



Salt & Twine

Chi siamo

Guidato dalla volontà di migliorarsi sempre, Parmacotto Group continua il proprio percorso di crescita e di innovazione. Con i suoi 3 brand - Parmacotto, Boschi Fratelli e Parmacotto Selection - Parmacotto Group firma e produce un'offerta completa di salumi sicuri ed equilibrati: cotti, avicoli e stagionati caratterizzati da un'attenta selezione delle materie prime. All'interno dei suoi 4 siti produttivi, metodi e ricette

tradizionali incontrano processi innovativi e all'avanguardia nel rispetto dei più elevati standard qualitativi. Oggi, grazie alla sua vocazione all'export, Parmacotto Group è in grado di rispondere anche alle esigenze dei mercati internazionali, mettendo il suo know-how a disposizione delle esigenze dei consumatori in Europa e America.



PARMACOTTO

2001

Entra nel mercato degli affettati in vaschetta.



PARMACOTTO

2016

Parmacotto amplia la sua offerta con un'area produttiva dedicata ai prodotti avicoli.



**SALUMI
Boschi Fratelli**



2023

Acquisizione di **New England Charcuterie** da parte di Parmacotto USA Holding. È un'azienda produttrice di salumi sotto il marchio Salt & Twine e ha sede a Boston, Massachusetts.

1978

Nasce Parmacotto SPA, specializzata nella produzione di prosciutti cotti.



2010

Inaugura il nuovo stabilimento di Marano, dedicato a uffici direzionali, produzione e logistica.



2019

Parmacotto diventa un Gruppo con l'acquisizione di Boschi e Fratelli (Produzione e Stagionatura di Prosciutti Crudi) e di Parmacotto LLC come nuova filiale commerciale statunitense (con sede in New Jersey).



2024

Nasce a Boston l'impianto di affettamento Parmacotto - Salt & Twine.

PARMACOTTO
Group

Chi siamo

 **4** BRAND



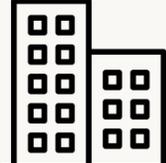




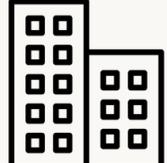


 **6** STABILIMENTI

- San Vitale Baganza
- Marano
- Felino
- Prato piano
- Boston (USA)
- Boston (USA)

 **2** FILIALI COMMERCIALI

- Parmacotto LLC
- Parmacotto Suisse

 **3** CANALI DI VENDITA

- GDO
- NORMAL TRADE
- HORECA


250
DIPENDENTI

58% donne | 42% uomini

€
150 mio€
TURNOVER 2024

I Nostri Marchi



Materie prime selezionate, liste brevi di ingredienti, alta qualità e cotture lente che non alterano i sapori sono i pillars su cui Parmacotto costruisce la sua identità. Nato come specialista del cotto, grazie alla sua volontà di migliorarsi sempre e investimenti costanti in tecnologie all'avanguardia Parmacotto produce oggi tutte le categorie di salumi con un'offerta completa, sicura ed equilibrata: particolare attenzione alle proprietà nutrizionali e alle proposte più healthy capaci di rispondere alle esigenze di un consumatore moderno e attento agli stili di vita sani.



Sapienza nelle stagionature, attenta selezione degli ingredienti e delle materie prime: Boschi Fratelli - parte di Parmacotto Group - è la tradizione di qualità dal 1861. Lo storico brand produce un ampio portfolio di prodotti DOP e IGP attraverso metodologie e rituali antichi ma con un approccio contemporaneo per rispondere alla crescente richiesta di proposte premium e smart. Un trend che si orienta verso prodotti che uniscono elevata qualità e praticità di servizio, caratteristiche alla base dell'offerta di Boschi Fratelli.



Dalla nostra esperienza nei salumi, è nata la volontà di offrire una selezione di prodotti unici per qualità, materie prime e lavorazioni. Una linea dei migliori salumi italiani dedicata ai professionisti della ristorazione.

La linea "Parmacotto Selection" è una gamma di prodotti realizzati con carni pregiate di Maiale Nero.



