



Studio sul Salame Cacciatore Italiano - Salamini Italiani alla Cacciatora DOP

Insight dalla ricerca

Milano, 10 giugno 2026



eumetra

Knowledge. Vision. Decision.

The background is a collage of various food items including bread, cheese, nuts, and a flower, all in a muted, semi-transparent color palette.

La ricerca

Disegno della ricerca: due fasi successive



FASE 1 – FASE ESPLORATIVA

La ricerca è stata condotta attraverso sei gruppi online (**Insight-Group**), ciascuno della durata di 2,5 ore, composti da 7 partecipanti accuratamente selezionati.

I partecipanti erano uomini e donne tra i 30 e i 64 anni, responsabili degli acquisti alimentari, consumatori di salamino (intero o in vaschetta), provenienti da **Milano, Roma e Bari**.

GIUGNO 2025



FASE 2 – FASE DI MISURAZIONE

La ricerca è stata condotta attraverso questionario online (Computer Assisted Web Interview) della durata di 20 minuti.

I partecipanti sono stati selezionati rispetto a quote di genere, età, area, ampiezza geografica, tra responsabili di acquisto e consumatori di salumi negli ultimi 12 mesi.

Sono state raggiunte **1000** interviste totali.

LUGLIO 2025

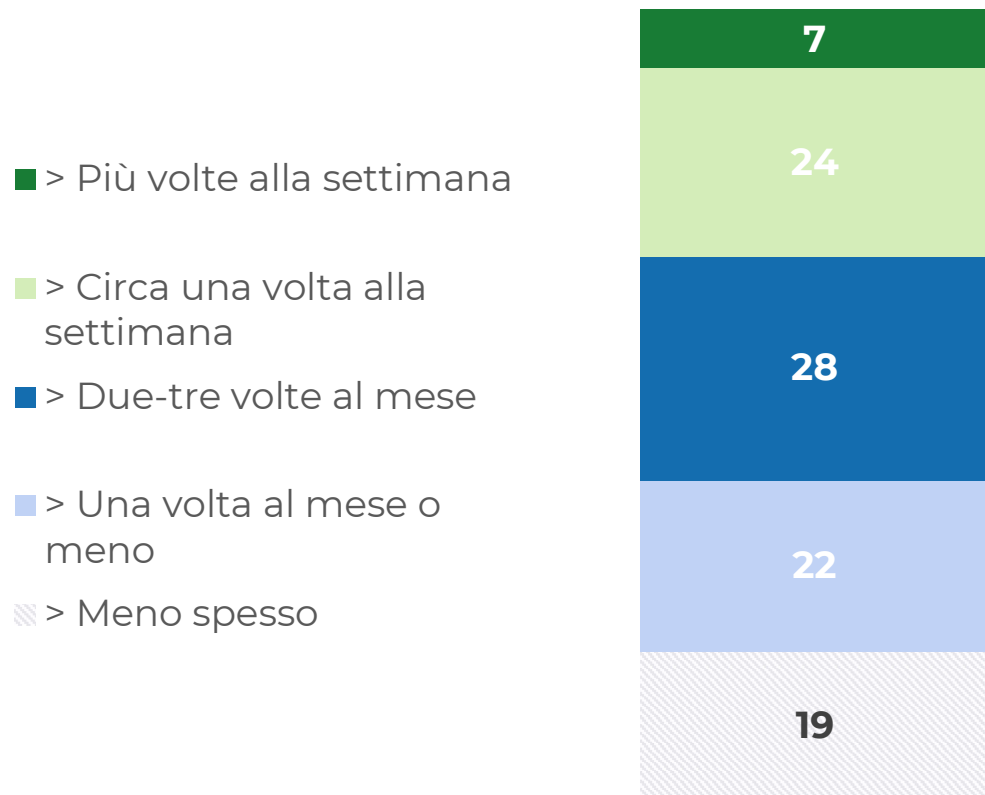
Il salame

Le «virtù» dei salami

I salami occupano uno spazio affettivo e gastronomico decisamente rilevante :

<p>1</p> <p>EDONISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> • un prodotto piacevole per definizione, goloso, appagante: «un comfort food»! 	<p>2</p> <p>VERSATILITA'</p> <ul style="list-style-type: none"> • adatto in tutti i contesti e in tutte le modalità: dal panino fuori casa al pranzo in famiglia, dall'aperitivo alla torta salata... • un ottimo «salva pasto» 	<p>3</p> <p>SOCIALITA'</p> <ul style="list-style-type: none"> • adatto ai consumi conviviali, esibitivo, «scenografico», può anche essere un regalo
<p>4</p> <p>SENSO DI COMPLETEZZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • «chiude», completa anche il pasto più semplice per la sua ricchezza 	<p>5</p> <p>LEGAME ALLA TRADIZIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> • un prodotto che rimanda ai valori di un tempo, a gesti e riti passati che si ha voglia di riscoprire • potenzialmente ricco di storie originarie 	<p>6</p> <p>ECONOMICITA'</p> <ul style="list-style-type: none"> • accessibile per tutti, risolve il pasto con poco e può essere acquistato anche di frequente

Frequenza di consumo del salame



81% consuma Salame (esclusi meno spesso)

31% Heavy User di Salame

Media consumo Salame: 2,7 volte/settimana



Motivazioni edonistiche e resistenze razionali

«una passione da maneggiare con cura»

PRO

- gusto e piacere *intensi*
- velocità, praticità, pronto all'uso («risolve»)
- tradizione, storia, italianità
- «esibibilità» e convivialità informale/formale (da consumare in compagnia, da regalare...)
- economicità
- ritualità

Un piacere unico a portata di mano, funzionale!

CONTRO

- elevati valori nutrizionali (grasso, calorico...)
- pesantezza (non sempre facile da digerire)
- lavorazione industriale (allevamenti intensivi, produzione di massa...)
- un consumo sfizioso sembra «limitare» una salubrità trasparente (almeno per ora)
- poco in linea con i nuovi trend alimentari contemporanei (meno sale, no carne rossa, no insaccati...)
- scarsa chiarezza comunicativa su ciò che avviene «prima» della tavola.

