
	<b>Progetto Piattaforma logistica per la valorizzazione della Carne Bovina di razza Marchigiana negli agriturismi della regione</b>	
<i>Attività e risultati</i>		

# Piattaforma logistica per la valorizzazione della carne bovina di razza Marchigiana negli agriturismi della regione

## Attività e risultati

Nell'ambito della sua attività supporto del settore zootecnico ed in particolare della razza bovina Marchigiana, la Regione Marche con D.G.R. 945 del 4/08/2014 ha affidato all'ASSAM il progetto di ricerca e sperimentazione "Piattaforma logistica per la diffusione della carne bovina di razza marchigiana negli agriturismi della regione".

### 1. IL PROGETTO

#### Il contesto

Fra le produzioni regionali di qualità, la carne bovina assume un'importanza sempre più limitata per la continua erosione del patrimonio zootecnico regionale. La concorrenza con produzioni zootecniche di altri paesi europei ed extraeuropei che hanno costi di produzione inferiori e la costante riduzione dei consumi di carne rossa, sono solamente due degli aspetti salienti di tale crisi. Il risultato è la riduzione del patrimonio bovino regionale ed in particolare dei capi della razza Marchigiana. La valorizzazione della carne di tale razza nella ristorazione di qualità della regione Marche potrebbe rappresentare un sostegno importante agli allevatori. Elemento importante della ristorazione di qualità, che presenta un forte legame culturale, economico e sociale con il territorio, sono gli agriturismi. Tuttavia la presenza di questo prodotto negli agriturismi è ostacolato da alcuni fattori:

- maggiore costo della carne di Marchigiana;
- livelli qualitativi, con riferimento alla tenerezza ed al colore, non sempre elevati a causa dei lunghi tempi di frollatura che richiedono;
- la mancanza di una capillare struttura distributiva che semplifichi la fornitura di carne a queste aziende e nel contempo ne garantisca alti standard qualitativi.

Facilità di approvvigionamento, alti standard qualitativi e costi non eccessivi potrebbero determinare uno stimolo per gli agriturismi ad utilizzare questo prodotto, con evidenti ricadute positive per tutto il settore zootecnico delle Marche.

L'utilizzo di carne locale negli agriturismi, oltre ad avere un impatto positivo sulle aziende zootecniche marchigiane, andrebbe nella direzione prevista dalla Legge regionale 14 novembre 2011, n. 21 recante "Disposizioni regionali in materia di multifunzionalità dell'azienda agricola e diversificazione in agricoltura", che, fra l'altro, intende promuovere forme di turismo nelle

campagne, al fine di “sostenere e incentivare le produzioni tipiche, le produzioni di qualità e le connesse tradizioni enogastronomiche locali”. Tale Legge regionale, unitamente al Regolamento regionale del 04 novembre 2013, n. 6 prevedono, tra l’altro, l’obbligo di utilizzo di carne fresca e trasformata di provenienza regionale. L’entrata in vigore di tale obbligo, in virtù dell’articolo 48 della citata Legge è il 21 novembre 2016.

Il significato di questa norma è di valorizzare un territorio anche attraverso le sue produzioni enogastronomiche, che ne rappresentano un elemento qualificante.

### **Obiettivi del progetto**

Obiettivo generale del progetto è quello di favorire la diffusione del consumo di carne di Marchigiana attraverso la modellazione e sperimentazione di una piattaforma logistica in grado di supportare la distribuzione di carne di Marchigiana negli agriturismi della regione. Una più capillare e costante diffusione dei prodotti zootecnici di provenienza regionale, legati in particolare alla razza bovina Marchigiana negli agriturismi della regione Marche, se supportato da efficaci strumenti di comunicazione e valorizzazione, potrebbe portare ad un miglioramento dell’immagine nei consumatori e ad un posizionamento più alto del prodotto.

Inoltre Il presente progetto si pone anche l’obiettivo di individuare strumenti per valorizzare le produzioni agroalimentari di qualità nella ristorazione proposta dalle aziende agrituristiche, nel rispetto della legge regionale sopra riportata.

I risultati del presente progetto sperimentale pertanto sono rivolti ad una ampia porzione di aziende agricole marchigiane: da una parte alle aziende zootecniche quale strumento per l’organizzazione di un circuito di filiera corta tracciabile, e dall’altra agli agriturismi della regione quale supporto per rispettare gli obblighi previsti dalla Legge regionale 14 novembre 2011, n. 21 e del successivo Regolamento regionale del 04 novembre 2013, n. 6.

