

Implementazione del controlling strategico in una società cooperativa: la Balanced Scorecard alla Cantina Sociale Mendrisio



“affrontare in modo adeguato e consapevole le sfide presenti e future”

Partner di progetto

Cantina Sociale Mendrisio
Via Bernasconi 22
CH-6850 Mendrisio
www.cantinamendrisio.ch

Referenti aziendali

Direttore
Remo Tettamanti

Coach SUPSI

Claudio Cereghetti

Team di progetto

Vincenzo Ciulla
Sara Greco
Andrea Greppi

La Cantina Sociale Mendrisio è stata costituita nel 1949 da un gruppo di viticoltori del mendrisiotto con l'obiettivo di attivare una collaborazione per la produzione di vino artigianale. L'azienda oggi è l'unica casa vinicola a statuto cooperativo del Canton Ticino. Nel 1962 la cantina ha acquisito la tenuta Montalbano, il cui vigneto è uno dei più estesi del Canton Ticino, e nel 2000 è stata costituita la Monticello SA, con lo scopo di produrre un vino di alta gamma. Oggi la Cantina è uno dei maggiori produttori di vino dell'intero Cantone.

La Cantina Sociale di Mendrisio opera in un contesto ambientale molto dinamico, caratterizzato dalla riduzione dei consumi di vino, dall'aumento della concorrenza dei produttori esteri e dalla necessità di ottenere il consenso di produttori, clienti e comunità locali per lo sviluppo della propria attività (necessità accentuata dalla forma giuridica cooperativa).

Per essere in grado di affrontare in modo adeguato e consapevole le sfide presenti e future, il management ha intrapreso una profonda riflessione di carattere strategico, nell'ambito della quale ha affidato al gruppo di studenti il mandato di formalizzare tali riflessioni attraverso l'adozione della Balanced Scorecard, uno strumento di supporto per l'implementazione della strategia e la misurazione del raggiungimento degli obiettivi strategici.

Dopo avere analizzato il settore vitivinicolo in Svizzera e in Ticino e l'attività svolta dalla Cantina Sociale di Mendrisio, il gruppo di lavoro ha preliminarmente formalizzato visione, missione e strategia aziendale per poi passare alla creazione della mappa strategica, nella quale ha individuato le principali aree di performance per le prospettive economico-finanziaria, del cliente, dei processi interni, di apprendimento e crescita, ed evidenziato i legami causa-effetto tra queste aree.

Successivamente il gruppo ha identificato un set di indicatori per ciascuna area, attribuendo a ciascuno degli obiettivi misurabili da raggiungere nel breve termine. Infine, per rendere operativo lo strumento ha identificato le figure aziendali responsabili della rilevazione dei dati ed ha sviluppato uno strumento ad hoc per agevolare la gestione degli indicatori.

