

PROGETTO DI STUDIO- RICERCA VOLTO A MONITORARE IL MERCATO E A SOSTENERE LO SVILUPPO DELLA DENOMINAZIONE CRUDO DI CUNEO DOP



Marzo 2025



Il Consorzio di Tutela e Promozione del Crudo di Cuneo ha richiesto uno studio-ricerca volto a **monitorare il mercato** e a **sostenere lo sviluppo della denominazione** rappresentata.

Tale finalità pone l'attenzione verso un preciso focus di ricerca, confluyente nel monitorare la competitività del **posizionamento strategico definito**, quale presupposto per una chiara soddisfazione della domanda finale (Consumatore) e domanda intermedia (Trade).

BRAND POSITIONING FRAMEWORK

L'area in cui si vince deve essere **unica** rispetto ai concorrenti, interessante e **motivante** per i clienti e soprattutto **libera** e "conquistabile" dalla marca.





Acquisire informazioni rilevanti per costruire un posizionamento del Crudo di Cuneo unico, distintivo, motivante.

Le **aree** che abbiamo analizzato sono state le seguenti:

MERCATO	CONSUMATORE	TRADE	POSIZIONAMENTO ADV
▪ Dimensioni e trend di mercato ▪ Competition ▪ Canali Distributivi ▪ Pricing	▪ Analisi del Comportamento di acquisto del Consumatore nel Punto Vendita	▪ Numero Referenze per tipologia Crudo ▪ Pricing ▪ Quantitativo Prosciutti venduti	▪ Analisi della Comunicazione degli altri Consorzi ▪ Mappa di Posizionamento
DISCIPLINARI	CARATTERISTICHE	ANALISI SENSORIALE	
▪ Zona di Allevamento ▪ Alimentazione ▪ Modalità di Lavorazione ▪ Tempo di Stagionatura	▪ Dimensione ▪ Aspetto della Fetta ▪ Gusto ▪ Nota Distintiva	▪ Profilo di Gusto del Crudo di Cuneo	



00 AGENDA



- 01 ANALISI DEL MERCATO: MACRO E MICRO LEARNING
- 02 PROSCIUTTO CRUDO: CARATTERISTICHE ED ANALISI ONAS
- 03 POSIZIONAMENTO E STRATEGIE A CONFRONTO
- 04 RICERCA DI MERCATO 2025





ANALISI DEL MERCATO: MACRO & MICRO LEARNING



1. ANALISI DI MERCATO: MACRO LEARNING

Fonte: ASSICA

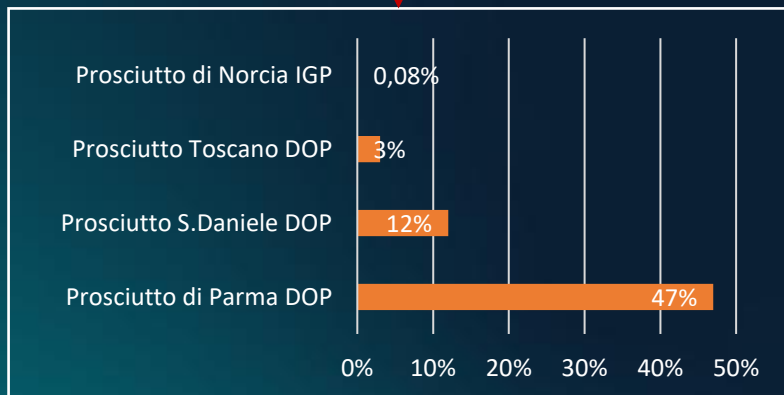
**TOTALE MERCATO PROSCIUTTO
CRUDO 2023: 212,3 mila tons**

32,3%

EXPORT:

68,7 mila tons

Fonte: ASSICA



**IL 52% E' PRESIDIATO DA PARMA E
SAN DANIELE**

67,7%

ITALIA:

142,4 mila tons

Fonte: ASSICA + ELABORAZIONE INTERNA

- **Parma DOP: 47,1 tons (33%)**
- **San Daniele DOP: 18,9 tons (13,3%)**
- **Toscano DOP: 2,6 tons (1,8%)**
- **Carpegna DOP: 0,8 tons (0,6%)**
- **Modena DOP: 0,4 tons (0,3%)**
- **Altri Tipi: 72,6 tons (51%)**

