



CONSORZIO ITALIANO TUTELA MORTADELLA BOLOGNA

Consorzio incaricato con D.M. del 22/12/2004 delle funzioni di cui all'art. 14, 15° co. L. n. 526/99

**Iniziative volte alla valorizzazione e alla
salvaguardia della Mortadella Bologna nel
canale Ho.Re.Ca. e relative pubblicazioni in
Italia e Spagna**

AI SENSI DEL D.M. 0676193 del 24 dicembre 2024

Milanofiori - Strada 4 - Palazzo Q8 - 20089 Rozzano (MI)
Tel. +39-2-892590.1 - Fax +39-2-57510607 - E-mail: infom@mortadellabologna.com
Partita IVA, C.F. e N. Iscr. Reg. Imp. di Milano 13459020155 - REA 1654623



CONSORZIO ITALIANO TUTELA MORTADELLA BOLOGNA

Consorzio incaricato con D.M. del 22/12/2004 delle funzioni di cui all'art. 14, 15° co. L. n. 526/99

PROGETTO DI RICERCA AVENTE AD OGGETTO LA COMMERCIALIZZAZIONE E LA SALVAGUARDIA DELLA MORTADELLA BOLOGNA NEL CANALE HO.RE.CA.

Nell'ambito delle attività finalizzate a sostenere la valorizzazione e lo sviluppo della Mortadella Bologna IGP nel mercato dei consumi Fuori Casa, il Consorzio Italiano Tutela Mortadella Bologna IGP ha promosso la realizzazione di un'articolata attività di ricerca rivolta agli operatori professionali del canale Ho.Re.Ca.

L'attività di ricerca è stata concepita con l'obiettivo di acquisire conoscenze approfondite e strutturate delle modalità con cui la mortadella, e in particolare la Mortadella Bologna IGP, viene conosciuta, acquistata, utilizzata e valorizzata all'interno dei punti di consumo fuori casa. A tal fine, il Consorzio si è avvalso del supporto di **TradeLab SpA**, società specializzata nell'analisi del mercato Away From Home, incaricata della progettazione e realizzazione dell'indagine.

In particolare, il Consorzio costantemente impegnato nella tutela, valorizzazione e promozione Mortadella Bologna IGP, ha identificato nel mercato dei consumi Fuori Casa un'ulteriore opportunità di crescita per le imprese associate. Per questo motivo ha deciso di avviare un'analisi dedicata al mercato Away From Home che abbia quattro principali obiettivi:

- quantificare la presenza della categoria e definire il potenziale della Mortadella Bologna IGP nel canale;
- comprendere le motivazioni e i freni per individuare le leve che favoriscano la scelta della Mortadella Bologna IGP;
- definire i canali e i touchpoint più rilevanti per aumentare visibilità e interesse verso la Mortadella Bologna IGP. Individuare i contenuti più efficaci per coinvolgere i gestori (ricette, degustazioni, materiali tecnici);
- analizzare i driver decisionali – qualità, gusto, territorio, filiera, prezzo – per capire cosa guida l'acquisto.

L'analisi ha avuto lo scopo di fornire alle aziende produttrici informazioni utili per progettare e organizzare una strategia di sviluppo nel mercato fuori casa capace di capitalizzare il valore del brand e intercettare la domanda di prodotti IGP in un canale in forte evoluzione.



CONSORZIO ITALIANO TUTELA MORTADELLA BOLOGNA

Consorzio incaricato con D.M. del 22/12/2004 delle funzioni di cui all'art. 14, 15° co. L. n. 526/99

La ricerca si è concretizzata nello sviluppo e nella somministrazione di un questionario strutturato, progettato per intercettare i diversi profili di operatori del settore (utilizzatori di mortadella, utilizzatori di Mortadella Bologna IGP e non utilizzatori del prodotto IGP) e per garantire la coerenza e la confrontabilità delle informazioni raccolte.

La struttura del questionario è stata articolata in sezioni tematiche progressive, volte ad analizzare il livello di conoscenza del prodotto, le motivazioni di utilizzo o di non utilizzo, le logiche di acquisto, le modalità di impiego in cucina, nonché le prospettive evolutive dei consumi nel medio periodo.

L'indagine è stata condotta mediante interviste telefoniche strutturate (metodologia CATI), rivolte a un campione di operatori professionali attivi nei principali canali del mercato AFH – bar, ristoranti e pizzerie – selezionati secondo criteri di rappresentatività geografica e di canale. Particolare attenzione è stata riservata anche agli operatori non trattanti la Mortadella Bologna IGP, al fine di comprendere in modo puntuale le barriere all'ingresso del prodotto e le criticità legate alla scarsa conoscenza della Denominazione.

METODOLOGIA E CAMPIONE: la ripartizione delle interviste per segmento



516 interviste telefoniche

Sono state condotte 516 interviste quantitative a gestori/chef di ristoranti, pizzerie, bar multi-specializzati e bar lunch trattanti Mortadella attraverso un questionario telefonico strutturato.

