

PSR UMBRIA 2007-2013

ASSE 1 - MIS. 1.2.4

*Cooperazione per lo sviluppo dei nuovi prodotti, processi e tecnologie
nei settori agricolo e alimentare e in quello forestale*

*Nuovi concept di vendita di Salumi norcini e di Porchetta
con etichetta senza E*

Light Street food



INDICE

1. <u>SINTESI DELLA SPERIMENTAZIONE REALIZZATA</u>	3
2. <u>RISULTATI ATTESI</u>	11
3. <u>ATTIVITÀ DI DIVULGAZIONE</u>	11

1. Sintesi della sperimentazione realizzata

La sperimentazione di durata complessiva di circa 10 mesi ha riguardato la filiera zootecnica e in particolare la realizzazione di un nuovo concept di vendita della porchetta e di salumi d'alta gamma norcini legati ad uno stile Street food, con la RIDUZIONE del contenuto di GRASSI e la riduzione (e dove possibile la totale esclusione) di additivi tecnologici e chimici (E205, E252 E300, Exxx..).

Obiettivo della sperimentazione: realizzare una linea di prodotti esclusivi (con basso contenuto di grassi e di additivi chimici) che possano essere venduti "per strada" mantenendo le garanzie di sanità alimentare.

Il progetto è dunque partito in prima fase da un'analisi di mercato e fattibilità, che ha riguardato il posizionamento del prodotto sui canali nazionali ed esteri studiando le possibili piazze italiane ed europee dove poter offrire il prodotto e la potenzialità di assorbimento di prodotto street food. Uno studio che è servito all'azienda per individuare anche eventuali importatori e distributori del prodotto.

E' importante infatti essere consapevoli che la comunicazione è fondamentale per poter trasmettere determinate informazioni al consumatore in linea con i regolamenti europei, così come disporre di una capillare rete di vendita per poter collocare il prodotto ed assicurare economia di scala. L'analisi di mercato è stata condotta da esperti esterni, in collaborazione con il personale interno. Un'analisi rivolta al posizionamento del prodotto sia sui canali esteri che nazionali rivolta sia alla ristorazione che alla GDO. I mercati analizzati sono stati gli ipermercati, i supermercati, i superette, i discount, gli specialisti drug e il cash & carry.

Una volta conclusa questa fase, sono state fatte prove tecniche per individuare il modo di lavorazione delle carni, capire quale fosse la migliore tecnologia di trasformazione. L'attenzione della Renzini Spa si è concentrata nel selezionare prodotti e affettati a ridottissimo contenuto o meglio privi di conservanti e antiossidanti. Il gusto finale è stato via via perfezionato attraverso additivi necessari a garantire la salubrità dei prodotti, una volta affettati.

In sintesi il progetto in questione ha avuto come obiettivo finale Realizzazione di prototipo di linea-prodotti adatta alla commercializzazione della norcineria umbra senza utilizzo di alcun additivo chimico con un forte impatto di commercializzazione in stile street food (packaging e logistica) e con un particolare analisi nutrizionale degli alimenti.

AZIONE C - Analisi di Mercato

In questa fase della sperimentazione è stata effettuata un'analisi di mercato condotta sia da esperti esterni, in collaborazione del personale interno. Ogni figura ha eseguito un aspetto particolare dello studio.

L'analisi è stata suddivisa in due parti:

- Indagine verso clienti
- Strategie di posizionamento

Personale Interno Renzini (*Donatella Savoia*)

- ❖ Supervisione ed analisi dei clienti:

La dott.ssa Savoia è stata di supporto nella rilevazione dati e mercati al fine della stesura del report. Inoltre, si è occupata della supervisione di tutte le fasi del progetto.

Indagine clienti

Personale Interno Renzini (*Roberta Franceschini*)

- ❖ Indagine clienti Itali:

Supporto nella rilevazione dati e mercati nazionali al fine della stesura del report.

Personale Interno Renzini (*Micaela Parziale*)

- ❖ Indagine clienti esteri

Supporto nella rilevazione dati e mercati esteri al fine della stesura del report.

