

COMUNICATO STAMPA

Quanto sono riciclabili le confezioni dei prodotti del supermercato?

Aumentati di quasi 3 punti % i prodotti che lo indicano in etichetta. E nell'83% dei casi sono confezioni riciclabili o largamente riciclabili.

L'Osservatorio Immagino di GS1 Italy monitora l'evoluzione della comunicazione della sostenibilità.

In attesa che l'**indicazione su come conferire** i packaging diventi obbligatoria, il **30,1% dei prodotti di largo consumo venduti in GDO** presenta già in etichetta l'**informazione sul livello di riciclabilità**. E **nell'83,4% dei casi si tratta di imballaggi totalmente o largamente riciclabili**. Ma ci sono materiali virtuosi e "green", come il vetro, su cui spesso ancora non compare.

Milano, 9 settembre 2021 – "È una confezione riciclabile?": quale consumatore non si è posto questa domanda nel momento in cui si è trovato a mettere nella raccolta differenziata la confezione di un prodotto alimentare o di un detersivo? La risposta arriva dagli **oltre 36 mila prodotti di largo consumo** che presentano in etichetta le **indicazioni sul livello di riciclabilità del packaging**. Il dato emerge nell'ultima edizione dell'**Osservatorio Immagino di GS1 Italy**, che ha rilevato le informazioni presenti sulle etichette di oltre 120 mila prodotti, che concorrono all'82,6% del fatturato di supermercati e ipermercati in Italia.

«Rispetto a giugno 2020, la **quota dei prodotti di largo consumo che danno indicazioni sulla riciclabilità del packaging è aumentata di quasi 3 punti %**, arrivando a coinvolgere il **30,1% delle referenze rilevate** dall'Osservatorio Immagino» afferma **Marco Cuppini, research and communication director di GS1 Italy**. «Un chiaro segnale di quanto le aziende siano attente alle esigenze di informazione del consumatore e di come la sostenibilità sia sempre più anche un tema da comunicare ai clienti finali. Ma resta ancora molto da fare. Un esempio significativo è quello delle confezioni in vetro, materiale riciclabile al 100%, ma su cui spesso questo aspetto viene dato per scontato e non viene, quindi, esplicitato in etichetta».

Surgelati e gelati sono le categorie merceologiche dove l'etichetta sul grado di smaltimento delle confezioni è più diffusa (si trova sul 50,3% delle referenze), seguiti da ortofrutta (46,4%), mentre bevande (17,7%), petcare (16,4%) e prodotti per la cura personale (15,3%) sono quelli a minor tasso di diffusione.

L'83,4% degli oltre 36 mila prodotti rilevati dall'Osservatorio Immagino che forniscono esplicite indicazioni sul livello di riciclabilità delle loro confezioni è venduto **in packaging totalmente o largamente riciclabili**. Con punte **sopra al 90% nei reparti ortofrutta, cura casa e bevande**. Rispetto all'anno finito a giugno 2020, questa quota è aumentata di +0,8%, mentre è diminuita di -0,4% l'incidenza delle

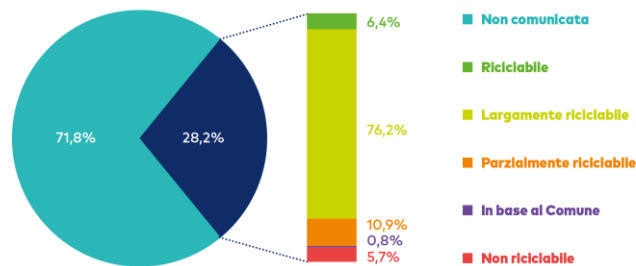
referenze vendute in **confezioni non riciclabili, scese al 5,3% della numerica totale** (Figura 1).

Figura 1

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

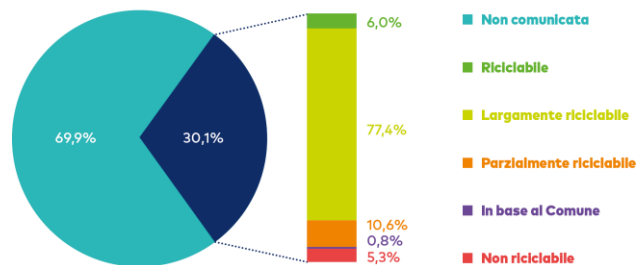
A.T.* giugno 2020

Totale prodotti Immagino analizzati: **115.429**



A.T.* dicembre 2020

Totale prodotti Immagino analizzati: **120.411**



*A.T. = anno terminante

<p>Riciclabile</p> <p>Tutte le componenti della confezione sono totalmente riciclabili.</p>	<p>Largamente riciclabile</p> <p>Tutte le componenti della confezione sono almeno largamente riciclabili.</p>	<p>Parzialmente riciclabile</p> <p>Alcune componenti della confezione non sono riciclabili, altre sono riciclabili.</p>
<p>In base al Comune</p> <p>Viene comunicato sulla confezione: "Verifica localmente le disposizioni del tuo Comune".</p>	<p>Non riciclabile</p> <p>Ogni componente della confezione è totalmente non riciclabile.</p>	