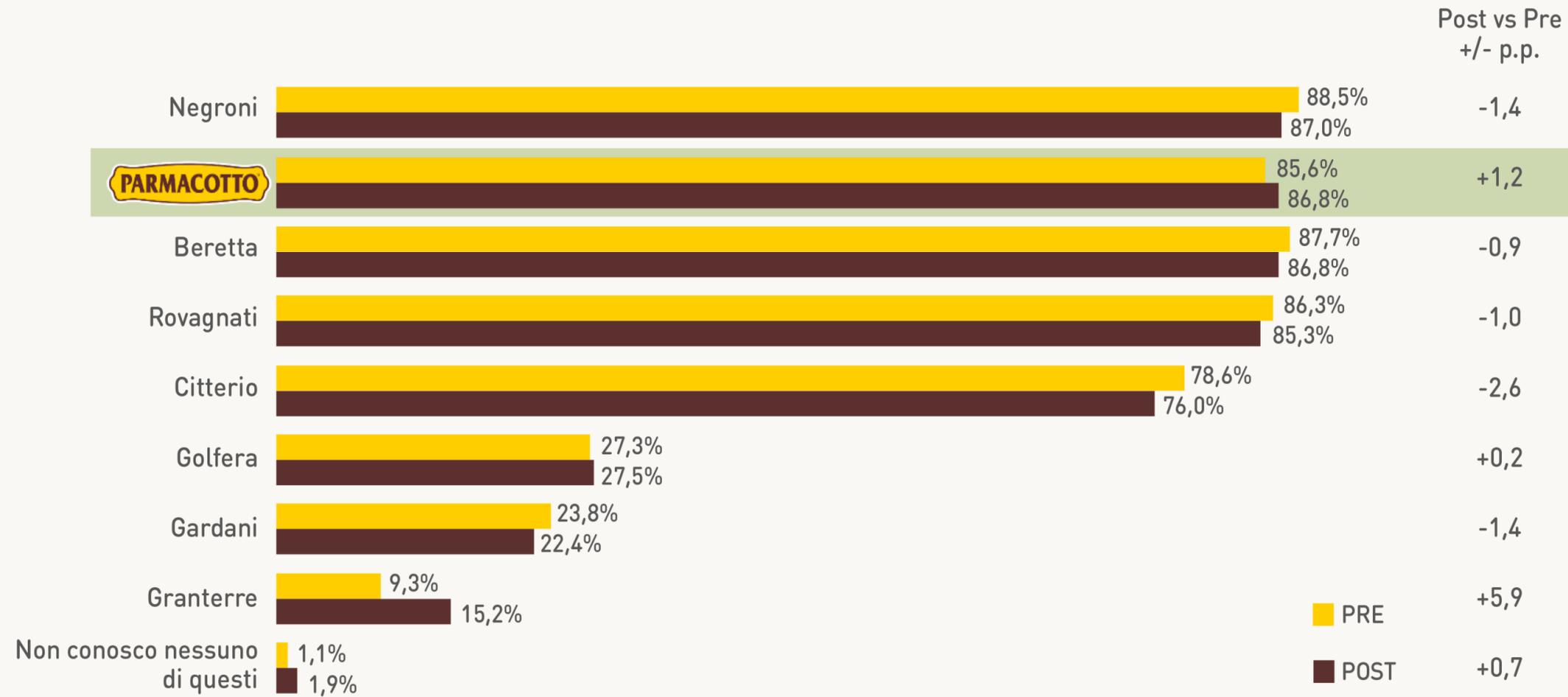
La New England Charcuterie è un'azienda americana che produce salumi artigianali di alta qualità, sotto il marchio *Salt & Twine*.

Il nome richiama i componenti primari, sale (salt) e corda (twine), utilizzati dagli artigiani fondatori.

I prodotti vengono realizzati con un approccio unico e contemporaneo, utilizzando ingredienti sani e di qualità.

