



RENDICONTAZIONE CONTRIBUTO PER ATTIVITA' DI VALORIZZAZIONE DELL'IMMAGINE E MIGLIORAMENTO DELLA QUALITA' DEI SALUMI DOP IGP

AI SENSI DEL D.M. 90138 DEL 2.12.2016



Relazione sulle attività svolte



Il programma



Il programma di salvaguardia e valorizzazione dell'immagine e miglioramento della qualità dei prodotti caratterizzati dal riconoscimento DOP e IGP, cofinanziato dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali con D.M. 90138 del 2.12.2016, si è regolarmente concluso entro il termine previsto che, come stabilito dal decreto di proroga n. 80536 del 7.11.2017, era fissato nella data del 30.9.2018.

Di seguito si riepilogano brevemente gli obiettivi e le finalità indicate nella nostra istanza e si fornisce una relazione dettagliata sulle attività svolte nell'ambito dell'area di intervento co-finanziata, che hanno riguardato:

Coordinamento delle attività di monitoraggio del mercato, salvaguardia e tutela dell'immagine dei salumi DOP e IGP, in Italia ed estero, compreso il canale web.

Obiettivi e target



In conformità di quanto contenuto nel progetto di istanza, con le iniziative riguardanti la salvaguardia dell'immagine – sia nazionale che internazionale – dei prodotti a denominazione tutelata i principali obiettivi raggiunti sono stati:

1. 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 - e forse soprattutto - i consumatori, che hanno diritto di compiere scelte consapevoli e di ricevere informazioni corrette ed esaustive.

2. Inquadrare e studiare il mercato di riferimento

capendone meglio e in maniera aggiornata le dinamiche distributive nella GDO e i principali canali, informando i Consorzi su eventuali non conformità di presentazione dei prodotti DOP e IGP.

3. 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

4. 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

5. Diffondere e migliorare la conoscenza

sistemi di certificazione DOP e IGP

6. Ridurre le non conformità presenti sul mercato e le comunicazioni incomplete dei prodotti, in Italia e all'estero, che possono svalorizzare l'immagine o comunque non salvaguardarla a sufficienza.

7. Risolleverare l'immagine dei salumi

anche tutelati, contribuendo alla diffusione dell'informazione sui salumi DOP e IGP, agendo sugli operatori della Distribuzione e i dettaglianti e conseguentemente sul consumatore. In tal modo è stato infatti possibile informare correttamente e capillarmente sul significato e le valenze delle certificazioni DOP/IGP esaltando, in dettaglio, le garanzie relative a:

- a. qualità dei salumi tutelati
- b. materia prima e ingredienti impiegati
- c. sicurezza del processo di produzione
- d. controlli effettuati da un Organismo terzo e supervisionati dal Ministero
- e. tipicità/tradizione e legame con il territorio

Le iniziative



Il programma si è articolato in un palinsesto di iniziative indipendenti una dall'altra ma con una forte sinergia di contenuti e operatività.

ISIT ha svolto l'annuale **coordinamento del monitoraggio sui canali distributivi – in Italia e all'estero** -, prezioso strumento per i Consorzi per avere una fotografia aggiornata sullo stato del proprio prodotto e capire il *dove* (in quali Paesi, in quali città, canali distributivi) e il *come* (quali referenze, quali non conformità, quali politiche di prezzo e promozionali,..) è presente sul mercato, mettendo in atto gli opportuni interventi correttivi affinché il prodotto DOP e IGP non subisca lesioni (di immagine ed economiche) e al consumatore siano date corrette e complete informazioni, così da compiere scelte di acquisto informate e consapevoli.

Grazie al programma in oggetto, è stata realizzata anche un'iniziativa pilota di **monitoraggio web**, volta a identificare le modalità con cui i salumi DOP e IGP sono offerti al consumatore (come prodotto intero/tranci nella GDO o come ingrediente nei menu di ristoranti) e monitorare quello che viene detto sulla Rete in merito ai prodotti (web listening).

Infine, il programma di azioni volte a garantire la salvaguardia dei Salumi DOP e IGP si è completata con **l'aggiornamento con nuove funzionalità del software gestionale di coordinamento del monitoraggio**, strumento che consente un'ottimizzazione dei processi, una migliore pianificazione ed esecuzione dei

piani operativi, oltre che migliorare la disponibilità e la fruibilità dei dati raccolti, che diventano preziose informazioni di valutazione e conoscenza del mercato.

MONITORAGGIO DEL MERCATO

CANALI DISTRIBUTIVI ITALIA
CANALI DISTRIBUTIVI ESTERO

MONITORAGGIO WEB

PRODOTTI IN VENDITA
WEB LISTENING

**GESTIONALE WEB/APP
MONITORAGGIO**

MANTENIMENTO E
IMPLEMENTAZIONE
FUNZIONALITA'

Di seguito il dettaglio della singola iniziativa.

Monitoraggio del mercato



- intero territorio nazionale, eccetto le isole
- Paesi esteri limitrofi all'Italia e di particolare rilevanza commerciale per export salumi DOP e IGP: Inghilterra, Francia e Germania

Nel dettaglio, le iniziative – in Italia e all'estero - hanno permesso di:

- 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
- Supportare l'operatività quotidiana di monitoraggio del mercato e salvaguardia dei salumi DOP e IGP, individuando e sanando i casi di non conformità nella commercializzazione e/o esposizione/presentazione del prodotto (tutelato o generico) in fase di vendita
- Condividere con ciascun Consorzio di tutela la reportistica periodica, permettendo di trasferire una conoscenza del mercato e dei prodotti
- Permettere ai consumatori di ricevere corrette e complete informazioni sui prodotti e sulle loro qualità, in modo da poter compiere atti di acquisto responsabili e consapevoli

Come lo storico dell'attività ci insegna, le problematiche riscontrate con maggiore frequenza riguardano prevalentemente casi di confusione/imprecisione 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.

Di seguito una panoramica di quanto realizzato.



ITALIA

Come anticipato, le iniziative di coordinamento del monitoraggio del mercato vengono messe in atto da diversi anni con continuità e profitto.

