

Le tendenze del packaging secondo Tetra Pak

Presentati i risultati dello studio Tetra Pak Index 2018 sulla vendita online di prodotti alimentari e bevande.

28 giugno 2018 08:54



Il produttore di imballaggi Tetra Pak ha pubblicato i risultati di uno studio (Tetra Pak Index 2018) condotto tra i consumatori di cinque paesi e completato da interviste con i rivenditori online di Stati Uniti, Europa e Cina, con l'obiettivo di identificare i driver di crescita nella vendita online e fornire spunti per l'industria alimentare e delle bevande.

Secondo la ricerca, sempre più consumatori fanno la spesa online e ciò impone la trasformazione dei negozi tradizionali e la loro fusione in un "omni-canale" dove i consumatori si aspettano di poter acquistare in qualsiasi momento, luogo e qualunque prodotto scelgano, attraverso lo smartphone. Tetra Pak sostiene inoltre che l'imballaggio giocherà un ruolo importante nell'acquisto online dei prodotti alimentari e che le confezioni 'intelligenti' integrate con le tecnologie, come codici digitali stampati, offriranno "nuove ed entusiasmanti opportunità" per i rivenditori online.

Da Tetra Pak Index 2018, in particolare, emergono quattro tendenze:

- **Praticità:** il driver principale per l'adozione dell'online da parte dei consumatori ovunque, sarà la ricerca di nuovi modelli che rendano la loro vita più semplice e che facciano risparmiare tempo. Le opportunità principali deriveranno da confezioni pratiche, rifornimento facile di prodotto una volta terminato e ricerche vocali.
- **Tecnologia & Prestazioni:** anche la catena di approvvigionamento continuerà a trasformarsi grazie all'applicazione di nuove tecnologie, in particolare l'identificazione a radiofrequenza (RFID) e la robotica, aumentando l'efficienza e la trasparenza. Consegne super veloci, in 10 minuti, previste entro il 2025, porteranno ad un cambiamento nel comportamento dei consumatori, con la tendenza ad acquisti più frequenti e in piccole quantità.
- **Sostenibilità:** la pressione sulla plastica e la conoscenza riguardo all'economia circolare continueranno a crescere; di conseguenza, il tema del riciclo diventerà sempre più importante. Imballaggi leggeri, efficienti dal punto di vista dello spazio avranno un ruolo chiave nella riduzione di emissioni di anidride carbonica e dei costi.
- **Personalizzazione & unicità:** guardando al futuro, la personalizzazione dei prodotti e la generazione di esperienze uniche saranno leve importanti di differenziazione. I rivenditori on-line continueranno a sfruttare i loro dati di conoscenza sul consumatore per offrire

prodotti personalizzati, costruire relazioni e sviluppare i propri brand. La tendenza è un'accelerazione nel direct-to-consumer e oltre l'80% delle aziende CPG (Consumer Packaged Goods) prenderanno questa rotta entro il 2025.

In questo scenario, rileva Tetra Pak, l'imballaggio intelligente (smart packaging) offrirà un'interazione diretta e in tempo reale con il consumatore: "sarà possibile condividere i dettagli sull'approvvigionamento delle materie prime, dei valori nutrizionali, così come giochi, promozioni e informazioni ambientali - si legge nella sintesi del rapporto -. Attraverso le informazioni catturate tramite questi codici digitali, le marche possono continuamente migliorare l'esperienza di acquisto e renderla sempre più personalizzato per il consumatore".



I distributori online chiedono anche codici identificatori univoci compatibili con la tecnologia robotica utilizzata nei loro magazzini di distribuzione. Queste tecnologie li aiuteranno a navigare attraverso la complessità logistica e a migliorarne l'efficienza, verso un'evasione dell'ordine in tempo reale.

© Polimerica - Riproduzione riservata