

# C OF FARM



CASO STUDIO: Kratzer

# Introduzione

L'azienda Kratzer inizialmente possedeva 7 ettari di terreno coltivabile e 7 mucche, e il suo attuale proprietario era subentrato a suo padre e a suo nonno. Durante gli ultimi anni sono avvenuti cambiamenti significativi. Tutta la frutta coltivata, insieme alle uova delle 3000 galline, viene curata e venduta nel negozio dell'azienda. Sul terreno aziendale l'allevatore, con l'aiuto della sua famiglia e di esterni, coltiva quasi esclusivamente mangime per il pollame. L'erba del pascolo viene fatta essiccare per la produzione di fieno e data ai 16 cavalli in pensione.

## Informazioni di base



Hofladen Kratzer GbR; Hauptstr. 19; 86456 Gablingen.

Nome Kratzer

Anno di fondazione Esperienza con le cooperazioni a partire dal 1965

Tipo di cooperazione Gruppi di produttori

Numero di allevatori/proprietari terrieri/imprenditori/impresе coinvolti

2 Nella produzione Variable Nel marketing

Link internet  
Web:  
<https://hofladen-kratzer.de>  
Facebook:  
<https://hofladen-kratzer.de>

# Dati dell'azienda

## Superficie

circa 15 ettari

## Descrizione

Il padre dell'attuale direttore succedette a suo nonno nel 1968. In quel momento l'azienda consisteva in 7 ettari di terreno e 7 mucche. Il padre dell'attuale proprietario coltivava barbabietole da zucchero, orzo da birra, grano e patate da fecola. Più tardi comprò i suoi primi polli. Nel passato, la principale attività consisteva nell'ingrasso dei maiali. Dopo che l'azienda è passata di mano, si è impegnata a perfezionare e lavorare il prodotto, e sul marketing. Anche il predecessore gestiva una porcilaia con altre sei aziende. Nel 1970, venne costruita una stalla (un fabbricato agricolo), ed essa poteva contenere 1600 maiali. Si trattava di qualcosa di molto innovativo all'epoca e permise all'azienda di stabilizzarsi finanziariamente. La stalla venne venduta nel 1988 a uno dei partner ed è in attività ancora oggi. Nel 1996, l'attuale gestore dell'azienda prese le redini e ora gestisce l'azienda full-time con due membri della famiglia che lavorano part-time, un operaio impiegato a tempo pieno e altri nove operai part-time.

L'azienda opera in diversi settori. Ci sono 15 ettari di terreno coltivabile su cui crescono grano, mais e germogli di soia. La semina, i trattamenti e la raccolta delle colture vengono date in gestione conto terzi. Inoltre l'erede è amministratore di un'associazione che ha co-fondato con altri sei agricoltori nel 1993. In azienda i 16 cavalli vengono tenuti in una scuderia moderna che segue l'HIT concept. Il design di questo stabile permette ai cavalli di vivere secondo i ritmi naturali del loro comportamento. Inoltre sono in gruppo, si possono muovere liberamente, sono alimentati in maniera eccellente e sono resistenti a malattie e "comportamenti aggressivi". L'azienda è impegnata anche nell'allevamento del pollame (polli) e nel marketing diretto. In totale, vengono allevati in azienda 3000 polli. Le uova vengono vendute principalmente attraverso il mercato all'ingrosso. Ogni anno, l'azienda produce 30-40 tonnellate di tagliolini e una determinata quantità di zabaione. Questi prodotti vengono distribuiti principalmente attraverso il negozio aziendale.



# Dati del processo di cooperazione

L'azienda ha acquisito un'esperienza preziosa attraverso la cooperazione con colleghi, aziende agricole, in particolare nella produzione, nella lavorazione e nel marketing.

## 1. Cooperazione nella produzione:

Il proprietario dell'azienda coopera con altri due agricoltori per quanto riguarda le galline ovaiole. Gli agricoltori gestiscono i loro stabili insieme a Mr. Kratzer e un altro agricoltore allevando così 3000 galline ovaiole ciascuno, mentre l'altro agricoltore ne possiede 2000.

Mr. Kratzer compra la maggior parte delle uova dai due allevatori mentre il surplus viene venduto dagli allevatori separatamente.

Inoltre, esiste un'associazione all'opera dal 1993 sotto la gestione di Mr Kratzer.

## 2. Cooperazione nella lavorazione

Mr. Kratzer offre un servizio di preparazione della pasta ad altri allevatori. Svolgendo questa attività, usa le sue attrezzature tecniche per permettere ai clienti di creare valore aggiunto dai loro prodotti, nello specifico la produzione di pasta.

## 3. Cooperazione nel marketing

Nel 2000, Mr. Kratzer ha sviluppato l'idea di vendere uova prodotte nella regione sotto un brand comune. Nonostante il progetto stia procedendo verso uno stato più avanzato, non è mai stato portato a termine.

