

## ALLEGATO B

### P.O.R FSE 2007-2013 OBIETTIVO COMPETITIVITÀ REGIONALE E OCCUPAZIONE

#### Asse IV Capitale umano

##### Linee di Attività I.1.1

**BANDO BORSE DI RICERCA,, DI DURATA BIENNALE, A FAVORE DI DOTTORI DI RICERCA/RICERCATORI.**

**PRIMA FASE: MANIFESTAZIONE DI INTERESSE DA PARTE DI IMPRESE CON SEDE LEGALE E/O OPERATIVA NEL TERRITORIO REGIONALE**

#### **SCHEDA TECNICA RELATIVA ALLA MANIFESTAZIONE DI INTERESSE DA PARTE DI IMPRESE CON SEDE LEGALE E/O OPERATIVA NEL TERRITORIO REGIONALE**

*La scheda tecnica non può essere modificata, se non in termini di descrizione delle attività e degli obiettivi da perseguire.*

*Anche nel caso di rete di imprese, dovrà essere redatta un'unica **scheda tecnica**, sottoscritta dai rappresentanti legali di ciascuna impresa partner, nonché dall'impresa con funzioni di capofila.*

#### DESCRIZIONE GENERALE DELLA SCHEDA TECNICA

<b>Ambito di riferimento</b> (art 6, punto 7.3 del Bando)	D. Chimica e tecnologie sui materiali per applic..
<b>Titolo della scheda tecnica</b>	certificazione e controllo di qualità del settore agroalimentare

##### **B.1 Situazione attuale**

*(Illustrare le attività caratterizzanti l'impresa/e. Nel caso di rete di imprese dovranno essere illustrate le attività caratterizzanti ciascuna impresa appartenente alla rete – Massimo 5.000 caratteri)*

Il Consorzio per la Tutela del Formaggio Pecorino Romano è costituito da n°35 imprese associate, produttrici di Pecorino Romano DOP, inserite nel sistema di controllo come previsto dal regolamento Ce n° 510/2006 sostituito dal regolamento Ce n°1151/2012. Il formaggio Pecorino Romano DOP è prodotto dalle imprese associate, le quali raccolgono e trasformano il latte ovino in varie tipologie di formaggio. Il Pecorino Romano DOP rappresenta in quantità il prodotto principale del sistema caseario delle imprese associate e del settore ovino Regionale, con il 48% dell'intera produzione di formaggi ovini fabbricati nel territorio della Regione Sardegna. Le imprese associate al Consorzio utilizzano il marchio collettivo di proprietà del Consorzio medesimo che identifica la Denominazione di Origine Protetta Pecorino Romano. Ciò consente loro l'utilizzo della reputazione e notorietà del marchio per la commercializzazione del prodotto, in particolare verso i mercati tradizionalmente destinatari il prodotto tutelato, quali gli U.S.A. . L'uso del marchio collettivo permette altresì lo sfruttamento della promozione diretta, tramite la partecipazione a manifestazioni fieristiche e di promozione diretta al consumatore, sia nella GDO che nell' HORECA (hotel-restaurant & catering). L'utilizzo del marchio collettivo è regolato da norme Comunitarie, Nazionali e Consortili che disciplinano il suo uso e la corretta informazione al consumatore, associando il medesimo alle caratteristiche commerciali, nutrizionali e salutistiche. Le azioni del Consorzio, in accordo e su incarico del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, sono finalizzate a: tutelare e vigilare sulla produzione e commercio della DOP Pecorino Romano e sull'uso della sua denominazione sui mercati

Nazionali, Europei ed internazionali; promuovere iniziative intese a salvaguardarne la tipicità e le caratteristiche peculiari da ogni abuso; informare i consumatori; avanzare proposte di modifica del disciplinare di produzione; definire programmi di miglioramento qualitativo e strutturale.

## **B.2. Illustrazione della scheda tecnica**

*(Analisi e proposta delle nuove attività da realizzare rispetto agli obiettivi da perseguire. Illustrazione delle criticità attuali – Massimo 5.000 caratteri)*

