

Origine locale, tradizione e Dop più in evidenza sulle confezioni

In oltre un caso su quattro sul packaging sono stati rilevati claim che si rifanno in qualche modo all'italianità

Made in Italy

Oltre 28mila referenze

clienti di supermercati, ipermercati e negozi a libero servizio possono scegliere tra oltre 28mila prodotti che evidenziano la loro matrice italiana o regionale, mettendo in etichetta la bandiera tricolore oppure definendosi "100% italiano" o vantando un'indicazione geografica europea. In pratica, oltre un prodotto su quattro strizza l'occhio alla tradizione nazionale.

L'italianità è il fenomeno di consumo più rilevante del food & beverage per numero di prodotti e per giro d'affari, con una quota vicina al 28% del totale rilevato dall'Osservatorio Immagino. Un mondo in cui spicca il ruolo dei 1.518 prodotti Dop rilevati, cresciuti in un anno sia a valore che a volume (in particolare formaggi grana, spumante classico, mozzarella di bufala e affettati) grazie al consistente aumento della domanda, a conferma di quanto siano apprezzati dagli italiani. Così come avviene per le tipicità locali, sempre più valorizzate anche dalla Gdo. A crescere negli ultimi 12 mesi sono stati soprattutto i panieri di Sardegna, Campania e Puglia, e anche quello "firmato" Trentino-Alto Adige. Quest'ultimo, con oltre 468 milioni di euro

generati da poco più di mille prodotti, resta saldamente al primo posto nella classifica delle regioni basata sul loro giro d'affari nel food&beverage.

Una leadership conservata sin dalla prima edizione dell'Osservatorio Immagino e che nell'ultimo anno si è rafforzata, mostrando come i produttori trentini e altoatesini siano i migliori a valorizzare in etichetta l'origine dei loro prodotti. Una sorpresa viene anche dalla graduatoria delle città più richiamate sulle etichette a "garanzia" del rispetto delle loro tradizioni gastronomiche. Il primo posto lo conquista Genova, citata su 370 prodotti che sviluppano oltre 184 milioni di euro di vendita. A seguire per ampiezza dell'offerta ci sono Roma e Bologna (rispettivamente 261 e 155 prodotti) mentre per valore delle vendite emergono Napoli (115 milioni di euro) e Roma (91,5 milioni di euro).

Il dossier di questa edizione è dedicato al paniere dei prodotti ispirati alla tradizione nella formulazione (per esempio "ricetta antica") o nelle modalità di preparazione (come quelli definiti "artigianali"). I 14 claim su questo tema sono stati individuati on pack su ben 6.685 prodotti, che sviluppano quasi 3,4 miliardi di euro di vendite e che sono cresciuti del 3,8%, su base annua. Merito di un aumento del 3,1% del volumi acquistati. I prodotti che si richiamano a qualità e tradizione mettono d'accordo tutti: la domanda cresce e pure l'offerta si amplia.

—Ma.So.

Genova è citata 370 volte per un giro d'affari di 184 milioni, seguita da Roma, Bologna e Napoli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

