

L'Italia nel carrello della spesa vale oltre 8 miliardi di euro

mercoledì 28 aprile 2021

L'Italia nel carrello della spesa piace e vale oltre 8 miliardi di euro. L'italianità è indicata in oltre 21 mila prodotti che hanno superato 8 miliardi di euro di vendite, in aumento del 6,3%. Sono un quarto di tutta l'offerta food in supermercati e ipermercati. I dati dell'Osservatorio Immagino GS1 Italy

L'Italia nel carrello della spesa piace. E vale oltre 8 miliardi di euro di cibo. Bandiera italiana, 100% italiano, Dop Doc e Igp sono caratteristiche che piacciono ai consumatori. Le vendite infatti continuano a crescere e i consumatori premiano l'italianità dei prodotti.

L'Osservatorio Immagino di GS1 Italy ha monitorato l'andamento dei prodotti alimentari confezionati, presenti in supermercati e ipermercati, che presentano in etichetta un richiamo all'italianità o alla regionalità.

Si tratta complessivamente di oltre 21 mila prodotti, che hanno superato gli 8,1 miliardi di euro di vendite (+6,3% rispetto ai 12 mesi precedenti a giugno 2020, ultimo dati disponibili) e che rappresentano il 25,6% di tutta l'offerta food di super e ipermercati.

L'Italia nel carrello della spesa: i claim

L'Italia nel carrello della spesa comprende quei prodotti che riportano i claim "made in Italy", "product in Italy", "solo ingredienti italiani", "100% italiano" o le indicazioni geografiche europee (come Igp, Doc, Dop e Dco), oppure la "bandiera italiana" o il nome della regione di riferimento.

È un paniere ampio e trasversale alle categorie alimentare, spiega l'Osservatorio che analizza da tempo i consumi degli italiani visti dalle etichette dei prodotti che acquistano nella grande distribuzione.

L'Italia nel carrello comprende dunque sette fra claim, bollini e indicazioni geografiche europee. Tutti (tranne "prodotto in Italia" che segna una leggera flessione) hanno registrato vendite in aumento, e in particolare i prodotti Dop (+12,3%) e quelli con il claim "100% italiano" (+9,4%).

100% italiano

I prodotti del claim "100% italiano", spiega l'Osservatorio, coprono il 7% dei prodotti e il loro giro d'affari è aumentato del 9,4%, rispetto all'anno mobile precedente (quando il trend era stato del +3,5%), in particolare in mozzarelle, latte Uht, olio extravergine di oliva, affettati, uova, passate di pomodoro, surgelati vegetali e quarta lavorazione avicunicola.

I prodotti Dop

«Anche nell'anno finito a giugno 2020 – spiega l'Osservatorio – il paniere dei prodotti Dop si è confermato tra i più performanti, beneficiando di un incremento del +12,3% delle vendite, mettendo il turbo rispetto al +1,8% dei 12 mesi precedenti. È stato il formaggio grana che ha dato il maggior contributo a questa crescita, seguito dai formaggi da tavola e dagli affettati».

La bandiera italiana

La bandiera italiana è invece il simbolo più intuitivo e anche il più utilizzato per indicare l'Italia nel carrello della spesa. Si trova sul 14,9% dei prodotti venduti in super e ipermercati. A giugno 2020 questo paniere ha registrato vendite in aumento del +5,3% rispetto al giugno 2019.

«Merito anche della maggior presenza del tricolore su un ampio numero di categorie, di cui gli italiani hanno aumentato gli acquisti durante il lockdown, come uova, surgelati vegetali, olio extravergine di oliva, sughi pronti, latte Uht, avicunicoli di quarta lavorazione, birre e affettati. In calo, invece, sono risultati le verdure di quarta gamma e il latte fresco».

fonte HelpConsumatori

I prodotti regionali

Un prodotto alimentare su quattro presenta dunque in etichetta un richiamo esplicito all'italianità. Uno su dieci, inoltre, sottolinea la sua origine regionale. Sono oltre 8.600 prodotti di provenienza regionale, che hanno realizzato oltre 2,4 miliardi di euro di vendite e sono aumentati del 5% nell'arco di un anno.

«Quali sono le regioni italiane che hanno conquistato il carrello degli italiani? Al primo posto si riconferma il Trentino-Alto Adige, seguito da Sicilia, Piemonte ed Emilia-Romagna – dice l'Osservatorio – Ma nella classifica delle regioni stilata dall'Osservatorio Immagino spiccano anche le performance dei prodotti made in Molise (+28,7%), Liguria (+15,6%) e Calabria (+13,1%)».