

# e-Packaging

Inviare. Proteggere. Sorprendere.



## Tendenze dell'e-commerce

Cosa si aspettano i tuoi consumatori?

[dssmith.com/it](https://dssmith.com/it)



# Indice



## ➤ Introduzione

Evoluzione dell'e-commerce	03
Attualità degli acquisti online	05
I 5 "Easies" del consumatore	06

## ➤ 6 tendenze dell'e-commerce

La sostenibilità e il cammino verso l'economia circolare	07
Il desiderato effetto WOW	14
Tempi di consegna ridotti	17
La sicurezza come elemento chiave	19
Le sfide della logistica inversa	21
Esperienza omnicanale	24

## ➤ Su DS Smith

Ti aiutiamo a superare tutte le tue sfide di packaging	25
--	----



# Evoluzione dell'e-commerce

## Nato. Cresciuto. Rimasto.

Sebbene l'e-commerce stesse crescendo annualmente, la pandemia generata dal COVID-19, che ha costretto alla quarantena della popolazione e alla chiusura degli esercizi commerciali, ha segnato un prima e un dopo, soprattutto per quanto riguarda questo canale.

Di fronte a una crescita rapida, i brand si sono visti costretti ad avviare o adattare rapidamente le loro offerte online, un processo che avrebbe potuto richiedere anni senza l'urgenza imperativa imposta dalla pandemia globale. In questo contesto, molti rivenditori hanno aumentato le loro vendite attraverso questo canale, mentre altri lo hanno utilizzato per la prima volta.

Ciò ha portato **all'emergere di una competizione intensificata**, aprendo le porte a una maggiore concorrenza globale, con brand di tutto il mondo in grado di offrire prodotti simili a prezzi competitivi.

Considerando la crescita del canale e le tendenze di acquisto dei consumatori, si può affermare che **l'e-commerce è destinato a rimanere**. Tanto è vero che, secondo lo studio "Commercio elettronico nel mondo" condotto da Statista, "circa il 90% della popolazione mondiale ha acquistato su Internet nel 2020, motivo per cui non sorprende **che i ricavi provenienti dalle vendite online fossero intorno a 4,2 miliardi di dollari** statunitensi in quell'anno. Questa cifra è stata ancora maggiore nel 2021 e nel 2022 nonostante la riapertura dei negozi fisici, il che conferma che questo cambiamento nelle abitudini di acquisto è, quasi certamente, permanente".

All'interno dell'e-commerce ci sono tendenze che mantengono una crescita costante:

- L'incremento dei resi.
- Il quick-commerce, che si riferisce all'urgenza estrema o alla consegna quasi immediata.
- La crescente consapevolezza dei consumatori sulla sostenibilità.



I clienti si aspettano che il processo di acquisto online sia **veloce ed efficiente**, dal trovare il prodotto desiderato fino a riceverlo.

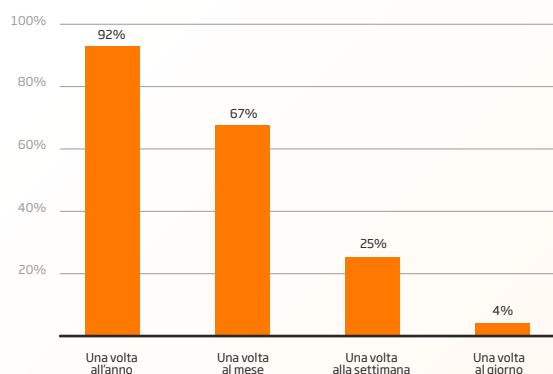
## e-Packaging

Inviare. Proteggere. Sorprendere.

Il percorso dell'e-commerce è lungo, con canali di distribuzione complessi, e l'imballaggio attraversa **una media di 50 touchpoints rispetto ai 5 del settore del retail tradizionale**. Questo dà un'idea della complessità di questo ambiente in cui è necessario avere un packaging adatto alle peculiarità di ogni catena di approvvigionamento.

La complessità si accentua se si considerano i diversi canali di distribuzione e le diverse piattaforme di vendita, come anche gli aspetti logistici di ciascuno di essi. Per questo motivo, una pianificazione e **una gestione efficace di ogni fase sono essenziali per**

### ➤ Percentuale di acquisti online a livello mondiale nel 2022



Fonte: Statista 2023.



Approssimativamente il **90%** dei consumatori

a livello globale ha dichiarato di aver fatto acquisti online almeno una volta all'anno nel 2022.

Fonte: Frequenza globale degli acquisti online nel 2022. Statista.

### offrire ai clienti un'esperienza di acquisto soddisfacente e di successo.

Nel caso degli ordini online, c'è una maggiore possibilità di danni al packaging e alla merce, quindi è fondamentale che i brand analizzino ogni punto di contatto per garantire l'integrità dei loro prodotti, soprattutto in caso di quelli fragili.

# Attualità degli acquisti online

## Cercare. Ordinare. Ricevere.

I clienti cercano un'esperienza di acquisto online efficiente e sicura che offra loro accesso a una vasta gamma di prodotti, informazioni dettagliate e opzioni di acquisto flessibili. Inoltre, **richiedono facilità di consegna, che i prodotti arrivino in perfette condizioni e che i resi, se necessari, possano essere effettuati in modo semplice.** Il tutto senza perdere di vista la crescente consapevolezza ambientale.

L'e-commerce è un canale complesso, con molte opportunità ma anche sfide. **Prestare particolare attenzione alle aspettative e ai desideri dei clienti potrebbe essere la chiave per il successo** in questo settore in continua crescita.

È vitale rendere l'esperienza di acquisto online il più semplice e soddisfacente possibile per i consumatori, analizzando, affrontando e ottimizzando aspetti che vanno dalla consegna e dall'unboxing fino alla responsabilità ambientale e alla possibilità di reso in caso di insoddisfazione del cliente.



Secondo l'indagine Global Consumer Insights Pulse Survey 2023, condotta da PwC, che ha intervistato 9.180 consumatori provenienti da 25 paesi...

Il **43%** dei consumatori ha dichiarato di avere intenzione di aumentare gli acquisti online nei prossimi sei mesi.

