

## COMUNICATO STAMPA

### **L'amore per gli animali è (anche) un fatto di etichetta. Quasi 3 mila i prodotti di largo consumo che dichiarano o certificano il rispetto degli animali. L'analisi dell'Osservatorio Immagino di GS1 Italy**

Tra le aziende del largo consumo cresce l'attenzione al rispetto e al benessere degli animali. E diventa anche un **valore da trasmettere ai consumatori** tramite le etichette dei prodotti. Tra claim e certificazioni, coinvolti 2.892 prodotti per **1,7 miliardi di euro di vendite** in supermercati e ipermercati (+3,3% annuo). A rilevarlo è l'**Osservatorio Immagino di GS1 Italy**.

Milano, 14 marzo 2023 – I prodotti, food e non food, "amici" degli animali si fanno sempre più notare sugli scaffali di supermercati e ipermercati italiani: quelli che presentano in etichetta un claim o una certificazione che attesta il rispetto degli animali sono 2.892 e, nell'anno finito a giugno 2022, hanno sviluppato **1,7 miliardi di euro di vendite**, in crescita di +3,3% rispetto ai 12 mesi precedenti. A misurare l'"animal welfare economy" in Italia è la  **dodicesima edizione dell'Osservatorio Immagino di GS1 Italy**, che ogni sei mesi monitora l'evoluzione della spesa degli italiani incrociando le informazioni presenti sulle confezioni dei prodotti digitalizzate dal [servizio Immagino](#) con i dati elaborati da NielsenIQ su vendita e consumo nella GDO. Lo studio ha rilevato e analizzato **sei tra claim e certificazioni** di quest'area valoriale per individuarne la presenza nei punti vendita, l'entità delle vendite e il loro andamento. Complessivamente coinvolgono il 2,2% dei **quasi 130 mila prodotti di largo consumo** (food & beverage, cura casa e cura persona) rilevati in quest'edizione e contribuiscono per il 4,3% al loro fatturato complessivo.

«Anno dopo anno, il carrello della spesa "rispettosa degli animali" continua ad arricchirsi di nuovi prodotti, grazie all'aumento dell'offerta proposta dalle aziende, sempre più sensibili al benessere animale» spiega **Marco Cuppini, research and communication director di GS1 Italy**. «A trasferire quest'impegno ai consumatori sono soprattutto sei tra claim e certificazioni che attestano il rispetto degli animali, accomunati dall'aver ottenuto positive performance di vendita nell'arco dei 12 mesi rilevati da quest'edizione dell'Osservatorio Immagino».

Le crescite annue più significative sono state registrate dalla **certificazione ASC** (Aquaculture Stewardship Council), che è avanzata di +6,7%, arrivando a 43 milioni di euro di vendite realizzate da 59 prodotti, e dal **claim "no cruelty"**, che ha incrementato il giro d'affari di +6,7% superando i 280 milioni di euro. **"No cruelty"** è anche l'indicazione più diffusa sulle etichette: l'Osservatorio Immagino l'ha trovata su 1.280 prodotti, pari all'1,0% del totale rilevato. Seconda per numerica è la **certificazione Friend of the sea**, con 648 prodotti (0,5% del totale) per un giro d'affari di oltre 553 milioni di euro (+0,2% annuo). Segue il logo **Cruelty free**, con 629 prodotti per quasi 61 milioni di euro di vendite (+0,4%).

Al quarto posto per numero di prodotti c'è il **claim "benessere animale"**, individuato su 588 referenze, che però è il numero uno per valore delle vendite **con 585 milioni**

**di euro**, il 6,5% in più rispetto all'anno precedente. È cresciuto di +1,7% in 12 mesi il giro d'affari dei 441 prodotti **certificati MSC** (Marine Stewardship Council), che hanno superato i 466 milioni di euro di vendite.

Accanto a questi prodotti che indicano in etichetta l'attenzione al benessere animale, l'Osservatorio Immagino analizza anche le referenze che sono invece prive di componenti di origine animale, monitorando il claim **"vegano"**: si trova su 3.554 prodotti (3,9% del totale) che hanno sviluppato 980 milioni di euro, in calo annuo di -1,0%, a causa della contrazione della domanda (-9,9%).

Per scaricare la dodicesima 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://facebook.com/GS1Italy)  
instagram: [@GS1Italy](https://instagram.com/GS1Italy)  
linkedin: [@GS1Italy](https://linkedin.com/company/GS1Italy)