Vuoti comunicativi o dubbi su processazione o qualità delle materie prime

Il salame convince per sapore, comodità, condivisione e attenzione al portafoglio

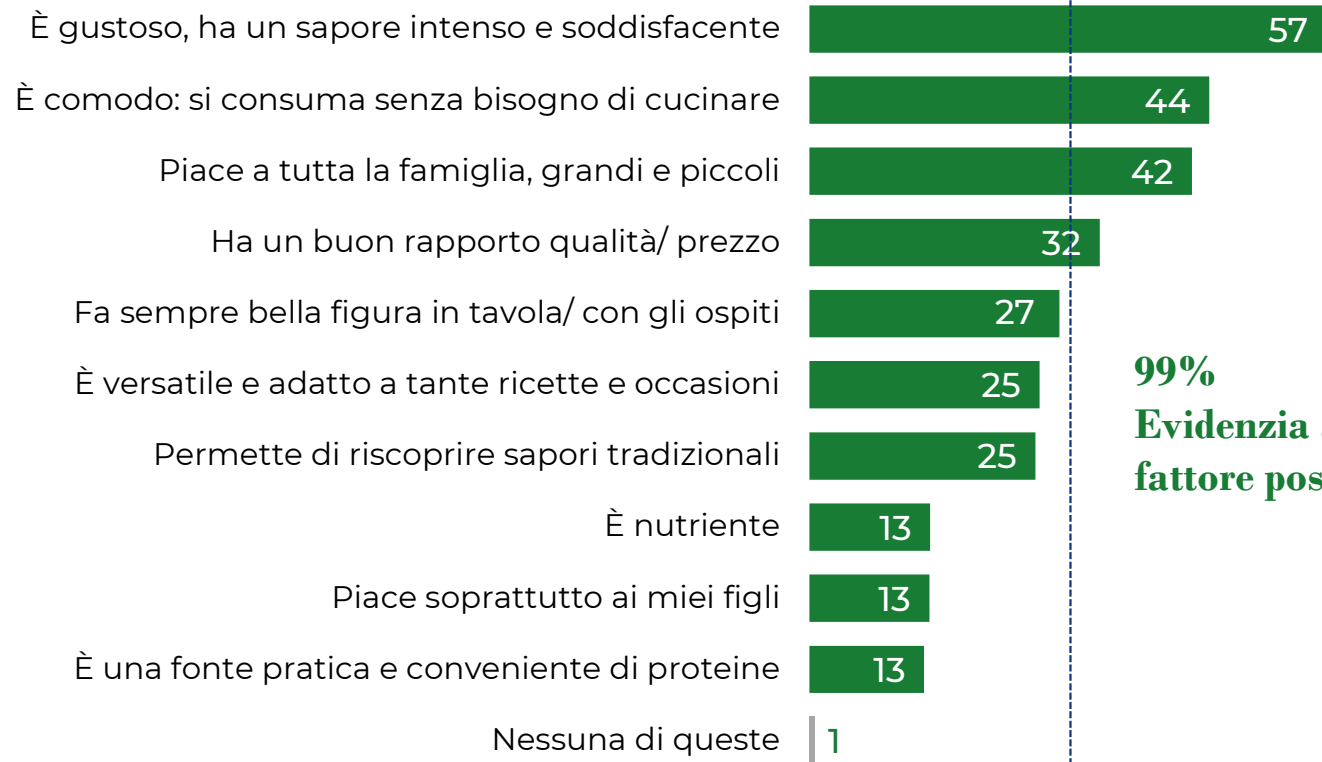
81% consuma Salame
(esclusi meno spesso)

Base: totale campione

MOTIVAZIONI
SOLLECITATE

FATTORI POSITIVI DEL CONSUMO DI SALAME

Base: chi consuma salame



99%
**Evidenzia almeno un
fattore positivo**

Il salame non è per tutti i giorni, ha troppi grassi, di bassa salubrità e contiene conservanti o additivi

