



D.M. 214172 DEL 10.5.2021
Estratto report iniziativa

Coordinamento del monitoraggio sul mercato italiano, straniero e web

ISIT svolge con continuità il coordinamento del monitoraggio sui canali distributivi in Italia e all'estero. Un'attività a carattere collettivo che ha una valenza e una ricaduta positiva a livello di comparto: oltre a permettere ad ISIT di accrescere, di anno in anno, la propria esperienza e know-how, contribuendo a trasferire ai mercati l'immagine di un sistema coordinato e allineato nelle linee di azione.

Il monitoraggio del mercato risulta un'attività fondamentale per i Consorzi in quanto permette di avere un quadro reale e aggiornato sulla presenza dei prodotti tutelati nei diversi canali di vendita.

È importante segnalare come l'attività di coordinamento della vigilanza e del monitoraggio sul mercato e sul web sia molto apprezzata dai Consorzi aderenti e ne è prova il fatto che nel 2022 hanno aderito a tale servizio due nuovi Consorzi di tutela sempre della salumeria italiana. L'Istituto Salumi Italiani Tutelati ha così rafforzato la sua rappresentanza nell'ambito dei salumi italiani tutelati.

Per implementare questa iniziativa ISIT si è avvalso della comprovata professionalità del dott. Massimo Malnerich, agente vigilatore con funzioni di pubblica sicurezza e della società Suedtiroler Qualitaetskontroll (SQK) – ente di certificazione con sede in Alto Adige - specializzato nelle attività di controllo dei processi.

SQK ha svolto un servizio di monitoraggio che ha affiancato e supportato il lavoro dell'agente vigilatore al fine di massimizzare il numero di punti vendita monitorati e ottimizzare la copertura temporale delle attività.

Oltre ai punti vendita sul territorio, il programma di monitoraggio ha previsto anche un focus sul web, per verificare la correttezza delle offerte commerciali in Rete sui prodotti a IG e generici, monitorando così anche la modalità di presenza all'interno dei canali commerciali digitali della Grande Distribuzione, su piattaforme distributive e siti aziendali.

L'attività di monitoraggio ha permesso – grazie anche al sistema informatico utilizzato – di avere a disposizione una numerosa e dettagliata mole di dati riferiti al singolo prodotto IG: dati aggregabili a seconda della necessità del Consorzio, per avere informazioni relative alla distribuzione in base ad un determinato periodo di riferimento, tipologia di punti di vendita pdv, area geografica, referenza, prezzi di vendita, competitor, offerte,..

Conoscere i mercati ha un'importanza strategica forte per le denominazioni per sapere in quali catene e in quali referenze è presente il prodotto e con quali modalità di vendita.

In costante collaborazione con i Consorzi di tutela, particolare attenzione è stata data alla verifica della conformità dell'utilizzo dei nomi registrati sui prodotti - sia IG che generici - con il fine di tutelare e proteggere l'immagine e il valore delle Denominazioni e alle modalità di comunicazione in fase di vendita del prodotto (cartellino espositivo, cartellonistica di vendita, volantino promozionali cartacei e online) con l'obiettivo di garantire al consumatore finale una chiara e completa informazione sulle le caratteristiche del prodotto posto in vendita per consentirgli un acquisto consapevole.

Attraverso l'iniziativa di COORDINAMENTO DEL MONITORAGGIO SUL MERCATO ITALIANO, STRANIERO E WEB si sono perseguiti i seguenti obiettivi:

Salvaguardare e sostenere lo sviluppo del comparto

Le attività di monitoraggio del mercato, anche per la salvaguardia dell'immagine, sono iniziative che tutelano le denominazioni e i produttori ma anche i consumatori

Acquisire conoscenze

attraverso il monitoraggio dei canali, capire i punti di forza e le debolezze del comparto, in modo da “correre ai ripari” ed attivare iniziative realmente efficaci e funzionali. Conoscere e avere una mappatura sempre aggiornata delle modalità distributive dei prodotti (presenza, referenze, prezzi,..)

Monitorare il mercato di riferimento e tutelare i prodotti

Capendo le dinamiche distributive nella GDO e nei principali canali, informando i Consorzi sul corretto utilizzo delle denominazioni, su rispondenza dei prodotti IG ai Disciplinari e su eventuali non conformità individuate, al fine di correggerle per salvaguardare il nome, l’immagine e il valore delle denominazioni registrate.

Sensibilizzare i target, diretti e indiretti delle iniziative

sul valore e le garanzie delle produzioni tutelate, con la finalità di rivalorizzare l’utilizzo dei prodotti della salumeria DOP/IGP

Diffondere e migliorare la conoscenza

delle qualità e delle garanzie fornite dai sistemi di certificazione DOP e IGP

Dare modo al consumatore di ricevere informazioni complete e dettagliate

Per non evitare confusione e dubbi sulla natura e origine dei prodotti e permettere scelte di acquisto consapevoli

Stimolare la domanda dei salumi DOP e IGP

Informando in primo luogo la Distribuzione e di riflesso i consumatori in merito garanzie e caratteristiche identitarie dei regimi di tutela comunitari

ITALIA

L’attività di tutela e monitoraggio risulta utile anche per conoscere in maniera più capillare la presenza e le modalità di vendita dei prodotti tutelati.



Gli obiettivi finali sono stati:

- Conoscere il mercato e le sue dinamiche distributive
- Informare i Consorzi su modalità e tipologia di presenza del proprio prodotto all’interno dei differenti canali distributivi, individuando anche non conformità rilevate nella fase di commercializzazione
- Salvaguardare l’immagine e il valore dei prodotti tutelati
- Salvaguardare i produttori e la filiera
- Permettere al consumatore di avere le informazioni complete e corrette sui prodotti, al fine di poter compiere scelte di acquisto consapevoli.

