



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 :

Mlekara, privatna kompanija srednje veličine, smeštena je na školskoj farmi ISIS Ciuffelli (MILK-ed-partner) na imanjima koja iznajmljuje sama škola. Kompanija je oduvek bila povezana sa školom kroz konvencije i sporazume o obuci i podučavanju studenata.

Vlasnik kupuje mleko od lokalnih poljoprivrednika i proizvodi brojne kravlje, ovčje i kozje sireve, kao i rikotu a ima i malu proizvodnju jogurta. Vrhunski proizvod je mocarela.

Trenutno tamo radi 10 ljudi, svi učenici ove škole, poput vlasnika.

Vlasnik bi voleo da razvije sektor mlečnih i napitaka dobijenih od mlečne surutke i biće mu potrebna saradnja kako bi eksperimentisao sa ovim novim proizvodima.

1. Lični podaci

1.1 Ime :MARCONI RICCARDO

1.2 Godina rođenja :1974

1.3 Radno iskustvo :NEMA GA

1.4 Obrazovanje : Srednja škola; Pohađao je prvu godinu univerziteta, poljoprivredni fakultet.

2. Podaci o farmi/Preduzeću

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

2.2 Površina farme u ha : ---

2.3 Broj radnika na farmi/u preduzeću:

	Puno radno vreme	Honorarno/sezonski
Članovi porodice	2	
Osim članova porodice	7	1

2.4 Opis Farme/Preduzeća : Kompanija nije farma, oni samo obavljaju preradu mleka. Zgrade koje kompanija koristi su iznajmljene, ali mašine potrebne za preradu mleka su vlasništvo kompanije i one su nedavno obnovljene. Njihovi glavni proizvodi su: meki i tvrdi sirevi, jogurt, sir rikota i druge tipologije sira. Kompanija dnevno prerađuje oko 2.000 litara mleka. Svoje proizvode prodaju direktnom prodajom u svojoj radnji i preko lokalnih distributera u drugim prodavnicama u centralnoj Italiji. Nedavno su počeli da prodaju putem interneta.

Vlasnik takođe obavlja ogledne aktivnosti kroz obilaske mlekare, kao i degustaciju i promociju svojih proizvoda u kombinaciji sa drugim tipičnim lokalnim proizvodima u radnji.

2.5 Internet stranica I nalozi na društvenim mrežama :

2.6 <https://www.caseificiomontecristo.it/>"

<https://it-it.facebook.com/CaseificioMontecristo/>

<https://www.instagram.com/caseificiomontecristo/>

3. Multifunkcionalne poljoprivredne aktivnosti u vezi sa preradom mleka/Inovacije u vezi sa proizvodima i/ili preradom

3.1 Slobodan sastav :

Od 2010. Godine, kompanija sprovodi višenamenske aktivnosti kao podršku u preradi mleka. Te se aktivnosti sastoje u:

- Organizovanje dana događaja u mlekari kako bi se ljudima pokazalo kako se proizvode sirevi;
- Nedeljne degustacije u kompanijskoj prodavnici tradicionalnih domaćih proizvoda;
- Dani obuke u vezi mlečnih proizvoda za studente
- Dani demonstracija proizvoda za turiste u mlekari.

Odluka o pokretanju multifunkcionalnih aktivnosti doneta je u cilju brige o društvenim odnosima sa zajednicom i motivisana je velikom strašću prema društvenom životu i životnoj sredini.

Osim toga, u 2015. godini kompanija je počela i druge inovativne aktivnosti u vezi sa proizvodnjom novih proizvoda kao što su:

- Kozji sir pod nazivom "GranCapra ";
- Kravlji sir od sirovog mleka;
- Mešana i/ili ovčja rikota sa različitim stepenom kremastoće;
- Proizvodna linija za sve sireve, mocarelu i rikotu bez laktoze.

3.2 Savet/Preporuka :

Steknite dobra osnovna naučna znanja, imajte preduzetnički stav tokom započinjanja novih aktivnosti i ne plašite se da ih sledite. Učite od drugih „krauduci od njih pogledom“ i sprovodite inovacije bez straha. "Ako ne inovirate, nećete rasti."

4. Razmatranja, obuke/potrebne sposobnosti i upiti/pitanja

4.1 Opšta razmatranja :

Vrlo je važno shvatiti da li preduzete inovacije mogu biti uspešne na tržištu. Pogađanje promena u ukusima potrošača je od ključnog značaja kako bi mogli da odgovorite na njih.

Da bi postigla ovaj cilj, kompaniji su potrebni saveti stručnjaka. S izuzetkom tehničke ekspertize koju vlasnik pruža, kompanija koristi spoljne konsultante za sve ostalo što je potrebno; svaki izbor i/ili inovacija se vrši pod nadzorom ovih konsultanata.

Razvoj inovativnih aktivnosti omogućio im je da slede potrebe novih potrošača i poboljšaju imidž mlekare pokazujući stalnu blizinu potrošačima, ostajući ispred konkurencije. Neprekidno istraživanje, uz unapređenje kvaliteta proizvoda, efikasnije je udovoljilo zahtevima tržišta.

Ukusi potrošača se veoma brzo menjaju; na primer, epidemija Covid-19 izazvala je veliku promenu u potrošnji sira znatno povećavajući potražnju za svežim proizvodima (npr. mocarela, strakino i rikota), ali drastično smanjujući potrošnju tvrdih i polutvrdih proizvoda (npr. pekorino, kaciota, itd.); prema tome, proizvodnja bi trebala da se preusmeri u tom smislu.

Pored kvaliteta i raznolikosti proizvoda, veoma je važno i da stvorite odnos poverenja sa potrošačima i da budete prisutni na teritoriji. Da bi to postigla, pored direktne prodaje preko kompanijine prodavnice, kompanija je stvorila mrežu nezavisnih veletrgovaca i prodavaca koji posluju u centralnoj Italiji i mrežu malih radnji koje se direktno snabdevaju u regiji Umbrija. Kako bi još bolje stigli do potrošača, od juna 2020. biće u funkciji internetska prodajna platforma za sve lokalne poljoprivredno-prehrambene proizvode koji se trenutno prodaju u kompanijskoj prodavnici. U tu svrhu biće stvoren i lokalni sistem skladištenja i otpreme uz reviziju sistema za pakovanje, naročito za sveže proizvode.

4.2 Obuka/sposobnosti (veštine, znanje, stavovi) posebno relevantni za proces :

Kako bi realizovali kvalitetan proizvod, osoblje bi trebalo da poseduje visoku tehničku kompetentnost u proizvodnim procesima. To se može postići samo intenzivnom i stalnom obukom i neprestanim informisanjem o inovacijama na tržištu.

Pored toga, osoba sa diplomom iz ekonomije i biznisa i specijalizacijom u marketingu biće potrebna kako bi se obezbedilo efikasnije rasprostiranje proizvoda.

Vlasnik uvek kaže da bi njegov san bio da stvori mlečnu školu u svojoj mlekari.

5. Grafički Materijal

