



Regione Siciliana

ASSESSORATO REGIONALE DELL'AGRICOLTURA, DELLO SVILUPPO RURALE E
DELLA PESCA MEDITERRANEA
DIPARTIMENTO REGIONALE DELL'AGRICOLTURA
SERVIZIO 2 – INVESTIMENTI IN AGRICOLTURA
U.O. S2.03 – VITICOLTURA ED ENOLOGIA

Intervento Settoriale misura “Investimenti” di cui al Regolamento (UE) n. 1308/2013 e Regolamento (UE) n. 2021/2115 del 02/12/2021, del D.M. n. 640042 del 14/12/2022 e successive modifiche ed integrazioni e delle istruzioni Operative di Agea n. 27 del 28/03/2023 e n. 56 del 31/05/2023, attuato con il Piano Strategico 2023/2027

ALLEGATO – PIANO AZIENDALE

IDEA PROGETTUALE

A. SITUAZIONE DI PARTENZA DELL’AZIENDA

- A.1. Dati anagrafici
- A.2. Consistenze aziendali
- A.3. Capitale umano
- A.4. Produzione
- A.5. Mercato
- A.6. La situazione economica consuntiva

B. IL PIANO DI SVILUPPO AZIENDALE - LA STRATEGIA DI SVILUPPO DELL’AZIENDA

C. IL PROGRAMMA DEGLI INVESTIMENTI DA FINANZIARE

- C.1. Obiettivi e risultati attesi dagli investimenti programmati
- C.2. Coerenza degli investimenti con le priorità indicate dal Regolamento (UE) n. 1308/2013 e Regolamento (UE) n. 2021/2115 del 02/12/2021, del D.M. n. 640042 del 14/12/2022
- C.3. Tipologie di investimento (quadro economico)
- C.4. Fonti di copertura finanziaria
- C.5. Descrizione delle fasi del programma di investimenti ed indicazione dei tempi di realizzazione (cronoprogramma)
- C.6. Impatto del programma di investimento sulla situazione economica
- C.7. Impatto del programma d’investimento sul miglioramento dell’azienda

IDEA PROGETTUALE

A. SITUAZIONE DI PARTENZA DELL'AZIENDA

A.1. Dati anagrafici

- DATI DELL'IMPRESA

Denominazione sociale _____
della sede legale (via, n. civico, città, prov., CAP)

PARTITA IVA _____ CODICE FISCALE _____

Iscrizione registro imprese (numero e data) _____
della sede operativa (via, n. civico, città, prov., CAP)

Telefono _____ Fax* _____

Indirizzo e-mail _____

Posta elettronica certificata (PEC) _____

- LEGALE RAPPRESENTANTE

Cognome _____ Nome _____

di Nascita _____ Codice fiscale _____

Residenza (indirizzo completo – via, n. civico, città, prov., CAP)

Telefono _____ Cellulare _____ Fax* _____

Indirizzo e-mail _____ Posta
elettronica certificata (PEC) _____ -

COMPOSIZIONE SOCIETARIA (ripetere per ogni componente)

Cognome _____ Nome _____

di Nascita _____ Codice fiscale _____

Residenza (indirizzo completo – via, n. civico, città, prov., CAP)

Telefono _____ Cellulare _____ Fax* _____

Indirizzo e-mail _____ Quota
di partecipazione nella società _____

Anni di attività svolti nella società _____

Principali mansioni svolte _____

ALLEGATO – PIANO AZIENDALE

A.2. Consistenze aziendali

- terreni aziendali, concessioni e autorizzazioni varie

TIPO DI POSSESSO			
TERRENI AZIENDALI, CONCESSIONI DEMANIALI, ALTRO	PROPRIETA' Tot ettari/mq	AFFITTO Tot ettari/mq	ALTRO Tot ettari/mq/mc
SUPERFICIE AGRICOLA TOTALE (ha)			
CONCESSIONI DEMANIALI (ha)/mc			
ALTRO			
NOTE			

