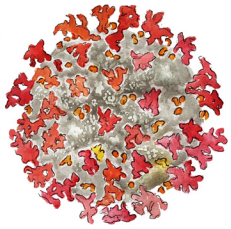
UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

EngageMinds HUB

Consumer, Food & Health Engagement Research Center

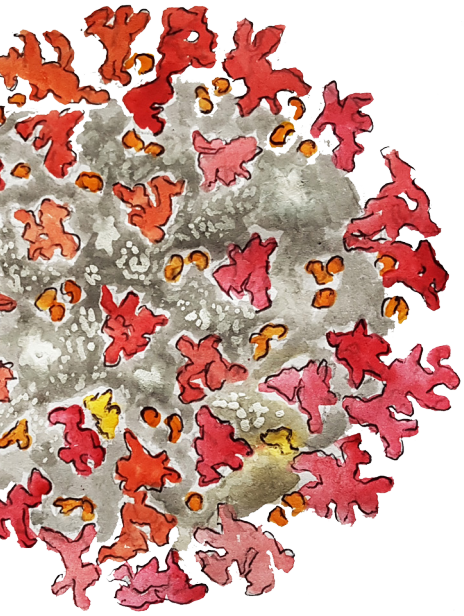
FEBBRAIO 2021
R_10

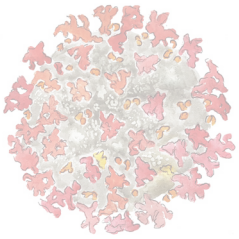
REPORT



COVID19 E LA MARATONA PANDEMICA:

la gestione della prevenzione





I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

EngageMinds HUB

Consumer, Food & Health Engagement Research Center

FEBBRAIO 2021
R_10

REPORT

01 PREMESSA

L'esperienza del Coronavirus, iniziata in Italia nella prima decade del marzo 2020, ci sta accompagnando ormai da diverso tempo: prima (marzo - Fase 1) con una priorità di tipo emergenziale, poi (maggio – Fase 2) con un'esperienza di progressivo riadattamento alla "normalità", quindi (settembre – Fase 3) con una nuova impennata del contagio virale accompagnata da una ripresa di misure difensive implicanti restrizioni nella vita sociale, scolastica e lavorativa. A dicembre infine è iniziata una nuova fase caratterizzata dalla speranza sostenuta dall'avvio della campagna vaccinale.

Fin dagli esordi, l'esperienza del virus e delle misure atte a contenerlo ha avuto un evidente impatto su vissuti, atteggiamenti e comportamenti della popolazione (cfr. precedenti rapporti di EngageMindsHUB sul tema https://www.engagemindshub.com/) e ha meritato un costante monitoraggio della situazione per osservarne lo stato e le direzioni del cambiamento.

Si è rivelato cruciale comprendere come gli Italiani vivano questa esperienza a forte impatto sulla vita quotidiana, il grado di coinvolgimento in prima persona nella gestione e prevenzione dell'epidemia ma anche quali siano le richieste e le aspettative per il prossimo futuro.

E' apparso in particolare urgente monitorare l'evoluzione del fenomeno COVID-19 dal punto di vista soggettivo della popolazione: per aumentare la consapevolezza dei cittadini circa il loro ruolo nel contenere la diffusione del virus e per orientare al meglio interventi sul piano socio-sanitario atti a sostenere l'azione di contenimento.

In questa prospettiva EngageMinds HUB – Consumer, Food & Health Engagement Research Center ha avviato un monitoraggio continuativo sull'impatto dell'emergenza da COVID-19 sugli italiani: in generale, sulle percezioni/ rappresentazioni legati a questa esperienza; più in particolare sui cambiamenti indotti nei comportamenti di salute e di consumo.

Il monitoraggio si basa sulla replicazione di un'indagine con un questionario ripetuto, perciò confrontabile nei risultati delle diverse rilevazioni. Ad oggi sono state eseguite tre rilevazioni nei mesi di marzo, maggio e settembre 2020. Ciascuna rilevazione ha coinvolto un campione di circa 1000 casi rappresentativo della popolazione italiana adulta. Il questionario è composto da scale psicometriche scientificamente validate e da items ad hoc.

Questo report si focalizza su alcuni risultati emersi dalla terza rilevazione (settembre 2020) riguardanti gli **orientamenti** della popolazione relativi alla **prevenzione del rischio COVID-19**. In particolare il report considera:

I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

REPORT

02

• la **propensione e le resistenze** degli intervistati ad aderire a **comportamenti preventivi**, quali:
- l'utilizzo della **mascherina**
- la misurazione della **temperatura** corporea

• la disponibilità ad aderire a **norme di tutela sociale** quali:
- l'**allerta** del **proprio contesto** di riferimento **in caso di sospetto contagio**
- l'auto-collocazione in **quarantena**
- l'utilizzo del **test diagnostico**

Nei report successivi verranno approfonditi risultati relativi agli altri temi sondati dal monitoraggio.

I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

03 METODOLOGIA

Il PHE Model® e PHE-Scale®: l'approccio di riferimento per la valutazione dell'engagement

Nell'ambito di questa ricerca è stata introdotta una misurazione del livello di engagement degli italiani per valutare la loro propensione al coinvolgimento attivo nella gestione della pandemia.

