

**PROGETTO DI MONITORAGGIO E SALVAGUARDIA DELLA  
CIPOLLA BIANCA DI MARGHERITA IGP**

D.M. MASAF n. 0301865 del 12/06/2023 LETTERA B)

RELAZIONE TECNICA AMMINISTRATIVA



**IL CONSORZIO E GLI OBIETTIVI GENERALI DEL "PROGETTO DI MONITORAGGIO E SALVAGUARDIA DELLA CIPOLLA BIANCA DI MARGHERITA IGP"**

*Premessa*

Con Regolamento (UE) n. 1865 del 7 ottobre 2015, la Cipolla Bianca di Margherita ha ottenuto il riconoscimento di prodotto a marchio di origine, diventando una Indicazione Geografica Protetta.

Il Consorzio di Valorizzazione e Tutela della Cipolla Bianca di Margherita IGP, con Decreto ministeriale del 5 dicembre 2016 è stato riconosciuto ai sensi dell'articolo 14, comma 15, della legge 21 dicembre 1999 n. 526 ed è stato incaricato a svolgere le funzioni, previste dal medesimo comma, per la Cipolla Bianca di Margherita IGP. Obiettivo del Consorzio pertanto è quello di tutelare, valorizzare e promuovere la Cipolla Bianca di Margherita IGP.

### *Obiettivi generali del progetto*

Il Consorzio di Valorizzazione e Tutela della Cipolla Bianca di Margherita IGP, attraverso il presente progetto ha continuato l'attività di monitoraggio già iniziata nel precedente anno per confermare o meno il livello di tutela di cui la denominazione oggi gode, al fine di individuare eventuali punti deboli e ricercare strumenti normativi idonei a rafforzarli ed in tale ottica verificare la presenza e l'entità di eventuali fenomeni contraffattivi o di pratiche concorrenziali sleali che nel 2024 potevano aver svalorizzato la Cipolla Bianca di Margherita IGP.

L'attività di monitoraggio è stata utile anche per comprendere le motivazioni che determinano i comportamenti dei punti di vendita.

Il progetto è stato completato da un'iniziativa sicuramente interessante e stimolante, l'attività di formazione organizzata a Firenze nel mese di aprile. E per ragioni logistiche abbiamo valorizzato le sinergie con il Consorzio del Pecorino Toscano.

Il progetto è stato realizzato in conformità del DM MASAF n. 0301865 del 12/06/2023, reso operativo con la dichiarazione di inizio attività del 13/08/2023.

Le tipologie di intervento sono state:

1) **Monitoraggio del mercato, nel rispetto dell'articolo 31 del Regolamento (UE) n. 702/20**

- Attività di web listening
- monitoraggio on-site dei punti vendita della piccola e grande distribuzione posizionati nelle principali città italiane
- monitoraggio con somministrazione questionario on line ai consumatori
- monitoraggio web nelle piattaforme commerciali: ebay.com, amazon.com, alibaba.com
- analisi criticità riscontrate dalle attività di monitoraggio on-site e web

2) **Azioni di formazione, acquisizione di competenze ed attività dimostrative per i prodotti DOP e IGP nel rispetto delle disposizioni contenute nell'articolo 21 del Regolamento 702/2014:**

- *Azioni di formazione attraverso l'organizzazione di un Seminario a FIRENZE presso il ristorante "BELCANTO", rivolto agli operatori del settore agroalimentare, dai produttori ai distributori, dai ristoratori ai giornalisti specializzati.*

1. **ATTIVITA' DI WEB LISTENING – ANALISI QUANTITATIVA - SOMMINISTRAZIONE QUESTIONARI ON SITE E ON LINE**

La ricerca ha avuto come obiettivo la verifica del numero di volte in cui viene citata la Cipolla bianca di Margherita IGP nel web. La ricerca viene effettuata per mezzo di "parole chiave" inserite nel web. Obiettivo di tale analisi, infatti, è quello di comprendere diversi aspetti significativi della Cipolla Bianca di Margherita da parte degli utenti che utilizzano il web per comunicare

L'attività di web listening, che è stata realizzata con l'ascolto della rete sulle conversazioni che riguardano la Cipolla Bianca di Margherita.

Troviamo i risultati in dettaglio dell'ascolto del web negli allegati alla relazione dell'esperto dott. Piazzolla. In sintesi possiamo affermare che la stagionalità della produzione si ripercuote negativamente sulla continuità delle volte in cui la "Cipolla" viene citato (aumenta in corrispondenza del periodo in cui è sul mercato, si riduce notevolmente nei mesi in cui non si produce la cipolla).

