100%

TELEMEA DE VACĂ CU CHIMEN

din inima Bărăganului - Slobozia, județul Ialomița

CHIMENEEA
Telemea din lapte de vacă cu semințe de chimen
Gustul românesc din Bărăgan!
Fabricat în RO, Slobozia, Jud. Ialomița

Bărăganul - *„Ţinutul pe care Creatorul l-a hărăzit Munteniei pentru ca românul să poată visa în voie“* (Panait Istrati)

ECHIPA „CHIMENENII”

Bănică Ioana-Iustina
București

Drogeanu Nicolae
Slobozia, Ialomița
(coordonator)

Ilie Anamaria
București

Neagoe Marius
Întorsura Buzăului, Covasna

Vasile Ciprian-Marian
Sprâncenata, Olt

Motto: Împreună promovăm produsul agroalimentar românesc!

Muntean Georgiana
Întorsura Buzăului, Covasna

Glăvan Florinel-Cătălin
Nana, Călărași

Rădulescu Andrei-Ionuț
Giurgiu

Toma Tudor
București

Vrînceanu Marcel-Daniel
Odobești, Vrancea

Va saluta echipa „Chimenenii”!

CHIMENENII

Împreună promovăm produsul agroalimentar românesc!

Bun venit alături de noi!

Salutul echipei

Chimenenii ne numim,
De la Diami noi venim.
Din câmpia aurie,
Vă salutăm cu bucurie!

Vă-ntâmpinăm voios,
Cu un gust delicios.
Chimenenii vă spun clar,
Brânza noastră e un dar!

În lumea aromelor te vom purta
Produsul nostru de vei gusta
E telemeaua cea mai aleasă
Chimenul e a ei mireasmă!

Djami

REBRENDUIRE PRODUS...

CHIMENEEA

Telemea tradițională din lapte de vacă cu chimen

CHIMENEEA
Telemea din lapte de vacă cu semințe de chimen
Gustul românesc din Baragan!
Fabricat în RO, Slobozia, jud. Ialomita

Produs Românesc

Savoarea gustului din Baragan!

Fabricat în RO – Slobozia, jud. Ialomita

Echipa „Chimenenii” în acțiune

Povestea se-așterne
Din câmpuri se cerne
Bărăganul ne-ncântă
Chimeneea e mândră
Din lapte preparată
Minune adevărată!

Cu brațele deschise
Chimenenii te așteaptă
Cu telemeaua din câmpie
Proaspătă și aromată!

Film Târg ASAS

Prezentare mascotă

Prezentare coș tradițional de Rusalii

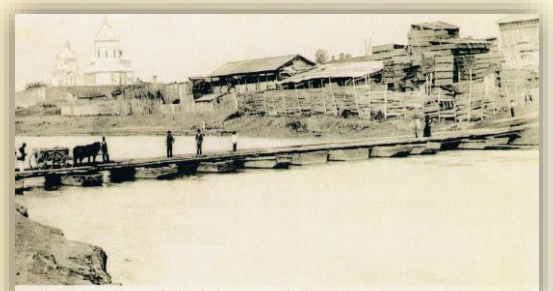
Colaj foto Târg ASAS

La Muzeul National al Agriculturii - întâlnirea tradițiilor

Film Muzeul Agriculturii

Pe vatră-i caldă,
Iar pâinea-i în țest
Telemeaua pufoasă
Pe masă-i așezată,
Pâinea și telemeaua
Povești își șoptesc
Ne-aduc împreună
La un ospăț românesc!

Colaj foto - Muzeul Agriculturii

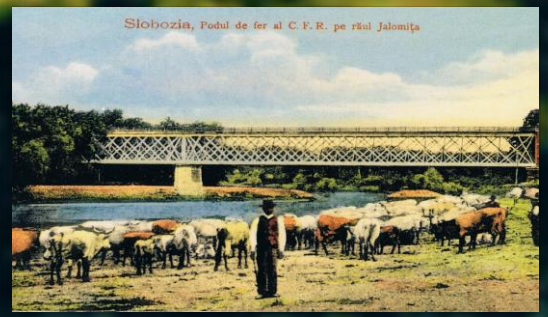


Prima stemă a Sloboziei

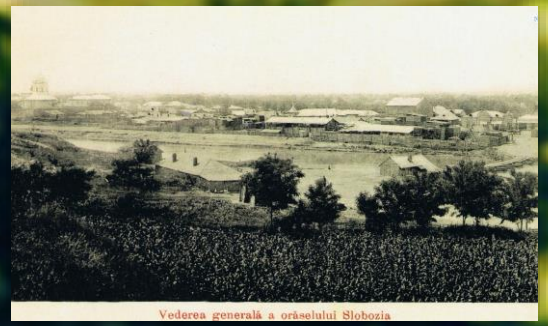
SLOBOZIA – orașul din inima Bărăganului – istorie și tradiții

