

COMUNICATO STAMPA

Buone notizie: nel largo consumo italiano aumentano le pratiche di economia circolare

I più virtuosi sono i comparti cura casa e cura persona con il 73,5% di performance di circolarità. Seguono alimentare (65,3%) e retail (46%).

Lo rivela la seconda edizione della **ricerca di GS1 Italy** in ambito **ECR Italia** sulle imprese italiane che hanno adottato la **nuova release di Circol-UP**, il tool di misurazione della sostenibilità aziendale.

*Milano, 18 novembre 2025 – Nell'ultimo triennio l'economia circolare nel largo consumo italiano ha assunto una rilevanza sempre maggiore ed è diventata una chiave per ripensare i modelli di business. A spingere in questa direzione l'evoluzione del quadro normativo e la crescente sensibilità delle aziende e dei consumatori verso comportamenti etici e rispettosi delle risorse e dell'ambiente. È quanto è emerso oggi dal convegno **"Circolarità in azione. Il nuovo benchmark sull'economia circolare nel largo consumo"** organizzato da **GS1 Italy**, durante il quale è stata presentata **"L'evoluzione dell'economia circolare nel largo consumo"** che contiene l'aggiornamento 2025 del benchmark rispetto alla prima fotografia pubblicata nel 2022 sullo stato dell'arte dell'economia circolare nel settore, **realizzato da GS1 Italy**, in ambito **ECR Italia** e in collaborazione con **Ergo**, spin-off della **Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa**, un'analisi che fotografa le pratiche circolari adottate dalle aziende del settore, i progressi compiuti, le sfide aperte e le nuove opportunità di miglioramento.*

La nuova indagine ha coinvolto un campione di 22 imprese del Consiglio direttivo di GS1 Italy e aderenti a ECR Italia (che riunisce le maggiori imprese di produzione, distribuzione e logistica del largo consumo), otto delle quali avevano partecipato anche alla prima rilevazione nel 2022. La **misurazione è stata realizzata utilizzando la versione aggiornata di Circol-UP**, il tool sviluppato da GS1 Italy per supportare le imprese del settore nella valutazione e nella valorizzazione del proprio grado di circolarità.

«ECR Italia da sempre favorisce la collaborazione tra imprese per migliorare i processi e per costruire linguaggi, strumenti e standard comuni per agevolare e guidare il cambiamento. Con Circol-UP proseguiamo su questa strada, mettendo a disposizione del settore uno strumento condiviso, solido e scientificamente fondato per misurare e valorizzare il grado di circolarità lungo l'intera filiera», afferma **Silvia Scalia, ECR & training director di GS1 Italy**.

I risultati del nuovo benchmark

Rispetto a tre anni fa si registra un **miglioramento significativo della performance media complessiva del settore, che passa dal 53% al 61%**. La distribuzione delle performance evidenzia una maturazione complessiva, pur con differenze tra fasi del ciclo di vita e settori, a conferma della crescente integrazione strategica e strutturata dei principi di economia circolare nei modelli aziendali.

«Il nuovo benchmark di circolarità – prosegue Silvia Scalia – rappresenta un punto di riferimento per comprendere in che modo il settore del largo consumo stia evolvendo verso modelli più circolari e sostenibili. I risultati della ricerca offrono non solo una misurazione oggettiva, ma anche una chiave di lettura utile per orientare le strategie aziendali e le politiche di sistema».

A trainare il miglioramento sono stati in particolare i settori della **cura persona e della cura casa con una performance media di circolarità del 73,5%** (era il 48% nel 2022). Il miglioramento è diffuso e riguarda tutto il ciclo di vita con la fase di utilizzo che resta quella con i progressi più moderati. Il settore **alimentare** conferma un percorso di crescita, con la **performance media che sale al 65,3%** (rispetto al 61% del 2022). Punti di forza emergono nelle fasi di approvvigionamento (logistica efficiente, coinvolgimento di fornitori locali), produzione (uso efficiente delle risorse, gestione circolare degli scarti e dei residui dei processi produttivi), design degli imballaggi secondari e gestione dei rifiuti, mentre le fasi di utilizzo e design dei packaging primari presentano margini di miglioramento.

