

OPERAZIONE 16.2.01 FOCUS AREA 3A

Parmigiano Reggiano e innovazione negli strumenti manageriali: cruscotto di indicatori di benchmarking e performance delle aziende, nuovi strumenti finanziari e assicurativi, nuove soluzioni logistiche e commerciali

Uno dei sistemi di produzione di formaggio più conosciuti in Europa con una denominazione d'origine protetta è la filiera del Parmigiano-Reggiano (PR) in Italia. Attualmente 321 aziende casearie trasformano il latte di quasi 3.000 allevamenti in 157.490 tonnellate di formaggio. Circa il 70% del latte viene lavorato da piccole cooperative e il restante 30% viene lavorato da aziende private o da grandi aziende lattiero-casearie che producono abbastanza latte da permettere una produzione di formaggio economicamente conveniente in azienda.

Il presente progetto ha studiato la sostenibilità economica delle aziende casearie con un'attenzione particolare alle cooperative. Con il coinvolgimento dei principali stakeholder (presidenti, consulenti, allevatori, esperti di contabilità) in un primo momento sono stati discussi e analizzati i punti di forza e di debolezza della filiera. Gli argomenti principali sono stati la discussione su uno strumento di supporto decisionale per le cooperative, nuovi strumenti per finanziare gli investimenti e modi alternativi di commercializzazione del formaggio PR sul mercato interno e dell'esportazione. Successivamente è stata realizzata un'ampia raccolta di dati tecnici, economici e sociali in un campione di 30 cooperative, e i conti finanziari dell'universo di cooperative e aziende private che producono formaggio PR. Questi database sono stati utilizzati per analizzare i cambiamenti strutturali delle aziende negli ultimi 10 anni e la quota delle cooperative nella produzione di formaggio PR. Inoltre, è stata effettuata un'analisi dettagliata delle performance finanziarie delle aziende cooperative e private con un'attenzione particolare ai punti di forza e di debolezza di entrambe le tipologie di aziende. Da questa analisi è stata selezionata una serie di indicatori chiave che sono serviti come input per lo sviluppo di uno strumento di supporto decisionale per le cooperative di PR. La valutazione della variabilità di questi indicatori ha creato una serie di parametri di riferimento che possono essere utilizzati dalle cooperative, desiderose di migliorare la loro gestione con il nuovo strumento di supporto decisionale progettato.

Una parte rilevante del progetto è stata dedicata alla descrizione degli attuali strumenti per finanziare nuovi investimenti, ma anche a nuovi strumenti in grado di indirizzare le cooperative verso fonti di finanziamento, che possono agire come alternativa ai prestiti e ai mutui bancari. Si è fatto riferimento ai mini-bond e ai pluri-bond, appositamente previsti dalla legge italiana per le piccole e medie imprese, che possono essere quotati in appositi settori del mercato azionario nazionale.

Il progetto ha completato le sue attività con un'analisi degli effettivi sistemi di commercializzazione operanti sul mercato interno ed estero del formaggio PR. Una serie di interviste con buyer della Grande Distribuzione Organizzata e grossisti di formaggio PR ha ampliato la conoscenza dei principali colli di bottiglia che questo prodotto sta affrontando sul mercato. Un'attenzione particolare è stata dedicata ai modi alternativi di commercializzazione come l'e-commerce e altri canali di vendita diretta.

Tutti i risultati di questo progetto sono disponibili sul www.lattemilia.it

PRISMA – Parmigiano-Reggiano and innovation of management tools: dashboard of benchmark performance indicators, new financial and assurance instruments and new logistic marketing solutions

One of the most well-known cheese production systems in Europe with a Protected Designation of Origin is the supply chain of Parmigiano-Reggiano (PR) cheese in Italy. Actually 321 cheese companies process the milk of almost 3,000 dairy farms into 157,490 tons of cheese. About 70% of the milk is processed by small cooperatives and the remaining 30% is either processed by private companies or by large dairy farms that produce sufficient milk to allow an economically convenient cheese production on farm.

The present project has investigated the economic sustainability of the cheese companies with a special attention to the cooperatives. With the involvement of key stakeholders (chairmen, advisors, dairy farmers, accountancy experts) at first the strengths and weaknesses of the supply chain have been discussed and analyzed. Main subjects have been the demand for a decision support tool for the cooperatives, new instruments to finance investments and alternative ways of marketing PR cheese on the domestic and export markets. Subsequently a broad collection of technical, economic and social data in a sample of 30 cooperatives, and the financial accounts of the universe of cooperatives and private companies producing PR cheese. These databases have been used to analyse the structural changes of the companies over the past 10 years and of the share of cooperatives in the production of PR cheese. Moreover, a detailed analysis has been carried out of the financial performances of the cooperative and private companies with a special attention to the strengths and weaknesses of both typologies of companies. Out of this analysis a series of key indicators have been selected, which served as input for the development of decision support tool for PR cooperatives. The assessment of the variability of these indicators created a series of benchmarks to be used by cooperatives, that are eager to improve their management with the new designed decision support tool.

A relevant part of the project has been devoted to the description of current tools to finance new investments, but also to new instruments able to direct the cooperatives to sources of finance, that may act as an alternative to bank loans and mortgages. Reference has been made here to mini-bonds and pluri-bonds, especially designed by Italian law for small and medium sized enterprises, that can be listed on special sections of the national stock market.

The project has completed its activities with an analysis of the actual marketing systems operating on the domestic and export market of PR cheese. A series of interviews with buyers of multiple retailers and wholesalers of PR cheese has broadened the knowledge about the major bottlenecks this product is facing on the market. A special attention has been dedicated to alternative ways of marketing such as e-commerce and other direct sales channels.