

## COMUNICATO STAMPA

### Sostenibilità: nuovo record di vendite dei prodotti che la comunicano in etichetta. Lo rileva l'ultima edizione dell'Osservatorio Immagino di GS1 Italy

Il valore della **spesa "green" degli italiani** è arrivato a **12,5 miliardi di euro** tra supermercati e ipermercati. Oltre un prodotto a scaffale su quattro parla di sostenibilità sull'etichetta. Aumenta l'offerta, ma cala la domanda. L'undicesima edizione dell'**Osservatorio Immagino** racconta come cambia l'approccio di produttori e consumatori alla sostenibilità ambientale e sociale.

Milano, 6 settembre 2022 – La sostenibilità si fa strada sulle etichette dei prodotti di largo consumo venduti in supermercati e ipermercati e a misurarne la crescita è l'**Osservatorio Immagino di GS1 Italy**, il monitoraggio semestrale che racconta l'evoluzione del carrello della spesa incrociando le informazioni presenti sulle etichette e sulle confezioni dei prodotti digitalizzate dal [servizio Immagino di GS1 Italy](#) con i dati elaborati da NielsenIQ su vendite nella GDO, consumo e fruizione dei media. Dall'ultima edizione di questo studio emerge che il **25,6% dei prodotti a scaffale presenta on-pack uno dei 35 claim sulla sostenibilità rilevati**: nel 2021 queste 32.787 referenze (tra food, bevande, cura casa, cura persona e prodotti per animali domestici) hanno realizzato **12,5 miliardi di euro di vendite, in crescita annua di +1,2%**.

«La sostenibilità, in tutte le sue tante sfaccettature, si conferma uno dei temi più significativi e pervasivi nel mondo del largo consumo in Italia» spiega **Marco Cuppini, research and communication director di GS1 Italy**. «Siamo di fronte a un universo di valori in veloce evoluzione e ampliamento, che coinvolge un numero crescente di prodotti. L'offerta di prodotti con almeno un claim sulla sostenibilità in etichetta è aumentato di +5,3%, mostrando come le aziende siano impegnate su questo fronte e come scelgano di comunicarlo sempre più spesso ai consumatori utilizzando quel potente touchpoint che è la confezione dei prodotti di largo consumo».

Anche in questa edizione, come fa dal 2020, l'Osservatorio Immagino ha suddiviso i 35 claim del mondo della sostenibilità rilevati in **quattro cluster tematici** (Figura 1):

- **Management sostenibile delle risorse**: i 15 claim rilevati in quest'area (come "riciclabile", "meno plastica" e la certificazione Ecolabel) sono stati individuati sull'11,8% dei prodotti. Il loro apporto al sell-out complessivo è del 19,2% e il loro giro d'affari è aumentato di +3,0% rispetto al 2020.
- **Agricoltura e allevamento sostenibili**: il 10,5% dei prodotti rilevati presenta in etichetta uno dei nove claim di quest'area (ad esempio, "senza antibiotici" o "filiera"). La quota sulle vendite totali è del 7,8% e la crescita annua del sell-out è stata di +1,1%.
- **Responsabilità sociale**: le cinque certificazioni di questo paniere (come FSC, Rainforest Alliance e Fairtrade) accomunano il 6,5% delle referenze, che

contribuiscono per il 10,6% alle vendite complessive. Il trend annuo a valore è di +3,5%.

- **Rispetto degli animali:** il 2,4% dei prodotti presenti in supermercati e ipermercati dichiara esplicitamente sulle confezioni l'impegno a tutela degli animali, utilizzando almeno uno dei sei claim rilevati (come "benessere animale", "no cruelty" o la certificazione "Friend of the Sea"). Complessivamente il loro apporto al sell-out totale è del 4,4% e la crescita ottenuta in un anno è stata di +1,6%.

Figura 1

LE QUATTRO AREE TEMATICHE DELLA SOSTENIBILITÀ

	% PRODOTTI	% VENDITE IN VALORE	TREND % VENDITE IN VALORE 2021 VS 2020	TREND % VENDITE IN VALORE 2020 VS 2019	PRESSIONE PROMO
<b>Totale prodotti sostenibili</b>	<b>25,6</b>	<b>32,2</b>	<b>1,2</b>	<b>7,6</b>	<b>34,1</b>
<b>Management sostenibile delle risorse</b>	11,8	19,2	3,0	8,7	38,1
<b>Agricoltura e allevamento sostenibili</b>	10,5	7,8	1,1	5,6	23,6
<b>Responsabilità sociale</b>	6,5	10,6	3,5	9,6	34,0
<b>Rispetto degli animali</b>	2,4	4,4	1,6	4,9	42,2

Tutte le quote fanno riferimento al mondo dell'Osservatorio Immagino (128.111 prodotti)

Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2022

Nel corso del 2021 i panieri più dinamici nel mondo della sostenibilità sono stati quello della responsabilità sociale e quello del management sostenibile delle risorse, le cui vendite sono cresciute a un tasso triplo rispetto alla media di quest'universo. Sopra media anche l'andamento annuo del paniere della responsabilità sociale, mentre di poco sotto media è stato il cluster di agricoltura e allevamento sostenibili.

In termini di numero di prodotti a scaffale l'indicazione "green" più presente in etichetta si conferma **Biologico/EU Organic (10,1% delle referenze)**, seguita dalla certificazione **FSC (5,2%)** e dai claim **"sostenibilità"** e **"riciclabile"** (entrambi 2,9%). Il mondo della sostenibilità si conferma molto segmentato e frammentato: 23 dei 35 claim rilevati compaiono su meno dell'1% delle referenze rilevate.

Quanto all'andamento delle vendite, i claim che hanno registrato i maggiori aumenti rispetto al 2020 sono stati le certificazioni **Ok-Compost (+35,3%)** e **Rainforest Alliance (+16,3%)** e le indicazioni **"Mater-Bi" (+19,4%)** e **"compostabile" (+16,6%)**.

Per scaricare l'undicesima 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

Alessandra Perrucchini - Tel. 3404212323

Emanuela Capitanio - Tel. 3474319334

email: [nuagecomunicazione@libero.it](mailto:nuagecomunicazione@libero.it)

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

**GS1 Italy.** *A partire dall'introduzione rivoluzionaria del codice a barre nel 1973, l'organizzazione non profit GS1 sviluppa gli standard più utilizzati al mondo per la comunicazione tra imprese. In Italia, GS1 Italy riunisce 40 mila imprese dei settori largo consumo, sanitario, bancario, della pubblica amministrazione e della logistica. I sistemi standard GS1, i processi condivisi ECR, i servizi e gli osservatori di ricerca che GS1 Italy mette a disposizione semplificano e accelerano il processo della trasformazione digitale delle imprese e della supply chain, perché permettono alle aziende di creare esperienze gratificanti per il consumatore, aumentare la trasparenza, ridurre i costi e fare scelte sostenibili.*

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)

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