MILK-ED

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

ŠTUDIJE PRIMEROV 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 :

Mlekarna, ki je srednje veliko zasebno podjetje, se nahaja na šolskem posestvu ISIS Ciuffeli (partner projekta MILK-ed), kjer najemajo prostore. Podjetje je bilo od nekdaj tesno povezano s šolo, prek sporazuma, ki omogoča dijakom opravljanje prakse. Lastnik kupuje mleko od lokalnih kmetov in proizvaja mnogo različnih sirov iz kravjega, ovčjega in kozjega mleka, hkrati pa proizvaja tudi rikoto. Njihov glavni izdelek pa je mocarela.
Trenutno je v podjetju zaposlenih 10 oseb, vsi pa so obiskovali šolo ISIS Ciuffeli, tudi lastnik. V prihodnosti ima lastnik željo razvijati področje mlečnih napitkov in napitkov s sirotko, za razvoj in testiranje teh novih izdelkov pa bo potrebno sodelovanje.

1. Osebni podatki

1.1 Ime :MARCONI RICCARDO

1.2 Letnica rojstva :1974

1.3 Poklicne izkušnje :**NONE**

1.4 Izobrazba : Srednješolska; eno leto je obiskoval fakulteto za kmetijstvo

2. Informacije o podjetju/kmetiji

2.1 Naslov in koordinate :Ponterio 06059 Todi PG-42.810580, 12.414344
2.2 Površina kmetije v ha : ----
2.3 Število zaposlenih na kmetiji/v podjetju:

	polnozaposleni	Sezonski delavci in zaposleni s skrajšanim delovnim časom
Družinski člani	2	
Ostali	7	1

2.4 **Opis kmetije / podjetja :** Podjetje ni kmetija, izvajajo le predelavo mleka. Prostori, v katerih podjetje deluje, so najeti, oprema pa je lastna in je bila nedavno obnovljena. Njihovi glavni proizvodi so mehki in trdi siri, jogurt, rikota in druge vrste sirov. Podjetje dnevno predela okoli 2000 l mleka dnevno. Svoje izdelke prodajajo neposredno v lastni trgovini in prek lokalnih distributerjev v ostalih prodajalnah srednje Italija. Nedavno so začeli spletno prodajo izdelkov.
Lastnik izvaja tudi predstavitve mlekarne z vodenim ogledom, degustacijo in promocijo izdelkov v kombinaciji z drugimi značilnimi lokalnimi izdelki, ki so na voljo v trgovini.

2.5 Spletna stran in družbeni mediji :
2.6 https://www.caseificiomontecristo.it/"
https://it-it.facebook.com/CaseificioMontecristo/
https://www.instagram.com/caseificiomontecristo/

3. Večnamenske aktivnosti vezane na predelavo mleka, inovacije vezane na izdelek ali tehnološki prostopek

3.1 Od leta 2010 podjetje izvaja večnamenske aktivnosti, ki podpirajo predelavo mleka. Te aktivnosti obsegajo naslednje:
Organizacija dogodkov z namenom prikaza proizvodnje sira
Tedenske degustacije izdelkov v lastni prodajalni, kjer prodajajo tradicionalne izdelke
Usposabljanja iz predelave mleka za dijake
Demonstracije za turiste, obiskovalce mlekarne

Odločitev za izvajanje večnamenskih aktivnosti v podjetju je bila sprejeta z namenom ohranjanja socialnih stikov s skupnostjo in je posledica velike strasti do družabnega življenja in okolja.

V letu 2015 so v podjetju začeli uvajati tudi inovacije, vezane na nove izdelke:
Kozji sir, z imenom GranCapra
Kravji sir iz surovega mleka
Mešana in/ali ovčja rikota z različnimi stopnjami kremnosti
Proizvodnja linija brez laktoze za vse vrste sirov, mocarele in rikote

3.2 Nasvet / priporočilo :

Pridobite dobro, znanstveno, osnovno znanje, pri uvajanju novih dejavnosti bodite podjetniški naravnani in ne bodite prestrašeni pri zasledovanju lastnih ciljev. Učite se od drugih, kradite z očmi in razvijajte nove izdelke brez strahu. Če ne boste razvijali, ne boste rastli.

4. Obravnava, usposabljanje in kompetence vpletenih, premisleki

4.1 **Splošni premisleki**:
Zelo pomembno je razumeti, če bo inovacija lahko uspešna na trgu. Zaznavanje sprememb v okusu potrošnikov je ključno, v kolikor jih želimo doseči. Pri tem je pomembno, da podjetje poišče nasvet pri strokovnjakih. Z izjemo same tehnologije, ki jo lastnik obvladuje, si podjetje pomaga z zunanjimi svetovalci glede vsega – vsaka odločitev ali inovacija se izvede pod nadzorom teh svetovalcev.
Razvoj inovativnih aktivnosti jim je omogočilo, da so zaznali potrebe novih strank ter za izboljšanje ugleda mlečnih izdelkov; tesni stik s strankami jim je tako omogočil, da so en korak pred konkurenco. Neprestano raziskovanje in izboljševanje kakovosti izdelkov je bolj učinkovito zadovoljilo potrebe trga.
Okusi se spreminjajo z izjemno hitrostjo, primer, ki kaže na to, je izbruh covida-19, kjer se je močno spremenilo povpraševanje po sirih – velik porast povpraševanja se je pokazal na področju svežih izdelkov (npr. mocarela, stracchino in rikota), hkrati pa je drastično upadla poraba trdih in poltrdih sirov (pekorino, caciotta idr.), torej se mora temu prilagoditi tudi proizvodnja.
Poleg kakovosti in raznolikosti, je potrebno s potrošniki ustvariti tudi zaupanje in biti prisoten na območju. Za ta namen se je podjetje, poleg neposredne prodaje v lastni trgovini, odločilo vzpostaviti mrežo z veleprodajniki na področju srednje Italije ter majhnimi prodajalnami v regiji Umbria. Poleg tega so se odločili vzpostaviti tudi spletno platformo, ki bo ponujala vse agroživilske izdelke, ki so že sedaj na voljo v njihovi trgovini. Spletna platforma bo delovala od junija 2020. V ta namen vzpostavljajo tudi lokalno skladišče in sistem dostave in pakiranja, ki je izjemnega pomena v primeru dostavljanja svežih izdelkov.

4.2 Usposabljanje,kompetence:

V kolikor želimo zagotoviti kakovosten izdelek, mora imeti osebje visoko razvite tehnične kompetence s področja predelave, to pa lahko dosežemo zgolj s konstantnim izobraževanjem ter seznanjanjem z inovacijami, ki se pojavijo na trgu. Vsekakor pa bi diploma iz ekonomije, poslovnih ved in specializacije iz marketinga omogočila boljše trženje izdelkov.
Sanje lastnika so, da ustanovi mlekarsko šolo v njegovi mlekarni.

5. Graphic Material