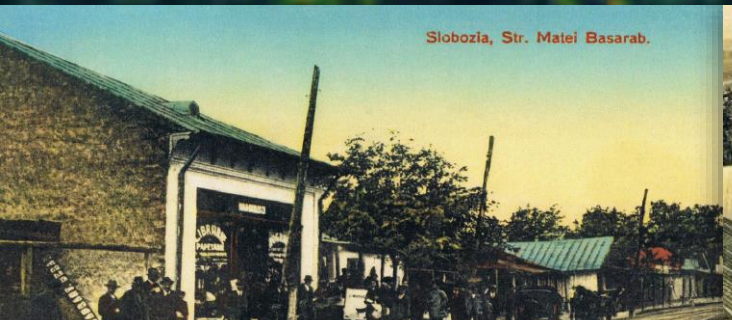
Antichitate

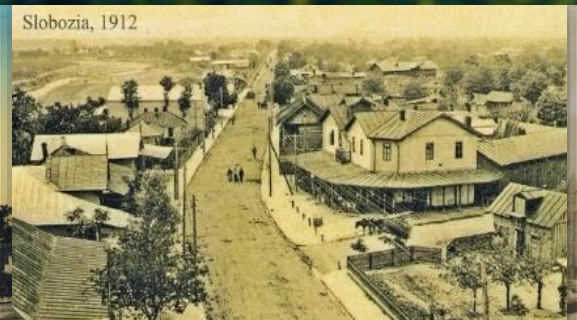
Orașul Slobozia este așezat în mijlocul Câmpiei Bărăganului, pe malurile Râului Ialomița (denumire antică – „Naparis”). În perimetrul actual sunt confirmate așezări umane neîntrerupte încă din perioada neolitică (cca 3000 Î.Hr.). O legendă istorică vorbește despre faptul că orașul se află așezat pe ruinele unei foste cetăți antice romane, denumită „NETIDAVA” sau „Cetatea Nașterii”. Cel care a descoperit această cetate este însuși geograful antic PTOLEMEU. Acesta a descris prezența unor romani pe malul stâng al râului Naparis, exact în zona în care există astăzi Slobozia.

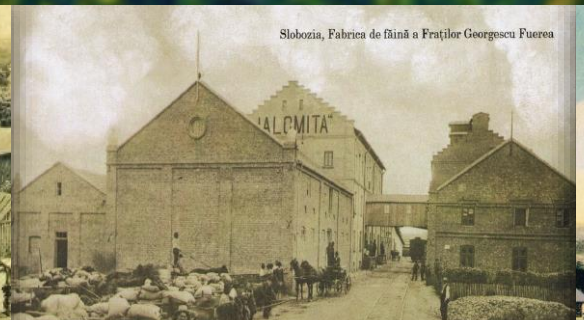


Apasă pentru film prezentare:









Asezare si prima mentionare

Așezarea în această parte a Bărăganului s-a datorat unor motive comerciale. În epoca feudală localitatea începe să capete importanță. Aici, pe malurile Ialomiței, se întâlneau două drumuri comerciale importante: primul venea din Europa Centrală, ajungând la Brașov, București, apoi Orașul de Floci (vestit târg medieval distrus complet în jurul anului 1780) și, în fine, Constanța; al doilea lega Orientul Apropiat de Țara Românească prin Constantinopole, Silistra, Călărași, Brăila, Galați.

Primul document care amintește de existența satului Vaideei (Slobozia de azi) este hisovul emis de Radu Mihnea, în martie 1614, în care postelnicul Ianache Caradja menționa că:

„Siliștea satului Vaideei din județul Ialomița tot și cu tot hotarul (.....), fără oameni încă din zilele răposatului Mihai Voievod (.....). Am dat domnia mea și slobozie pentru trei ani, care va vrea să vină să traiască în această silește (Slobozia lui Ianache)” – martie 1614, Radu Mihnea, în cel de-al treilea an de domnie în Țara Românească

Denumirile Sloboziei

Numele actual al municipiului vine de la cuvântul românesc, de origine slavonă, **„slobozie”** care desemna o localitate nou înființată ce era scutită de anumite dări. Orașul așezat în mijlocul câmpiei era foarte vulnerabil la atacurile turcilor și tătarilor; pentru a încuraja oamenii să se așeze aici, ei erau scutiți de aceste dări, de aici și numele.

La început, numele cu care localitatea se regăsea în hârtiile domnitorilor români din Țara Românească a fost „VAIDEEI” (*1594, 20 - martie prima atestare documentară sub domnia lui Mihai Viteazul*). Măsura fiscală luată de Radu Mihnea la 1614, care prin hrisovul emis a acordat eliberarea de la plata taxelor și impozitelor - a folosit termenul de ***„slobozire de la biruri”*** – a dus la schimbarea numelui.

Inițial locul s-a numit **„SLOBOZIA LUI IANACHE”,** iar din secolul XVIII este denumită oficial **„SLOBOZIA”** (*1772 – denumirea apare prima dată în document al lui Constantin Ipsilanti*).

Slobozia în alte însemnari si hrisoave

Călătorul cărturar Paul de Alep, cleric ortodox sirian, care a vizitat Slobozia în 1658, însemna un teritoriu liber, unde cine se așează e scutit de anumite obligații fiscale.

Aceste privilegii fiscale au fost reconfirmate de alți voievozi: Leon Tomșa (în 1630), Matei Basarab (1635 și 1636), Grigore Ghica (1672), Șerban Cantacuzino (1679 și 1682), Constantin Brâncoveanu (în 1688). În toate aceste hrisoave de slobozire denumirea de Vaideei a fost înlocuită cu *Slobozia lui Ianache.*

Cel care și-a legat, însă, definitiv numele de istoria Sloboziei a fost voievodul Matei Basarab (Domnul Țării Românești 1632-1654), care a înălțat mănăstirea cu hramul „Sfinții Voievozi”, înconjurând-o cu un puternic zid de incintă. Din vechea ctitorie se mai păstrează turnul clopotniței și zidul înconjurător. Biserica a fost refăcută de egumenul Gavril în anul 1836.