## **2. LE ATTIVITA’ REALIZZATE**

Il Progetto è stato organizzato in 6 fasi principali:

- analisi della situazione;
- modellazione della piattaforma logistica;
- piano di valorizzazione delle aziende agrituristiche;
- piano di comunicazione;
- sperimentazione del modello di piattaforma logistica;
- controllo e monitoraggio dell’attività di pilotaggio.

Di seguito sono riportate sinteticamente le diverse attività/iniziative che sono state intraprese dall’ASSAM al fine di raggiungere gli obiettivi individuati.

### **Analisi della Situazione**

Per definire la situazione attuale è stato predisposto un questionario informativo da trasmettere agli Agriturismi della Regione Marche, al fine di poter reperire informazioni utili per la modellazione della Piattaforma Logistica. Il Questionario è composto da 4 sezioni:

- Anagrafica aziendale;
- Informazioni generali;

- Informazioni fornitura e somministrazione carne bovina;
- Indagine conoscitiva per l'adesione ad una piattaforma logistica per la diffusione di carne di razza Marchigiana;

Per favorire la partecipazione degli agriturismi all'indagine conoscitiva sono state intraprese diverse iniziative:

- partecipazione al Workshop dal titolo "Mettersi in rete come opportunità per le imprese" (Jesi 09 febbraio 2015) dove è stato presentato il Progetto;
- riunioni con le associazioni di categoria al fine di approfondire i contenuti del progetto e per definire le modalità più idonee per il coinvolgimento degli agriturismi (24 febbraio 2015). Nel corso della riunione si è presentato in maniera dettagliata il progetto e, in particolare, il Questionario Informativo, per una condivisione dei contenuti e dei modi più adeguati per la sua diffusione. Le indicazioni delle associazioni sono recepite nella versione finale del questionario.

Il questionario è stato inviato per posta elettronica ad una mailing integrata da diverse fonti (Internet, elenchi in possesso dell'ASSAM, elenchi in possesso delle Associazioni). L'invio, ripetuto più di una volta, è stato fatto a 683 indirizzi.

### **Modellizzazione Piattaforma Logistica**

Sulla base dei questionari ricevuti, della analisi di lavori/publicazioni svolti in precedenza e della consultazione di siti web si è provveduto a modellizzare la Piattaforma Logistica.

Alla luce dei dati rilevati, è stata sviluppata la piattaforma di distribuzione delle carni le cui caratteristiche strutturali e di distribuzione sono state affidate alle risultanze di una elaborazione di dati ottenuti da fonti bibliografiche. E' stato infatti applicato un metodo di analisi che utilizza più criteri di scelta e mette in relazione diverse alternative. Tale metodo che ricalca nella sua costruzione la struttura dell'analisi multicriteriale, è il metodo più adatto da applicarsi a sistemi socio economici che non prendono in considerazione soltanto gli aspetti monetari, ma aspetti caratterizzati da complessità e obiettivi plurimi. Tale analisi ha il compito di generare una configurazione delle alternative di scelta, quindi di prendere in considerazione gli obiettivi plurimi indicati nel progetto e costituire un valido supporto nella costruzione delle scelte di impostazione della piattaforma per la distribuzione delle carni di razza bovina Marchigiana presso gli agriturismi.

### **Piano di Valorizzazione delle Aziende Agrituristiche**

Sono stati realizzati diversi dispositivi per promuovere la conoscenza del progetto, della carne di razza bovina marchigiana e degli Agriturismi partecipanti:

- il logo "Qui MaMa - Mangia Marchigiana" dal design evocativo dei contenuti del progetto, che rappresenta un efficace strumento che consente una facile e immediata identificazione e comunicazione del progetto ai soggetti interessati. Il logo è stato apposto sul materiale distribuito agli agriturismi che utilizzano la piattaforma logistica e partecipano alla sua sperimentazione. Al fine di permettere un corretto utilizzo del materiale divulgativo comprensivo del logo MaMa, evitando un uso distorto e/o fraudolento, si è provveduto alla registrazione del logo e del Regolamento d'uso presso la C.C.I.A.A. di Ancona per la loro tutela, con durata di 10 anni.