Nel periodo di riferimento e comprendente i mesi **ottobre 2017 – settembre 2018** le iniziative hanno portato i seguenti risultati in termini numerici:



- **985 punti di vendita visitati, oltre 5.000 rilevazioni di referenze prodotto**
- **15 campionamenti di prodotto tutelato per la verifica dei parametri dei rispetti disciplinari**
- **8 visite presso aziende trasformatrici in possesso dell'autorizzazione consortile per la produzione di prodotti composti/trasformati.**

Per quanto concerne i punti vendita, il monitoraggio ha riguardato sia sui canali della Grande Distribuzione Organizzata sia sul Normal Trade e Dettaglio (salumerie, dettaglianti, bancarelle e fiere).

La presenza sul territorio è volta ad accrescere la conoscenza da parte dell'Istituto (e quindi dei Consorzi ad esso aderenti) delle modalità e della tipologia di prodotti DOP/IGP sui punti di vendita, dando così modo ai Consorzi di attivarsi per sanare le non conformità riscontrate, agendo in accordo e per il tramite dell'agente vigilatore.

In particolare, la rilevazione ha posto attenzione sulla correttezza delle indicazioni di vendita del prodotto (sia tutelati che generici) e la modalità di comunicazione in fase di pubblicità e comunicazione del prodotto (lineare, segnaprezzo, cartellonistica di vendita, volantino promozionali cartacei e online,..) al fine di identificare eventuali non conformità e scongiurare la possibilità di non corrette informazioni al consumatore e generare quindi possibile confusione tra prodotto tutelato e prodotto generico.

Il fine ultimo è sempre quello sopra citato e cioè permettere al consumatore di avere le informazioni complete e corrette sui prodotti, al fine di poter compiere scelte di acquisto consapevoli.

Ricordiamo che l'utilizzo del gestionale web/app per il monitoraggio consente la rilevazione di tutte le referenze presenti all'interno del singolo punto vendita: questo significa che la rilevazione del singolo pdv è più onerosa dal punto di vista del tempo ma consente una disponibilità e accuratezza di dati molto maggiore e così i 985 punti vendita monitorati hanno permesso di avere oltre 5.000 rilevazioni, molte di più rispetto a quanto previsto ad inizio progetto.

L'introduzione del software gestionale sopra citato ha permesso inoltre di acquisire anche la rilevazione di ulteriori dati che completano e definiscono le modalità di presenza del prodotto tutelato all'interno del punto di vendita e la relativa percezione da parte del consumatore, come ad esempio l'andamento dei prezzi di vendita e la presenza di promozioni in corso sui prodotti.

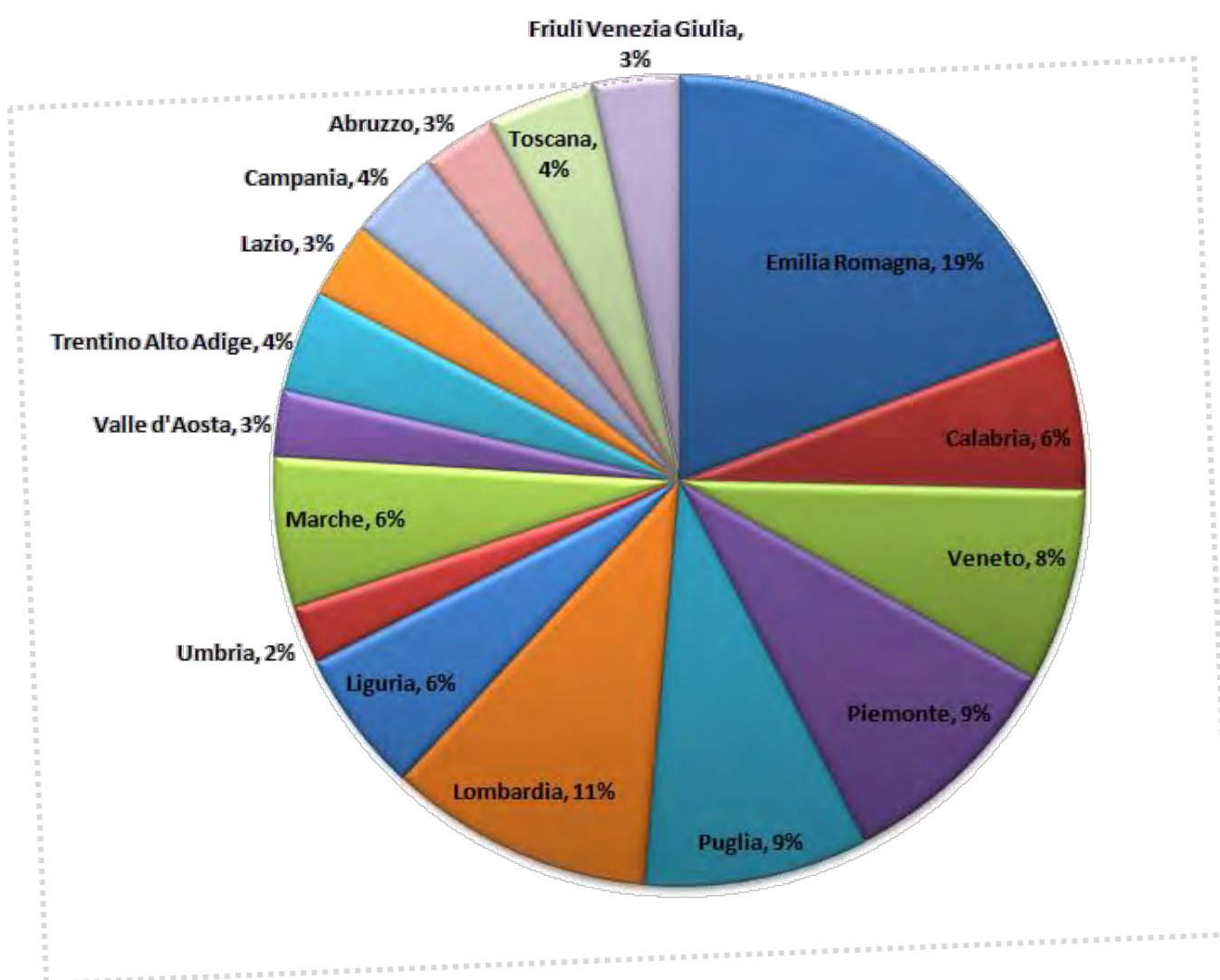
L'attività di salvaguardia dei salumi si è esplicata anche nel supporto continuativo ai Consorzi sulle questioni operative che riguardano l'immagine dei prodotti, come ad esempio la valutazione delle etichette (e dei relativi contenuti) dei prodotti DOP e IGP e dei prodotti trasformati contenenti salumi tutelati.

