

C OF FARM



CASO STUDIO: Bio-Schaukäserei Wiggensbach eG

Introduzione

Il caseificio biologico di Wiggensbach è una cooperativa registrata con un'adesione di 16 aziende e una comunità di fornitura di 24 aziende regionali Demeter. I membri stessi forniscono il latte al caseificio. Tutti i fornitori di latte sono situati attorno a Wiggensbach e lavorano in maniera ecologica e secondo i criteri delle associazioni biologiche. Tutte le mucche sono allevate nei pascoli e in inverno vengono alimentate con fieno di alta qualità da pascoli ricchi di varie specie.

L'azienda Berchtold è una delle co-fondatrici del caseificio nel 2003. Prima era una società a responsabilità limitata.

Lo scopo di Franz Berchtold da Legau era quello di produrre un maggiore valore aggiunto sulla base di prodotti caseari di alta qualità; e il dovuto riconoscimento per il lavoro associato alla produzione di prodotti biologici.

Informazioni di base



Bio-Schaukäserei Wiggensbach eG; Kempter Straße 9; 87487 Wiggensbach

Nome Bio-Schaukäserei Wiggensbach eG

Anno di fondazione 2003 (GmbH); 2016 (eG)

Tipo di cooperazione Cooperativa, Gruppi di produttori

Numero di allevatori/proprietari terrieri/imprenditori/impresе coinvolti

16 aziende a conduzione familiare e fornitori all'interno della comunità composta di 24 aziende

Link internet <http://www.schaukaeserei-wiggensbach.de/index.php?id=3863>



Dati dell'azienda

Superficie

circa 60 ettari

Descrizione

L'azienda descritta era collocata nell'altopiano di Legau in Germania. Dopo un incendio nel 1981, l'allevatore si spostò a Berchtold-Hof, un'azienda a superficie privata con bestiame da latte. Gli allevatori vollero prendere in carico l'azienda per gli otto figli, affinché avessero una sostenibilità a lungo termine e si assicurassero la successione da una generazione all'altra.

Poco dopo che l'azienda passò di mano nel 1992, un impianto per la produzione di biogas da concime entrò in funzione e nel 1999 avvenne la conversione di una stalla chiusa ad una stalla ad accesso libero.

Nel 2001, l'azienda si convertì alla produzione di fieno biologico e latte e si unì all'associazione "Biokreis". A partire dal 2005, è in atto il sistema di pascolo a erba bassa con parto stagionale, che fornisce un foraggio di alta qualità per le 65 mucche. Grazie a questo sistema di pascolo la produzione di latte annuale è di 330,000 kg ottenuti con un'alimentazione di base.

Franz Berchtold è partner ed è uno dei due direttori di gestione del caseificio biologico Wiggensbach. Lui è un esperto in agricoltura e ha frequentato il „Landvolkshochschule Wies“ per 12 settimane per migliorare ulteriormente le sue conoscenze, capacità e competenze.

Per una futura espansione dell'impresa è necessario creare spazio ulteriore che egli spera di garantire attraverso le iniziative di cooperazione all'interno del settore caseario; e anche attraverso l'impiego di un operaio nella sua azienda.



Dati del processo di cooperazione

Senza la cooperazione e la fusione a una sola impresa, una tale creazione di valore aggiunto non sarebbe stata possibile sia per la famiglia Berchtold che per gli altri membri e fornitori.

Secondo l'allevatore: 'la strada verso quello che abbiamo ora è stata accidentata e per niente facile. All'inizio, ci sono stati diversi anni di brainstorming e di ricerca, necessari per intraprendere una fusione di successo'.

Attorno a Mr. Berchtold si era formato un gruppo di 7 allevatori all'interno del caseificio, che fornivano il latte biologico. L'obiettivo era sempre quello di aumentare il valore aggiunto, quindi generando profitti addizionali dalle attività di allevamento.

L'obiettivo è stato raggiunto nel 2003 attraverso l'attività di cooperazione con un produttore di prodotti caseari per la creazione di un caseificio indipendente. Fu scelto come luogo ideale per questa impresa una vecchia falegnameria. La GmbH presentava una sua iniziale struttura giuridica con 8 allevatori e un produttore di formaggio come socio tacito e direttore generale.

Questo tipo di progetto è considerato poco comune in questa regione della Germania e quindi innovativo. Il progetto fece crescere molto l'interesse tra gli allevatori, gli agricoltori e i responsabili delle politiche di settore.

L'azienda è cresciuta molto negli ultimi 15 anni. Secondo l'allevatore, il team dirigente ha sviluppato una grande esperienza poiché sa:

- Cosa funziona e cosa non funziona?
- Cosa si può delegare e cosa no?
- Come la compagnia si garantisce una esistenza attraverso trasparenza, pragmatismo, innovazione e concretezza?