N. INTERVISTE	TOTALE	BAR MULTI-SPECIALIZZATI	RISTORANTI	PIZZERIE
Nord-Ovest	133	33	67	33
Nord-Est	126	32	62	32
Centro	129	31	68	30
Sud e Isole	128	31	61	36
TOTALE	516	127	258	131



CONSORZIO ITALIANO TUTELA MORTADELLA BOLOGNA

Consorzio incaricato con D.M. del 22/12/2004 delle funzioni di cui all'art. 14, 15° co. L. n. 526/99

Con il contributo di codesto Ministero, il Consorzio è riuscito a creare un percorso strategico volto a rafforzare il presidio della Denominazione in un contesto di mercato in forte evoluzione, caratterizzato da dinamiche di consumo, approvvigionamento e utilizzo del prodotto profondamente differenti rispetto al canale domestico.


Risultati raggiunti

Nel complesso, l'attività svolta ha consentito di costruire una base informativa organica e affidabile, in grado di supportare il Consorzio e le imprese associate nella valutazione delle opportunità offerte dal mercato dei consumi Fuori Casa e nella definizione di future azioni di sviluppo, comunicazione e tutela della Mortadella Bologna IGP.

Di seguito si sintetizzano le principali evidenze emerse.

- Elevato utilizzo della Mortadella: l'85% dei gestori dichiara di trattarla
- Un gestore su due tratta la Mortadella Bologna IGP
- La maggioranza dei non trattanti il prodotto IGP dichiara di conoscerlo

MORTADELLA: gli utilizzatori

	TOTALE	SEGMENTO			AREA GEOGRAFICA			
		Pizzerie	Ristoranti	Bar Multi	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
% TRATTANTI MORTADELLA	85%	91%	82%	84%	84%	78%	82%	95%
Mortadella Bologna IGP	47%	40%	49%	49%	47%	54%	45%	41%
Mortadella generica	38%	50%	33%	35%	36%	24%	37%	53%
Non utilizzatori mortadella	15%	9%	18%	16%	16%	22%	18%	5%
Base: Totale Campione								
Conoscitori Mortadella IGP	78%	85%	74%	75%	85%	70%	63%	87%
Base: Trattanti Mortadella generica								



CONSORZIO ITALIANO TUTELA MORTADELLA BOLOGNA

Consorzio incaricato con D.M. del 22/12/2004 delle funzioni di cui all'art. 14, 15° co. L. n. 526/99

- I principali motivi di scelta del prodotto IGP sono: gusto, garanzia di qualità e profumo; mentre la preferenza per la mortadella locale è la motivazione principale del non utilizzo

MORTADELLA BOLOGNA IGP: scelta principalmente per il gusto e la garanzia di qualità

Motivo di utilizzo	TOTALE	SEGMENTO			AREA GEOGRAFICA			
		Pizzerie	Ristoranti	Bar Multi	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Per il gusto	76%	77%	74%	77%	63%	85%	79%	74%
Per la garanzia di qualità e sicurezza	58%	64%	59%	52%	63%	65%	50%	53%
Per il profumo	36%	38%	28%	48%	33%	28%	47%	36%
Per la versatilità	26%	21%	26%	32%	14%	41%	10%	40%
Per la resa	24%	30%	23%	19%	22%	19%	29%	25%
Per la consistenza	20%	17%	20%	21%	32%	10%	9%	30%
Per il colore	17%	19%	16%	16%	8%	6%	43%	11%
Per il rapporto qualità/prezzo	14%	9%	17%	10%	14%	18%	14%	8%



Il 63% dei gestori indica nel menù l'uso della Mortadella Bologna IGP

Base: trattanti Mortadella Bologna IGP

- La mortadella viene principalmente utilizzata in taglieri

MORTADELLA: i principali utilizzi

Per quali piatti utilizza la mortadella...?
(possibili risposte multiple)

	SEGMENTO			AREA GEOGRAFICA			
	Pizzerie	Ristoranti	Bar Multi	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Taglieri	58%	75%	73%	72%	72%	64%	70%
Farcitura panini/ focacce/piadine/bruschette	45%	31%	74%	39%	51%	42%	50%
Buffet dell'aperitivo	19%	29%	58%	36%	37%	37%	25%
Farcitura pizza/pinsa	82%	11%	15%	31%	32%	33%	30%
Ingrediente per ripieni/ polpette/sughi/tortellini	12%	34%	6%	5%	33%	28%	20%
Torte salate	8%	12%	12%	5%	8%	17%	12%
Piatti freddi	1%	8%	4%	1%	3%	13%	3%
Insalate	-	3%	1%	-	-	7%	1%
Piatti della tradizione	1%	1%	1%	2%	3%	-	-
Altro	-	2%	-	1%	-	-	2%



