

AZIONI DI MONITORAGGIO SUL MERCATO ITALIANO, ESTERO E WEB



DESCRIZIONE DELL'INIZIATIVA

Monitoraggio canali distributivi (GDO, Discount, tradizionale) *Italia e Estero*

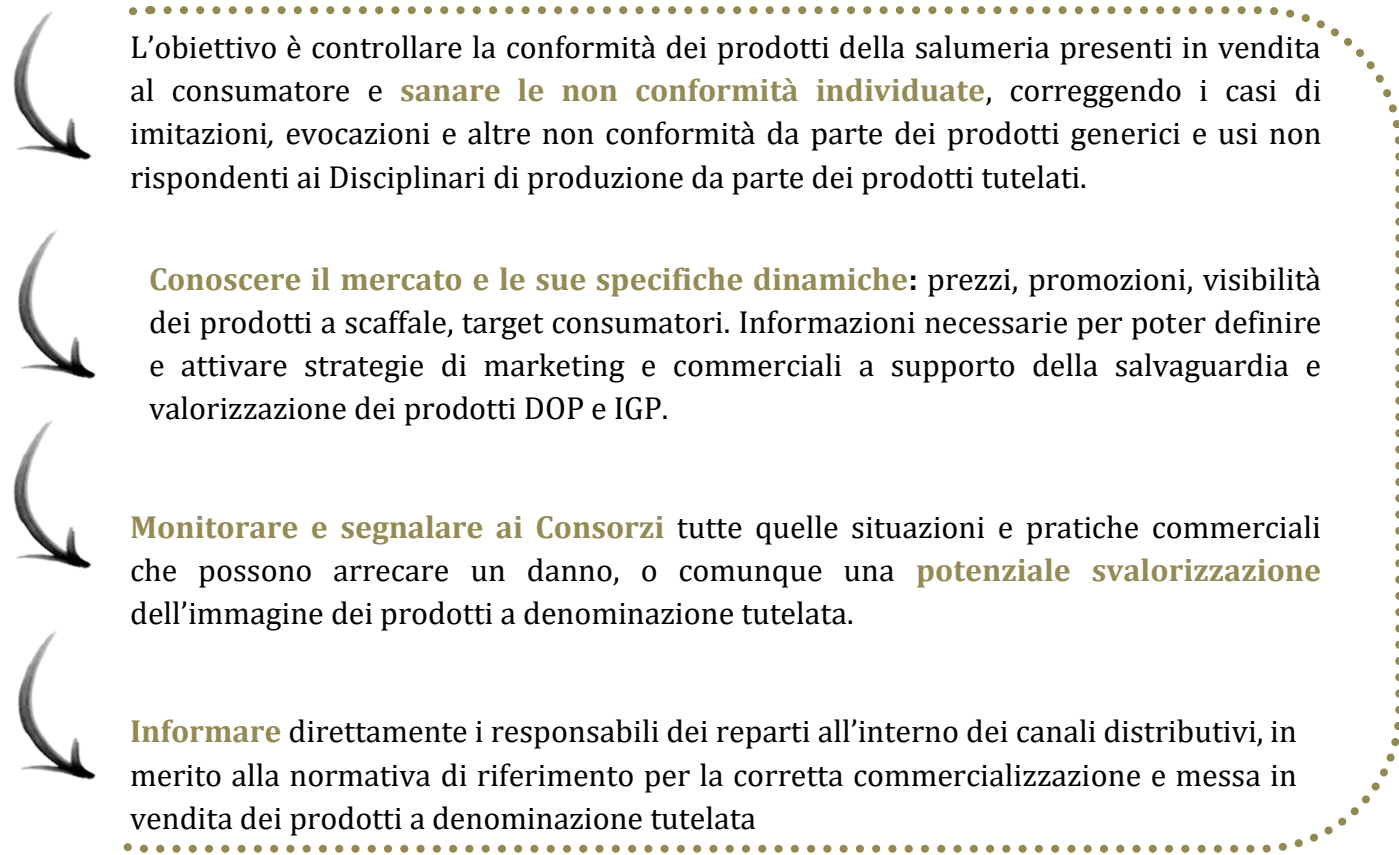
Con l'iniziativa qui presentata, ISIT intende predisporre un sistema di coordinamento strategico sempre più intenso per quanto concerne le azioni di monitoraggio sul mercato, al fine di:

-  definire e attuare approcci comuni tra i Consorzi di tutela sulle tematiche legate alla salvaguardia e tutela.
-  Conoscere i mercati e le dinamiche di acquisto
-  **Supportare fattivamente i Consorzi nello svolgimento di un attività obbligatoria per legge**
-  **Salvaguardare le produzioni**
-  **Garantire il consumatore**

Con questa iniziativa l'Istituto intende quindi potenziare le azioni di monitoraggio svolte in forma collettiva, con evidenti vantaggi in termini di economie di scala ed efficienza, in particolare per le azioni indirizzate all'estero che, dopo una prima fase di test, stanno entrando a pieno regime nei programmi annuali di monitoraggio

Da 8 anni ISIT coordina queste attività attraverso la figura di un agente vigilatore con funzioni di pubblica sicurezza a cui i Consorzi hanno affidato il controllo delle proprie denominazioni.