81% consuma Salame
(esclusi meno spesso)
Base: totale campione

MOTIVAZIONI
SOLLECITATE

FATTORI NEGATIVI DEL CONSUMO DI SALAME

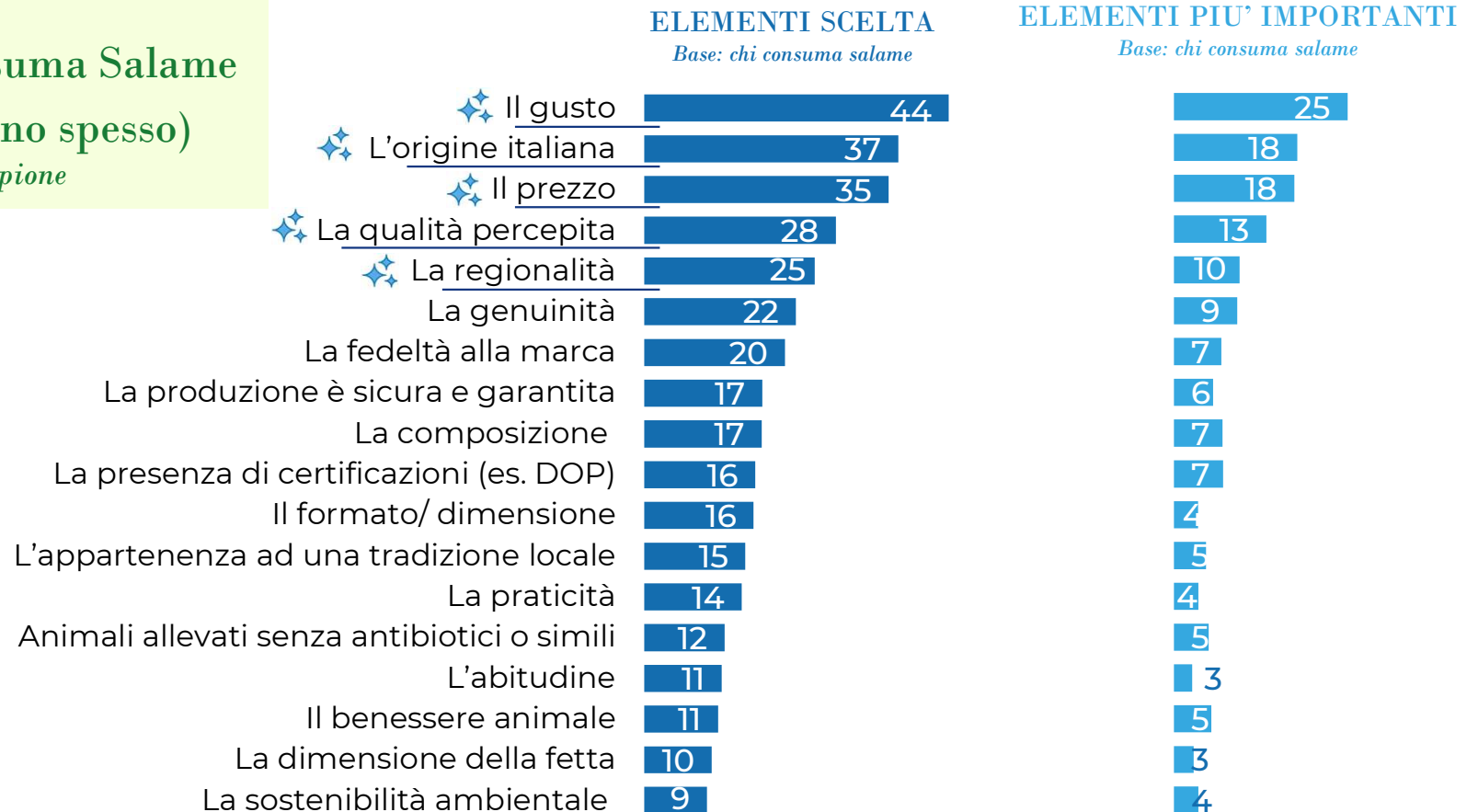
Base: chi consuma salame



85%
**Evidenzia almeno un
fattore negativo**

I pillar della scelta: gusto, italianità, prezzo;
«fattori valoriali» vanno in fondo alla classifica

81% consuma Salame
(esclusi meno spesso)
Base: totale campione



Il valore del DOP nei salami è ad oggi ancora poco riconosciuto

Il mercato dei salami **non ha ancora un immaginario di riferimento delle certificazioni:**

- si è fatta molta poca comunicazione in merito → non si ricorda alcun consorzio del salame,
- la marca ha il ruolo di garante predominante per il consumatore → ci si fida del produttore: le grandi marche in quanto «più controllate», i piccoli produttori perché genuini e meno industriali.

Il segno del DOP non basta solo dichiararlo: **il suo valore ha bisogno di essere argomentato, dimostrato, espanso**

- c'è chi lo mette sullo stesso piano di una fiducia costruita nel tempo verso singole aziende o marchi
- chi preferisce il valore dato da piccole dimensioni di un'azienda, dalla filiera corta, dal km zero.

La DOP, in generale, è vista come uno strumento necessario per **garantire la provenienza e la qualità** di un prodotto complesso come il salame, a partire dall'origine della carne.

La certificazione è ritenuta **più affidabile** proprio perché **presuppone controlli sistematici e disciplinari chiari** (→ per chi ne capisce).

Nel concreto il valore del DOP viene ad oggi relativizzato:

- ci si fida di più del prodotto conosciuto, della marca storica (la familiarità in mancanza di altro)
- richiede una comunicazione più convincente.



In sostanza, si chiede un sigillo narrante !

Tipologie di salame conosciute

IN TESTA PER CONOSCENZA SALAME MILANO, SALAMINI SNACK E SALAME CACCIATORE ITALIANO

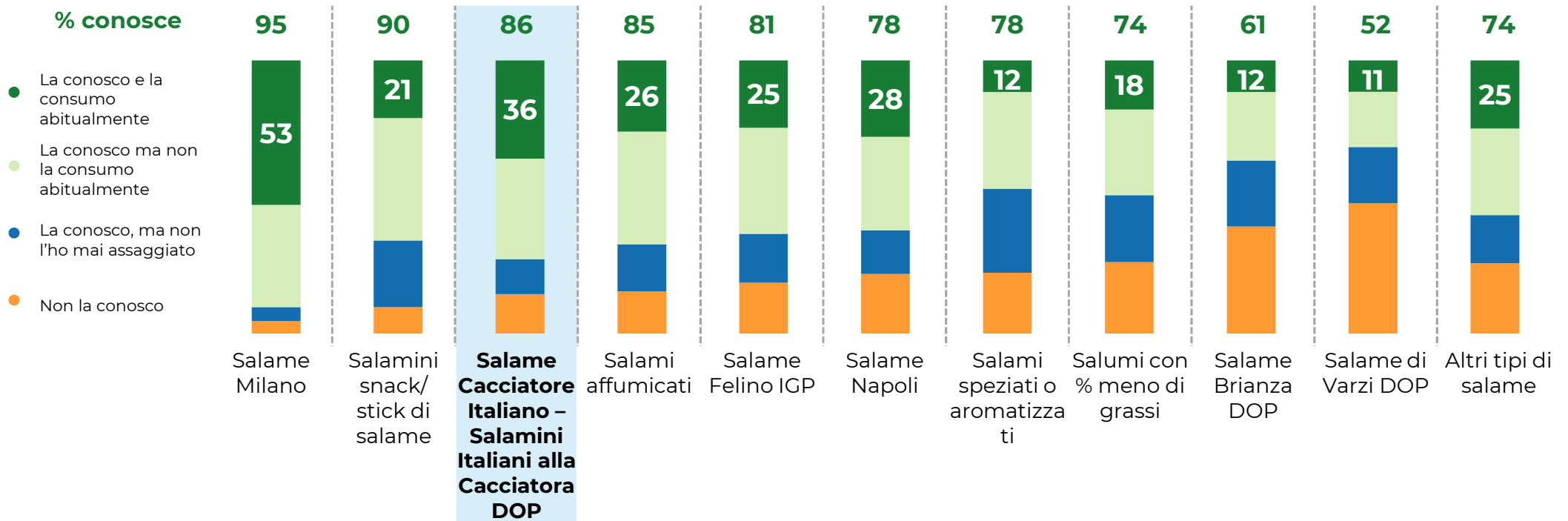
81% consuma Salame (esclusi meno spesso)

Base: totale campione

UN CONFRONTO TRA CHI CONSUMA SALAME SOLLECITATO

QUALI TIPOLOGIE?

Base: chi consuma salame






Focus sul «salamino»

Il salamino intero: una *dimensione* e un *gusto* identitari

Il **salame di *piccola taglia*** si distingue per funzionalità, praticità ed **equilibrio gustativo** si ritaglia una collocazione precisa nella categoria dei salami:

NOME: IL SALAMINO

- un salame **più «piccolo»** della media
- chiamato per questo così spesso, per distinguerlo da altro:
 - ✓ «*salame*» generico è utilizzato per i prodotti più grossi, da farsi a volte affettare al banco taglio
- spesso chiamato anche «**cacciatorino**».

 una questione da risolvere!

SENSORIALITÀ

- intensità gustativa: **‘un concentrato di sapore’**, come se la dimensione piccola «addensasse» maggiormente il sapore/piacere (e ne sublimasse l'assaggio)
- buono, sapido, morbido, non troppo speziato e con la giusta quantità e dimensione di pezzetti di grasso
- adatto a tutta la famiglia, bimbi inclusi.