Per il monitoraggio dell'engagement della popolazione questa ricerca si avvale sul piano teorico al People Health Engagement Model, (PHE-Model ®) e sul piano operativo della scala di misura PHE-Scale®.
Il modello e la scala sono stati sviluppati e validati dal Centro EngageMinds HUB e sono stati ampiamente usati in ricerche scientifiche ed iniziative cliniche nell'ambito della gestione della cronicità e della prevenzione[1],[2] .

Il modello permette di stimare se e a che livello gli individui sono motivati ad essere coinvolti e partecipare attivamente nella gestione del loro percorso di salute. Nello studio attuale il modello è stato adattato alla situazione di emergenza da COVID-19. Il modello – di natura psicologica- descrive 3 posizioni incrementali di engagement che implicano diversi livelli di partecipazione della persona nella gestione della salute e nei comportamenti preventivi. La profilazione con la PHE- Scale® consente una personalizzazione delle attività di comunicazione e di intervento, nonché l'identificazione dei target di soggetti più a rischio di disengagement.

L'applicazione della PHE- Scale® al tema del COVID-19, in particolare, ha consentito l'identificazione dei seguenti 3 profili di engagement (cfr fig.1):

1 Graffigna, G., Barello, S., Bonanomi, A., & Lozza, E. (2015). Measuring patient engagement: development and psychometric properties of the Patient Health Engagement (PHE) Scale®. Frontiers in psychology, 6, 274.
2 Graffigna, G., Barello, S., & Bonanomi, A. (2017). The role of Patient Health Engagement Model® (PHE-model®) in affecting patient activation and medication adherence: A structural equation model. PloS one.

I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

ALLERTA: stanno in questa posizione i **non ingaggiati**, cioè coloro che sono particolarmente spaventati e disorientati dall'emergenza e mettono in atto comportamento disorganizzati e disfunzionali per il sistema sanitario.

ACCETTAZIONE: si tratta di una **posizione intermedia di engagement,** dove si posizionano coloro che stanno elaborando le loro preoccupazione per la situazione in atto, tentano di mantenere la calma e di aderire alle prescrizioni terapeutiche. Si tratta tuttavia di persone che non riescono ancora ad essere del tutto razionali ed efficaci nelle loro scelte comportamentali relative al rischio di salute

EQUILIBRIO: si tratta di una posizione di **pieno engagement** ed entrano in questo profilo coloro che sono riusciti ad accettare la situazione critica attuale e ad adattarvisi, sforzandosi di trovare nuove forme di normalità. Sono persone che hanno compreso l'importanza di agire in modo sinergico con il sistema sanitario e di aderire responsabilmente alle prescrizioni

La misurazione dell'orientamento valoriale: una nota sulla scala

Nella ricerca è stata introdotta anche una scala di misurazione degli orientamenti valoriali degli italiani proposta da S. Schwartz[1].
Nella sua Teoria della Struttura Psicologica Universale dei Valori, Schwartz propone un modello per descrivere i valori che guidano le scelte individuali (Sandy et al, 2016). Questo complesso sistema (che descrive 10 diversi valori) può essere utilizzato per valutare i maggiori driver motivazionali delle persone lungo due assi: l'orientamento verso gli altri (trascendenza), contrapposta all'orientamento verso se stessi (auto-affermazione); apertura al cambiamento, contrapposto al conservativismo (cfr. fig 2).

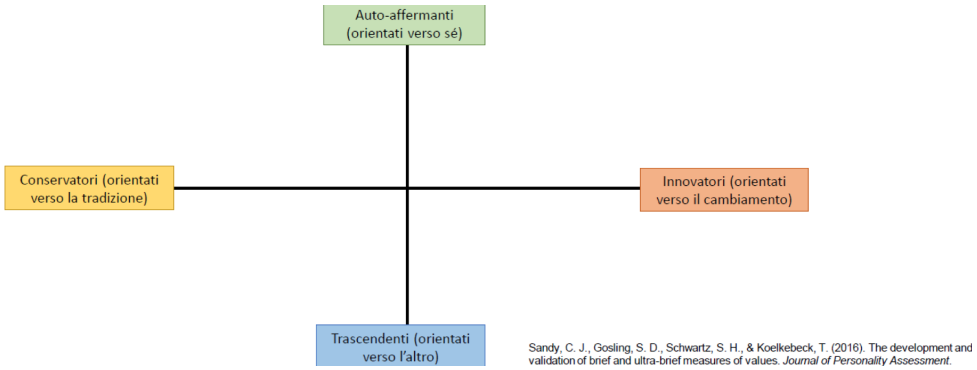
3 Sandy, C. J., Gosling, S. D., Schwartz, S. H., & Koelkebeck, T. (2017). The development and validation of brief and ultrabrief measures of values. Journal of personality assessment, 99(5), 545-555.

I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

FEBBRAIO 2021
R_10

REPORT

05



Sandy, C. J., Gosling, S. D., Schwartz, S. H., & Koelkebeck, T. (2016). The development and validation of brief and ultra-brief measures of values. *Journal of Personality Assessment*.

Il questionario, rilevazione e caratteristiche del campione

La ricerca costituisce la terza fase di uno studio longitudinale articolato su 4 wave indipendenti di raccolta dati (marzo, maggio, settembre e dicembre 2020). Ciascuna rilevazione si basa su un campione di circa 1000 casi.

I campioni delle 3 wave sono sovrapponibili e rappresentativi della popolazione italiana adulta (dai 18 anni in poi) per i principali parametri sociodemografici (genere, età, occupazione, area geografica). I dati sono stati raccolti per mezzo di un questionario auto-compilato, somministrato in modalità CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). La somministrazione del questionario è avvenuta previa accettazione dell'informativa sulla privacy.

