

Dal packaging riciclabile a quello biodegradabile, ecco come influisce sui consumi

Più appeal con confezioni green

Gli italiani disposti a cambiare marca per la sostenibilità

DI MARCO LIVI

Per gli italiani la sostenibilità passa anche dal carrello della spesa e in particolare la sostenibilità della confezione rappresenta un aspetto cruciale per contribuire a rendere un prodotto alimentare sostenibile. Lo rivela l'Osservatorio Packaging del Largo Consumo curato da Nomisma e presentato ieri a Marca 2024, la manifestazione di BolognaFiere in cui espone la distribuzione moderna organizzata. Al centro del focus dell'Osservatorio, un'indagine condotta su un campione rappresentativo di responsabili di acquisto tra i 18 e i 70 anni con l'obiettivo di identificare stili di vita e abitudini sostenibili degli italiani, con una particolare attenzione al ruolo svolto dal packaging sostenibile nei modelli d'acquisto alimentare degli italiani.

In generale, per un terzo degli italiani la sostenibilità, unita all'attenzione all'ambiente, rappresenta un fattore determinante per le scelte di comportamento e acquisto, mentre il 59% dichiara di tenerne comunque conto. Così un italiano su due dichiara di adottare con maggiore frequenza scelte di consumo più sostenibili rispetto a 5 anni fa. E se è vero che quello energetico e idrico è l'ambito a cui l'82% delle famiglie presta più attenzione, a seguire c'è l'acquisto di prodotti alimentari e bevande (66%) e infine la mobilità e gli spostamenti (42%).

Ma quali sono le caratteristiche maggiormente ricercate dalle famiglie italiane quando si vuole acquistare un prodotto con una confezione sostenibile? Guidano l'assenza di imballaggi in eccesso (59%), le confezioni interamente riciclabili (58%),

quelle prodotte con ridotte emissioni di CO2 (46%), con materiale riciclato (45%) o biodegradabile (44%). Forte attenzione si denota anche per gli imballaggi plastic-free e quelli utilizzabili più volte.

A conferma del forte interesse verso la riciclabilità, quasi 8 italiani su 10 ritengono importante conoscere il processo di riciclo e la seconda vita che avrà il materiale una volta riciclato.

Centrale anche il ruolo giocato dalla marca del distributore: il 68% dei consumatori dichiara difatti di aver acquistato prodotti a marchio dell'insegna del supermercato perché avevano una confezione più sostenibile rispetto a quella di altre marche; in 1 caso su 2 la marca del distributore rappresenta addirittura la prima scelta quando si acquistano prodotti con confezioni sostenibili.

«Il green packaging sta diventando sempre più determinante nelle decisioni di acquisto alimentare degli italiani: negli ultimi 12 mesi il 54% dei nostri connazionali ha acquistato una marca diversa dal solito perché aveva una confezione più sostenibile e il 18% ha smesso di acquistare un prodotto a causa della sua confezione non ritenuta sostenibile», ha commentato Emanuele Di Faustino, responsabile industria, retail e servizi di Nomisma. «Si tratta di un fenomeno destinato a non arrestarsi nel prossimo futuro visto che il 40% degli italiani dichiara che nel 2024 aumenterà gli acquisti di prodotti alimentari e bevande con packaging sostenibile, una quota che sale ulteriormente tra le famiglie con figli piccoli e la generazione Z, ossia i target più attenti alle tematiche legate alla sostenibilità ambientale».

© Riproduzione riservata



ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - L.1763 - T.1746