- immobili

TIPOLOGIA	PROPRIETÀ A' (mq – mc)	AFFITTO (mq – mc)	ALTRO (mq – mc)	Anno di costruzione o ultimo ammmodernamento

- Impiantistica presente

TIPOLOGIA	ANNO DI ACQUISTO

- immobilizzazioni immateriali

TIPOLOGIA (esempi)	SI/NO	
Sito internet		
Sito internet vendita (e-commerce)		
Software supporto produzione		
Software supporto gestione aziendale		
Brevetti		
Marchi aziendali		
Certificazioni di qualità		
Accordi di conferimento a consorzi/associazioni di produttori/GDO		% della PLV
Accordi commerciali		% della PLV
Altro		

A.3. Capitale umano

- manodopera aziendale

TIPOLOGIA DI MANODOPERA	N° ADDETTI	Giornate lavorative disponibili	Giornate lavorative prestate
Manodopera familiare			
Manodopera salariata fissa			
Manodopera salariata avventizia			
Manodopera impiegatizia fissa			
Manodopera impiegatizia part-time			
Altro			
TOTALE			

- formazione dell'imprenditore agricolo/amministratore

Attestati/ qualifiche/ abilitazioni	Istituto/ente di formazione che ha rilasciato la qualifica	Anno di ottenimento	Livello di importanza per l'avvio e la gestione dell'iniziativa proposta		
			alt o	medi o	bass o

A.4. Produzione

Indicare se i dati di resa e di prezzo di vendita dei prodotti elencati in questa sezione sono riferiti:
all'ultimo esercizio media degli ultimi tre anni (scegliere una sola alternativa)

- prodotti

TIPOLOGIA PRODOTTO	Tipologia processo produttivo *	Unità di misura	Quantità fatturata	Prezzo per unità di prodotto fatturata (€)	Importo fatturato (€)

- produzioni aziendali trasformate

TIPOLOGIA PRODOTTO	Tipologia processo produttivo *	Unità di misura	Quantità fatturata	Prezzo per unità di prodotto fatturata (€)	Importo fatturato (€)

- altre attività

ATTIVITÀ	FATTURATO (€) (NETTO IVA)
Agriturismo/ enoturismo	

Produzione di energia rinnovabile	
Altro	
TOTALE	

A.5. Mercato

- le tipologie di clienti

TIPOLOGIA	FATTURATO	PESO % SU FATTURATO TOTALE
Grossisti		
Dettaglianti		
Grande Distribuzione		
Cooperative/Associazioni		
Vendita diretta		
Altra		
Totale		100%

- aree geografiche di vendita

AREA GEOGRAFICA DI RIFERIMENTO	PESO % SU FATTURATO TOTALE
Locale	
Regionale (escluso locale)	
Altre regioni italiane	
Eestero	
Totale	100%

A.6. La situazione economica ante-investimento

- il conto economico riclassificato

Indicare se i dati di resa e di prezzo di vendita dei prodotti elencati in questa sezione sono riferiti:

all'ultimo esercizio media degli ultimi tre anni
(scegliere una sola alternativa)

VOCE DEL CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO	EU RO
A) Ricavi netti di vendita	
B) Anticipazioni e rimanenze finali	

C) Anticipazioni e rimanenze iniziali	
D) Contributi in conto esercizio	
E) PRODUZIONE LORDA VENDIBILE (A+B+D-C)	
F) Costi delle materie prime e servizi	
G) Spese generali e fondiarie	
H) VALORE AGGIUNTO (E-F-G)	
I) Salari e stipendi	
J) Oneri sociali	
K) VALORE AGGIUNTO NETTO (H-I-J)	
N) Ricavi non caratteristici	
O) Costi non caratteristici	
P) Interessi attivi	
Q) Interessi passivi	
R) Imposte e tasse	
S) REDDITO NETTO (K+N-O+P-Q-R)	