Le iniziative hanno portato i seguenti risultati in termini numerici

Oltre 1.000 punti di vendita visitati e **6.000 rilevazioni** di referenze prodotto
Oltre 20 campionamenti per analisi parametri
Visite aziende trasformatrici prodotti composti

Per quanto concerne i punti vendita, il monitoraggio ha riguardato i seguenti canali:

- Grande Distribuzione Organizzata (Iper, Super, Discount)
- Dettaglio (salumerie, dettaglianti, bancarelle e fiere).
- Horeca

Nel grafico di seguito vengono presentati le numeriche dei punti di vendita visitati a livello regionale e provinciale. Le verifiche hanno interessato tutto il territorio nazionale con particolare attenzione alle regioni in cui i salumi tutelati vengono prodotti e venduti; per questo le ispezioni si sono concentrate maggiormente in Lombardia, Emilia-Romagna, Veneto e Piemonte come risulta evidente nei grafici sottostanti.

Grafico: distribuzione geografica del monitoraggio effettuato

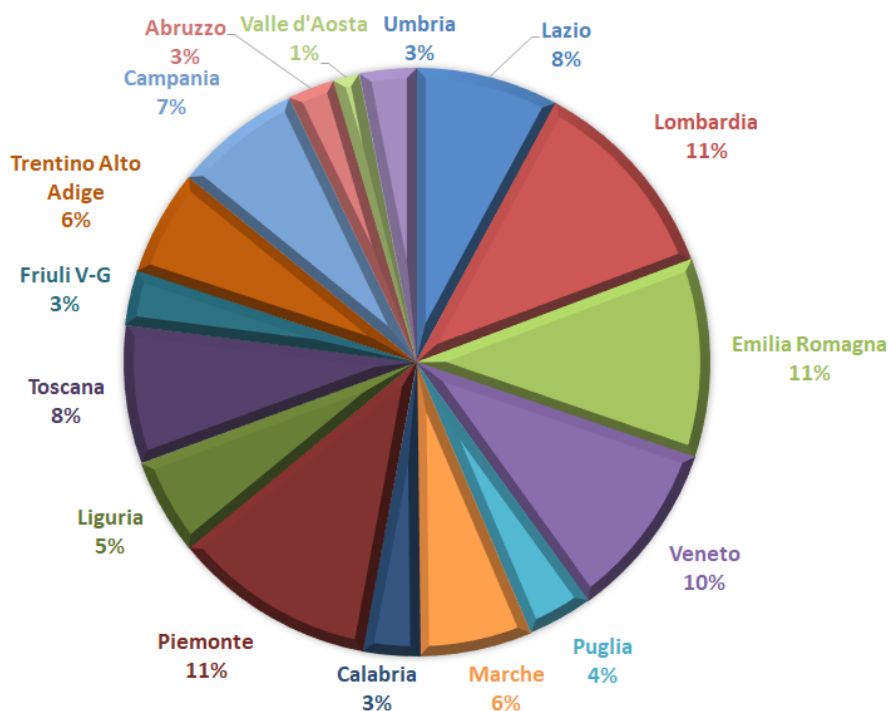
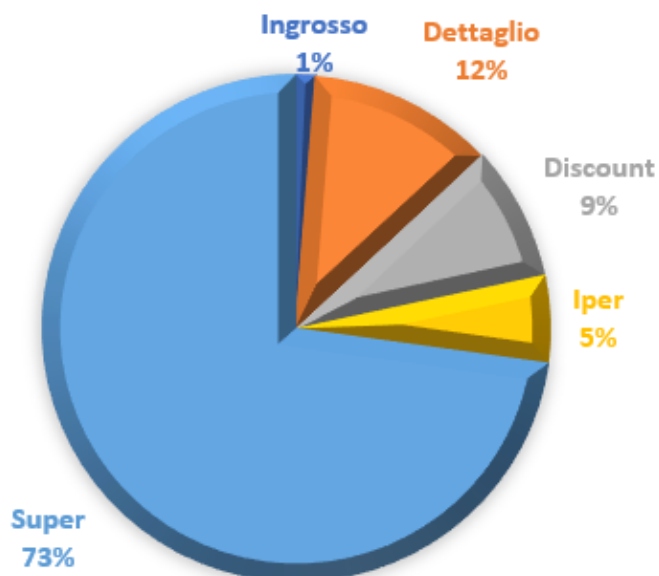


Grafico: distribuzione nei diversi canali di vendita delle verifiche ispettive effettuate



Sono state prese in considerazione tutte le catene degli Ipermercati presenti sul territorio nazionale.

Per le catene Super e Discount sono state selezionate le principali insegne, che variano in base alla zona geografica.

Infine sono stati monitorati i negozi al Dettaglio, che rappresentano la tradizione e la prossimità al consumatore, soprattutto nei piccoli centri urbani dove sono ancora utilizzati per la spesa “quotidiana” e veloce. All’interno della categoria dettaglio, è stato inserito anche il monitoraggio di mercati rionali settimanali, altro canali interessante da monitorare per la capillarità sul territorio.