Un dato che preoccupa è l'uso corretto della denominazione "Cipolla bianca di Margherita IGP". Meno della metà dei consumatori che compra la nostra cipolla usa correttamente i termini, mentre al posto della denominazione riconosciuta si usano dei termini poco definiti (cipolla Margherita, cipolla piatta etc.) per cui il prodotto non viene identificata in relazione alla provenienza o alle caratteristiche generali o al marchio IGP. Tale dato viene confermato dai questionari somministrati dove un alto numero di consumatori dichiara di usare questa cipolla, come una cipolla ordinaria, per il soffritto. Abbiamo voluto interrogare i consumatori anche attraverso un questionario on line rivolto ad un campione che presumibilmente conosceva già la cipolla per avere ulteriori elementi di valutazione. Entrambi hanno evidenziato la necessità di rafforzare i controlli attivando tutti gli agenti di vigilanza ed i collaboratori volontari per sostenere i prodotti a Marchio DOP/IGP. Abbiamo scelto di attuare un approccio preventivo con gli operatori che stanno a stretto contatto del pubblico, i ristoratori, i responsabili dei punti vendita ..., per istruirli circa il corretto uso della denominazione, dei controlli, della documentazione necessaria per operare con i prodotti IGP/DOP.

## **2. MONITORAGGIO ON-SITE DEI PUNTI VENDITA DELLA PICCOLA E GRANDE DISTRIBUZIONE POSIZIONATI NELLE PRINCIPALI CITTÀ ITALIANE**

L'attività di monitoraggio è stata effettuata in diverse città italiane medio – grandi ed ha riguardato la GDO, i mercati generali ed i mercati rionali.

Nel corso delle trasferte gli addetti al monitoraggio hanno prodotto schede di rilevazione già predisposte le quali hanno consentito di raccogliere indicazioni utili a descrivere da un lato situazioni di irregolarità a danno della Cipolla Bianca di Margherita IGP, dall'altro a valutare meglio l'adeguatezza della collocazione/posizionamento del prodotto all'interno degli spazi espositivi anche in ottica comparativa rispetto ad articoli di provenienza straniera merceologicamente omogenei.

Il monitoraggio si è articolato nelle seguenti modalità:

**A- Monitoraggio on-site dei punti vendita della piccola e grande distribuzione**

**B-Monitoraggio on-site nei mercati generali e mercati rionali**

**C-Questionario on line rivolto ad un pubblico che conosce la "Cipolla Bianca di Margherita"**

I risultati di questa attività sono specificati nella relazione dell'esperto incaricato di valutare i risultati del monitoraggio ed offrire indicazioni per la tutela del marchio e della denominazione.

**MONITORAGGIO WEB NELLE PIATTAFORME COMMERCIALI: EBAY.COM, AMAZON.COM ALIBABA.COM,**

Il monitoraggio si è sviluppato anche sulle piattaforme e-commerce **eBay.com, Amazon.com e Alibaba.com**. Non sono molte le aziende che vendono on line la nostra cipolla. Il prodotto ha una durata media di pochi giorni per cui ci sono difficoltà oggettive ad utilizzare questo canale di distribuzione. In nessun caso si può pensare a fenomeni di italian sounding. I risultati sono illustrati nella relazione presentata dall'esperto su citato alla quale è stato allegato il risultato di questa attività.

## **SEMINARIO DI FORMAZIONE**

### ***La cipolla bianca di Margherita nella famiglia delle IGP e DOP***

Continua il successo dei seminari di formazione organizzati nelle grandi città italiane, sulle IGP e DOP e sulla CIPOLLA BIANCA DI MARGHERITA IGP. Nell'aprile del 2024, periodo di avvio della campagna di raccolta della cipolla la location è il ristorante "BELCANTO" di FIRENZE.

La fase di preparazione ha previsto l'invito agli operatori del settore agroalimentare della Toscana, agli organi istituzionali della Regione Toscana e Puglia, il coinvolgimento del Consorzio del Pecorino Toscano IGP per attivare sinergie organizzative. Insieme all'invito si sono forniti i primi elementi di conoscenza della cipolla IGP con depliant informativi.

Presenti 20 giornalisti accreditati per il settore eno - gastronomico, 6 operatori commerciali, alcuni rappresentanti dell'associazionismo della ristorazione, tre chef, e per la parte istituzionale l'assessore all'agricoltura Regione Toscana.