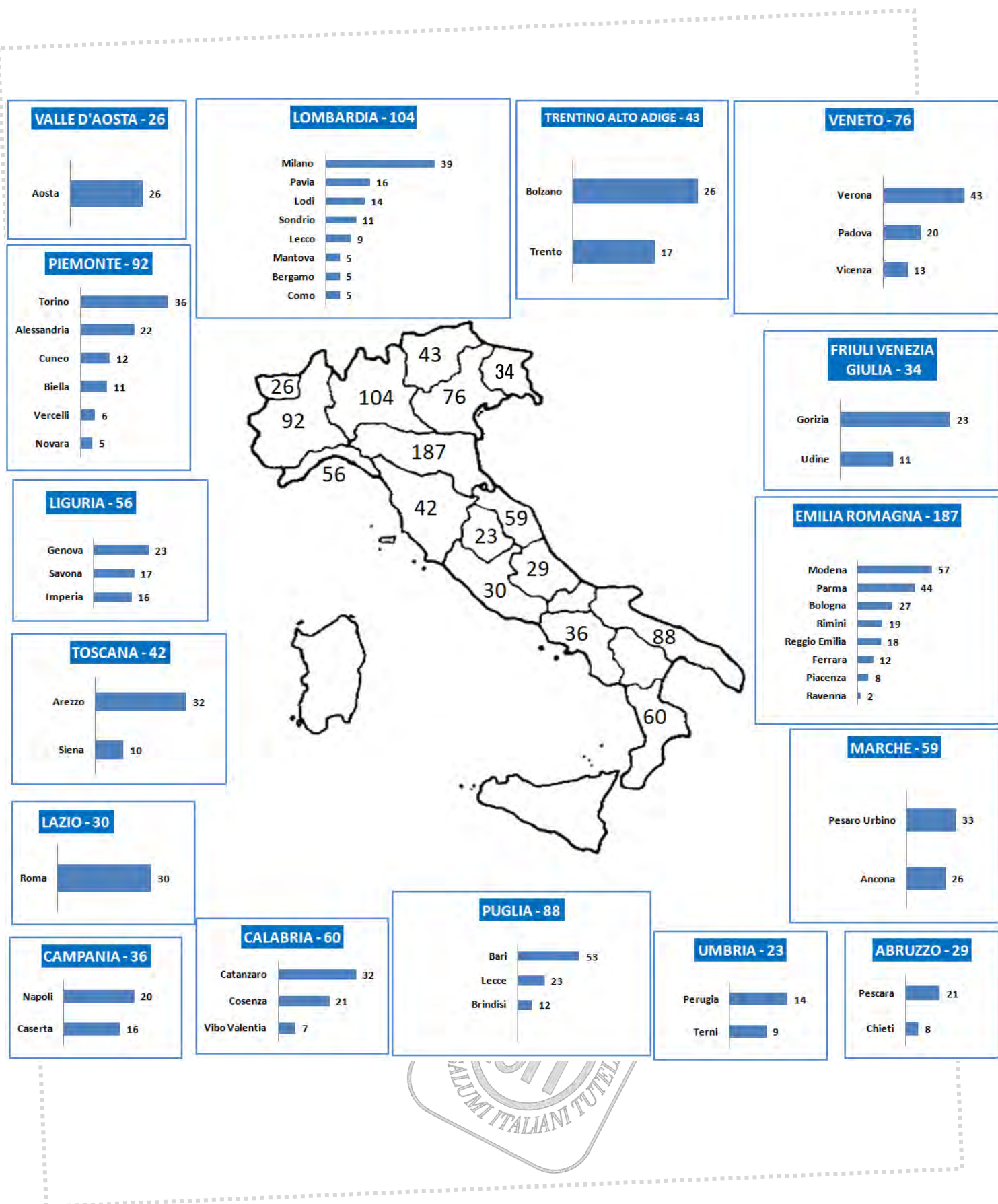
Oltre al monitoraggio e ai controlli presso i punti di vendita, le iniziative hanno previsto **15 campionamenti di prodotto** per le analisi previste dai rispettivi programmi operativi stipulati con i

diversi uffici dell'Ispettorato centrale della tutela della qualità e repressione frodi dei prodotti agroalimentari (ICQRF), per i quali ci si è avvalsi della professionalità dell'Istituto Zooprofilattico.

