 39
2.7.3	Premessa comparto bovino	Pag. 41
2.7.4	Utile lordo di stalla	Pag. 42
2.7.4.1	Inventario iniziale	Pag. 42
2.7.4.2	Inventario finale	Pag. 43
2.7.5	Calcolo della PLV aziendale	Pag. 44
2.7.5.1	PLV colture erbacee ed azienda zootecnica	Pag. 44
2.7.5.2	PLV colture arboree	Pag. 45
2.7.5.3	PLV Oliveto	Pag. 46
2.7.5.4	PLV Frutteto con sesto 4x5	Pag. 47
2.7.5.5	Totale attivo (PLV)	Pag. 48
2.7.6	Passivo	Pag. 49
2.7.6.1	Spese varie	Pag. 50
2.7.6.2	Quote, Imposte, Contributi, stipendi, salari ed interessi	Pag. 51
2.7	Calcolo del Beneficio Fondiario	Pag. 52
2.8	Calcolo del Reddito Netto	Pag. 53

III CAPITOLO

	PIANIFICAZIONE AZIENDALE	Pag. 54
3.1	Premessa	Pag. 54
3.2	Pianificazione strategica	Pag. 58
3.3	Aspetti importanti dell'iniziativa imprenditoriale	Pag. 60

3.4	Obiettivi produttivi e di redditività perseguiti	Pag. 63
3.5	L'organizzazione dei fattori produttivi	Pag. 66
IV CAPITOLO		
PIANO DI MARKETING		Pag. 67
4.1	Il mercato e la concorrenza	Pag. 67
4.2	Struttura e caratteristiche del sistema competitivo	Pag. 91
4.3	Mercato di riferimento (<i>clienti,</i> <i>territorio, dimensione</i>)	Pag. 93
4.4	Il Prodotto	Pag. 96
4.5	Il Prezzo	Pag. 98
4.6	La Distribuzione	Pag. 99
4.7	La Comunicazione	Pag. 100
V CAPITOLO		
FATTIBILITA' DELL'IDEA IMPRENDITORIALE		Pag. 101
5.1	Investimenti previsti	Pag. 101
5.2	Le fonti finanziarie	Pag. 106
5.3	Previsioni economico finanziarie	Pag. 108
5.3.1	Ricavi di vendita	Pag. 108
5.3.2	Costi materie e servizi	Pag. 109
5.3.3	Costo del personale	Pag. 110
5.3.4	Costi di ammortamento	Pag. 111
5.4	Risultato Finale	Pag. 112
CONCLUSIONE		Pag. 113

PREMESSA

Molte sono le problematiche da affrontare, quando si decide di intraprendere o continuare una attività aziendale, soprattutto le piccole imprese devono combattere per raggiungere due obiettivi importanti: resistere sul mercato locale e contrastare la concorrenza delle grosse imprese.

L'obiettivo della tesi è quello di dimostrare che anche le piccole imprese possono, attraverso l'utilizzo di strumenti contabili-gestionali, essere competitive sul mercato e con il loro impiego valutare la fattibilità di una buona idea imprenditoriale.

Questi strumenti, utilizzati sia con sistemi tradizionali che innovativi, permettono di creare delle strategie che poi l'imprenditore, attraverso la pianificazione ed il controllo, metterà in atto per realizzare il suo obiettivo. Gli studi che verranno proposti riguarderanno strumenti, come gli adeguamenti e le trasformazioni, utili e necessari all'azienda al fine di svilupparsi ed evolversi nel mercato di riferimento. Si punterà alla specializzazione dell'impresa in modo da ottenere soddisfacenti prospettive sia come stabilità nel tempo sia come rientro economico, trasformando una piccola azienda in una "impresa di eccellenza". Ne esistono diverse che, pur essendo rimaste piccole hanno dimostrato che, se ben gestite, possono sopravvivere in un mercato altamente dinamico e fortemente competitivo.

