

## COMUNICATO STAMPA

### Zenzero *is the new black.*

## Raddoppiate le vendite dei prodotti in cui è presente: lo rivela l'Osservatorio Immagino.

Zenzero e quinoa gli ingredienti più performanti, mandorle, farro e mirtillo quelli più presenti: dall'analisi delle etichette di oltre 46.600 prodotti alimentari di largo consumo, la nuova edizione dell'Osservatorio Immagino stila la classifica degli ingredienti "benefici" più presenti e più trendy del momento.

Milano, 16 gennaio 2018 – Dalla farina di mais all'alga spirulina, dai semi di lino all'avocado, dalla canapa all'olio di riso, dalla stevia allo zucchero di canna, dal cocco alla cannella: sono una ventina gli "alimenti-ingredienti benefici" che stanno spopolando in Italia e stanno ridefinendo, di conseguenza, le preferenze d'acquisto degli shopper. A individuarli e a misurarne diffusione, tassi di crescita e risultati di vendita è la seconda edizione dell'**Osservatorio Immagino, il nuovo approccio allo studio dei fenomeni di consumo creato da GS1 Italy e Nielsen**, che ha dedicato un intero capitolo agli alimenti-ingredienti benefici più trendy del momento (Figura 1).

Figura 1

#### I NUMERI DEGLI INGREDIENTI BENEFICI

	% PRODOTTI	% VENDITE IN VALORE	TREND % VENDITE IN VALORE	PRESSIONE PROMO
Mandorla	1,2	1,0	17,4	34,7
Farro	0,9	0,5	20,4	25,6
Mirtillo	0,9	0,7	8,0	31,4
Avena	0,5	0,6	3,3	32,1
Kamut	0,4	0,2	-20,2	14,6
Cocco	0,4	0,3	9,9	31,4
Quinoa	0,3	0,2	63,5	21,1
Zucchero di canna	0,3	0,3	14,5	19,0
Zenzero	0,2	0,1	108,4	17,8
Stevia	0,2	0,2	27,1	24,8
Goji	0,2	0,1	22,5	23,0
Farina di riso	0,1	0,1	16,4	39,4
Cannella	0,1	0,0	11,8	16,4

Tutte le quote fanno riferimento al mondo alimentare, esclusi acqua e alcolici, dell'Osservatorio Immagino (46.600 prodotti)

Analizzando le informazioni presenti sulle etichette di 46.600 prodotti alimentari (esclusi acque e bevande) digitalizzati dal servizio Immagino di GS1 Italy e i dati rilevati da Nielsen su venduto, consumo e fruizione dei media in ipermercati e supermercati di tutta Italia nell'anno terminante a giugno 2017, l'Osservatorio Immagino ha potuto realizzare una mappa dei cambiamenti dei gusti alimentari degli italiani e misurare il crescente interesse verso questi alimenti-ingredienti, capaci di fornire sia un beneficio salutistico che un plus di gusto e di appetibilità.

### **Zenzero is the new black**

**La vera, incontrastata superstar del mondo alimentare italiano è lo zenzero**, vero e proprio "Re Mida" del largo consumo. L'Osservatorio Immagino lo ha incoronato come ingrediente "best performer" in quanto in 12 mesi ha visto raddoppiare le vendite dei prodotti in cui è presente (+108,4%). In totale valgono 25 milioni di euro e rappresentano lo 0,2% degli alimenti del perimetro. Lo zenzero è diffuso sia al naturale che come ingrediente salutistico di tanti prodotti confezionati: tè e tisane, tavolette di cioccolato e yogurt, succhi e nettari di frutta, ma anche insalate di IV gamma e zuppe pronte.

### **Mandorle, le più amate dagli italiani, sia in tavola che per la bellezza**

**In cima alla classifica degli alimenti-ingredienti "benefici" più in voga del momento ci sono le mandorle:** compaiono nell'1,2% dei prodotti alimentari di largo consumo venduti in Italia, che generano l'1% delle vendite totali nella distribuzione moderna. Nell'anno terminante a giugno 2017, le vendite dei prodotti alimentari in cui sono presenti le mandorle (soprattutto prodotti da ricorrenza e per la prima colazione, snack dolci, ma anche gelati e latte vegetale) sono cresciute del 17,4% a valore, arrivando a generare un giro d'affari di oltre 240 milioni di euro. L'aspetto curioso è che la moda delle mandorle travalica l'ambito del *food* per estendersi anche al *personal care*, dove è in atto un boom dei prodotti per la cura persona che contengono questo ingrediente emolliente e piacevole.

### **Mirtilli, farro e quinoa: chi li ferma più?**

Sul podio nella *eat parade* degli ingredienti-alimenti benefici maggiormente cresciuti tra giugno 2016 e giugno 2017, entrano anche i **mirtilli** (presenti nello 0,9% dei prodotti alimentari e con una crescita annua dell'8,0% delle vendite a valore) e il **farro** (che registra una crescita del fatturato del 20,4%, entrando nello 0,9% dei prodotti alimentari di largo consumo).

Dall'analisi dell'Osservatorio Immagino spiccano anche le performance della **quinoa**, con una crescita annua a valore del 63,5%. La quinoa è ormai inserita nello 0,3% dei prodotti alimentari di *mass market* ed è presente in diverse categorie merceologiche (dalle insalate di quarta gamma ai piatti pronti). Infatti gli acquisti si sono spostati dalla quinoa al naturale verso i prodotti *ready-to-eat*, più comodi e che semplificano la preparazione di questo pseudo-cereale andino.



The Global Language of Business

Per scaricare il secondo numero dell'Osservatorio Immagino: [osservatorioimmagino.it](http://osservatorioimmagino.it)

Per rimanere aggiornati e seguirlo sui social [#OsservatorioImmagino](https://twitter.com/OsservatorioImmagino)

\*\*\*

**Per informazioni:**

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione – Emanuela Capitanio  
Tel. 3474319334 - email: [nuagecomunicazione@libero.it](mailto:nuagecomunicazione@libero.it)

Pressroom e approfondimenti: <https://gs1it.org/chi-siamo/pressroom/>

**GS1 Italy** è l'associazione che riunisce 35 mila imprese di beni di consumo. Ha l'obiettivo di facilitare il dialogo e la collaborazione tra aziende, associazioni, istituzioni per creare valore, efficienza, innovazione, per dare più slancio alle imprese e più vantaggi al consumatore. Offre soluzioni concrete come i sistemi standard GS1, per favorire la visibilità e l'efficienza della catena del valore. Il più conosciuto è il codice a barre, usato in Italia e in oltre 150 paesi al mondo, permette lo scambio di informazioni tra Industria e Distribuzione con chiarezza, semplicità e senza errori. Propone inoltre tecniche, strumenti, strategie operative: sono i processi condivisi ECR.

web: [gs1it.org](http://gs1it.org) - [tendenzeonline.info](http://tendenzeonline.info)

twitter: [@GS1Italy](https://twitter.com/GS1Italy) - [@tendenzeonline](https://twitter.com/tendenzeonline)

facebook: <https://www.facebook.com/GS1Italy>