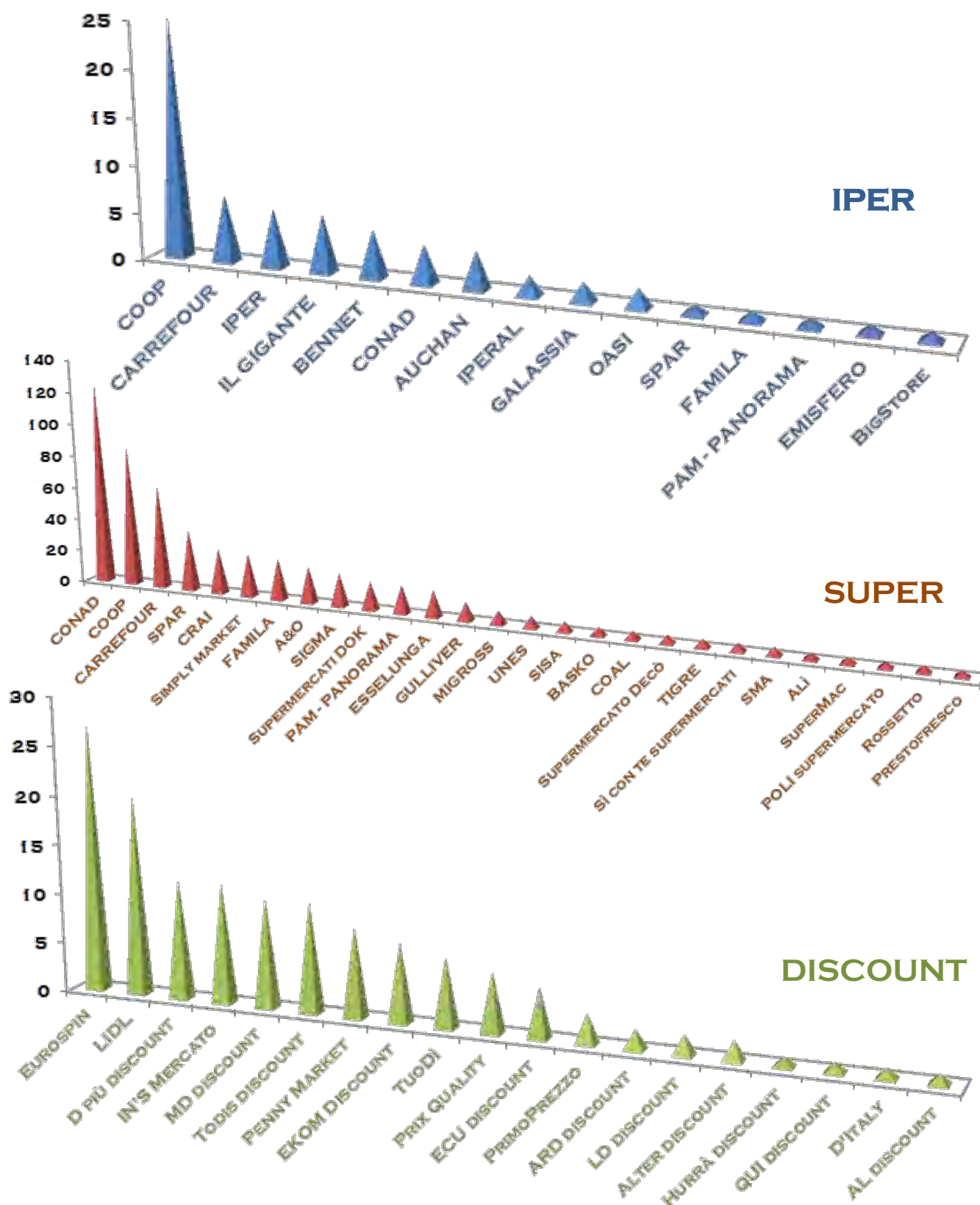
Oltre ai campionamenti, sono state verificate **8 aziende trasformatrici** che hanno stipulato una convenzione con i rispettivi Consorzi per l'utilizzo della denominazione tutelata nella denominazione di vendita dei prodotti composti, che di anno in anno stanno aumentando come numerica e tipologia, a dimostrazione di quanto i prodotti a IG siano un elemento di richiamo per il consumatore che cerca – anche nei prodotti composti – qualità e tipicità.

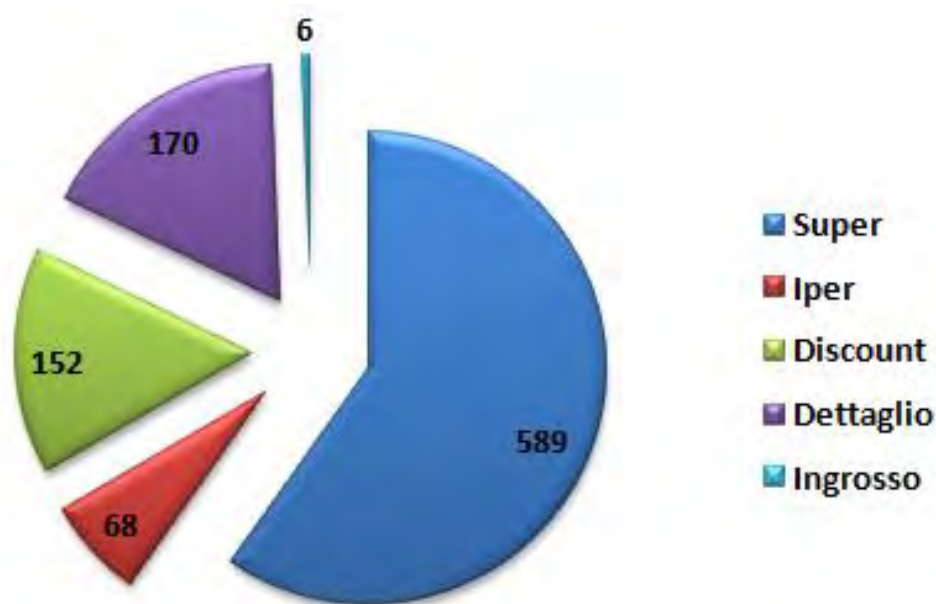
Distribuzione geografica e tipologia pdv del monitoraggio



Dettaglio distribuzione geografica

Principali insegne visitate suddivise per tipologia





CONAD
COOP
CARREFOUR
SPAR
CRAI
Simply market
FAMILA
A&O
SIGMA
Supermercati DOK
PAM - PANORAMA
ESSELUNGA
GULLIVER
MIGROSS
UNES
SISA
BASKO
COAL
Supermercato Decò
TIGRE
Sì con te supermercati
SMA
Ali
SuperMac
POLI supermercato
Rossetto
Prestofresco
Mello Supermercati
MIGROS
Paladini Otello

Martinelli Supermercati
GRANMERCATO
IL GIGANTE
Borello Supermercati
MPREIS
Ennesi supermercato
SIDIS
DIMEGLIO
SuperConti
TOSANO
Supermercati Pellicano
REX supermercati
IPERAL
SUNRISE Supermercati
SPAK Market
SuperDi
ECU discount
DORO supermercati
CADORO
EMISFERO
D'Italy
GB Raimonda
Supermarkets Amort
Supermercato Dodecà
Extra supermercati
MERCATO'
Eurospar

COOP
CARREFOUR
IPER
IL GIGANTE
BENNET
CONAD
AUCHAN
IPERAL
GALASSIA
OASI
SPAR
FAMILA
PAM - PANORAMA
EMISFERO
BigStore

Eurospin
LIDL
D più discount
IN'S Mercato
MD discount
Todis discount
Penny Market
EKOM Discount
TuoDi
Prix Quality
ECU discount
PrimoPrezzo
ARD discount
LD discount
Alter discount
Hurrà discount
QUI discount
D'Italy
AL discount

ESTERO



I salumi DOP e IGP rappresentano sempre più il fiore all'occhiello della salumeria italiana nel mondo e sono sempre più conosciuti - e richiesti – dal consumatore straniero.

Come mostrano i dati relativi all'export, i mercati UE diventano sempre più importanti per le produzioni tutelate.