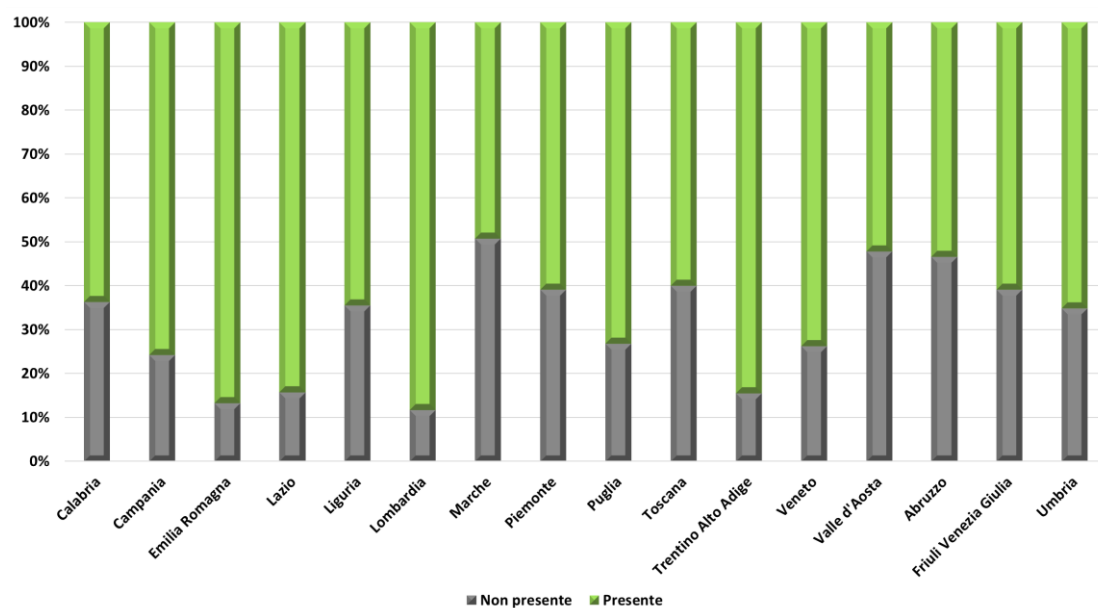
Monitorato anche il canale Ingrosso, importante perché veicola i prodotti al canale Horeca e Ristorazione.

Di seguito le principali catene inserite nel monitoraggio.



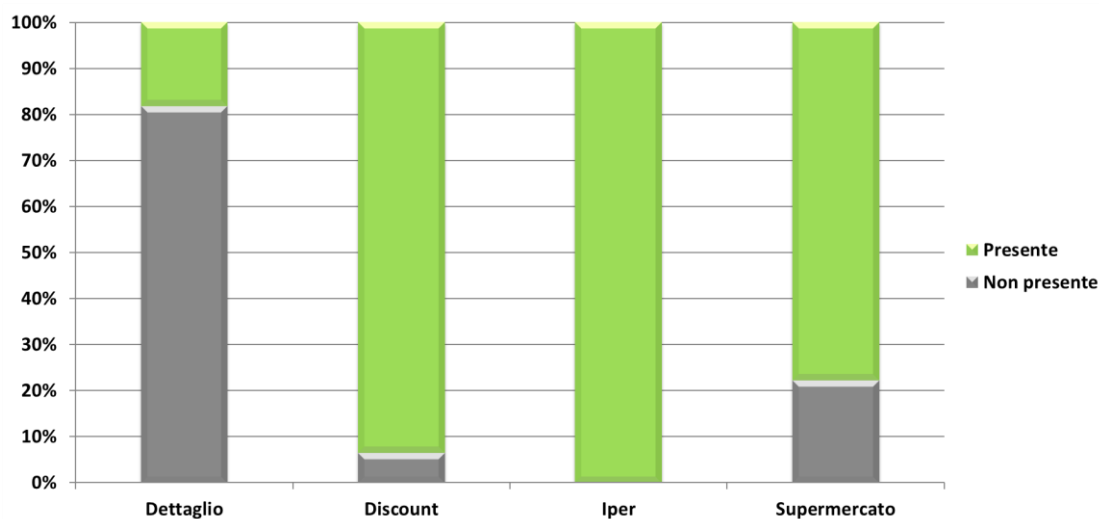
Nel grafico seguente vengono presentate le rilevazioni dei salumi tutelati nelle regioni visitate e si può notare come i salumi tutelati abbiano una presenza capillare a livello nazionale soprattutto nelle regioni del Nord Italia: Lombardia, Emilia-Romagna, Veneto e Piemonte; da segnalare la presenza sempre più strutturata nel Lazio.

Grafico: Presenza dei salumi DOP e IGP nelle diverse regioni visitate.



Nel grafico seguente viene invece indicata la presenza dei salumi tutelati nei canali distributivi: si può notare come siano presenti maggiormente nella Grande Distribuzione Organizzata, in particolare negli ipermercati e discount, canali che pertanto è necessario presidiare con costanza e continuità.

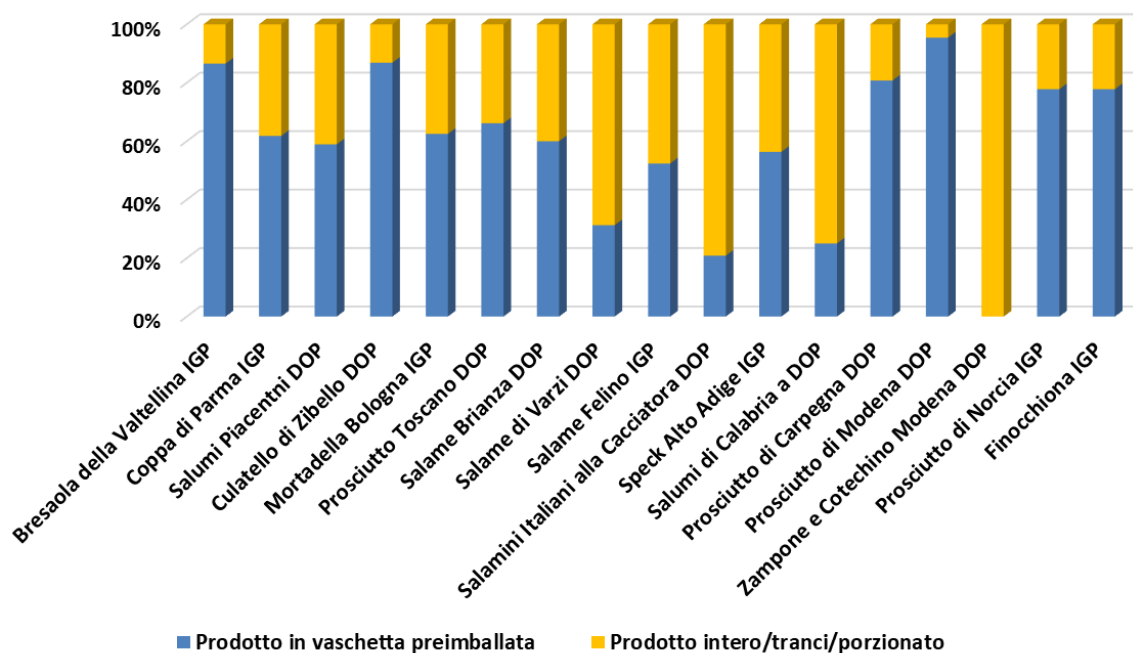
Grafico: Presenza dei salumi DOP e IGP nei diversi canali distributivi.



