



VETERINARY
RESEARCH
INSTITUTE



Proposta 2 INTERREG Grecia-Italia. "Produzione e promozione di prodotti innovativi dell'agroalimentare e della tradizione/gastronomia locale attraverso una piattaforma elettronica e iniziative innovative – Innovative Ionian Market Platform"

Il progetto sarà incentrato su carne ovina, caprina, bovina e relativi prodotti (formaggio, ecc.).

Attività 1. Selezione di allevamenti di animali. Creazione di una rete di allevatori, implementazione di un modello gestionale per gli allevatori, formazione degli allevatori. Potremmo forse basarci sulle razze locali, ad esempio nelle Isole Ionie ci sono le razze di Zante e Cefalonia così come nei loro allevamenti incrociati. L'obiettivo è sostenere gli allevamenti al fine di aumentare la produttività (carne/latte) e migliorare la qualità. Tutte le aziende agricole selezionate saranno collegate con caseifici o con produttori di formaggi locali/tradizionali.

Attività 2. Selezione di caseifici per la produzione di prodotti tradizionali/gastronomici. Tra gli altri, i formaggi fatti in casa saranno registrati, selezionati e prodotti "formaggi dimenticati con tecnologia moderna, ad esempio in Grecia Graviera di Corfù, ladotyri di Zante, pretza di Cefalonia e formaggio di capra, formaggio locale a Itaca (che si trova anche in Calabria). La tecnologia di produzione tradizionale saranno registrati in dettaglio con un focus sui punti che sono importanti per lo sviluppo delle caratteristiche peculiari dei formaggi e quelli in cui si osserveranno i punti deboli e migliorare il processo produttivo (uso di caglio alternativo, diversi inizi- up crops, varie condizioni di caseificazione).I formaggi (pilota) saranno eseguiti con la tecnologia tradizionale e con la versione migliorata/rivista.Il controllo di qualità che seguirà evidenzierà le caratteristiche peculiari dei formaggi che verranno prodotti.

3. Selezione di macelli e macellerie per tagli di carne speciali legati alla gastronomia locale o tagli speciali (rib eye, picanha, ecc.) o per speciali piatti gourmet a base di carne locale. Oltre ai tagli comuni (filetto, costata, coscia, ecc.) verrà studiata l'implementazione di incisioni specializzate applicate all'estero affinché i nuovi tagli siano disponibili per i turisti provenienti da altri paesi che visitano l'area. La qualità dei tagli specifici sarà studiata con i test di qualità fisico-chimici citati. Inoltre, i profili di aminoacidi e acidi grassi saranno analizzati in tagli selezionati di alto valore commerciale al fine di indagare il loro possibile aumento del valore nutritivo. Dopo il controllo di qualità della carne, i prodotti a base di carne saranno preparati da pezzi interi (prosciutto) o da carne macellata (salsicce aeree - kebab). L'obiettivo è quello di utilizzare tutta la carne degli animali più anziani per produrre prodotti ad alto valore aggiunto. I prodotti saranno valutati in termini di sicurezza, durata e idoneità organolettica. In particolare, verrà esaminata la shelf life dei prodotti attraverso i test della flora microbica (flora totale mesofila e psicrofila, e conte di acido lattico ed enterobatteriacee) e l'indice delle ammine biogeniche. I prodotti selezionati saranno analizzati per i profili di amminoacidi e acidi grassi.

4. Promozione dei prodotti a livello locale (negozi, negozi, supermercati, ecc.). Ci sarà una promozione della carne ovina e caprina locale e della razza bovina/bufalina locale e il loro

legame con la gastronomia (abbinamenti gastronomici) e i vini locali. Promozione attraverso una piattaforma elettronica nei negozi/negozi di gastronomia. Pianificazione strategica e servizi di comunicazione, per prodotti o servizi. Branding: Progettiamo i valori del brand, creando un'identità aziendale forte, distinta e coesa. Identifichiamo il principale vantaggio competitivo - USP - la posizione del brand nel mercato - Brand Positioning - e il target di riferimento. ascoltando attentamente le esigenze, le preferenze e la visione del cliente. Componiamo proposte di corporate identity flessibili, estendibili ad ogni possibile futura scelta aziendale, al fine di garantire l'immagine unitaria e il valore senza tempo del brand. Costruiamo il concetto base di comunicazione e lo applichiamo/adattiamo coerentemente a ciascun canale. Online, Offline e Social. Comprendiamo appieno le sfide del mercato, l'acquisto dei capi e il "legame" emotivo del consumatore con il brand, consapevoli della filiera produzione - distribuzione - vendita - ripetibilità delle vendite.

