

Raccolta e riciclo dei rifiuti di imballaggi in vetro. Stato dell'arte e prospettive evolutive



Avv. Piero Cardile
Responsabile Legislazione e Ufficio Studi
Ancd CONAD

Andamento dei consumi food and beverage in Italia

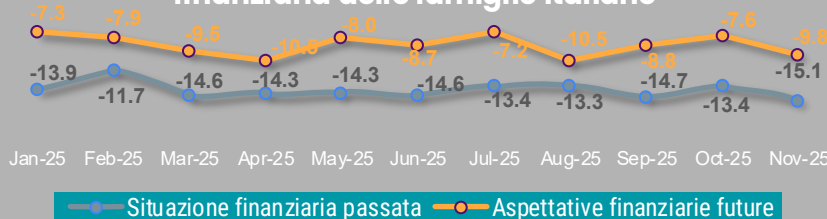
23 luglio 2026



Un contesto di «ordinaria incertezza»



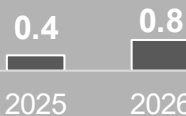
Percezione e aspettative sulla situazione finanziaria delle famiglie italiane²



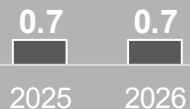
Inflazione LCC¹



PIL³



Consumi Privati³



Preoccupazione per il proprio potere d'acquisto e dinamiche internazionali



Rischi geopolitici e frammentazione commerciale - Dazi USA e tensioni geopolitiche (Medio Oriente, Asia, Sud America) stanno rallentando il commercio mondiale e alimentano incertezza.



Impatto sul comportamento di spesa - meno discrezionale (ristorazione, moda, intrattenimento -15%), più essenziale con meno scorta (casa, salute, alimentari +15%).

¹Fonte: Circana Osservatorio Prezzi Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Specialisti Casa Persona + Discount Anno Progressivo al 23-11-2025.

²Fonte: Consumer Confidence Indicator, Italy - Eurostat. ³Fonte: ISTAT - Le prospettive per l'economia italiana nel 2025 - 2026 del 6 Giugno 2025.

Nei FUORI CASA cresce la spesa, ma le visite restano sotto i livelli pre-pandemia



Spesa Media
(65,2 Mld€)

Visite
(13,8 Mld)

Numero Item
(2,46)

Servings
(34,0mld)

vs 2024

+0,9%

-0,7%

+0,0%

-0,7%

vs 2019

+11,9%

-4,7%

(Colazione +1,7%)
(Pranzo +1,0%)
(Ape/Cena -1,5%)
(Snack PM -3,3%)

+0,4%

-4,3%

(caffè +1,8%)
(Pasta +0,8%)
(Prod. Forno -2,0%)
(Acqua in Bottiglia -3,6%)

Fonte: Circana CREST® . Anno Progressivo a Novembre 2025.

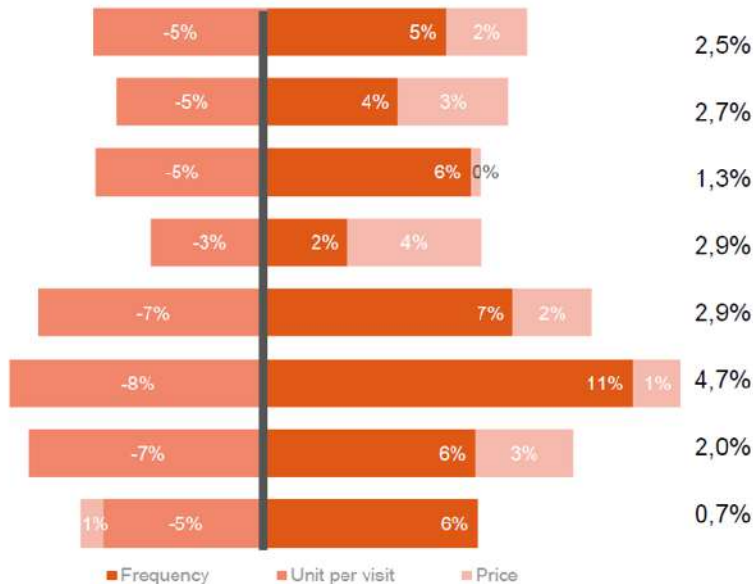
Continua ricerca di RISPARMIO attraverso aumento FREQUENZA di visita e RIDUZIONE del CARELLO