**IL 46% DEL TOTALE MERCATO E'
PRESIDIATO DA PARMA E SAN
DANIELE**

60%

NORMAL TRADE:

84,1 mila tons

Fonte: ELABORAZIONE INTERNA

- **Parma DOP: 33,5 tons (39,8%)**
- **San Daniele DOP: 10,6 tons (12,6%)**
- **Toscano DOP: 1,1 tons (1,3%)**
- **Carpegna DOP: 0,2 tons (0,2%)**
- **Modena DOP: 0,1 tons (0,1%)**
- **Altri Tipi: 38,7 tons (46%)**

**IL 37% E' PRESIDIATO DA
PARMA E SAN DANIELE**

40%

GDO:

58,2 mila tons

Fonte: CIRCANA

- **Parma DOP: 13,5 tons (23,2%)**
- **San Daniele DOP: 8,3 tons (14,3%)**
- **Toscano DOP: 1,5 tons (2,7%)**
- **Carpegna DOP: 0,7 tons (1,1%)**
- **Modena DOP: 0,3 tons (0,6%)**
- **Altri Tipi: 33,9 tons (58%)**

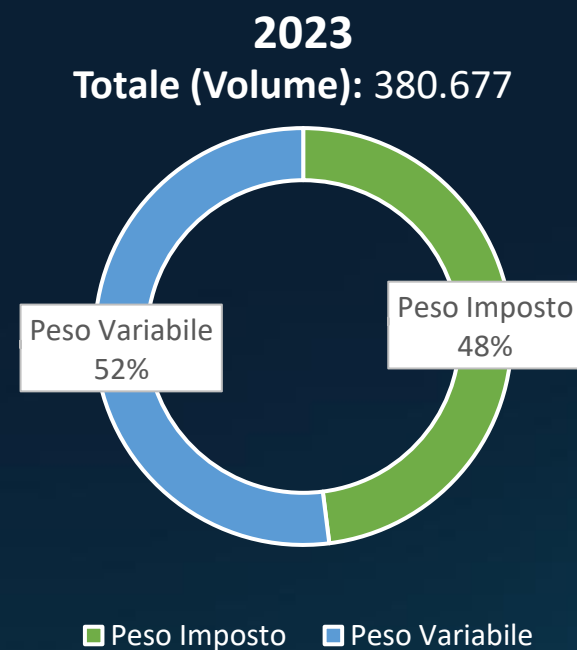
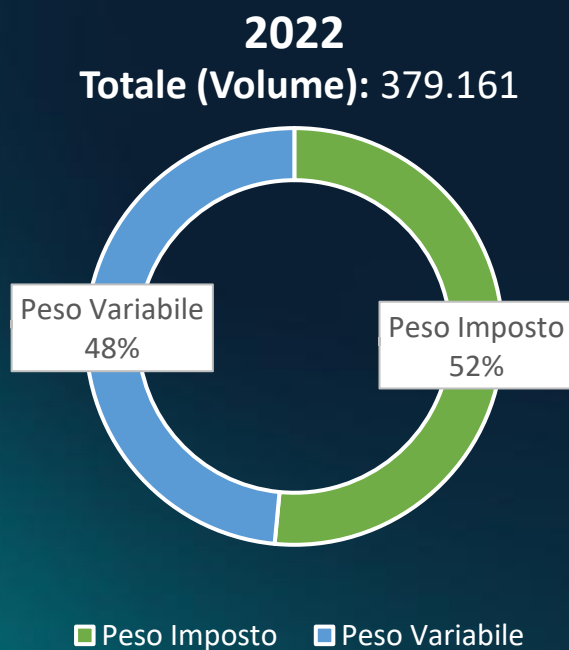
Take care of your Business | 6