Descrizione	Importo €.
Attivo	
Produzione Lorda Vendibile	181.361,00
Passivo	
Spese varie	33.598,00
Quote	34.920,00
Imposte contributi e oneri	18.600,00
Stipendi	9.312,00
Salari	36.272,00
Interessi	4.500,00
TOTALE BENEFICIO FONDIARIO	44.159,00

CALCOLO DEL BENEFICIO FONDIARIO

Il Beneficio fondiario è il compenso che spetta al conduttore in quanto proprietario imprenditore e si ricava dalla risoluzione della seguente espressione:

$$Bf = Plv - (Sv + Q + Imp + Sa + St + I) \pm T$$

vale a dire dalla differenza tra la Produzione lorda vendibile (Plv), voce dell'attivo e tutte le voci del passivo: spese varie, quote, imposte, salari, stipendi, interessi \pm il tornaconto che in condizioni di libero mercato e di equilibrio economico con i prezzi che tendono ad eguagliare i costi esso è nullo.

CALCOLO DEL REDDITO NETTO

Per poter stabilire il compenso spettante al proprietario si procede con il calcolo del reddito netto che viene determinato attraverso la somma dei compensi spettanti all'imprenditore che, nel nostro caso, oltre a svolgere i compiti imprenditoriali

apporta anche più fattori produttivi. Pertanto nel calcolo del reddito netto dovranno figurare le seguenti voci:

$$RN = Sa + St + I + Bf \pm T$$

$$RN = (9.312,00 + 36.272,00 + 4.500,00 + 44.159,00 \pm 0) =$$

$$= \text{€} . 94.243,00$$

Il turismo siciliano ha registrato negli ultimi anni una soddisfacente crescita. L'Italia si posiziona a livello mondiale tra le mete più visitate dai turisti di tutto il mondo.

WORLD'S TOP TOURISM DESTINATIONS							
Arrivi internazionali (milioni)				Introiti (miliardi di US \$)			
	2008	2009	variazione%		2008	2009	variazione%*
1 FRANCIA	79,2	74,2	-6,3%	1 USA	110,1	93,9	-14,6%
2 USA	57,9	54,9	-5,3%	2 SPAGNA	61,6	53,2	-9,0%
3 SPAGNA	57,2	52,2	-8,7	3 FRANCIA	56,6	49,4	-7,9%
4 CINA	53,0	50,9	-4,1%	4 ITALIA	45,7	40,2	-7,2%
5 ITALIA¹	42,7	43,2	1,2%	5 CINA	40,8	39,7	-2,9%
6 REGNO UNITO	30,1	28,0	-7,0%	6 GERMANIA	40,0	34,7	-8,5%
7 TURCHIA	25,0	25,5	2,0%	7 REGNO UNITO	36,0	30,1	-1,6%
8 GERMANIA	24,9	24,2	-2,7	8 AUSTRALIA	24,8	24,6	-11,2%
9 MALESIA	22,1	23,6	7,2%	9 TURCHIA	22,0	21,3	-3,2%
10 MESSICO	22,6	21,5	-5,2%	10 AUSTRIA	21,6	19,4	-5,2%

DATI UNWTO, giugno 2010 - *)Variazione moneta locale - 1)I dati utilizzati dall'UNWTO per l'Italia sono della Banca d'Italia.

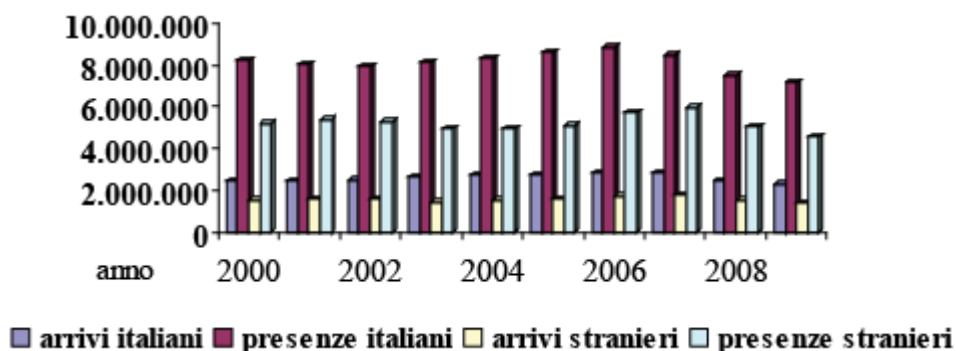
Flussi Turistici Regione Sicilia.

Le presenze turistiche sono aumentate in tutta la Regione Sicilia, concentrandosi principalmente su alcune aree che rappresentano i luoghi di maggiore attrazione come le isole Eolie, Taormina, Siracusa, Trapani ed Agrigento.

Nello specifico, due sono le provincie, Palermo e Messina, che occupano un ruolo di leader del settore turistico.