Evolutii pe vatra orasului

Dintr-o cartagrafie întocmită la 10 aprilie 1837 aflăm că în acel an în Slobozia erau 216 familii. Satul avea 612 locuitori liberi, erau lucrate 1360 de pogoane de pământ (se cultivau numai grâu, porumb, orz și mei) și se aflau în proprietatea locuitorilor 161 de cai, 447 boi, 195 vaci, 6712 oi, 8 capre, 161 de râmători și 2005 stupi de albine.

În anul 1864 Slobozia devine comună rurală și capătă personalitate juridică, în urma legii promulgate de domnitorul Alexandru Ioan Cuza.

În aprilie 1912 s-a votat, atât în Adunarea Deputaților cât și în Senat, proiectul de lege prin care Slobozia devenea comună urbană. Legea a fost promulgată de Regele Carol I la 12 mai 1912, în Castelul Peleș din Sinaia (la acel moment avea 4.851 de locuitori și 266 ha).

În anul 1952 devine oraș și reședință a Raionului Slobozia.

Din 1968 devine reședința județului Ialomița iar în anul 1979 devine municipiu.

Interviu cu domnul Mitru CRISAN, proprietarul „Diami Lactate”

Diami

Fabrica DIAMI: Acolo unde tradiția se întâlnește cu modernitatea!

Fabrica DIAMI are o tradiție de 30 ani în domeniul procesării produselor lactate și îi reunește pe unii dintre cei mai buni specialiști din domeniu. Echipa DIAMI beneficiază de o experiență bogată în procesarea lactatelor, ceea ce constituie un avantaj major în menținerea calității. Capitalul este 100% românesc.

Istoria DIAMI - o tradiție a calității

Istoria Diami începe în anul 1994. Cantitatea procesată era atunci mult mai mică, dar treptat, la cerințele pietei, fabrica și-a marit capacitatea de producție, ajungând să proceseze peste 1.000.000 litri de lapte lunar.

Construcția fabricii actuale de procesare a fost finalizată la începutul anului 2007 cu fonduri SAPARD și capital propriu, având cele mai performante dotări tehnologice din acel moment. A urmat mai multe extinderi, tot cu fonduri europene și capital propriu, în 2014, 2018 și 2021. Rezultatul? Dotările, organizarea și managementul calității și siguranței alimentare se ridică permanent la cele mai înalte standarde europene. Producem: lapte, brânzeturi (telemea simplă și cu chimen), laurturi (simple și cu fructe), sana, chefir, caşcaval, brâză topită, brânză proaspătă.

O fabrică, o fermă de văcuțe, o fermă vegetală - garanția calității!

Nu departe de fabrica de lactate, se află ferma proprie cu 1650 de văcuțe de unde provine laptele cel mai bun. Un avantaj în asigurarea calității produselor constă în faptul că laptele este prelucrat la scurt timp după ce a fost muls.

Ferma DIAMI a fost modernizată prin mai multe investiții în decursul timpului, atât din resurse proprii, cât și cu sprijinul fondurilor europene (cea mai recentă investiție fiind finalizată în 2022), aducând cea mai modernă tehnică de creștere a animalelor și de mulgere.

Astfel, în acest moment, sunt respectate toate standardele în domeniu, iar tehnologia utilizată este de ultimă generație.

Terenul agricol DIAMI – aici se naște belșugul

Diami exploatează o fermă vegetală de 1300 ha – de aici se produce necesarul de furaje al fermei zootehnice, hrana văcuțelor, în aceste condiții DIAMI având sub control tot lanțul de producție, de la furaje până la produsele lactate care ies pe poarta fabricii

„Telemea cu chimen producem, dar producem rar, în special cu ocazia sărbătorilor. Ea se vinde bine, dar fiind un produs tradițional costă mai mult, iar cumpărătorii vor ieftin.” (Mitru Crișan)

Motto: O TRADITIE CARE A PRINS DE MULTA VREME CHEAG!

Chimenenii în vizita la Fabrica de Lactate DIAMI

Descoperă naturalețea, simte prospețimea!

Colaj foto fabrica Diami LactateDiami

„Chiar în mijlocul Bărăganului, cea mai rodnică și mai îmbelșugată zonă agricolă a țării, se găsește ținutul Diami....
Fabrica Diami – acolo unde tradiția se întâlnește cu modernitatea!”

Cum se obține telemeaua „Chimeneea”?

Telemeaua „Chimeneea” este obținută din laptele produs în ferma proprie Diami și este o rețetă tradițională. Văcuțele sunt crescute respectând cele mai înalte standarde de bunăstare animală, în stabulație liberă, într-o fermă modernă care respectă toate exigențe din ziua de astăzi. Hrana văcuțelor este produsă în ferma vegetală care apaține tot firmei Diami.

Laptele de vacă este recepționat la fabrică și trecut printr-un proces de verificare a calității (testarea pH-ului, a conținutului de grăsime și proteine, verificarea bacteriologică etc.), standardizat pentru a asigura un conținut constant de grăsime și pasteurizat (încălzit la 87°C timp de 15-20 de secunde). După pasteurizare, laptele este răcit la o temperatură optimă pentru coagulare (în jur de 30-35°C). Se adaugă cheag (enzime) pentru a transforma laptele lichid într-o masă solidă (coagul).

