

I fattori emozionali nella valutazione della qualità dei vini

Riferimenti

Acronimo

WINEMOTION

Regione

Veneto

Scala territoriale

Regionale

Informazioni Strutturali

Leader

Centro Interuniversitario per la Viticoltura e l'Enologia (CIVE)

Periodo

27/12/2006 - 30/09/2008

Durata

21 mesi

Partner (n.)

3

Costo totale

€119.250,00

Contributo concesso

€ 119.250,00 (100,00 %)

Risorse proprie

€ 0,00 (0,00 %)

Stato del progetto

Concluso

Obiettivi

Analizzare e caratterizzare le relazioni esistenti tra origine territoriale e qualità dei vini veneti al fine di orientare le strategie di marketing.

Classificazione

Tipologia di ricerca

Ricerca applicata / orientata

Area disciplinare

10.7 Scienze agrarie

Ambiti di studio

2.3.1. Comparto viti-vinicolo

11.1.1. Commercializzazione, marketing e sviluppo mercati

Parole chiave

vino
determinanti della qualità

Ambito territoriale

Regionale

Destinatari dei risultati

Produttori agricoli
Associazioni di produttori, cooperative, consorzi, ecc.
Imprese di commercializzazione dei prodotti

Beneficiari indiretti dei risultati

Distretto produttivo
Distribuzione

Risultati Attesi

La definizione e quantificazione dell'importanza dei fattori che determinano la percezione della qualità immateriale dei vini veneti.

Natura dell'innovazione

Innovazione di processo

Caratteristiche dell'innovazione

Altro

Forma di presentazione del prodotto

Rapporti e manuali
Pubblicazioni

Impatti ambientali e sociali dell'innovazione

Valorizzazione paesaggi e territori

La individuazione di indici delle caratteristiche intrinseche e estrinseche dei vini al fine di creare un modello di valutazione della qualità.

Natura dell'innovazione

Innovazione di processo

Caratteristiche dell'innovazione

Altro

Forma di presentazione del prodotto

Rapporti e manuali

Impatti ambientali e sociali dell'innovazione

Valorizzazione paesaggi e territori

L'identificazione delle strategie e degli strumenti da mettere in atto per migliorare la percezione della qualità .

Natura dell'innovazione

Innovazione di processo

Caratteristiche dell'innovazione

Altro

Forma di presentazione del prodotto

Rapporti e manuali

Impatti dell'innovazione

Miglioramento qualitativo

Si

Impatti ambientali e sociali dell'innovazione

Valorizzazione paesaggi e territori

Individuazione di strumenti tecnici e manageriali per favorire una più efficace valorizzazione delle specificità locali per i produttori vitivinicoli veneti.

Natura dell'innovazione

Innovazione di processo

Caratteristiche dell'innovazione

Organizzativo/gestionali

Forma di presentazione del prodotto

Rapporti e manuali

Impatti dell'innovazione

Miglioramento qualitativo

Si

Impatti ambientali e sociali dell'innovazione

Valorizzazione paesaggi e territori

Partenariato

Ruolo

Leader

Name

Centro Interuniversitario per la Viticoltura e l'Enologia (CIVE)

Action manager

Diego Begalli

Details

Ruolo

Partner

Name

WINE S.A.N.

Action manager

Andrea Sartori

Details

Ruolo

Partner

Name

Unione Italiana Vini (UIV)

Action manager

Andrea Sartori

Details