Lieve aumento delle performance del retail, che si attesta al 46% (contro 45% nel 2022). Punti di forza si registrano soprattutto nella minimizzazione degli imballaggi in ingresso, nella gestione dei reparti freschi e freschissimi (efficienza delle risorse, riduzione degli sprechi), nella formazione dei dipendenti e nella logistica esternalizzata orientata alla sostenibilità. La comunicazione verso i consumatori e la gestione dei prodotti prossimi alla scadenza rappresentano ambiti di eccellenza.

«Dalla prima edizione del 2022 a oggi – rileva **Fabio Iraldo, Professore ordinario di management della Scuola Sant'Anna di Pisa** – abbiamo registrato progressi significativi e una crescente consapevolezza: la circolarità non si misura solo nei risultati, ma nella capacità delle imprese di apprendere, collaborare e innovare insieme. Con questa seconda edizione della ricerca, e attraverso l'utilizzo di Circol-UP, è stata fotografata l'evoluzione del settore e confermata la volontà delle aziende del largo consumo di intraprendere un percorso sempre più condiviso verso modelli circolari e a minor impatto ambientale».

La nuova versione di Circol-UP

La nuova versione di Circol-UP è stata **allineata ai nuovi standard per la misurazione della circolarità** nazionali (UNI/TS 11820), internazionali (ISO 59000) e ai nuovi obblighi di rendicontazione previsti dalla CSRD (Corporate sustainability reporting directive) e allo standard europeo ESRS E5, specifico sui temi di uso delle risorse e circolarità. Per cogliere la complessità della catena del valore e la varietà delle pratiche circolari, sono stati aggiunti **otto nuovi indicatori** (KPI), tra cui il grado di responsabilità e trasparenza nella selezione e nel monitoraggio dei fornitori, l'efficienza dell'utilizzo delle risorse in fase di produzione, l'attenzione alle caratteristiche di circolarità di imballaggi primari e secondari, la collaborazione in fase logistica, l'utilizzo di certificazioni di sostenibilità dei prodotti e la tracciabilità digitale.

«Misurare la circolarità significa rendere visibile l'impatto positivo delle imprese e supportare politiche e strategie di trasformazione più efficaci. Circol-UP contribuisce a colmare questo gap, offrendo metriche affidabili che supportano il dialogo tra aziende e stakeholder chiave e rafforzano la capacità del largo consumo italiano di essere protagonista della transizione circolare», ha aggiunto **Carolina Gomez, ECR senior project manager di GS1 Italy**.

Case study di circolarità in azione

Durante il convegno sono intervenute anche alcune delle aziende coinvolte nella ricerca che hanno presentato le proprie best practice di applicazione concreta della circolarità lungo la filiera. **Giulia Milela, Health, safety, environment & energy associate manager del Gruppo Barilla**, ha illustrato la gestione efficiente dei viaggi con pianificazione ottimizzata e monitoraggio in real-time. A seguire, **Alice Roncagli, Brand manager di Eridania**, ha presentato l'adozione del trasporto intermodale e l'uso di container riutilizzabili nella logistica di approvvigionamento. **Mauro Odolini, Sustainability manager di Italmark**, ha raccontato l'impegno per la progettazione circolare dei propri punti vendita, mentre **Daniele Eccher, Corporate sustainability senior manager di Fater**, ha testimoniato l'attenzione per la decarbonizzazione sostenuta da pratiche circolari.

Per maggiori informazioni e per consultare i case study presentati durante il convegno, [visiti il sito di GS1 Italy](#). Presto online la pubblicazione con la ricerca completa.

Per informazioni:

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione
Noemi Cervi – Tel. 3468433966
Emanuela Capitanio - Tel. 3474319334
email: nuagecomunicazione@libero.it

GS1 Italy, molto più del codice a barre. Dall'introduzione del codice a barre nel 1973, GS1 sviluppa standard globali e servizi per la condivisione automatizzata e affidabile dei dati tra imprese e con i consumatori, per l'efficienza e la trasformazione digitale. In Italia, GS1 Italy riunisce 42 mila aziende dei settori largo consumo, sanitario, foodservice, marketplace, costruzioni, logistica, tessile, bancario e ferroviario. Con gli standard GS1, i processi ECR, i servizi, la formazione e le ricerche, GS1 Italy rafforza la fiducia tra le imprese e tra gli attori della filiera.

web: gs1it.org - 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/GS1-Italy)