

SOMMARIO

INTRODUZIONE	<i>pag.</i> XIII
---------------------	---------------------

Parte Prima

IL SETTORE VITIVINICOLO, IL CONCETTO DI SOSTENIBILITÀ E ANALISI DEI PROCESSI AZIENDALI

Capitolo 1

LE CARATTERISTICHE DEL SETTORE VITIVINICOLO E LA SUA EVOLUZIONE: IL CONCETTO DI SOSTENIBILITÀ	3
1.1. Il prodotto vino	3
1.2. La domanda del mercato del vino	5
1.3. L'offerta del mercato del vino	11
1.3.1. La superficie vitata	12
1.3.2. La produzione di uve	14
1.3.3. La produzione di vino	17
1.4. I principali dati import-export	20
1.5. Le principali tipologie di soggetti	24
1.5.1. Caratteristiche delle aziende vitivinicole e scelta delle aziende da analizzare	27
1.6. L'evoluzione del settore vitivinicolo: il concetto di sostenibilità	29
1.6.1. La sostenibilità in Italia: alcuni progetti	31
1.6.2. Progetti di sostenibilità in alcuni paesi esteri	32

Capitolo 2

LE CARATTERISTICHE DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE A CICLO INTEGRATO OPERANTI NEL SETTORE VITIVINICOLO ATTRAVERSO L'APPROCCIO PER PROCESSI	35
2.1. Il processo di produzione	35
2.1.1. Il processo di produzione delle uve	36
2.1.2. Il processo di produzione del vino	39
2.2. Il processo di vendita e marketing	43
2.2.1. Analisi della domanda	43
2.2.2. Analisi dell'offerta	44
2.2.3. Definizione del prodotto	44
2.2.4. Definizione del prezzo	44
2.2.5. Definizione del packaging	45
2.2.6. Branding	46
2.2.7. Vendita	47
2.2.8. Comunicazione pubblicitaria e promozione	48
2.3. Il processo logistico	51
2.3.1. Approvvigionamento	51
2.3.2. Logistica in entrata	52
2.3.3. Logistica in uscita	53
2.4. Il processo di innovazione	55
2.4.1. L'innovazione di prodotto	55
2.4.2. L'innovazione di processo	56
2.4.3. L'innovazione di prodotto-processo	58

Capitolo 3

I PROGETTI DI SOSTENIBILITÀ NELLE AZIENDE ITALIANE	59
---	----

Parte Seconda

IL MODELLO DI BUSINESS DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE NEL SETTORE VITIVINICOLO ATTRAVERSO UN'INDAGINE EMPIRICA

Capitolo 1

IL CONCETTO DI MODELLO DI BUSINESS E SOSTENIBILITÀ	63
1.1. Definizione di modello di business e sua progettazione	63

	<i>pag.</i>
1.2. Modello di business e sostenibilità	68
1.3. Definizione del modello di business per la presente ricerca	70
Capitolo 2	
INTRODUZIONE ALL'INDAGINE EMPIRICA E ALLE PMI OPERANTI NEL SETTORE VITIVINICOLO	73
2.1. Il campione analizzato e il metodo adottato	73
2.2. Panoramica introduttiva sulle piccole e medie imprese italiane operanti nel settore del vino	74
2.2.1. I principali dati economico finanziari	74
2.2.2. Alcune evidenze significative	85
2.3. Principali caratteristiche del campione oggetto di analisi	88
Capitolo 3	
IL MODELLO DI BUSINESS DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE ITALIANE: I RISULTATI DELL'ANALISI EMPIRICA	93
3.1. La proposta di valore	93
3.1.1. La clientela	93
3.1.2. I bisogni della clientela	96
3.1.3. L'offerta	97
3.2. La creazione di valore: risorse e processi chiave	105
3.2.1. Le risorse chiave per la creazione di valore	106
3.2.2. I processi e le attività chiave per la creazione di valore	108
3.3. Analisi delle performance	116
Capitolo 4	
RIFLESSIONI E CONCLUSIONI SUL MODELLO DI BUSINESS E SOSTENIBILITÀ DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE	123
4.1. Il modello di business nelle imprese familiari e non familiari	123
4.2. Il modello di business per area geografica	125
4.3. Il modello di business per anno di costituzione	128
4.4. Il modello di business nelle piccole e medie imprese vitivinicole	132
4.5. Alcune considerazioni in tema di modello di business	133
Bibliografia	135