Ma se trasferire corrette informazioni sul prodotto tutelato è importante in Italia, dove comunque la cultura del sistema DOP e IGP è ormai consolidata, lo è ancora di più all'estero, dove la conoscenza dei riconoscimenti non è così sedimentata e

dove è facile per il consumatore confondere un prodotto italiano da un prodotto che evoca l'italianità, un prodotto DOP/IGP da un prodotto che ne richiama la denominazione.

Obiettivo dell'iniziativa è stato dunque monitorare le modalità di presenza dei prodotti DOP/IGP e dei generici, al fine di 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 rinomanza dell'indicazione protetta.

Per massimizzarne l'efficienza, l'iniziativa è stata condotta per il tramite di un'agenzia specializzata nel controllo e certificazione nel settore alimentare. Il dott. Massimo Malnerich ha supervisionato le iniziative e svolto il prezioso ruolo di interfaccia con ISIT e i Consorzi. Ricordiamo che per la realizzazione delle iniziative di monitoraggio, ISIT dispone di 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 più immediati sono stati:

- ✓ 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.

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

- agire proattivamente sui mercati
- 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.

Nel periodo ottobre 2017 – settembre 2018 **i punti vendita monitorati all'estero sono stati 302 per un totale di 511 rilevazioni**, un risultato positivo che supera quanto preventivato in sede di presentazione

del progetto. L'attività di vigilanza, per il periodo preso in considerazione, ha interessato i canali distributivi sia della Grande Distribuzione che del canale Tradizionale (salumerie, dettaglianti). Nella grafica sotto riportata viene presentata la distribuzione geografica delle visite.



Nei grafici a seguire viene presentata la distribuzione geografica delle visite in percentuale e la tipologia commerciale dei punti di vendita visitati.

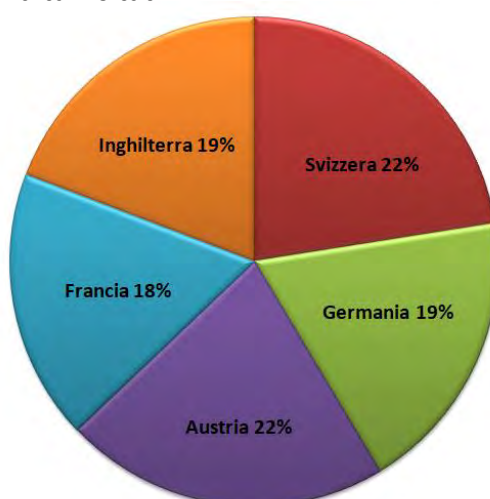


Grafico n.6

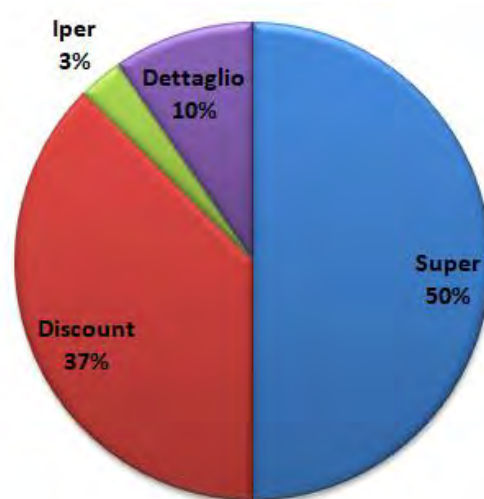
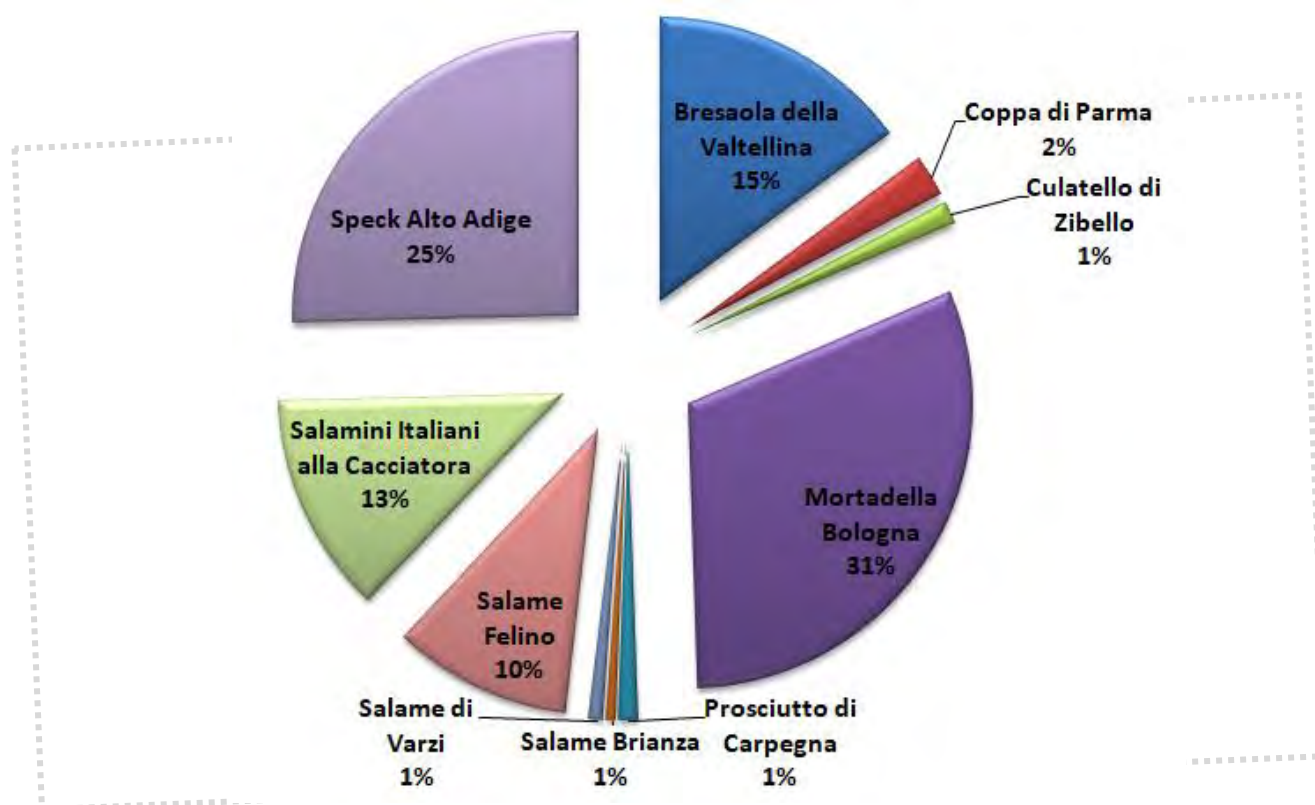


Grafico n. 7

Nel grafico successivo, considerando i Paesi monitorati, viene presentato l'elenco dei prodotti tutelati che sono stati trovati all'interno delle catene visitate e relative percentuali.