La ricerca è stata condotta nell'ambito delle attività del progetto CRAFT (Cremona Agri Food Technologies), progetto avviato dall'Università Cattolica nell'ambito di Cremona Food Lab, con il contributo di Regione Lombardia e Fondazione Cariplo.

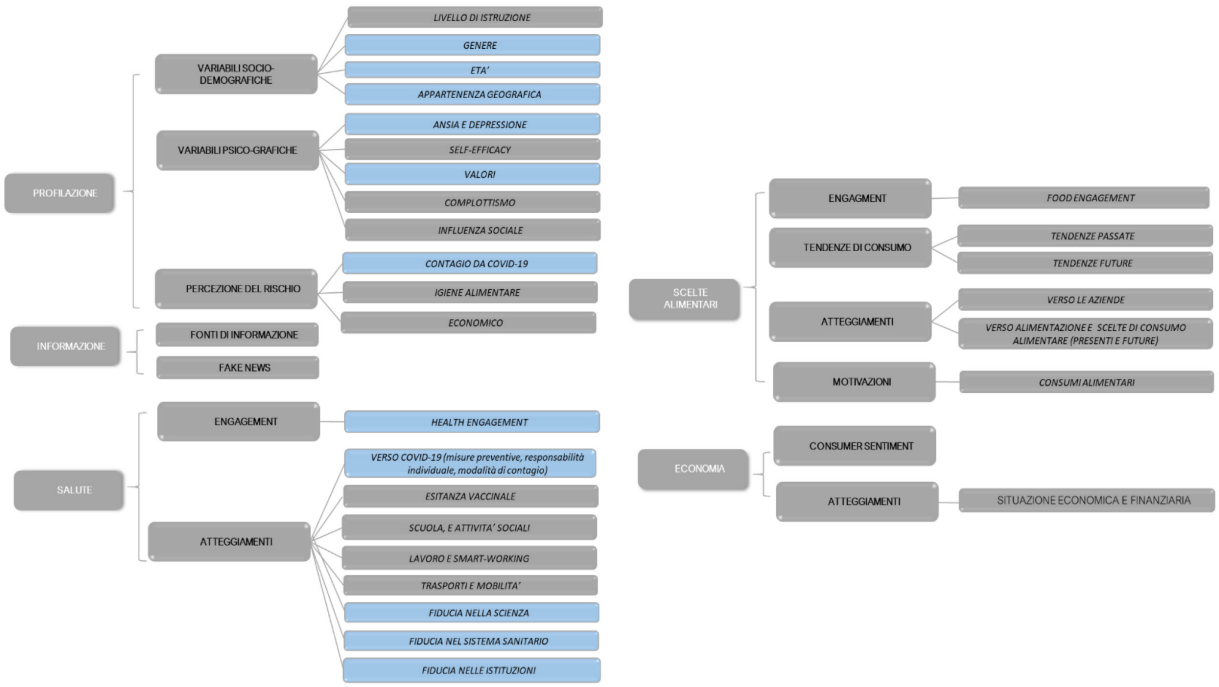
Il questionario, costruito a partire da scale psicometriche validate e items ad hoc, ha indagato le seguenti aree:

I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

FEBBRAIO 2021
R_10

REPORT

06



Le aree colorate nel grafico riguardano i temi oggetto del presente rapporto.

RISULTATI
Propensione e resistenze verso comportamenti preventivi

L'indagine ha considerato anzitutto la propensione della popolazione ad aderire a due misure comportamentali basilari su cui ha fatto perno la strategia preventiva di contenimento del contagio pandemico: l'uso della mascherina e la misurazione della temperatura.

L'utilizzo della mascherina

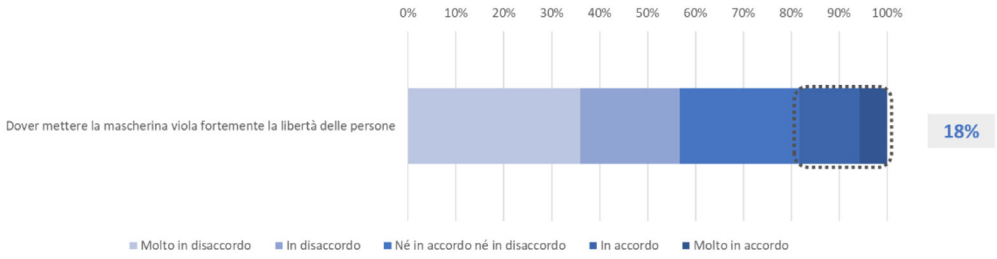
La propensione ad aderire alla norma d'uso della mascherina appare maggioritaria nella popolazione, ma non può essere sottovalutata una quota di persone che ne percepiscono un forte limite alla libertà personale: circa 1 italiano su 5 (18%).

