

COMUNICATO STAMPA

PUBBLICATA L'OTTAVA EDIZIONE DI IDENTIPACK

Etichettatura ambientale: cresce la trasparenza sugli imballaggi, tra obblighi, volontà e innovazione digitale

Secondo l'Osservatorio IdentiPack di CONAI e GS1 Italy, oltre il 55% dei prodotti a scaffale riporta la codifica del materiale di imballaggio e più dell'83% delle confezioni vendute indica come fare correttamente la raccolta differenziata.

Milano, 29 gennaio 2026 – L'etichettatura ambientale sugli imballaggi dei prodotti di largo consumo continua a rafforzarsi sugli scaffali italiani, ma procede a velocità diverse a seconda del tipo di informazione. A dirlo è l'ottava edizione dell'**Osservatorio IdentiPack**, promosso da **CONAI** e **GS1 Italy**, che per la prima volta affianca alla fotografia annuale una lettura storica dell'evoluzione semestrale e amplia il perimetro di analisi includendo, oltre a ipermercati e supermercati, anche il canale del libero servizio (supermercati con superficie inferiore ai 400 mq, circa 9.615 punti vendita) offrendo così una visione più completa e rappresentativa del mercato nazionale.

Un'analisi resa come sempre possibile dai dati del servizio **Immagino di GS1 Italy Servizi**, basata su un panierino che varia a ogni edizione in funzione delle referenze digitalizzate, e che restituisce trend e direzioni di sviluppo, più che confronti puntuali tra singoli periodi.

Nel periodo che va **da luglio 2024 a giugno 2025**, il **55,2%** delle referenze grocery in vendita in ipermercati, supermercati e libero servizio riporta in etichetta la **codifica identificativa del materiale di composizione** del packaging, come previsto dalla Decisione 129/97/CE. Si tratta di **82.306** prodotti, in crescita di **+3,1** punti percentuali rispetto all'anno precedente.

Guardando ai volumi di vendita, oltre **21,5 miliardi** di confezioni acquistate dagli italiani riportano questa informazione, pari al **78,6%** delle unità vendute, con un incremento di **+1,8** punti percentuali su base annua.

Il comparto del **freddo** si conferma il più virtuoso (**67,2%** delle referenze), seguito da **carni (61,3%)**, **fresco (61,2%)** e **drogheria alimentare (60,4%)**. Restano invece sotto la media **bevande (38,8%)**, **petcare (41,7%)** e **cura persona (47,5%)**, seppur con segnali di recupero in alcune categorie.

Dalla raccolta differenziata al digitale: segnali positivi, sfide ancora aperte

Ancora più diffusa è la presenza in etichetta delle indicazioni sulla tipologia di imballaggio e sul corretto conferimento in **raccolta differenziata**. Queste informazioni sono presenti sul **62,1%** dei prodotti a scaffale (**92.474** referenze) e su oltre **22,8 miliardi** di confezioni vendute, pari all'**83,6%** del totale grocery.

Rispetto all'anno precedente, l'incidenza cresce di **+2,2** punti percentuali per numero di prodotti e di **+1,2** punti per confezioni vendute. I reparti più avanzati sono **freddo (83,9%** delle referenze), **fresco (75,6%)** e **carni (73,8%)**, mentre cura persona, petcare e bevande restano ancora distanti dalla media.

Più contenuta, ma in lieve crescita, la presenza di marchi e dichiarazioni ambientali **volontarie**, riportate dall'**8,9%** delle referenze e dall'**11,5%** delle confezioni vendute (oltre **3,1 miliardi** di unità). In questo ambito spiccano **cura persona, cura casa, drogheria alimentare e freddo**, mentre ittico e petcare restano fanalini di coda.

Ancora marginale la comunicazione sulla certificazione di **compostabilità** del packaging, anche per il numero di pack che rientrano in questa tipologia di soluzioni: lo **0,2%** dei prodotti a scaffale venduti riporta questa informazione, senza variazioni rispetto all'anno precedente. I casi si concentrano soprattutto nei reparti freddo, cura casa e ortofrutta.

Nonostante le opportunità offerte dagli strumenti digitali come i QR code standard GS1, solo il **3,6%** dei prodotti invita i consumatori a consultare **online** le informazioni ambientali, quota che scende al **3,2%** se si guardano le confezioni vendute (**883 milioni** di unità), in lieve calo rispetto all'anno precedente.

Il **cura casa** resta il comparto più avanzato su questo fronte (**28,1%** delle referenze), mentre in molti reparti l'uso del digitale è ancora sporadico o assente.

