



Burrata

Caratteristiche prodotto:

La burrata naturale è un prodotto lattiero caseario ad alta deperibilità, con basso livello di acidità (pH alto) e alta attività dell'acqua (aW). Solitamente ha una shelf life molto breve, di circa 10-12 gg.

Perché trattare il prodotto con HPP:

La burrata può potenzialmente essere contaminata da patogeni e vedere lo sviluppo di microrganismi alteranti che ne limitano fortemente la durata, soprattutto i batteri lattici. Date le caratteristiche fisico-chimiche del prodotto, l'applicazione dell'HPP – processo di stabilizzazione a freddo – non modifica quasi per nulla le caratteristiche organolettiche del prodotto (sia in termini di colore, aroma, sapore sia di consistenza) pur permettendo ottimi risultati di inattivazione microbiologica.

Possibili sviluppi di mercato:

I vantaggi del prodotto trattato con la tecnologia HPP derivano principalmente dal forte incremento della shelf life: quando in precedenza era possibile commercializzarlo solo a breve distanza (o portato lontano per via aerea, con conseguenti costi altissimi di trasporto), ora può arrivare via terra/mare in mercati ben più lontani. In ambito Ho.Re.Ca. l'uso della confezione in busta permette di fornire un prodotto di altissima qualità, durevole ed economico, con alto valore di convenienze.

Caratteristiche per la lavorazione:

Esigenza imprescindibile per poter applicare l'HPP è quella di avere i prodotti confezionati in imballo flessibile.

Nel caso della burrata i migliori risultati – sia in termini di applicabilità della tecnologia sia in termini di abbattimento dei costi di trattamento – si ottengono con il prodotto sigillato in busta, meglio se con un po' del suo liquido di governo. Si può trattare il prodotto anche in vaschetta/bicchiera termosaldada (sempre con presenza di liquido di governo), anche se l'uso di questo imballo necessita di qualche attenzione superiore.

LA TECNOLOGIA HPP È UTILE PER:

Aumentare la shelf life

Garantire sicurezza di salubrità

Mantenimento completo degli aspetti organolettici (sapore, colore, aroma, ...)

Ridurre gli sprechi dovuti alla scarsa rotazione delle vendite

SHELF-LIFE ESTESA:

La shelf life può essere estesa dalle 2 alle 3 volte rispetto ai valori del prodotto non trattato. Una valutazione più precisa si può ottenere da test personalizzati.