Personale Interno Renzini (*Marco Vincenti*). *Marco Vincenti è stato sostituito da Lorenzo Parrini e Paolo Ellena.*

- ❖ Indagine tempi logistici

Hanno avuto il compito di studiare il modello di logistica adatto alla tipologia di commercializzazione street food

Strategie di posizionamento

Promex

- ❖ Consulente posizionamento EU

La società Promex ha presentato un piano di sviluppo all'estero indicando le nazioni con più potenzialità di sviluppo e indicando anche l'importatore o una serie di importatori per Nazione da utilizzare come distributore.

Bandini Vittorio

- ❖ Consulente posizionamento ITALIA

Il Dr. Bandini vanta una lunga esperienza presso la "Stazione Sperimentale per l'Industria delle Conserve Alimentari" (SSICA)" (ormai conclusa, attualmente collabora come consulente esterno) è stato incaricato di studiare e realizzare un piano di posizionamento della

rete vendita nelle principali città italiane in spazi adatti alla degustazione di cibo da strada ma anche nei pressi di locali già adibiti alla vendita di prodotti alimentari fast food.

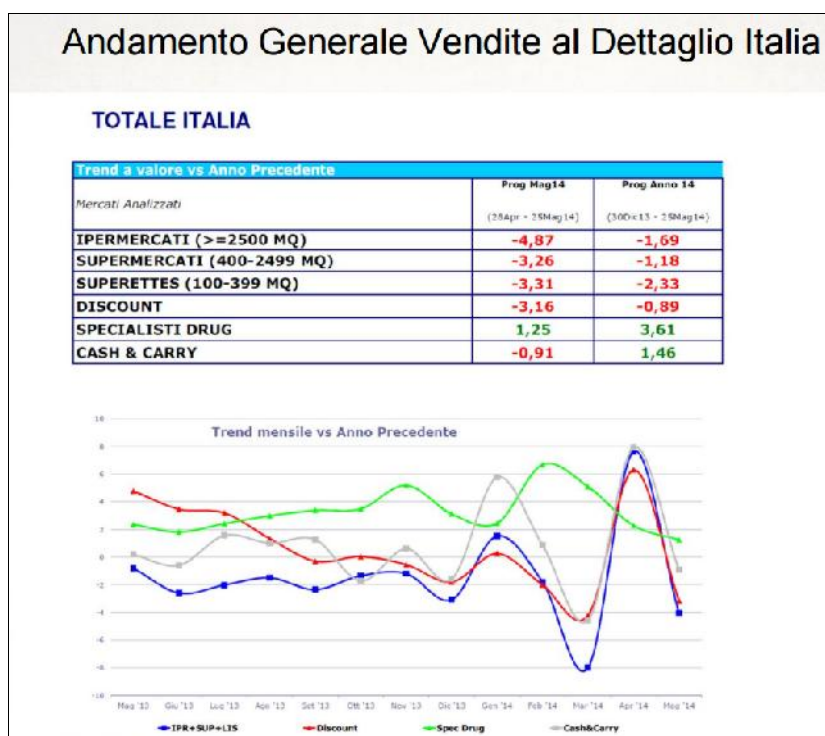


Figura 1.- Andamento generale vendite al dettaglio Italia

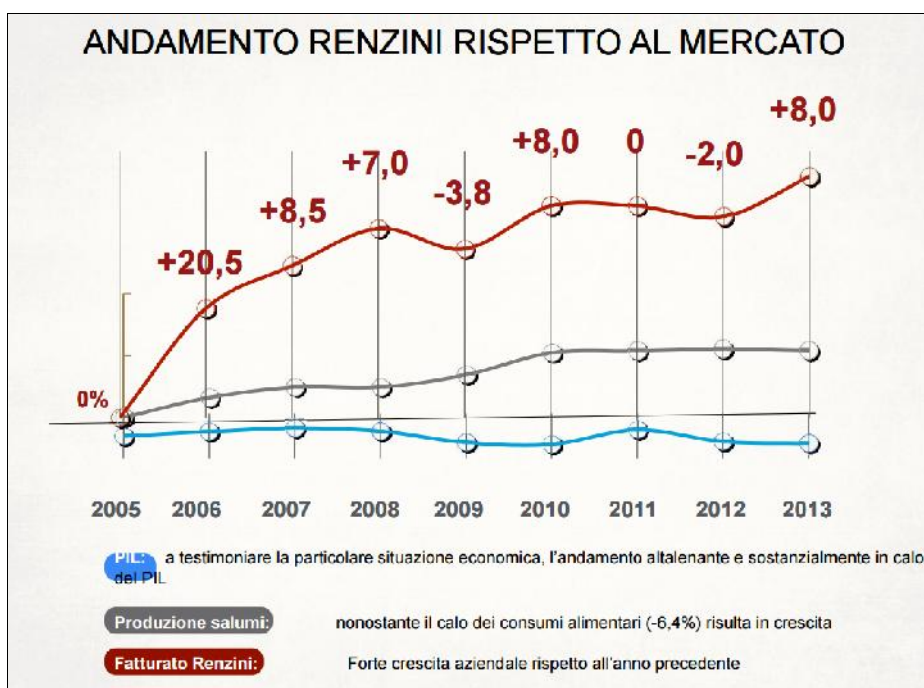


Figura 2.- Andamento Renzini rispetto al mercato.

Dallo studio di consulenza si sono evidenziati e seguenti aspetti che sono statati considerati per lo svolgimento del progetto:

- ✓ Nonostante il perdurare della crisi economica il consumatore continua a frequentare il fuori casa (i cui valori funzionali ed esperienziali sono ormai consolidati) , si riduce leggermente l'intensità di frequentare per alcuni target. Escono di più i consumatori più giovani, ma è numericamente interessante il target (35-54)
- ✓ Cena, pranzo e colazione si confermano le occasioni di consumo fuori casa con la maggiore frequenza di visita. Per pranzo e cena aumenta chi è uscito almeno una volta, ma diminuisce di poco l'intensità. In generale si riduce la quota di chi è uscito in una sola occasione nell'ultimo mese.