Interessante la conferma del prodotto in vaschetta preconfezionata: le percentuali di presenza del singolo prodotto mantengono tendenzialmente gli stessi livelli dell'anno precedente (periodo Covid/post Covid), in cui si è registrata una impennata di interesse del consumatore per questa modalità di vendita (praticità, conservabilità, facilità di scorta e velocità di acquisto in store).

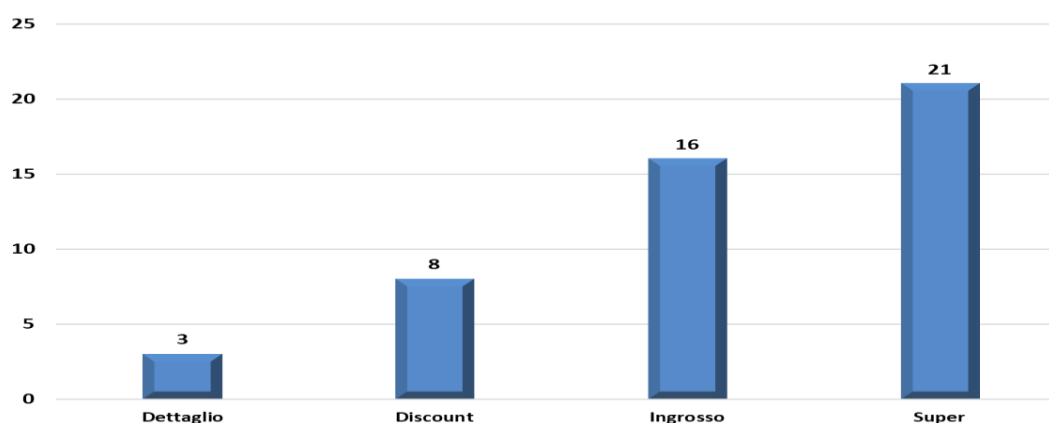
Anche per i salumi che solitamente venivano principalmente acquistati sfusi/interi, si registra un incremento delle vendite per la tipologia preaffettata (es. Salamini Italiani alla Cacciatora)

Grafico: Suddivisione nelle tipologie di vendita per le referenze dei Salumi Tutelati rilevati nei punti di vendita visitati



Sempre in relazione al periodo post pandemia, interessante notare come i salumi abbiamo performato positivamente nei vari canali distributivi conto sempre del perdurare di una ormai endemica situazione di contrazione dei consumi e di crescite che spesso non sono sufficienti a compensare le perdite subite: crescita positiva soprattutto per i prodotti ad Indicazione Geografica probabilmente per una ricerca di gratificazione qualitativa da parte del consumatore. La stessa attenzione è evidente anche nel numero di referenze di salumi DOP e IGP rilevate all'interno dei canali distributivi, di seguito il grafico.

Grafico: Numero medio di referenze di SALUMI DOP e IGP presenti nei punti di vendita visitati



Ricordiamo che l'organizzazione, la pianificazione, la gestione dei dati del monitoraggio viene svolta attraverso una apposita strumentazione informatica, realizzata ad hoc.

Lo strumento informatico – che ha anche un applicativo mobile (app) a disposizione dell'agente vigilatore e dei Consorzi - permette la rilevazione di molti più dati rispetto all'inserimento manuale di quelli rilevabili durante la

visita sul punto vendita, essendo più veloce e automatico il loro inserimento nel database (immediatamente consultabili e aggregabili).

Il monitoraggio di prezzi e promozioni, che permette ai Consorzi di avere uno scenario aggiornato sul posizionamento dei propri prodotti, elemento molto importante legato alla salvaguardia del prodotto e della sua immagine da dinamiche commerciali di svalorizzazione del prodotto.

Grazie al programma in oggetto si è potuto assicurare il mantenimento del gestionale, così da garantirne l'efficienza e il corretto funzionamento. Inoltre, è stata prevista l'implementazione delle sue funzionalità per renderlo ancora più performante.

È stato ottimizzato il processo di trasferimento dei dati tra il Portale di Vigilanza di ISIT e il portale SIAN inoltre, per quanto riguarda l'APP Vigilanza di ISIT, è stato fatto un aggiornamento per la compatibilità della nuova versione Android 11, la modifica della gestione dei permessi su utilizzo fotocamera e gallery ed infine l'ottimizzazione del processo di salvataggio delle foto e di trasmissione dei dati raccolti al server.

Il programma ha previsto inoltre **campionamenti di prodotto**, avvalendosi dell'esperienza e professionalità dell'Istituto Zooprofilattico della Lombardia ed Emilia-Romagna, per le analisi chimico fisiche dei prodotti.