KPI Tree
MAT 2025 vs MAT 2024

Variazione della Spesa

EU7



Nel 2025, i consumatori europei hanno



Pagato prezzi più alti



Ridotto il carrello della Spesa



Aumentato la frequenza di acquisto

Le preoccupazioni sono numerose e si ricerca un nuovo equilibrio



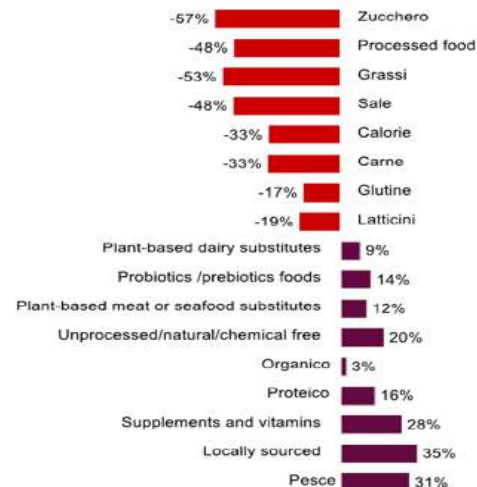
Consumatori: quali sono le preoccupazioni maggiori?

% rispondenti



Quali tendenze sul cibo?

% rispondenti

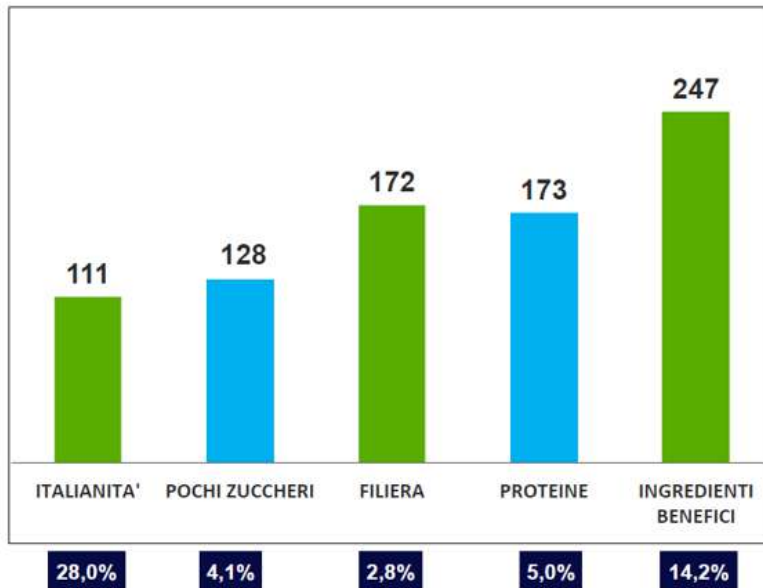


SOSTENIBILITA' e SALUTE continuano a dominare i claims



Claim su Packaging

NIQ I+S, Indice Vendite a Volume 2025 vs 2019



Marchi e aziende devono essere **SOSTENIBILI** senza impattare sul portafoglio



È giusto che marchi e aziende si **espongano** in prima persona rispetto a **tematiche sociali** rilevanti, oltre a vendere prodotti oltre a offrire servizi

64%

(46% nel 2019)

Ho smesso di comprare alcuni prodotti o servizi di marche o aziende perché deluso dal loro comportamento

47%

(35% nel 2019)

L'impegno in ambito ambientale delle aziende non può essere svolto facendone **pagare il costo ai consumatori**

73%

L'attenzione rispetto al **ruolo «politico»** di marche e aziende non è mai stata così alta...



La POPOLAZIONE italiana sta cambiando



In meno di 10 anni:

Età 56-70 □ +1.9M (+16%)

Età >70 □ +1.1M (+11%)

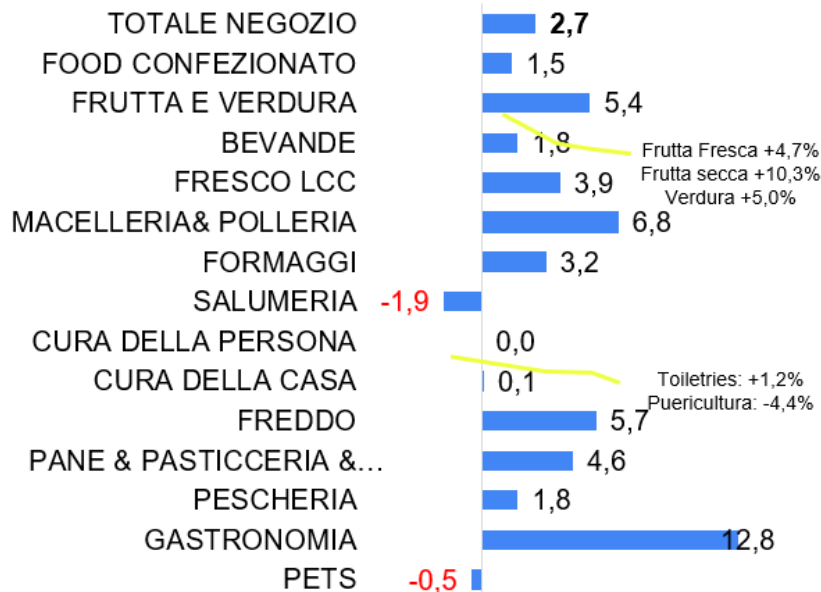
Families (.000)



