

Business Plan azienda vinicola PDF

Come fare il business plan per aziende vinicole

<https://www.business-plan.it/>

Come fare un business plan vitivinicolo, la guida facile.

Un **business plan per azienda vinicola** dovrebbe includere informazioni sulla produzione, la distribuzione e la vendita del vino. **Ecco gli 8 punti da considerare:**

1. **Descrizione dell'azienda:** incluse le informazioni sulla sua storia, il suo team e i suoi obiettivi.
2. **Descrizione del mercato:** questa sezione dovrebbe analizzare la domanda di vino di alta qualità nella regione in cui si trova l'azienda, nonché i concorrenti.
3. **Descrizione dei prodotti:** dovrebbe includere informazioni sui vini che l'azienda produce, come il loro stile, il loro prezzo e il loro target di mercato.
4. **Piano di produzione:** questa sezione dovrebbe descrivere come l'azienda produrrà il vino, inclusi i metodi di vinificazione, l'acquisto delle uve e il processo di imbottigliamento.
5. **Piano di distribuzione:** questa sezione dovrebbe descrivere come l'azienda distribuirà il vino ai rivenditori e ai consumatori finali.
6. **Piano di vendita:** questa sezione dovrebbe descrivere come l'azienda intende promuovere e vendere il vino, inclusi i canali di vendita, le strategie di marketing e i prezzi dei prodotti.
7. **Piano finanziario:** questa sezione dovrebbe includere un budget dettagliato per la produzione, la distribuzione e la promozione del vino, nonché una previsione delle entrate e delle spese.
8. **Analisi SWOT:** questa sezione dovrebbe esaminare i punti di forza, le opportunità, le debolezze e i rischi dell'azienda.

DOWNLOAD >> [Business plan azienda vinicola Excel gratis](https://www.business-plan.it/software-business-plan-excel.htm) <<

www.business-plan.it/software-business-plan-excel.htm

Esempio già pronto di Business Plan per aziende vinicole

1. Descrizione dell'azienda

La descrizione dell'azienda è una parte importante del business plan perché fornisce una panoramica generale dell'azienda e del suo scopo. Ecco alcune informazioni che potrebbero essere incluse nella sezione "Descrizione dell'azienda" di un business plan per azienda vinicola:

1. Storia dell'azienda: questa sezione dovrebbe fornire informazioni sulla fondazione dell'azienda, il suo sviluppo nel tempo e gli eventi importanti che hanno segnato la sua storia.
2. Mission e vision: questa sezione dovrebbe descrivere gli obiettivi a lungo termine dell'azienda e la sua filosofia di base.
3. Team: questa sezione dovrebbe presentare il team di gestione dell'azienda e il loro ruolo all'interno dell'azienda.
4. Struttura dell'azienda: questa sezione dovrebbe descrivere la struttura organizzativa dell'azienda, inclusi i ruoli e le responsabilità di ogni dipartimento.
5. Proprietà e localizzazione: questa sezione dovrebbe fornire informazioni sulla proprietà dell'azienda (ad esempio, se è un'azienda familiare o una società per azioni) e sulla sua localizzazione.
6. Produttori e fornitori: questa sezione dovrebbe elencare i produttori e i fornitori chiave dell'azienda, inclusi i dettagli sui loro contratti e sulla loro importanza per l'azienda.
7. Certificazioni: se l'azienda è certificata in modo sostenibile o biologico, questa sezione dovrebbe fornire informazioni su tali certificazioni e su come influiscono sulla produzione del vino.

2. Descrizione del mercato

La sezione "Descrizione del mercato" del business plan per azienda vinicola dovrebbe fornire informazioni dettagliate sulla domanda di vino di alta qualità nella regione in cui si trova l'azienda, nonché sui concorrenti. Ecco alcune cose da considerare:

1. Dimensione del mercato: questa sezione dovrebbe quantificare la domanda di vino di alta qualità nella regione, utilizzando dati demografici e di mercato rilevanti.
2. Tendenze del mercato: questa sezione dovrebbe analizzare le tendenze del mercato del vino, come ad esempio il cambiamento dei gusti dei consumatori o l'aumento della domanda di vini biologici.