1. ANALISI DI MERCATO: P.I. vs P.V. (GDO)

Fonte: CIRCANA

TOTALE VALORE MERCATO PROSCIUTTO CRUDO		
2022	2023	Δ% vs AP
1.484€	1.572€	5,57%



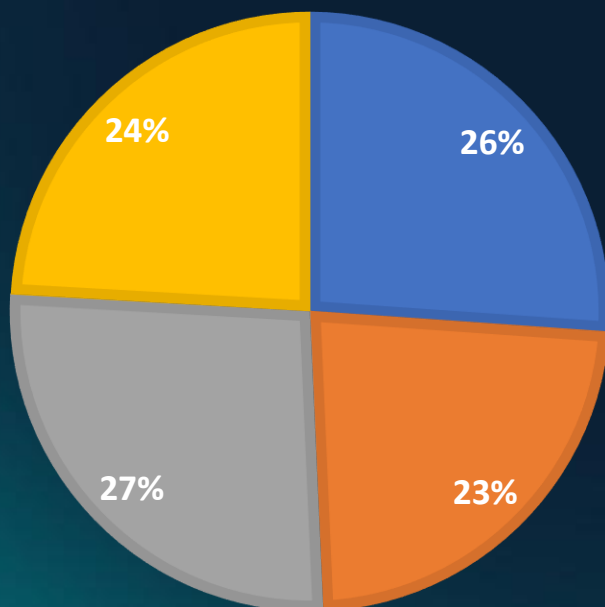


1. ANALISI DI MERCATO: AREE GEOGRAFICHE (GDO)

Fonte: CIRCANA

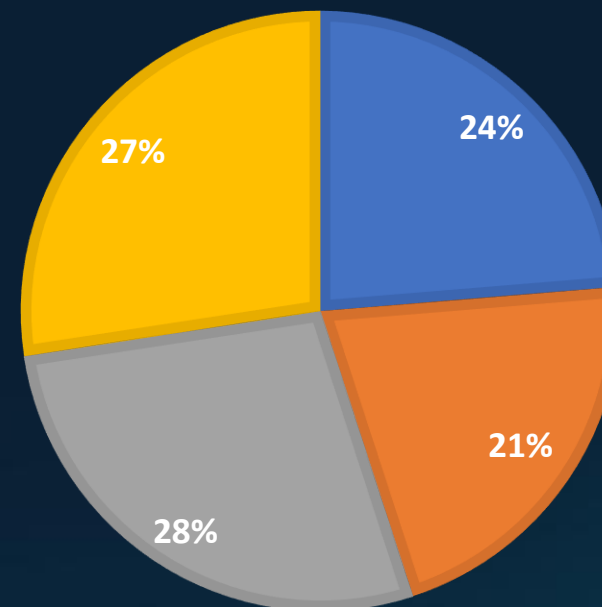
INCIDENZA A VALORE PER AREA

■ Nord-Ovest ■ Nord-Est ■ Centro+Sardegna ■ Sud



INCIDENZA A VOLUME PER AREA

■ Nord-Ovest ■ Nord-Est ■ Centro+Sardegna ■ Sud





1. ANALISI DI MERCATO: PREZZI MEDI (GDO)

Fonte: CIRCANA

Di seguito vengono riportati i **Prezzi Medi di vendita del mercato GDO per tipologia di Prosciutto Crudo**.

Si evince che **Carpegna e Parma hanno il posizionamento di prezzo più elevato** (rispettivamente 33,68€ e 32,38€). San Daniele e Toscano seguono a breve distanza con un delta di circa -2€/ -1€.
Gli altri si posizionano sotto i 30€.

		2022	2023
		PREZZO MEDIO	PREZZO MEDIO
TOTALE MERCATO PROSCIUTTO CRUDO		24,24€	26,41€
	Parma	29,38€	32,38€
	San Daniele	29,30€	31,51€
	Culatello*	40,37€	41,30€
	Toscano	35,15€	31,58€
	Carpegna	31,27€	33,68€
	Modena	28,49€	30,96€
	Altri Tipi	20,00€	21,78€

**Il Culatello di Zibello non è un prosciutto, bensì è un salume a pezzo intero ottenuto da un fascio di muscoli crurali, posteriori e interni, della coscia del maiale.*



1. ANALISI DI MERCATO: MICRO LEARNING

Fonte: Rapporto-Ismea-Qualivita-2024-WEB-1.pdf

CATEGORIA:

La categoria dei prodotti a base di carne include 43 denominazioni e costituisce circa $\frac{1}{4}$ del valore della produzione del settore cibo DOP IGP, nonché il 13% delle esportazioni.