Brand Awareness

Marche di affettati in vaschetta



Brand Overview

PARMACOTTO segmento cotti

MARKET SHARE
(Tons)
6,4% Volume
+ 0,3 pt vs LY

MARKET SHARE (€)
6,3% Valore
+ 0,1 pt va LY

ROTAZIONI medie
per SKU: **4836**

ROTAZIONI medie
per pt DP: **11,4 tons**

PARMACOTTO totale affettati

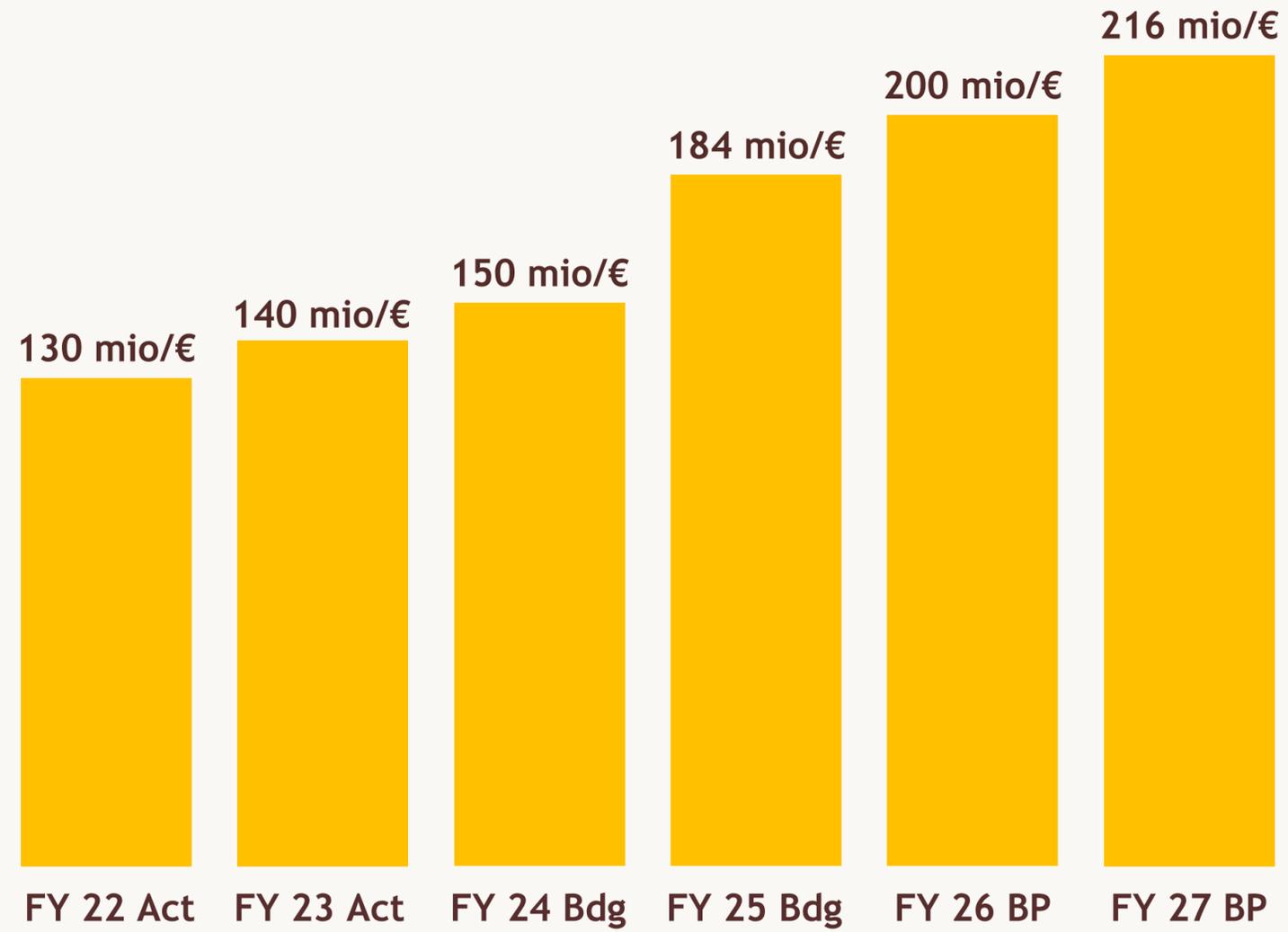
+300 SKU in
assortimento

ROTAZIONI medie
per SKU: **3504**

ROTAZIONI medie
per pt DP: **16,8 tons**

Business Plan 23-27

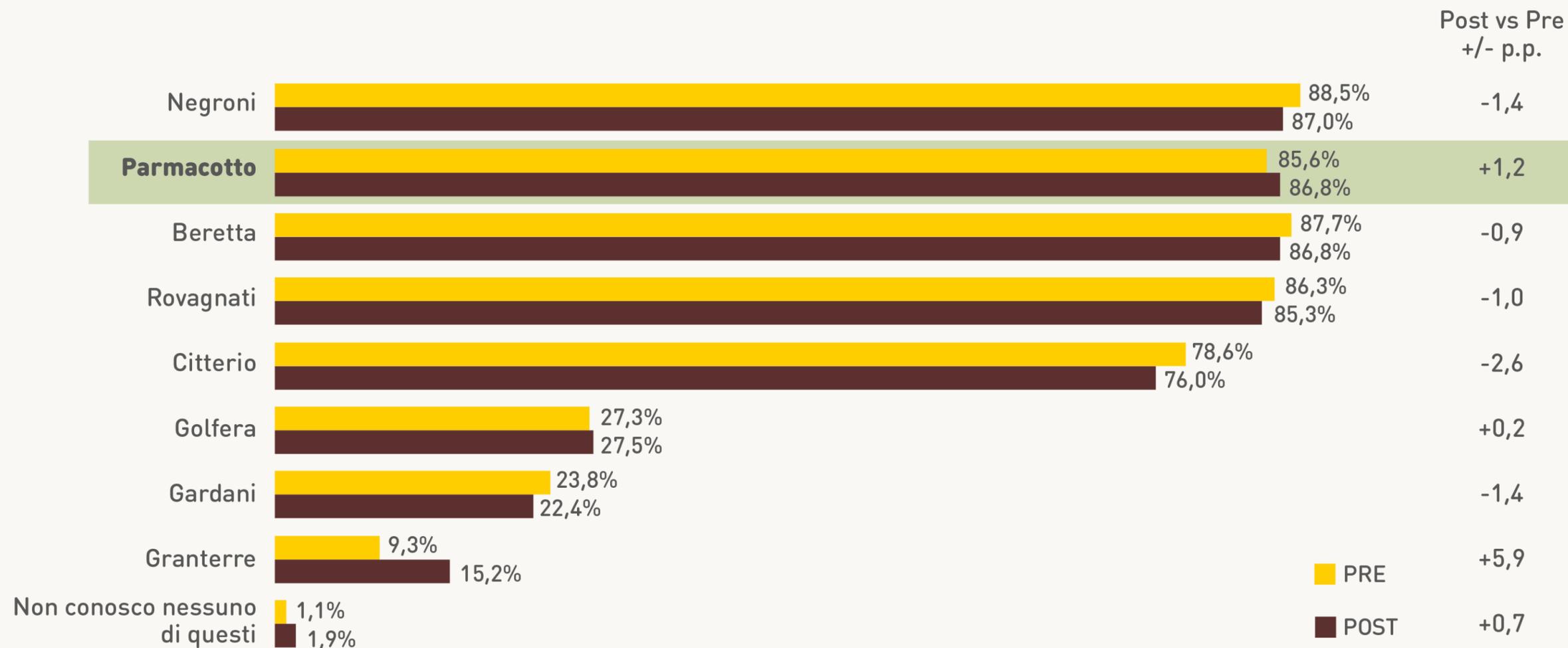