Partner: Camera di Commercio Italo-Ellenica della Grecia (coordinatore), ELGO DIMITRA, Camera di Commercio Ionica, Università della Calabria, Camera di Commercio Italiana.

Salonico 20/4/2023

Dr. Loukia Ekateriniadou ekaterinaidou@elgo.gr

Dott. Georgios Samourissamouris elgo.gr



VETERINARY
RESEARCH
INSTITUTE



Hellenic Agricultural Organization DIMITRA www.elgo.gr

Veterinary Research Institute www.vri.gr

INTERREG Greece-Italy. "Production and promotion of innovative agri-food and local traditional/gastronomy products through an electronic platform and innovative initiatives – Innovative Ionian Market Platform"

The project will be focused on sheep, goats, cow's meat and their products (cheese, etc).

Activity 1. Selection of animal farms. Creation of a breeders' network, implementation of a management model for the farmers, training of farmers. We could perhaps be based on the local breeds e.g. in Ionian Islands there are the breeds of Zakynthos and Kefalonia as well as on their crossbred farms. The aim is to support the farms in order to increase the productivity (meat/milk) and improve the quality. All the selected farms will be connected with dairies, or with local/traditional cheese producers.

Activity 2. Selection of dairies for the production traditional/gastronomy products. Among others, homemade cheeses will be recorded, selected and produced "forgotten cheeses with modern technology e.g. in Greece Corfu graviera, Zakynthos ladotyri, Kefalonia pretza and goat cheese, local cheese in Ithaki (to be found also in Calabria). The traditional production technology will be recorded in detail with a focus on the points that are important for the development of the special characteristics of the cheeses and those where weaknesses-challenges will be observed. This will be followed by the development of interventions in production technology in order to address the weaknesses and improve the production process (use of alternative rennet, different start-up crops, various cheese-making conditions). (Pilot) cheeses will be performed with the traditional technology and with the improved / revised version. The quality control that will follow will highlight the special characteristics of the cheeses that will be produced.

3. Selection of slaughterhouses and butchers for special cuts of meat connecting to the local gastronomy or special cuts (rib eye, picanha, etc) or for special gourmet dishes based on the local meat. In addition to the common cuts (fillet, ribs, leg, etc) will be investigated the implementation of specialized incisions applied abroad in order for the new cuts to be available to tourists from other countries visiting the area. The quality of the specific cuts will be investigated with the physicochemical quality tests mentioned. In addition, amino acids and fatty acid profiles will be

analyzed in selected cuts of high commercial value in order to investigate their possible increased nutritional value. After the quality control of meat, meat products will be prepared from whole pieces (prosciutto) or from slaughtered meat (air sausages - kebab). The aim is to use all the meat of the older animals to produce high value-added products. The products will be evaluated in terms of their safety, life time and organoleptic suitability. Specifically, the shelf life of the products will be examined through tests of the microbial flora (total mesophilic and psychrophilic flora, and counts of lactic acid and enterobacteriaceae) and the index of biogenic amines. Selected products will be analyzed for amino acids and fatty acid profiles.

4. Promotion of products at local level (stores, shops, super markets, etc). There will be a promotion of local sheep and goat meat and the local beef/buffalo breed and their connection with gastronomy (food pairing) and local wines. Promotion through an electronic platform in delicatessen stores/shops. Strategic planning and communication services, for products or services. Branding: We design the values of the brand, creating a strong, distinct and cohesive corporate identity. We identify the main competitive advantage - USP - the position of the brand in the market - Brand Positioning - and the target audience. We start by listening carefully to the customer's needs, preferences and vision. We are informed and analyze the competition and the elements of visual communication. We compose corporate identity proposals that are flexible, extensible to every possible future business choice, in order to ensure the unified image and the timeless value of the brand. We build the basic communication concept and apply / adapt it consistently to each channel. Online, Offline and Social. We fully understand the challenges of the market, the buying habits and the emotional "bonding" of the consumer with the brand, being aware of the chain production - distribution - sale - repeatability of sales.

Partners: Hellenic-Italian Chamber of Commerce of Greece (coordinator), ELGO DIMITRA, Ionian Chamber of Commerce, University of Calabria, Italian Chamber of Commerce.

Thessaloniki 20/4/2023

Dr. Loukia Ekateriniadou ekaterinaidou@elgo.gr

Dr. Georgios Samouris samouris@elgo.gr