Valore:

Il valore della produzione aumenta moderatamente rispetto il 2022 a causa della ridotta offerta, mentre le esportazioni subiscono una diminuzione del 3,9% in valore, principalmente a causa della persistente chiusura di alcuni mercati.



Volume:

Per il quarto anno consecutivo, la produzione certificata di prodotti a base di carne mostra una **contrazione**, principalmente dovuta alla diminuzione dell'offerta di capi (-5,7% nelle macellazioni del circuito DOP IGP).

Con riferimento alle singole categorie di prodotti per il 2023, la **struttura dei consumi interni** ha visto al primo posto il prosciutto cotto, con una quota pari al 27,9% del totale dei salumi, seguito dal **prosciutto crudo al 21,3%**, da mortadella/wurstel al 19,9%, dal salame all'8,6% e dalla bresaola al 2,4. Chiudono gli altri salumi al 19,9%.



02

PROSCIUTTO CRUDO: CARATTERISTICHE ED ANALISI ONAS





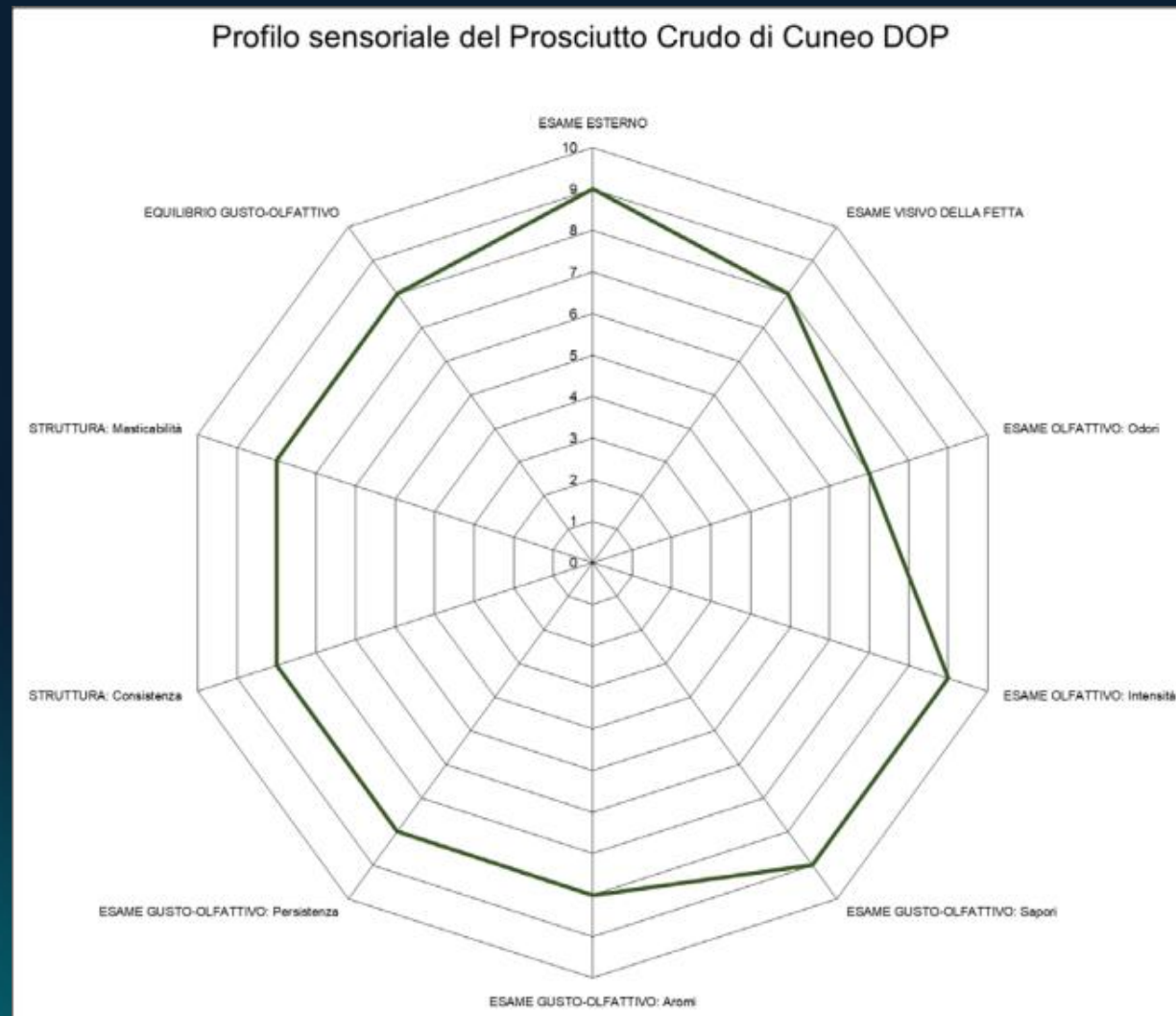
2. PROSCIUTTO CRUDO: CARATTERISTICHE

	PARMA DOP	S. DANIELE DOP	MODENA DOP	VENETO DOP	JAMBON de BOSSES DOP	CARPEGNA DOP	TOSCANO DOP	NORCIA IGP	CRUDO CUNEO DOP	SAURIS IGP	AMATRICIANO IGP	PATA NEGRA
DIMENSIONE	Tondeggiante e priva di piedino	A «chitarra» e provvista di piedino	Tonda ed allungata, con leggera curvatura Peso compreso tra 8 e 10 Kg	Semi-pressata e priva di piedino Peso compreso tra 8 e 11 Kg	Semi-pressata con piedino inclinato di almeno 30°. Coscia legata con una corda	Tondeggiante, tendente al piatto. Peso non inferiore ad 8 Kg.	Tondeggiante, ad arco sulla sommità Peso tra 8 e 9 Kg.	Tondeggiante a pera e privo di piedino Peso non inferiore a 8,5 Kg	Tondeggiante, priva di piede e con anchetta. Peso tra 8,5 e 12 Kg	Tondeggiante, privo di zampino Cotenna di colore nocce dorato e sfumature arancioni	Tondeggiante e leggermente allungata Caratteristica struttura a gamba, che riprende quella del maiale	Forma affusolata e allungata Parte esterna pelle scura e robusta, mentre la parte sottostante è un po' più morbida
ASPETTO FETTA	Rosa nella parte magra e bianca nella parte grassa.	Rosso-rosato, con striature di grasso di colore bianco.	Rosso vivo	Rosa Parti grasse perfettamente bianche	Rosso vinoso Lardo sodo e brillante con sfumature rosa	Rosa salmonato Grasso biancorosato	Rosso vivo o Rosso chiaro Scarsa presenza di grasso	Rosato o Rosso	Rosso uniforme Grasso bianco	Rosso-rosato uniforme Grasso di colore variabile (dal bianco al bianco-rosato)	Rosato/Rosso vivo	Rosso intenso