.Attualmente il disciplinare di produzione del Pecorino Romano DOP distingue il prodotto da porre in commercio in due categorie merceologiche, Pecorino Romano da tavola con stagionatura di almeno 5 mesi, Pecorino Romano grattugiato, con stagionatura di almeno 8 mesi. Questo tipo di classificazione, orientata al mero riconoscimento sull'utilizzo finale, risulta insufficiente alla luce del rinnovato interesse del consumatore, per poter identificare un prodotto di elevato valore qualitativo, nutrizionale e salutistico. Recenti studi di settore affermano che oggi più che mai il consumatore è orientato verso modelli alimentari che presentino un alto valore intrinseco, sia per le caratteristiche peculiari che nutrizionali. Secondo i rapporti della Società di Studi Economici Nomisma sui prodotti DOP/IGP e dei prodotti tipici riconosciuti, le criticità del sistema sono in particolare legate alla scarsa percezione del consumatore su qualità e differenziazione del prodotto, pur in presenza di marchi consolidati, fatte alcune eccezioni, come il Parmigiano Reggiano DOP. Secondo un rapporto riservato sul mercato statunitense che rappresenta il principale sbocco commerciale del Pecorino Romano DOP (con oltre il 60 % dell'intera produzione esportata), commissionato dal Consorzio alla medesima Società di Studi Economici Nomisma (dal 2006 con aggiornamenti fino al 2012) è emersa chiaramente la necessità, espressa dai principali importatori del Pecorino Romano, d' introdurre un sistema di riconoscimento della qualità del formaggio attraverso una classificazione merceologica-qualitativa del prodotto che ne permetta una facile riconoscibilità da parte del consumatore finale. Un grading quality system gestito dal Consorzio di Tutela che porterebbe ad una definizione chiara delle categorie qualitative del Pecorino Romano DOP e del loro conseguente posizionamento nei vari segmenti commerciali. Da un' ulteriore indagine svolta dal Consorzio di Tutela, attraverso l'utilizzo di un questionario somministrato agli operatori commerciali delle imprese facenti parte del sistema Pecorino Romano DOP atto a rilevare quali attributi sono ritenuti fondamentali per la definizione delle caratteristiche merceologiche di qualità del formaggio Tutelato, è emerso che essi sono il contenuto in sale (cloruro di sodio), la struttura della pasta e la marchiatura del formaggio. Il principale parametro che caratterizza in modo negativo agli occhi del consumatore il Pecorino Romano DOP, è l'eccessivo contenuto in cloruro di sodio: rappresenta un punto di debolezza, sia per quanto riguarda il gradimento diretto espresso dal consumatore, che nella possibilità di espansione dell'uso del formaggio, limitandone l'utilizzo ad ingrediente e non ad un consumo tal quale (come ad esempio un secondo piatto). I provvedimenti normativi in corso di definizione a livello comunitario, sul contenuto in cloruro di sodio negli alimenti e nei formaggi in particolare, discendono dalla necessità di aumentare la prevenzione delle criticità legate ai fattori di rischio sulla salute, direttamente collegate con l'alimentazione. A questi orientamenti comunitari si aggiunga la rinnovata consapevolezza del consumatore, non solo Comunitario ma ancor più quello Nord Americano, per la scelta ed il consumo di alimenti caratterizzati da una componente salutistica intrinseca nell'alimento stesso, da associarsi alle caratteristiche di origine e tradizione. L'azione principale da perseguire è senz'altro ipotizzare la riduzione del quantitativo in cloruro di sodio per migliorarne le caratteristiche organolettiche, associando tale prodotto ad una tipologia di qualità superiore destinato in particolare al consumo da tavola . Tale processo di miglioramento merceologico si dovrà inserire in un più completo studio sperimentale per la definizione di un nuovo modello qualitativo del Pecorino Romano, che investa anche gli aspetti sensoriali. In questo modo si potrà definire un prodotto, attraverso una scala misurabile oggettivamente, tramite analisi di particolari parametri qualitativi, con l'apposizione finale di un marchio di qualità aggiuntivo, che permetta una immediata identificazione da parte del consumatore, consentendo una potenziale espansione del consumo consapevole.

### **B.3 Innovazione e prospettive di mercato**

*(Illustrazione dei livelli di innovatività individuati rispetto alle nuove attività da realizzare anche in termini di acquisizione di livelli più competitivi e di inserimento nel mercato - – Massimo 5.000 caratteri)*