I FRESCI trainano la crescita del negozio



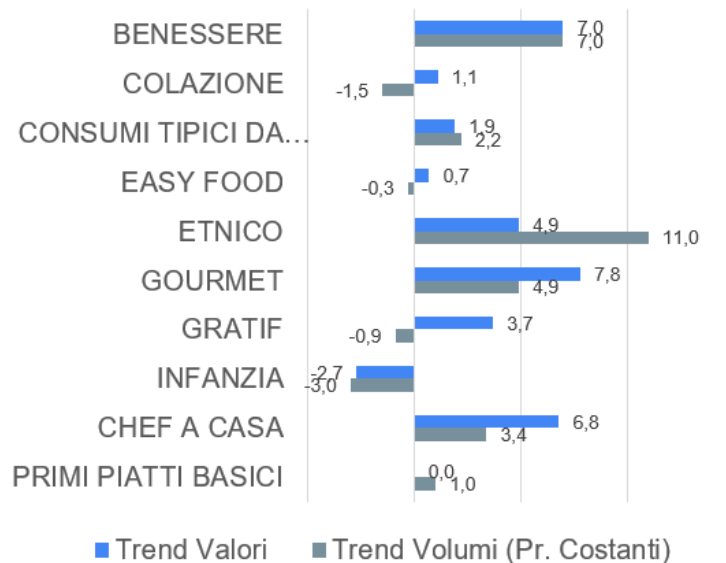
IPER+SUPER



BENESSERE, GOURMET e CHEF a CASA sono i panieri più DINAMICI



IPER+SUPER



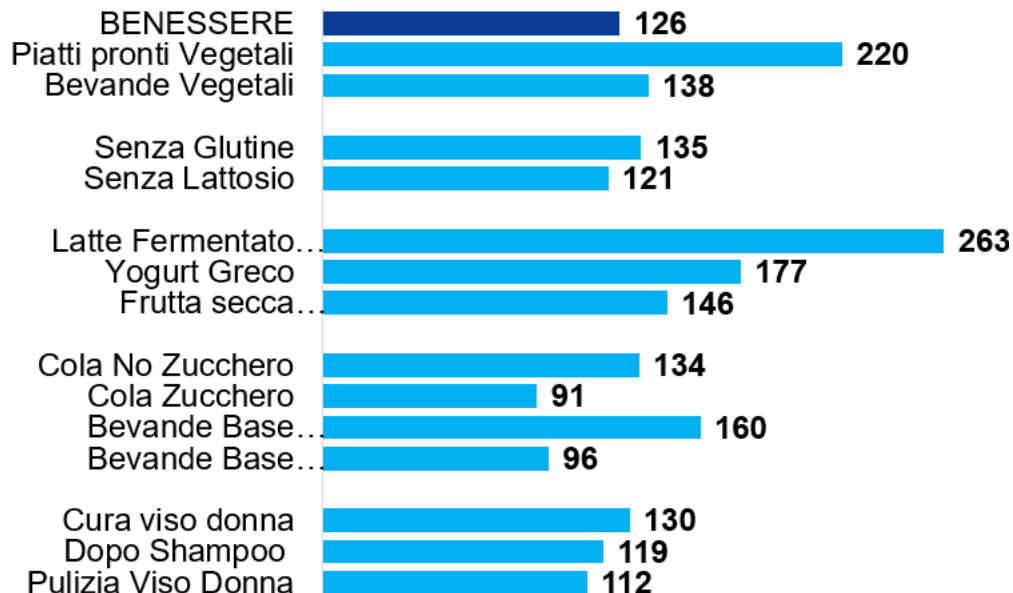
BENESSERE E CURA DI SE' sempre più centrali



La ricerca del Benessere influenza gli stili di vita dei consumatori e ne guida le scelte d'acquisto

Il Benessere rappresenta 7,3% del totale LCC (6,9% nel 2023)