- Parmacotto Group



Risultati Spot Tv - Parmacotto Brand Awareness

Parmacotto passa dalla quarta alla seconda posizione (alla pari con Beretta) nel ranking di awareness totale

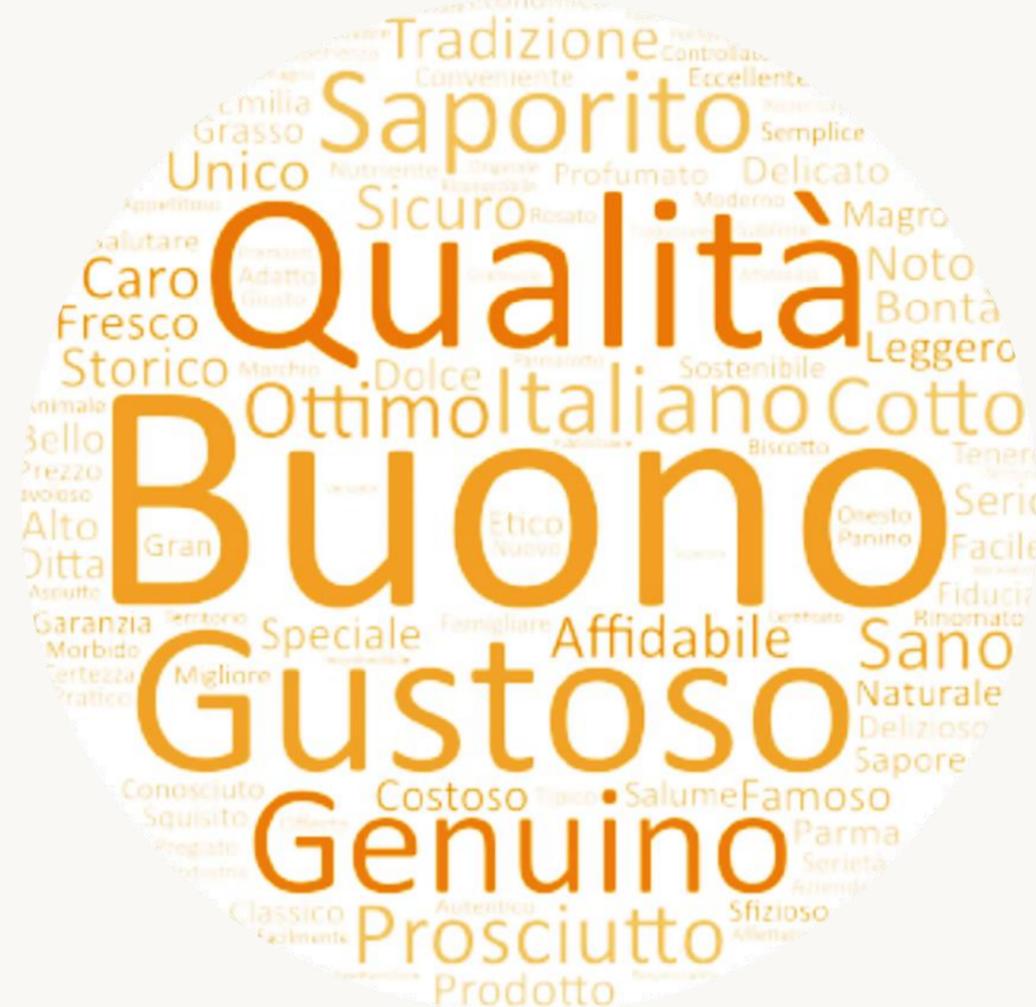
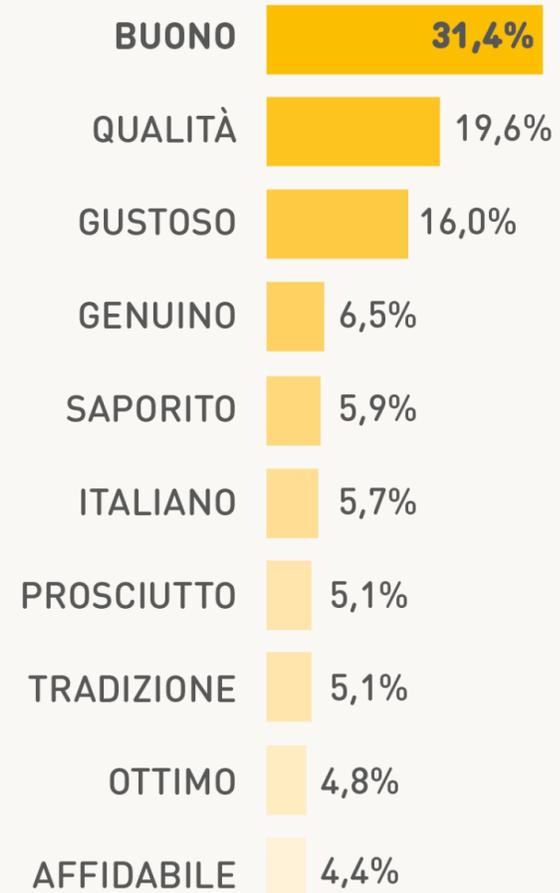
*"Ti elenchiamo noi ora alcuni nomi di aziende che producono affettati/salumi.
Ti chiediamo di selezionare i nomi che conosci, anche solo per sentito dire e anche se li hai già citati alla domanda precedente."*