În acest stadiu se adaugă semințele de chimen în lapte, pentru a se distribui uniform în masa de brânză. Se adaugă turmeric (în general sub formă de pulbere) pentru a conferi telemelei o culoare galbenă distinctă și o ușoară aromă. Procesul de coagulare durează între 30 și 60 de minute, în funcție de tipul de cheag și de temperatura utilizată. Se formează un coagul ferm. Coagulul este tăiat în bucăți mici (sau mai mari, în funcție de textura dorită), moment în care se face și sărarea. Tăierea permite separarea zerului de masa de brânză. Zerul este separat de coagul prin drenare. Acest proces este accelerat prin presare ușoară. Coagulul este transferat în forme de brânză, unde este presat pentru a elimina restul de zer și pentru a da telemelei formă.

Urmează ambalarea în pungi vidate, pentru a-i menține prospețimea și gustul.

Produsul final este etichetat corespunzător, cu mențiuni privind ingredientele, data de producție și termenul de valabilitate.

Telemeaua ambalată este depozitată la temperaturi scăzute, în camere frigorifice, până la expediere către magazine, restaurante sau direct către consumatori.

La Diami lactate aceste etape sunt automatizate și controlate electronic pentru a asigura consistența și calitatea produsului final.

LAPTE DIRECT DE LA FERMA PROPRIE...

Adăugarea chimenului și turmericului în telemea nu doar că îmbunătățește gustul și aspectul brânzei, dar aduce și anumite beneficii pentru sănătate datorită proprietăților acestor condimente.

Chimenul stimulează secreția de enzime digestive, facilitând procesul de digestie. Este bogat în antioxidanți care contribuie la reducerea riscului de boli cronice, cum ar fi bolile de inimă și ajută la menținerea nivelului de zahăr din sânge în limite normale,.Are și proprietăți antiinflamatoare care ajută la reducerea inflamației în organism, fiind util în gestionarea unor afecțiuni cronice precum artrita.

Turmericul conține curcumină, un compus activ cu puternice efecte antiinflamatoare, care ajută la reducerea inflamației în afecțiuni cronice, cum ar fi artrita și bolile inflamatorii intestinale. Curcumina din turmeric este un antioxidant puternic, care neutralizează radicalii liberi și stimulează activitatea propriilor enzime antioxidante ale organismului. Contribuie la îmbunătățirea sănătății creierului prin creșterea nivelului de factor neurotrofic derivat din creier (BDNF), o proteină care susține funcțiile cognitive și sănătatea neuronală, ce reduce riscul de boli neurodegenerative, precum Alzheimer. Turmericul are proprietăți antimicrobiene și antivirale, care pot ajuta la întărirea sistemului imunitar și la prevenirea infecțiilor. Ajută la îmbunătățirea funcției endoteliale (funcționarea corectă a căptușelii interne a vaselor de sânge) și la reducerea inflamației, ambele fiind importante pentru sănătatea cardiovasculară.

Cum sunt crescute vacutele la Ferma DIAMI

Nu departe de fabrica de lactate, se află ferma proprie de unde provine laptele cel mai bun, care ajunge imediat la fabrică și de unde începe prelucrarea cu cea mai mare grijă.

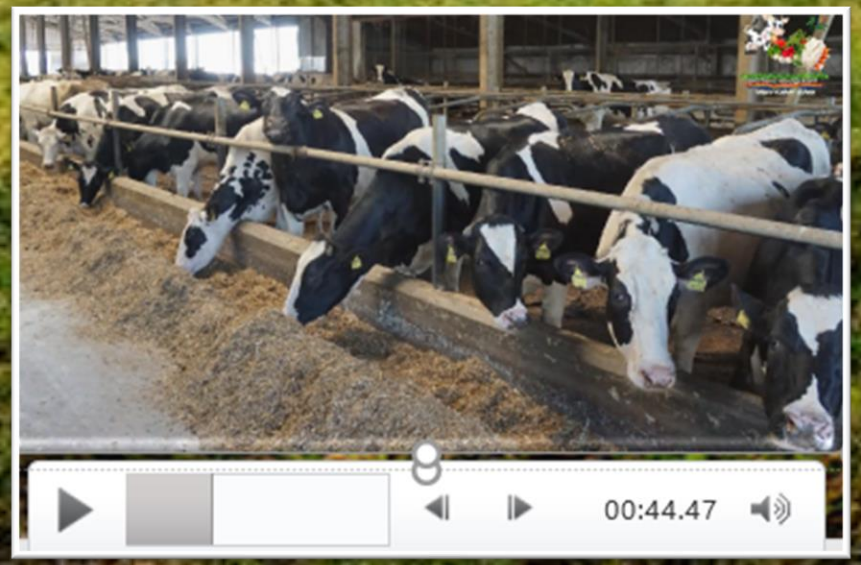
Un avantaj în asigurarea calității produselor constă în faptul că laptele este prelucrat la scurt timp după ce a fost muls.

Ferma DIAMI a fost modernizată prin mai multe investiții în decursul timpului, atât din resurse proprii, cât și cu sprijinul fondurilor europene (cea mai recentă investiție fiind finalizată în 2022), aducând cea mai modernă tehnică de creștere a animalelor și de mulgere.

Astfel, în acest moment, sunt respectate toate standardele în domeniu, iar tehnologia utilizată este de ultimă generație.