Infine, l'attività ha compreso anche la verifica degli accordi stipulati tra i produttori di prodotti composti che utilizzano in etichetta il riferimento ad una denominazione tutelata e il consorzio di riferimento. La verifica ha interessato **anche aziende trasformatrici**; la maggior parte delle richieste ha interessato i seguenti prodotti composti/trasformati: pizze surgelate, pasta ripiena e panini.

ESTERO



I Paesi UE sono sempre più riferimento per le produzioni IG italiane e soprattutto per i salumi che attirano sempre più l'interesse dei consumatori stranieri, orientati al consumo di prodotti che hanno nell'origine italiana e nella qualità l'elemento distintivo.

E' pertanto importante che sui punti vendita i consumatori possano avere le corrette informazioni sui prodotti, per non essere tratti in inganno sulla natura – e origine – degli stessi e confondere così un prodotto italiano da un prodotto che ne invece evoca l'italianità, ovvero un prodotto DOP/IGP da un prodotto che ne richiama l'origine.

Il monitoraggio del mercato ha consentito di avere una panoramica della presenza dei salumi DOP e IGP nelle principali catene.

Come per il monitoraggio Italia, anche per l'estero si ricorda che per la realizzazione delle iniziative di monitoraggio ISIT ha utilizzato un proprio gestionale web based che consente in tempo reale di coordinare e gestire le rilevazioni e il coordinamento degli ispettori sul territorio.

Gli obiettivi raggiunti con questa azione sono stati:

- ✓ avere una **panoramica di mercato e dei consumi**, informazioni preziose per lo sviluppo del sistema IG

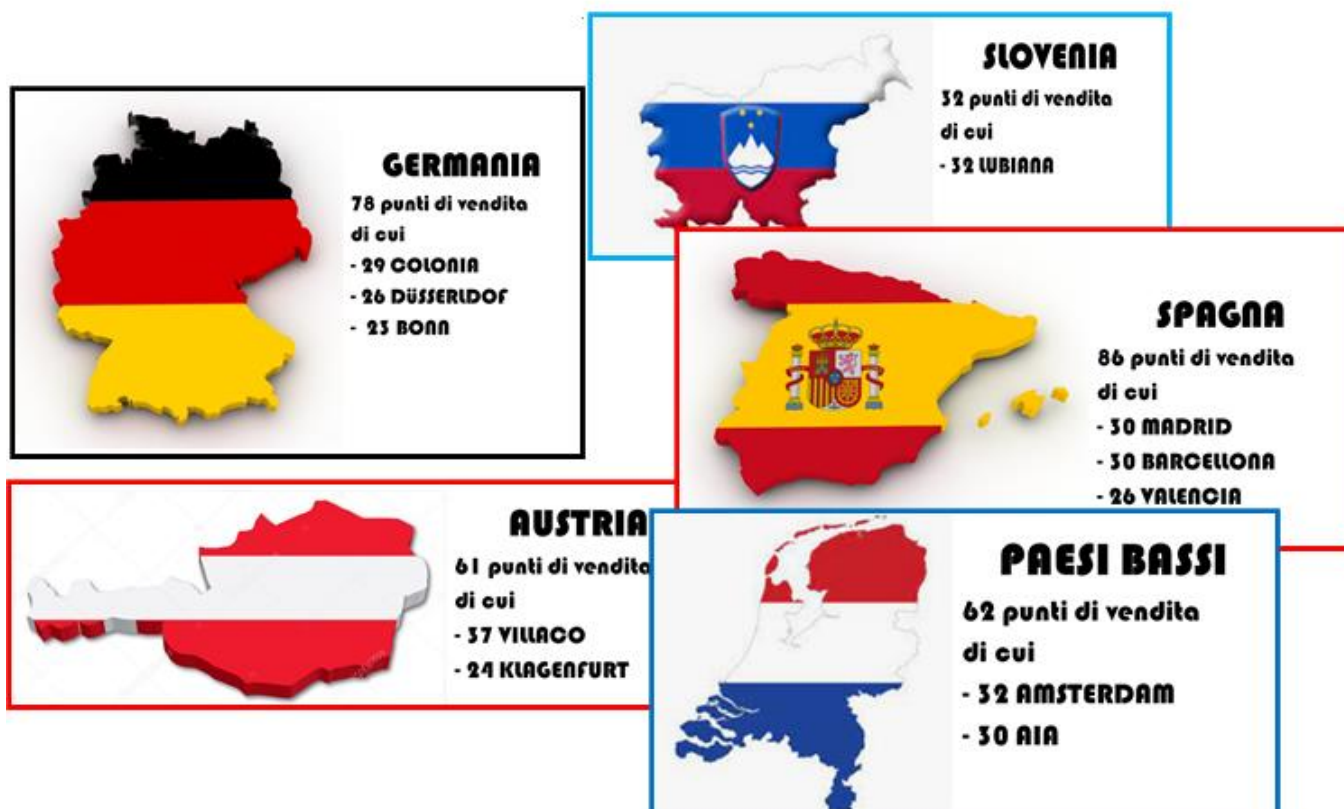
- ✓ **tutelare le produzioni**, veicolando anche l'impegno - comune e coordinato - dei Consorzi per trasferire l'importanza della cultura delle DOP IGP italiane
- ✓ **tutelare i consumatori**, affinché sul punto di vendita abbiano corrette informazioni
- ✓ **monitorare** i prodotti (salumi tutelati e generici) all'interno dei canali distributivi, affinché siano correttamente commercializzati e comunicati.
- ✓ **rilevare** tempestivamente le situazioni che possano trasmettere al consumatore (o anche semplicemente favorire un'associazione di idee) informazioni errate o fuorvianti in merito all'origine del prodotto e verificare che operatori commerciali non sfruttino indebitamente la notorietà del prodotto tutelato

L'estensione all'estero dell'attività di monitoraggio del mercato ha quindi permesso all'Istituto di:

- conoscere in maniera diretta il mercato estero
- favorire una ricaduta positiva dell'intervento in termini di diffusione verso il consumatore internazionale
- avere un quadro di riferimento del mercato estero e capire le problematiche commerciali delle produzioni tutelate
- sedimentare il know-how dell'Istituto e accrescere il valore delle informazioni ricavate dal monitoraggio che vengono ora elaborate da un gestionale web based.