L'attività collettiva coordinata dall'Istituto ha anche una valenza positiva a livello di comparto: oltre a permettere ad ISIT (associazione di riferimento del comparto) di accrescere di anno in anno la propria esperienza e know-how, contribuisce a trasferire ai mercati l'immagine di un sistema coordinato e allineato nelle linee di azioni.

obiettivi dell'iniziativa:


L'obiettivo è controllare la conformità dei prodotti della salumeria presenti in vendita al consumatore e **sanare le non conformità individuate**, correggendo i casi di imitazioni, evocazioni e altre non conformità da parte dei prodotti generici e usi non rispondenti ai Disciplinari di produzione da parte dei prodotti tutelati.

Conoscere il mercato e le sue specifiche dinamiche: prezzi, promozioni, visibilità dei prodotti a scaffale, target consumatori. Informazioni necessarie per poter definire e attivare strategie di marketing e commerciali a supporto della salvaguardia e valorizzazione dei prodotti DOP e IGP.

Monitorare e segnalare ai Consorzi tutte quelle situazioni e pratiche commerciali che possono arrecare un danno, o comunque una **potenziale svalorizzazione** dell'immagine dei prodotti a denominazione tutelata.

Informare direttamente i responsabili dei reparti all'interno dei canali distributivi, in merito alla normativa di riferimento per la corretta commercializzazione e messa in vendita dei prodotti a denominazione tutelata

Le iniziative di monitoraggio portano benefici pertanto a tutto il comparto della salumeria tutelata, da chi effettua la vendita al consumatore che opera l'acquisto.

Per implementare questa iniziativa ISIT intende proseguire la proficua collaborazione che da qualche anno si è già instaurata tra il personale dell'istituto (messo, ricordiamo, a disposizione dalla sua agenzia di servizi, ASSICA Service) e il Dott. Massimo Malnerich, agente vigilatore con funzioni di pubblica sicurezza.

Nel 2017 è iniziata una proficua collaborazione con la società SQK – ente di certificazione con sede in Alto Adige.

E' una società altamente qualificata e specializzata nelle attività di controllo dei processi.

Con SQK è stato attivato un servizio di monitoraggio che affianca e supporta il lavoro dell'agente vigilatore condiviso al fine di massimizzare i punti vendita e ottimizzare la copertura temporale delle attività.

Le attività dei canali distributivi non possono prescindere anche dal monitoraggio dei canali di vendita online, che siano essi siti web aziendali, piattaforme di vendita online e siti della Grande Distribuzione.

Focus su mercato estero

Conoscere i mercati ha poi un'importanza strategica forte per quanto concerne la definizione di politiche di promozione, valorizzazione e salvaguardia del prodotto.

Il monitoraggio dei canali distributivi ha infatti una **valenza informativa** davvero preziosa per l'Istituto e per i Consorzi in generale, che possono così avere una percezione sempre aggiornata dell'andamento dei prodotti (quali prodotti sono presenti, con quali referenze, i prezzi di vendita, la concorrenza con i prodotti di altri Paesi,...).

Considerati i Paesi UE di maggiore interesse, si prevedrebbe un monitoraggio all'estero su almeno 3 Paesi con una stima monitoraggio di almeno 50 punti vendita per Paese sui canali Iper – Super– Discount - Dettaglio.

Si prevede dunque una copertura complessiva di 150/200 punti vendita. Paesi di riferimento Svizzera, Francia, Austria, Germania, Inghilterra.

Focus sul web

Nella realizzazione del coordinamento del monitoraggio del mercato Italia e estero, verrà data anche rilevanza anche al monitoraggio del canale web.

Il monitoraggio del web metterà l'Istituto nelle condizioni di avere una radiografia delle criticità delle denominazioni sul web, su:

- conformità d'uso delle denominazioni in fase di commercializzazione
- eventuale abuso o uso non autorizzato delle denominazioni
- eventuale effetti di svalorizzazione dell'immagine

Saranno presi in considerazione:

- siti web della GDO, dove ad esempio volantini e **cataloghi/house horgan on line** hanno un ruolo sempre più importante come leva promozionale e strumento di comunicazione con i consumatori.
- **Siti aziendali di produttori**, che sono la prima vetrina del sistema IG e ambasciatori della tradizione e della storia del prodotto stesso
- **Piattaforme di vendita online**, anche a carattere internazionale (Alibaba, Aliexpress, ...) che hanno una visibilità e un numero di contatti elevatissimo e quindi da una potenzialità enorme in termini di trasferimento di informazioni al consumatore. Sempre più spesso offrono prodotti italiani ma hanno bisogno di un monitoraggio continuo per la natura mutevole stessa della Rete, dove da un giorno con l'altro possono apparire o sparire offerte commerciali.

Le iniziative di monitoraggio del mercato si completano infine con il *campionamento di prodotti* prelevati dai canali di vendita, al fine di verificarne la qualità organolettica e secondo quanto previsto dai Consorzi.