# 15 "Easies" del consumatore



## Cercare. Ordinare. Ricevere.

L'attenzione ai dettagli e l'orientamento alle esigenze e alle aspettative dei clienti sono fondamentali per il successo nell'e-commerce. In questo senso, è importante considerare questi **5 "Easies" che devono essere rispettati dai design dei packaging** per il canale dell'e-commerce:

- **Facile da trasportare:** gli acquisti online di solito vengono consegnati direttamente all'indirizzo fornito dal consumatore. Tuttavia, ci sono anche clienti che scelgono il servizio di ritiro in negozio (click and collect), il che rappresenta una grande sfida per i rivenditori e i brand, poiché è necessario che l'imballaggio sia adatto per un trasporto comodo ed ergonomico, ottimizzato per tutti i canali di vendita.
- **Facile da aprire:** gli imballaggi devono avere sistemi di apertura semplici, progettati per evitare lesioni e difficoltà, nonché per proteggere il contenuto. Ciò aiuta a ridurre la frustrazione del consumatore e migliora l'esperienza di unboxing quando ricevono i loro prodotti.
- **Facile da identificare:** da un lato, i negozi online devono fornire immagini chiare e dettagliate degli articoli, che consentano ai consumatori di identificare ed esaminare i prodotti prima di acquistarli. I clienti apprezzano anche l'inclusione di descrizioni accurate per aiutarli a prendere decisioni informate. Inoltre, una volta ricevuto l'ordine, deve essere facile identificare il prodotto e il brand.



Secondo uno studio condotto da DS Smith:

- Gli italiani dedicano un totale di 14 ore all'anno per aprire pacchi eccessivi e troppo complicati.
- Quasi la metà dei partecipanti al sondaggio (47%) dichiara di essersi fatta male nel tentativo di aprire gli imballaggi.
- **Facile da riciclare:** è essenziale per ridurre l'impatto ambientale e rispondere alle crescenti preoccupazioni in materia di sostenibilità.
- **Facile da restituire:** le politiche di resi flessibili sono una caratteristica comune in molte piattaforme e-commerce. Ciò consente ai consumatori di restituire prodotti che non soddisfano le loro aspettative, il che è particolarmente importante quando non è possibile vedere o toccare il prodotto prima di acquistarlo. È fondamentale che l'imballaggio sia progettato per agevolare questo processo di restituzione, specialmente nelle categorie con i tassi di restituzione più elevati.

## Sostenibilità e il cammino verso l'economia circolare

### Consapevolezza. Sostenibilità. Circolarità.

Sempre più spesso, la sostenibilità sta guadagnando maggiore importanza nella società di oggi. La situazione attuale e i rischi climatici, sociali ed economici che dobbiamo affrontare, insieme a una maggiore consapevolezza sociale, spingono le aziende a integrare la responsabilità nella gestione delle loro attività e a generare un impatto positivo dove operano.

Il consumatore è consapevole del proprio impatto e della necessità di contribuire alla sostenibilità globale attraverso le proprie azioni quotidiane e le proprie decisioni di acquisto. Infatti, il 29% dei consumatori europei ha smesso di acquistare brand poiché il loro packaging non era sostenibile.

Fonte: DS Smith, ricerca Ipsos MORI, 2020.

In DS Smith, grazie al nostro modello di business circolare, siamo diventati leader mondiali nel fornire soluzioni di packaging sostenibili, prodotti in carta e servizi di riciclo.

Integriamo le attività e le competenze di ciascuna delle nostre divisioni per rispondere a tutte le sfide dei nostri clienti, non solo a una parte di esse.

Uno degli elementi più importanti, e richiesti dai clienti, è un packaging sostenibile.

Il **57%** dei consumatori europei preferisce ricevere i loro ordini confezionati in imballaggi di carta e cartone.

Fonte: Smithers.



# Riciclati e riciclabili

Utilizzare imballaggi in cartone ondulato riciclati e riciclabili è un ottimo modo per **promuovere la sostenibilità e ridurre l'impatto ambientale** dei tuoi prodotti. Se queste soluzioni sono già integrate, potete adottare le seguenti misure:

- Ridurre al minimo l'uso di fibre.
- Evitare l'uso di rivestimenti o altri complementi che possano ostacolare il riciclo.
- Eliminare i materiali di riempimento.
- Optare per imballaggi su misura che evitino la spedizione di aria.

Questi sono solo alcuni esempi che ti aiuteranno a raggiungere i tuoi obiettivi di sostenibilità. Nel percorso verso l'economia circolare, si può sempre fare un passo in più.

In DS Smith siamo il principale fornitore mondiale di soluzioni di packaging sostenibili, prodotti di carta e servizi di riciclo. I nostri imballaggi possono migliorare l'efficienza nel trasporto e stoccaggio, promuovere la presentazione dei prodotti sugli scaffali, aumentare le vendite dei clienti, migliorare l'esperienza dell'utente... e tutto ciò con cartone ondulato riciclato e riciclabile.

Tenendo conto degli imballaggi che arrivano agli impianti di riciclo omologati, ogni anno vengono generati:



- **82.015 tonnellate di cartone superfluo** - con un costo di 22,6 milioni di euro.



- **217 milioni di metri quadrati di nastro adesivo**



- **38 milioni di metri cubi di riempimento all'anno**

Fonte: Smithers.

Anche se il tuo obiettivo è la sostenibilità, non perdere di vista l'aspetto visivo del tuo packaging. Un design attraente può attirare i consumatori e trasmettere i vostri valori di sostenibilità.



# Ridurre l'uso di plastica

Ridurre l'uso della plastica negli imballaggi è un passo fondamentale verso la sostenibilità e, nel settore dell'e-commerce, la sostituzione della plastica e la riduzione dei riempitivi hanno un lungo cammino da percorrere.

Molti brand utilizzano sacchetti e imballaggi di plastica per spedire i loro prodotti, senza soddisfare le aspettative dei consumatori di oggi, che cercano brand in linea con i loro valori e priorità ambientali, e questo include la scelta di imballaggi sostenibili.

**Sostituire gli imballaggi di plastica con quelli in cartone ondulato** è un cambiamento vantaggioso per le aziende, i consumatori e l'ambiente nel suo complesso. Con questa transizione, i brand non solo adottano pratiche più responsabili, ma si muovono anche verso un futuro più sostenibile.

