



**IMPACT**

## L'Industria dell'Imballaggio

1° articolo online

**Autore: Politeknika Ikastegia Txorierri**

**Data: 24/05/2022**

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

**PROJECT NUMBER KA220-VET-2C41B6B6**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

La pandemia Covid-19 ha rapidamente trasformato il comportamento dei consumatori in diversi modi. Tra questi, un forte incremento degli acquisti online in tutte le categorie e un cambiamento generalizzato dell'atteggiamento dei consumatori nei confronti del packaging sostenibile.

Come ampiamente dimostrato da diversi studi<sup>1</sup>, quando la pandemia è esplosa, si è verificata una chiusura globale del commercio fisico che ha esacerbato l'espansione dell'e-commerce verso tassi di consegna mai visti prima, avvicinando i clienti a nuove aziende e tipi di prodotti. Nonostante le differenze tra i Paesi, la crisi ha aumentato il dinamismo e ampliato la portata dell'e-commerce. Ha introdotto nuove imprese, nuovi segmenti di consumatori (ad esempio gli anziani) e nuovi prodotti (ad esempio gli alimentari). In molti Paesi le transazioni di e-commerce si sono in parte spostate dai beni e servizi di lusso alle necessità di tutti i giorni, dalla comodità e dalla sicurezza della casa del cliente. Ciò si è tradotto in una spesa globale di 910.000 milioni di euro nel periodo 2020, come mostra il Salesforce Holiday Shopping Report.

Tuttavia, questo non è stato l'unico cambiamento nei modelli di consumo. I consumatori iniziano a preoccuparsi maggiormente di acquistare prodotti sostenibili, il che si è tradotto in una maggiore consapevolezza in materia di imballaggi sostenibili<sup>2</sup>. I consumatori si dimostrano ora disposti a pagare di più per i prodotti che rispettano l'ambiente, e sono anche propensi ad acquistare imballaggi più ecologici con tali prodotti.

I cambiamenti nei consumi hanno imposto alle aziende di migliorare le pratiche commerciali sostenibili, modificando le loro procedure come, ad esempio, la costituzione di un'economia circolare. Così facendo, le aziende possono crescere, migliorare il proprio marchio e diventare più competitive sul mercato<sup>3</sup>. D'ora in poi, sia le imprese fisiche che quelle che operano attraverso piattaforme online dovranno adattarsi e adottare pratiche sostenibili a lungo termine<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> McKinsey & Company (2020). <https://www.mckinsey.com/industries/paper-forest-products-and-packaging/our-insights/sustainability-in-packaging-inside-the-minds-of-us-consumers>

<sup>2</sup> McKinsey & Company (2020). <https://www.mckinsey.com/industries/paper-forest-products-and-packaging/our-insights/sustainability-in-packaging-inside-the-minds-of-us-consumers>

<sup>3</sup> Accenture (2019). <https://newsroom.accenture.com/news/more-than-half-of-consumers-would-pay-more-for-sustainable-products-designed-to-be-reused-or-recycled-accenture-survey-finds.htm>

<sup>4</sup> OECD (2020). <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/e-commerce-in-the-time-of-covid-19-3a2b78e8/>



## Perchè IMPACK?

IMPACK è un progetto innovativo e ambizioso che mira a trovare un design sostenibile che promuova l'uso di materiali ecologici. Per questo, IMPACK riunisce organizzazioni e PMI esperte nello sviluppo di programmi di formazione e di eLearning. L'obiettivo principale è quello di sviluppare e offrire un programma di formazione professionale che affronti la progettazione innovativa e personalizzata di imballaggi sostenibili.

## Quali sono I risultati attesi dal Progetto?

Come già accennato, IMPACK mira a creare un design di imballaggio sostenibile. Per questo motivo, i risultati specifici attesi comprendono:

1. La creazione di un programma di formazione per l'aggiornamento professionale che promuova l'istruzione attraverso l'innovazione, la personalizzazione e la sostenibilità nel settore dell'imballaggio, utilizzando risorse didattiche interattive.
2. Sensibilizzazione su nuovi modi per creare una cultura del design innovativo in materia di imballaggi sostenibili.
3. Lo sviluppo, attraverso il programma di formazione, di un design che sia innovativo e adeguato all'e-commerce. Un design che tenga conto delle esigenze di spedizione e che sia adeguato alle attuali preoccupazioni e preferenze dei consumatori.
4. Creare una community per i fornitori VET attraverso un'accademia virtuale in cui ci sia uno scambio di buone pratiche e dove i risultati del progetto possano essere ulteriormente sviluppati.

## Ultimi aggiornamenti sulle attività del progetto:

*Il partenariato del progetto è costituito da sei partner provenienti da diversi Paesi: Cipro, Germania, Grecia, Italia e Spagna. I partner si sono incontrati per la prima volta durante il kick-off meeting che si è svolto a Genova il 15 e 16 marzo 2022. In quell'occasione sono state discusse tutte le attività del progetto, con particolare attenzione alla ricerca che li aiuterà a definire l'idea di imballaggio sostenibile. Inoltre sono stati suddivisi i compiti relativi alle attività di divulgazione e di garanzia della qualità e hanno stabilito i prossimi step per i mesi a venire.*

*La descrizione dettagliata del progetto e delle sue attività è pubblicata sul sito web del progetto:*

*<https://impack.erasmusplus.space/>*



# PARTNERSHIP



Scuola di Robotica



POLITEKNIKA IKASTEGIA  
**TXORIERRI**  
S.COOP.



ASSERTED KNOWLEDGE  
THE ICT EQUALISERS



**HeartHands**  
— SOLUTIONS —  
HANDS ON KNOWLEDGE



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union