Con la definizione di un nuovo modello qualitativo del Pecorino Romano DOP ipotizzato nel precedente punto B2, s'intendono raggiungere le potenzialità di mercato per un prodotto che possa vantare un proprio carattere distintivo, in grado di valorizzarne le qualità intrinseche. Con questa ipotesi progettuale ci si prefigge la creazione di un nuovo tipo di formaggio, che comunque rispetti i requisiti del disciplinare di produzione del Pecorino Romano, ma con caratteristiche legate alla sua potenziale influenza benefica per una corretta alimentazione, facilitando in tal modo la promozione e la diffusione del prodotto innovato. Lo sviluppo di un Pecorino Romano a basso contenuto in sale, facilmente identificabile dal consumatore è prerogativa indispensabile affinché ci sia un'espansione in particolari segmenti di mercato, altamente remunerativi quali quelli di alta fascia. Per ottenere tale prodotto, si rende necessario un'ulteriore identificazione merceologica del Pecorino Romano DOP, associata alla sua tipicità, quali le caratteristiche ambientali, territoriali, storiche e culturali, che costituiscono i requisiti fondamentali per l'identificazione dell'immagine di tutti i prodotti a denominazione d'origine. L'individuazione di un fattore identificativo si rende necessario in quanto la non differenziazione del prodotto, colloca il medesimo in segmenti di mercato in cui prevale la concorrenza perfetta, nella quale il vantaggio competitivo delle imprese viene espresso dalla sola capacità delle stesse di offrire un prodotto a prezzi inferiori rispetto ai concorrenti (price taker). Questi mercati altamente concorrenziali, sono tipici delle produzioni di massa e si sviluppano dove non c'è differenziazione dei prodotti e dove non sono tenute in considerazione le caratteristiche intrinseche e territoriali, dove la competizione si realizza solo in termini di prezzo. Queste dinamiche sono tipiche delle produzioni cosiddette commodity. Differenti strategie di mercato cosiddette non-price competition, si possono realizzare con prodotti di alto valore qualitativo e nutrizionale, capaci di creare un fattore di differenziazione del prodotto, con la capacità di posizionarsi all'interno di nicchie di mercato in rapida espansione sia sul mercato interno che su quello internazionale, grazie soprattutto alla crescente attenzione del consumatore moderno verso la qualità dei prodotti e non solo nel senso delle caratteristiche chimico-fisiche ed organolettiche del prodotto, ma in misura sempre più importante verso aspetti immateriali e simbolici (origine, legame con il territorio). Gli obiettivi strategici sono finalizzati ad individuare le basi per un miglior sfruttamento delle opportunità offerte dal Pecorino Romano DOP, in termini di spazi e margini economici, che derivano dall'aumento delle dimensioni di mercato dei prodotti individuati sul piano delle loro caratteristiche di qualità e salubrità. Si ipotizza verosimilmente un aumento della percezione qualitativa del prodotto che porterebbe alla formazione di un premium price sul Pecorino Romano DOP con le caratteristiche qualitative indicate. L'aumento della percezione positiva sul prodotto identificato da un particolare marchio di qualità è condizione necessaria per migliorare il vantaggio competitivo stabile e durevole nel tempo. Un ulteriore aspetto economico è la ridotta variabilità dei costi di produzione per le imprese a fronte di un processo d'innovazione che si può implementare con lo sfruttamento delle competenze professionali già inserite nel sistema di produzione. Si tratterebbe di fatto di un'innovazione a costi ridotti ma altamente qualificante, utilizzando le metodiche tecnologiche presenti nelle imprese, che consentirebbero la diminuzione del quantitativo in sale del Pecorino Romano DOP, associando tale processo ad analisi chimiche e sensoriali, per la qualificazione oggettiva del prodotto differenziato.

### **B.4 Esperienza già acquisita**

*(Indicazione delle esperienze già maturate in termini di ricerca e sviluppo – Massimo 5.000 caratteri)*

- 1) E' stato elaborato uno standard di produzione del latte da destinare alla fabbricazione di Pecorino Romano DOP, con la collaborazione dell'Istituto Zootecnico e Caseario per la Sardegna – regione Bonassai – 07040 Olmedo (SS), ora AGRIS Sardegna. La definizione dello standard è il risultato di un lavoro di sperimentazione e ricerca su base biennale, applicando procedure e sistemi teorici su una ampia base produttiva. Lo standard è stato adottato da alcune aziende di trasformazione quale base contrattuale per l'accesso alla trasformazione della materia prima dei propri conferenti.
- 2) Sviluppo di un sistema integrato per l'analisi di routine della frequenza degli alleli resistenti alle scrapie nel latte e nei formaggi ovini. Questo sistema di analisi è risultato fondamentale per caratterizzare la qualità del latte in funzione della presenza nei greggi di soggetti resistenti alla malattia o sensibili alla malattia.

FIRMA del Rappresentante/i legale/i<sup>i</sup>

Luogo e data

Macomer, 11 febbraio 2013

---

<sup>i</sup> La Scheda tecnica deve essere firmata e data dal rappresentante legale per le imprese singole, dal soggetto capofila e dai rappresentanti legali dei soggetti partner nel caso di Rete.