- ✓ La percezione del consumatore, rispetto ad un intero anno, segnala una riduzione nei momenti serali e un mantenimento/crescita delle altre conviviali (pranzo e cena)
- ✓ Per pranzo e cena si mantiene invariato lo scontrino medio, per le pause e il dopocena diminuisce leggermente.
- ✓ Cena e pranzo sono anche le occasioni di consumo fuori casa con la maggiore quota di spesa. Colazione e pranzo sono le più multicanale
- ✓ I canali Low price beneficiano del minor potere di acquisto dei consumatori e si soffermano i più frequenti. Si conferma un mercato ad elevata multicanalità, anche se il numero medio di canali frequentati mostra una leggera contrazione, il consumatore selezione di più e i luoghi segmentano. In particolare i Bar tradizionali e i luoghi legati agli spostamenti risentono più della crisi.
- ✓ Tra le caratteristiche importanti per la valutazione dei locali emergono Qualità, Convenienza e Servizio. La capacità del personale è rilevante per il cliente. La soddisfazione del consumatore è legata a elementi specifici per ciascun canale poiché le attese del cliente sono differenti per luogo. Il prezzo è rilevante per il locali del gruppo core e anche i servizi tecnologici sono particolarmente apprezzati.
- ✓ La differenziazione diviene una delle principali leve competitive. I gestori dei punto di consumo con l'aiuto di eventuali intermediari e delle imprese di produzione, devono identificare le leve *in-store marketing* da azionare per ottimizzare la soddisfazione dei propri clienti.
- ✓ Il mercato del Fuori di Casa è composto da un numero limitato di pratiche Top che devono essere presidiate dalle aziende che operano nella filiera del Fuori Casa e da un numero ragguardevole di pratiche minori da monitorare attentamente per cogliere le maggiori opportunità

AZIONE D - progettazione e sviluppo e sperimentazione e collaudo di nuovi prodotti e processi