Film ferma Diami

Colaj foto ferma Diami



Văcuțele sunt crescute în cele mai bune condiții, în stabulație liberă, adică se miscă libere, liniștite. Sala de muls este complet automatizată, ceea ce înseamnă îndeplinirea a două importante exigențe:

– igiena mulsului, ce se traduce într-un lapte curat, de calitate înaltă;

– supravegherea atentă a reproducției, rezultând un control foarte strict al efectivului de animale

Intervievare clienti potentiali

Interviu și sampling Târgul ASAS:

Interviu și sampling Târgul ASAS:

Pentru promovarea directă a produsului și formarea potențialilor clienți despre telemeaua din lapte de vacă cu chimen, dar și pentru creșterea vizibilității produsului, echipa noastră a promovat produsul, a organizat campanii de sampling, a testat un nou nume pentru produs în noi puncte de prezentare și vânzare a produselor agroalimentare, dar și în zone unde produsul este cunoscut:

1. Târgul de produse tradiționale obținute în ferme și gospodării țărănești organizat de Academia de Științe Agricole și Silvice „Gheorghe Ionescu-Sisești” – București, b-dul Mărăști nr. 61;
2. Muzeul Național al Agriculturii din Slobozia, b-dul Matei Basarab nr. 10 , jud. Ialomița – am organizat împreună o activitate de tip „co-branding”, prin combinarea a două produse tradiționale – telemeaua cu chimen și cu chimen și turmeric ”Chimeneea” și „Pâinea la test”;
3. Punct stradal de prezentare și degustare (în proximitatea Muzeului Național al Agriculturii) – Slobozia, b-dul Matei Basarab nr. 11, jud. Ialomița;
4. La fabrica Diami Lactate, Slobozia, str. Filaturii nr. 10, jud. Ialomița – degustare produse cu invitarea unor potențiali clienți.

Interviu și sampling Muzeul Național al Agriculturii:

Interviu și sampling Târgul ASAS:

Strategia de promovare comerciala

Clip publicitar de promovare a telemelei „Chimeneea”:

Clip publicitar de promovare a telemelei „Chimeneea” (tip co-branding):

În urma informațiilor primite de la producător, a cercetării de piață și feedback-ului primit de la potențialii clienți, echipa Chimenenii și-a propus în cadrul strategiei de promovare următoarele acțiuni:

- Rebrenduirea produsului cu un nume dintr-un singur cuvânt, care să conțină cuvântul „chimen” (principalul ingredient care face produsul deosebit) și sufixul „ea” de la telemea;
- Păstrarea rețetelor de *„telemea cu chimen”* și *„telemea cu chimen și turmeric”* care au avut un mare succes pe timpul campaniilor de sampling;
- Crearea unor clipuri publicitare pentru produs – fiind un produs de nișă al producătorului nu a beneficiat de publicitate;
- Crearea de publicitate în mediul online;
- Fidelizarea clienților prin diverse campanii promoționale;
- Partciparea la târguri de anvergură cu prezentarea separată a produslui de nișă (are un mare potențial de vânzare);
- Campanie de mecenat cu sponsorizarea unor evenimente culturale locale;
- Crearea unor obiecte promoționale de birotică și specifice consumlui de telemea;
- Realizarea a două testimoniale.