Base: trattanti Mortadella

1

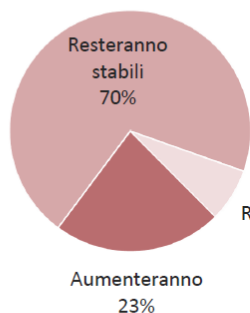


CONSORZIO ITALIANO TUTELA MORTADELLA BOLOGNA

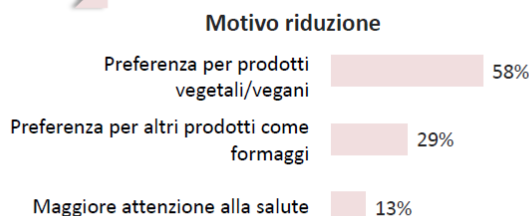
Consorzio incaricato con D.M. del 22/12/2004 delle funzioni di cui all'art. 14, 15° co. L. n. 526/99

- Un gestore su quattro prevede un aumento dei consumi, solo il 7% una riduzione riconducibile alle nuove tendenze alimentari legate alla scelta di prodotti vegetariani/vegani

MORTADELLA: trend di consumo per i prossimi due anni



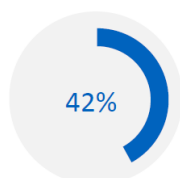
	SEGMENTO			AREA GEOGRAFICA			
	Pizzerie	Ristoranti	Bar Multi	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Aumenteranno	25%	23%	20%	23%	29%	20%	20%
Resteranno stabili	67%	71%	71%	75%	53%	76%	75%
Ridurranno	8%	6%	9%	2%	18%	5%	5%



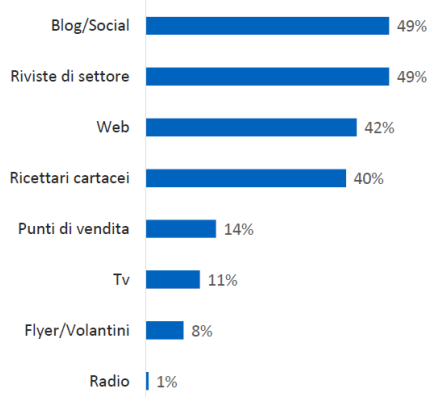
Passando poi ad analizzare le leve per lo sviluppo di questa produzione nel fuori casa è emerso che vi è un marcato interesse per ricevere maggiori informazioni sulle caratteristiche e sui possibili utilizzi della Mortadella Bologna.

PRINCIPALI FONTI INFORMATIVE

% di gestori interessati a ricevere maggiori info sulle caratteristiche e sui possibili utilizzi della Mortadella



Fonti informative per rank di preferenza





CONSORZIO ITALIANO TUTELA MORTADELLA BOLOGNA

Consorzio incaricato con D.M. del 22/12/2004 delle funzioni di cui all'art. 14, 15° co. L. n. 526/99

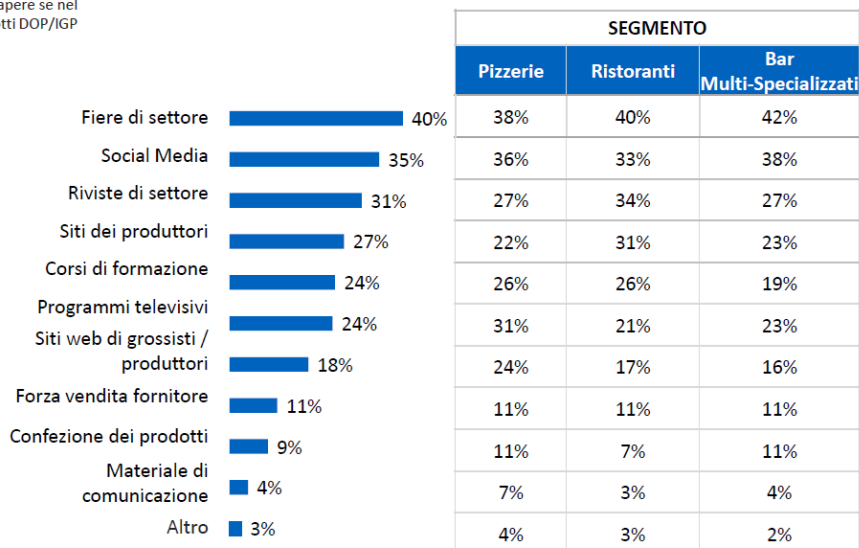
A seguire, i touchpoint da presidiare nel futuro per informare correttamente il target Ho.Re.Ca. e sviluppare la Mortadella IGP in questo canale con elevato potenziale.

I TOUCHPOINT DA PRESIDARE PER ENTRARE NEI MENÙ



Il 50% dei gestori pensa che i clienti di un locale siano interessati a sapere se nel menù sono presenti prodotti DOP/IGP

Dove ricerca spunti/ispirazione per le sue ricette...?
(possibili risposte multiple)



Base: Tc

La ricerca ha rappresentato pertanto uno strumento conoscitivo essenziale per orientare strategie di crescita coerenti con il posizionamento della Denominazione e con le esigenze di un canale distributivo in continua trasformazione.