Allevatori e portatori di interesse sono oggi consapevoli che non tutti debbono fare tutto, ma che tutti dovrebbero essere informati su cosa accade in azienda. Per ottenere questo, ci deve essere una comunicazione regolare; strutture che permettano ai portatori di interesse/membri di avere un input nel processo di decisione; e dei forum per dialogo e discussioni intensi.

I portatori di interesse e i direttori generali hanno accettato di buon grado consigli esterni dove si è reso necessario e hanno delegato attività come le relazioni con la stampa, la gestione dei social media e l'ideazione di una identità corporativa per i fornitori esterni.

Il caseificio usa fieno di alta qualità e latte provenienti dalla regione di Allgäu come base dei loro prodotti. L'uso di prodotti locali è molto importante. L'impianto di produzione vende il formaggio direttamente a Wiggensbach a numerose rivendite di prodotti agricoli e negozi che si occupano di prodotti biologici. I prodotti vengono venduti anche a supermercati specializzati in prodotti biologici in tutta la Germania.

Grazie a efficaci e efficienti tecniche di lavorazione e marketing è possibile per i fornitori ottenere un prezzo mag-

giore per il loro latte da questo caseificio rispetto a ad altri caseifici nella zona. Questo rende l'impresa sostenibile. I membri dell'assemblea cooperativa assumono le decisioni fondamentali per l'impresa. Affinché tutti i membri abbiano sufficiente influenza nel processo decisionale è importante che il numero dei membri nell'attività di cooperazione sia contenuto.

Pertanto, la compagnia si trova nella posizione ideale per un maggiore sviluppo: sia in termini di lavoro che marketing.

Opportunità di cooperazione e esperienze positive sono prevalenti. In particolare nel settore della lavorazione e del marketing, è difficile che tutto questo possa essere raggiunto da una singola azienda.

Parlando delle abilità e competenze necessarie per una cooperazione di successo, Mr Berchtold ha sottolineato quanto segue:

- I partner devono essere umanamente compatibili
- Ognuno deve poter esprimere le proprie opinioni, e le scelte di tutti devono avere lo stesso peso
- Accettazione reciproca
- Critica: accettare le critiche e i perfezionamenti dovuti
- Comunicazione costante
- Trasparenza

Consigli/Raccomandazioni

“ La cosa più importante: chiunque sia coinvolto deve avere una visione imprenditoriale. Fare solamente quello che fanno tutti non è abbastanza per un mercato di successo a lungo termine! Se sei un imprenditore con una visione e se è quella giusta, allora pianifica il futuro andando avanti! ”

“ C'è bisogno di tutto nella compagnia: il tranquillo, l'ambizioso, quello che vuole primeggiare, chi preme il freno! Tutto questo porta a buone decisioni! ”

Domande

- Anche se l'agricoltore ha successo nella sua attività di cooperazione, la selezione dei partner è molto importante. Potete identificare le procedure per una attenta selezione dei partner?
- L'allevatore ha degli interessi nell'impresa che lavora e vende prodotti caseari. Come può un allevatore diventare coinvolto attivamente nelle operazioni di questa impresa?



Parole chiave

Parole chiave sulla cooperazione

Cooperativa
Marketing/vendita
Trattamento
Gruppi di produttori

Parole chiave sull'azienda

Azienda lattiera
Přímý prodej/krátký dodavatelský řetězec
Agricoltura biologica/integrata/certificata

Partner



Limerick Institute of Technology:
(Irlanda)
www.lit.ie/rdi



Hof und Leben GmbH
(Germania)
www.hofundleben.de



Asociace
soukromého
zemědělství ČR

Asociace Soukromeho Zemedelstvi
Ceske Republiky (Repubblica Ceca)
www.asz.cz



On Projects Advising SL
(Spagna)
www.onprojects.es



Union de Agricultores y Ganaderos-
Jovenes Agricultores de Jaén (Spagna)
www.coagjaen.es



Biotehniški Center Naklo
(Slovenia)
www.bc-naklo.si



Confederazione Italiana Agricoltori Toscana
(Italia)
www.ciatoscana.eu



European Landowners' Organisation
(Belgio)
www.europeanlandowners.org

Social Media



/CoFarm
www.facebook.com/CoFarm-1793897127551330

www.cofarm-erasmus.eu



/COFARM_ERASMUS
www.twitter.com/COFARM_ERASMUS

Pagina web del progetto



Cofinanziato dal
programma Erasmus+
dell'Unione europea

Il presente progetto è finanziato con il sostegno della Commissione europea. L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.
CO-FARM: Enhancing COoperation amongst FARMing entrepreneurs
Progetto N°: 2016-1-IE01-KA202-016870