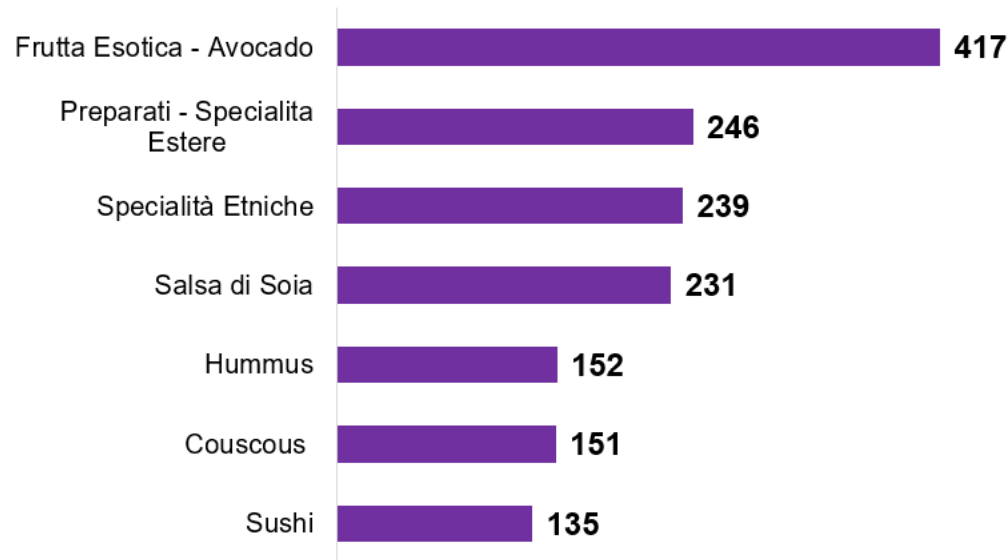
Indice Vendite Volume (2024 vs 2019)



Le abitudini alimentari si aprono a nuove culture, per nuove esperienze di GUSTO



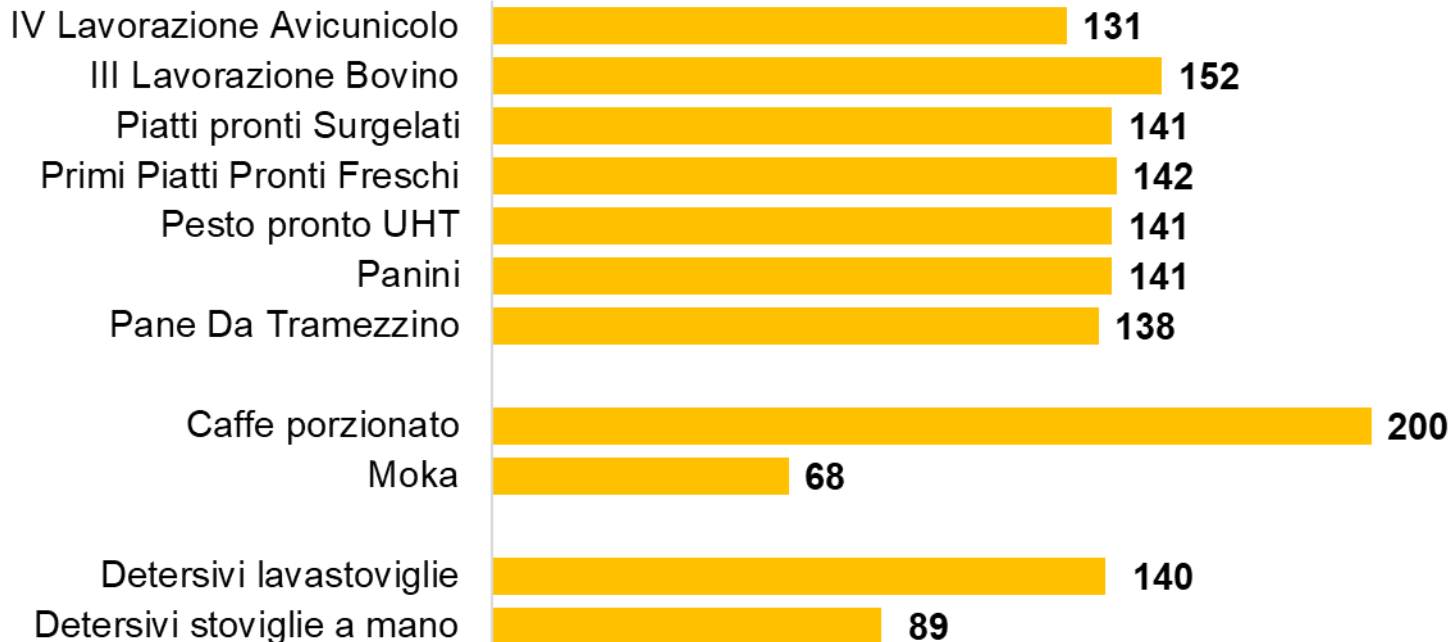
Indice Vendite Volume (2024 vs 2019)



