

RELAZIONE DESCRITTIVA SINTETICA DEL PROGETTO

SOGGETTO RICHIEDENTE

C.L.A.I. COOPERATIVA LAVORATORI AGRICOLI IMOLESI SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA

TITOLO DEL PROGETTO

“Innovazione nella commercializzazione della carne bovina”

ABSTRACT/BREVE DESCRIZIONE

Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020. Misura 16.2.01 in approccio di Filiera

OBIETTIVI E FINALITA'

(Breve descrizione del contesto in cui il piano matura e del problema/opportunità che si intende affrontare)

Il piano di innovazione si sviluppa all'interno di una realtà all'avanguardia con una particolare specializzazione nel segmento della carne bovina.

Il consumo di carne bovina in Italia è pesantemente in calo da diversi anni. Secondo gli ultimi dati Ismea-Nielsen (Consumer Panel), nel 2015 la spesa delle famiglie per l'acquisto di carni fresche bovine ha segnato una flessione di oltre 6,5 punti percentuali su base annua, confermando la dinamica negativa dell'anno precedente (-5,6%) ed appesantendo un quadro già di per sé poco roseo.

Gran parte della motivazione di questo andamento negativo risiede nell'insoddisfazione del consumatore dovuta all'inadeguatezza della qualità delle carni acquistate che non risponde alle sue attese.

In questo contesto l'obiettivo principale dell'azienda è aumentare la redditività attraverso la diversificazione di prodotto, puntando su una elevata specializzazione produttiva, sul miglioramento della qualità delle produzioni e su una adeguata informazione del consumatore.

L'attuazione del piano consentirà di incrementare il livello di servizio dei prodotti offerti al consumatore (oggi sempre più indirizzato verso piatti pronti, facili e veloci da utilizzare), favorirà inoltre acquisti più consapevoli grazie ad una mirata attività di comunicazione sulla provenienza e sulla qualità delle carni (origine, sesso, età, quantità di grasso, quantità di sale, tenerezza).

Attraverso il raggiungimento di tali obiettivi sarà in parte possibile invertire il trend negativo in cui versa il comparto della carne bovina negli ultimi anni. Infatti attraverso un aumento delle vendite in primis trarranno beneficio gli attori a monte della filiera (aziende agricole), quelli intermedi (macello, aziende di trasformazione) e i consumatori finali.

Obiettivo generale del piano di innovazione è quello di aumentare i volumi di vendite di carni bovine sia fresche che elaborate attraverso interventi che puntano sull'innovazione, sulla commercializzazione e mirano a fornire al consumatore informazioni qualitative sul prodotto al momento dell'acquisto e del consumo. I consumatori potendo finalmente disporre di indicazioni esaustive e precise sull'origine della carne, sulla qualità dei tagli e sulle loro modalità d'uso potranno fare scelte più consapevoli, avendo maggiori garanzie di soddisfare le loro attese

Gli obiettivi specifici sono:

- individuazione dei bisogni dei consumatori nei confronti dei piatti pronti (focus group);
- caratterizzazione dei tagli bovini destinati alla produzione dei piatti pronti (analisi chimico fisiche e sensoriali);
- sviluppo dei piatti pronti "ready to eat";
- sviluppo di un sistema di comunicazione dell'informazione (QR code).

RISULTATI ATTESI

Al termine del piano di innovazione i risultati attesi saranno i seguenti:

- 1) informazioni relativamente alle attese e alle esigenze del consumatore sui piatti pronti ad elevato contenuto di servizio;

- 2) caratterizzazione chimico fisica e sensoriale della materia prima impiegata per lo sviluppo di piatti pronti (questo risultato sarà condiviso con le aziende agricole);
- 3) messa a punto di 3 piatti pronti;
- 4) definizione di un sistema di comunicazione al consumatore (QR code ed etichetta).

Tempi di realizzazione: entro 18 mesi dalla determina di approvazione del progetto

COSTO DEL PROGETTO

L'importo del Progetto di ricerca ammonta ad euro 150.362,00

Importo ammesso a contributo euro 145.362,00.

Contributo concesso euro 101.753,40.