

I fattori emozionali nella valutazione della qualità dei vini

Riferimenti

Acronimo

WINEMOTION

Regione

Veneto

Scala territoriale

Regionale

Titolo del programma

Ir 32/99 art 4: "Ricerca di interesse regionale e sperimentazione- anno 2006

Informazioni Strutturali

Capofila

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

Capofila

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

Responsabile

Diego Begalli

Dettagli

Ruolo

Partner

Nome

WINE S.A.N.

Responsabile

Andrea Sartori

Dettagli

Ruolo

Partner

Nome

Unione Italiana Vini (UIV)

Responsabile

Andrea Sartori

Dettagli