Il progetto di sperimentazione ha fatto una selezione di prodotti della norcineria di alta gamma senza l'utilizzo di additivi chimici e tecnologici. Per ciò è stato necessario fare delle prove sui seguenti prodotti:

- ✓ Porchetta umbra;
- ✓ Mortadella di suino e cinghiale;
- ✓ Prosciutto crudo stagionato;
- ✓ Prosciutto cotto Francese;
- ✓ Salsiccia fresca da Griglia;

che non contengano tracce di additivi chimici, dove possibile o in piccolissime quantità (-75% della normale condizione di mercato) quali:

- Conservanti:
 - E250 nitrito di sodio
 - E252 nitrato di potassio
- Antiossidanti:
 - E300 acido ascorbico
 - E301 ascorbato di Sodio

Il prodotto al momento dell'immissione al consumo deve avere le seguenti caratteristiche chimico-fisiche, riferite al tal quale:

- (acqua libera) Aw: < 0.98
- Umidità relativa: < 57%
- Grasso: < 33%
- Proteine: > 20%

Metodo di produzione.

Le carcasse di suino, di sesso femminile, giungono negli stabilimenti di lavorazione ad una temperatura compresa fra 0°/ + 4°C. e stocate in cella frigorifera a temperatura compresa fra 0°/+ 4°C.

La carcassa viene sottoposta, nel laboratorio di preparazione, a disossamento manuale che prevede: l'asportazione di tutte le parti ossee, ad eccezione della tibia e del perone degli arti posteriori e delle parti ossee della testa, quando è presente; la recisione degli arti posteriori e anteriori e l'asportazione della carne in eccesso a livello dei prosciutti, della spalla, del collo e del filetto, al fine di garantire una adeguata cottura della porchetta. Gli arti posteriori vengono recisi a livello dell'articolazione tarsale, mentre gli arti anteriori vengono recisi al livello dell'articolazione fra l'ulna e radio.

Segue la fase della salatura con sale fino marino nella proporzione di 15-30 grammi di sale per chilogrammo di materia prima e successivamente la fase di riposo, con una durata da 5 minuti a 1 ora, dall'inizio dell'operazione, necessaria affinché il sale venga assorbito adeguatamente dalla carcassa o dal tronchetto.

Dopo il riposo, si effettua un massaggio manuale in tutte le parti della carcassa o tronchetto in cui è stato distribuito il sale per un tempo da 30 secondi a 5 minuti con il quale si elimina il sale in eccesso.

Si procede con la speziatura con una miscela di pepe nero, in polvere o macinato grossolanamente, rosmarino ed aglio, nella quantità da 150 a 250 gr. per 100 Kg. di materia prima. Ogni singolo ingrediente non può rappresentare in peso meno del 20% della miscela.

La distribuzione della miscela avviene manualmente.

La fase della legatura, che costituisce un elemento significativo nella preparazione della Porchetta, è una operazione manuale che deve garantire, sia durante che dopo la cottura, il mantenimento della compattezza della porchetta intera e del tronchetto.

Essa viene eseguita secondo un processo tradizionale tramandato di generazione in generazione.

La carcassa disossata e condita, destinata alla produzione della porchetta intera, viene legata e cucita attorno ad un tubo di alluminio alimentare o acciaio inox, con lo scopo di favorire internamente un'omogenea trasmissione e diffusione del calore durante la cottura; inoltre possono essere inseriti da 4 a 8 tubi/ferri di alluminio alimentare e/o acciaio inox a livello del collo, delle spalle e delle cosce. Alla carcassa intubata viene praticata la legatura con ago e spago di fibra naturale secondo una procedura che prevede i seguenti passaggi:

- la parte rimanente degli arti posteriori, le cui basi ossee sono tibia e perone, viene sollevata e legata con filo di acciaio sopra il tubo successivamente, mediante doppio passaggio di spago;
- lo spago viene passato sul collo e tirato al fine sia di ridurre la lunghezza della porchetta intera sia di compattarla. Per la legatura del tronco toracico, lo spago viene fatto passare sia all'interno che all'esterno della carcassa, con andamento circolare, interessando ora la parte ventrale ora la parte dorsale. Tale sistema di legatura ha lo scopo di conferire alla porchetta intera la forma originaria della carcassa, che deve rimanere dopo la cottura e dopo l'asportazione di tutti i tubi.

