



MILK-ED

MODERN AND INNOVATIVE ONLINE-BASED
KNOW-HOW ON EUROPEAN DAIRY PROCESSING

STUDIJE SLUČAJA IT-02

*In love with
milk industry!*



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission.
This document reflects the view only of the author and the Commission cannot be held
responsible for any use which may be made of the information contained therein.

0. Uvod :

Srednje velika privatna tvrtka u vlasništvu gospodina Marconi Riccarda smještena je u blizini škole; mljekara se nalazi na školskom gospodarstvu, odnosno na imanjima koje spomenuta škola unajmljuje. Tvrtka je oduvijek bila povezana sa školom preko aktivnosti osposobljavanja i eksperimentalnog rada od strane učenika. Vlasnik kupuje mlijeko lokalnih poljoprivrednika i proizvodi brojne sireve od kravljeg, ovčjeg i kozjeg mlijeka, kao i Ricottu te ima malu proizvodnju jogurta. Najpoznatiji proizvod je Mozzarella. Trenutačno u mljekari je zaposleno 10 ljudi, a svi zaposlenici su bivši učenici škole, poput i samog vlasnika. Vlasnik bi želio razviti mliječne napitke i pića na bazi sirutke. Za razvoj proizvoda potrebna mu je suradnja kako bi istražio mogućnosti proizvodnje novih proizvoda i voljan je za to ponuditi svoj proizvodni pogon, znanje i već ponuđene mliječne proizvode.

1. Osobni podaci

1.1 Ime : MARCONI RICCARDO

1.2 Godina rođenja :1974

1.3 Radno iskustvo : /

1.4 Obrazovanje : Sekundarno (srednješkolsko) obrazovanje, pohađao je prvu godinu na Sveučilišnom /Poljoprivredni fakultet

2. Podaci o farmi/poduzeću

2.1 Adresa/kordinate : Ponterio 06059 Todi PG-42.810580, 12.414344

2.2 Površina farme : --

2.3 Broj radnika na farmi/u poduzeću :

| | Puno radno vrijeme | Nepuno radno vrijeme/ sezonsko |
|------------------|--------------------|-----------------------------------|
| Članovi obitelji | 2 | - |
| Ostali | 7 | 1 |

2.4 Opis farme/poduzeća :

Zgrade koje tvrtka koristi iznajmljuju se, ali strojevi potrebni za preradu mlijeka u vlasništvu su tvrtke i nedavno su servisirani. Tvrtka nema vlastitu farmu nego obavlja preradu mlijeka u mliječne proizvode. Njihovi glavni proizvodi su: svježi i zreli sir, jogurt i ricotta sir. Spominjana tvrtka dnevno preradi oko 2000 litara mlijeka. Svoje proizvode izravno prodaju u svojoj trgovini i preko lokalnih predstavnika u drugim trgovinama u središnjoj Italiji, a nedavno su počeli prodavati i putem Interneta.

Vlasnik također nudi vođene obilaske mljekare, kao i degustaciju i promociju svojih proizvoda u kombinaciji s ostalim tipičnim lokalnim proizvodima u trgovini.

2.5 Web stranica i društvene mreže :

Web stranica te Instagram i Facebook profil pod nazivom "Caseificio Montecristo "

3. Višenamjenske poljoprivredne aktivnosti povezane s preradom mlijeka / Inovacije povezane s proizvodima i/ili preradom

3.1 Slobodan tekst :

Od 2010. godine tvrtka provodi višenamjenske aktivnosti za podršku kod prerade mlijeka. Te se aktivnosti sastoje od:

- organizacije događaja u mljekari gdje se ljudima pokazuje kako se proizvode sirevi;
- tjedne degustacije u trgovini tradicijskih lokalnih proizvoda;
- vježbe za studente o proizvodnji mliječnih proizvoda;
- demonstracijski dani za turiste u mljekari.

Odluka o pokretanju multifunkcionalnih aktivnosti donesena je radi brige o društvenim odnosima sa zajednicom, a motivirana je velikom strašću za društveni život i okoliš.

Nadalje, u 2015. godini tvrtka je započela i druge inovativne aktivnosti u vezi s proizvodnjom novih proizvoda poput:

- proizvodnje kozjeg sira pod nazivom "GranCapra";
- proizvodnje kravljeg sira od nepasteriziranog mlijeka;
- proizvodnje mješovite ili ovčje Ricotte s različitim stupnjem kremastosti;
- proizvodne linije za sve sireve, Mozzarellu i Ricottu bez laktoze.

3.2 Savjeti/Preporuke :

„Budite poduzetni u započinjanju novih aktivnosti i nemojte imati strahove od započinjanja provedbe.

Učite od drugih koji i „krađu očima“ i inovirajte bez straha.“

„Ako ne budete inovirali, nećete rasti.“

4. Razmatranja, obuka / uključene kompetencije i upiti / pitanja

4.1 Opća razmatranja :

Vrlo je važno pokušati shvatiti mogu li poduzete inovacije biti uspješne na tržištu. Pogađanje preferencija i želja potrošača presudno je kako bi ih se moglo presresti. Da bi postigao taj cilj, tvrtka treba savjet stručnjaka. Osim tehničke stručnosti koju pruža vlasnik, tvrtka koristi vanjske savjetnike i za sve ostalo što joj treba; bilo koja odluka i/ili inovacija provodi se pod nadzorom ovih savjetnika.

Razvoj inovacija omogućio nam je da slijedimo potrebe novih potrošača i poboljšamo imidž mljekare pokazujući stalnu blizinu potrošačima, što nam omogućuje da budemo ispred konkurencije. Kontinuirana istraživanja te poboljšana kvaliteta proizvoda zadovoljili su zahtjeve tržišta.

Ukusi potrošača vrlo se brzo mijenjaju; na primjer, izbijanje Covid-19 izazvalo je veliku promjenu u potrošnji sira sa značajnim povećanjem potražnje za svježim proizvodima (npr. mozzarellom, stracchinom i ricottom), ali drastičnim smanjenjem potrošnje sezonskih proizvoda (npr. pecorino, caciotta itd.); stoga će se proizvodnja u tom smislu pomaknuti.

Osim kvalitete i raznolikosti proizvoda, vrlo je važno biti prisutan i stvoriti povjerljiv odnos s potrošačima. Da bi to učinila, osim izravne prodaje preko vlastite trgovine, tvrtka je stvorila mrežu neovisnih veletrgovaca i trgovaca koji djeluju u središnjoj Italiji te mrežu malih trgovina koje se opskrbljuju izravno u regiji Umbrije. Također, planira se internetska prodaja svih lokalnih poljoprivredno-prehrambenih proizvoda koji se trenutno prodaju u prodavaonici tvrtke koja će biti aktivna od lipnja. U tu svrhu izgradit će se lokalno skladište i stvoriti sustav otpreme uz reviziju sustava pakiranja, posebno za svježe proizvode.

4.2 Obuka/kompetencije relevantne za proces :

Da bi se postigao kvalitetan proizvod, osoblje treba imati visoku tehničku kompetenciju u proizvodnim procesima. To se može postići samo kroz konstantnu edukaciju i ažurnost o novitetima na tržištu. Nadalje, za učinkovitije širenje proizvoda važna je osoba koja ima diplomu iz Ekonomije i poslovanja te koja se specijalizirala za marketing.

Vlasnik se izjašnjava da mu je san bio otvoriti školu mljekarstva u sklopu svoje mljekare.

5. Grafički materijal