I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

FEBBRAIO 2021
R_10

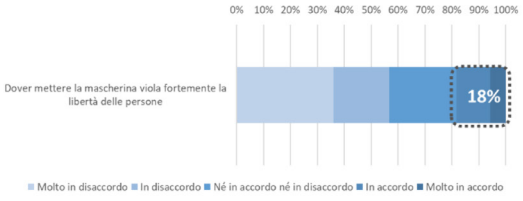
REPORT

07



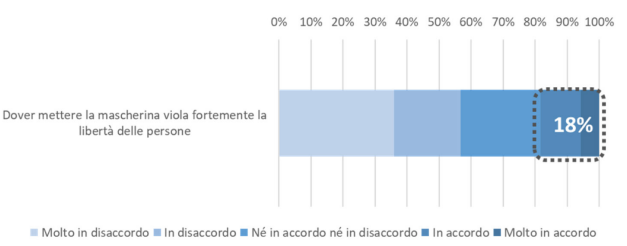
Questo orientamento mostra deboli variazioni in riferimento alle caratteristiche sociodemografiche della popolazione, salvo un'accentuazione delle ostilità:
- nell'area del Nord Est
- presso la fascia di età dei giovani adulti (18-34 anni)
- tra i meno fiduciosi verso il mondo medico-scientifico (l'insofferenza per la mascherina aumenta infatti presso chi ha meno fiducia nella autorevolezza della ricerca).

% di persone che...	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud e isole	TOT campione
Ritengono la mascherina una limitazione della libertà personale	14% ↓	23% ↑	20%	18%	18%



GENERE	
F	M
54% ↑	47% ↓

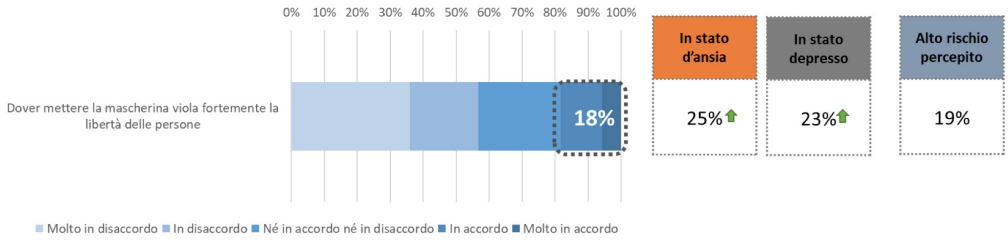
FASCE DI ETA'		
18-34	35-54	>55
48%	48%	57% ↑

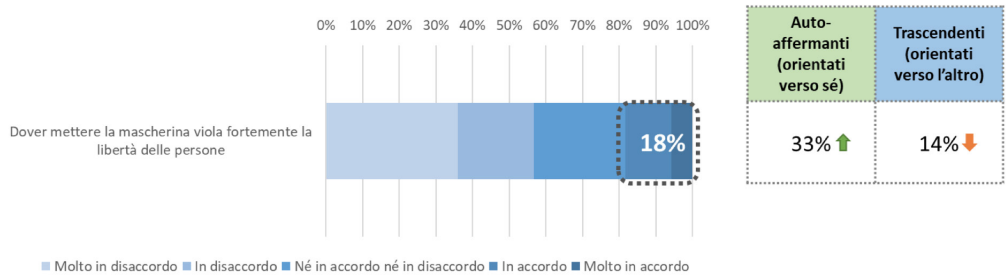


Scarsa fiducia verso...		
La ricerca	Il sistema sanitario	Le istituzioni
22% ↑	18%	15% ↓

I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

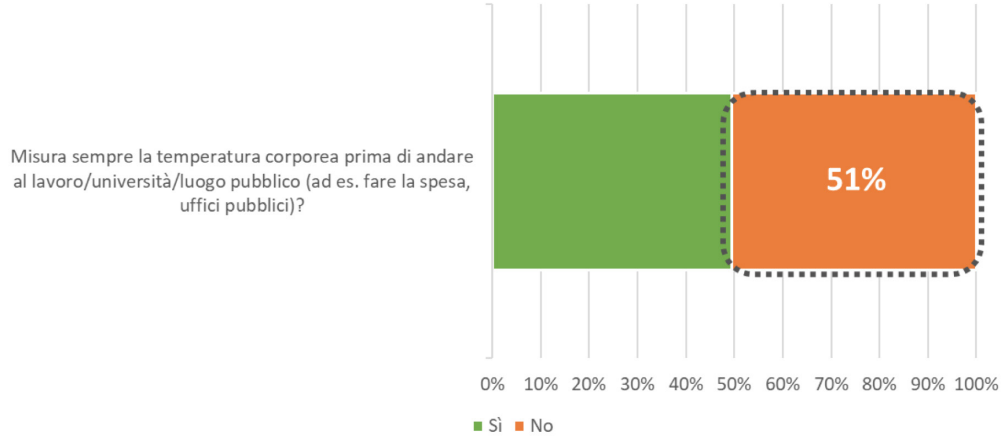
Più consistente appare l'impatto di altre variabili psicologico-soggettive. In particolare chi mostra maggiori disagi di natura ansiosa e depressiva e chi è guidato da un orientamento valoriale individualistico e autocentrato tende a percepire in modo accentuato la limitazione della propria libertà provocata dall'imposizione della mascherina.





La misurazione della temperatura corporea

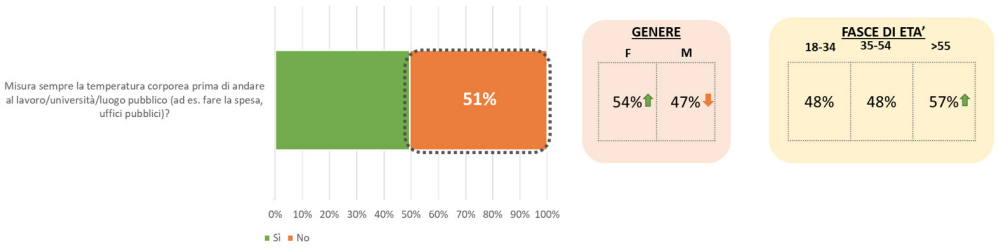
L'orientamento a controllare la temperatura corporea prima di esporsi a contatti sociali appare disatteso da larga parte della popolazione (51%).



