MORTADELLA BOLOGNA IGP: NUOVE OPPORTUNITÀ DI CRESCITA TRA QUALITÀ, INNOVAZIONE E NUOVI CONSUMATORI

In occasione dei suoi 25 anni, il Consorzio Italiano Tutela Mortadella Bologna presenta alle aziende i risultati di quattro ricerche dedicate al mercato, ai consumatori e alla qualità del prodotto. Dalle indagini emergono il valore distintivo della certificazione IGP, le opportunità di sviluppo al banco taglio e nuove prospettive per ampliare i target e le occasioni di consumo, anche attraverso un progetto di segmentazione verticale della Denominazione verso una proposta premium.



Milanofiori, 12 novembre 2026 – Venticinque anni di attività dedicati alla tutela e alla valorizzazione della Mortadella Bologna IGP e uno sguardo rivolto alle sfide del futuro. È con questo spirito che il **Consorzio Italiano Tutela Mortadella Bologna** ha riunito le aziende consorziate lo scorso 23 ottobre, nella prestigiosa cornice di Palazzo d'Accursio a Bologna, per una giornata di approfondimento e confronto sulle prospettive di sviluppo della denominazione.

Al centro dell'incontro, i risultati di **quattro ricerche commissionate dal Consorzio a Circana, EngageMinds HUB dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, Demoskopea e Adacta International**, con l'obiettivo di analizzare la Mortadella Bologna IGP da prospettive differenti ma

complementari: andamento del mercato, valore della certificazione, percezione dei consumatori e caratteristiche sensoriali del prodotto.

Un lavoro di analisi che, in uno scenario economico e competitivo complesso, offre indicazioni preziose per orientare le strategie future, individuando **nuove opportunità di crescita senza perdere di vista i valori che hanno reso la Mortadella Bologna IGP uno dei simboli della tradizione gastronomica italiana.**

Le quattro ricerche: un patrimonio di conoscenze per guardare al futuro

L'analisi condotta da *Circana* ha messo in evidenza la capacità della Mortadella Bologna IGP di distinguersi, in termini di performance di mercato, rispetto alla mortadella senza denominazione e al comparto dei salumi, sia nella Grande Distribuzione Organizzata sia nel canale discount. Dallo studio emergono inoltre **ulteriori opportunità di sviluppo nel segmento del banco taglio**, un ambito strategico per valorizzare le caratteristiche distintive del prodotto.

La ricerca realizzata da *EngageMinds HUB dell'Università Cattolica del Sacro Cuore* ha approfondito il ruolo della certificazione IGP nelle percezioni e nelle intenzioni d'acquisto dei consumatori. I risultati confermano che **la denominazione rappresenta un elemento concreto di valorizzazione**, capace di rafforzare le percezioni di qualità, garanzia, autenticità e controllo e di generare, nel contesto sperimentale analizzato, una maggiore propensione all'acquisto rispetto alla mortadella generica.

Demoskopea ha esplorato l'immagine della Mortadella Bologna IGP, le abitudini e le motivazioni di consumo, evidenziando la **forza del suo patrimonio identitario, profondamente legato al gusto, alla tradizione e alla convivialità**. Accanto a questi punti di forza, la ricerca individua **nuovi spazi di crescita**, soprattutto nella capacità di dialogare con pubblici differenti, attraverso linguaggi contemporanei, nuove occasioni di consumo e una valorizzazione sempre più efficace delle caratteristiche distintive del prodotto. Dalle indagini sono emerse anche le aspettative dei consumatori nei confronti di una proposta di fascia *premium* per la IGP.

Infine, *Adacta International* ha analizzato l'esperienza sensoriale della Mortadella Bologna IGP, approfondendo il gradimento dei consumatori e le caratteristiche che contribuiscono alla qualità percepita. Lo studio offre indicazioni utili per valorizzare le specificità delle diverse interpretazioni aziendali e per comprendere quali elementi sensoriali possano contribuire a rafforzare ulteriormente la distintività della denominazione.

Dalla notorietà alla scelta: la sfida dei prossimi anni

Letti nel loro insieme, i risultati delineano una prospettiva incoraggiante: **la Mortadella Bologna IGP può contare su una forte identità, su un patrimonio di qualità riconosciuto dai consumatori e su nuove opportunità per rafforzare la propria presenza sul mercato.**

«In questi 25 anni abbiamo lavorato per tutelare e valorizzare la Mortadella Bologna IGP, contribuendo a costruire un patrimonio di riconoscibilità, fiducia e qualità – **dichiara il Presidente del Consorzio Italiano Tutela Mortadella Bologna, Guido Veroni** –. Le ricerche ci confermano

che siamo sulla strada giusta, ma ci indicano anche nuove opportunità da cogliere. La nostra ambizione è continuare a rafforzare il valore della denominazione, avvicinando nuovi consumatori e rendendo la Mortadella Bologna IGP sempre più riconosciuta, desiderata e scelta».

La sfida per i prossimi anni non sarà quindi soltanto quella di consolidare la notorietà raggiunta, ma di **trasformarla sempre più in riconoscimento del valore, desiderabilità e preferenza d'acquisto**, ampliando l'universo dei consumatori e moltiplicando le occasioni nelle quali la Mortadella Bologna IGP può essere protagonista.

Accanto a questo progetto, le evidenze emerse dalle ricerche confermano la rilevanza di diverse direttrici già intraprese dal Consorzio: dalla comunicazione radiofonica e digitale alla valorizzazione della filiera e dei produttori, dallo sviluppo del canale Ho.Re.Ca. alla ricerca di nuove proposte di prodotto, fino alle iniziative esperienziali come il Mortadella Day.

Un percorso che, facendo leva sui risultati di 25 anni di attività, punta a consolidare quanto costruito e ad aprire nuove prospettive di sviluppo, coniugando tutela della tradizione, valorizzazione della qualità e capacità di innovazione.

Il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna

Il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna si è costituito nel 2001, a seguito del riconoscimento dell'IGP alla Mortadella Bologna - avvenuto nel 1998 - e al conseguente avvio della certificazione da parte dei produttori. Il Consorzio, che ha come scopo la tutela e la valorizzazione della Mortadella Bologna IGP, in collaborazione con il Ministero per le politiche agricole, alimentari e forestali promuove la Mortadella Bologna IGP e svolge attività di difesa del marchio e della Denominazione dalle imitazioni e dalle contraffazioni.

Il Consorzio garantisce un'alta qualità di base che ogni produttore migliora secondo la propria esperienza e professionalità. Un'attività costante che ha come unico obiettivo, che è anche la finalità di tutte le aziende, con i loro marchi, di garantire ai consumatori un prodotto dalle caratteristiche uniche per qualità e gusto, un prodotto ad alto valore nutrizionale, con una composizione di proteine nobili, minerali e grassi insaturi perfettamente in linea con le tendenze della moderna scienza nutrizionale.

Per ulteriori informazioni: Ufficio Stampa: Augusto Cosimi – cosimi@assica.it Tel 02 8925901- Cell 335 7271526