Generalmente il partner di supporto ai campionamenti e analisi del prodotto è l'Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Lombardia e dell'Emilia Romagna: istituto con una riconosciuta e consolidata esperienza nel settore.



Mantenimento e aggiornamento del programma informatico per la gestione del coordinamento del monitoraggio dei canali distributivi



ISIT, grazie sempre ai programmi a cofinanziamento di questo rispettabile Ministero, ha recentemente realizzato un **software gestionale per coordinare l'attività**, in modo da rendere più efficiente il sistema di rilevazione dei dati, rendendoli anche immediatamente fruibili da parte dei Consorzi.

www.monitoraggio.isitsalumi.it

RISULTATI ATTESI e MONITORAGGIO DEGLI STESSI

Abbiamo sottolineato nei capitoli precedenti come le attività di monitoraggio del mercato siano iniziative di fondamentale importanza per la salvaguardia e sviluppo dei salumi DOP e IGP, sempre più fiore all'occhiello di un agroalimentare di qualità italiano, che il consumatore – italiano ed estero – chiede, apprezza e ricerca, nei punti vendita e sul web.

Portare avanti con continuità queste iniziative ha molteplici risultati attesi, dai più pratici e a breve termine ai più strategici e medio-lungo termine per il comparto. Uno più immediato e operativo che riguarda ISIT quale associazione di Consorzi e soggetto proponente delle iniziative. Il secondo, di più ampio respiro, sono i risultati che queste azioni hanno sul sistema delle IG, effetti positivi sul comparto salumi tutelati in maniera trasversale.



Operativi di breve termine:

- a. implementare e migliorare il coordinamento e l'esecuzione operativa delle iniziative
- b. massimizzare le numeriche dei punti vendita monitorati
- c. migliorare l'efficacia e l'efficienza dei dati rilevati, anche attraverso l'utilizzo del programma informatico sviluppato

- d. presidiare i mercati e implementare sempre più il monitoraggio dei mercati all'estero
- e. presidiare il web, ormai imprescindibile vetrina dei prodotti agroalimentari, non solo quindi come canale di acquisto ma anche come strumento di reperimento di informazioni sui prodotti.
- f. Sanare le non conformità e rafforzare il coordinamento e le iniziative in partnership con le altre Istituzioni preposte alla salvaguardia delle IG
- g. monitorare le politiche di prezzo e le pratiche commerciali che potenzialmente potrebbero comportare rischi di svalorizzazione



strategici di medio-lungo termine:

- contrastare il fenomeno dell'agropirateria alimentare e prevenire danni legati alla svalorizzazione dell'immagine, a livello sempre più globale
- Promuovere una corretta conoscenza dei salumi tutelati al consumatore estero, passando anche dal coinvolgimento della Distribuzione e del Trade
- salvaguardare le reputazione e i nomi delle denominazioni tutelate e garantire il consumatore
- ottenere una "fotografia" attuale del mercato italiano e estero, capendo e riferendo ai Consorzi lo "status di salute" del proprio prodotto nei mercati distributivi.
- conoscere posizionamento e dinamiche dei prodotti DOP e IGP sui canali distributivi
- incrementare le attitudini di acquisto e il percepito dei consumatori verso i salumi in generale e quelli tutelati in particolare

Per il **territorio nazionale**, si auspica di visitare circa 1.000 punti di vendita in 12 mesi così ipoteticamente ripartiti:

- 500 pdv su catene GDO (Iper e Super)
- 200 pdv su catene Discount
- 150 pdv su canale Dettaglio

Il monitoraggio all'estero, consentirà all'Istituto di capitalizzare le esperienze avviate negli anni scorsi, rafforzando la presenza sui Paesi UE limitrofi all'Italia che ad oggi sono prioritari in termini di esportazioni dei prodotti della salumeria DOP e IGP.

Si prevede di monitorare minimo 50 punti vendita per Nazione, per un totale di stimato di 150 pdv.

Paesi di riferimento, indicativamente 3 Paesi coinvolti: Francia, Germania, Svizzera, Austria, Inghilterra.

Il piano preciso verrà comunicato con adeguata tempistica al Mipaaf.

Per quanto concerne il **web** saranno identificate in itinere le tipologie di siti web (Italia e estero) da monitorare (piattaforme on line, siti web delle catene GDO, siti web aziendali, piattaforme on line di vendita multiprodotto, ecc..) e i domini da monitorare relativamente ai Paesi di maggiore interesse (es.: .it, .eu, .de, .fr, .sp, .com, .org, ecc..) , in modo da realizzare un programma efficace e realmente aderente alle situazioni che in itinere dovessero sorgere.

Il web è infatti caratterizzato da un'estrema imprevedibilità e mutevolezza: possono nascere da un giorno con l'altro aziende, piattaforme e-commerce, canali di vendita, ecc che richiedono un monitoraggio tempestivo per verificarne contenuti comunicative e informativi e la correttezza in termini di offerte commerciali al consumatore.