**La riduzione dei materiali di riempimento è un altro aspetto importante.** Storicamente, i prodotti sono stati protetti con riempitivi in plastica o materiali non biodegradabili. Tuttavia, l'innovazione nei materiali di imballaggio offre alternative efficaci, efficienti, durevoli e, naturalmente, rispettose dell'ambiente, come il riempimento con carta riciclata, materiali biodegradabili e soluzioni di design innovative che ne eliminano la necessità.



Tra i consumatori europei, c'è un **altissimo tasso di accettazione del cartone (55%)** rispetto alla plastica (7%) e al polistirolo (1%). Allo stesso tempo, l'85% è disposto a pagare il 12% in più per prodotti confezionati in modo sostenibile e solo un terzo, il 36%, ritiene che i marchi e i rivenditori stiano facendo sforzi sufficienti per incorporare imballaggi più sostenibili.

Fonte: "Transforming supermarket shelves" di DS Smith in collaborazione con White Space.

L'Unione Europea produce circa **26 milioni di tonnellate di rifiuti di plastica all'anno**. Meno del 30% di questo totale viene raccolto per essere riciclato e una parte viene esportata in paesi terzi per essere trattata. Il resto finisce in discarica, viene incenerito o, peggio, finisce nei nostri mari, fiumi, foreste e spiagge.

Fonte: Come ridurre i rifiuti di plastica: la strategia dell'UE. Parlamento europeo.

La collaborazione tra brand e fornitori di imballaggi è essenziale per esplorare e adottare **soluzioni innovative in grado di migliorare l'efficienza e ridurre al minimo l'impatto ambientale lungo tutta la catena di approvvigionamento.**

# Monomateriale

Utilizzare imballaggi monomateriali rappresenta un modo pratico ed efficiente di affrontare le sfide del riciclo e della sostenibilità nella catena di fornitura. Il loro utilizzo contribuisce alla riduzione dei rifiuti e alla promozione di pratiche ambientali più responsabili, semplificando significativamente il processo di riciclo. Eliminando la necessità di separare diversi componenti, il processo si ottimizza e riduce la possibilità di contaminazione incrociata.

In questo contesto, optare per imballaggi in cartone ondulato è una solida e sostenibile strategia che offre numerosi vantaggi in termini di riciclo, riduzione dei rifiuti ed efficienza nella catena di fornitura.

**Il cartone ondulato è un materiale versatile ed ecologico** che si adatta perfettamente a questa strategia. **È uno dei materiali più facilmente riciclabili e riciclati al mondo** e, essendo leggero, può ridurre l'impronta di carbonio legata al trasporto e i costi di spedizione. L'uso di cartone ondulato può migliorare la percezione del brand tra i consumatori e rafforzare la sua presenza in un mercato sempre più attento all'ambiente.

Oltre alla grande **resistenza e sicurezza** che gli imballaggi in cartone ondulato possono offrire, possono essere **altamente personalizzati** per enfatizzare l'identità del brand e migliorare

Il cartone è sostenibile per natura ed è il miglior esempio di un **modello circolare di utilizzo e riciclo**, con tassi di riutilizzo che superano l'80%. Gran parte degli imballaggi utilizzati oggi sono di carta e cartone per la loro efficienza e facilità di riciclaggio.

L'utilizzo di imballaggi in cartone ondulato può rappresentare un passo significativo verso il raggiungimento degli obiettivi aziendali di sostenibilità, **riducendo l'impatto ambientale, promuovendo l'economia circolare e soddisfacendo le aspettative dei consumatori**, sempre più consapevoli dell'impatto delle loro scelte sull'ambiente.

l'esperienza del cliente, oltre a produrre design innovativi per adattarsi alle diverse forme e dimensioni dei prodotti.

Tutto ciò rende il cartone il materiale ideale per proteggere i tuoi prodotti, il tuo brand e l'ambiente.

# Spedizioni d'aria

**Ogni anno, 64 milioni di metri cubi di aria vengono consegnati nelle case italiane** a causa di un packaging eccessivo, che equivale a quasi 25.000 piscine olimpiche, un dato significativo che visualizza l'entità dello spreco di spazio.

Oltre all'impatto ambientale generato dalle scatole di cartone sovradimensionate, ciò comporta un impatto negativo sull'immagine dei brand. Ricevere un pacco con un packaging eccessivo porta quasi il 20% dei consumatori a sentirsi frustrati nei confronti del marchio e il 17% non considererebbe di acquistare nuovamente da quel brand.

Riguardo alle aspettative dei consumatori, i sondaggi indicano che desiderano ricevere imballaggi provenienti da fonti rinnovabili alternative (57%), imballaggi che si adattino bene a prodotti di forma irregolare (41%) e imballaggi resistenti all'acqua (36%).

Fonte: DS Smith Aircommerce survey, 2022.

In questo contesto, è possibile affermare che **l'uso di packaging sostenibili su misura offre numerosi vantaggi**. Da un lato, riduce la necessità di riempitivi e materiali aggiuntivi. Questo non solo garantisce una protezione ottimale, ma riduce anche i rifiuti e i costi associati all'imballaggio e al trasporto. Dall'altro, consente di massimizzare lo spazio nei veicoli di trasporto e nei magazzini. Ciò si traduce in una maggiore capacità di carico per spedizione e un utilizzo più efficiente dello spazio di stoccaggio, riducendo potenzialmente i viaggi e migliorando la gestione dell'inventario. Infine, ma non meno importante, un imballaggio inadeguato può causare

La sostenibilità è diventata una priorità per i consumatori, che cercano brand che sono responsabili nei confronti dell'ambiente. Richiedono soluzioni facili da riciclare, di dimensioni adeguate, riutilizzabili ed efficienti dal punto di vista dei materiali.

In questo contesto, il design degli imballaggi per l'e-commerce gioca un ruolo chiave, poiché è in questa fase che devono essere considerati aspetti come la protezione del prodotto, la minimizzazione dell'uso di fibre necessarie o il riutilizzo, oltre alla facilità di apertura e alla possibilità di restituzione. Per farlo, i nostri team di progettazione si basano sui nostri Principi di Design Circolare e sulle nostre innovative Metriche di Design Circolare.

danni ai prodotti durante la spedizione, trasformandoli in resi. Un imballaggio su misura e sicuro può ridurre questo problema.