Nell'attuale campagna marketing, Mr. Kratzer coopera con altri negozi aziendali e allevatori per quanto riguarda la gamma dei prodotti. Inoltre, Mr. Kratzer vende anche salsicce, carne e patate prodotte da altri allevatori/agricoltori. In molte occasioni, alla base di tutto questo c'è la reciprocità. Altri negozi aziendali vendono i suoi noodles e le sue uova. Non c'è un vincolo contrattuale per questa attività e ogni produttore è libero di prendere le proprie decisioni.

Mr. Kratzer è stato molto innovativo in tutte le aree della cooperazione ed ha ricercato partner che avessero una particolare presa nel marketing.

Egli è ben consapevole che cooperazione e responsabilità reciproca vanno mano nella mano. A proposito di questo, egli stesso è molto felice che i due allevatori con cui collabora abbiano costruito i loro stabili. Ad ogni modo, comprende che i due contano molto sul suo successo nel marketing e sul valore aggiunto che deriva dai prodotti coltivati localmente. Nel complesso, si è sviluppato e affinato un certo livello di fiducia tra gli agricoltori.

Mr. Kratzer vede l'imprenditore guida come la figura chiave nell'attività di cooperazione, anche se nei suoi limiti.

Egli vede una grande sfida nell'armonizzare domanda e offerta insieme ai processi e alle procedure associate a produzione, lavorazione e marketing, sapendo quindi usare le risorse in maniera ottimale.

L'ottimizzazione per lui è molto importante. Egli vede il rischio che l'associazione, con i suoi 23 membri, possa vedere sprecato le proprie potenzialità, se non gli si affianca uno staff eccellente per utilizzare le delicate tecnologie per gli allevatori.

Riguardo alle competenze necessarie per una cooperazione di successo, Mr. Kratzer sottolinea quanto segue:

- Un pianificatore strategico
- Un pensiero anticipatore
- Un comunicatore efficace

Mr. Kratzer vede le sue attività di cooperazione come un vero successo; guardando retrospettivamente, la sola cosa che cambierebbe leggermente sarebbe la gestione dell'azienda agricola. L'apertura alla cooperazione per lui è molto importante.

Ad ogni modo, i tempi sono molto cambiati, con una sempre maggiore competitività all'interno del settore agricolo. Crescere o lasciare il mercato: questo è l'ultimo trend del mercato da quando i biogas si sono espansi in Germania, con il conseguente inasprimento della competizione per i terreni agricoli.

Oggi reagirebbe e agirebbe prima se un partner non adempisse alle sue promesse o semplicemente non si attenesse agli accordi e alle pratiche.

## Consigli/Raccomandazioni

“ Iniziate con piccoli passi, ad esempio con un'associazione per gestire terreno coltivabile. Qualcosa che si può lasciare quasi dal principio all'occorrenza, senza che siano necessari ingenti perdite finanziarie dall'inizio. Naturalmente una situazione in cui tutti vanno a vincere è attraente ma tenete a mente che le dipendenze reciproche aumentano. È necessario crescere personalmente e come imprenditore in questa situazione. Intentare un investimento significativo già dall'inizio è rischioso! ”

## Domande

- Anche se l'allevatore sembra avere successo nelle sue attività di cooperazione gli viene raccomandato di iniziare passo passo. La pensate come lui?
- L'allevatore è coinvolto nella cooperazione in tutti i settori del ciclo di produzione: produzione, lavorazione e vendita. Se si dovesse essere da soli sarebbe difficile da gestire. Far parte di un team e cooperare rende tutto più facile. Cosa ne pensate?



# Parole chiave

---

## Parole chiave sulla cooperazione

Marketing/vendita  
Trattamento  
Gruppi di produttori  
Produzione

## Parole chiave sull'azienda

Cereali  
Vendita diretta/Filiera corta  
Uova  
Cavalli  
Pastori  
Pascoli  
Pollame

## Partner



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



Hof und Leben GmbH  
(Germania)  
[www.hofundleben.de](http://www.hofundleben.de)



Asociace  
soukromého  
zemědělství ČR

Asociace Soukromeho Zemedelstvi  
Ceske Republiky (Repubblica Ceca)  
[www.asz.cz](http://www.asz.cz)



On Projects Advising SL  
(Spagna)  
[www.onprojects.es](http://www.onprojects.es)



Union de Agricultores y Ganaderos-  
Jovenes Agricultores de Jaén (Spagna)  
[www.coagjaen.es](http://www.coagjaen.es)



Biotehniški Center Naklo  
(Slovenia)  
[www.bc-naklo.si](http://www.bc-naklo.si)



Confederazione Italiana Agricoltori Toscana  
(Italia)  
[www.ciatoscana.eu](http://www.ciatoscana.eu)



European Landowners' Organisation  
(Belgio)  
[www.europeanlandowners.org](http://www.europeanlandowners.org)

## Social Media



/CoFarm  
[www.facebook.com/CoFarm-1793897127551330](https://www.facebook.com/CoFarm-1793897127551330)

[www.cofarm-erasmus.eu](http://www.cofarm-erasmus.eu)



/COFARM\_ERASMUS  
[www.twitter.com/COFARM\\_ERASMUS](https://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