UN PACK SOSTENIBILE PER UN VINO ITALIANO DI QUALITA'



Il ruolo dello scatolificio nella riduzione dell'impatto ambientale degli imballaggi

La progettazione e la ricerca di nuove soluzioni di imballaggio per coniugare riduzione di costi ed eco sostenibilità.



- Ogni anno vengono presentati sempre più prodotti nuovi sul palcoscenico mondiale: tra questi spiccano i prodotti cosmetici ed, in misura nettamente preponderante, i prodotti alimentari.
- Di conseguenza l'impatto, la differenziazione e l'attrattiva dei prodotti sono, oggi più che mai, una sfida lanciata al packaging e, più in generale, al marketing.
- Nella distribuzione nuove aspettative si sovrappongono agli attuali bisogni in termini di prezzo e scelta
- I consumatori hanno imparato ad amministrare attentamente il proprio tempo e, sempre meno, sono disposti a perderne per i loro acquisti quotidiani.

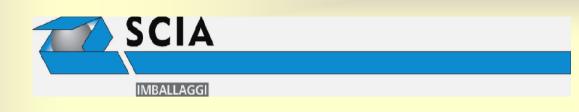


- In generale, in molti paesi, i consumatori risentono dell'overdose di iper-scelta e preferiscono una selezione più mirata dell'offerta di prodotti, che meglio corrisponda ai loro gusti e al loro stile di vita.
- Di conseguenza, tutto il contesto della distribuzione dovrà evolvere nei prossimi anni per adattarsi alle aspettative più complesse e segmentate dei consumatori; si va quindi profilando una completa ri-segmentazione di supermercati e ipermercati in moduli differenziati che corrispondono alla frammentazione della società in tribù e sottogruppi: i super-metropolitani, i single, i piccoli nuclei familiari, i poveri di tempo, i maniaci della salute.



Il ruolo strategico del packaging

- Diventa fondamentale, a causa della proliferazione di nuovi prodotti, la necessità di contraddistinguersi. In questo contesto gli imballaggi che attirano l'attenzione sono semplici, parlano di se stessi, utilizzano spesso design e colori di base.
- Il packaging è visto a tutti gli effetti come un comunicatore, quasi un mezzo di comunicazione pubblicitario. Deve veicolare la personalità e i valori della marca, la superiorità del prodotto e anche SEDURRE e convincere istantaneamente sul punto di vendita. In molti casi, a causa di Budget limitati, il packaging rimane l'unico supporto di comunicazione.
- Nei pochi secondi di contatto col potenziale consumatore, deve comunicare i messaggi chiave della marca.



- La praticità non è più un vantaggio competitivo, è un dovere in tutti i circuiti di distribuzione, lusso compreso.
- Anche nei mercati di gamma alta si ricercano prodotti studiati per essere utilizzati in casa o fuori, SEMPLICI E FACILI DA UTILIZZARE E DA RIPORRE, leggeri da trasportare e, SOPRATTUTTO, ECOLOGICI.
- Il prezzo resta una sfida costante, mentre l'hard discount e la politica deflazionistica nel largo consumo guadagnano terreno.

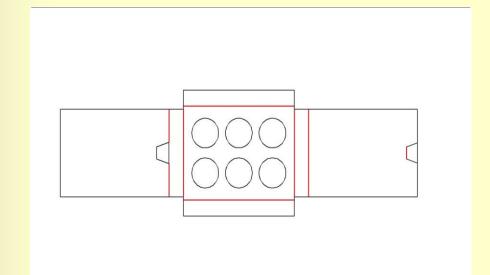


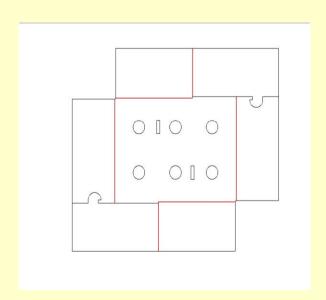
- Il circuito INTERNET attende ancora la propria rivoluzione nel settore packaging.
- Nonostante la complessità delle motivazioni di fronte al commercio elettronico e la sua eccezionale crescita, sembra che il settore del packaging non abbia completamente colto le nuove sfide della distribuzione tramite internet: packaging più semplici, meno voluminosi, più economici ed ECOLOGICI per il trasporto, oppure specifici approcci design per le nuove marche che sono nate su internet.

190 MILIONI DI CINESI HANNO ACQUISTATO VINO ON-LINE NELL'ULTIMO ANNO!



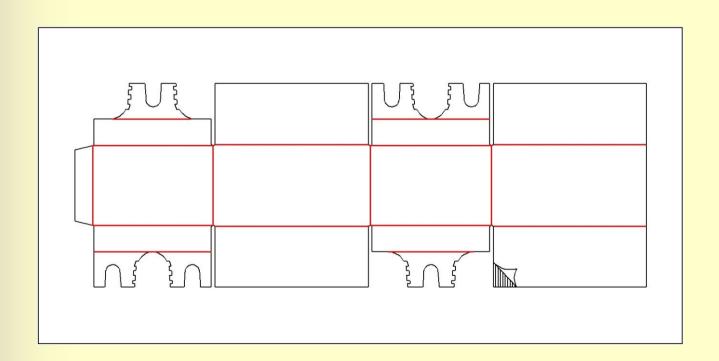
UNA SOLUZIONE ECONOMICA ED ECOLOGICA AL PROBLEMA DELLE SPEDIZIONI DI SINGOLI COLLI DA 6 BOTTIGLIE







Un progetto che ha permesso di ridurre il peso dell'imballaggio da 6 bottiglie orizzontali da 430g a 352g!

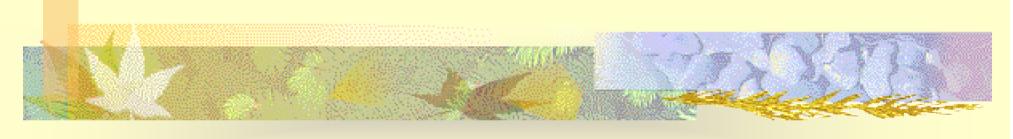




Grazie alla costante ricerca di nuove soluzioni di imballaggio, alla riduzione delle grammature delle carte che compongono i vari strati del cartone ondulato a parità di prestazioni meccaniche, all'utilizzo di una grandissima percentuale di carte riciclate (grazie all'impegno di COMIECO e di tutta la filiera produttiva della carta e del cartone), possiamo affermare che il cartone ondulato rappresenta il materiale più idoneo all'imballaggio «sostenibile» del vino italiano!



GRAZIE PER L'ATTENZIONE E...



Buon lavoro!