L'adozione di un approccio di imballaggio sostenibile su misura può avere un **impatto positivo sull'efficacia e sull'efficienza della catena di fornitura**. Questo si traduce in una gestione più efficiente delle risorse, minori costi operativi e un'esperienza migliore sia per l'azienda che per i clienti.

# Materiali di riempimento

Chi non ha mai ricevuto una scatola enorme con un piccolo prodotto imballato con bolle d'aria, plastica, schiume o trucioli di carta? È un'esperienza che molti consumatori hanno vissuto ricevendo spedizioni. Questa situazione è un esempio comune di un problema nel settore dell'e-commerce: l'imballaggio eccessivo compensato da materiali di riempimento. Questa pratica non solo può essere inefficiente dal punto di vista ambientale, ma può anche essere scomoda per i clienti e costosa per le aziende.

Quando si tratta di acquistare prodotti, il riciclo e la riduzione degli imballaggi continuano a essere prioritari.

Il **58%** degli italiani si aspetta sempre più imballaggi realizzati con fonti alternative rinnovabili.

Fonte: DS Smith, ricerca Ipsos MORI, 2020.

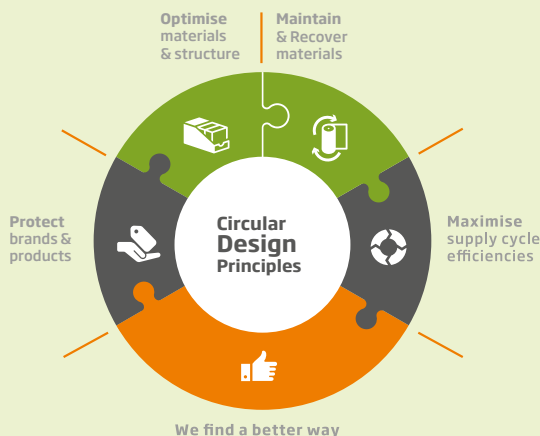
Implicazioni dell'uso di materiali di riempimento:

- Contribuisce al problema globale dei **rifiuti e dell'inquinamento**. Questi materiali accelerano l'accumulo di rifiuti nelle discariche e nell'ambiente. Ridurre questi materiali aiuta a diminuire l'impatto ambientale e promuovere pratiche più sostenibili.
- Sono per lo più **prodotti monouso** che richiedono risorse per essere fabbricati, trasportati ed eliminati. La riduzione del loro uso consente di risparmiare energia, acqua e materie prime, contribuendo a una gestione più efficiente delle risorse naturali.
- Occupano spazio nelle spedizioni e **possono aumentare i costi** di trasporto a causa del peso e del volume aggiuntivo.
- L'acquisto e l'uso di materiali di riempimento generano **costi aggiuntivi**. Eliminando o riducendo questi materiali, le aziende possono risparmiare sui costi operativi e su quelli associati all'acquisto effettivo del materiale di riempimento.
- Potrebbe influire **negativamente sull'immagine del brand**. I consumatori apprezzano un'esperienza di unboxing facile e piacevole, quindi la spedizione di prodotti senza un'eccessiva quantità di materiali di riempimento rende l'apertura della confezione più comoda e veloce, migliorando la percezione del brand e la soddisfazione dei clienti. Inoltre, considerando la crescente consapevolezza ambientale dei consumatori, ridurre o eliminare l'uso di riempitivi dimostra un impegno verso la responsabilità sociale e ambientale, che può contribuire a migliorare la fiducia e la fedeltà dei clienti.

# Design che contribuiscono a ridurre l'uso di fibre

L'innovazione nei design degli imballaggi in cartone ondulato svolge un ruolo cruciale nella riduzione dell'uso di fibre e nel miglioramento della sostenibilità. Affrontando aspetti come le dimensioni, la struttura e i materiali, contribuiamo a un uso più efficiente delle risorse.

Come indicato nella nostra **strategia di sostenibilità "Per il presente. Per il futuro"**, entro il 2025 ottimizzeremo l'uso della fibra per le singole catene di approvvigionamento nel 100% delle nostre nuove soluzioni di packaging e, entro il 2030, il nostro obiettivo è ottimizzare ogni fibra in ogni catena di fornitura.



Per raggiungere questo obiettivo, contiamo su oltre 700 designer interconnessi formati secondo i nostri **Principi del Design Circolare**, sviluppati in collaborazione con la Fondazione Ellen MacArthur, e applichiamo le nostre **Metriche del Design Circolare**, un innovativo strumento che ci consente di valutare e confrontare la circolarità dei design degli imballaggi attraverso 8 diversi indicatori.

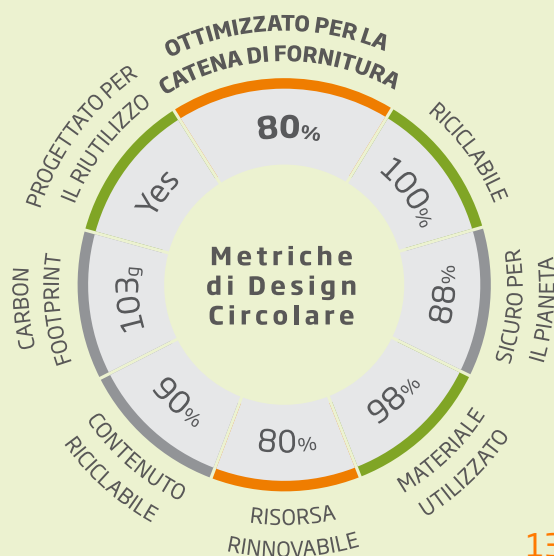
In questo modo, in DS Smith **affrontiamo l'ottimizzazione dell'imballaggio e dell'uso della fibra fin dalla fase di progettazione.**

In DS Smith utilizziamo la minor quantità possibile di risorse naturali, usando l'innovazione e il design per offrire ai clienti di più con meno risorse.

Oltre a creare **design innovativi che riducono al minimo l'uso delle fibre**, aiutiamo i nostri clienti a sfruttare meglio le risorse. Lavorando a stretto contatto con loro, siamo in grado di sviluppare e implementare soluzioni di gestione a ciclo chiuso.

In questo modo, nella nostra divisione di recycling, il cartone raccolto viene riciclato e trasformato nella nostra divisione di imballaggi in nuove scatole di cartone, creando così una soluzione di ciclo chiuso reale per i nostri clienti.