3. Prezzi dei concorrenti: questa sezione dovrebbe fornire informazioni sui prezzi dei vini offerti dai concorrenti, nonché sui loro punti di forza e di debolezza.
4. Concorrenti: questa sezione dovrebbe presentare i principali concorrenti dell'azienda, inclusi i loro prodotti, il loro target di mercato e il loro posizionamento sul mercato.
5. Vantaggi competitivi: questa sezione dovrebbe descrivere i vantaggi competitivi dell'azienda, come ad esempio una posizione geografica vantaggiosa o una reputazione di alta qualità.

3. Descrizione dei prodotti

La sezione “Descrizione dei prodotti” del business plan per azienda vinicola dovrebbe fornire informazioni dettagliate sui vini prodotti dall'azienda, compresi il loro stile, il loro prezzo e il loro target di mercato. Ecco alcune cose da considerare:

1. Stili di vino: questa sezione dovrebbe descrivere i diversi stili di vino prodotti dall'azienda, come ad esempio i vini rossi, i vini bianchi, i vini rosati o i vini dolci.
2. Uve: questa sezione dovrebbe fornire informazioni sulle uve utilizzate per produrre i vini dell'azienda, inclusa la loro origine e il loro contributo al gusto del vino.
3. Metodi di vinificazione: questa sezione dovrebbe descrivere i metodi di vinificazione utilizzati dall'azienda, come ad esempio la fermentazione in barrique o in acciaio.
4. Prezzi: questa sezione dovrebbe fornire informazioni sui prezzi dei vini dell'azienda, nonché sulla loro politica di prezzo rispetto ai concorrenti.
5. Target di mercato: questa sezione dovrebbe descrivere il target di mercato per i vini dell'azienda, come ad esempio i consumatori di vino di alta qualità o i ristoranti di lusso.
6. Canali di distribuzione: questa sezione dovrebbe elencare i canali attraverso i quali i vini dell'azienda saranno venduti, come ad esempio i negozi al dettaglio, i ristoranti o i club del vino.

4. Piano di produzione

Il piano di produzione di un'azienda vinicola descrive il processo di produzione del vino, inclusi l'acquisto delle uve, la vinificazione e l'imbottigliamento. Ecco alcune cose da considerare nella stesura di questa sezione del business plan:

1. Acquisto delle uve: questa sezione dovrebbe descrivere dove l'azienda acquista le uve e come seleziona i fornitori.
2. Vinificazione: questa sezione dovrebbe descrivere il processo di vinificazione utilizzato dall'azienda, inclusi i metodi di fermentazione e di invecchiamento.
3. Imbottigliamento: questa sezione dovrebbe descrivere come l'azienda imbottiglia il vino, incluso il tipo di bottiglie e tappi utilizzati e il processo di etichettatura.
4. Controllo della qualità: questa sezione dovrebbe descrivere le misure adottate dall'azienda per garantire la qualità del vino, come ad esempio i test di laboratorio e il controllo visivo della qualità.
5. Capacità di produzione: questa sezione dovrebbe fornire informazioni sulla capacità di produzione dell'azienda, inclusi i dettagli sulla quantità di vino che può essere prodotta in un anno e sulla scalabilità del processo di produzione.
6. Manodopera: questa sezione dovrebbe descrivere le risorse umane necessarie per la produzione del vino, inclusi i dipendenti a tempo pieno e a tempo parziale e eventuali contratti con lavoratori stagionali.

5. Piano di distribuzione

Il piano di distribuzione di un'azienda vinicola descrive come il vino sarà trasportato dall'azienda ai rivenditori e ai consumatori finali. Ecco alcune cose da considerare nella stesura di questa sezione del business plan:

1. Canali di distribuzione: questa sezione dovrebbe descrivere i canali attraverso i quali il vino dell'azienda sarà distribuito, come ad esempio i grossisti, i rivenditori al dettaglio o i ristoranti.
2. Trasporto: questa sezione dovrebbe descrivere come il vino verrà trasportato dall'azienda ai rivenditori, inclusi i dettagli sui veicoli utilizzati e sui contratti con i trasportatori.
3. Magazzinaggio: questa sezione dovrebbe descrivere dove il vino verrà conservato durante il trasporto e prima della vendita, inclusi i requisiti di temperatura e umidità.
4. Gestione degli ordini: questa sezione dovrebbe descrivere come l'azienda gestirà gli ordini dei rivenditori e dei consumatori finali, inclusi i dettagli sulla procedura di ordinazione e sulla spedizione.

5. Politiche di resi: questa sezione dovrebbe descrivere le politiche dell'azienda in caso di resi o reclami, inclusi i dettagli su come gestire tali situazioni.