GUSTO	Il Gusto delicato e dolce Aroma fragrante.	Gusto dolce e delicato. Aroma intenso, con sfumature tostate (crosta di pane), note di frutta secca e malto d'orzo.	Gusto sapido, ma non salato. Aroma dolce ed intenso	Morbida e Profumata Aroma delicato, dolce e fragrante	Gusto delicato e leggermente salato, con sottofondo aromatico	Gusto delicato e dolce Aroma fragrante ed aromatico	Gusto delicato con giusta sapidità Aroma caratteristica, dovuta dalla stagionatura e salatura con sale pepe ed aromi del territorio	Gusto sapido, ma non salato Aroma leggermente speziato (modeste quantità di pepe)	Morbida e Compatta Aroma dolce e fragrante	Gusto dolce Aroma delicato con nota di affumicato	Gusto sapido, ma non salato Aroma dolce e gradevole	Gusto ricco e complesso con note di frutta secca , erbe aromatiche e leggero retrogusto affumicato
NOTA DISTINTIVA	Basso quantitativo di sale ; Altitudine mai superiore ai 900 mt.	Altitudine mai superiore ai 300 mt	Eccezionali condizioni microclimatiche della zona di produzione: prevalentemente collinare, con scarsa piovosità e brezze costanti.	L'alternanza i clima secco e umido, tipica della pianura stretta fra i Monti Berici e i Colli Euganei, conferisce al Prosciutto Veneto DOP i tratti distintivi .	La stagionatura ha luogo in locali freschi , ad esempio i <i>rascanti</i> , all'interno dei quali i prosciutti vengono tenuti costantemente vicino a fieni locali, rivoltati e sostituiti con cadenza regolare.	Dopo 400 giorni dall'inizio della lavorazione viene sottoposto ad analisi mediante tecnica della "puntatura"	Tecnica di rifilatura a "V" per facilitare penetrazione del sale Impiego, durante la salagione, di essenze ed aromi tipici (aglio, rosmarino, ginepro e mirto)	Durante la stagionatura, il Prosciutto di Norcia IGP acquisisce un contenuto tale da renderlo ideale per sportivi e ragazzi.	Ottima copertura di grasso e colore rosso uniforme Filiera più corta d'Italia	Il Prosciutto di Sauris IGP è molto dolce poiché viene utilizzata una quantità ridotta di sale dal momento che la fase di affumicatura garantisce già un' ottima conservazione della carne .	Qualità specifica che deriva dalla tradizionale tecnica di rifilatura , eseguita particolarmente alta sulla coscia fresca	Razza suino 100% iberica Alimentazione dei suini a base di ghiande