Queste hanno presentato, nel 2009, arrivi e presenze, con oltre il 50% della domanda turistica regionale.

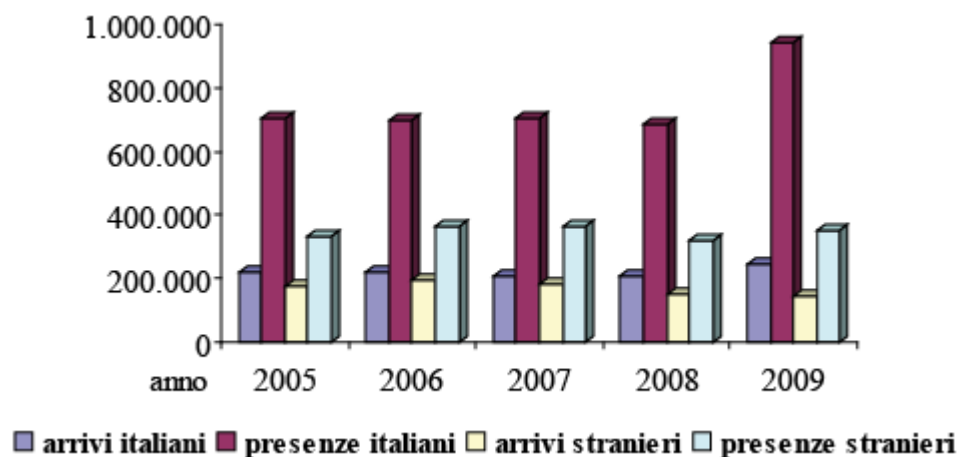
Flussi Turistici Regione Sicilia



Flussi Turistici della Provincia di Agrigento.

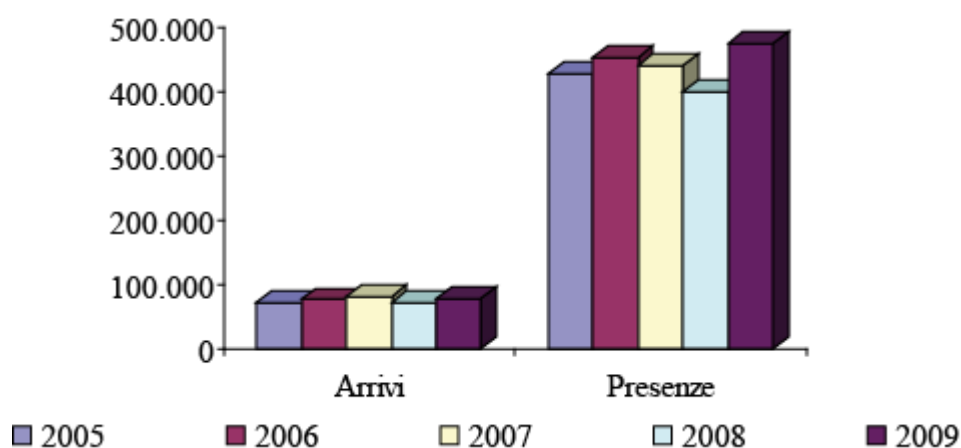
Per quanto riguarda la provincia di Agrigento, che occupa una superficie di Km² 3.042 circa, si può senz'altro dire che in questi ultimi anni rispetto al passato, si è assistito, specie nel 2009, ad un parziale incremento del flusso turistico, tanto da poterlo definire un settore in crescita.

Flussi Turistici della Provincia di Agrigento



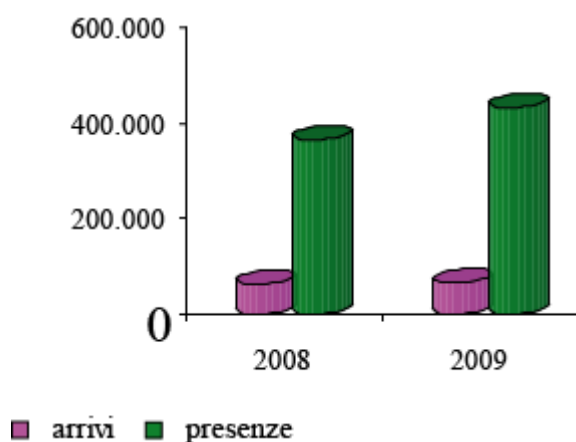
Nel successivo prospetto, poi, possiamo rilevare quelle che sono le variazioni percentuali registrate nel Comune di Sciacca dagli esercizi ricettivi.

