



**Finanziato  
dall'Unione europea**  
NextGenerationEU

## Nuovi modelli di business e strumenti di marketing per la sostenibilità dei sistemi agroalimentari

### Obiettivi

Analizzare dal punto di vista del marketing il ruolo delle tecnologie e delle soluzioni organizzative, individuali o collettive, nel:

**Favorire lo sviluppo e la diffusione di nuovi modelli di business per promuovere la sostenibilità delle imprese e dei sistemi agroalimentari locali**

Casi studio da certificazione di impresa a certificazione di territorio

Best practices sull'uso degli strumenti di marketing

**Innescare un maggiore coinvolgimento del consumatore, migliorando la percezione nei confronti delle certificazioni sostenibili**

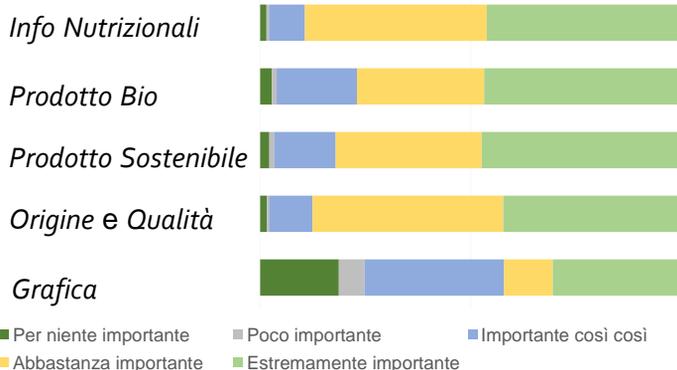
Verifica orientamento consumatori su certificazione ambientale e sociale



**Filiera vitivinicola** FONTANAFREDDA

Consorzio di tutela  
Barolo  
Barbaresco  
Alba  
Langhe e Dogliani

Nobile Di Montepulciano  
Primitivo di Manduria



### Filiera olio

### Filiera miele

### Filiera cerealicola

Tutto ciò che l'etichetta non racconta:

- Provenienza
- Origine
- Sostenibilità
- Qualità
- Garanzia
- Uso
- Conservazione
- Monitoraggio



Buone pratiche di sostenibilità e criticità

Focus group

CONAPI  
CONSORZIO NAZIONALE APICOLTORI

SCAN ME

Individuazione dei driver sensoriali di sostenibilità crackers prodotti da farine di grani antichi e moderni (WP1)

Analisi e Valorizzazione principi nutrizionali prodotti «a lievitazione naturale»