TESTIMONIALE DIDACTICE

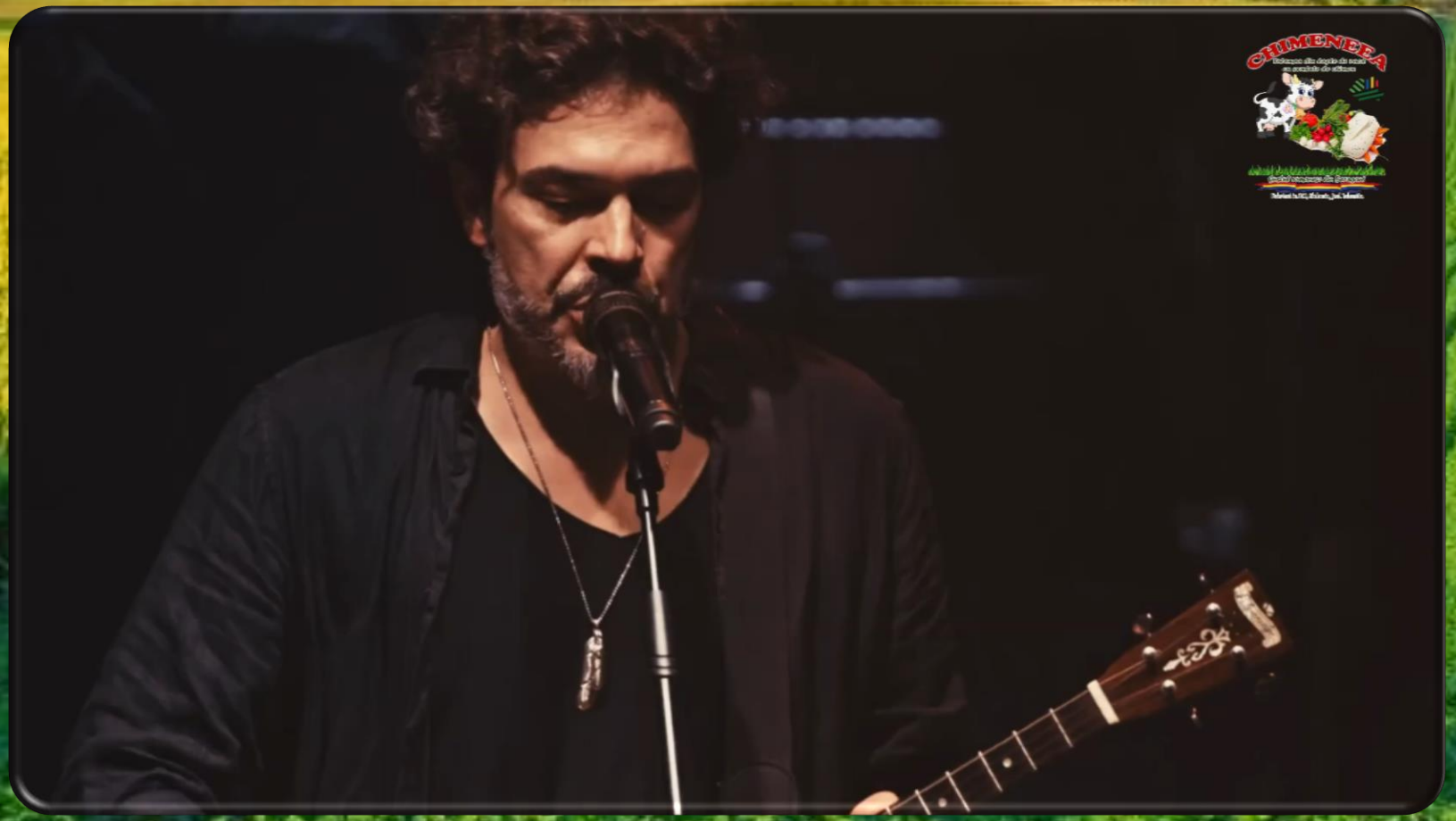
Adrian DESPOT

Solistul trupei VIȚA DE VIE

Mihai „Miță” GEORGESCU

Solistul trupei BERE GRATIS

Testimonial didactic 1
„Chimeneea" (Telemea cu seminte de chimen)



Gustul romanesc din Baragan!

Fabricat in RO, Slobozia, Jud. Ialomita

Testimonial didactic 2
„Chimeneea" (Telemea cu seminte de chimen si turmeric)

Pentru îndeplinirea obiectivelor de marketing „Chimenenii” au mai realizat:

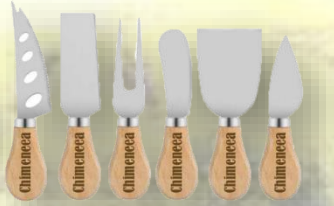
- *rebrenduirea produsului cu un nume nou, distinctiv, care să îmbine tradiția cu modernitatea, telemeaua cu chimen fiind un produs care este folosit în aperitive și salate. Numele face referire la principalul ingredient „chimen” + sufixul „ea” de la telemea - „CHIMENEEA”;*
- *un logo parțial stilizat pentru telemea, cu elementele ce definesc produsul și care face referire la toponimia zonei din care provine;*
- *două etichete noi, moderne, cu imaginii vintage, care să o deosebească de alte brânzeturi și în același timp să sugereze că este o telemea potrivită pentru aperitive și aranjamente platouri, un produs tradițional și în același timp un produs inovativ;*
- *o mascotă reprezentativă, pe care am numit-o „Mu-Mu” și i-am creat o poveste și un film de prezentare;*
- *un stand „sampling” pe care l-am folosit la Târgul Agroalimentar ASAS pentru prezentare și promovare;*
- *o promoție „preț barat” și ofertă „preț psihologic” în același timp, cu ocazia Festivalului Freeland Slobozia 2024;*
- *o promoție „bogof” cu ocazia minivacanței de Sf. Maria 2024;*
- *o „campanie de mecenat” cu ocazia Trofeului Tinereții Amara 2024;*
- *un nou banner, un steag lacrimă de promovare, două noi roll up;*
- *intervievarea unor potențiali clienți care au și degustat produsul nostru;*
- *promovare web și pe rețelele sociale;*
- *pregătirea unei aplicații „DiamiInfo” pentru smartphone, care să poată fi descărcată din Google play și App Store;*
- *tricou personalizat „CHIMENEEA” și șapcă „Diami” pentru membrii echipei;*
- *planificarea participării la Târgul INDAGRA FOOD (Pavilionul B1), organizat de Romexpo, în perioada 30.10 – 03.11.2024, în același timp cu INDAGRA – târgul pentru agricultură;*
- *distribuirea de flayere, pliante și mape ale producătorului de lactate Diami în cadrul Târgului ASAS;*
- *o noua carte de vizită a proprietarului Diami Lactate;*
- *obiecte promoționale personalizate specifice consumului de telemea: platou de lemn, set cuțite pentru telemea, farfurie aperitiv personalizată, set boluri din lemn accacia servire brânzeturi;*
- *produse promoționale de birotică: calendar triptic 2025, agendă business, pix premium cadou;*
- *pregătirea unei felicitări pentru sărbătorile de iarnă 2024, principala perioadă în care se vinde telemeaua cu chimen, care să fie distribuită de proprietar partenerilor și clienților pe e-mail;*
- *am recomandat înscrierea producătorului în aplicația AFIR CPAC (Catalogul Produselor Alimentare Certificate).*

Vechea etichetă

Noua etichetă

Noua etichetă verso

Noua etichetă (și cu turmeric)



https://www.facebook.com/profile.php?id=61563203767580&mi-bextid=ZbWKwL

https://diamilactate.ro

CHIMENENII VESELI - ÎMPREUNA PROMOVAM CHIMENEEA!