Dettaglio delle voci del conto economico:

Si richiede di descrivere nella tabella sottostante le relazioni tra il piano aziendale redatto a supporto del progetto proposto ed il conto economico dell'azienda risultante dall'ultimo bilancio approvato (per le aziende di nuova costituzione occorre fare riferimento al conto economico previsionale). Ai fini della valutazione dell'iniziativa assume particolare rilievo la descrizione dei criteri adottati per la valorizzazione delle poste di bilancio che trovano riscontro nel business plan (criteri di calcolo/stima adottati) o l'indicazione delle fonti economiche utilizzate per l'analisi di mercato del piano aziendale.

B. IL PIANO DI SVILUPPO AZIENDALE

Descrivere il Piano di sviluppo che l'imprenditore ha intenzione di realizzare nel periodo successivo all'avvio del programma di investimento per il quale chiede il finanziamento. L'imprenditore deve illustrare la Strategia di sviluppo della propria azienda, dapprima elencando i Punti di forza ed i Punti di debolezza (Diagnosi interna) e le Minacce ed Opportunità (Scenari esterni) e successivamente descrivendo gli Obiettivi che intende perseguire ed i Risultati che vorrà raggiungere (Riposizionamento strategico). Il Riposizionamento strategico, che descrive la strategia dell'azienda, dovrà essere coerente con gli obiettivi legati agli investimenti per i quali l'imprenditore chiede il contributo (sezione C). Gli investimenti per i quali si chiede il finanziamento potranno essere parte significativa ma non necessariamente esclusiva della strategia complessiva dell'azienda.

- la strategia di sviluppo dell'azienda

Diagnosi interna e Scenari esterni. La diagnosi interna e gli scenari esterni fanno parte della cosiddetta Analisi SWOT che è parte essenziale di un Piano di sviluppo aziendale. L'imprenditore, partendo dalla consapevolezza delle potenzialità della propria azienda e del sistema di vincoli/opportunità esterni, è in grado di proporre una strategia di sviluppo coerente con la reale forza dell'azienda (capitale umano e fisico, potenzialità di mercato, performance economico-finanziarie, ecc.) e con il contesto in cui opera (istituzionale, territoriale, concorrenza, ecc.).

- diagnosi interna (Punti di forza e di debolezza dell'azienda)

Aree funzionali dell'impresa		Punti di forza	Punti di debolezza
Capitale Umano	competenze professionali (esperienza acquisita nel settore e/o eventuali titoli professionali)		
	modello gestionale (gestione integrata nella figura dell'imprenditore o presenza in azienda di manager/coadiuvanti nella gestione aziendale)		
	ricambio generazionale (età dell'imprenditore/soci o presenza in famiglia di giovani che succedono nella conduzione aziendale)		
Capitale Fisico	dimensione aziendale (SAU aziendale, numero di corpi separati, numero di addetti, ecc.)		
	immobili strumentali (presenza di immobili funzionali allo sviluppo del programma investimento proposto)		
	macchine attrezzature (presenza di macchine ed attrezzi funzionali allo sviluppo del programma di investimento proposto)		
Offerta	massa critica (volumi di produzione/vendita)		

	qualità (presenza di produzioni certificate)		
	differenziazione produttiva (ampiezza della gamma produttiva)		
	diversificazione delle attività aziendali (presenza di eventuali attività connesse e non all'acquicoltura)		
Mercati	canali e modalità di vendita (coerenza dell'attuale canale di vendita al progetto aziendale)		

Aree funzionali dell'impresa		Punti di forza	Punti di debolezza
	attività promozionale (presenza di attività promozionale)		
Performance economica	redditività (redditività aziendale soddisfacente alla remunerazione dei capitali investiti e del lavoro svolto dall'imprenditore/soci)		
	costi (struttura dei costi più o meno rigida, rapporto tra costi fissi e variabili)		
Altro			

- scenari esterni (minacce ed opportunità)