- Cartello Vetrina, distribuito alle aziende che hanno partecipato alla sperimentazione, che mette in evidenza la carne di razza bovina marchigiana e l'adesione dell'agriturismo al progetto;
- cartoline divulgative che riportano informazioni sulla carne di razza bovina marchigiana, sui tagli anatomici del bovino e sui tagli ideali per ogni ricetta.

I contenuti sono stati predisposti dall'ASSAM con l'obiettivo di:

- dimostrare l'adesione dell'agriturismo al progetto;
- promuovere la conoscenza della razza bovina marchigiana e la sua diffusione;
- comunicare agli utenti interessati informazioni relative alla razza bovina marchigiana anche sotto l'aspetto qualitativo della carne ottenuta.

I dispositivi sopra indicati sono stati distribuiti agli agriturismi che hanno aderito alla sperimentazione della piattaforma logistica.



## Piano di Comunicazione

Il principale strumento di comunicazione è stata la predisposizione del sito web [www.mangiamarchigiana.it](http://www.mangiamarchigiana.it). La necessità di procedere alla progettazione e realizzazione del sito web, è nata dall'esigenza di avere uno strumento di comunicazione del progetto e delle attività previste, che risultasse accattivante, di immediata fruibilità e che potesse suscitare interesse al progetto.

I contenuti del sito sono stati predisposti dall'ASSAM con l'obiettivo principale di mettere in rete gli agriturismi che aderiscono al progetto somministrando la carne di Marchigiana, realizzando una vetrina in grado anche di promuovere queste strutture, oltre che la conoscenza della razza Marchigiana.

Si sono inoltre organizzati alcuni eventi di comunicazione.

- In collaborazione con la Bovinmarche, si è tenuto all'ASSAM un incontro il 19 aprile 2016 al fine di informare gli agriturismi sul progetto Ma.Ma.. In particolare si è presentato lo stato di avanzamento e le modalità di effettuazione del monitoraggio previsto dal progetto stesso.
- Sempre in collaborazione con Bovinmarche e l'Associazione Cuochi Macerata Antonio Nebbia, nell'ambito della manifestazione RACI (14 Maggio 2016), si è tenuto un incontro con gli agriturismi a cui ha fatto seguito uno Show Cooking che aveva quale obiettivo la valorizzazione del "quinto quarto" del bovino.



- Partecipazione, al convegno, organizzato dal Comune di Treia, sulla valorizzazione della razza Marchigiana, tenuto a Treia il 1 ottobre 2016 ed al quale ha partecipato anche il dott. Di Donato del Corpo Forestale dello Stato con una interessante relazione sui controlli effettuati nel corso del 2015 sugli agriturismi della regione Marche.

All'interno delle iniziative di comunicazione del progetto, è stato predisposto un Questionario di Soddisfazione rivolto ai consumatori, distribuito agli Agriturismi da parte di Bovinmarche, ditta che si è aggiudicata la gara per l'implementazione della Piattaforma Logistica, e direttamente dal personale ASSAM. L'obiettivo era quello di conoscere il grado di promozione svolto per la presentazione del progetto e per la somministrazione della carne di Marchigiana.

### **Sperimentazione del modello di piattaforma logistica**

La fase di pilotaggio del modello di piattaforma è stata affidata a Bovinmarche, che si è aggiudicata una selezione pubblica. Bovinmarche, cooperativa di produttori di bovini da carne, ha diviso la propria attività in quattro fasi distinte:

- contatti e selezione agriturismi;
- implementazione della piattaforma logistica;
- attività di animazione;
- valutazione finale del progetto.

#### a) Contatti e selezione agriturismi

Sono stati effettuati sopralluoghi presso gli agriturismi precedentemente individuati e selezionati al fine di illustrare il progetto e somministrare i questionari predisposti dall'ASSAM, volti ad un'indagine conoscitiva sulla tipologia di prodotto richiesto e delle specifiche esigenze

#### b) Implementazione della Piattaforma Logistica – Attività di Pilotaggio

Sulla base della piattaforma sviluppata dall'ASSAM, sono stati selezionati i soggetti (allevamenti, mattatoi, laboratorio di sezionamento e di distribuzione) e individuate le modalità di gestione degli ordini e consegna del prodotto agli agriturismi. In questa fase sono stati evidenziati elementi critici e punti di forza, che hanno consentito di apportare le opportune modifiche al modello originale della piattaforma.