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

GERMANIA

REWE, REAL, EDEKA, Penny Markt, HIT discount, LIDL, ALDI Sud, KAISER'S, Netto discount, Tegut

REGNO UNITO

Tesco, ASDA, Waitrose, Costcutter, M&S symplyfood, M&S Foodhall, Iceland Foods, Lidl, Morrisons

FRANCIA

Monoprix, Carrefour Express, Carrefour Market, CARREFOUR, Franprix, E.Leclerc, Leader Price, Casinò Shop, Intermarchè, LIDL, AUCHAN, Super U, Simply

SVIZZERA

MIGROS, COOP, ALDI Suisse, LIDL, DENNER, SPAR

AUSTRIA

Mercur, LIDL, C+C Wedl, MPREIS, Billa AG, SPAR, Hortnagl, Penny Market



Monitoraggio web

Come anticipato in premessa, tra le iniziative previste del programma e in parallelo al tradizionale monitoraggio dei canali distributivi, è stato realizzato un servizio di monitoraggio web dedicato ai Salumi DOP e IGP dei Consorzi aderenti ad ISIT.

I Consorzi interessati hanno potuto avere un monitoraggio della durata di tre mesi relativo al proprio prodotto, mirato a:

- verificare la correttezza delle modalità con cui i prodotti sono offerti in vendita al consumatore, acquisendo informazioni interessanti sui meccanismi di vendita on-line dei Salumi DOP e IGP
- “web listening” per capire come i salumi DOP e IGP vengono “raccontati” in rete, tracciando utili considerazioni sulla loro reputazione e percezione da parte del consumatore/mondo digital.

Rispetto al primo punto, 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).

I risultati dell'analisi hanno evidenziato un elevato numero di referenze senza una distinzione chiara e ben definita tra IG e NON IG: spesso non c'è un'evidente corrispondenza tra la foto del prodotto offerto in vendita e la denominazione che lo accompagna e così il nome del prodotto riporta, ad esempio, 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 all'atto pratico manca ancora la consapevolezza di come riconoscere un prodotto generico (che richiama in qualche modo un prodotto tutelato) e un prodotto DOP e IGP (presenza del marchio di certificazione europeo, la Denominazione, il riferimento all'istituto di controllo, eventuale presenza del logo del Consorzio,..).

In questi casi si è intervenuti, nei casi di evidente dubbio o errore, contattando direttamente le piattaforme di vendita o le aziende fornitrici del prodotto e richiedendo maggiori informazioni sulla natura dell'offerta rilevata sul web.

Uno degli aspetti positivi del web è che le informazioni pubblicate possono essere rimosse e modificate in tempi brevi, permettendo di correggere non conformità di comunicazione al consumatore.

Di seguito si riportano le principali tipologie di casi rilevati 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 elogiarne 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 il tutelato, attribuendo a quest'ultimo 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.

Il monitoraggio web ha consentito di verificare la correttezza delle offerte on line per le quali, a colpo d'occhio non era dato con immediatezza capire l'effettiva natura del prodotto. Nome di vendita e descrizione del prodotto riportavano in modo corretto i contenuti della IG ma la fotografia del prodotto in vendita non permetteva nell'immediato di capire se si trattasse effettivamente del prodotto tutelato.

Verifica utilizzo simboli consortili.

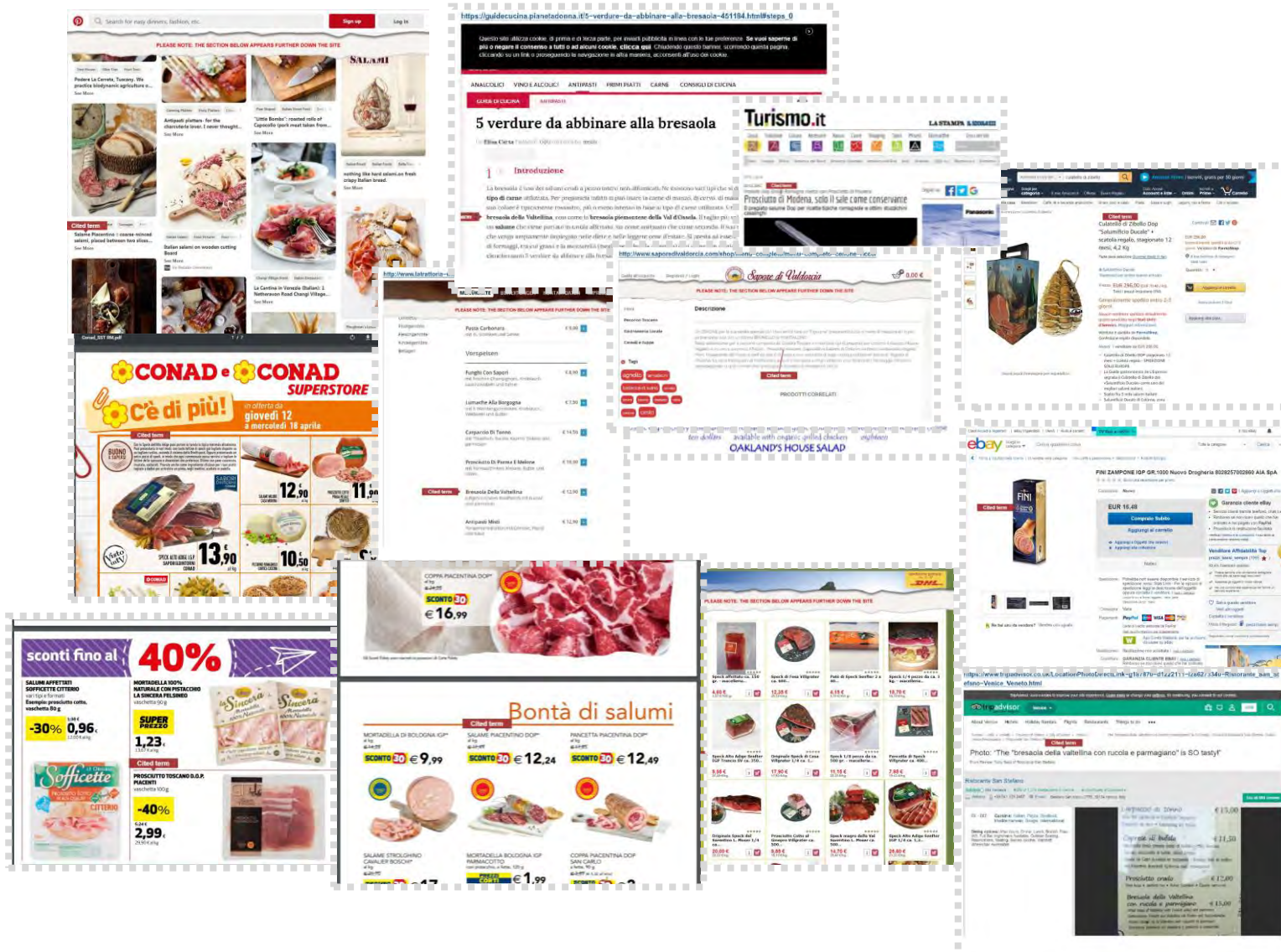
Infine, il monitoraggio web è stato un utile strumento per individuare e correggere alcune imprecisioni fotografiche che riguardavano i Salumi DOP e IGP, relativamente a offerte al consumatore che – pur riportando in modo corretto il nome del prodotto e la descrizione - avevano una fotografia non aggiornata (es. logo consortile vecchio). Questo ha permesso di migliorare l'immagine del sistema di qualità DOP e IGP e offrire una più completa comunicazione e informazione al consumatore.