Da maggio 2021 ad aprile 2022 i **punti vendita monitorati all'estero sono stati 319 per un totale di 683 rilevazioni**, un risultato positivo che supera quanto preventivato in sede di presentazione del progetto. L'attività ha interessato soprattutto la Grande Distribuzione Organizzata in particolare i supermercati di prossimità presenti nei quartieri residenziali delle città visitate.

Nei grafici di seguito si riporta la distribuzione geografica delle visite effettuate a livello europeo.



Nei grafici a seguire viene invece presentata la distribuzione geografica delle visite e la tipologia commerciale dei punti di vendita visitati. I Paesi monitorati sono quelli di maggior riferimento per il settore: in particolare la Germania rappresenta con continuità da diversi anni uno dei Paesi di riferimento per l'export della salumeria italiana; la Spagna ha una cultura radicata di consumo di salumi per cui è stato importante inserire il Paese nel piano di monitoraggio.

Grafico: distribuzione geografica nei Paesi

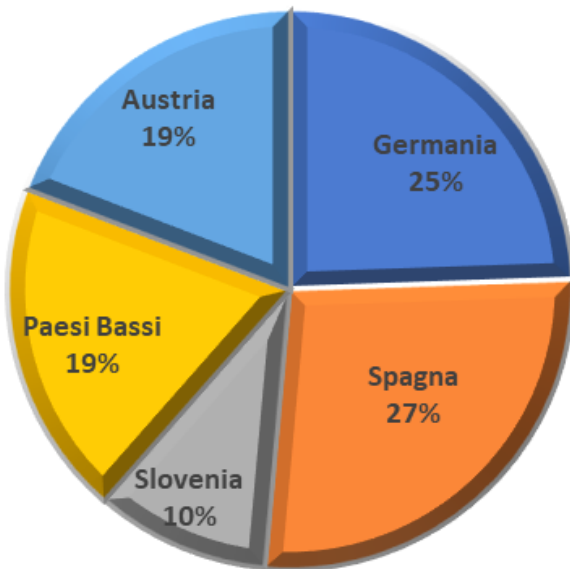
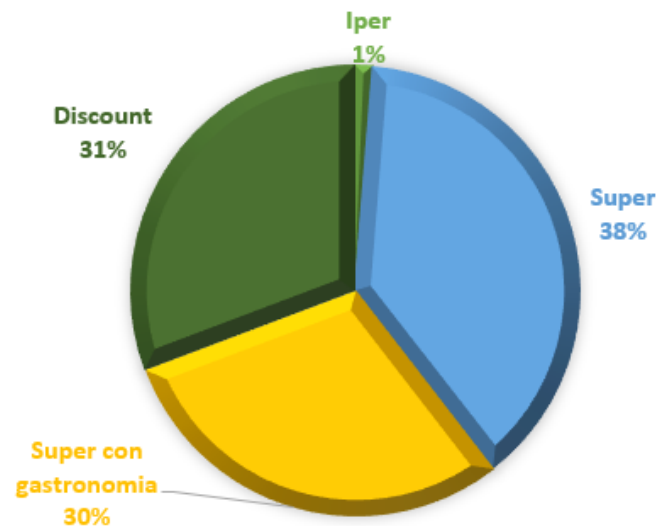


Grafico: distribuzione nei diversi canali di vendita

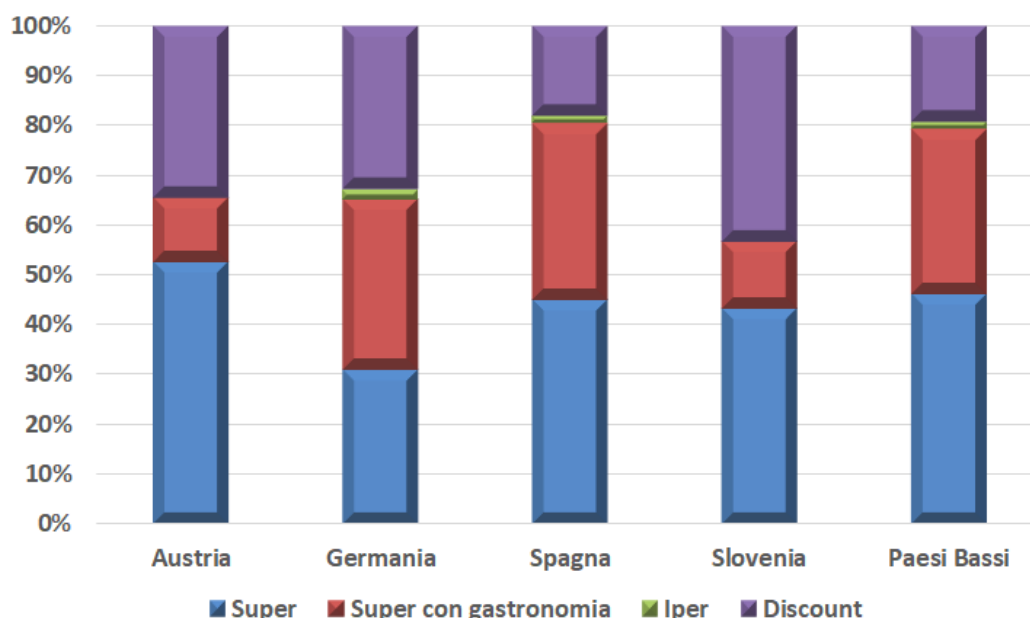


Di seguito vengono presentate le principali insegne visitate durante l'attività di monitoraggio