#### c) Attività di Animazione

Si è realizzata attraverso l'organizzazione e realizzazione visite presso le sedi degli agriturismi, la realizzazione di incontri formativi e l'attività di verifica del livello di soddisfazione degli agriturismi.

#### d) Valutazione Finale Progetto

La fase di sperimentazione ha consentito di individuare gli aspetti positivi e negativi emersi nel corso del progetto, apportando le necessarie modifiche al modello di piattaforma.

### **Attività di Controllo e Monitoraggio della sperimentazione**

Gli obiettivi principali di questa attività sono stati la verifica:

- del rispetto dei contenuti del progetto da parte dei soggetti aderenti;
- della sostenibilità e della ripetibilità del progetto;
- dell'efficacia dell'attività di promozione.

La prima fase ha visto la predisposizione di un Piano di Monitoraggio che prevedeva diverse tipologie di verifiche:

- verifiche negli Agriturismi: 100% degli agriturismi che aderiscono al progetto:
  - 70%: controllo programmato visivo e documentale;
  - 30%: controllo non programmato visivo e documentale. Il 30% verrà individuato tramite sorteggio.
- Verifiche alla Bovinmarche: una verifica presso la Bovinmarche a conclusione delle ispezioni presso gli agriturismi.

Il Piano di Monitoraggio è stato rivisitato sulla base dei primi contatti avuto con gli agriturismi che hanno evidenziato la difficoltà di poter effettuare verifiche non programmate. I titolari degli agriturismi, infatti, per impegni legati al regolare svolgimento delle attività di ristorazione delle strutture, non erano in grado di garantire la presenza di personale in orari non concordati preventivamente.

Successivamente sono stati individuati gli agriturismi da sottoporre a verifica sulla base delle adesioni registrate da Bovinmarche.

### 3. I RISULTATI FINALI DEL PROGETTO

L'analisi della situazione attuale negli agriturismi delle Marche rappresentava il punto di partenza per la definizione del modello di piattaforma. La risposta degli agriturismi a questa prima fase è stata deludente:

- n. 31 risposte da parte degli Agriturismi;
- n. 8 Questionari compilati con interesse a partecipare;
- n. 4 Questionari compilati senza interesse a partecipare;
- n. 19 risposte di Agriturismi che non effettuano ristorazione.

Al fine di provare ulteriormente a coinvolgere un maggiore numero di aziende agrituristiche sono state contattate direttamente le Organizzazioni professionali per chiedere la loro collaborazione nel rilevamento delle informazioni necessarie alla progettazione della piattaforma. Successivamente Bovinmarche, la cooperativa che si è aggiudicata la gara per l'implementazione della Piattaforma Logistica, ha provveduto a trasmettere ulteriori n°13 questionari compilati a seguito di contatti diretti.

#### Risultati Questionario Informativo

Modalità preferite per l'ordine	Modalità preferita della consegna	Modalità di fornitura	Frequenza di consegna	Tempi max di consegna	Tempi min richiesti di frollatura
Telefono in prevalenza; E - Mail	Consegna diretta presso l'azienda in prevalenza; Centro di Distribuzione/Negozi in minoranza	Già Sezionata Sottovuoto	Settimanale in prevalenza; Quindicinale in minoranza	2 gg in prevalenza	15-20gg in prevalenza

<b>Età del bovino richiesto</b>	<b>Tipologia dei tagli di interesse</b>	<b>Quantitativi settimanali presunti</b>	<b>Interesse nell'acquisto di carne bovina certificata</b>	<b>Eventuali limiti per l'acquisto di carne bovina Marchigiana</b>	<b>Interesse a partecipare a corsi di formazione</b>
12-18 mesi in prevalenza	Lombata; Scamone; Tagliata; Cuberoll; Noce; Fesa; Girello; Anteriori; Pancia; Macinato.	10 kg in prevalenza;	Si	Costo; Frollatura; Disponibilità	Trattamento e Sezionamento della carne bovina Preparazioni in cucina