Sempre più forte la richiesta di SEMPLIFICAZIONE e SERVIZIO



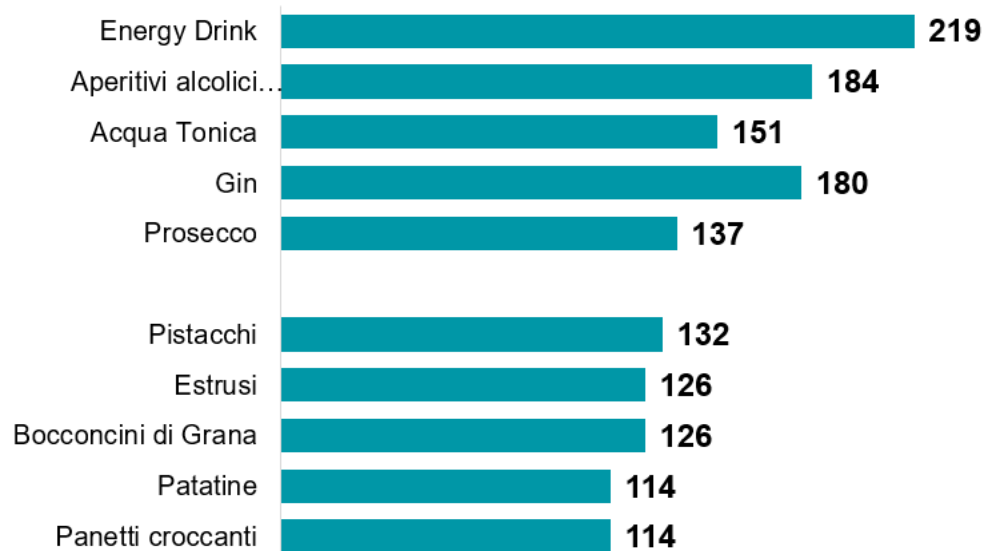
Indice Vendite Volume (2024 vs 2019)



Si affermano nuove forme di CONVIVIALITA' DOMESTICA



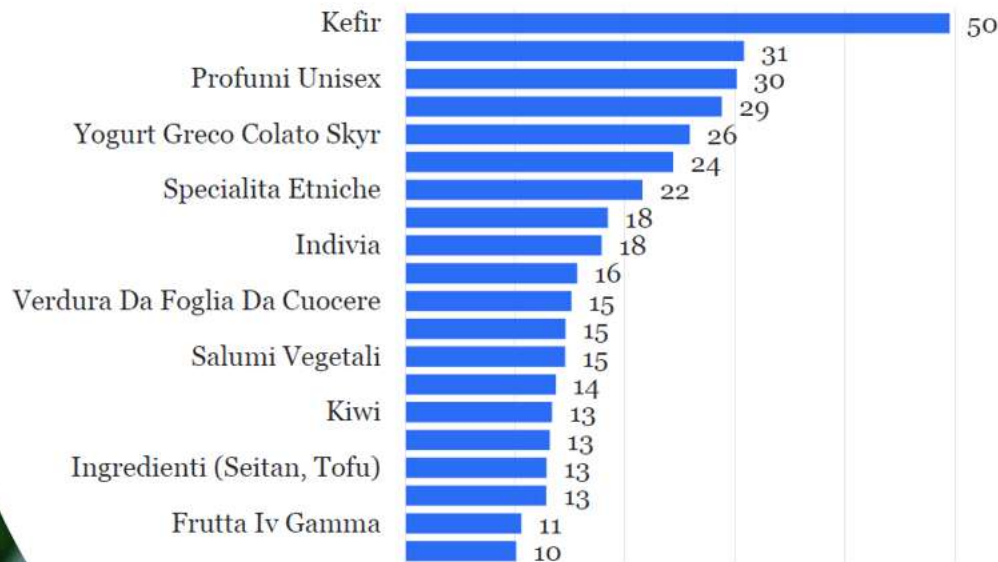
Indice Vendite Volume (2024 vs 2019)



Il 70% della crescita dei volumi nell'ultimo anno è spiegata da 20 categorie

Top 20 categorie per crescita a volume (prezzi costanti)

Anno Ter.te Aprile 2026 – categorie con giro d'affari >20 mio Euro)



■ Trend Volumi (Prezzi Costanti)

La SPESA DI DOMANI: su cosa si concentrerà l'attenzione