Arrivi presenze Comune di Sciacca anni 2005/2009

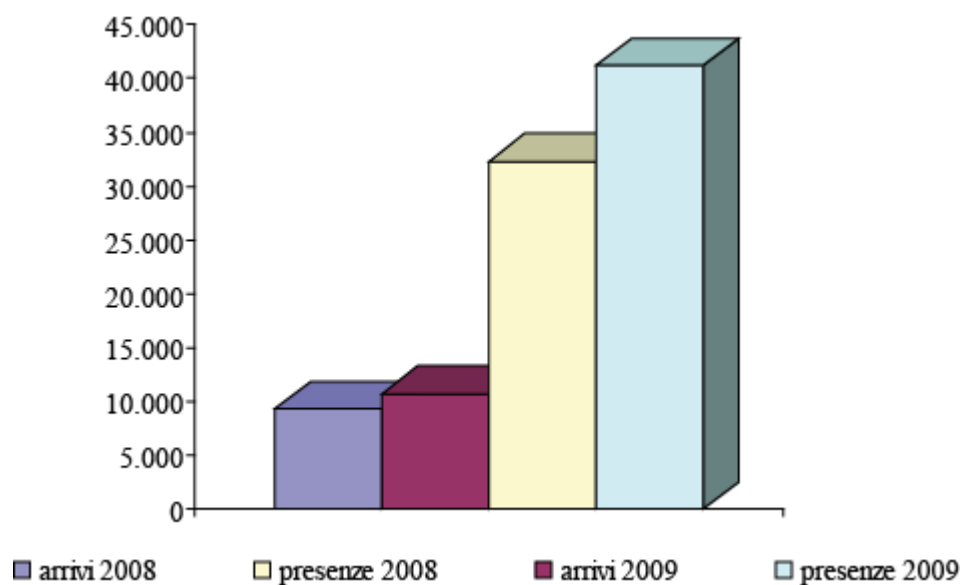


Si analizzeranno adesso, gli arrivi e le presenze turistiche italiane e straniere, prima nel comparto alberghiero e poi in quello extralberghiero, che risultano essere aumentati proprio grazie alla presenza di nuove strutture che hanno dato un nuovo impulso al turismo.

Movimento Alberghiero Comune di Sciacca

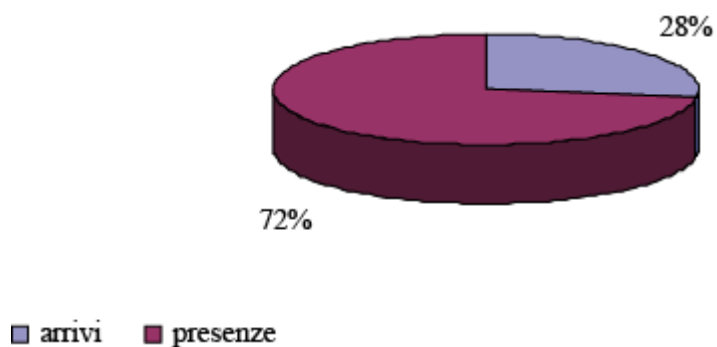


Movimento extralberghiero Comune di Sciacca



Anche per la Città di Sciacca si analizzeranno i dati, ricevuti facendo un confronto degli ultimi due anni 2008/2009 sia del movimento alberghiero ed extralberghiero con la variazione percentuale registrata.

Variazione percentuale movimento alberghiero ed extralberghiero



FATTIBILITA' DELL'IDEA IMPRENDITORIALE

INVESTIMENTI PREVISTI

Si vuole realizzare la trasformazione dell'azienda agricola in Agrituristica, disciplinata dal Programma di Sviluppo Rurale, Regione Sicilia 2007-2013 Reg. CE 1698/2005, MISURA 311 Azione A "Agriturismo".

Questa tipologia di intervento, interesserà un investimento di capitali per gli adeguamenti strutturali ed organizzativi dell'azienda esistente.