PRATICITÀ

- le **dimensioni contenute** lo rendono **perfetto per tutti gli usi e le occasioni**: dalla merenda, al pranzo, dall'aperitivo allo sfizio serale...
- ma soprattutto appare l'ideale per non essere avanzato o lasciato troppo a lungo in frigorifero
- appena aperto: ogni volta **freschissimo**.

EQUILIBRIO

- il giusto apporto delle caratteristiche attese da un salame (in termini di gusto, di consistenza, di funzionalità, di dimensioni...): una sorta di **‘piacere controllato’**, coerente con la necessità di evitare eccessi.

Un salamino equilibrato, delizioso, piccolo da 150/200 grammi, pratico ... rappresenta un compromesso tra sfizio e porzione controllata.

Conoscenza spontanea del Salame Cacciatore

SOLLECITATA DA STIMOLO VISIVO (FOTO PRODOTTO SENZA NOMI/LOGHI)
 SOLO 1 SU 4 RISPONDE IN MODO «COERENTE»; MOLTA CONFUSIONE E INCERTEZZA



Cacciatore	13
Cacciatorino	12
Napoli	6
Milano	4
Cita brand	4
Felino	3
Nostrano	1
Ungherese	1
Altro	1
Non indica	54

46%

**CITA ALMENO
 UNA TIPOLOGIA
 (29% 25-34 ANNI)**

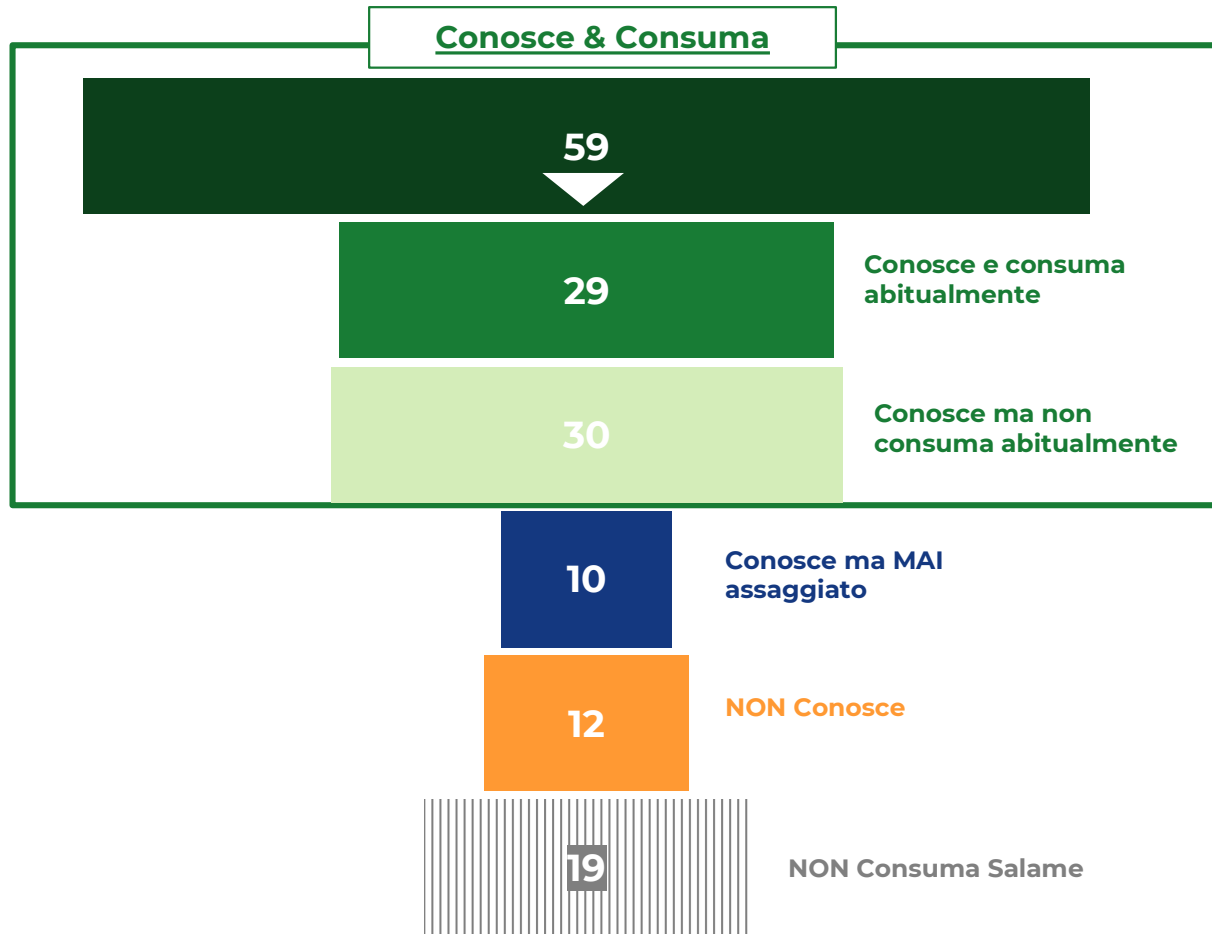
25%

**Giusta associazione, anche se
 dicitura non corretta**

The background image shows several salami products. One salami is sliced, showing its internal texture. Another salami is wrapped in a white, textured paper. A circular logo is visible on the packaging, featuring the Italian flag colors and the text 'CONSORZIO DI TUTELA CACCIATORE ITALIANO'.

Focus su **Salame Cacciatore Italiano – Salamini Italiani alla Cacciatora DOP**

Focus Salame Cacciatore Italiano



69% Conosce Salame Cacciatore Italiano – Salamini Italiani alla Cacciatora DOP

Formato di consumo del Salame Cacciatore Italiano – DOP prevale la versione intera, poi pre-affettata

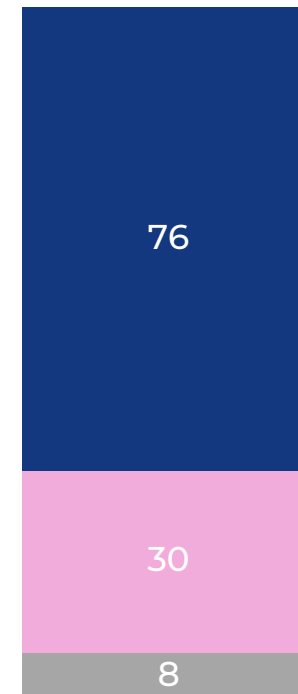
**59% Conosce &
Consuma Salame
Cacciatore Italiano –
Salamini Italiani alla
Cacciatora DOP**