Il monitoraggio dei prodotti sulla rete, attraverso anche lo studio delle conversazioni più rilevanti rintracciate in rete ha contribuito a trarre utili informazioni e insight sul prodotto (web listening) e sulla sua percezione da parte dell'utente (consumatore) della rete.

Oggi acquisire e analizzare i dati degli utenti ha sempre più valore e queste informazioni possono riguardare aspetti "positivi" come ad esempio l'immagine, l'utilizzo del prodotto, i trend e i temi legati al prodotto stesso ma anche, molto importante, aspetti "negativi" come ad esempio le crisi reputazionali in cui il prodotto può trovarsi coinvolto.

Nel caso dei salumi DOP e IGP, possiamo in via generale riportare che gli *aspetti positivi* a cui sono associati all'interno delle comunicazioni sul web sono legati a macro temi quali:

- suggerimenti d'uso: ricette, abbinamenti di consumo
- proposte di acquisto (vendita online di prodotto, presenza del prodotto nei menu dei ristoranti,..)
- articoli e contenuti che parlano di food, turismo, agroalimentare di qualità italiano nel mondo



LEXUS NX NYBRID L'ARTE DI SAPER

PLEASE NOTE: THE SECTION BELOW APPEARS FURTHER DOWN THE SITE

www.curechildren.it
In support to battles on human and social rights of the group represented by the press, religious and popular groups.

CureChildren Foundation

Prosciut#tiamo! Al Borro Tuscan Bistrot una serata dedicata al prosciutto toscano dop

Cited term

L'executive chef Andrea Campani interpreta i prodotti del Salumificio Mannori di Prato con tre sue creazioni!

La leggenda: 18 aprile 2018

Prosciut#tiamo! Una dichiarazione d'amore in un hashtag. Una dichiarazione d'amore, quella nei confronti del prosciutto, che andrà in scena giovedì 19 aprile (alle 10) al Borro Tuscan Bistrot di Firenze. Andrea Campani, Executive Chef dei ristoranti di Prato, ospita il Salumificio Mannori di Prato, che presenterà per la prima volta...

LA FRESCHEZZA DI CONAD CITY

IL BUONO DEL PAESE

Le migliori tradizioni italiane sulla tua tavola

BUONO & SAPIENTE

Il prosciutto Dop è un vero e proprio patrimonio della gastronomia italiana. Conoscere il sapore più bello della nostra cucina significa scoprire un vero e proprio tesoro. Il prosciutto Dop è un prodotto che si può gustare in ogni momento della giornata. È un prodotto che si può gustare in ogni momento della giornata. È un prodotto che si può gustare in ogni momento della giornata.

CONAD

scanto 25%

Cited term

Home Destinazioni Blog

#prosciutto

Sue Ellen Mannori, voce e volto di @salumi_mannori, insieme al nuovo arrivato #ProsciuttoToscano #DOP, che sarà presente domani 19 aprile alla serata Prosciut#tiamo al @tuscانبistro di #Firenze

Protagonista della serata sarà il prosciutto Toscano DOP, p... ift.tt/2JVK5z8

Cited term

→ VINCI 25.000 SPESE ALLA SETTIMANA ←

Gastronomia

Cited term

DAL 19 AL 31 MARZO 2018*

19,49 al kg
PROSCIUTTO TOSCANO DOP

9,99 al kg
SALAME TOSCANO

10,99 al kg
CAPICOLLO

8,99 al kg
BURRATA IN FIOCCA

4,99 al kg
MAASCHAMMER

11 al kg
MAASCHAMMER

Cited term

PLEASE NOTE: THE SECTION BELOW APPEARS FURTHER DOWN THE SITE

25 Aprile 2018

Solo oltre dieci anni che qui a **Puccetto**, nella Valdinievole, si celebra la tradizione norcina toscana. Si fa così la **Piera del gusto**. Il programma è 25 aprile negli spazi di piazza Montebello, una mostra mercato dedicata ai prodotti tipici norcini. Le...

Cited term

Informazioni utili, date e orari per visitare la sagra

Nome: Fiera del gusto
Dove: Puccetto (Firenze)
Quando: 25 aprile 2018
Orari: dalle 9 alle 20
Info: <https://www.puccetto.it>

Enjoy free delivery on weekdays!

PLEASE NOTE: THE SECTION BELOW APPEARS FURTHER DOWN THE SITE

Bresaola Carpaccio Salad
Assortimento: bresaola, carciofi, finocchio, cipolla, grana padano, anelli di salmone, pane di Altamura.