Fonte: <https://www.qualigeo.eu/prodotto-qualigeo>

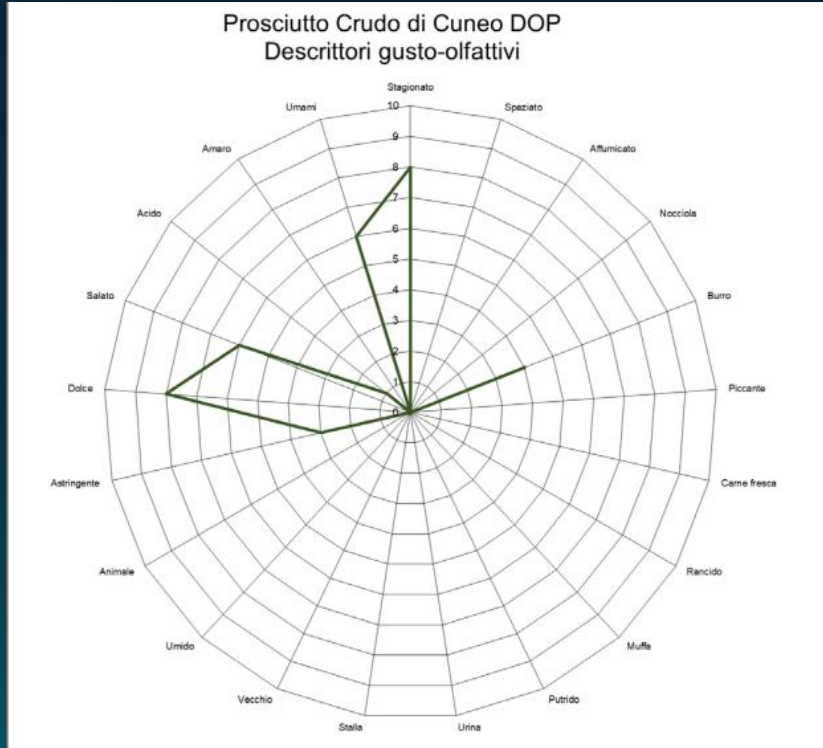


2. PROSCIUTTO CRUDO: ANALIS ONAS





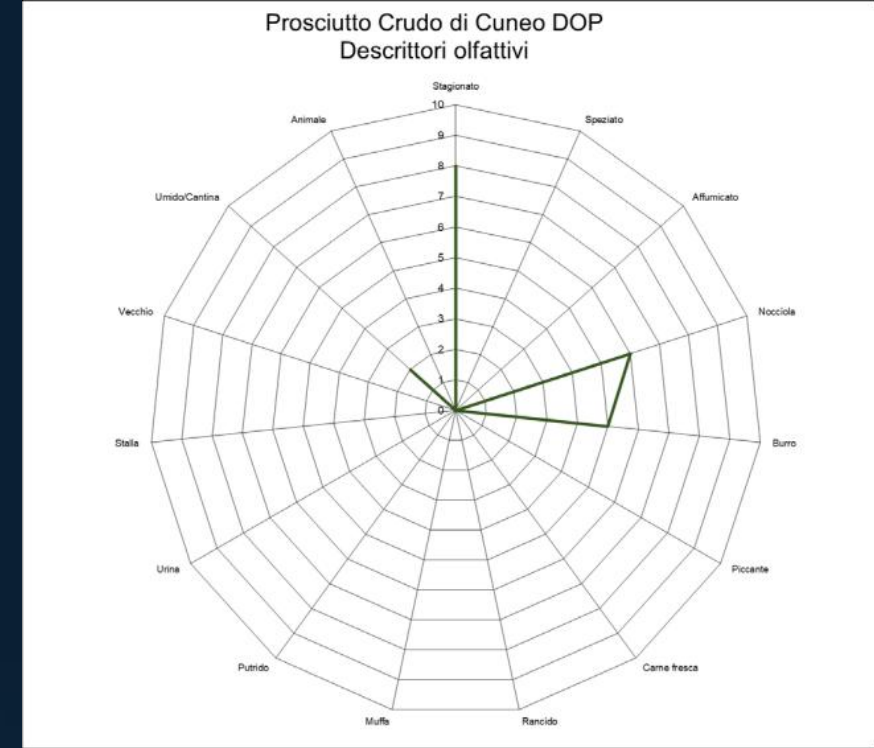
2. PROSCIUTTO CRUDO: VALUTAZIONE ONAS



SAPORI: Giusto equilibrio tra dolce e salato, con leggera acidità e astringenza, e umami di media intensità.

AROMI: Note di carne stagionata con sentori tostati e burrosi. Leggeri sentori di umidità dei locali di stagionatura.

PERSISTENZA: Persistenza medio-elevata con prevalenza della dolcezza.



ODORI: Carne stagionata con sentori di nocciola e di burro nella parte grassa. Leggeri sentori di umidità derivante dalle celle/locali di stagionatura.

INTENSITÀ: Elevata con prevalenza delle note stagionate.



03

POSIZIONAMENTO E STRATEGIE A CONFRONTO





	PARMA DOP	SAN DANIELE DOP	MODENA DOP	CARPEGNA DOP	TOSCANO DOP	CUNEO DOP
STRATEGIE PUBBLICITARIE	DIGITALE ED OFFLINE: Eventi, Sponsorizzazioni, Degustazioni ed Influencer Marketing. COSA VIENE PROMOSSO: Naturalità del prodotto, Tradizione, Autenticità	Eventi locali ed internazionali, degustazioni e collaborazioni con ristoranti di alta classe COSA VIENE PROMOSSO: Dolcezza, Delicatezza e Qualità del Prosciutto	Eventi enogastronomici, fiere e collaborazioni con chef modenesi. COSA VIENE PROMOSSO: Qualità e Tradizione (enfaticizzando l'uso di sale marino ed assenza di additivi)	Il Prosciutto di Carpegna è promosso enfaticizzando la tradizione secolare e l'artigianalità nella produzione. Le campagne pubblicitarie si concentrano sulla qualità superiore e sull'autenticità del prosciutto	Viene promossa la tipicità, naturalità e qualità del prodotto. Enfasi sull'uso di sale come unico additivo e la tradizione toscana nella produzione	Promozione Tradizionale ed Eventi Enogastronomici COSA VIENE PROMOSSO: La DOP è elemento centrale. Viene enfaticizzata la Tradizione, la Qualità e l'Origine