Contesti	Opportunità	Minacce
----------	-------------	---------

Istituzionale	Aiuti Comunitari (esempio PAC, impatto sull'attività dell'impresa)		
	PO FEAMP 2014-2020 (impatti sulla capacità di finanziamento aziendale, difficoltà ad accedere ai finanziamenti, ecc.)		
	Altre politiche (Nazionali e regionali)		
	Altro (distretto, strada del vino, ecc.)		
Territoriale	Dotazione infrastrutturale materiale ed immateriale (stato delle principali vie di comunicazione locali, dei collegamenti telematici, eventuale vicinanza mercati di sbocco/approvvisionamento, ecc.)		
	Disponibilità di servizi per le aziende agricole (presenza locale di servizi di consulenza pubblici/privati, reti di servizi di sostituzione locali, ecc.)		
Competitivo	Struttura della concorrenza (presenza di operatori particolarmente grandi, presenza di concorrenti non locali, ecc.)		
	Grado di concentrazione dell'offerta (mercato accentrato in poche grandi aziende oppure tutte le aziende sono di dimensione omogenea, ecc.)		
Commerciale	Caratteristiche della domanda (struttura della domanda basata sulla richiesta di commodities oppure sulla qualità delle produzioni, richiesta di servizi alla vendita come la consegna a casa, ecc.)		
	Caratteristiche dei canali distributivi (struttura dei canali distributivi locali)		
Altro			

- riposizionamento strategico

- piano di marketing

Una volta definito il contesto di riferimento in cui l'azienda opera (elementi interni ed esterni) ed i relativi obiettivi di sviluppo, occorre definire il piano di marketing del progetto. Più precisamente, occorre definire puntualmente:

- le tipologie di clienti alle quali è rivolto il progetto (con una quantificazione di massima degli stessi) ed i relativi bisogni di mercato che il progetto intende soddisfare;
- l'area geografica in cui si intende operare;
- i principali competitori presenti nell'area geografica individuata;
- i servizi/prodotti offerti: sul punto risulta determinante la correlazione tra servizi e categorie di clienti ai quali gli stessi sono proposti;
- fatturato previsionale: discende in modo diretto dai punti sopra descritti;
- le strategie di promozione;
- le attrezzature necessarie per la realizzazione del piano: in questa sezione del piano rilevante è la descrizione della correlazione tra singole attrezzature richieste e potenziale risposta agli specifici bisogni di mercato individuati. Per una puntuale definizione delle singole attrezzature si rimanda alla sezione C.

In sede di valutazione delle domande di finanziamento verrà posta particolare attenzione alla coerenza interna dei diversi elementi del piano di marketing ed alla coerenza dello stesso con la strategia ed il contesto ambientale descritti nelle sezioni precedenti.

C. IL PROGRAMMA DEGLI INVESTIMENTI DA FINANZIARE

Con il programma degli investimenti rispetto ai quali l'imprenditore presenta istanza di finanziamento si descrive l'intera strategia dell'azienda mentre in questa sezione si illustra esclusivamente il Programma degli investimenti rispetto ai quali l'imprenditore chiede il finanziamento.

In questa sezione, l'imprenditore deve illustrare:

- gli obiettivi ed i risultati del programma di investimenti;
 - la coerenza degli investimenti con le priorità indicate dal Regolamento (UE) n. 1308/2013 e Regolamento (UE) n. 2021/2115 del 02/12/2021, del D.M. n. 640042 del 14/12/2022;
 - il dettaglio delle tipologie di investimento (quadro economico);
 - le fonti di copertura finanziaria ;
 - le fasi del programma di investimenti ed indicazione dei tempi di realizzazione (cronoprogramma)
- l'impatto del Programma di investimento sulla situazione economica aziendale ;
- il conto economico riclassificato previsionale;
 - il dettaglio delle voci del conto economico previsionale;
 - l'impatto del programma d'investimento sul miglioramento dell'azienda (rendimento globale) .