Echipa „CHIMENENII”

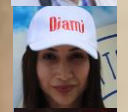
1. Nicolae DROGEANU (coordonator) - Specialist Fonduri Europene pentru Dezvoltare Rurală (FEADR), director Oficiul Judetean pentru Finantarea Investitiilor Rurale Ialomita; din Municipiul Slobozia, jud. Ialomita, 56 ani;

2. Tudor TOMA - Avocat, Secretar General Prefectura Bucuresti, totodată fermier, domeniul pomicol, lucreaza o livada nuci, 27 ha in jud Braila); este din București, Sector 1, 50 ani;

3. Anamaria ILIE - Farmacista, lucrează la Zentiva Romania, specializată în activitati de marketing; este din Bucuresti, 40 ani;

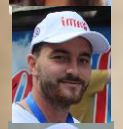
4. Florinel-Catalin GLAVAN - Fermier, ferma vegetala cultura mare, lucreaza 116 ha; este din comuna Nana, jud. Calarasi, 39 ani;

5. Marius-Andrei NEAGOE - Inginer - inginerie economică și management industrial, lucreaza în Tarile de Jos (Olanda); este din Întorsura Buzaului, jud. Covasna, 32 ani;

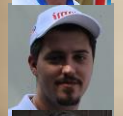


6. Georgiana MUNTEAN - Lucrează în domeniul turismului (HORECA - Adrina Resort & Spa), în Grecia (Insula Skopelos), din Întorsura Buzaului, jud. Covasna, 29 ani;

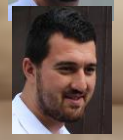
7. Ioana-Iustina BANICA - Farmacista, lucreaza la Prisum Healthcare Romania, specializata în activitati de marketing; este din Bucuresti, Sector 6, 28 ani;



8. Ciprian-Marian VASILE - Fermier, ferma vegetala cultura mare, lucreaza 1700 ha, din comuna Sprâncenata, jud. Olt, 24 ani;



9. Ionut-Andrei RADULESCU - Asistent medical, lucreaza în cadrul unui laborator de recoltat analize medicale; este din Municipiul Giurgiu, 24 ani;



10. Marcel-Daniel VRÎNCEANU - Fermier, domeniul viticol, lucreaza 110 ha vita de vie si procesare primara vinuri; este din Odobesti, jud. Vrancea, 22 ani.

Moment vesel by Tudor Toma ☺

Concluziile studiului de piață:

Telemeaua cu chimen – este un produs tradițional cu care producătorul este înregistrat. Este o telemea 100% naturală, din lapte produs în ferma proprie – prin ferma vegetală, ferma zootehnică și fabrica de procesare lactate – închide lanțul cel mai firesc, având o trasabilitate clară a produsului finit. Fiind un produs proaspăt, este foarte apreciat pentru gustul deosebit și conținutul mic de sare – absolut toți vizitatorii din târg au întrebat de unde o pot cumpăra.

Se deosebește de brânza maturată cu chimen prin prospețime, ceea ce o face un produs mai rar întâlnit. Datorită prețului mai mare este mai greu de pătruns în marile retailuri și nu este un produs care se consumă zi de zi. Concluzia noastră a fost că este o telemea care se pretează pentru aperitive la diverse evenimente și folosit în salatele de vară. Telemeaua s-ar vinde foarte bine în târguri cu produse tradiționale dar mai greu în rețelele de retail unde producătorul are parteneriate și o produce doar cu ocazia sărbătorilor.

Prin strategia de promovare a comercială a produsului rebrenduit „Chimeneea" pe care l-a conceput și realizat echipa noastră și-a adus aportul la diversificarea activității de marketing, la creșterea notorietății și cunoașterea brandului „Diami" în București, la obținerea unui feedback foarte bun din partea potențialilor clienți, impulsionarea vizibilității pe piață și în mediul on-line, dar și la îmbunătățirea vânzărilor și lărgirea pieței țintă.

Prin prezentarea produsului în marile târguri agroalimentare (ex: INDAGRA), producătorul poate încheia parteneriate comerciale cu firmele din domeniul HORECA, care organizează permanent evenimente, putând trece astfel la producția pemanentă a telemelei cu chimen, care acum este un produs de nișă, însă un produs foarte gustos și sănătos.

Brandul „Diami" – este folosit în acest moment doar în zona de S-E a țării, iar la nivel național produsele se vând sub marca distribuitorului/supermarketului. Prin participarea la marile târguri agroalimentare naționale și internaționale, considerăm că poate vinde sub marca proprie în toată țara, nu doar în zona de S-E.

Foarte important este că societatea comercială se află în primii 7 producători de lactate la nivel național, cu capital 100% românesc, acționariatul aparținând exclusiv familiei Crișan.

Prin managementul de excepție al proprietarului, planificare riguroasă, determinare și cu ajutorul fondurilor europene - firma Diami Lactate este nu numai un exemplu de bună practică ci și o poveste de un real succes!

Mulțumim proprietarului Diami Lactate pentru primirea călduroasă, pentru experiența împărtășită și pentru sprijinul necondiționat pe care ni l-a acordat!

Mulțumim clienților și vizitatorilor standurilor organizate de echipa noastră, pentru atenția și interesul deosebit pe care l-au acordat telemelei „Chimeneea" și vă invităm să vizitați site-ul oficial al fimei www.diamilactate.ro

Feedback-ul Echipei „Chimenenii”

Proiectul realizat de echipa noastră la disciplina agromarketing a fost un prilej de a pune în valoare experiența și, totodată, „talentele ascunse” ale fiecărui membru. Din acest punct de vedere am avut o echipă formată atât din colegi tineri cât și cu experiență, ceea ce a adus un plus în realizarea cu succes a proiectului.

Proiectul despre „Chimeneea” a fost o adevărată provocare creativă pentru noi. Am încercat să îmbinăm tradiția cu inovația, explorând noi modalități de a prezenta un produs atât de specific și autentic. Procesul ne-a ajutat să ne dezvoltăm abilitățile de brainstorming și să găsim soluții originale pentru problemele de marketing întâlnite.