Cold Cuts and Cheese Board
Served with high quality Coustard Farm, salami Milano, coppa piccante, grana padano, mortadella, prosciutto, gorgonzola dolce and toasted Altamura bread.

Cited term

Culatello Di Zibello "Spigaroli"
The king of Italian cold cuts served with Altamura bread.

Spaghetti Tomato Sauce
With Parmesan, traditional Italian tomato sauce, extra virgin olive oil and fresh basil.

Unicadviser

Bologna

Foto: "culatello di Zibello dop"

Osteria del culatello

Cucina: Italiana, Gastronomia

Cited term

PLEASE NOTE: THE SECTION BELOW APPEARS FURTHER DOWN THE SITE

Italy: Culatello di Zibello

Culatello di Zibello is a prized delicacy from the Parma region of Italy. Made from the entire hind leg of a pig, the long aging process and careful craftsmanship has made this cured meat 'the king of charcuterie.'

Cited term

PLEASE NOTE: THE SECTION BELOW APPEARS FURTHER DOWN THE SITE

KP OF THE YEAR AWARD 2018

potatoes and a beautiful salad, while in the Pederham it might be a cutlet of Haye Farm lamb with some peas and artichokes.

"There are dishes that have evolved from Richmond. For example, we're opening with a variation of our Zoodle, Original Beans cacio and parmigiano. It's quite refined, but you wouldn't see that in Richmond - it's more likely to be beef tartare topped with truffe and hazelnuts."

At La Goccia diners are likely to be offered Tamworth pork chop, sage and capers, a pizzetta of Haye Farm egg, spinach, chris and anchovy cooked in the wood-fired oven, and a range of vegetables served simply with the group's exclusive Zoodle olive oil. The Pederham will open with dishes including varieties of courgettes with peas, broad beans and Culatello di Zibello, and fillet of haddock with Gavi di Gavi, asparagus, peas, broad beans and creamed fennel.

Cited term

coop

Val e e-coop

COOP Bresaola della Valtellina I.G.P. 80 g

Cited term

Ingredienti
Carne di bovino, sale, aromi naturali, Conservanti: nitrito di sodio, nitrito di potassio, Senza glutine

Origini delle materie prime principali
Carne di bovino: Austria, Brasile, Francia, Paraguay, Uruguay

Consigli di conservazione
Conservare il prodotto in frigorifero tra +1 e +4°C. Una volta aperto la confezione, consumare entro 2-3 giorni.

ProntoSpesa

Della Valtellina Igo Tagliofresco Citterio Gr. 120

PREZZO: € 5,85

PREZZO AL KG: € 48,75

Cited term

ALDI

REGIONE CHE VAL Bresaola della Valtellina I.G.P.

80 g 2,39 € 20,00/kg

Cited term



Tra le tematiche più attuali e delicate su cui è stato opportuno porre attenzione on line per capire le reazioni degli utenti, è stato il cosiddetto caso “prosciuttopoli”.

Il tema è di natura tecnica, non riguarda la sicurezza alimentare, ma è un argomento che – se raccontato dai Media o percepito dai consumatori in un modo incompleto - avrebbe potuto (ma ancora può) generare una forte ricaduta negativa sul comparto.

Premesso che ovviamente l'informazione giornalistica è doverosa (se fatta in maniera neutra e non faziosa), il monitoraggio della tematica è stato importante per cercare di capire come i consumatori abbiano percepito la notizia e se ciò abbia generato (ma non ci è sembrato) polemiche e dibattiti particolarmente forti, tali da decontestualizzare il problema e allargarlo, facendo ricadere una più generale sfiducia sul sistema di qualità delle DOP e IGP.

BUSINESS INSIDER ITALIA
Home / Controlli e Frodi /
Prosciuttopoli: i falsi prosciutti si possono riconoscere! Dubbi sull'ingenuità della filiera. Forse raddoppiato il numero di cosce irregolari
Roberto La Pira · 14 maggio 2018 · Controlli e Frodi · Commenti

'Prosciuttopoli': dal 2014 verri danesi spacciati per suini di Parma e S. Daniele Dop
Andrea Sparano · #prosciuttopoli

Il Fatto Alimentare
Duroc danese al posto delle cosce italiane: sarà Prosciuttopoli?
Possibile che i salumifici abbiano cosce sul mercato? "Lo escludo: milioni di suini che danno 1600 kg di prosciutto, la domanda di Parma, San Daniele in Italia è stata piuttosto sovrapproduzione di cosce".

Il Giornale.it cronache
Lo scandalo del prosciutto danese spacciato per Parma e San Daniele
Sono stati utilizzati maiali non italiani, numeri da capogiro oltre 300 mila coccianti sequestrati
Emmanuel Catusco · Mar. 09/05/2018 - 16:28

INVESTIREGGI
Quotidiano economico finanziario
Prosciuttopoli: bufera sui prosciutti di Parma e San Daniele dopo l'indagine de Il Fatto Alimentare
I prodotti che venivano scambiati per prosciutti di Parma e San Daniele in realtà non lo erano, lo scottante inchiesta de Il Fatto Alimentare.
di Chiara Ianni, pubblicato il 07 Maggio 2018 alle ore 16:31

Il Fatto Alimentare
E sono numeri da capogiro: 300mila coccianti di prosciutto sequestrati e centocinquanta allevamenti posti sotto inchiesta dalla Procura di Torino. Dei pezzi di prosciutto, 220mila pare fossero destinati al marchio prosciutto di Parma e gli altri al "San Daniele". Valore del giro d'affari: circa 90 milioni di euro. A darne notizia è il giornale on line "Il Fatto Alimentare". L'accusa ai produttori è di frode in commercio, falso, contraffazione dei marchi e truffa ai danni dell'Unione europea. Alcune aziende implicate nello scandalo hanno ammesso la

Sviluppo della strumentazione informatica per il monitoraggio del mercato

Per concludere, in merito alla strumentazione informatica per il monitoraggio del mercato, il progetto ha previsto il mantenimento della strumentazione informatica del gestionale e l'implementazione delle sue funzionalità per renderlo più efficiente e maggiormente performante.

E' stato ad esempio inserita la possibilità di uplodare fotografie multiple all'interno della singola rilevazione e, soprattutto, gestire in forma aggregata il monitoraggio contemporaneo di una pluralità di ispettori, con la possibilità ulteriore per ciascuno di associare il singolo ispettore a tutti o solo ad alcuni prodotti.