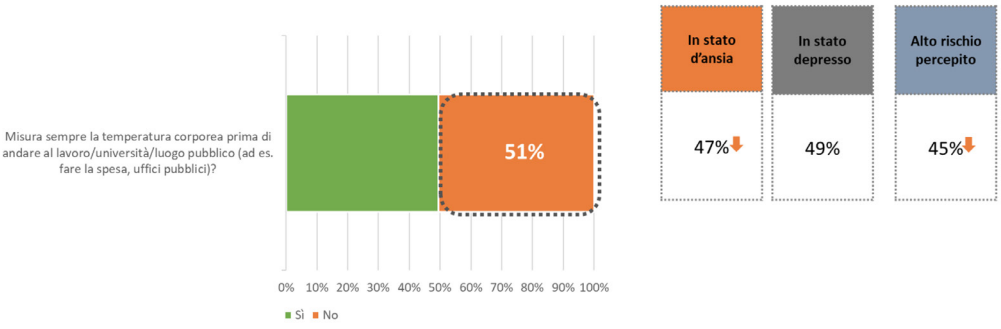
I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

Questa tendenza mostra qualche variazione rispetto alle aree geografiche (più diffusa nel Sud e Isole e meno nel Nord Ovest) ma anche presso le fasce femminili e più mature della popolazione (su altri temi invece più sensibili e responsabili nella gestione del rischio COVID-19).

% di persone che...	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud e isole	TOT campione
... non si misurano la temperatura	42% ↓	54%	50%	55% ↑	51%



La presenza di difficoltà psicologiche (ansia) e di un alto livello di rischio percepito nei confronti del COVID-19 sembrano invece favorire l'aderenza alla norma in questione.



I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

FEBBRAIO 2021
R_10

REPORT

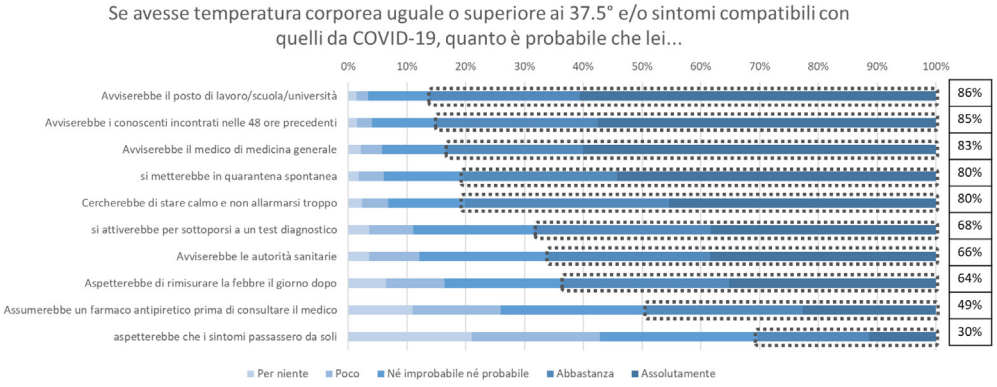
10

Disponibilità ad aderire a norme di tutela sociale

La disponibilità ad aderire a norme di tutela sociale protettive della comunità nei confronti del rischio COVID-19 è stata sondata esplorando diversi aspetti concernenti la propensione ad allertare il proprio contesto di riferimento e auto-collocarsi in quarantena in caso di sospetto contagio, nonché all'utilizzo del test diagnostico.

L'allerta del proprio contesto in caso di sospetto contagio

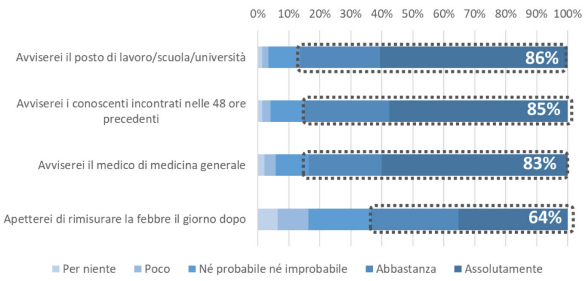
Diffuso nei rispondenti l'orientamento ad assumere comportamenti responsabili di allerta nei confronti dei propri contesti di riferimento (lavoro, servizi sanitari, reti sociali…) nel caso in cui si sospetti di aver contratto il virus. Tale orientamento si accompagna alla propensione ad una gestione attiva (oltre che responsabile) dei segnali di pericolo (febbre, sintomi…) senza attendere in modo fatalistico che la situazione si risolva da sola.



La propensione ad attivarsi in modo responsabile tende a crescere presso il genere femminile e le fasce mature della popolazione (>55 anni) nonché presso chi ha un'alta percezione del rischio COVID-19.