<b>Disponibilità all'esclusività della fornitura di carne bovina fornita dalla piattaforma logistica</b>	<b>Periodo di apertura attività</b>	<b>Giorni di apertura</b>	<b>Presenza di allevamento aziendale</b>	<b>Attività di sezionamento in azienda</b>	<b>Utilizzo carne di razza bovina</b>
Equilibrio tra il No e il Si	Tutto l'anno in prevalenza	Da tre ai sei giorni con prevalenza il fine settimana	Allevamento bovino: solo un caso; Allevamento bassa corte: frequente	No in prevalenza	Marchigiana in prevalenza

<b>Acquisto di carne a marchio</b>	<b>Conoscenza diretta degli allevamenti di provenienza</b>	<b>Modalità di conservazione della carne prima dell'utilizzo in cucina</b>
IGP; BIO; QM	No in prevalenza	Abbattitore in prevalenza

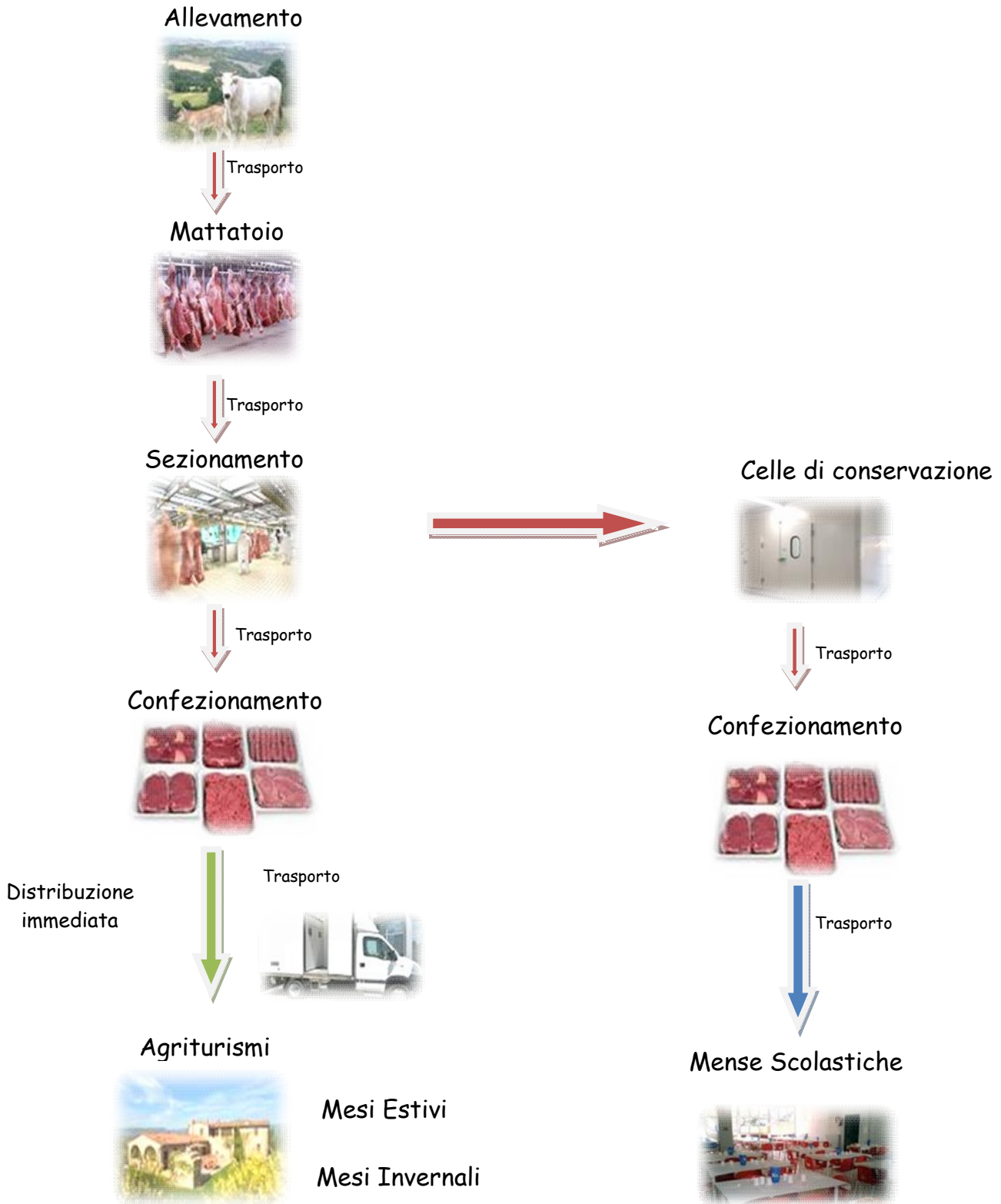
Le possibili spiegazioni della scarsa adesione all'indagine conoscitiva potrebbero essere:

- lo strumento informatico con cui sono state contattate le aziende (posta elettronica) non ha la necessaria efficacia, rimanendo il telefono è ancora il dispositivo maggiormente utilizzato per mantenere i contatti;
- difficoltà da parte delle aziende agrituristiche nel cogliere le reali potenzialità del progetto soffermando l'attenzione più sugli impegni da sostenere che sul reale vantaggio che avrebbero potuto conseguire;
- applicazione della norma che obbliga all'utilizzo di carne di origine marchigiana non entrata ancora in vigore.

Tale fase ha consentito comunque di divulgare questo progetto presso la maggior parte degli agriturismi della regione.

Malgrado la scarsa adesione, i questionari ottenuti hanno consentito di avere una base di dati sufficiente per modellare la struttura della piattaforma.

# DIAGRAMMA PIATTAFORMA





Tale modello è stato sperimentato da Bovinmarche su alcuni agriturismi che si sono impegnati a rispettare alcune condizioni:

- assoggettarsi ai controlli da parte dell'ASSAM;
- effettuare almeno due richieste di ordine di carne alla Bovinmarche nel periodo compreso tra Gennaio e Giugno 2016 (generalmente 1 ordine ogni 15 giorni);
- mettere a disposizione dei propri clienti materiale promozionale del progetto.

Attraverso l'Elenco messo a disposizione dalla Bovinmarche, è emerso che dei 21 agriturismi che hanno dato la propria adesione iniziale, 16 hanno effettivamente partecipato attraverso l'acquisto di carne di razza bovina marchigiana.

Le verifiche sono state effettuate dall'ASSAM nel periodo compreso tra il 04 maggio 2016 e il 28 giugno 2016. I controlli realizzati dall'ASSAM hanno evidenziato nel complesso un buon interesse per il servizio fornito e una volontà di proseguire anche al termine del progetto.

Le Osservazioni evidenziate sono relative a:

- necessità di coordinare la frequenza degli ordini e le piccole quantità richieste;
- proposte di replicare la piattaforma anche per altre produzioni agroalimentari;
- avere carne con un maggior grado di frollatura.

Nel corso delle verifiche sono stati rilasciati i Questionari di Soddisfazione.

I risultati di tali questionari sono i seguenti:

<b>Voci del Questionario</b>	<b>Presentazione del menù dell'Agriturismo</b>	<b>Giudizio sulla presentazione del piatto a base di carne di razza bovina marchigiana</b>	<b>Giudizio sull'appetibilità del piatto a base di carne di razza bovina marchigiana</b>	<b>Presentazione del progetto da parte dell'Agriturismo</b>	<b>Messa a disposizione del materiale divulgativo del progetto da parte dell'Agriturismo</b>
<b>Giudizi</b>	Presenza di piatti a base di carne bovina marchigiana in più patti	Tra il Buono e l'Ottimo	Ottimo	Si Alcuni No sulla presentazione del sito Internet	Si

La verifica effettuata presso la cooperativa Bovinmarche ha dimostrato che la Ditta ha:

- sottoscritto accordi con 16 aziende agrituristiche con le quali è stato sperimentato il modello di Piattaforma logistica predisposta dall'ASSAM;
- distribuito circa 2.400 kg di carne di razza bovina marchigiana in diversi tagli, nel periodo compreso tra Gennaio e Giugno 2016, rispetto ai 1.000 Kg previsti dal progetto;
- utilizzato un sistema di rintracciabilità della carne a garanzia della razza, dei quantitativi e degli operatori coinvolti nella Filiera;
- distribuito la carne di razza Marchigiana con frequenza settimanale e con mezzi idonei a garantire la catena del freddo;
- effettuato attività formativa nei confronti delle aziende agrituristiche aderenti.

dimostrando una sostanziale conformità alle prescrizioni contenute nella documentazione progettuale.