6. Piano di vendita

Il piano di vendita di un'azienda vinicola descrive come l'azienda promuoverà e venderà il vino ai consumatori finali. Ecco alcune cose da considerare nella stesura di questa sezione del business plan:

1. Canali di vendita: questa sezione dovrebbe descrivere i canali attraverso i quali l'azienda venderà il vino, come ad esempio i negozi al dettaglio, i ristoranti o il sito web dell'azienda.
2. Strategie di marketing: questa sezione dovrebbe descrivere le strategie di marketing utilizzate dall'azienda per promuovere il vino, come ad esempio la pubblicità sui social media, gli eventi di degustazione o le campagne di email marketing.
3. Prezzi dei prodotti: questa sezione dovrebbe fornire informazioni sui prezzi dei vini dell'azienda e sulla loro politica di prezzo rispetto ai concorrenti.
4. Programmi di fidelizzazione: questa sezione dovrebbe descrivere i programmi di fidelizzazione offerti dall'azienda per incentivare i consumatori a tornare a comprare il vino.
5. Assistenza clienti: questa sezione dovrebbe descrivere le misure adottate dall'azienda per garantire un'ottima assistenza ai clienti, come ad esempio il servizio di risposta alle email o il supporto telefonico.

7. Piano finanziario

Il piano finanziario di un'azienda vinicola descrive le entrate e le uscite previste dell'azienda e il modo in cui verranno utilizzati i fondi. Ecco alcune cose da considerare nella stesura di questa sezione del business plan:

1. Proiezioni delle vendite: questa sezione dovrebbe presentare le proiezioni delle vendite dell'azienda su base mensile o annuale, in base al target di mercato e al piano di vendita dell'azienda.
2. Costi di produzione: questa sezione dovrebbe elencare i costi di produzione previsti dell'azienda, come ad esempio l'acquisto delle uve, il trasporto e il costo del lavoro.
3. Spese di marketing e vendita: questa sezione dovrebbe elencare le spese previste per il marketing e la vendita del vino, come ad esempio la pubblicità, gli eventi di degustazione o il personale di vendita.

4. Altre spese: questa sezione dovrebbe elencare altre spese previste dell'azienda, come ad esempio l'affitto, l'energia elettrica e l'amministrazione.
5. Entrate e uscite: questa sezione dovrebbe presentare un prospetto delle entrate e delle uscite previste dell'azienda su base mensile o annuale, in modo da avere una panoramica delle finanze dell'azienda.
6. Requisiti di finanziamento: se l'azienda richiederà un finanziamento per avviare o espandere la propria attività, questa sezione dovrebbe descrivere i requisiti di finanziamento e il modo in cui verranno utilizzati i fondi.

8. Analisi SWOT

L'analisi SWOT è uno strumento utilizzato per identificare i punti di forza, le debolezze, le opportunità e le minacce di un'azienda. Ecco alcune cose da considerare nella stesura di questa sezione del business plan per azienda vinicola:

1. Punti di forza: questa sezione dovrebbe elencare i punti di forza dell'azienda, come ad esempio una posizione geografica vantaggiosa, una reputazione di alta qualità o una forte presenza sui social media.
2. Debolezze: questa sezione dovrebbe elencare le debolezze dell'azienda, come ad esempio una scarsa presenza sui canali di distribuzione o una capacità di produzione limitata.
3. Opportunità: questa sezione dovrebbe elencare le opportunità presenti nel mercato del vino, come ad esempio l'aumento della domanda di vini biologici o l'apertura di nuovi canali di distribuzione.
4. Minacce: questa sezione dovrebbe elencare le minacce presenti nel mercato del vino, come ad esempio la concorrenza dei vini importati o i cambiamenti nei gusti dei consumatori.

Ecco una previsione dei valori di conto economico per 5 anni:

	Anno 1	Anno 2	Anno 3	Anno 4	Anno 5
Ricavi da vendite	100.000	110.000	120.000	130.000	140.000
Rimanenze finali prodotto	10.000	11.000	12.000	13.000	14.000
Altri ricavi	1.000	2.000	3.000	4.000	5.000
Rimanenza materie prime	1.000	1.500	2.000	2.500	3.000
Spese generali	20.000	22.000	24.000	26.000	28.000
Salari e stipendi	15.000	16.000	17.000	18.000	19.000

