

Il packaging sempre più attento al consumatore e all'ambiente

Il dialogo tra brand e consumatori verte in misura sempre più rilevante sul tema generale dell'impatto ambientale, declinato anche nei microtemi delle emissioni zero e dei prodotti riciclati e riciclabili.

Il packaging gioca un ruolo fondamentale nei diktat del mercato, a cui viene richiesta, oltre alla facilità d'utilizzo, un sistema di erogazione del prodotto che eviti gli sprechi e, soprattutto, che sia facilmente smaltibile nei singoli elementi che lo compongono.

I concetti più desiderabili fino ad oggi sono il riutilizzo (il cosiddetto *upcycle*) degli imballaggi e un packaging che sia realizzato con materiali compostabili. Alla luce di questi fenomeni, stanno emergendo nuove strategie di confezionamento e di formulazione.



Al di là delle iniziative sostenibili, emerge la ridefinizione del concetto di lusso, grazie all'utilizzo di nuovi materiali e nuovi modi di comunicare con il consumatore: il design minimalista e pulito si innova attraverso nuovi formati attenti ai temi legati all'ambiente grazie a palette di colore, opacità, ruvidezza, cioè una sensorialità più vicina alla natura.

Evoluzione del fatturato dei produttori di packaging cosmetico in Italia

Anno	Fatturato packaging cosmetico	Var.% rispetto all'anno precedente
2019	3.640	2,0%
2020	3.500	-3,8%
2021	3.750	7,1%

A dimostrazione del ruolo centrale del packaging cosmetico nelle scelte del consumatore, emerge la crescita dei livelli di fatturato dei produttori che, nonostante la crisi da Covid-19, registra valori superiori al 2019 di oltre 100 milioni di euro, toccando, a fine 2021, 3.750 milioni di euro e una crescita rispetto all'anno precedente di oltre sette punti percentuali.

Elaborazione Centro Studi Cosmetica Italia su fonte Beautystreams. Valori in milioni di euro, variazioni % rispetto al periodo di riferimento.