Risultati Spot Tv - Parmacotto Brand Value

“Parliamo ora di Parmacotto. Pensando a Parmacotto, che ci hai detto di conoscere, quali sono le prime 3 parole che ti vengono in mente per descrivere l’azienda, il brand, i prodotti che produce. Com’è Parmacotto in 3 parole?”

TOTALE CONOSCITORI

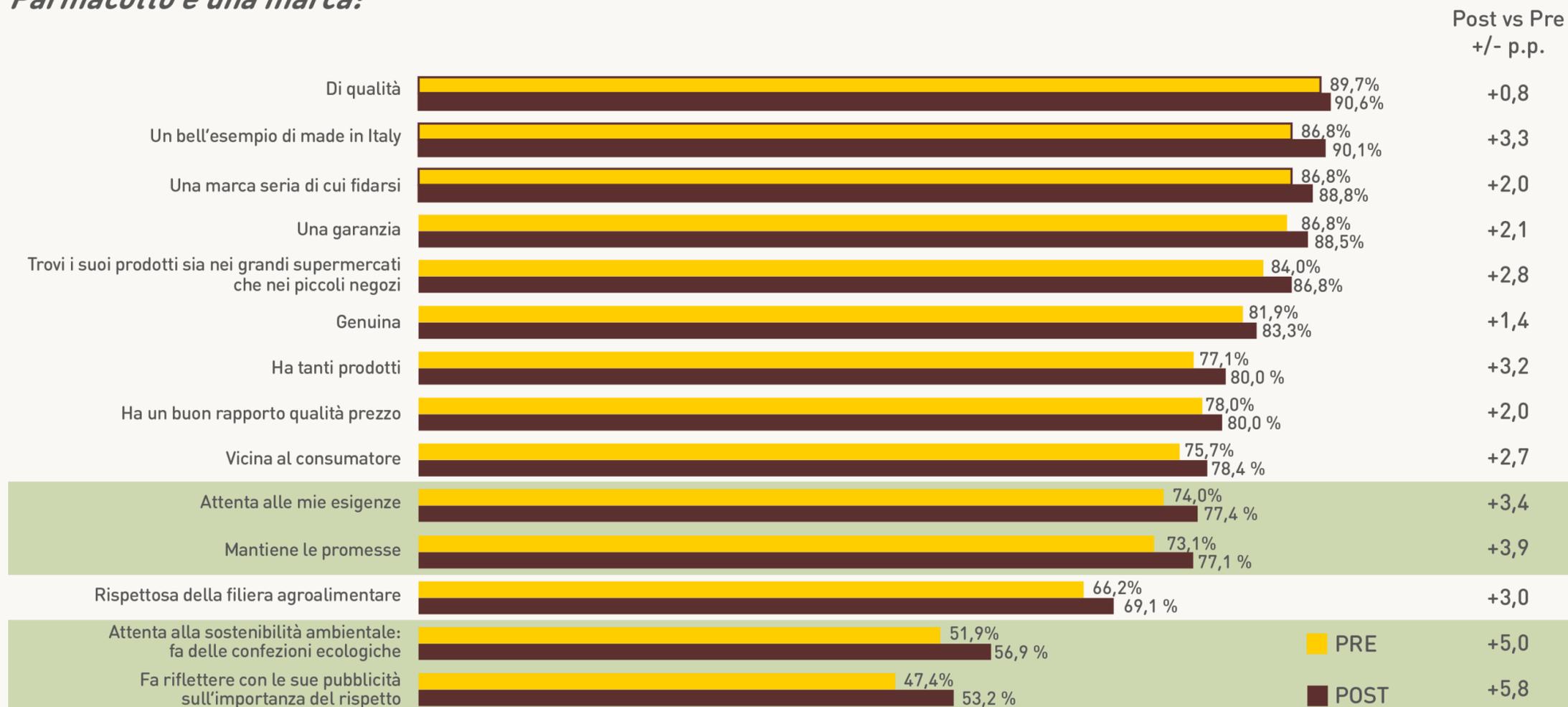


Risultati Spot Tv - Parmacotto Brand Value

La comunicazione agisce positivamente anche sull'immagine del brand; sostenibilità e rispetto dell'ambiente gli item con i maggiori incrementi.

