

## **Gli italiani continuano a preferire il packaging sostenibile**

*È quanto emerge da una ricerca europea condotta da Ipsos MORI per conto di DS Smith, secondo cui l'87% degli italiani dichiara di voler acquistare prodotti che minimizzino l'uso di imballaggi. Inoltre, il 31% dichiara di aver smesso di acquistare marchi particolari perché il loro packaging non era sostenibile*

**Milano, 25 novembre 2020** – Gli italiani continuano a preferire nelle loro scelte d'acquisto soluzioni di packaging all'insegna della sostenibilità. È quanto emerge da una ricerca Ipsos MORI per conto di DS Smith, leader mondiale del packaging sostenibile.

L'analisi è stata condotta su 9000 intervistati in 12 Paesi europei, di cui 1.000 in Italia, e mostra che, sebbene le abitudini d'acquisto possano essere cambiate, la sostenibilità continua ad essere un elemento fondamentale nelle decisioni d'acquisto.

**In particolare, l'87% dei consumatori dichiara di voler acquistare prodotti che minimizzino l'uso di packaging, mentre il 31% ammette di aver smesso del tutto di acquistare marchi particolari per via di un packaging non sostenibile.**

Il Covid-19 ha portato a una crescita considerevole dell'e-commerce, con quasi **7 italiani su 10 che cercano di passare meno tempo possibile nei negozi fisici**. Anche i portali e-commerce devono però considerare la sostenibilità degli imballaggi utilizzati: il 47% degli acquirenti online ha dichiarato di aver ricevuto packaging non sostenibile, e il 25% ha interrotto gli acquisti a causa di questo fattore.

**Stefano Rossi, CEO DS Smith Packaging** ha commentato: *"Abbiamo passato gli ultimi otto mesi a supportare i nostri clienti ad adattarsi a un cambiamento storico nel comportamento dei consumatori e alle sfide in continua evoluzione della pandemia. In qualità di leader nelle soluzioni innovative di packaging dobbiamo capire come cambiano gli atteggiamenti dei consumatori per poter servire al meglio i nostri clienti e la società. Questa nuova ricerca non solo rivela ciò che è cambiato a causa di Covid-19, ma mostra anche quali priorità perdurano, e tra queste la sostenibilità, ancora al centro dell'attenzione dei consumatori di tutta Europa. I rivenditori e i marchi devono abbracciare il packaging sostenibile in un momento così importante per assicurarsi di raccogliere i benefici ambientali e per i consumatori"*.

**L'igiene è un'altra priorità per i consumatori, con più della metà (62%) che afferma di lavarsi accuratamente le mani dopo aver toccato i prodotti confezionati dell'e-commerce e il 38% di buttare via gli imballaggi più velocemente - evidenziando la necessità di informazioni visibili e semplici per lo smaltimento.**

Il 61% degli italiani si preoccupa ora di quante persone hanno toccato i prodotti in negozio, scegliendo in alcuni casi gli articoli dal retro degli scaffali. **Un italiano su dieci (11%), inoltre, ha anche evitato di acquistare prodotti sfusi non imballati proprio per evitare rischi.**



DS Smith prevede che la necessità di nuove soluzioni di packaging sostenibile aumenterà nei prossimi mesi, con l'azienda che continuerà ad applicare i suoi Circular Design Principles – sviluppati in collaborazione con la Fondazione Ellen MacArthur - per progettare soluzioni di packaging circolari ad alte prestazioni per rispondere alle sfide in continua evoluzione del mercato. Tra questi, l'offerta di imballaggi riutilizzabili o riciclabili al 100% e la sostituzione della plastica convenzionale.

**Per maggiori informazioni:**

Daniele Rurale

+39 346 5011546

[daniele.rurale@hkstrategies.com](mailto:daniele.rurale@hkstrategies.com)

**Chi è DS Smith:**

DS Smith è fornitore leader di cartone ondulato in tutto il mondo, supportato da operazioni di riciclo e di fabbricazione della carta. Con sede a Londra e membro di FTSE 100, DS Smith si concentra sulla creazione di soluzioni di imballaggio sostenibili in 34 paesi, impiegando circa 30.000 persone. Utilizzando l'esperienza combinata delle sue divisioni, tra cui Packaging, Recycling, Paper – DS Smith lavora con i clienti per fornire soluzioni che riducano la complessità e forniscano risultati attraverso la catena di approvvigionamento. La sua storia risale alle attività di realizzazione di scatole avviate negli anni '40 dalla famiglia Smith.