ESEMPI	2019: Campagna «Prosciutto di Parma fa parte di te» 2024: Scenografica tavolata nel cuore della Città Ducale	2022 – 2025: Campagna «In Europa il rispetto della Tradizione incontra quello dell'Ambiente», cofinanziata dall'UE	2017: Campagna multimediale focalizzata sull'emozione legata al prodotto Spot radiofonico «E' crudo, è buono, è Modena»	-2022: Campagna stampa per valorizzare la tradizione e qualità. -Partecipazione al progetto europeo «L'eccellenza europea è una forma d'arte» -Campagna social media	CUT&SHARE: Campagna cofinanziata dall'UE. GUSTO: Progetto europeo con spot televisivo Campagna Social	- Partecipazione alle Nitto ATP Finals con degustazioni del prodotto. - Partecipazione al programma di Cooking show con Chef stellati (n.38 eventi) nell'ambito della Fiera Internazionale del Tartufo di Alba
SITO WEB	Ben strutturato, con numerose informazioni e molto dinamico.	User-Friendly, ben organizzata e con sezioni interessanti (es. Magazine)	Chiaro ed Intuitivo, con sezioni dedicate a video e ricette, informazioni nutrizionali	Ben strutturato con enfasi su: radici storiche, Processo di produzione, ricette, Contatti ed Aggiornamenti	Intuitivo e ben strutturato. Presenti immagini e video che mostrano il processo di produzione. Eventi & News	Semplice e con Contenuti Visivi. Sezione News ed Eventi poco aggiornata, poca interattività, bassa SEO
SOCIAL MEDIA	Contenuti che evidenziano la qualità e la tradizione del Parma DOP	Contenuti che celebrano la tradizione e la qualità	Contenuti che enfaticizzano la qualità del prodotto. Pubblicazione di Contenuti educativi e dialogo con community	Contenuti che enfaticizzano la qualità del prodotto. Pubblicazione di Contenuti educativi e dialogo con community	I contenuti condivisi includono immagini e video che evidenziano la qualità e l'autenticità	Pagine ben curate e mirano a valorizzare il prodotto