Non solo riduciamo al minimo l'uso di fibre, ma **ottimizziamo il loro ciclo di vita**, contribuendo a minimizzare l'impatto ambientale delle nostre operazioni e di quelle dei clienti.



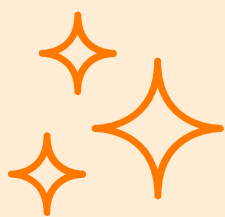
# Il desiderato effetto **WOW!**

## Attrazione. Sorpresa. Emozione.

Oggi, in un mercato sempre più competitivo, le aziende sono consapevoli della necessità di differenziare il proprio prodotto dalla concorrenza e hanno iniziato a utilizzare il packaging come potente strumento di marketing per incrementare le vendite.

Una vendita non si conclude quando il cliente ha pagato per il prodotto, ma è, piuttosto, il contrario. È qui che inizia la parte più importante del processo, che è quella di fidelizzare il cliente e non solo far sì che ritorni a comprare il nostro prodotto, ma anche che lo raccomandi.

In questo senso, **l'imballaggio di un prodotto è la sua presentazione e un riflesso dei valori del brand**, pertanto è molto importante concentrare gli sforzi per garantire che rispecchi ciò che vogliamo trasmettere. Se, oltre ad essere un packaging visivamente attraente che cattura l'attenzione del consumatore, riusciamo a mantenere e conservare il prodotto in condizioni ottimali durante tutto il processo, ci assicuriamo una posizione vantaggiosa sul mercato.



Come si suol dire, **è la prima impressione quella che conta.**

Ecco perché ci prendiamo cura di ogni dettaglio per garantire che i prodotti arrivino in perfette condizioni e offrano un'esperienza di unboxing memorabile.



## Effetto WOW

Dato che i clienti non possono interagire fisicamente con i prodotti prima di acquistarli, la presentazione, le immagini o i video e le descrizioni accurate sono fondamentali per garantire che essi conoscano e comprendano cosa stanno acquistando. Una volta effettuato l'acquisto, quando il prodotto viene imballato e spedito, inizia la seconda grande fase: sorprendere il consumatore quando riceve l'ordine.

Qui entra in gioco il **desiderato effetto "WOW"**, che consiste nel superare le aspettative del cliente e rendere la sua esperienza eccezionale e memorabile. Questo può portare a una sua maggiore soddisfazione, una migliore percezione del brand e la possibilità che il cliente condivida la sua esperienza positiva sui social media e con amici e familiari. Vediamo alcuni modi per sorprendere ed emozionare i consumatori.

### Personalizzazione

**Il design di un packaging unico e attraente può creare una prima impressione d'impatto.** L'uso di colori accattivanti, di una grafica attraente e di elementi visivi esclusivi può aumentare le aspettative del destinatario. Inoltre, includere dettagli personalizzati, come il nome del cliente o un



Spesso, le decisioni di acquisto si basano sulle emozioni e sui messaggi trasmessi dai brand.

**Per questo motivo, l'imballaggio personalizzato può essere senza dubbio un valore differenziale per molte aziende.**

messaggio speciale, può rendere la spedizione più esclusiva e personale, dimostrando uno sforzo aggiuntivo da parte dell'azienda. Per fare ciò, utilizziamo diverse tecniche di stampa, come la stampa digitale, che offre grande flessibilità e versatilità, aiuta a trasmettere fedelmente il messaggio del brand e consente un'elevata personalizzazione dell'imballaggio.

Inoltre, **la stampa digitale offre una grande qualità e aumenta significativamente la produttività.** Stampando direttamente sull'imballaggio in alta definizione, si riducono i materiali di preparazione necessari e si semplifica il processo di produzione, riducendo così i tempi di consegna.

## Apertura facile

Gli imballaggi dovrebbero fornire un'esperienza di unboxing agevole e piacevole per il cliente. Un imballaggio facile da aprire può migliorare la soddisfazione, ridurre le restituzioni dovuti a danni accidentali e rafforzare la percezione positiva del marchio. Per questo motivo, durante la fase di progettazione, consideriamo fattori come l'età, il livello di destrezza e le eventuali limitazioni fisiche del consumatore, poiché **crediamo che l'apertura di un prodotto non dovrebbe essere un ostacolo, ma un'esperienza gratificante per tutti.**

## Elementi interattivi

L'inclusione di elementi interattivi come i codici QR nelle consegne online può essere una strategia creativa ed efficace per aumentare l'interazione e l'emozione dei clienti al ricevere un ordine. Ad esempio, scansando questi codici, si può accedere a contenuti esclusivi che possono aggiungere valore all'ordine, come guide all'uso, tutorial o addirittura sconti speciali per acquisti futuri. Si possono anche utilizzare per raccontare la storia del brand o lo sviluppo del prodotto attraverso un video che può generare un legame emotivo più profondo.

E perché non un concorso, un sondaggio o un evento? Sono azioni che possono avvicinare il brand al cliente e incoraggiare l'interazione e la partecipazione attiva. E poiché vogliamo che interagiscano con il brand,

un'altra opzione può essere quella di indirizzarli ai vostri profili social e incoraggiarli a condividere la loro esperienza di unboxing.

È sempre utile fornire ai clienti informazioni chiare su come effettuare restituzioni o su come ottenere assistenza in caso di problemi. Un codice QR potrebbe portarli direttamente a queste informazioni.

Se hai la capacità, puoi offrire esperienze di realtà aumentata tramite i codici QR, consentendo di visualizzare il prodotto nel suo ambiente anche prima di aprirlo.

In definitiva, l'importante è che il contenuto a cui si accede sia pertinente e utile e che l'interazione migliori la percezione del vostro brand e del vostro prodotto.