Il seminario ha avuto la seguente articolazione:

- a) Saluti e presentazione dell'iniziativa da parte dei rappresentanti istituzionali e dei rappresentanti dei due Consorzi.
- b) Al dott. Piazzolla, agronomo ed uno dei massimi esperti delle colture agricole coltivate sulla sabbia raccontare l'importanza dei marchi IGP e DOP per la crescita sostenibile dei territori. Partendo dalla storia della cipolla si è soffermato sulla stretta relazione tra territorio e caratteristiche del prodotto. La striscia di sabbia circondata da un lato dal mare adriatico e dall'altro dalle saline è un luogo unico per bellezza e ricchezza della biodiversità, tutelato sin dal 1971 dalla Convenzione di Ramsar, consente di ottenere una cipolla dolce, succulenta, tenera e croccante. Le tecniche di produzione sostanzialmente identiche negli ultimi tre secoli, rendono ancora più affascinante il percorso per l'ottenimento del prodotto finale.

Anche le tecniche di confezionamento cercano di tener conto della delicatezza del prodotto. Il marchio IGP ha contribuito notevolmente a far conoscere questo prodotto, e a conquistare nuove quote di mercato nella

grande distribuzione, dando maggiori certezze alla commercializzazione della cipolla bianca IGP. Esperto dilettante nel settore della gastronomia il dott. Piazzolla si è soffermato sugli aspetti più propriamente legati alla degustazione, attraverso la presentazione di una raccolta di ricette tradizionali ed innovative.

**C, Chiarimenti ed approfondimenti.** I giornalisti presenti, molti dei quali non conoscevano la cipolla bianca di Margherita, con le loro domande hanno messo a fuoco le diverse sollecitazioni proposte dal relatore. Buon interesse hanno dimostrato gli operatori commerciali, e qualcuno ha già preso contatti con le aziende di confezionamento del territorio eventuali forniture.

Infine il dott. Piazzolla ha invitato i presenti ad un percorso di degustazione che ha consentito di far conoscere ai presenti la molteplicità di utilizzo di questa cipolla speciale. Il successo del seminario è testimoniato dal notevole eco che ha ricevuto tramite i mezzi di comunicazione e come è testimoniato dall'allegato report COMUNICAZIONE inserito tra la documentazione finale.

### **3. CONSULENZA PER L'IDEAZIONE, COORDINAMENTO E SVILUPPO DEL PROGETTO. SUPERVISIONE E CONTROLLO SULL'ATTIVITA' SVOLTA**

Il Consorzio ha deciso di avvalersi dell'esperienza e della competenza dello Studio Cassandro, e dei suoi collaboratori per ideare e coordinare la realizzazione del progetto. Lo Studio Cassandro è una società nota in tutta Italia per la competenza nelle attività di supporto alle imprese che operano nel settore agricolo ed ha già collaborato con il ns. Consorzio in progetti finanziati con fondi comunitari e regionali. Queste le fasi in cui si è sviluppata la collaborazione:

- Approfondimento delle problematiche legate alla coltivazione della cipolla IGP
- ideazione e progettazione
- coordinamento e sviluppo del progetto
- Monitoraggio dello svolgimento
- Controllo in fase di preparazione, in itinere e in conclusione

## **RISULTATI RAGGIUNTI:**

### **RICADUTA SULLA DENOMINAZIONE E SUI CONSUMATORI, METODI DI MISURAZIONE INDIVIDUATI**

Il Consorzio si è dato con questo progetto la capacità di intervenire su più livelli (on site, on line, giuridico) per la difesa della denominazione.

E' importante sottolineare come il miglioramento della capacità d'intervento serve a tutelare in primo luogo il consumatore, poiché si offre certezza sul prodotto acquistato e si garantisce il rispetto delle caratteristiche previste dai disciplinari di produzione.

In sub-ordine possiamo affermare che un'attenta e scrupolosa azione di monitoraggio prima e di vigilanza poi è fondamentale per evitare i danni economici che tali reati possono apportare agli operatori che lavorano con la IGP.

La continuità nei servizi di monitoraggio sul web avranno ripercussioni positive anche nell'ottica di applicazione della recente normativa che dispone la tutela "ex-officio" sull'intero territorio comunitario, e potrà essere di aiuto anche ad un corretto coordinamento con le Autorità pubbliche impegnate nella lotta alla contraffazione, in primo luogo l'ICQRF.

Dalla relazione si evincono le diverse misure messe in atto per monitorare l'andamento del progetto ed il raggiungimento degli obiettivi del progetto.

Gli strumenti ed i metodi di misurazione sono diversi a seconda delle attività presentate ed alcuni sono insite nelle stesse. Le proposte per monitorare il mercato (punti 1, 2 e 3) prevedono dei report e compilazione di schede di osservazione, che danno la misura della efficacia dell'attività svolta. Come già anticipato le relazioni dei soggetti incaricati danno conto in modo dettagliato dei risultati ottenuti. Per le iniziative di formazione alleghiamo un report con gli articoli di giornali (numerosi) e mass media che hanno dato spazio all'evento.