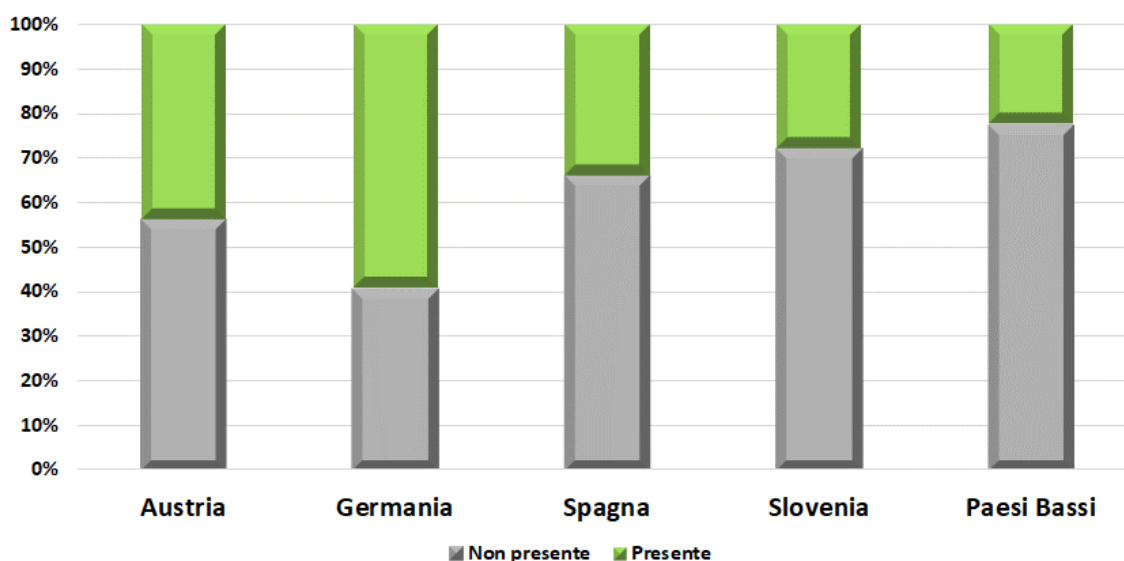
Nel grafico a seguire viene presentata la tipologia commerciale dei punti di vendita visitati suddivisi per i Paesi europei monitorati, la maggiorparte dei punti di vendita rientrano nella categoria del supermercato di quartiere che rappresenta la primaria tipologia di distribuzione nei Paesi visitati.

Grafico: distribuzione dei punti di vendita visitati per Paese e canali di vendita



Nel grafico riportato di seguito viene presentata la presenza dei salumi tutelati rilevati nei punti di vendita controllati per i Paesi europei visitati. Risulta evidente come il primo Paese in cui sono stati rilevati più salumi tutelati è la Germania seguita dall'Austria. Tra i prodotti controllati, i prodotti con maggior presenza sono risultati: Mortadella Bologna IGP e Speck Alto Adige IGP.

Grafico: presenza dei salumi tutelati presenti nei punti di vendita visitati



Monitoraggio web

Le iniziative di monitoraggio hanno previsto un focus anche sul canale web per verificare la correttezza delle modalità con cui i prodotti sono offerti in vendita al consumatore, acquisendo informazioni sui meccanismi di vendita on-line dei Salumi DOP e IGP.

Il monitoraggio ha dunque posto attenzione sulle offerte commerciali (nelle piattaforme on line di vendita, in negozi online, nella ristorazione) sia italiane che estere, al fine di individuare eventuali imitazioni, evocazioni e contraffazioni, o – il più delle volte – incompletezze nella comunicazione del prodotto che rendono difficile per il consumatore capire la vera natura e origine del prodotto (prodotto tutelato o prodotto generico).

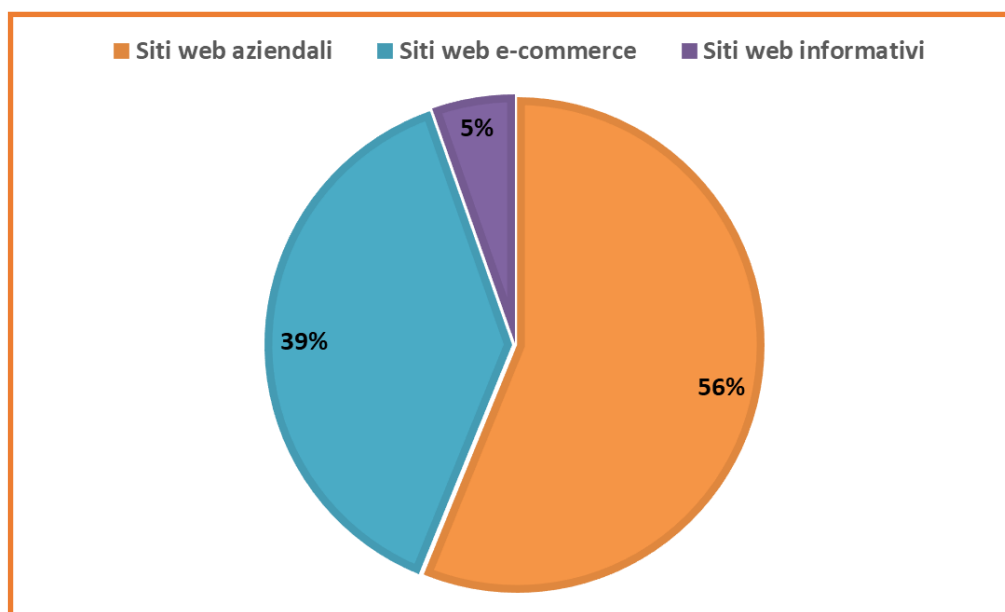
In generale il monitoraggio ha permesso di comprendere come le principali irregolarità riscontrate nelle pagine web prese in considerazione siano imputabili ad una mancanza di conoscenza della legislazione vigente che tutela le indicazioni geografiche da qualsiasi evocazione delle denominazioni registrate.

