Osservatorio Immagino: la CSR nel carrello della spesa vale 3,8 miliardi di euro

Avere **comportamenti etici e comunicarli ai consumatori** si conferma una strategia vincente per le aziende del largo consumo. **Loghi, "bollini" e claim** che certificano l'origine delle materie prime, le modalità produttive, il rispetto dell'ambiente e dei lavoratori sono percepiti come rassicuranti dagli shopper e i marchi che ne hanno fatto uso hanno ottenuto maggiore spazio sugli scaffali della grande distribuzione.

Lo rileva la settima edizione dell'**Osservatorio Immagino di GS1 Italy**, realizzato **in collaborazione con Nielsen**, che ha preso in esame un paniere di 111.639 prodotti di largo consumo che sviluppano l'82% del fatturato italiano di ipermercati e supermercati.

Italianità

L'**immagine rassicurante più diffusa sulle confezioni** è la **bandiera del paese d'origine** (prevalentemente quella italiana): si trova sul 13,4% dei prodotti del paniere Immagino (+0,5% rispetto al 2018), e pesano il **14,6% del giro di affari complessivo** che è pari a **36 miliardi di euro**. Le vendite hanno riguardato principalmente affettati, pasta di semola, surgelati, sughi, detersivi per stoviglie e preparati avicunicoli.

I NUMERI DEL MONDO DI LOGHI E CERTIFICAZIONI: LA SEGMENTAZIONE DELLE CARATTERISTICHE

	% PRODOTTI	% VENDITE IN VALORE	TREND % VENDITE IN VALORE 2019 vs 2018	TREND % VENDITE IN VALORE 2018 vs 2017	PRESSIONE PROMO
Bandiere	13,4	14,6	0,5	1,3	35,2
CSR*	7,4	10,6	1,2	2,6	40,5
EU Organic	6,8	3,1	2,1	6,2	20,1
CE	2,1	1,6	1,4	-6,0	26,1

Tutte le quote fanno riferimento al mondo dell'Osservatorio Immagino (111.639 prodotti)
*CSR: composto dai loghi Sustainable cleaning, Ecocert, Ecolabel, Cruelty free, FSC, Fairtrade, Friend of the sea, UTZ

Fonte: Osservatorio Immagino Nielsen GS1 Italy, ed. 1, 2020

Responsabilità sociale

Un ruolo importante lo svolgono anche le **certificazioni** legate alla **Corporate social responsibility** (**CSR**) presenti sul 7,4% dei prodotti che costituiscono il 10,6% delle vendite (**3,8 miliardi di euro**).

In particolare, l'Osservatorio Immagino ha individuato otto certificazioni dell'area CRS. L**e più rilevanti per giro d'affari** sono **FSC** (Forest Stewardship Council), che ha sviluppato il maggior incremento delle vendite (+1,0% annuo), **Sustainable cleaning** (+0,4%), relativa alla detergenza, e **Friend of the sea** (+0,3%), riferito ai prodotti

ittici ottenuti in modo sostenibile.

Nei 12 mesi analizzati **hanno aumentato la loro presenza sui prodotti** le certificazioni **Ecocert** (+19,6% delle vendite) che certifica l'origine naturale o biologica delle materie prime impiegate in alimenti, cosmetici, detersivi e tessuti; **UTZ** (+16,2%), che garantisce la produzione sostenibile di the, caffè e cioccolato; **Fairtrade** (+8,5%), che garantisce il rispetto di migliori condizioni dei lavoratori nei paesi in via di sviluppo, ed **Ecolabel** (+4,4%) che attesta il ridotto impatto ambientale delle aziende che hanno ottenuto l'utilizzo del logo. Al contrario i prodotti presentati in etichetta come **Cruelty free** (esenti da test sugli animali) hanno accusato una flessione delle vendite di -3,4%, principalmente per la riduzione dell'offerta nei cibi per cani, nelle salviette per bimbi, nei dopo shampoo, nelle creme trattamento corpo e nei prodotti per la pulizia del viso.

Marchi europei

Si allarga l'offerta di **prodotti biologici provenienti dall'Unione europea**, riconoscibili dal logo **EU Organic** che arriva al 6,8% del paniere dell'Osservatorio Immagino, in particolare **formaggio grana, uova, panificati senza glutine, surgelati vegetali e frutta secca sgusciata**. Si registra però un rallentamento della crescita del valore delle vendite (+2,1% annuo rispetto a +6,2% del 2018 sul 2017).

Il **marchio CE** è invece presente solo sul 2,1% dei prodotti del largo consumo con un'incidenza dell'1,6% del valore delle vendite. Rispetto al 2018 l'offerta di beni dotati di questo riconoscimento è salita di +4,9% ed è aumentato il giro d'affari soprattutto di uova **di Pasqua, dentifrici e prodotti per incontinenti.**