"Ti indichiamo delle frasi che altre persone hanno utilizzato per descrivere Parmacotto. Ti chiediamo di esprimere quanto sei d'accordo."

Parmacotto è una marca:



Stabilimenti e filiali

Oggi Parmacotto dispone di 5 stabilimenti produttivi e 2 filiali commerciali.

1 SAN VITALE BAGANZA - PRODUZIONE COTTI, CARNI BIANCHE E MORTADELLE

2 MARANO - CONFEZIONAMENTO / AFFETTAMENTO

3 FELINO - PRODUZIONE SALAMI E STAGIONATI

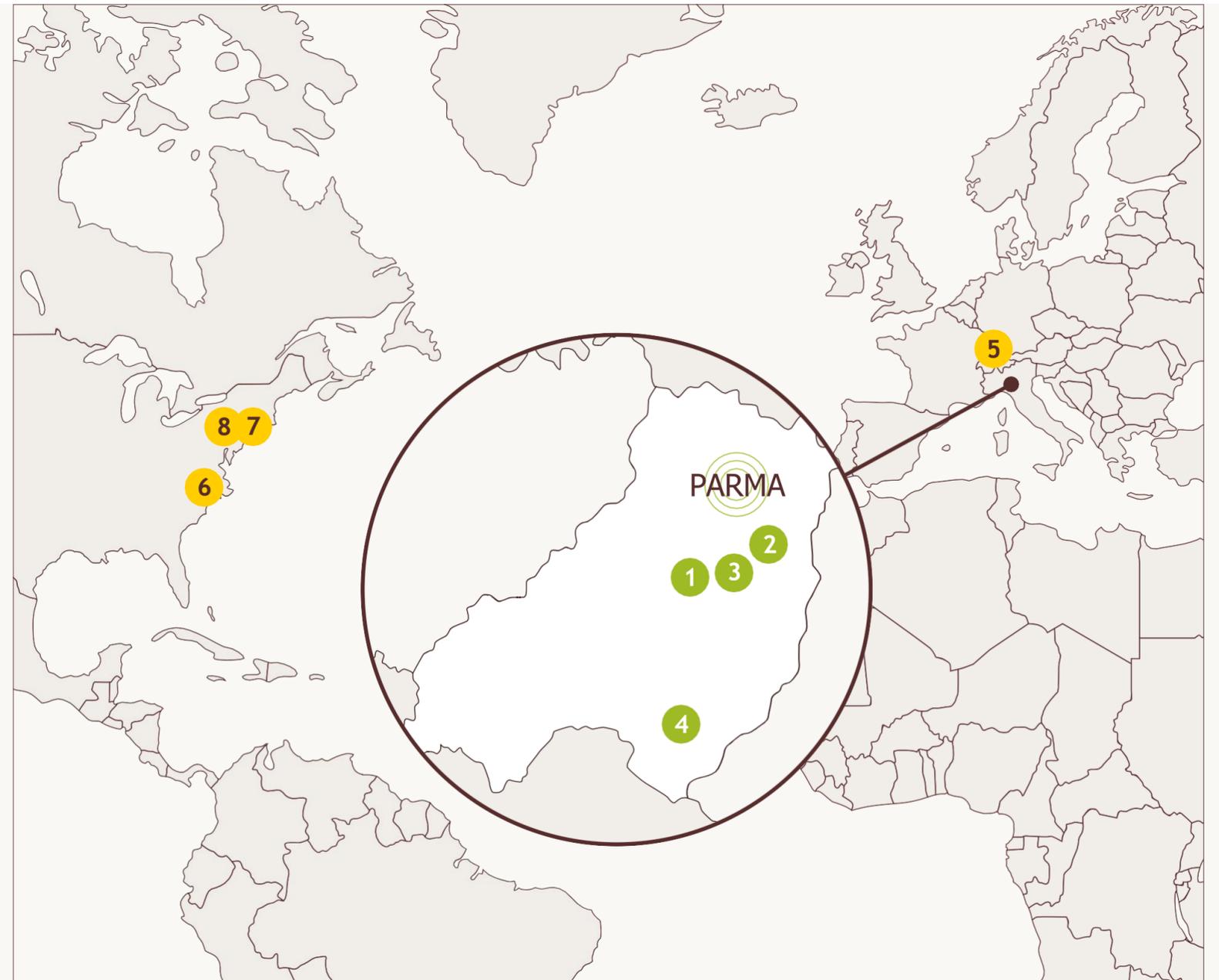
4 PRATOPIANO - STAGIONATURA PROSCIUTTI CRUDI