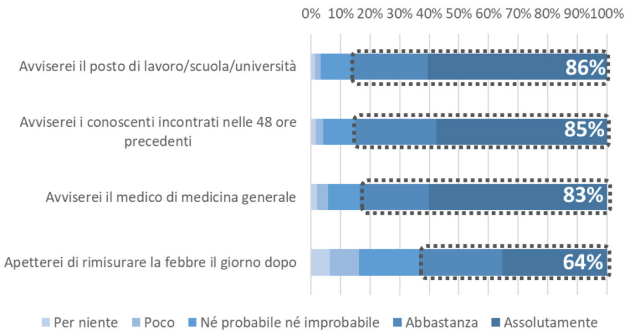
Diminuisce, per contro, presso le fasce maschili e dei giovani adulti (18-34 anni) e presso chi è più soggetto a vissuti di natura ansiosa e depressiva.

I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"



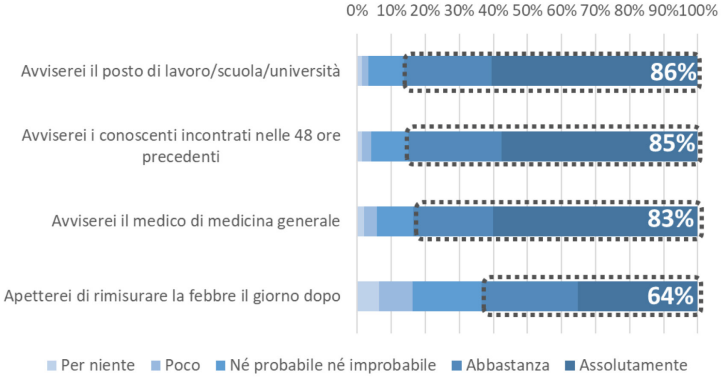
GENERE	
F	M
90% ↑	83% ↓
88% ↑	82% ↓
86%	81%
65%	62%

FASCE DI ETA'		
18-34	35-54	>55
84%	86%	89%
81% ↓	83%	91% ↑
78% ↓	85%	86%
67%	61%	65%



In stato d'ansia	In stato depresso	Alto rischio percepito
82% ↓	83% ↓	92% ↑
82% ↓	82% ↓	87%
79% ↓	80% ↓	88% ↑
64%	63%	65%

Particolarmente marcate le differenze in relazione ai valori: nei soggetti più orientati in senso pro-sociale aumentano vistosamente, ancora una volta, comportamenti di responsabilità a differenza che nei soggetti più auto-centrati e individualisti.



Auto-affermanti (orientati verso sé)	Trascendenti (orientati verso l'altro)
76% ↓	90% ↑
76% ↓	88% ↑
68% ↓	87% ↑
68%	62%

