

SPESA LIBERA

Dop e Igp spariscono nelle vetrine online

Le piattaforme di commercio elettronico e perfino i produttori si dimenticano spesso di inserire a fianco di salumi e formaggi i bollini delle indicazioni geografiche. Una ricerca ha esaminato oltre 7mila referenze

ATTILIO BARBIERI

■ Sorpresa, i campioni del gusto made in Italy perdono il simbolo della loro distintività che li rende unici e irripetibili. Sulle vetrine online, nelle maggiori piattaforme del commercio elettronico, mancano spesso per non dire quasi sempre i bollini della Dop (Denominazione d'origine protetta) e della Igp (Indicazione geografica protetta). Non basta: a dimenticarsi di apporli nelle immagini utilizzate dalle piattaforme italiane di e-commerce e food delivery sono addirittura i produttori. Una tendenza individuata e documentata da un imponente lavoro di indagine svolto da Origin Italia in collaborazione con Fondazione Qualivita, che hanno analizzato ben 7.400 referenze a indicazione geografica vendute online sulle maggiori piattaforme. Sotto la lente sono finiti i giganti del commercio elettronico, a cominciare da Amazon ed Ebay, i portali dedicati come Cortilia e Cicalia e quelli di alcune catene della grande distribuzione, come Carrefour, Conad ed Esselunga. Un lavoro di analisi monumentale pubblicato nel "Rapporto e-food Dop Igp Italia" presentato di recente.

I risultati sono sconcertanti. «In primis sono pochi, nel totale, i produttori Dop e Igp che utilizzano la vendita online», fa sapere Origin, l'associazione italiana dei consorzi di tutela, «e tra di loro sono numerosi quelli in cui le ve-

trine dei prodotti risultano incomplete - per esempio è frequente la mancanza di foto - rendendo difficile per i consumatori valutare un acquisto di qualità». Ma non basta. «Un secondo aspetto critico riguarda l'errato o il mancato utilizzo di acronimi, marchi e segni distintivi delle indicazioni geografiche da parte, molto spesso, delle aziende aderenti al portale o delle piattaforme digitali responsabili della fase di commercializzazione al pubblico».

C'è poi un terzo aspetto non meno rilevante: «il basso utilizzo delle indicazioni geografiche come driver di scelta da parte delle piattaforme digitali. Solo pochi player infatti utilizzano le certificazioni d'origine come filtri di ricerca o "tag" all'interno della selezione della spesa». Insomma è come se avessi una Ferrari da vendere e ti dimenticassi di mettere in evidenza il Cavallino.

Gli unici portali che pubblicano correttamente i bollini di Dop e Igp sia nelle vetrine sia nelle pagine di spiegazione del prodotto, sono quelle della grande distribuzione. Segnatamente fra le catene incluse nello studio, precisamente Coop, Esselunga e Conad, mentre la francese Carrefour riporta i loghi delle certificazioni europee soltanto se sono presenti nella porzione di confezione fotografata.

Tutt'altra musica per le grandi piattaforme del commercio elettronico. Amazon, Ebay ed Alibaba se ne fregano letteralmente

dei bollini delle indicazioni geografiche. E quando si legge che sono impegnate per sostenere e promuovere la *Dop economy* italiana sono parole al vento. Una conferma che il modello italiano che punta su unicità e distintività non c'entra nulla con i grandi contenitori del commercio elettronico alimentare, i cui frequentatori sono guidati da due bussole: il prezzo e l'assortimento.

Ancora meno giustificabili le "amnesie" dei produttori che dimenticano di apporre i bollini Dop e Igp nelle foto ufficiali. Ed è paradossale ma nemmeno troppo che a valorizzare formaggi e salumi a indicazione geografica, siano in prima fila le catene della distribuzione moderna. Sono loro ad avere il contatto diretto con i consumatori, a capire anche grazie alle carte fedeltà cosa acquistino e perché.


Resta poi da approfondire il grande tema della riconoscibilità di Dop e Igp da parte proprio dei consumatori. Dall'ultima indagine sulle casalinghe di Voghera che ho condotto alcuni anni fa, con interviste di profondità a 114 di loro, è emerso che soltanto il 7% sa cosa siano le indicazioni geografiche, in cosa differisca una Dop da una Igp, conosca l'esistenza dei disciplinari e sappia dove cercarli. Un deficit di conoscenza che si sposa purtroppo con un deficit di comunicazione da parte dei produttori documentato dalla indagine svolta da Origin e Fondazione Qualivita.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS6901 - S.30524 - L.1979 - T.1979



La presenza dei bollini Dop e Igp nel commercio elettronico

PIATTAFORMA 	DOP	IGP	Presenza logo Dop o Igp nella vetrina	Presenza logo Dop o Igp nelle foto delle pagine successive
Amazon	> 1000	700	Solo se confezionato	Nell'80% dei casi
Ebay	947	> 1700	Poche volte e solo se confezionato	Nel 20% dei casi
Alibaba	nd	nd	Prodotto in vetrina spesso non confezionato e senza logo IG	Solo in pochi casi
Cortilia	21	16	Spesso il prodotto è senza confezione in primo piano	Nell'80% dei casi
Supermercato 24/Everli	-	-	nd	nd
Cicalia	59	43	Si sui confezionati	La foto è solo quella della vetrina
Destination Gusto	30	41	Nel 50% dei casi	Quasi sempre la foto è solo quella della vetrina
Buon Appetito	4	20	Nel 50% dei casi	Si
Mamma Pack	14	13	Nel 20% dei casi	La foto è solo quella della vetrina
Emerge	168	48	Nel 50% dei casi. Dipende dal produttore	La foto è solo quella della vetrina
Foodilia	19	13	No, eccetto per qualche IG	Solo se è presente una foto dell'etichetta
Foodoteka	37	184	Quasi sempre presente	Sempre come "attestato"
Eataly	280	130	Solo se confezionato	La foto è solo quella della vetrina
Coop	312	200	Si, in alto a sinistra per tutti i prodotti come un "tag"	Si in alto a sinistra per tutti i prodotti come un "tag"
Naturasi	47	57	Solo se presente nella confezione	La foto è solo quella della vetrina
Carrefour	170	92	Solo se confezionato	Si, se vi sono altre foto del prodotto
Conad	39	59	Si	Si
Esselunga	197	132	Si, per tutti i prodotti	Si, in tutte le descrizioni
Consorzio Parmigiano Reggiano Dop			No	No
Consorzio Finocchiona Igp			Dipende dal produttore	Dipende dal produttore



Fonte: Origin Italia

WITHUB