#### 4. CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

Il progetto, soprattutto nella fase di sperimentazione del modello di piattaforma ha permesso di individuare aspetti positivi ed alcune criticità dall'analisi dei dati ottenuti e dal confronto con gli agriturismi.

Alcuni dei principali **elementi positivi** emersi dal progetto sono i seguenti:

- diversi agriturismi prima dell'avvio dell'iniziativa dell'ASSAM avevano difficoltà a reperire carne bovina conforme alle indicazioni della legge regionale sugli agriturismi che ne prevede, a partire dal prossimo 21 novembre, l'obbligo della provenienza regionale;
- Il valore aggiunto dato dalla carne locale ed in particolare dalla carne Marchigiana IGP dotata di certificato e tracciabilità è stato molto apprezzato dagli operatori agriturismi e dai stessi clienti;
- Le caratteristiche organolettiche della carne Marchigiana (principalmente il sapore) sono stati valutati positivamente dagli operatori agrituristici.

Per contro sono emerse alcune **criticità**

- La carne marchigiana appare più scura rispetto alla carne normalmente in commercio proveniente da allevamenti intensivi del Nord Italia è questo, almeno inizialmente, è stata valutata come un elemento negativo in quanto i consumatori sono influenzati negativamente dall'aspetto della carne scura.
- I bovini di razza marchigiana, provenendo da piccoli allevamenti che ancora alimentano i propri animali con materie prime aziendali, presentano spesso caratteristiche piuttosto eterogenee da capo a capo e pertanto, anche tra le diverse forniture di carne, ci possono essere delle differenze. Questo elemento, pur essendo una caratteristica specifica della nostra produzione, da un punto qualitativo si presenta come un elemento di criticità che va migliorato.
- Sono emersi problemi organizzativi per garantire forniture minime di carne oppure pur di soddisfare ordini arrivati tardivamente sono state fatte consegne di prodotto (ad esempio lombate) che in alcuni casi necessitava di maggiore frollatura.

Anche se la creazione e sperimentazione della piattaforma distributiva delle carni bovine ha presentato delle criticità ed in alcuni casi ci sono stati anche problemi nelle forniture, da parte degli agriturismi c'è stata comunque una risposta molto positiva evidenziando la bontà dell'iniziativa del progetto proposto dall'ASSAM. Tutti gli agriturismi che hanno partecipato alla fase di sperimentazione del progetto stanno infatti continuando a richiedere la carne bovina alla Bovinmarche.

Gli agriturismi inoltre manifestato la necessità di avere un unico interlocutore al quale richiedere più prodotti alimentari di provenienza regionale. Per tale motivo la Bovinmarche, al fine di migliorare il servizio fornito, ha già inserito tra la sua gamma dei prodotti anche l'agnello IGP.

Per garantire la possibilità di effettuare le forniture nel corso di tutto l'anno la Bovinmarche ha iniziato a lavorare su di una gamma di prodotti surgelati. In questo modo, programmando la macellazioni nel corso dell'anno e organizzando adeguatamente la surgelazione e lo stoccaggio dei tagli più richiesti, è possibile aumentare il quantitativo di carne disponibile per gli agriturismi e quindi, anche nei periodi più critici, come quello estivo (quando sono chiuse le mense scolastiche), è possibile garantire ugualmente una certa continuità nel servizio.

Come ultimo aspetto infine importante agire sugli agriturismi con la formazione in modo tale da incentivarli ad utilizzare nel proprio ristorante anche dei tagli “meno nobili” riscoprendo vecchie ricette oppure ideandone delle nuove, naturalmente utilizzando per questo percorso “formativo” le giuste competenze professionali (associazione di cuochi, ecc.).

Ulteriori informazioni relative al progetto sul sito web [www.mangiamarchigiana.it](http://www.mangiamarchigiana.it)

Responsabile del progetto:

Dott. Ugo Testa @: [testa\\_ugo@ssam.marche.it](mailto:testa_ugo@ssam.marche.it)

Progetto realizzato da:

Dott.ssa Valeria Belelli @: [belelli\\_valeria@assam.marche.it](mailto:belelli_valeria@assam.marche.it)

Dott. Lorenzo Moretti @: [moretti\\_lorenzo@assam.marche.it](mailto:moretti_lorenzo@assam.marche.it)