I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

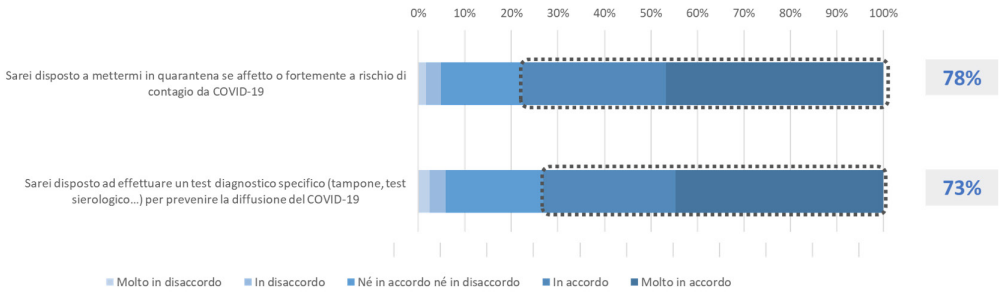
FEBBRAIO 2021
R_10

REPORT

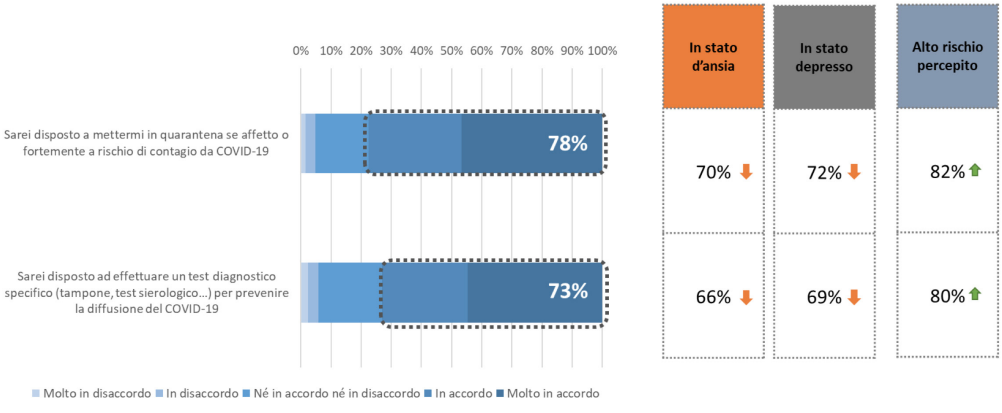
12

Quarantena e test diagnostico

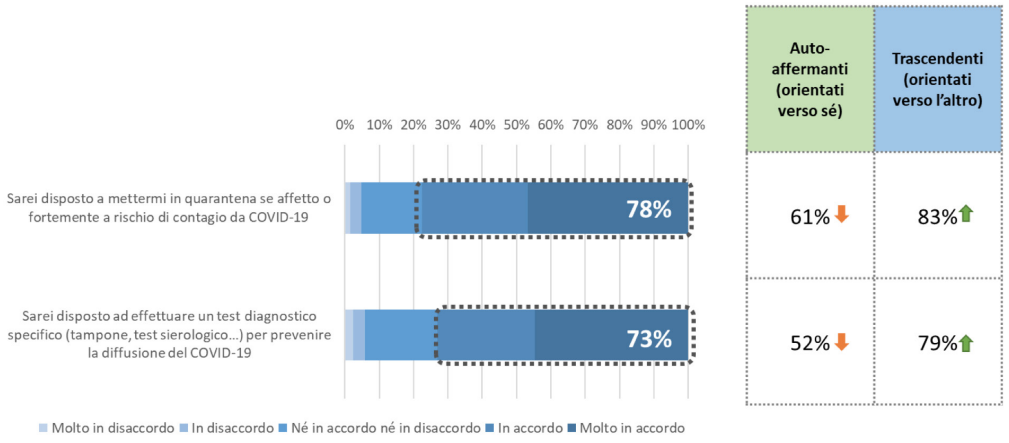
La propensione degli italiani ad assumere comportamenti responsabili nei confronti del rischio COVID-19 è confermata in maniera più puntuale con riferimento alla disponibilità ad effettuare test diagnostici specifici e ad auto collocarsi in un regime di quarantena (a fronte di sospetti di avvenuto contagio) per contrastare la diffusione del rischio pandemico. La grande maggioranza degli intervistati esprime infatti una chiara propensione in tal senso.

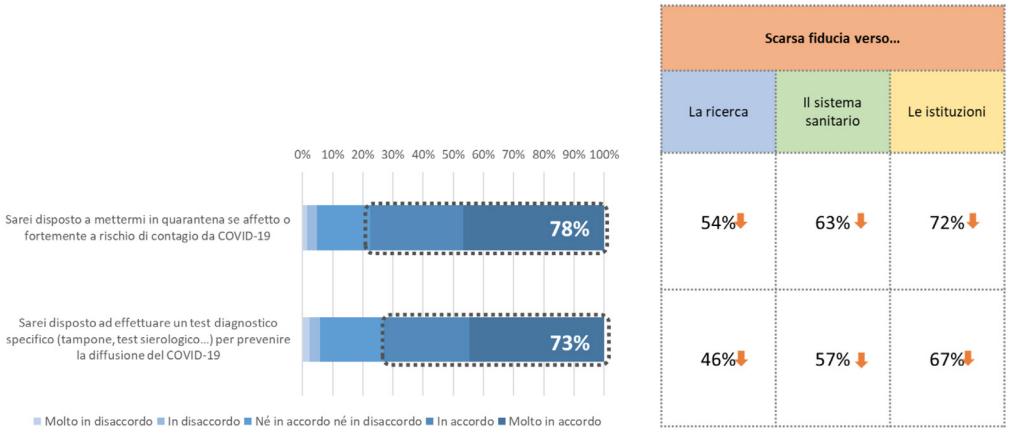


Anche in questo caso la propensione ad assumere responsabili comportamenti di prevenzioni risulta sostenuta da un'ampia percezione dei rischi COVID-19 e da un forte orientamento valoriale alla pro-socialità, mentre diminuisce presso chi mostra maggiore disagio emotivo nei confronti della situazione (ansia e depressione), è mosso da valori individualistici e ha una minore fiducia nella ricerca scientifica e nel sistema sanitario.

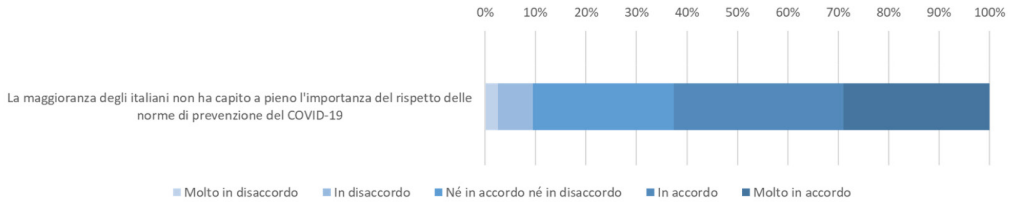


I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"





A fronte di un quadro rassicurante circa l'assunzione di un orientamento responsabile da parte degli italiani nella prevenzione del rischio COVID-19, va tuttavia notato l'emergere di una preoccupazione fra gli intervistati relativa alla condivisione sociale di questo orientamento. Quasi due terzi degli intervistati infatti (63%) ritiene che la maggioranza degli italiani non abbia capito appieno l'importanza delle norme di prevenzione. Emerge qui una discrepanza tra percezione di sè e percezione sociale su cui paiono opportune alcune riflessioni.



