

27 febbraio 2024 11:28

ITALIA: Etichette. 94% le legge e 75% rinuncia se non convinto

La spesa è (anche) una questione di etichetta: perlomeno per quel 75% di italiani che dichiara di aver rinunciato almeno una volta a comprare un prodotto dopo aver letto le informazioni presenti sulle confezioni. Ma anche per quel 62% a cui è capitato di non riacquistarlo più dopo averne CONSUMato l'etichetta a casa. Lo rivela l'indagine condotta da Ipsos e raccontata nell'ultima edizione dell'Osservatorio Immagino di GS1 Italy¹, da cui emergono le tante sfaccettature del rapporto tra CONSUMatori ed etichette dei prodotti di largo CONSUMo. "Questa indagine ci ha confermato che le indicazioni presenti sulle etichette sono sempre più cercate, CONSUMtate e utilizzate - sottolinea Marco Cuppini, research and communication director di GS1 Italy - perché le persone sono alla ricerca di punti di riferimento che le aiutino a orientarsi negli acquisti e vogliono informazioni complete e trasparenti. Ecco perché informare bene è già oggi una delle missioni costitutive delle imprese, sia produttive che distributive. E lo sarà ancor più domani e su una serie crescente di tematiche". L'analisi realizzata da Ipsos per l'Osservatorio Immagino ha rivelato che circa il 94% degli italiani legge le etichette dei prodotti: in particolare, in fase di acquisto, il 42% dei CONSUMatori CONSUMta le etichette di tutti o quasi tutti i prodotti, mentre un altro 53% lo fa solo per alcune categorie. E quel 6% di italiani che non legge le etichette? Lo fa soprattutto perché ritiene di non averne bisogno: il 38% compra regolarmente il brand o il prodotto e quindi ritiene di conoscerlo bene, mentre il 16% pensa di saperne abbastanza. La variabile fretta è meno importante: solo uno su cinque dichiara di non avere tempo di leggere le etichette.

Un altro aspetto interessante della relazione tra italiani ed etichette è la reiterazione dell'interazione in momenti diversi. Si comincia nel punto vendita, dove dichiarano di fermarsi a leggere le etichette da quattro a sette CONSUMatori su dieci (a seconda della categoria di prodotto). Si continua a casa, con il 15% che vi cerca ulteriori informazioni e circa il 10% torna a leggere l'etichetta dopo il CONSUMo. E infine si prosegue anche sul web, dove vanno a documentarsi dal 10 al 18% dei CONSUMatori a seconda della categoria di prodotto. Quali sono le informazioni più ricercate e CONSUMtate dai CONSUMatori? L'Osservatorio Immagino rileva che, sommando tutti i momenti di interazione, gli italiani leggono le etichette soprattutto per controllare la scadenza degli alimenti (63%), per conoscere l'elenco degli ingredienti e il valore nutrizionale dei cibi (57%), per verificare provenienza e origine (52%), per controllare la salubrità dei prodotti (33%), ma anche per capire come smaltire il packaging (19%). Questa 'fame' di informazioni non sempre viene soddisfatta: il 70% circa degli intervistati afferma di essersi trovato almeno una volta in difficoltà nel trovare le indicazioni cercate e il 67% ammette di avere problemi nella comprensione delle informazioni, in particolare di quelle relative al mondo della sostenibilità. C'è dunque un "problema" di leggibilità delle etichette. Del resto, come fanno oggi (e come faranno a maggior ragione in futuro) tante informazioni a stare in uno spazio limitato com'è quello delle etichette di pacchetti di chewing-gum e vasetti di yogurt, scatole di pasta e brick di succhi di frutta, barattoli di pelati e scatolette di tonno?. La soluzione arriva dalla tecnologia: è il GS1 Digital Link, che permette di accedere via web a tutte le informazioni di servizio (come valori nutrizionali, tracciabilità ed etichetta ambientale) e di marketing (come caratteristiche degli ingredienti o video tutorial) di ogni prodotto.

Basato sugli standard globali GS1 di identificazione di prodotto, il GS1 Digital Link è un indirizzo web che può essere incorporato in un QR code applicato sul packaging, pronto da scansionare con lo smartphone per approdare su una pagina dove CONSUMtare tutte le informazioni volute. Una prassi ormai comune: l'89% degli italiani conosce il QR code e il 65% l'ha già utilizzato almeno una volta, rivela l'indagine condotta da Ipsos per l'Osservatorio Immagino di GS1 Italy.

(Dire)

CHI PAGA ADUC

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

La sua forza economica sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile

DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)