ANALISI DI MERCATO: PRINCIPALI INSIGHTS





SEZIONE 1: INFORMAZIONI GENERALI SUL PUNTO VENDITA

Clientela Servita

Il **36,7%** del campione serve mediamente **100 clienti al giorno**

Referente presenti

Le combinazioni presentate **più comuni** includono il **Prosciutto di Parma/Crudo di Cuneo**, oppure **Parma/San Daniele/Crudo di Cuneo**.

Il **33,3%**, presenta il Crudo di Cuneo come **unica referenza** e si ritiene un grande estimatore.

Prezzi di Vendita applicati

PREZZO MEDIO APPLICATO	% PUNTI VENDITA	
Da € 3,00 a € 3,40	0%	
Da € 3,50 a € 3,99	60%	
Da € 4,00 a € 4,49	25%	
Sopra € 4,50	15%	

Un fattore che ha sicuramente influenzato questa distribuzione è la recente mancanza di pezzi di Crudo di Cuneo consegnati ai vari punti vendita



SEZIONE 2: ABITUDINI DI ACQUISTO DEL CONSUMATORE

Consumo di Prosciutto Crudo

- Acquisto **quotidiano** per la maggior parte dei consumatori
- Aumento della domanda durante il periodo **estivo**

Influenza dell'Operatore al banco

- 50% dei consumatori **non ha deciso** quale prosciutto acquistare
- Disposti a seguire i **consigli dell'operatore**



Fattori che influenzano la scelta

- 1° Origine del prodotto
- 2° Marchio
- 3° Prezzo

Stagionatura

- Solo il 33,3% preferisce una stagionatura specifica
- Prevalenza per il prosciutto stagionato 24 mesi
- La scelta dipende dalla conoscenza o passione del settore



SEZIONE 3: FOCUS SU POSIZIONAMENTO E PERCEZIONE DEL CRUDO DI CUNEO DOP

REPUTAZIONE DEL PROSCIUTTO CRUDO DI CUNEO

- **Buona reputazione** per la qualità
- **Problemi** recenti: ritardi e mancanze nelle forniture
- **Critiche** per l'ingresso nel canale **GDO**, percepito come perdita di esclusività

APPREZZAMENTO DA PARTE DEI CONSUMATORI

- Sapore distintivo **riconosciuto** e **apprezzato**
- Forte legame con il **marchio** e la **qualità** percepita
- **Origine** come vantaggio competitivo (preferito dai consumatori locali)

QUALITÀ DEL PRODOTTO

- Nessun difetto rilevante per la maggior parte dei Punti Vendita
- Difetti **occasionali** (eccessiva sapidità, stagionatura non sufficiente, colore non uniforme)
- Prosciutti difettosi **tempestivamente sostituiti**, mantenendo fiducia nel prodotto

PROMOZIONE E MARKETING

- 90% dei Punti Vendita utilizza **cartellonistica** per promuovere il prodotto
- **Iniziative promozionali** molto apprezzate, in primis, le borse termiche)
- Marketing **mirato** e **continuativo** potrebbe aumentare l'appeal del prodotto