Le nuove frontiere del packaging e l’ascesa dell’e-commerce

scritto da Agnese Ceschi | 21 Gennaio 2021



Con la diffusione della pandemia e il rimescolamento di alcune dinamiche di consumo sono esplosi dei trend, che già erano in corso, accelerati dalla situazione contingente. Uno di questi è l’e-commerce. Questo **boom di vendite online** – ormai lo sappiamo bene tutti – avrà **ripercussioni ben oltre la fine della pandemia** (che ci auguriamo arrivi presto). Le ripercussioni non riguardano solo il modo in cui i consumatori si approcciano al vino oggi, ma anche tutta una serie di questioni trasversali, tra cui il **packaging**. Direte: cosa centra mai il packaging con l’e-commerce? Ebbene, se ci pensiamo un pò più approfonditamente possiamo già scorgere segnali di cambiamento nella scelta degli “involucri” del

vino.

“La **nuova frontiera nel packaging del vino** è a mio parere legata al **modo in cui lo trasporteremo ai consumatori nel prossimo futuro** in cui si ricorrerà sempre di più agli acquisti online” spiega **Juan Park**, autore di **Wine Intelligence**. Nel mondo del vino sono disponibili diversi packaging, ma **tradizionalmente e più comunemente è stata scelta la bottiglia di vetro, in prevalenza da 75cl**, come modalità di confezionamento prediletta. Dunque quando si tratta di trasportare il vino, il primo “istinto” è di usare una bottiglia di vetro, ma deve essere per forza questa la soluzione a lungo termine? “È forse questa la più conveniente e rispettosa dell’ambiente, in un mondo in cui i consumatori sono sempre più attenti a queste problematiche?” si chiede Juan Park. Il vetro è sicuramente una soluzione abbastanza pesante, non così resistente e sono necessarie quantità importanti di cartone ed imballaggio per proteggerlo. Ciò significa che aumenta esponenzialmente l’impatto ambientale e l’impronta carbonio oltre che i costi di trasporto.

Oltre a tutte queste riflessioni che erano già presenti prima che esplodesse la pandemia mondiale, il Covid-19 ha contribuito alla diffusione di nuovi formati alternativi di imballaggio: **bottiglie di dimensioni inferiori o persino bottiglie in plastica PET**. Anche il **bag-in-box** è una soluzione molto diffusa in alcuni Paesi al mondo: è ampiamente acquistato in Scandinavia, dove i consumatori sono motivati dal valore fornito da questo formato. Ora i puristi del vino proveranno un certo fastidio a sentir parlare in questi termini, ma è certamente un dato che non potranno ignorare. Cosa faranno i consumatori? In che direzione stanno andando i loro gusti e preferenze? Forse questa è una domanda che tutti ci dovremmo porre. A volte i cambiamenti avvengono per caso, come è accaduto nel caso delle bustine di the, nate come campioni che i mercanti inviavano ai potenziali clienti, diventate poi la formula più usata dai consumatori.

Ci chiediamo dunque: tutte queste trasformazioni, incentivate anche dall’aumento delle vendite online, che impone scelte più convenienti ed eco-friendly, cambieranno le scelte dei consumatori in fatto di packaging?