DESCRIZIONE DELLE SPESE	Importi €
<i>PROGETTAZIONE E STUDI</i>	
Progettazione e direzione lavori	15.000,00
Studi di fattibilità econ./finanz.	20.000,00
Certificazioni varie	1.500,00
New Economy e Società dell'informazione	500,00
Totale progettazione e studi	37.000,00
<i>SUOLO AZIENDALE</i>	
Totale suolo aziendale	0
<i>OPERE MURARIE E ASSIMILABILI</i>	
Ristrutturazione Casa	88.600,00
Impianto di climatizzazione	4.490,00
Impianto elettrico	860,00
Impianto idrico sanitario	18.700,00
Impianto TV/SAT	2.350,00
Impianto solare	25.635,00
Impianto telefonico	1.500,00
Impianto fognario	15.780,00
Impianto antincendio	7.408,00
Altri impianti generali	0,00
Totale impianti generali	165.323,00
<i>SISTEMAZIONE ESTERNA</i>	
Strade, piazzali, recinzioni, ecc.	15.980,00
Totale strade, piazzali, recinzioni, ecc.	15.980,00
Totale opere murarie e assimilabili	181.303,00
<i>ATTREZZATURE VARIE</i>	
Mobili, arredi e corredi	64.375,00
N. 10 TVC 14"	890,00
Attrezzature cucina	17.250,00
P.C., Reg. di cassa, Stampante mult.	2.025,00
Gruppo di continuità, ecc.	
Totale attrezzature	84.540,00
TOTALE INVESTIMENTO	302.843,00

Si presume di realizzare il piano di investimento finanziario sia con mezzi propri che attraverso le agevolazioni previste per la realizzazione degli agriturismi.

FABBISOGNO	€.	FONTI DI COPERTURA	€.
Immobilizzazioni+varie	302.843,00	Apporto nuovi mezzi propri	106.843,00
IVA sugli immobilizzi	60.569,00	Agevolazioni contributive	200.000,00
Capitale d'esercizio	10.000,00	Debiti vs fornitori	6.000,00
	0	Cash-flow	---
	0	Rimborsi IVA 2010/20011	60.569,00
TOTALE FABBISOGNI	373.412,00	TOTALE FONTI	373.412,00

E' importante precisare che il decreto emanato dall'Assessorato Agricoltura e Foreste Regione Sicilia prevede un aiuto contributivo pari al 75%.

Da un'ultima circolare, l'Assessorato ha stabilito, però, che tale aiuto non potrà superare l'importo di €. 200.000,00 ad azienda, viste le innumerevoli richieste di contributo presentate all'interno della Regione.

RISULTATO FINALE	2012	2013	2014
Ricavi di vendite	32.604,00	163.020,00	343.200,00
Totale Ricavi (a)	32.604,00	163.020,00	343.200,00
Elenco Costi			
Materie prime, sussidiarie e servizi	2.556,00	8.962,00	29.892,00
Personale	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Accantonamenti	1.020,00	1.020,00	1.020,00
Ammortamento imm.ni immateriali	7.400,00	7.400,00	7.400,00
Ammortamento imm.ni materiali	2.012,00	13.414,00	13.414,00
Totale costi (b)	15.388,00	33.196,00	54.126,00
Totale generale (a - b)	17.216,00	129.824,00	289.074,00

CONCLUSIONE

I redditi ricavati dall'attività agrituristica debbono essere aggiunti a quelli provenienti e percepiti dall'azienda nella sua attuale conduzione agraria, questi verranno utilizzati dall'imprenditore per far fronte ai costi di gestione del nuovo indirizzo aziendale. Tuttavia a maggiori redditi corrispondono maggiori costi ed impegno finanziario per cui l'imprenditore dovrà impegnarsi per rendere la propria attività il più redditizia e concorrenziale. Dallo studio svolto è emerso un giudizio positivo sulla fattibilità tecnico economica finanziaria dell'idea imprenditoriale. Importante nel formulare le ipotesi è l'analisi del mercato di riferimento per poter ricavare tutte le indicazioni indispensabili per procedere in modo corretto ma soprattutto prudentiale nello studio di fattibilità. Sono stati riscontrati diversi punti a favore dell'iniziativa come: la possibilità di sfruttare al meglio le dotazioni aziendali; incrementare il reddito; superare la crisi dell'agricoltura reimpiegando i prodotti agricoli; occupare i componenti della famiglia. Questo tipo di prodotto interessa sempre più utenti nazionali ed esteri e quindi si deve puntare su un prodotto turistico innovativo, che offra prodotti genuini, ottimi servizi, buon prezzo, con lo stesso standard qualitativo alto in modo da ottenere buoni risultati sia in termini economici che di mercato.