La carcassa disossata e condita, destinata alla produzione del tronchetto, viene arrotolata e cucita con ago e spago di fibra naturale nel senso della sua lunghezza. Successivamente il tronchetto viene accorciato e compattato, passando lo spago per tutta la sua lunghezza e incrociandolo. In ultimo, vengono eseguite da 6 a 8 legature lungo la circonferenza, atte sia a contenere la legatura a croce, sia a mantenere compatta la carne durante la cottura.

La Porchetta così preparata viene introdotta nel forno solo quando, in questo, è stata raggiunta la temperatura interna di almeno 200°C.

La cottura della porchetta avviene ad una temperatura compresa fra 160 e 280°C per un tempo compreso dalle 3 alle 5 ore dall'immissione, in modo da ottenere la formazione di una crosta croccante.

La cottura del tronchetto deve avvenire ad una temperatura compresa tra 160 e 280°C per un tempo compreso dalle 3 alle 6 ore dall'immissione.

La porchetta ed il tronchetto, una volta sfornati, vengono posti nella sala di raffreddamento ad una temperatura compresa fra 10°C e 30°C e per un tempo compreso dalle 5 alle 15 ore dall'immissione, al fine di favorire lo scolo di grasso e liquidi residui. Il raffreddamento, che avviene in modo graduale, toglie altra umidità al prodotto favorendo, la crosta croccante, il colore omogeneo della carne e la conservabilità anche nei giorni successivi alla preparazione.

Una volta confezionato, il prodotto può essere conservato in cella frigorifera a temperature comprese fra +2° e +6° C.

Marinelli Matteo → **Marinelli Claudio** (*Marinelli Alessio è stato sostituito per Marinelli Claudio*)

- ❖ *Consulente Alimentare:* Nel momento dell'inizio delle attività del Progetto, Marinelli Matteo, non era più disponibile per degli impegni sopraggiunti e pertanto si è reso necessario sostituirlo con Marinelli Claudio.

- In fase di progettazione e sperimentazione (azione D) è stata effettuata una ricerca su una serie di parametri tecnici che a partire dalla carne fresca hanno permesso di capire quali sono i prodotti oggetto di affettazione in modo tale da concentrare tutti gli sforzi solamente su questi prodotti.

Alessio Ministrini

❖ *Responsabile Produzione*

- Il sig. Ministrini, come Direttore della Produzione, ha realizzato tutte le prove tecniche di produzione per mettere a punto la tecnica di trasformazione delle carni per affettazione.

Monia Floridi

❖ *Responsabile Qualità*

- è stata coinvolta in tutta la stesura del piano di controllo e dei processi produttivi in modo da avere la linea integrata ai sistemi di Qualità BRC-IFS.

Emilia Di Muccio

❖ *Responsabile Processo affettazione*

- è stata coinvolta nella messa a punto delle tecniche ideali di affettazione ed è stata responsabile del taglio delle prove destinate al laboratorio di analisi.

Schisti Antonio

❖ *Responsabile Selezione Carni speciali*

- il Sig. Schisti Antonio è stato il responsabile della selezione delle carni e della loro preparazione alla trasformazione.

Guerra Domenico

❖ *Responsabile lavorazione COTTI*

- il Sig. Domenico è stato il responsabile della messa a punto delle tecniche di salatura delle carni speciali destinate alla cottura quali la Porchetta, ed è stato il diretto operatore delle prove tecniche di prodotto.

Musaj Ardjan

❖ *Responsabile Processo Salumi stagionatura*

- il Sig. Ardjan se ne è occupato dei prodotti destinati alla stagionatura (prosciutto).

AZIONE E - Realizzazione di test e prove (Renzini SpA)

Dominici Sergio

❖ *Consulente Tecnologico*

- il Dr. Dominici è stato di supporto al dr. Ministrini, nella messa a punto di tutte le prove dei prodotti. Hanno perfezionato in base alle conoscenze scientifiche i processi di lavorazione evitando additivazioni chimiche per garantire la salubrità dei prodotti una volta affettati.