# Tempi di consegna ridotti

## Veloce. Urgente. Immediato.

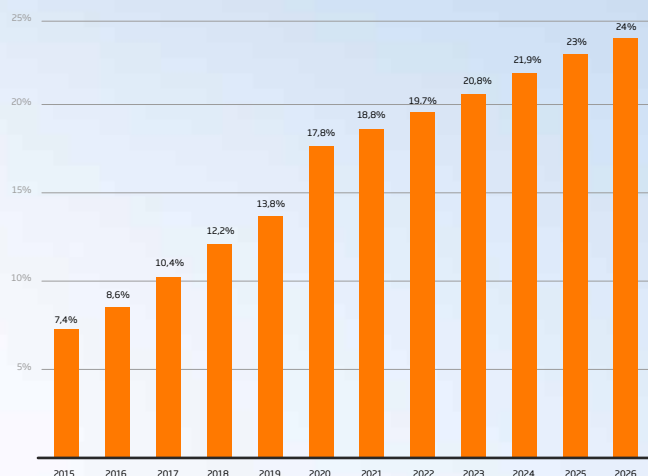
La consegna di cibo a domicilio è stata una delle attività che ha guadagnato maggiore visibilità negli ultimi anni. Tuttavia, non è l'unico settore in cui si richiede rapidità. Questa crescita è associata alla super urgenza legata alla tipologia del prodotto e ha abituato il consumatore a richiedere tempi di consegna immediati.

Questa immediatezza nel cosiddetto "ultimo miglio" sta diventando un elemento differenziale nel settore delle vendite online, che è passato dall'e-Commerce al quick-Commerce.

Questa tendenza si è estesa ad altre tipologie di prodotti e servizi online fino a ottenere una propria denominazione: q-commerce o quick-commerce, riferendosi quindi alla super-urgenza o alla consegna quasi immediata, inferiore alle due ore. Sempre più rivenditori concentrano i loro sforzi per offrire tempi di consegna ridotti, entro 24 o 48 ore, a causa dell'emergere di un consumatore sempre più esigente.

Le vendite online stanno assumendo un ruolo sempre più importante nella vendita al dettaglio e il 2022 lo ha dimostrato. In quell'anno, **l'e-Commerce ha rappresentato circa il 20% delle vendite al dettaglio in tutto il mondo** e si prevede che raggiungerà circa il 25% entro la fine del 2026.

### ► Percentuale di vendite al dettaglio nel commercio online a livello mondiale



Fonte: Statista 2023.

## e-Packaging

Inviare. Proteggere. Sorprendere.

Un imballaggio efficiente e ottimizzato per la catena di fornitura può contribuire in modo significativo alla riduzione dei tempi di lavorazione, al miglioramento dell'efficienza logistica e alla possibilità di consegne più rapide.

- **Imballaggi semplici:** gli imballaggi intuitivi e facili da manipolare consentono agli operatori di imballare rapidamente i prodotti senza dover ricorrere a regolazioni o piegature complesse. Di conseguenza, richiedono meno tempo e sforzi per la preparazione, velocizzando il processo di imballaggio nei centri di distribuzione e riducendo i ritardi.
- **Protezione efficace:** L'imballaggio deve offrire la giusta protezione al contenuto, riducendo la necessità di ri-imballaggio - per includere una protezione extra - o di rinvio nel caso in cui il prodotto abbia subito danni, accelerando così il processo.
- **Manipolazione efficiente:** L'imballaggio deve consentire una manipolazione agevole, sia nei magazzini o nelle fabbriche che nei centri di distribuzione, riducendo il tempo impiegato per spostare, caricare e scaricare le spedizioni.
- **Automazione:** Per velocizzare il processo, la tecnologia è un grande alleato. L'utilizzo di macchine per la classificazione e di

### Nuova tendenza?

Secondo Smithers, il **15%** dei rivenditori a livello mondiale offre già la possibilità di consegna nello stesso giorno.

Le aziende saranno in grado di adattarsi a questa nuova esigenza? Il tuo packaging è già pronto per questo?

confezionamento automatico può accelerare il processo riducendo la necessità di interventi manuali.

- **Etichettatura efficiente:** Un'applicazione facile di etichette, codici a barre e altre informazioni essenziali riduce il tempo dedicato alla preparazione e alla classificazione.
- **Imballaggio come e quando serve:** le attrezzature Box On Demand sono la soluzione più adatta per le aziende che utilizzano un gran numero di confezioni con specifiche diverse e produzioni molto brevi. Vengono installate negli stabilimenti o nelle unità logistiche, consentendo di produrre le scatole della giusta dimensione per ogni ordine. Questo accelera la disponibilità di imballaggi su misura proprio quando sono necessari.

L'efficienza nel processo di imballaggio potrebbe consentire alle aziende di offrire opzioni di spedizione express con tempi di consegna ancora più brevi.

## La sicurezza come elemento chiave

### Danni. Perdite. Furti.

Garantire la sicurezza nel trasporto dei prodotti è essenziale per evitare danni, furti o perdite durante il processo di spedizione. I prodotti danneggiati o smarriti rappresentano un costo per le aziende e un'esperienza negativa per i clienti.

Per garantire la sicurezza dei prodotti, **collaboriamo con i clienti attraverso i nostri PackRight Centre e il nostro innovativo Hub di Innovazione**, dove conduciamo sessioni collaborative con i clienti per sviluppare soluzioni su misura e ottimizzate in base alle esigenze di ogni progetto.

Per testare le nostre soluzioni per l'e-commerce, **contiamo sui nostri esclusivi laboratori di test per l'e-commerce DISCS**, che ci consentono di comprendere i punti deboli degli imballaggi e di migliorarli, adattandoli alle esigenze del consumatore finale. Questi test ci permettono di simulare teoricamente il comportamento dell'imballaggio, consentendoci di offrire soluzioni di packaging innovative che non solo sono attraenti, ma sono anche ottimizzate per ogni catena di fornitura.

Le nostre soluzioni di packaging per l'e-commerce sono in continua evoluzione e si adattano grazie alla collaborazione con i clienti e agli insight che otteniamo dai consumatori. Per questo motivo, lavoriamo a stretto contatto con loro per esplorare le opportunità all'interno delle loro linee di prodotto.

La sicurezza è un elemento essenziale nelle spedizioni degli ordini, perché ha un impatto sulla fiducia dei clienti. L'utilizzo del giusto imballaggio può **contribuire a ridurre i danni e le perdite durante il trasporto.**



Il **38%** dei consumatori europei dichiara che non acquisterebbe di nuovo da un brand se un prodotto arrivasse danneggiato.

Fonte: Sondaggio DS Smith Aircommerce, 2022.



## e-Packaging

Inviare. Proteggere. Sorprendere.