Base: totale campione

FORMATI DI CONSUMO

Base: chi consuma Salame Cacciatore Italiano

- Interi (salamini interi, piuttosto che affettati da te poi a casa...)
- Pre-affettati confezionati in vaschetta/ busta
- Non ricordo



Il Salame Cacciatore Italiano si consuma soprattutto come snack, componente di antipasto o aperitivo

59% Conosce & Consuma Salame Cacciatore Italiano – Salamini Italiani alla Cacciatora DOP

Base: totale campione

SITUAZIONI DI CONSUMO

Base: chi consuma Salame Cacciatore Italiano



Valori % la linea tratteggiata indica il giudizio medio C2. In che occasioni hai consumato il Salame Cacciatore Italiano? 19

Apprezzato per la sua italianità, rapporto qualità/prezzo, gusto e qualità della carne più che per aspetti salutistici o premium

59% Conosce & Consuma Salame Cacciatore Italiano – Salamini Italiani alla Cacciatora DOP

Base: totale campione

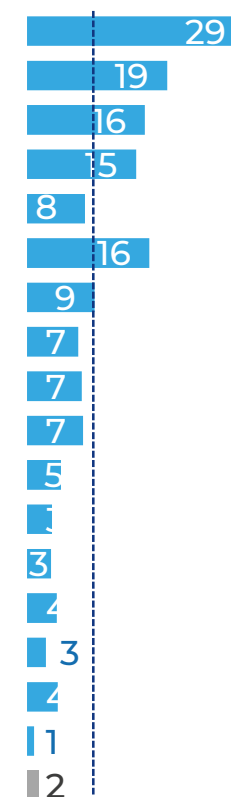
ELEMENTI CARATTERIZZANTI

Base: chi consuma Salame Cacciatore Italiano



ELEMENTI PIU' IMPORTANTI

Base: chi consuma Salame Cacciatore Italiano



Valori % ranking su elementi caratterizzanti, la linea tratteggiata indica il giudizio medio

C4. Quali di questi aspetti attribuisce ai Salame Cacciatore Italiano? 20

C4_1. Puoi scegliere gli aspetti che per te sono i più importanti tra quelli che hai selezionato e attribuisce ai Salame Cacciatore Italiano?

Distintività per origine italiana, size, gusto

SICURAMENTE UN PRODOTTO CHE SI DIFFERENZIA BENE RISPETTO AGLI ALTRI SALAMI

69% Conosce Salame Cacciatore Italiano – Salamini Italiani alla Cacciatora DOP

Base: totale campione

ELEMENTI DISTINTIVI

Base: chi conosce Salame Cacciatore Italiano



Valori %, la linea tratteggiata indica il giudizio medio

C5: In cosa ti sembra diverso il Salame Cacciatore Italiano rispetto ad altri tipi di salame? 21

Seleziona le tre caratteristiche per cui ti sembra diverso...

Gli imperativi nella ricerca di informazioni

81% consuma Salame
(esclusi meno spesso)
Base: totale campione

INFORMAZIONI CRUCIALI DA TROVARE SUL SALAME CACCIATORE ITALIANO
Base: consumatori di salame





Focus su **DOP & Consorzio**

Di fronte al logo del Consorzio c'è un po' di disorientamento...



- Un logo perlopiù sconosciuto, mai notato
- racconta il tipo di prodotto («**CACCIATORE**»): «*lo chiama per nome*»
- valorizza genericamente l'italianità della produzione, rassicurando sulla sua qualità.

▪ ... mentre la scritta **CONSORZIO DI TUTELA** *sfugge*, e/o apre a una serie di domande

- Cosa tutela? L'allevamento? La produzione? La ricetta? Tutto il processo? ...
- Italiano di dove? Quale territorio specifico per il salame Cacciatore? Vale per tutte le regioni?
- Da quando esiste? Perché non l'ho mai visto né sentito?

Il **BOLLINO DOP** non appare immediatamente legato a quello del Consorzio ... nuovi interrogativi:

- perché il bollino del DOP è più piccolo dell'altro?
- vuol dire che è DOP solo se c'è dietro un Consorzio?
- perché riconosco il bollino giallo ma non quello nero?