Personale Interno (Monia Floridi, Musaj Schetzen, Ministrini Alessio)

❖ *capi reparto e responsabili*

- a supporto per la realizzazione dei test e delle prove, sono stati messi a disposizione il direttore della produzione, il responsabile qualità e il capo reparto delle cotture al fine di monitorare le varie prove.

&LAB - laboratori

❖ *Laboratorio di analisi*

- il laboratorio di analisi è stato utilizzato per tutto il progetto per dare riscontro analitico a tutti gli sviluppi tecnici e alle prove tecniche di prodotto. Ha fatto gli analisi di Shelf-Life che hanno consentito di assegnare ad ogni tipo di prodotti una data di scadenza scientificamente calcolata.

AZIONE G -Implementazione del know-how (Renzini SpA)

Marinelli Matteo → Plessi Patrizia

- ❖ *Consulente Alimentare:* In fase di implementazione del know-how poiché non si conoscono bene i comportamenti di tali carni, sono state fatte, da parte di alcuni consulenti, delle prove tecniche iniziali per definire la migliore tecnologia di trasformazione delle stesse. Nel momento dell'inizio delle attività del Progetto, Marinelli Matteo, non era più disponibile per degli impegni sopraggiunti e pertanto si è reso necessario sostituirlo con Plessi Patrizia, molto preparata e ferrata nel campo di interesse.
 - Ha lavorato su tutti i reparti trasferendo agli operatori tutto il Know-how acquisito in sperimentazione.

Monia Floridi

- ❖ *Responsabile Qualità*
 - collaudo del piano di controllo e nella sua efficacia

Minestrini Alessio

- ❖ *Responsabile di Produzione*
 - questa fase è stata incentrata nel collaudare le prassi operative trascritte in fase di sperimentazione e verificare la fattibilità applicativa su larga scala.

Emilia Di Muccio

- ❖ *Responsabile Processo affettatura*
 - durante il processo di affettatura sono state formate le persone addette a questa delicata fase, che presume la conoscenza del prodotto.

Guerri Domenico

- ❖ *Responsabile lavorazione cotti*
 - sono stati effettuati test di lavorazione e controllo dei processi con attenzione particolare alla contaminazione del prodotto una volta che è stato inserito in produzione industriale.

Musaj Ardjan

- ❖ *Responsabile Processo Salumi stagionati*
 - sono stati fatti dei test di asciugamento insieme ad altri prodotti per verificare l'assenza di problematiche di flusso e o programmi di asciugamento.

2. Risultati ottenuti

Dalla presente sperimentazione si sono ottenuti dei prototipi di panini da Street food dalle particolari caratteristiche salutistiche che hanno un forte appeal nei confronti del consumatore globale e in grado di offrire un packaging innovativo per il “consumo da strada” e per la facilità di trasporto vista la modalità di distribuzione. I prodotti che sono stati ottenuti sono i seguenti:

- ✚ **Porchetta**: calibro regolare, sottovuoto senza pelle e SENZA E.
- ✚ **Prosciutto cotto Francese**: cotto in brodo ricco di antiossidanti, a basso contenuto di E.
- ✚ **Salsiccia alla griglia norciccia**: basso contenuto di E
- ✚ **Hamburger gourmet**: mortadella (basso contenuto di E) e porchetta (senza E)
- ✚ **Stinchi arrosto**: tartufo e porcini (senza E)



Figura 3.- Porchetta e Hamburger gourmet

3. Attività di divulgazione

E' stata infine realizzata l'attività di divulgazione dei risultati in Loc. Coldipozzo il 02 ottobre 2015, durante un incontro aperto al pubblico, in collaborazione con il Parco Tecnologico Agroalimentare dell'Umbria con lo scopo di diffondere sul territorio regionale i risultati dell'iniziativa con l'obiettivo di trasferirla ad altre realtà locali.

<http://www.parco3a.org/progetti/light-street-food#sthash.Lygs1doP.dpuf>