La nuova **tendenza del "Comfort buying"** riflette il desiderio dei consumatori che cercano di acquistare prodotti che offrano loro comfort, benessere emotivo e soddisfazione personale. Questa tendenza ha guadagnato rilevanza in risposta ai cambiamenti nello stile di vita, alle preferenze e alle esigenze dei consumatori, specialmente in momenti di incertezza o stress, come quelli sperimentati durante la pandemia di COVID-19, rendendo la fiducia e la sicurezza nella ricezione dell'ordine imprescindibili.

Questo contesto ha spinto i brand a cercare **nuove soluzioni per far sì che le loro spedizioni arrivino in condizioni perfette**. Una strategia di imballaggio attentamente progettata ed eseguita può mitigare i rischi di danni, perdite, furti e falsificazioni, specialmente per prodotti fragili e di alto valore.

➤ **Danni e perdite:** L'impatto economico delle consegne danneggiate è significativo. Secondo lo studio condotto da DS Smith nel dicembre 2022, il costo totale degli articoli fragili danneggiati potrebbe superare i 240 milioni di euro, causando sentimenti di rabbia nel quasi 30% degli acquirenti online che hanno ricevuto pacchi danneggiati, così come delusione (28%) e frustrazione (24%).

➤ **Prevenzione dei furti:** Le spedizioni possono essere oggetto di furti, sia da parte di terzi sia da parte di dipendenti. Implementare adeguate misure di sicurezza può aiutare a prevenire questi incidenti e garantire che i prodotti arrivino a

Oltre ai rischi per la salute e la sicurezza, **i prodotti contraffatti costituiscono un rischio per l'ambiente**, in quanto raramente sono riciclabili, non consentono la riparazione e la maggior parte di essi viene prodotta in Paesi con un'elevata impronta di carbonio, con un elevato impatto ambientale.

L'impatto di ricevere articoli danneggiati rappresenta un grosso rischio per i brand: il 40% dei consumatori afferma che avrebbe dubbi nel tornare a comprare da un negozio online se un prodotto arrivasse danneggiato, mentre il 25% afferma che non comprerebbe più da quel negozio.

Fonte: DS Smith, 2022.

destinazione in modo sicuro. Una possibile soluzione potrebbe essere l'inclusione di sistemi di tracciamento e monitoraggio che consentano ai clienti e all'azienda di monitorare il progresso delle spedizioni.

➤ **Falsificazioni:** Il commercio elettronico ha facilitato la proliferazione di prodotti contraffatti. Spesso i brand combattono la vendita di prodotti falsi o di imitazione online, il che può danneggiare la loro reputazione ed erodere la fiducia del cliente.

# Le sfide della logistica inversa

## Acquistare. Ricevere. Restituire.

L'istituzione di politiche di restituzione dei prodotti, che in molti casi non comportano costi aggiuntivi per il cliente, fa sì che questa percentuale aumenti di anno in anno e diventi parte delle abitudini di acquisto.

**Un'esperienza di restituzione agevole e favorevole al cliente può avere un impatto molto positivo** sulla percezione che esso ha del brand, anche dopo la restituzione. Pertanto, le aziende che offrono un processo di restituzione semplice possono costruire relazioni più forti con i clienti, che possono portare a una maggiore fedeltà e a ripetere gli acquisti.

Tuttavia, la logistica inversa presenta diversi ostacoli, tra cui i costi economici e l'impatto ambientale.

Secondo il Global Consumer Survey di Statista quasi la metà dei consumatori italiani intervistati ha restituito ordini online tra ottobre 2021 e settembre 2022.

A causa degli elevati costi economici, del loro impatto ambientale e delle implicazioni logistiche, molte aziende stanno cercando di ridurre le restituzioni di articoli acquistati online.

La chiave è trovare un equilibrio tra la soddisfazione del cliente e una gestione efficiente delle restituzioni per garantire la sostenibilità dell'azienda.

In Italia, il settore dell'abbigliamento registra la maggior percentuale di ritorni, seguito dall'elettronica.

Fonte: le restituzioni online più comuni in Italia. Statista.

➤ Le restituzioni online più comuni in Italia  
I 3 settori che hanno ricevuto più resi



# I costi economici delle restituzioni

- **Costi di ritiro:** Questi includono le spese legate al ritiro dei prodotti restituiti dai clienti, sia tramite servizi di corriere sia presso punti di ritiro.
- **Costi di valutazione:** Prima di reintegrare un prodotto nel magazzino, spesso è necessaria un'ispezione e una valutazione per determinare se è idoneo per la rivendita oppure se necessita di riparazioni o va scartato.
- **Costi di riparazione o ricondizionamento:** A seconda del tipo di prodotto restituito, potrebbe essere necessario eseguire riparazioni o ricondizionamenti, comportando spese per pezzi di ricambio, manodopera e processi di riparazione.
- **Costi logistici:** Questi includono le spese di spedizione e trasporto associate alla restituzione dei prodotti dai clienti alle strutture aziendali, spesso a carico dei brand.

Investendo in un'imballaggio ottimizzato per il proprio prodotto e la propria catena logistica, le aziende possono **ridurre significativamente l'incidenza dei prodotti danneggiati** durante la spedizione, riducendo di conseguenza i costi associati a restituzioni, sostituzioni e riparazioni.

- **Costi di gestione delle garanzie:** Se i prodotti restituiti rientrano nel periodo di garanzia, l'azienda potrebbe dover affrontare dei costi per onorare tali garanzie, comprese le riparazioni o le sostituzioni gratuite.

Non tutti le restituzioni possono essere evitate, ma nel caso di prodotti danneggiati sì. Uno degli approcci chiave per ridurre i costi associati ai ritorni di prodotti danneggiati è la progettazione e l'utilizzo di un imballaggio appropriato ed efficace, che protegga perfettamente il prodotto fino al consumatore.

# L'impatto ambientale della logistica inversa

Questo impatto può variare in base all'efficienza dei processi di restituzione e di come vengono gestiti i resi. Inoltre, dipende fortemente dal tipo di prodotto. Ad esempio, gli apparecchi elettrici ed elettronici dismessi contengono materiali potenzialmente dannosi che inquinano l'ambiente e aumentano il rischio per le persone coinvolte nel riciclo. Ma se c'è qualcosa di comune a tutti i prodotti, è che si può cominciare ottimizzando l'imballaggio.