«*La comunicazione ambientale sugli imballaggi sta diventando sempre più concreta e utile per i consumatori*» commenta **Simona Fontana, direttore generale CONAI**. «*I dati di IdentiPack, rafforzati dalla crescente rappresentatività del campione analizzato, confermano che le imprese stanno investendo nella trasparenza, con l'indicazione dei materiali e delle modalità di raccolta differenziata ormai diffuse. La Direttiva 825 e le future norme europee sui green claim rafforzano poi l'importanza di fornire informazioni affidabili e scientificamente dimostrabili. Ecco perché la corretta comunicazione ambientale non sarà più solo una buona pratica ma un obbligo. È un passo decisivo verso una circular economy in cui sostenibilità e responsabilità diventano leve di valore a lungo termine. E il consumatore, quindi ognuno di noi, ha un ruolo proattivo nelle scelte di acquisto e nella gestione domestica degli imballaggi post-consumo*».

«*L'analisi condotta da IdentiPack, sulla base degli oltre 148 mila prodotti digitalizzati dal servizio Immagino di GS1 Italy Servizi, conferma come gli imballaggi siano sempre di più un veicolo prezioso di tracciabilità, trasparenza e fiducia tra imprese e consumatori, anche per quanto riguarda i temi ambientali*» sottolinea **Bruno Aceto, ceo di GS1 Italy**. «*Come diffuso e consultato mezzo di comunicazione, le etichette consentono di promuovere la cultura della sostenibilità, avvicinando un pubblico ampio e trasversale ai diversi target e canali distributivi*».

IdentiPack. Utilizzando lo standard [GS1 GTIN](#) del codice a barre GS1 per identificare i prodotti, il lavoro di analisi di **IdentiPack** incrocia le informazioni ambientali riportate sulle etichette dei packaging di largo consumo, digitalizzate dal [servizio Immagino di GS1 Italy Servizi](#) (quelle di ben 148.000 prodotti, per questa ottava edizione), con le elaborazioni **NielsenIQ** sul venduto negli ipermercati e nei supermercati italiani (retail measurement service).

È così possibile avere dati aggiornati su quanti prodotti presentano in etichetta le **informazioni ambientali che sono obbligatorie da gennaio 2023** – identificazione del materiale di composizione dell'imballaggio e indicazioni per la raccolta differenziata – e quanti riportano **informazioni aggiuntive**, come i **marchi volontari** legati alle caratteristiche di sostenibilità del packaging, i suggerimenti su come fare una **raccolta differenziata di qualità**, o **sistemi digitali** come un [QR code standard GS1](#) che può collegare a pagine web con le informazioni ambientali presenti sulla confezione.



Per maggiori informazioni e per scaricare l'ottavo rapporto dell'Osservatorio IdeniPack in italiano e in lingua inglese: osservatorioidentipack.it.

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione

Noemi Cervi – Tel 346 8433966

Emanuela Capitanio - Tel. 347 4319334

email: nuagecomunicazione@libero.it

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

Responsabile relazioni con la stampa e i media CONAI

Alessandro Bizzotto - Tel. 02 54044233

email: bizzotto@conai.org

Pressroom: www.conai.org/categorie-notizie/comunicati-stampa/

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

X: [@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)

CONAI. Nato nel 1997, CONAI è un consorzio di natura privata senza fini di lucro costituito da produttori e utilizzatori di imballaggi in applicazione del Decreto Ronchi, che ha attribuito al Consorzio ruoli e compiti istituzionali di programmazione, raccordo e coordinamento sull'intero sistema di gestione dei rifiuti di imballaggio. CONAI ha infatti l'onere di garantire il raggiungimento degli obiettivi di recupero e riciclo previsti dalla legislazione europea e recepiti dalla normativa italiana, e il necessario coordinamento con l'attività di raccolta differenziata effettuata dai Comuni, promuovendo la cooperazione tra tutti gli operatori privati. CONAI, cui aderiscono attualmente circa 651 mila imprese, rappresenta in Italia il primo modello imprenditoriale di economia circolare con gestione privatistica di un interesse di natura pubblica: la tutela ambientale, in un'ottica di responsabilità condivisa tra imprese, pubblica amministrazione e cittadini, che va dalla produzione dell'imballaggio alla gestione del fine vita dello stesso. Fanno infatti parte del Sistema CONAI sette Consorzi di filiera che garantiscono il ritiro e l'avvio a riciclo dei rifiuti di imballaggio conferiti dai cittadini in raccolta differenziata: RICREA per gli imballaggi in acciaio, CIAL per gli imballaggi in alluminio, COMIECO per gli imballaggi in carta e cartone, RILEGNO per gli imballaggi in legno, COREPLA per gli imballaggi in plastica, BIOPREPAC per la bioplastica compostabile e COREVE per gli imballaggi in vetro.

web: www.conai.org

X: [@CONAI](https://twitter.com/CONAI)

facebook: [@CONAI.IT](https://facebook.com/CONAI)

instagram: [@conai_riciclo](https://instagram.com/conai_riciclo)

linkedin: [@CONAI-CONSORZIO NAZIONALE IMBALLAGGI](https://linkedin.com/company/CONAI-CONSORZIO NAZIONALE IMBALLAGGI)

youtube: [@CONAI-IT](https://youtube.com/CONAI-IT)