

COMUNICATO STAMPA

50 Kg in 12 mesi: è il peso delle confezioni accumulate da ogni italiano che fa la spesa in GDO

Cresce l'attenzione dei consumatori per il packaging dei prodotti e per il suo impatto ambientale. E così il 42% dei prodotti che rientrano nel carrello medio della spesa indica sulle etichette come smaltirlo in modo corretto.

Milano, 28 febbraio 2020 – Fino a pochi anni fa era un tema da addetti ai lavori. Oggi, invece, il packaging è una questione rilevante anche per i consumatori. Ed è sempre più determinante nella scelta dei prodotti da acquistare. Lo conferma l'ultima edizione dell'**Osservatorio Immagino Nielsen GS1 Italy**, che ha voluto approfondire questo tema di grande attualità, **misurando – per la prima volta – quanto, come e dove la riciclabilità degli imballaggi viene segnalata sulle etichette dei prodotti** in vendita nei supermercati e negli ipermercati di tutta Italia.

Il punto di partenza è il (pesante) ruolo del packaging sul carrello della spesa: in Italia l'acquisto dei prodotti di largo consumo realizzato nei punti vendita della distribuzione moderna genera in un anno quasi **3 milioni di tonnellate di confezioni da smaltire**.

Limitandosi ai prodotti grocery comprati in supermercati e ipermercati – i due canali commerciali più importanti, nonché quelli rilevati dall'Osservatorio Immagino – sono **1,2 i milioni di tonnellate di tara che ogni anno arrivano nelle case degli italiani**. Si tratta soprattutto di contenitori per bevande (500 mila tonnellate) e per prodotti della drogheria alimentare (450 mila tonnellate).

Riparametrando questi dati in base alla numerosità della popolazione nazionale e all'incidenza del largo consumo sulla quantità totale di rifiuti prodotti ogni anno nel nostro paese, l'Osservatorio Immagino stima che, **in 12 mesi, ogni italiano (neonati compresi) si trova con 50 kg di packaging da smaltire**.

Come gestire questo volume di confezioni e materiali diversi? E come i produttori del largo consumo aiutano i consumatori a smaltirli correttamente? Per rispondere a queste domande l'Osservatorio Immagino ha analizzato le etichette di oltre 106 mila prodotti tra alimentari, cura casa, cura persona e petcare, scoprendo che **un prodotto su quattro (il 25,4%) fornisce le istruzioni per lo smaltimento delle confezioni**.

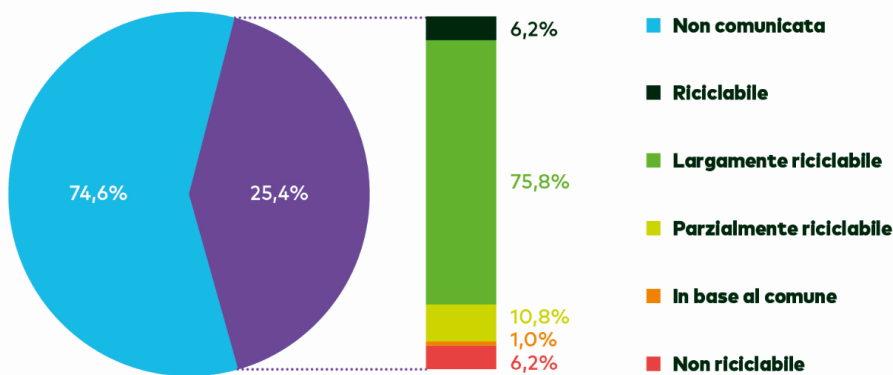
Queste indicazioni sono presenti soprattutto sulle confezioni realizzate con materiali che possono essere effettivamente recuperati tramite il circuito della raccolta differenziata. Di questo 25,4%, infatti, nell'**82% dei casi** il pack è indicato come **"totalmente riciclabile" o "largamente riciclabile"**, mentre solo **nel 6,2% dei**

casi viene definito "non riciclabile" (Figura 1). Inoltre, circa metà degli oltre 27 mila prodotti che indicano in modo esplicito se e come il packaging può essere smaltito, è venduto in confezioni composte da un solo materiale.

Figura 1

LA MAPPA DELLE INFORMAZIONI SULLA RICICLABILITÀ DEL PACKAGING SULLE ETICHETTE DEI PRODOTTI IMMAGINO

Totale prodotti Immagino analizzati: 106.419



Le quote sono calcolate sul numero dei prodotti analizzati (106.419 prodotti Immagino)

Fonte: Osservatorio Immagino Nielsen GS1 Italy, ed. 2, 2019

In particolare, l'**acqua minerale** - con il 100% delle referenze dichiarate "totalmente riciclabili" o "largamente riciclabili" - **guida la classifica dei prodotti "virtuosi"**, ossia con il maggior grado di materiale recuperabile comunicato in etichetta. La seguono da vicino il **cura casa** (come detergenza bucato e detergenza stoviglie) e le **bevande** (piatte e gassate).

L'analisi per **tipologia di produttore**, condotta dall'Osservatorio Immagino, ha inoltre rilevato che i prodotti delle grandi marche e le private label sono i prodotti dove maggiormente compaiono informazioni sullo smaltimento del pack. Partendo quindi dal fatto che il basket "medio" di spesa è composto per il 51,4% dai prodotti delle marche leader (top 20) e delle private label, ponderando le vendite per il numero effettivo di confezioni vendute per ogni prodotto, l'Osservatorio Immagino ha calcolato che **le indicazioni sullo smaltimento del pack sono presenti sul 42,3% dei prodotti che entrano "effettivamente" nel carrello della spesa**. E, di questo 42,3%, **nell'86% dei casi le confezioni sono interamente o largamente riciclabili**.

Per scaricare la sesta edizione dell'Osservatorio Immagino: osservatorioimmagino.it

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



The Global Language of Business

Per informazioni:

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione – Emanuela Capitanio

Tel. 3474319334 - email: nuagecomunicazione@libero.it

Pressroom e approfondimenti: 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: <https://gs1it.org> - tendenzeonline.info

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

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