La logistica inversa può richiedere l'uso di risorse aggiuntive, come carburante ed energia, per raccogliere, trasportare e processare i prodotti restituiti. Inoltre, spesso questi non sono nella loro confezione originale, il che può generare una quantità significativa di rifiuti di imballaggio. In questo contesto, l'utilizzo di soluzioni di packaging progettati per essere utilizzati anche nel processo di restituzione rappresenta un'ottima alternativa e un'opzione sostenibile.

In DS Smith, con l'obiettivo di migliorare il processo di restituzione e minimizzare i rifiuti generati abbiamo sviluppato soluzioni come il **Doppio Nastro, un metodo di imballaggio inclusivo** destinato all'e-commerce. Con esso non solo facilitiamo l'apertura degli imballaggi per tutti gli utenti, ma li rendiamo riutilizzabili: la scatola per la consegna e, nel caso di restituzione, è la stessa.

Le nostre soluzioni di packaging per l'e-commerce sono in continua evoluzione e si adattano grazie alla collaborazione con i clienti e agli insights che otteniamo dai consumatori. Per questo motivo, **lavoriamo a stretto contatto con i nostri clienti** per esplorare opportunità all'interno dei loro portafogli di prodotti.

È molto semplice da usare:

1. Il venditore utilizza il primo nastro adesivo per spedirlo.
2. Il cliente, all'arrivo del pacco, si trova di fronte a un'imballaggio facile da aprire.
3. Se il cliente desidera restituire il prodotto, utilizza il secondo nastro. In questo modo, la scatola viene nuovamente sigillata.

Abbiamo anche **design innovativi che favoriscono il riutilizzo** una volta che l'imballaggio ha svolto la sua funzione di trasportare il prodotto in perfette condizioni al cliente.

In Europa, le restituzioni sugli acquisti online oscillano tra il **20% e il 30%**, e il settore della moda registra i tassi di restituzione più alti.

Fonte: Smithers

# Esperienza omnicanale

## Online. Fisico. Ibrido.

Molti rivenditori che vendono online hanno anche presenza in negozi fisici, sui social media, sui marketplace e su altri canali di vendita. Gestire in modo efficiente la disponibilità dei prodotti e gli ordini attraverso questi canali può essere una sfida.

Le preferenze dei consumatori indicano una **strategia di acquisto ibrida**. I consumatori non sono più limitati a un'unica forma di acquisto, sia online che fisica, ma sfruttano il meglio di entrambi i mondi in base alle loro esigenze e preferenze individuali. Scelgono uno o l'altro - o entrambi - in base alle caratteristiche che preferiscono in ogni momento.

**I clienti si aspettano un'esperienza uniforme indipendentemente dal canale che scelgono** per interagire con un brand; quindi, la qualità del servizio deve essere coerente su tutti i canali.

In questo contesto e come ponte tra fisico e online, possiamo utilizzare il packaging come un'estensione della forza vendita. Fai in modo che trasmetta il tuo messaggio, che faccia sentire speciale il consumatore e, soprattutto, che offra un'esperienza di acquisto soddisfacente. Rafforzate il legame tra il vostro brand e i vostri clienti! Dopotutto, **il packaging sarà il primo punto di contatto fisico con i consumatori** che scelgono gli acquisti online.

**Cosa apprezzano i consumatori? Quali attributi hanno maggior peso in ogni momento?**

### Negozi fisici:

- Assistenza personalizzata
- Esperienza sensoriale
- Facilità di restituzione e cambio

### Negozi online:

- Offerte e sconti
- Comodità e varietà
- Tempi e costi di spedizione ridotti
- Facilità di restituzione e cambi

La tendenza allo shopping ibrido evidenzia l'importanza per le aziende di offrire un'esperienza omnicanale coerente e di qualità, poiché i consumatori si aspettano una transizione fluida tra gli acquisti online e quelli nei negozi fisici.





# Ti aiutiamo a superare tutte le sfide del packaging

Dal tuo magazzino o negozio alla porta del tuo cliente, fidati di DS Smith!

Siamo il **partner di packaging ideale** per portare il tuo e-Commerce al prossimo livello.

- Siamo leader globali nelle **soluzioni di packaging sostenibili, prodotti di carta e servizi di riciclo**. La nostra vasta esperienza ci supporta.
- Abbiamo **un network di oltre 700 designer** formati sui Principi del Design Circolare che applicano le nostre Metriche del design Circolare per progettare e produrre packaging su misura, ottimizzati per la vostra catena di fornitura, che si prendono cura del tuo prodotto, del tuo brand e dell'ambiente.
- Operiamo in oltre 30 Paesi e siamo orgogliosi di avere più di 30.000 dipendenti. Grazie alle competenze e alle conoscenze di tutte queste persone, siamo in grado di fornire ai nostri clienti un supporto strategico durante l'intero ciclo di fornitura degli imballaggi. Specificamente, **in Italia abbiamo 18 stabilimenti distribuiti su tutto il territorio**
- Abbiamo **soluzioni per tutti i settori**, dalla moda ai piccoli articoli tecnologici, fino agli imballaggi per la spedizione di alimenti freschi o surgelati. E tutti loro, adattati alle caratteristiche di ciascun prodotto.
- **Stiamo collaborando con la Fondazione Ellen MacArthur** per dare un grande impulso al nostro design di economia circolare e alla nostra agenda di innovazione. La Fondazione aggiunge un grande valore alla nostra offerta di progetti, portando le proprie conoscenze e informazioni. Ciò ci consente di supportare ulteriormente i nostri clienti nelle loro sfide legate all'economia circolare. Sappiamo che i nostri clienti devono affrontare notevoli sfide per adattarsi a questa nuova mentalità dell'economia circolare, dalla sostituzione delle plastiche alla riciclabilità.
- Puoi visitarci nei nostri **PackRight Centre**, così come nel nostro **Hub dell'innovazione** per plasmare le tue idee. Qui, mettiamo a disposizione un team multidisciplinare che lavora a stretto contatto con il team di ogni cliente per progettare la soluzione su misura che ogni progetto richiede.



# e-Packaging

Inviare. Proteggere. Sorprendere.

[dssmith.com/it](http://dssmith.com/it)

