

VALIDAZIONE DI NUOVE PRODUZIONI CASEARIE E DI ALIMENTI ZOOTECCNICI IN GRADO DI MIGLIORARE LA QUALITÀ GLOBALE DEL SISTEMA VACCA DA LATTE

Obiettivo Realizzativo 4

Diffusione/ valorizzazione/commercializzazione delle innovazioni

Gruppo I:
Valutazione della qualità delle innovazioni
Azione 4.1

Gruppo II:
Diffusione dei risultati
Azione 4.2
Azione 4.4

Gruppo III:
Immagine e lancio delle innovazioni
Azione 4.3 Azione 4.5
Azione 4.6

Azione 4.1 Valutazione della qualità delle innovazioni, mediante prove di assaggio con operatori del settore e consumatori
Sarà analizzato il comportamento del consumatore nei confronti dell'innovazione del settore lattierocaseario bovino secondo una prospettiva di consumer science. Le ricerche includeranno studi sensoriali e motivazionali di base, studi sull'effetto di variabili sensoriali, psicologiche, culturali ed ambientali sulla preferenza; studi sull'effetto delle differenze geografiche e culturali sulla preferenza; studi sull'evoluzione delle preferenze; studi sulla percezione della qualità da parte di giudici esperti e consumatori; correlazioni

Azione 4.2 Sviluppo di attività di training degli operatori del settore

L'azione diffonde i risultati del progetto presso i componenti della filiera del settore lattierocaseario bovino. La consistente partecipazione al partenariato progettuale di aziende agricole e di trasformazione/commercializzazione, garantisce una piattaforma solida per la creazione di una rete di aziende disposte ad implementare le innovazioni collaudate. Sarà sviluppata un'attività di training rivolta agli operatori del settore inerente le tecniche

Azione 4.3 Creazione dell'immagine coordinata del progetto e delle innovazioni collaudate

E' prevista l'elaborazione di un documento per la creazione dell'immagine coordinata del progetto (da replicare su inviti, brochure, manifesti, etc) e delle innovazioni collaudate. Quest'ultima attività comprende l'ideazione e la realizzazione dei diversi strumenti di promozione delle innovazioni (packaging, etichette, espositori, etc)

Azione 4.5 Predisposizione di strategie di marketing per la promozione delle innovazioni prodotte presso i consumatori

Predisposizione strategie di mktg per promuovere le innovazioni c/o consumatori. La segmentazione della domanda è una leva importante per le operazioni di innovazione delle aziende. Le scelte di mktg saranno attuate mediante opportuni strumenti di azione (mktg mix). Obiettivo è individuare la migliore combinazione degli strumenti di mktg in relazione all'innovazione prodotta nel settore lattierocaseario bovino e alla domanda individuata (salutismo). Le diverse leve di marketing, individuate nella fase preliminare del progetto, sono state raggruppate in tre categorie: prodotto, promozione e distribuzione. Per comunicazione di mktg s'intende l'insieme dei segnali emessi con l'innovazione verso i diversi pubblici a cui si rivolge (clienti, distributori, fornitori). I 5 strumenti della comunicazione di mktg (communication mix) individuati comprendono: pubblicità sui media, forza vendita, promozione delle vendite, relazioni esterne e mktg diretto. Obiettivo del progetto sarà attivare questi elementi, tenuto conto delle caratteristiche dei prodotti e degli obiettivi di comunicazione

Azione 4.1
Valutazione della qualità delle innovazioni, mediante prove di assaggio con operatori del settore e consumatori

Attività 4.1.1
Valutazione sensoriale con giudici esperti

Attività 4.1.2
Valutazione sensoriale con i consumatori

Attività 4.1.2.a - Formaggi freschi e molli (c/o MidA)
Attività 4.1.2.b - Formaggi semicotti (c/o Ristoranti Salerno)
Attività 4.1.2.c - Sieroformaggi (c/o Ristoranti Napoli)

Azione 4.2
Sviluppo di attività di training degli operatori del settore

Attività 4.2.a Formaggi freschi e molli
Attività 4.2.b Formaggi semicotti
Attività 4.2.c Sieroformaggi

Zona 1 (Vallo di Diano)
Zona 2 (Salerno 2)
Zona 3 (Avellino)
Zona 4 Caserta/Benevento

Azione 4.4 Organizzazione seminari e convegni di divulgazione del progetto e delle innovazioni. Saranno organizzati seminari e convegni per diffondere le tecniche collaudate e i prodotti innovativi. L'attività di divulgazione si rivolgerà a: enti pubblici, autorità locali competenti,

Azione 4.4
Organizzazione seminari e convegni di divulgazione del progetto e delle innovazioni

Attività 4.4.a
Promozione dell'innovazione di progetto
Attività 4.4.b
Promozione dell'innovazione di prodotto



Project
Promoted