Aspetti visivi distintivi: quelli identitari fondamentali

VINCONO LA FETTA, L'ITALIANITÀ, LA RELATIVA BANDIERA, LA PAROLA DOP, LA FORMA DEL PRODOTTO

ELEMENTI DISTINTIVI VEDENDO IL PACK DEL SALAME CACCIATORE ITALIANO



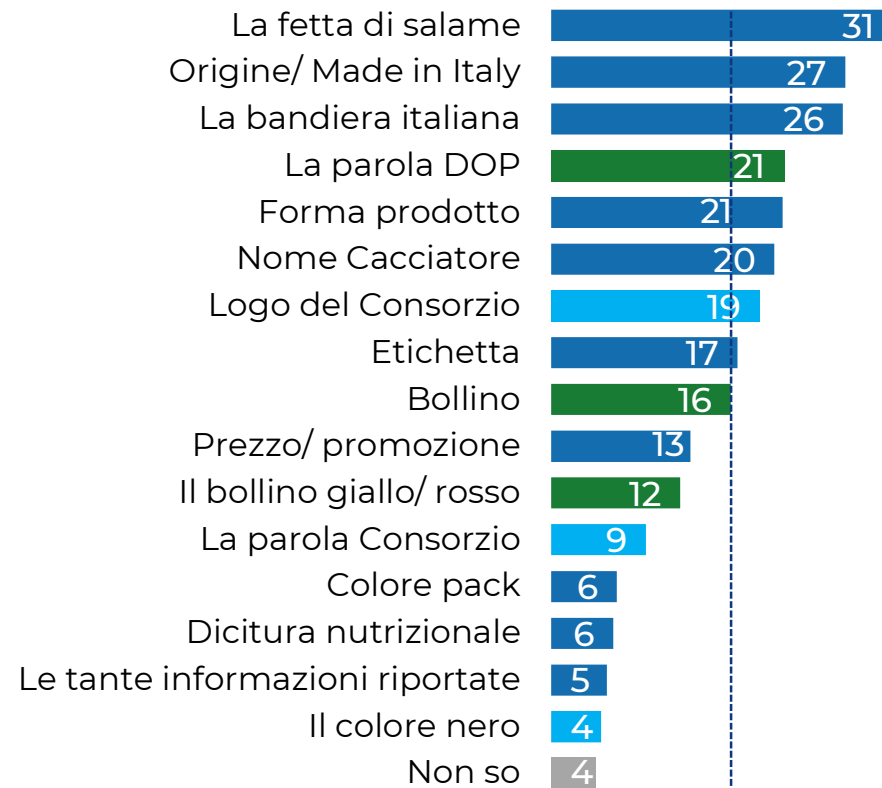
NET LOGO+PAROLA 25%

NET LOGO+PAROLA+
COLORE NERO 28%

NET DOP+ BOLLINO ROSSO
GIALLO: 29%

NET DOP+ BOLLINO ROSSO
GIALLO+BOLLINO: 40%

erved

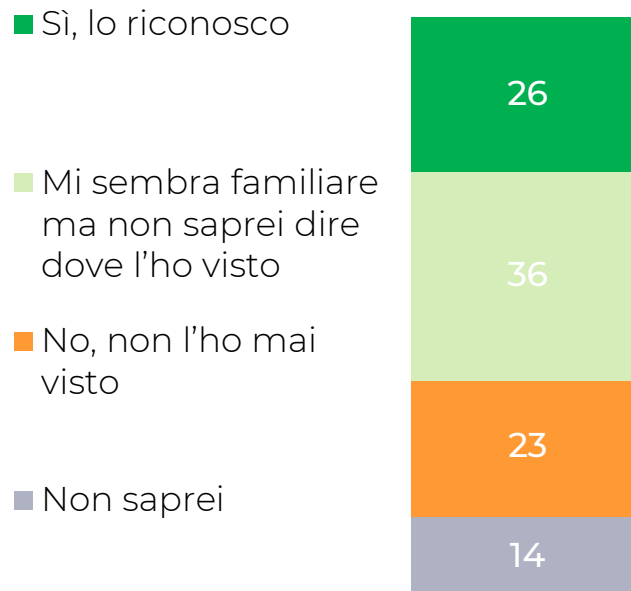


Totale campione, Valori %, la linea tratteggiata indica il giudizio medio D1. Qual è l'aspetto che noti come primo in questo prodotto? Quali altri?

Logo familiare per 6 italiani su 10, 1 su 4 lo riconosce con certezza



RICONOSCIBILITÀ DEL LOGO



IL SIGNIFICATO DEL LOGO (PRIME RISPOSTE CITATE)



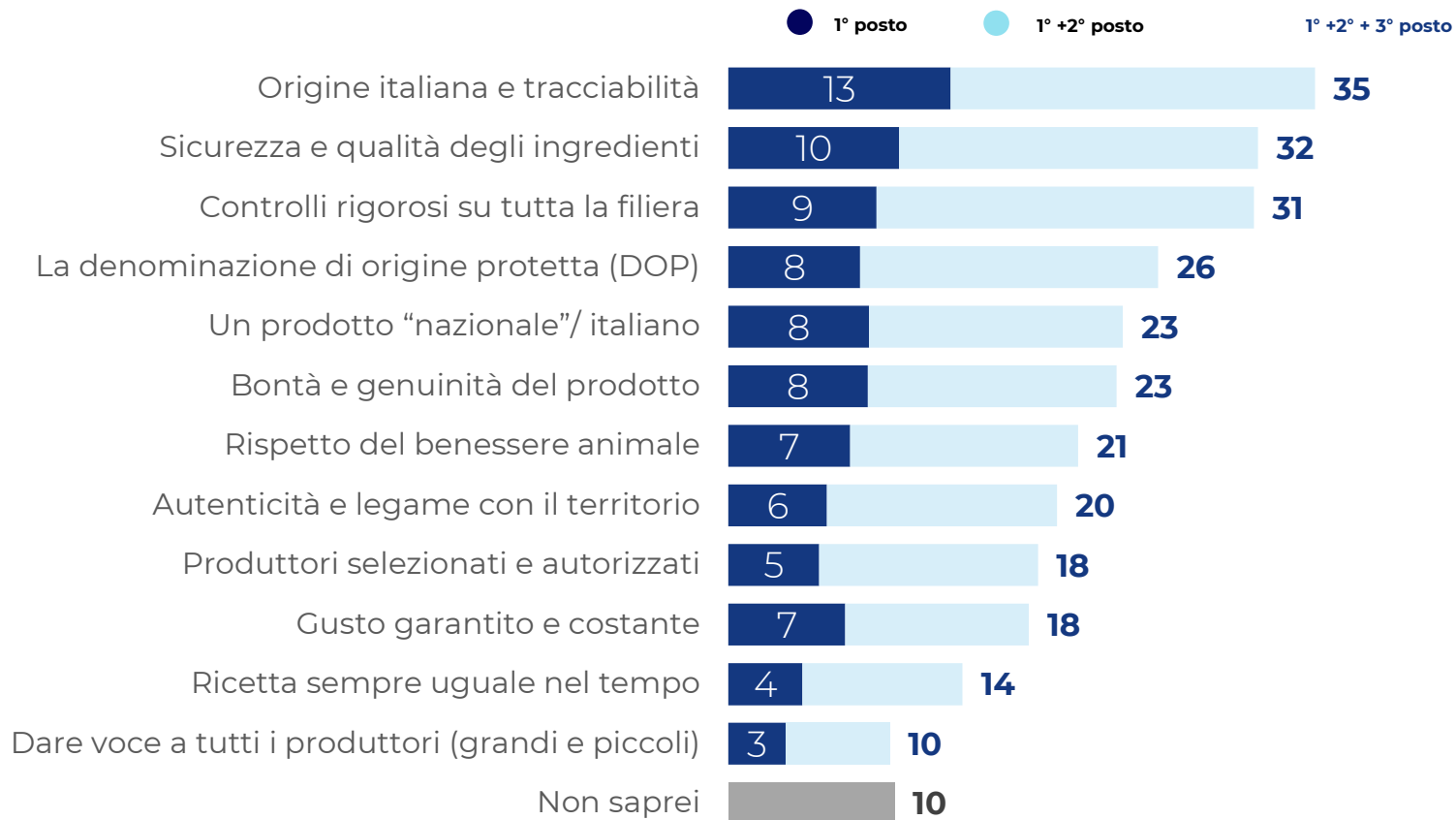
Il logo veicola valori come tutela, italianità, qualità del marchio e tradizione