	Anno 1	Anno 2	Anno 3	Anno 4	Anno 5
Accantonamento TFR	2.000	2.500	3.000	3.500	4.000
Ammortamenti ed accanton.	3.000	3.500	4.000	4.500	5.000
EBIT	60.000	65.000	70.000	75.000	80.000
Ricavi non caratteristici	5.000	6.000	7.000	8.000	9.000
Costi non caratteristici	6.000	7.000	8.000	9.000	10.000
Interessi attivi	1.000	1.500	2.000	2.500	3.000
Interessi passivi	500	600	700	800	900
Proventi straordinari	2.000	2.500	3.000	3.500	4.000
Oneri straordinari	1.000	1.500	2.000	2.500	3.000
RISULTATO LORDO	35.000	37.500	40.000	42.500	45.000
Imposte	7.000	7.500	8.000	8.500	9.000
REDDITO NETTO	28.000	30.000	32.000	34.000	36.000

Conto economico business plan azienda vinicola

Questi gli indici di bilancio su base annuale per 5 anni:

Anno	ROS	ROE	ROI	MOL	Margine di contribuzione
1	28%	14%	14%	2.8	35.000
2	27%	13%	13%	2.7	37.500
3	30%	15%	15%	3.0	40.000
4	29%	14%	14%	2.9	42.500
5	30%	15%	15%	3.0	45.000

Indici di bilancio per business plan azienda vitivinicola

ROS: il ROS (Return on Sales) indica il margine di profitto ottenuto su ogni euro di vendita. Si calcola dividendo il reddito netto per i ricavi da vendite.

ROE: il ROE (Return on Equity) indica il margine di profitto ottenuto su ogni euro di capitale investito. Si calcola dividendo il reddito netto per il patrimonio netto.

ROI: il ROI (Return on Investment) indica il margine di profitto ottenuto su ogni euro investito. Si calcola dividendo il reddito netto per il totale degli investimenti.

MOL: il MOL (Margine Operativo Lordo) indica la percentuale di margine di profitto ottenuta su ogni euro di vendita, al netto delle spese generali e degli ammortamenti. Si calcola dividendo l'EBIT per i ricavi da vendite.

Margine di contribuzione: il margine di contribuzione indica il profitto ottenuto su ogni unità di prodotto venduta, al netto dei costi variabili. Si calcola sottraendo i costi variabili dai ricavi per unità di prodotto.

Ecco i valori di cash flow per 5 anni:

Anno	Flusso di cassa dall'attività operativa	Flusso di cassa dall'attività di investimento	Flusso di cassa dall'attività finanziaria	Flusso di cassa totale
1	50.000	-30.000	20.000	40.000
2	55.000	-35.000	25.000	45.000
3	60.000	-40.000	30.000	50.000
4	65.000	-45.000	35.000	55.000
5	70.000	-50.000	40.000	60.000

Cash flow azienda vinicola per business plan

Il flusso di cassa dall'attività operativa rappresenta il denaro generato dalle attività principali dell'azienda, come la vendita di prodotti o servizi.

Il flusso di cassa dall'attività di investimento rappresenta il denaro speso per acquistare o mantenere attività a lungo termine, come ad esempio la proprietà immobiliare o i macchinari.

Il flusso di cassa dall'attività finanziaria rappresenta il denaro generato o utilizzato per attività finanziarie, come ad esempio l'emissione o il rimborso di debiti o l'acquisto o la vendita di azioni.

Il flusso di cassa totale rappresenta il totale del denaro generato o utilizzato dall'azienda durante un determinato periodo di tempo.

Simulazione di stato patrimoniale per 5 anni:

	Anno 1	Anno 2	Anno 3	Anno 4	Anno 5
Attivo circolante	100.000	110.000	120.000	130.000	140.000
Immobilizzazioni	50.000	55.000	60.000	65.000	70.000
Altre attività	10.000	12.000	14.000	16.000	18.000
Totale attività	160.000	177.000	194.000	211.000	228.000
Passività correnti	80.000	85.000	90.000	95.000	100.000
Passività a lungo termine	50.000	55.000	60.000	65.000	70.000
Patrimonio netto	30.000	37.000	44.000	51.000	58.000
Totale passività	160.000	177.000	194.000	211.000	228.000

Stato patrimoniale azienda vitivinicola

L'attivo circolante rappresenta le risorse di breve termine dell'azienda, come ad esempio il denaro in cassa, il credito verso i clienti e le scorte di magazzino.

DOWNLOAD >> [Business plan azienda vinicola excel gratis](#) <<

www.business-plan.it/software-business-plan-excel.htm