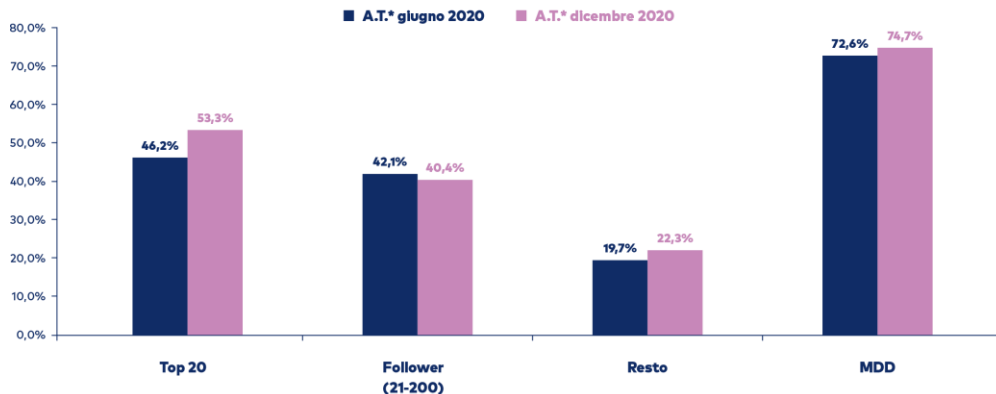
Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2021

Ma quanto pesano effettivamente sul volume della spesa i packaging che indicano la sostenibilità dell'imballaggio? Partendo dalla composizione del carrello medio (fatto per circa il 50% dai prodotti delle 20 marche top e dalle private label), l'Osservatorio Immagino ha calcolato il dato ponderato sulle vendite per numero di confezioni (Figura 2). Risultato: **il 74,7% delle confezioni di prodotti a marca del distributore vendute in supermercati e ipermercati spiega quanto sia riciclabile il packaging.** Il dato è migliorato di +2,1 punti % rispetto all'anno finito a giugno 2020. Per le **20 imprese top**, l'incidenza sulla numerica delle confezioni è

inferiore (53,3%), ma il **trend di crescita è decisamente più brillante (+9,2% annuo)**. Le aziende follower si fermano al 40,4% del numero delle confezioni vendute (-1,7%) e i fornitori minori al 22,3% (+2,6%).

Figura 2

LA QUOTA PONDERATA PER CLUSTER DI PRODUTTORI DEI PRODOTTI CHE COMUNICANO LA RICICLABILITÀ DEL PACKAGING



Le quote sono calcolate sul numero dei prodotti analizzati
*A.T. = anno terminante

Fonte: Osservatorio Immagino GS1 Italy, ed. 1, 2021

Nella **classifica dei comparti merceologici** in base al numero di confezioni vendute, la pasta si conferma al primo posto davanti a pane e sostitutivi, prodotti da forno e cereali. A chiudere la classifica sono stati ancora una volta le bevande alcoliche (come vino, birra e champagne/spumanti) e il cura persona (come profumeria e cosmetica).

L'Osservatorio Immagino ha voluto approfondire anche **come sono composti i packaging** utilizzati nel mondo dei prodotti di largo consumo. **Nel 47,0% dei casi si tratta di confezioni monomateriale** (-1,5% rispetto alla rilevazione precedente) che **per quasi il 90% sono totalmente o largamente riciclabili**. Il 51,5% delle referenze è venduto in packaging composti da diversi materiali (+1,5%) e via via che aumenta il numero dei materiali utilizzati diminuisce la quota di quelli riciclabili.

Ortofrutta e petcare sono le aree merceologiche in cui il packaging monomateriale è più diffuso (rispettivamente 74,9% e 71,0% delle referenze), mentre la drogheria alimentare è quella con il maggior utilizzo di confezioni plurimateriali (52,6%).

Per scaricare la nona edizione dell'Osservatorio Immagino: 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

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



The Global Language of Business

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 35 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 - 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)