IL SIGNIFICATO DEL LOGO



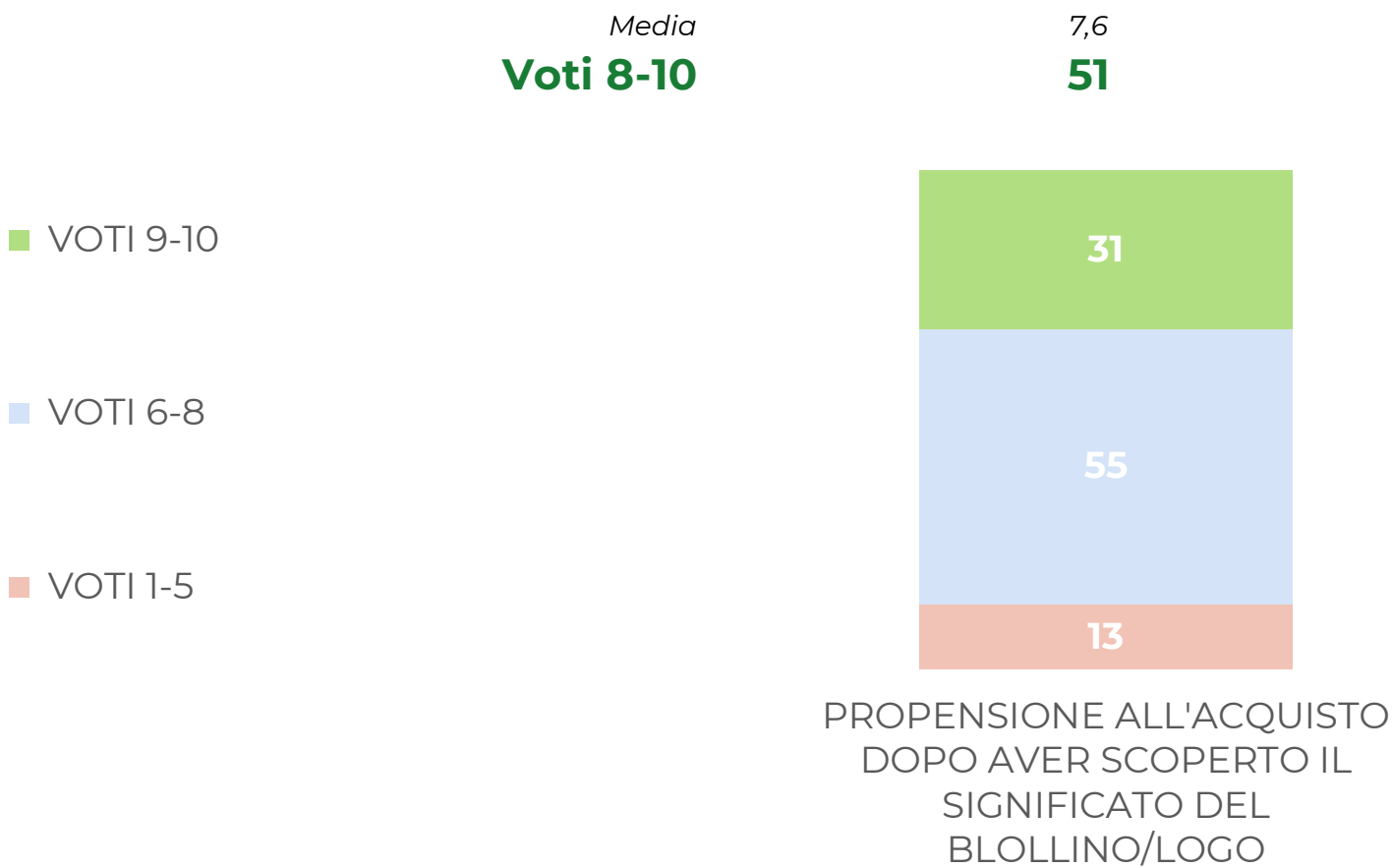
Quali sono le parole chiave per raccontare il Consorzio? Tracciabilità, sicurezza, controlli e DOP, italianità

COME DOVREBBE RACCONTARSI IL CONSORZIO



Conoscere il significato del bollino incide sull'intenzione di acquisto

INTENTION TO BUY DOPO AVER SCOPERTO IL SIGNIFICATO DEL LOGO



Le risposte attese dal Consorzio CACCIATORE ITALIANO DOP

La provenienza territoriale

- la sede del Consorzio
- da quali parti d'Italia afferiscono i produttori aderenti
- dove vengono allevate, macellate e lavorate le carni
- i riferimenti all'Italia sono un buon punto di partenza ... ma la curiosità è maggiore.

Gli aspetti di tutela

- cosa certifica il consorzio
- quali aspetti tutela: dall'animale ... alla produzione del salame o solo una parte del ciclo?
- quali le regole del disciplinare...

Le caratteristiche del prodotto

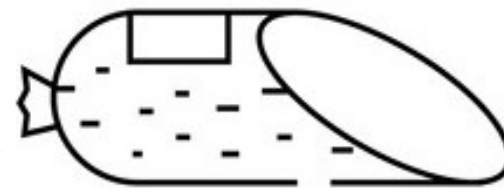
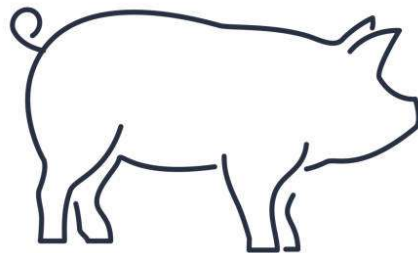
- quale la ricetta originale
- quanto le singole aziende devono rispettarla (vincoli?)
- i dettagli su consistenza, sapidità, valori nutrizionali...

Chi vi afferisce

- le aziende/ marche che fanno parte del consorzio
- quante le grandi marche e quanti i piccoli produttori
- autonomia dell'ente certificatore rispetto ai produttori
- le differenze con i prodotti/brand esclusi dal consorzio.