5 LUGANO - FILIALE COMMERCIALE

6 USA - FILIALE COMMERCIALE

7 BOSTON - PRODUZIONE SALAMI E AFFETTATI STAGIONATI

8 BOSTON - CONFEZIONAMENTO / AFFETTAMENTO



La nostra Mission

Grazie al nostro impegno quotidiano, creiamo valore e benessere per la nostra comunità e i nostri clienti. Nel nostro nome ci sono la nostra storia e l'orgoglio di essere gli ambasciatori della cultura alimentare italiana nel mondo.

PRODOTTO. PERSONE. AMBIENTE.

Il concetto cardine attorno al quale si sviluppa la strategia di sostenibilità di Parmacotto Group riguarda il valore della persona e la tutela del suo benessere. La strategia circolare di sostenibilità si basa su tre dimensioni: prodotto, persone e ambiente.

L'obiettivo è univoco: la creazione di valore non più legato solo all'accezione economica ma ad un concetto di benessere più ampio: **IL BENESSERE CONDIVISO** che si estrinseca attraverso lo star bene a tavola, in azienda e nelle comunità nelle quali si vive.

#FEELINGOOD è il nome che Parmacotto Group ha scelto per il nuovo posizionamento corporate, facendosi portavoce del benessere nelle sue tre derivazioni principali:

#BENESSEREATAVOLA

#BENESSEREDELLACOMUNITÀ

#BENESSEREDELLAMBIENTE



Il nostro impegno per il benessere a tavola entro il 2025



Prodotti a ridotto contenuto di sale

Sviluppo di prodotti con un contenuto inferiore di sale rispetto agli standard di mercato.



Prodotti a ridotto contenuto di grassi

Sviluppo di prodotti con un contenuto di grassi limitato.



Riduzione di nitriti e nitrati

Progressiva riduzione di nitriti e nitrati nelle categorie dei prodotti stagionati.



Lista ingredienti trasparente

Sviluppo di ingredientistiche in grado di rispondere al bisogno di chiarezza e trasparenza di un consumatore sempre più consapevole.



Adesione alla campagna antispreco Too Good To Go

Da aprile 2023 tutti gli affettati hanno aderito alla campagna «etichetta consapevole» promossa da TGTG.



Cotti con aromi 100% naturali

Da aprile 2023 tutti i prosciutti cotti avranno solo aromi naturali.



Processi e tecnologia

Upgrade di processi e tecniche di produzione al fine di massimizzare il rispetto delle materie prime selezionate.



Packaging sostenibile

Area in continuo studio attraverso importanti progettualità:

- Vaschetta in plastica (50% plastica riciclata)
- Vaschetta mista (bottom in carta)
- Vaschetta 100% conferibile nella carta



Attenta selezione delle materie prime

Scelta accurata e attenta delle migliori materie prime secondo i più elevati standard qualitativi.

Il nostro impegno per il benessere delle comunità



Connessioni

Progetto di welfare aziendale per promuovere la salute delle nuove generazioni.



A Scuola di Cotto

Progetto laboratoriale di educazione alimentare per i più piccoli con l'obiettivo di diffondere i principi di una sana e corretta alimentazione.



Emporio Solidale

Sostegno a Emporio Market Solidale come contributo alle comunità locali per ridurre le diverse forme di povertà.



Anti-Violence Center

Support to the Parma Anti-Violence Centre to raise awareness of gender issues in our internal community



La Paranza

Progetto a sostegno della cooperativa La Paranza nel suo lavoro di inclusione sociale nel quartiere Sanità di Napoli.



Una Scuola per Camilla

Progetto in collaborazione con Parma per Gli Altri che ha comportato la costruzione di una nuova scuola d'infanzia a Shelallà in Etiopia.



Agorà

Incontri e riflessioni sull'impresa del futuro.

Il nostro impegno per l'ambiente entro il 2030

ENTRO IL 2022



Certificato di origine

Tutti i siti produttivi del Gruppo si alimenteranno ad energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili.