Realizarea acestui proiect ne-a oferit o mai bună înțelegere a importanței produselor tradiționale în cultura românească. Telemeaua cu Chimen nu este doar un produs alimentar, ci un simbol al identității noastre culturale. Am simțit că avem responsabilitatea de a o promova nu doar ca pe un aliment, ci ca pe o parte integrantă din moștenirea noastră culturală.

Deși suntem mulțumiți de proiect, suntem conștienți că există întotdeauna loc de îmbunătățire. Dacă ar exista o dată viitoare, ne-am propune să integrăm și mai multe perspective din partea consumatorilor, să folosim metode de marketing digital mai avansate și să aprofundăm analiza competitivă. Credem că aceste ajustări ne vor ajuta să creăm o strategie de agromarketing și mai puternică.

Ce am apreciat la proiect?

- ***Colaborarea în echipă:*** fiecare membru al echipei și-a adus contribuția în mod semnificativ, fie că a fost vorba de cercetare, de analiză a pieței sau de crearea strategiei de marketing;
- ***Profunditatea cercetării:*** am reușit să înțelegem mai bine valoarea tradițională a Telemelei cu Chimen, dar și cum să evidențiem aceste valori într-un mod atractiv pentru consumatori;
- ***Creativitatea în promovare:*** am fost entuziasmați de ideile inovatoare de marketing pe care le-am propus, cum ar fi campaniile de degustare, de feedbackul primit de la potențialii clienți, de interacțiunea cu proprietarul firmei Diami Lactate;
- ***Impactul social și cultural:*** am pus accent pe importanța păstrării tradițiilor românești, însă având în vedere produsul de nișă ales, am înțeles că trebuie să îl îmbinăm cu modernul, dar în același timp am înțeles că unele tradiții își pot schimba forma – dar nu vor dispărea niciodată;

Ce am învățat:

- Importanța analizei pieței: am realizat că este esențial să cunoști bine piața și să înțelegi nevoile și preferințele consumatorilor;
- Gestionarea resurselor: am învățat cum să distribuim eficient sarcinile și să lucrăm într-un mod organizat pentru a ne atinge obiectivele;
- Feedback constructiv: ne-am dat seama de importanța feedback-ului primit de la potențialii clienți și proprietarul firmei, care ne-a ajutat să îmbunătățim proiectul pe parcurs;

Ce am face diferit data viitoare:

- Mai multă interacțiune cu consumatorii: credem că un sondaj de opinie sau focus grupuri ar fi adus date concrete care să ne susțină ipotezele;
- Detalierea analizei financiare: am învățat că ar fi fost util să acordăm mai multă atenție costurilor și proiecțiilor financiare, pentru a avea o viziune completă asupra viabilității proiectului;

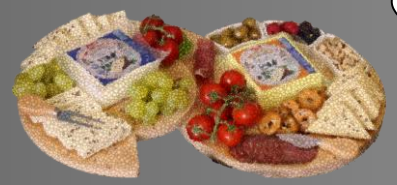
Considerăm că acest proiect ne-a oferit o experiență valoroasă în domeniul agromarketingului. Suntem încrezători că ideile noastre pot contribui la succesul telemelei „Chimeneea” pe piața românească.

Totodată, suntem de părere că proiectul nostru poate avea un impact real asupra modului în care este percepută Telemeaua cu Chimen pe piață. Am reușit să conturăm o strategie care nu doar să atragă noi consumatori, dar și să-i fidelizeze pe cei deja existenți. Sperăm ca munca noastră să contribuie la creșterea vizibilității acestui produs valoros și la recunoașterea sa pe piața agroalimentară.

A fost o oportunitate excelentă pentru echipa noastră de a explora nu doar aspectele tehnice ale produsului, ci și cum poate fi acesta promovat eficient pe piața agroalimentară!

Sinergia echipei a facut diferenta!
Împreuna am reusit!
Multumim domnului
Conf. univ. dr. Florin D. FRONE pentru îndrumare!

MULTUMIM TUTUROR!



Ce a presupus proiectul CHIMENEEA...

Feedback, domnul conf. univ. dr. Florin D. FRONE

Pe 27 aug. 2024, la 20:28, Florin D. Frone <dffrone@yahoo.com> a scris:

Recunosc, am asteptam cu interes sa vad ce a pregatit si cat de mult s-a implicat echipa voastra. O ora si jumatate cat am analizat (si nu am terminat) ai sentimentul ca nici nu vrei sa se incheie! Nu ca nu m-as fi asteptat, ma gandeam ca o sa fiti inspirati si creativi, dar ce pot sa va spun e ca sunt de-a dreptul uluit cat de departe ati mers: cat e de bogat, de complex si profesionist lucrat tot proiectul - probabil unic, dintotdeauna.

Felicitari din toata inima din partea mea, felicitari Dvs. in primul rand si intregii echipe pentru mobilizarea exemplara, pentru maturitate si idei, pentru maniera inedita si talentul inascut cu care le-ati pus in opera! Un exemplu-emblema de implicare si profesionalism, un exemplu de bune practici de insusit de catre colegii vostri mai tineri, care cu siguranta va fi oferit studentilor ca lecție-model.

Personal, ma bucur ca am reusit sa va provoc sa duceti la bun sfarsit si la un asemenea nivel o munca atat de laborioasa, facuta temeinic si cu daruire de fiecare dintre voi. Inca o data, calde felicitari si multe multumiri si aprecieri din partea mea!

Conf. univ. dr. Florin D. FRONE
Mobil: 0721438316
https://www.examene-altfel.ro