



MILK-ED

MODERN AND INNOVATIVE ONLINE-BASED
KNOW-HOW ON EUROPEAN DAIRY PROCESSING

STUDIO DI CASO IT-03

*In love with
milk industry!*



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission.
This document reflects the view only of the author and the Commission cannot be held
responsible for any use which may be made of the information contained therein.

0. Introduzione:

Piccolo caseificio creato da due ex studenti che trasformano il latte di vacca, pecora e capra acquistato da allevamenti locali selezionati attraverso un sistema di controllo della qualità. Le vendite vengono effettuate sia nello spaccio aziendale situato in un centro urbano di circa 15 mila abitanti, sia con un furgone itinerante nei mercati all'aperto. La produzione attuale comprende diverse tipologie di formaggi e ricotta con una piccola produzione di yogurt ma i proprietari vorrebbero sviluppare in futuro nuove tecnologie per la lavorazione del latte di capra. Vorrebbero anche sviluppare nuovi tipi di bevande lattiche realizzate con latte di capra, pecora o misto, ma hanno bisogno di formazione in questo senso.

1. Dati personali

1.1 Name: RICCI EROS

1.2 Anno di nascita : 1987

1.3 Formazione professionale: NESSUNA

1.4 Istruzione: Master. Attività di ricerca presso il Centro Europeo di Ricerca sulla Birra.

2. Dati azienda

2.1 Indirizzo/coordinate :

Via dei Partigiani, 40/42, 06055 Marsciano PG. 42.917412, 12.340580

2.2 Superficie dell'azienda agricola in ettari : -

2.3 N° di lavoratori nell'azienda agricola/impresa :

	Full time	Part-time/seasonal
Family members	2	
Other than family members	0	

2.4 Descrizione dell'azienda:

Il caseificio e il negozio si trovano nel centro del paese di Marsciano. Gli immobili che l'azienda utilizza sono in locazione ma i macchinari necessari per la lavorazione del latte sono di proprietà dell'azienda. I proprietari non hanno una propria azienda agricola ma acquistano i vari tipi di latte da piccoli agricoltori locali e poi si occupano della lavorazione e vendita dei latticini. I loro prodotti principali sono formaggi freschi e stagionati, yogurt e ricotta. L'azienda ha lavorato 200 litri di latte al giorno ed ha anche avviato attività multifunzionali innovative come:

- produzione di formaggi ottenuti da latte biologico
- produzione di formaggi di alta qualità prodotti con latte ottenuto da animali al pascolo.

2.5 Sito web e account dei social network:

due pagine face-book denominate "Caseificio Artigianale Nestore" e "Eros e Francesco Nestore".

3. Attività agricole multifunzionali/ Innovazione legate alla trasformazione dei prodotti lattiero-caseari

3.1: L'azienda ha avviato alcune attività multifunzionali nel 2016.

La decisione di avviare le attività multifunzionali è stata presa per far conoscere ai turisti stranieri i prodotti tipici locali e per favorire l'acquisto dei propri prodotti.

Queste attività comprendono:

- organizzazione di giornate di studio in caseificio dove mostrare a gruppi di persone come si producono i formaggi;
- degustazione nel punto vendita di prodotti tipici locali;
- giornate dimostrative organizzate in collaborazione con attività ricettive locali per turisti stranieri (principalmente turisti olandesi e americani).

Dal 2015 l'azienda svolge anche attività legate alla innovazione dei prodotti ed alla lavorazione del latte al fine di percepire e incontrare gusti diversi e quindi di ampliare la propria clientela.

Le attività innovative relative ai prodotti e alle lavorazioni sono:

- produzione di un formaggio composto da latte di capra (30%) e pecora (70%) denominato "Caprecora";
- produzione di caciotta speziata denominata "spaghetti" con aglio, peperoncino e prezzemolo;
- produzione di una piccola caciotta dura chiamata "Nestorino" da cuocere su un piatto.

3.2 Consigli/ raccomandazioni:

Acquisire una buona preparazione tecnica, avere pazienza e passione e trarre stimoli dalla soddisfazione personale.

4. Considerazioni, formazione/competenze

4.1 Considerazioni generali :

La sfida principale da affrontare quando si inizia un'attività del genere è sviluppare le dosi dei componenti per i diversi formaggi e le relative tecnologie del processo produttivo.

Per l'investimento iniziale richiesto, l'azienda si è avvalsa di un finanziamento bancario per l'acquisto delle attrezzature e macchine del caseificio e del negozio. Per quanto riguarda la consulenza esterna, i proprietari si avvalgono solo di un consulente fiscale, il resto lo fanno loro. Nel periodo del COVID 19 l'azienda ha inoltre avviato la consegna a domicilio, su richiesta telefonica, al fine di far conoscere meglio i propri prodotti, creare un rapporto di fiducia con il consumatore ed allargare la clientela rendendo più facilmente accessibile la vendita. Inoltre, lo sviluppo di attività innovative ha permesso all'azienda di intercettare nuovi consumatori alla ricerca di nuovi gusti e prodotti più facilmente utilizzabili. I proprietari dicono che è molto difficile ma molto importante creare un rapporto di fiducia con il cliente. Per loro, avere una clientela fedele porta alla stabilità delle vendite con un minor rischio economico aziendale.

Al momento l'azienda ha raggiunto un equilibrio finanziario stabile che può durare nel tempo anche se è difficile prevedere il futuro dopo il covid-19.

4.2 Formazione/competenze particolarmente rilevanti per il processo:

Per svolgere questo lavoro è importante aver fatto studi a livello universitario relativi alle trasformazioni agroalimentari oltre ad avere un'elevata competenza tecnica dei processi produttivi. È inoltre fondamentale essere attivi nell'osservazione e nell'approfondimento delle tecniche e dei processi utilizzati da altre aziende per essere sempre aggiornati. Infine, oltre alla qualità e al know how, le tecniche di marketing sono essenziali per vendere i prodotti in modo efficace. Ad esempio, è molto importante far conoscere ai clienti che vengono dall'estero come vengono prodotti i nostri formaggi, facendoli arrivare di persona al caseificio e illustrando loro l'intero processo produttivo. In questo modo si crea un rapporto di fiducia con il consumatore che sarà più disponibile ad acquistare i prodotti.

5. Materiale grafico