C.1. Obiettivi e risultati attesi dagli investimenti programmati

Obiettivi del Programma d'investimento
Risultati attesi del Programma d'investimento

C.8. Coerenza degli investimenti con le priorità indicate dal dal Regolamento (UE) n. 1308/2013 e Regolamento (UE) n. 2021/2115 del 02/12/2021, del D.M. n. 640042 del 14/12/2022

C.2.

C.9. Priorità della filiera dal Regolamento (UE) n. 1308/2013 e Regolamento (UE) n. 2021/2115 del 02/12/2021, del D.M. n. 640042 del 14/12/2022- macroarea di riferimento	Investimenti del Programma coerenti con la priorità

C.3. Tipologie di investimento (quadro economico)

- tipologie e costi di investimento

Tipologia di investimento	Importo €
1. Operazione: <u>Investimenti</u> :
2. Operazione: <u>Investimenti</u> :
Costo totale degli <u>investimenti</u>
Spese Generali per la realizzazione del programma di investimenti

C.4. Fonti di copertura finanziaria

COSTI TOTALI PER LA REALIZZAZIONE E DEL PROGRAMMA DI INVESTIMENTI (euro) <i>da quadro C.3.1 e C.3.2</i>	CONTRIBUTO PUBBLICO RICHIESTO (€)		QUOTA PRIVATA (€)		
	Conto capitale	Conto interessi	Liquidità aziendale	Apporto soci/imprenditori	Finanziamenti bancari
Costo programma di investimenti
Spese Generali
Totali

C.5. Descrizione delle fasi del programma di investimenti ed indicazione dei tempi di realizzazione (cronoprogramma)

Descrizione della fase	Data inizio gg/mm/aa	Data fine gg/mm/aa	Durata giorni

C.6. Impatto del programma di investimento sulla situazione economica

- il conto economico riclassificato previsionale

Indicare l'anno di riferimento per il conto economico previsionale post-investimento (anno con investimenti a regime) Anno:

VOCE DEL CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO	EURO
A) Ricavi netti di vendita	
B) Anticipazioni e rimanenze finali	

C) Anticipazioni e rimanenze iniziali	
D) Contributi in conto esercizio	
E) PRODUZIONE LORDA VENDIBILE (A+B+D-C)	
F) Costi delle materie prime e servizi	
G) Spese generali e fondiarie	
H) VALORE AGGIUNTO (E-F-G)	
I) Salari e stipendi	
J) Oneri sociali	
K) VALORE AGGIUNTO NETTO (H-I-J)	
N) Ricavi non caratteristici	
O) Costi non caratteristici	
P) Interessi attivi	
Q) Interessi passivi	
R) Imposte e tasse	
S) REDDITO NETTO (K+N-O+P-Q-R)	

- dettaglio delle voci del conto economico previsionale

Si richiede di descrivere nella tabella sottostante le relazioni tra il piano aziendale redatto a supporto del progetto proposto ed il conto economico dell'azienda risultante dall'ultimo bilancio approvato (per le aziende di nuova costituzione occorre fare riferimento al conto economico previsionale). Ai fini della valutazione dell'iniziativa assume particolare rilievo la descrizione dei criteri adottati per la valorizzazione delle poste di bilancio che trovano riscontro nel business plan (criteri di calcolo/stima adottati) o l'indicazione delle fonti economiche utilizzate per l'analisi di mercato del piano aziendale.

C.7. L'impatto del programma d'investimento sul miglioramento dell'azienda

- miglioramento sull'ambiente

Componente ambientale	Descrizione
Acque	
Aria/atmosfera	
Suolo	
Biodiversità (flora/fauna)	
Fonti energetiche	

Il legale rappresentante _____

(allegare fotocopia del documento
d'identità) (timbro

dell'impresa)

data _____ luogo _____ Il tecnico _____ (allegare fotocopia del documento
d'identità) 17 di 17