IL PUNTO COLDIRETTI
GIORNALE DI INFORMAZIONE PER LE IMPRESE DEL SISTEMA AGROALIMENTARE
[www.ilpuntocoldiretti.it]

Trend di consumo a tavola nel 2024 secondo Osservatorio Immagino

GS1 Italy ha pubblicato la diciassettesima edizione dell'Osservatorio Immagino che analizza le abitudini di consumo degli italiani nel corso dell'intero anno 2024. Complessivamente sotto la lente dello studio di GS1 Italy sono passati più di 145mila prodotti con il monitoraggio di diversi panieri, che rappresentano altrettanti fenomeni e tendenze di consumo. Per quanto riguarda il richiamo dell'italianità (il "made in Italy", le Dop/Igp e le regioni in etichetta), l'Osservatorio Immagino ha rilevato 27.978 prodotti con 11,6 miliardi di euro di sell-out e con un trend annuo del +1,2% a valore e di -0,7% a volume. Per il mondo del free from (i trend consolidati ed emergenti dei claim "senza"), l'Osservatorio Immagino ha rilevato 14.625 prodotti con 7,9 miliardi di euro di sell-out e con un trend annuo di -0,1% a valore e di -1,2% a volume. Per il mondo del rich-in sono stati rilevati 11.572 prodotti con 5,1 miliardi di euro di sell-out e con un trend annuo di +1,3% a valore e di -0,8% a volume. Il tema delle intolleranze ha indagato la dinamica del "senza glutine" e del "senza lattosio": 11.339 prodotti rilevati, con 4,7 miliardi di euro di sell-out e con un trend annuo di +0,9% a valore e di -0,5% a volume. Altro fenomeno è quello del cibo identitario: vegetariano, vegano, biologico, halal e kosher. L'Osservatorio Immagino ha rilevato 13.552 prodotti con 4,4 miliardi di euro di sell-out e con un trend annuo di +3,9% a valore e di +0,9% a volume. Dall'avena all'avocado fino ai semi di chia, l'Osservatorio ha rilevato gli ingredienti considerati benefici in 15.171 prodotti con 4,7 miliardi di euro di sell-out e con un trend annuo di +3,7% a valore e di -1,8% a volume.