Il progetto è stato articolato secondo quanto previsto inizialmente. A tale articolazione corrispondono le spese sostenute che si riportano nella tabella a seguire e in modo più analitico vengono presentati nella tabella excel.

In fase esecutiva alcune voci di spesa possono aver subito delle variazioni derivate o da qualche previsione imprecisa in fase di predisposizione del progetto o di variazione nei prezzi dovuti a fatti contingenti (es. una possibile offerta migliorativa da parte dei fornitori ecc. Nel nostro caso le variazioni hanno apportato una riduzione dei costi complessivi di € 496,36, senza incidere sulla qualità dei servizi ottenuti.

Come si specifica in apposita dichiarazione i mezzi di pagamento utilizzati sono stati principalmente i bonifici della banca di riferimento. Una fattura è stata pagata con bonifico sul Monte dei paschi di Siena ed un'altra di importo inferiore ai 500 euro l'abbiamo saldata in contanti. Nella documentazione relativa alle spese e ai pagamenti abbiamo numerato allo stesso modo le fatture ed i mezzi di pagamento utilizzati per facilitare il confronto.

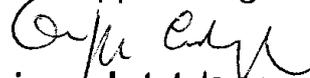
il bilancio complessivo dell'intervento è senz'altro positivo, dal punto di vista:

- a) della consapevolezza delle problematiche legate alla difesa della denominazione (marchio IGP);
- b) della organizzazione, degli strumenti che il Consorzio si è dato e si darà
- c) della valorizzazione delle relazioni con gli organi preposti alla repressione delle frodi, dell'utilità della quale abbiamo fatto esperienza negli anni passati.
- d) delle conoscenze acquisite con il lavoro di ricerca che permetteranno di migliorare le strategie di vendita.

Resta da risolvere il problema del reperimento delle risorse per rendere strutturale e continua l'attività.

**IL PRESIDENTE**

Giuseppe Castiglione



**Consorzio per la tutela e valorizzazione  
della cipolla bianca di Margherita IGP**

Via Ronzino, 4

76016 Margherita di Savoia (BT) - ITALY

Tel./Fax 0883 657784 - Cell. 0039 339 4406863

email: [info@consorzio Cipolla Bianca Margherita IGP](mailto:info@consorzio Cipolla Bianca Margherita IGP)

pec: [consorzio Cipolla Bianca Margherita IGP@pec.it](mailto:consorzio Cipolla Bianca Margherita IGP@pec.it)

P. IVA 07839380727



### Tabella dei costi sostenuti

<b>AZIONI DI MONITORAGGIO E RICERCA DI CUI ALL'ARTICOLO 31 DEL REG. 702/2014</b>		
<b>Attività'</b>	<b>Fornitori</b>	<b>Importo</b>
-Monitoraggio on-site dei punti vendita della grande e piccola distribuzione posizionati nelle principali città italiane	Soc. coop. Comunità Margherita (Resp. Ing. Russo Enzo)	€ 11.200,00
- Web listening - Commercio on line	Soc. coop. Comunità Margherita (Resp. Ing. Russo Enzo)	€ 1.798,33
- Studio di consulenza per analisi criticità riscontrate dalle attività di monitoraggio on-site e web..	Dott. Ruggiero Piazzolla	€ 1.800,00
<b>TOTALE AZIONI DI MONITORAGGIO E RICERCA</b>		<b>€ 14.798,33</b>
<b>AZIONI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE E ACQUISIZIONE DI COMPETENZE DI CUI ALL'ARTICOLO 21 DEL REG. 702/2014</b>		
<b>1)Organizzazione e realizzazione di un Seminario in Italia - FIRENZE</b>		
noleggio attrezzature e strumentazioni audiovisive, Video maker	LANOTTE Salvatore	€ 1802,00
Trasporto Relatore Stampa	Distaso Germano Dott. R. Piazzolla Russo Pietro tipogr.	€ 401,64 € 460,00 € 720,00
	TOTALE	€ 1.581,64
Fitto sala, materie prime, spese di spedizione, percorso di degustazione	RISTORANTE NEW ACROPOLIS	€ 3.850,00
TOTALE ATTIVITA' DI FORMAZIONE		<b>€ 7.233,64</b>
<b>Coordinamento e sviluppo del progetto. Supervisione e controllo sull'attività svolta</b>	CASSANDRO srl unip.	<b>€ 3.255,00</b>
<b>TOTALE COSTI ATTIVITA' DI PROGETTO</b>		<b>€ 25.266,97</b>

