

## COMUNICATO STAMPA

### I territori in etichetta spingono le vendite food&wine.

#### L'Italia nel carrello vale oltre 7,4 miliardi di euro.

**Un prodotto alimentare su quattro** venduto in supermercati e ipermercati sottolinea **in etichetta la sua italianità**. Vento in poppa per gli acquisti di prodotti Dop e Docg, con sell-out cresciuti rispettivamente di +7,1% e +4,8%.

Tra le regioni evidenziate sulle confezioni **exploit del Molise**, crescita di +30,7%. Il **Trentino-Alto Adige** si conferma **al primo posto** per valore assoluto.

*Milano, 06 agosto 2020* – L'italianità del cibo e del vino è un plus per molti consumatori e non accenna a diminuire l'affezione degli italiani verso i prodotti alimentari di origine nazionale e regionale. Anzi: **l'italianità sugli scaffali della distribuzione moderna**, cioè i prodotti che riportano sulla loro confezione una dicitura d'origine che rimanda al nostro paese, è un fenomeno in crescita e oggi coinvolge **oltre 20 mila referenze, ossia il 25% del paniere di 79.838 prodotti alimentari analizzati dall'Osservatorio Immagino di GS1 Italy** realizzato in collaborazione con **Nielsen**.

Dalla settima edizione dell'**Osservatorio Immagino** emerge che l'ipotetico carrello della spesa riempito solo con **prodotti che richiamano in etichetta la loro italianità** (con claim come "Prodotto in Italia", "Made in Italy", "100% italiano", le denominazioni d'origine europee – Dop, Igp, Doc, Docg - il tricolore, il nome della regione di riferimento) vale **oltre 7,4 miliardi di euro di fatturato nei soli supermercati e ipermercati**.

#### I claim dell'italianità

L'indicazione più rilevante (Figura 1) è la **bandiera italiana**, presente sul 14,8% dei prodotti, che determinano il 15,3% del fatturato, seguita dal claim **"100% italiano"** sul 6,6% dei prodotti da cui deriva il 9,5% del giro d'affari. **"Prodotto in Italia"** è presente sul 9,1% delle referenze, ma determina il 5,7% delle vendite a valore, in calo di -1,2% rispetto l'anno precedente.

Significativo il **trend dei cibi Dop e dei vini Docg**, le due denominazioni più vincolate ai territori d'origine della materia prima, per le quali l'Osservatorio Immagino registra il **maggior incremento delle vendite**, rispettivamente di +7,1 e +4,8% annue, seppur con un'incidenza contenuta sul fatturato complessivo del paniere (1,6% e 0,7%).

Figura 1

**I NUMERI DEL MONDO DELL'ITALIANITÀ:  
LA SEGMENTAZIONE DELLE CARATTERISTICHE**

	% PRODOTTI	% VENDITE IN VALORE	TREND % VENDITE IN VALORE 2019 vs 2018	TREND % VENDITE IN VALORE 2018 vs 2017	PRESSIONE PROMO
<b>Bandiera Italiana</b>	14,8	15,3	1,0	1,7	33,9
<b>100% italiano</b>	6,6	9,5	4,1	6,4	35,4
<b>Prodotto in Italia</b>	9,1	5,7	-1,2	-2,5	35,0
<b>Dop</b>	1,2	1,6	7,1	0,3	28,6
<b>Doc</b>	2,0	1,3	3,2	3,2	39,5
<b>Igp</b>	1,2	1,2	0,3	2,8	37,1
<b>Docg</b>	1,0	0,7	4,8	2,1	45,2

Tutte le quote fanno riferimento al mondo alimentare dell'Osservatorio Immagino (79.838 prodotti)

Fonte: Osservatorio Immagino Nielsen GS1 Italy, ed. 1, 2020

## Le regioni

Il **richiamo in etichetta delle regioni italiane** è arrivato a rappresentare il 10,8% del paniere food dell'Osservatorio Immagino per un **giro d'affari superiore a 2,4 miliardi di euro** (+2,6% sul 2018), sostenuto principalmente da un aumento dell'offerta (+4,4%).

Tra le 18 regioni rilevate **si conferma alla guida della classifica per fatturato il Trentino-Alto Adige** grazie a vini, spumanti, yogurt e salumi. Viene però **superato per percentuale di prodotti da Piemonte, Toscana e Sicilia** le cui referenze costituiscono l'1,3% ciascuna del paniere contro l'1,2% del Trentino-Alto Adige. La **Sicilia**, scalando quattro posizioni, sale **al secondo posto per valore delle vendite** (0,9% di quota, **+4,2%** rispetto al 2018), grazie a vino e sughi pronti, a pari merito con **Piemonte** (forte in carne bovina, succhi di frutta, acqua minerale non gassata, vini Docg e miele) ed **Emilia-Romagna** (trainata da vini e salumi).

Appare significativo l'**exploit del Molise** che, soprattutto grazie alla pasta, registra un **incremento delle vendite di +30,7%** dopo il +13,3% del 2018, anche se ha un peso relativo ancora ridotto sul giro d'affari complessivo del paniere (0,2%).

Incrementi di fatturato a due cifre anche per **Liguria** (+12,4%) e **Marche** (+11,2%)

come ritorno dei percorsi di valorizzazione intrapresi negli ultimi anni da questi territori.

Ad aver contribuito al dinamismo dell'italianità in etichetta la fama che il made in Italy ha saputo costruirsi nei decenni e che rimanda alla promessa di un'esperienza organolettica di qualità. A ciò si aggiunge l'estensione a latte, formaggi, riso, pasta di grano duro e conserve di pomodoro dell'obbligo di indicare in etichetta il luogo in cui è avvenuta l'ultima trasformazione sostanziale e la coltivazione o l'allevamento della materia prima agricola prevalente.

Per scaricare la settima edizione 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: [@GS1Italy](https://www.facebook.com/GS1Italy)

instagram: [@GS1Italy](https://www.instagram.com/GS1Italy)