I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

FEBBRAIO 2021
R_10

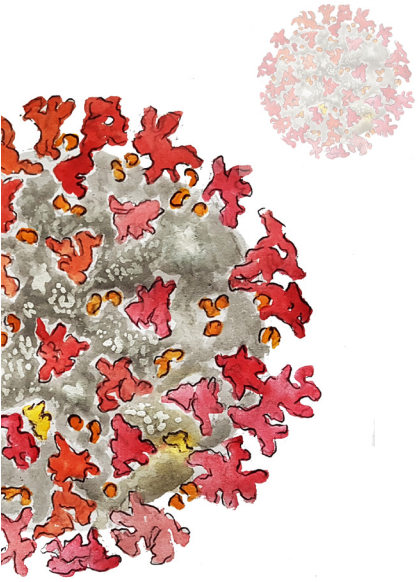
REPORT

14

CONCLUSIONI

Gli orientamenti espressi dagli intervistati sui temi di prevenzione anti COVID-19 mostrano un quadro complesso, per certi aspetti rassicurante e per altri non privo di campanelli d'allarme:

- l'adesione alle pratiche preventive più presenti nel quotidiano (uso della mascherina e misurazione della temperatura) appare diffusa ma risultano ampie e significative anche le aree di non aderenza (specialmente nel caso del controllo della temperatura);
- così pure altri comportamenti preventivi meno di routine (allertamento del contesto sociale di riferimento e auto-collocazione in quarantena e ricorso al test diagnostico in caso di sospetto contagio) riscuotono ampi consensi
- almeno sul piano degli atteggiamenti -…ma gli italiani, pur se personalmente orientati alla adesione si mostrano ampiamente diffidenti circa la condivisione di questo orientamento da parte dei loro connazionali.



In definitiva, luci ed ombre sembrano caratterizzare lo scenario. Sulle prime ma ancor più sulle seconde è opportuno porre attenzione anche a fronte dell'aggravamento della situazione COVID-19 verificatosi nel periodo autunnale e a fronte delle sfide che ci attendono ancora nei prossimi mesi.

Da questo punto di vista pare importante focalizzare un ultimo risultato emerso dall'indagine:
- l'orientamento alla non aderenza ai comportamenti preventivi mostra una concentrazione particolare presso alcuni specifici segmenti della popolazione: i giovani-adulti, i maschi, chi ha sfiducia nei confronti della ricerca medico-scientifica ma soprattutto i soggetti con maggiori difficoltà emotive (ansia e depressione) e orientati da valori individualistici e auto-centrati.

Su questi segmenti sembra utile concentrare iniziative dedicate di engagement per depotenziare gli orientamenti ostili alla prevenzione COVID-19 che, per quanto espressi da minoranze, avrebbero un impatto sociale di grande rilievo.

I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

EngageMinds HUB

Consumer, Food & Health Engagement Research Center

FEBBRAIO 2021
R_10

REPORT

15

ENGAGEMINDS HUB

EngageMinds Hub Research Center è il primo Centro di Ricerca italiano dedicato allo studio e alla promozione dell'Engagement dei cittadini nella promozione e gestione dei processi di salute, e degli stili alimentari consapevoli sani e sostenibili. In particolare, il Centro è volto a promuovere il dialogo tra i diversi attori coinvolti in tali ambiti - cittadini, istituzioni, associazioni, aziende, università e centri di ricerca - al fine di sostenere l'innovazione culturale e organizzativa per una migliore promozione della partecipazione e della partnership tra questi diversi attori.

EngageMinds Hub è attivo in progetti di ricerca e consulenza scientifica volti a promuovere la conoscenza e l'innovazione nell'ambito degli stili di vita sani, delle condotte alimentari e di salute sostenibili, dell'Engagement e dell'adozione di nuove tecnologie per l'alimentazione e la salute.
EngageMinds Hub ha tra i suoi obiettivi scientifici primari lo sviluppo e la diffusione di indicatori scientificamente validati per la valutazione dell'Engagement dei cittadini/consumatori nelle loro scelte alimentari. Questo, al fine di realizzare interventi di comunicazione, educazione aziendale in linea con le reali esigenze e priorità dei cittadini stessi e delle aziende, e di valutare la reale efficacia.
EngageMinds Hub promuove ed eroga corsi di formazione per cittadini, operatori aziendali, associazioni di consumatori e decisori al fine di promuovere conoscenze e competenze per favorire la promozione dell'Engagement negli stili alimentari e di vita sani e sostenibili.

www.engagemindshub.com

engagemindshub@gmail.com

@EngageMindsHUB

EngageMinds HUB Research Center

I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.

Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

EngageMinds HUB

Consumer, Food & Health Engagement Research Center

FEBBRAIO 2021
R_10

REPORT

16

PROGETTO CRAFT

Nell'ambito del settore lattiero-caseario, l'attività del progetto CRAFT si focalizza sulla ricerca scientifico-tecnologica e sulla analisi socio-psicologica del consumatore. Più in dettaglio CRAFT vuole da un lato sviluppare tematiche tecnologiche, microbiologiche e biochimiche; dall'altro indagare l'atteggiamento dei consumatori nei confronti del latte e dei suoi derivati. Gli obiettivi del progetto sono di sviluppare temi di ricerca, realizzare un trasferimento di tecnologie verso le imprese del settore, formare personale e management e comunicare e disseminare conoscenze scientifiche.

I risultati attesi dal progetto sono di far nascere un nucleo locale di competenze specifiche nel comparto lattiero-caseario cremonese coinvolgendo attivamente le aziende del territorio.

Questo progetto si svolge ed è stato voluto dalla Facoltà di Scienze Agrarie, Alimentari e Ambientali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore la quale è sempre attenta ad attività di ricerca all'avanguardia al servizio del territorio.

I contenuti di questo report sono soggetti a copyright e il loro utilizzo è concesso solo previa autorizzazione di EngageMinds HUB - Consumer & Health Research Center e con riproduzione fedele.
Per citare questo report: Bosio C., Palamenghi L., Castellini G., Savarese M., Barello S., Graffigna G. (2020) "Covid 19 e la maratona pandemica: la gestione della prevenzione"