Spesso non c'è un'evidente corrispondenza tra la foto del prodotto offerto in vendita e la Denominazione che lo accompagna e ad esempio il nome del prodotto riporta la Denominazione tutelata mentre la fotografia riproduce un prodotto che non lo è o potrebbe non esserlo.

In questi casi il consumatore – in particolar modo un consumatore estero - non ha la certezza di acquistare un prodotto IG ed ovviamente, essendo un acquisto on line, potrebbe accertarsi dell'origine unicamente al momento della ricezione del prodotto. Teniamo inoltre conto – con riferimento al mercato estero – che spesso il consumatore non ha ancora una cultura e conoscenza elevata di come riconoscere una DOP e IGP: è attratto dai prodotti italiani, dalla tipicità e origine dei prodotti, ma al momento dell'acquisto il consumatore europeo non è ancora in possesso di tutte le informazioni utili per verificare se il prodotto che si vuole acquistare sia realmente un prodotto tutelato (presenza simbolo UE, la denominazione registrata a livello europeo e tutte le diciture previste dalla legislazione vigente) e non un prodotto generico che richiama indebitamente una denominazione tutelata.

Nel caso in cui siano stati rilevati delle inserzioni che non permettevano una verifica puntuale della referenza in vendita, si è contattato direttamente la piattaforma di vendita o l'azienda interessata in modo da avere tutte le informazioni necessarie sulla reale identità del prodotto.

Grafico: suddivisione in percentuale delle diverse tipologie di siti internet controllati



Di seguito si riportano le principali tipologie di situazioni che si monitorano in rete:

Evocazione/Usurpazione del nome tutelato nella comunicazione del prodotto, nel nome di vendita: avviene quando un prodotto viene presentato in vendita al consumatore con un nome che evoca/richiama un prodotto tutelato. In questo caso l'evocazione avviene nei materiali di comunicazione in cui chiama in modo non conforme il prodotto (ma non sul prodotto/etichetta che invece riporta correttamente un nome generico).

Evocazione/Usurpazione del nome tutelato nella comunicazione del prodotto, nella sua descrizione: in questo caso il richiamo ad una IG non avviene nel nome di vendita ma nella descrizione/presentazione del prodotto. Nel descrivere il prodotto, per elogiare le caratteristiche, si richiamano in maniera più o meno diretta le origini geografiche della IG con il fine di creare un'associazione tra un prodotto generico e quello tutelato, attribuendogli delle caratteristiche – relative ad origine e natura – che non possiede.

Evocazione/Usurpazione del nome tutelato nel nome di vendita, sul prodotto: avviene quando si ha un'evocazione o comunque un richiamo della IG direttamente sul prodotto, nel nome di vendita sull'etichetta del prodotto. In questo caso, il rischio di inganno per il consumatore è molto forte, così come la confusione sulla vera origine del prodotto.

Verifica dell'effettiva natura/origine del prodotto. Verificando la correttezza delle offerte on line per le quali, a colpo d'occhio non è dato con immediatezza capire l'effettiva natura del prodotto. Nome di vendita e descrizione del prodotto riportano in modo corretto i contenuti della IG ma la fotografia del prodotto in vendita non permette nell'immediato di capire se si tratta effettivamente del prodotto tutelato.

Verifica utilizzo simboli consortili. Individuare imprecisioni fotografiche che riguardano i Salumi DOP e IGP, relativamente a offerte al consumatore che – pur riportando in modo corretto il nome del prodotto e la descrizione - hanno una fotografia non aggiornata (es. logo consortile vecchio). Questo permette di migliorare l'immagine del sistema di qualità DOP e IGP e offrire una più completa comunicazione e informazione al consumatore.

Grazie all'iniziativa sopra esposta, ISIT ha dunque potuto:

Conoscere il mercato e le sue dinamiche: prezzi, promozioni, visibilità prodotti a scaffale, target consumatori

Predisporre un sistema di coordinamento strategico sempre più intenso per quanto concerne le azioni di monitoraggio sul mercato

Supportare i Consorzi coordinando una funzione – la vigilanza – fondamentale per garantire l'immagine del prodotto e la conseguente percezione del prodotto stesso da parte del consumatore finale: definendo il piano annuale di vigilanza e monitoraggio per ciascun Consorzio; predisponendo gli strumenti necessari per monitorare l'attività quotidiana (software di pianificazione e analisi dell'attività); coordinando l'attività di salvaguardia dei salumi DOP/IGP sui punti vendita GDO e canale tradizionale, a livello nazionale ed estero

Definire e attuare approcci comuni tra i Consorzi di tutela sulle tematiche legate alla salvaguardia e tutela.

Salvaguardare le produzioni: identificando e segnalando tempestivamente ai Consorzi utilizzi non conformi delle denominazioni, salvaguardando di conseguenza l'immagine, la reputazione e il valore della IG

Garantire il consumatore; intervenendo su casi di incompletezza nell'esposizione e nella comunicazione al pubblico dei prodotti in commercio che non permettono una rapida e chiara identificazione dei prodotti DOP e IGP né consentono di distinguerli dai prodotti non a denominazione. I consumatori meglio informati sono nelle condizioni di compiere un acquisto consapevole, conoscendo la reale identità e caratteristiche del prodotto.