

Osservatorio Gs1, l'italianità non cresce al supermercato

L'italianità resta protagonista del carrello della spesa lungo la Penisola ma non cresce, tranne che per gli alimenti Dop e i vini Docg. I consumatori della Penisola restano sempre attratti dalle novità, ora rappresentate da mango e anacardi, matcha e basmati, wasabi e acqua di cocco, avena e germe di grano mentre il salutismo avanza e il concetto di benessere diventa anche sinonimo di sicurezza alimentare, pensando ai cibi privi di Ogm, per esempio. C'è infine un filo rosso che unisce la spesa dei diversi consumatori ed è la lotta all'invecchiamento, grazie ad alimenti con antiossidanti e cosmetici con acido ialuronico. Sono queste le principali tendenze di consumo che seguono gli italiani al supermercato e nei diversi altri negozi, almeno secondo l'Osservatorio Immagino di Gs1 Italy, studio semestrale che analizza il mercato attraverso le etichette dei prodotti acquistati e digitalizzati dal servizio Immagino di Gs1 Italy servizi. Si tratta complessivamente di 151.203 prodotti monitorati nel corso del 2025, che sviluppano l'82,7% delle vendite totali di supermercati, ipermercati e libero servizio, realizzando 57,3 miliardi di euro di sell-out (+1,6% rispetto al 2024).

Nel dettaglio dello studio di Gs1 Italy (sotto la guida del ceo **Bruno Aceto**), il richiamo all'italianità («made in Italy», Dop, Igp e riferimenti regionali in etichetta) include 28.817 prodotti con 13,3 miliardi di euro di sell-out e un trend annuo del +1,8% a valore e stabile a volume. Invece, i super ingredienti (o altrimenti chiamate novità), dal matcha all'acqua di cocco, sono 41 ingredienti presenti in 15.585 prodotti con oltre 5,7 miliardi di euro di sell-out e un trend annuo del +5,3% a valore e del +2,2% a volume. Infine, tra i dieci panieri di spesa individuati e corrispondenti ad altrettanti fenomeni di spesa, c'è la cura persona con 8.385 prodotti che promettono protezione, idratazione e rigenerazione. L'anno scorso, questo segmento ha sviluppato un sell-out di 1,3 miliardi di euro, con un trend annuo del +1,5% a valore e del +1,8% a volume.

— © Riproduzione riservata —



Bruno Aceto