ENTRO IL 2022



Efficienza Energetica Relamping

Adozione di illuminazione a led in tutti i siti produttivi per ridurre il consumo di energia elettrica.

ENTRO IL 2022



Impianto Fotovoltaico

Produzione di energia pulita attraverso nuovi impianti fotovoltaici in lavorazione presso due stabilimenti produttivi.

ENTRO IL 2025



Packaging Sostenibile

Riduzione impatto packaging
Sviluppo e ottimizzazione di materiali di confezionamento sostenibili ed eco-compatibili insieme all'Università degli Studi di Parma.

ENTRO IL 2022



Adesione SBT

Adesione a 'Science Based Targets', il programma globale per combattere i cambiamenti climatici.

ENTRO IL 2022



Efficienza Energetica PLC

Riduzione dei consumi energetici attraverso l'installazione di una centralina per ottimizzare la gestione della centrale frigo.

ENTRO IL 2023



Bilancio di sostenibilità

Redazione del primo bilancio di sostenibilità del Gruppo.

ENTRO IL 2030



Riduzione emissioni indirette

Progettualità in fase di studio per ridurre le emissioni indirette a effetto serra (GHG) del Gruppo.

I nostri premi



C'era Una Volta
Prosciutto cotto di alta qualità



Azzurro Gourmet
Prosciutto cotto di alta qualità
a ridotto contenuto di sale



Prosciutto di Parma DOP
Boschi Fratelli



Fesa di tacchino
Nuovo eco-pack

I nostri KPI

1 DIVERSIFICAZIONE

Categoria di prodotto
Parmigiano Reggiano DOP



Momenti di consumo
Piatti pronti e primi piatti ripieni



Canali
Format di negozio dedicati



2 CRESCITA INTERNAZIONALE



Il Progetto Internazionalizzazione nasce con l'obiettivo di servire i mercati limitrofi e più lontani seguendo i gusti e la cultura dei consumatori attraverso:

1. Penetrazione del marchio Parmacotto
2. Attività di comunicazione

3 SOSTENIBILITÀ



Ottimizzazione costante dei nostri prodotti in termini di ricette, etichetta e packaging sostenibile

Benessere ambientale

Mercati e clienti principali

IN ITALIA

GDO



HORECA



Una linea dei migliori salumi Italiani dedicata ai professionisti della ristorazione.

La linea "Parmacotto Selection" è una gamma di prodotti realizzati con carni pregiate di Maiale Nero, razza autoctona.



NORMAL TRADE

Negozi specializzati distribuiti su tutto il territorio

PROGETTI SPECIALI



Mercati e clienti principali

NEL MONDO



Parmacotto Selection - progetto retail



ECCELLENZA DELL'OSPITALITÀ

Condividiamo l'impegno per l'eccellenza nella qualità dei prodotti, per offrire ai clienti solo il meglio delle nuove frontiere dell'ospitalità.

RICERCA E INNOVAZIONE

Attraverso il concept di panini gourmet, Parmacotto Selection intende offrire una prospettiva creativa e premium alla proposta gastronomica di Avolta.

QUALITÀ E AUTENTICITÀ

Rappresentiamo il meglio della tradizione e del senso di convivialità tipicamente italiano, garantendo qualità e autenticità nella preparazione dei prodotti destinati al consumatore.

CLIENT EXPERIENCE

La partnership con Parmacotto Selection consentirebbe ad Avolta di offrire ai propri clienti un'esperienza culinaria unica e memorabile, contribuendo a incrementare fedeltà e apprezzamento.

Parmacotto Selection - progetto retail



COME LO FACCIAMO? **CONCEPT**

Progettato per soddisfare i clienti che desiderano **consumare sul posto ma anche take away**, un **nuovo format** all'avanguardia in termini di proposta e di *look*, che reinterpreta la tradizione gastronomica dei salumi e della salumeria.

Semplicità e **freschezza**: salumi italiani di altissima qualità Parmacotto Selection, panificati selezionati e ingredienti premium.



Parmacotto Selection - progetto retail

PARMACOTTO[®]
S E L E C T I O N

Gourmet à porter

UNA COLLEZIONE DI PANINI ESCLUSIVI TUTTI DA PROVARE NELLA NUOVA BOUTIQUE DEL GUSTO
A LUGANO, IL PRIMO FORMAT RETAIL PARMACOTTO SELECTION



parmacottoselection.com 

Le nostre sponsorizzazioni



THOMAS CECCON



FAUSTO DESALU



SAPORI TICINO



CATA
COM
BEDI
NA
POLI



Salt & Twine

PARMACOTTO S.p.a. a socio unico
Via Felice da Mareto Padre Molga, 2A 43123 Parma
P. IVA 01556880340
Tel. +39 0521 700111 | Fax. +39 0521 700200
info@parmacotto.com

PARMACOTTOGROUP.COM