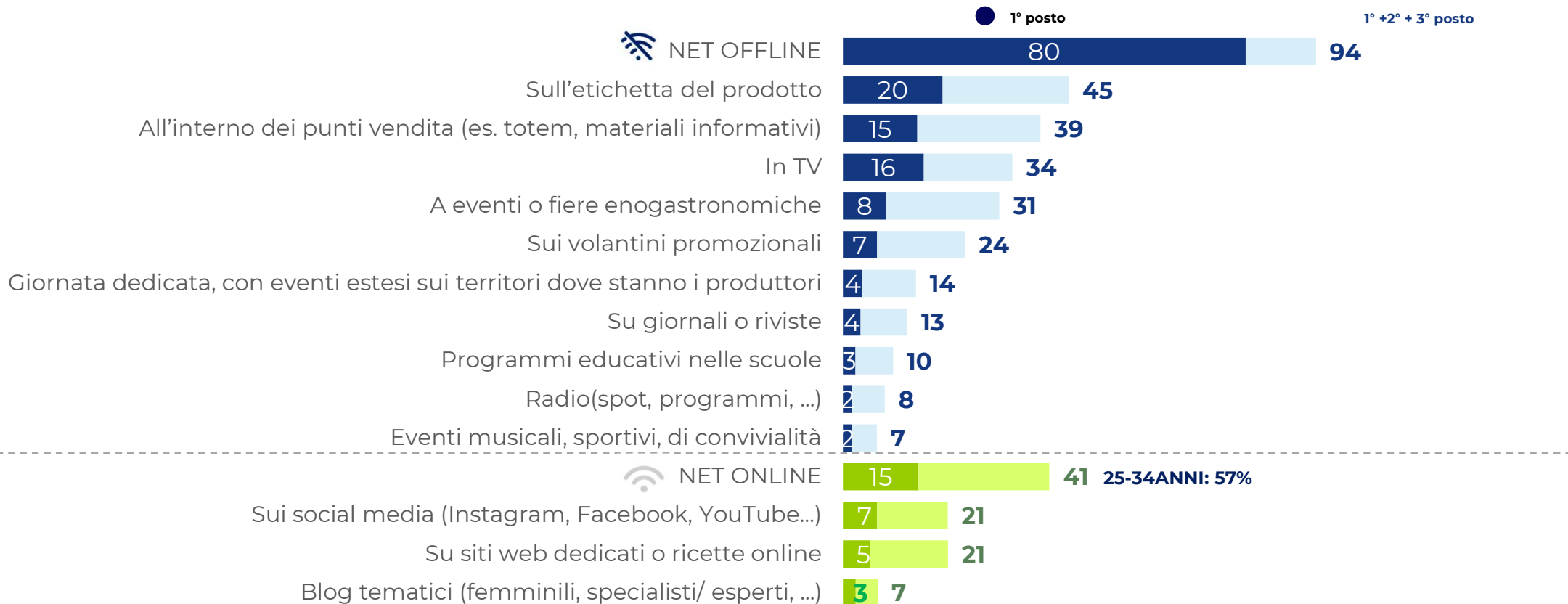
Il ruolo del consorzio

- cosa fa nel concreto
- quali compiti specifici
- quanto la sua presenza incide davvero sulla qualità del prodotto finale e lo rende differente da uno che non è certificato...



I canali efficaci per comunicare come Consorzio?

OFFLINE DOMINA CON ETICHETTA E PUNTI VENDITA;
ANCHE L'ONLINE ACQUISTA IMPORTANZA PRINCIPALMENTE CON I SOCIAL



Suggerimenti e attese verso la comunicazione del Consorzio CACCIATORE ITALIANO DOP

COSA DEVE DIRE



- Raccontare **il soggetto consortile**
 - Spiegare **le funzioni del Consorzio**
 - Descrivere **il processo produttivo**
 - Raccontare **la provenienza territoriale**
 - Narrare **la storia Cacciatore Italiano**
 - Valorizzare il **gusto di prodotto**
- chi è, chi ne fa parte, quale la sua storia, quali le motivazioni della sua fondazione, qual è il suo disciplinare... → dare voce al motivo per cui è nato il Consorzio e quali sono i vantaggi del consumatore finale grazie alla sua presenza (possibilmente percepibili al momento dell'assaggio)
 - cosa fa, cosa tutela, quali controlli effettua, quale il valore aggiunto...
 - come e dove vengono allevati gli animali, con quale alimentazione, come vengono lavorati nella produzione, quale la ricetta «vera»...
 - quale località/regione è tipica del Cacciatore (se ce n'è una...)
 - perché si chiama così, da cosa deriva, quando nasce la ricetta perché quel nome, come quel nome ne caratterizza l'identità...
 - argomentare come si giunge a quel gusto di prodotto apprezzato (quale azione porta a quell'esperienza tanto amata? azione che permette anche di ritrovare con sicurezza quella soddisfazione?).

Le considerazione da Eumetra

Il Salame Cacciatore Italiano è familiare:

- chi riconosce la nomenclatura ufficiale arriva a un 86% del totale
- chi *anche* lo consuma è pari ad un 59%.

La sua dimensione e consistenza definiscono le peculiarità del Salame Cacciatore Italiano:

- ❖ una **dimensione contenuta**, adatta a numerosi consumi dentro/fuori dal pasto (versatilità e “tentazione”), mai eccessiva
- ❖ una **qualità/gustosità delicata** e appagante “universale” (preservata ... visto che raramente avanza)
- ❖ una **specificità italiana** sempre apprezzata nella nostra alimentazione.

Fra le **informazioni attese** emerge la richiesta di una sorta di «**carta d'identità**», un patentino che protegga il Cacciatore e lo definisca su diversi tratti.

Le key-words del Consorzio del Salame Cacciatore Italiano per una futura comunicazione sono: **tracciabilità, sicurezza, controlli e DOP, italianità/vicinanza**.

Più di un terzo degli intervistati è convinto che la presenza di un **Consorzio** tutelante e associato al DOP sia decisamente in grado di **incrementare la propria propensione** verso il Salame Cacciatore.

Tuttavia, il bollino del Consorzio non riesce sufficientemente ad emergere dalla label delle aziende, e ad *incontrare in memoria* il Consorzio - **non è presente una storia** del Cacciatore che possa essere risvegliata da un simbolo/bollino!).

Sono quindi numerose le aree potenziali su cui lavorare.

Per il Consorzio del Salame Cacciatore Italiano

- **Comunicare** la propria esistenza e il proprio ruolo tutelante, normativo, qualificante... in modo “reale”, quasi tangibile (label, volantino, punto vendita, ... in primis)
- **Definire/diffondere/ ... appropriarsi** di un nome proprio (“Cacciatore/cacciatorino”) narrando così una sua storia affascinante.
- **Rendersi più intercettabile** e identificabile al momento di acquisto.

Per le Aziende/Marche consorziate

- Permettere una **maggiore visibilità del Consorzio** all’interno del layout del brand
- **Sostenere e valorizzare** (*congiuntamente*) i principi sostenuti dal Consorzio.



Eumetra MR S.p.A. C.F. e P.IVA 09194440963 – Sede legale e operativa: Corso Magenta, 85 20123 | Milano
+39 02 22198360 – info@eumetra.com – PEC eumetramr@legalmail.it – www.eumetra.com

[Milano](#) | [Roma](#) | [Novara](#) | [Lugano](#) | [Londra](#)