



MILK-ED

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

STUDIO DI CASO IT-04

*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:

Questa piccola azienda è gestita da una famiglia di allevatori di pecore che trasformano il loro latte per produrre formaggio di pecora.

I pascoli si trovano nelle montagne vicino a Norcia, l'azienda si trova invece sulle colline vicino a Spoleto.

I prodotti dell'azienda comprendono pecorino fresco, primo sale, stagionato 60 giorni, ricotta e yogurt intero. Tutti i prodotti sono ottenuti esclusivamente da latte di pecora.

Le vendite vengono effettuate sia direttamente in azienda che ai punti vendita alimentari della zona.

Il titolare è ora interessato ad ampliare sia la produzione, con nuovi prodotti a base di latte di pecora, sia il mercato dell'azienda attraverso nuovi canali di vendita.

1. Dati personali

1.1 Name: PASQUA ANDREA

1.2 Anno di nascita: 1978

1.3 Formazione professionale: Agricoltore a tempo pieno.

1.4 Istruzione: DIPLOMA DI PERITO AGRARIO

2. Dati azienda

2.1 Indirizzo/coordinate - da utilizzare per la mappa della posizione dell'azienda agricola :

Strada dei Murelli.16 05021 Acquasparta - Terni- Italy . Google coordinates : 42°40'30" N - 12°32'36".

2.2 Superficie dell'azienda agricola in ettari: 160

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

| | Full time | Part-time/seasonal |
|---------------------------|-----------|--------------------|
| Family members | 4 | |
| Other than family members | 1 | |

2.4 Descrizione dell'azienda:

L'intera azienda con tutte le sue strutture è di proprietà della famiglia che ha ereditato dalla generazione precedente. Tutte le mansioni necessarie al funzionamento dell'azienda sono svolte dai membri della famiglia (madre, moglie e figli del titolare); inoltre l'azienda dispone anche di un reparto di lavoro stagionale esterno a tempo pieno. I principali prodotti dell'azienda sono: yogurt a coagulo intero prodotto da latte crudo, ricotta prodotta senza l'aggiunta di proteine coagulanti oltre a pecorino fresco e stagionato. L'allevamento aziendale ha una capacità di produzione di 300 litri di latte al giorno.

Le attività multifunzionali sono: prodotti di alta qualità, produzione biologica e tradizionale e vendita in azienda.

2.5 Sito web e account dei social network: pagina face-book denominata: "Azienda Agricola Pasqua Andrea".

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

3.1: L'attività innovativa è stata avviata nel 2017. La principale attività multifunzionale è la produzione di latte biologico, ovvero un latte proveniente da pecore che vengono lasciate al pascolo per sei mesi all'anno in montagna. Durante questo periodo si nutrono di erbe spontanee che contengono preziose sostanze aromatiche che caratterizzano il gusto dei formaggi. La produzione è quindi di alta qualità e nel rigoroso rispetto della tradizione. In futuro il proprietario intende portare i turisti a fare passeggiate e giri in bicicletta nei pascoli dell'azienda per mostrare loro dove e come viene prodotto e trasformato il latte della propria azienda.

Il titolare ha anche innovato la produzione, aggiungendo ai precedenti prodotti anche:

- Yogurt prodotto da latte crudo a coagulo intero
- Ricotta prodotta senza aggiunta di coagulanti proteici.

L'azienda, inoltre, vuole iniziare ad organizzare nel punto vendita alcune attività dimostrative che hanno lo scopo di far vedere in prima persona al consumatore come si ottengono i propri prodotti.

3.2 Consigli/ raccomandazioni:

Dopo la crisi del COVID-19 è difficile dare consigli perché in questo momento il settore lattiero-caseario è in forte difficoltà. La sfida principale sarà quella di recepire le risorse economiche e finanziarie necessarie all'innovazione di processo e di prodotto che l'azienda dovrà affrontare.

4. **Considerazioni, formazione/competenze**

4.1 Considerazioni generali:

Finora l'azienda ha scelto di non accedere ai finanziamenti pubblici, europei e statali necessari ai propri investimenti. Tutto il supporto esterno che l'azienda ha ricevuto riguarda la gestione e la consulenza tecnica.

I canali di marketing / distribuzione dell'azienda sono:

- vendita al dettaglio in azienda;
- partecipazione ad eventi fieristici promozionali di prodotti locali.

Le attività multifunzionali hanno generato valore aggiunto consentendo all'azienda di espandere il proprio mercato e consentendo di vendere i propri prodotti a prezzi più elevati; esse, inoltre, hanno permesso di diversificare i propri prodotti rispetto alla domanda locale, consentendo un ampliamento della quota di mercato dell'azienda con un conseguente aumento di reddito. Ciò ha portato alla creazione di opportunità di lavoro per altri membri della famiglia, favorendo così il ricambio generazionale.

Le sfide principali sono state lo studio della domanda di mercato e i relativi investimenti per adattare la realtà produttiva aziendale.

L'azienda fa parte di un'associazione di produttori aderente a COLDIRETTI-CAMPAGNA AMICA. Questa associazione favorisce, attraverso eventi promozionali (fiere, mercati regionali etc), l'incontro della domanda e dell'offerta di prodotti agroalimentari locali, facilitando l'accesso al mercato delle aziende della rete.

I piani aziendali futuri nel medio e lungo termine prevedono una maggiore differenziazione dell'offerta aziendale al fine di un successivo consolidamento e mantenimento del mercato per avere maggiori possibilità di sviluppo del business.

4.2 Formazione/competenze particolarmente rilevanti per il processo:

Il titolare ha la qualifica di esperto in agricoltura e quindi possiede una buona conoscenza dei processi lattiero-caseari e dei principi economici e finanziari di base utili nella valutazione degli investimenti in agricoltura. Possiede inoltre una significativa conoscenza del funzionamento e delle richieste del mercato lattiero-caseario e delle relative problematiche. Questo prezioso "know how", con le relative capacità e competenze, è stato essenziale per espandere e differenziare l'attività dell'azienda al momento del trasferimento familiare dalla generazione precedente (padre).

Queste competenze possono essere individuate in:

- saper interpretare e codificare le informazioni di mercato;
- saper applicare le competenze e le conoscenze innovative del settore lattiero-caseario;

- saper sviluppare adeguati investimenti aziendali riconducibili al settore dell'agricoltura e dello sviluppo rurale multinazionale.

L'imprenditore è disposto a imparare come pubblicizzare al meglio i propri prodotti sia attraverso il marketing che attraverso la valorizzazione del prodotto.

5. Materiale grafico

