

L'imballaggio piace green

Un sondaggio condotto da Tetra Pak su seimila consumatori conferma l'appeal dell'ambiente nelle scelte dei consumatori.

30 luglio 2015 05:18

Tetra Pak, produttore di imballaggi poliaccoppiati per prodotti alimentari e bevande, ha condotto un sondaggio su seimila consumatori di dodici diversi paesi per valutare la sensibilità sui temi ambientali.



È risultato che oltre tre quarti degli intervistati ritiene che un imballaggio eco-compatibile possa influenzare la decisione di acquisto di una specifica marca per bevande. Per quanto riguarda le abitudini di acquisto - fa sapere l'azienda -, i due terzi del campione dichiarano di acquistare eco-compatibili, anche se costano di più, e di aver evitato specifici marchi o prodotti in relazione proprio agli aspetti ambientali.

Nella scelta di una bevanda, questo tema sembra far presa soprattutto tra i consumatori di mercati emergenti come Cina, Turchia, Brasile e India piuttosto che in paesi sviluppati come il Regno Unito, gli Stati Uniti o il Giappone. Dallo studio emerge infatti che in India, Cina e Turchia, oltre il 60% degli intervistati afferma di cercare sempre informazioni ambientali sui prodotti acquistati, rispetto al 25% di chi vive negli Stati Uniti, nel Regno Unito o in Giappone.

Da un sondaggio parallelo condotto tra i gruppi alimentari, risulta che la maggior parte degli intervistati ha incluso le tematiche ambientali nella strategia di business. Più della metà si concentra sull'utilizzo di materiali provenienti da fonti gestite responsabilmente, consapevole che i materiali rinnovabili sono un elemento chiave per la differenziazione del prodotto.

“I consumatori si aspettano che le aziende oggi agiscano di più a favore dell'ambiente, e sono sempre più attenti al controllo delle informazioni su un prodotto prima di acquistarlo - nota Mario Abreu, Vice Presidente Ambiente di Tetra Pak -. In qualità di partner della filiera agroalimentare, la nostra azienda è impegnata ad aiutare i propri clienti a soddisfare le aspettative dei consumatori, lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti che fornisce, includendo l'approvvigionamento responsabile delle materie prime, l'efficienza energetica nel trattamento alimentare e nelle linee di riempimento, la progettazione di prodotti che utilizzano materiali più rinnovabili e riciclabili più facilmente, e la fornitura di servizi esperti per aiutare i clienti a ridurre il proprio impatto ambientale nella fasi di produzione”.