10 ottobre 2025

Un imballaggio di dimensioni adeguate aumenta l’efficienza e la sostenibilità dell’e-commerce

**Grande impatto, non grandi scatole: pubblicato il nuovo white paper Henkel sugli imballaggi su misura**

Düsseldorf – Le sfide dell’e-commerce sono sempre più complesse: i volumi di spedizione in aumento, i costi crescenti di materiali e logistica e la necessità di soluzioni di imballaggio più sostenibili mettono le aziende sotto pressione. Con il white paper «Automazione dell’imballaggio nell’e-commerce», Henkel offre un valido strumento alle aziende che desiderano ottimizzare i processi di imballaggio.

Troppo grandi, troppo piccoli, poco efficienti – le soluzioni tradizionali di imballaggio nell’e-commerce presentano spesso gravi carenze. Spesso i prodotti vengono spediti in scatole eccessivamente grandi, riempite con materiali superflui. Questo sovraimballaggio comporta non solo costi maggiori per i materiali, ma anche un uso inefficiente dello spazio di stoccaggio e della capacità di trasporto. Anche il problema opposto – l’imballaggio insufficiente – è critico: se una spedizione non è adeguatamente protetta, aumenta notevolmente il rischio di danni ai prodotti. Ogni articolo danneggiato rappresenta un potenziale reso, che comporta da un lato perdite economiche e dall’altro un impatto negativo sulla soddisfazione del cliente e la reputazione del marchio.

**Soluzioni di imballaggio su misura per una catena di fornitura più efficiente**

Il packaging su misura contrasta efficacemente questi problemi. Adeguando automaticamente le dimensioni dell’imballaggio al singolo prodotto, si evita spazio vuoto superfluo e si riduce sensibilmente l’impiego di materiale di riempimento. Anche il regolamento europeo Packaging & Packaging Waste Regulation (PPWR) stabilisce requisiti chiari per la progettazione degli imballaggi destinati all’e-commerce, al fine di ridurre i rifiuti e il consumo di risorse, promuovendo l’economia circolare. A partire dal 2030, le aziende dovranno garantire che il volume vuoto all’interno di ogni pacco non superi il 50 percento.

Oltre alla riduzione dei costi per materiali, trasporto ed emissioni di CO₂, il packaging su misura migliora anche l’efficienza operativa: grazie all’automazione del processo di imballaggio, è possibile gestire grandi volumi di ordini in modo più rapido e affidabile. Anche la soddisfazione dei clienti aumenta, poiché i consumatori finali devono smaltire meno materiale d’imballaggio.

**La colla giusta fa la differenza**

Un elemento chiave per il successo del packaging su misura sono le moderne tecnologie adesive, che garantiscono una sigillatura sicura, stabile e rispettosa delle risorse. A differenza dei tradizionali nastri adesivi, gli hotmelt consentono un incollaggio rapido ed efficiente senza compromettere la riciclabilità del cartone.

Il potenziale di questi adesivi innovativi è dimostrato da un caso di studio di successo: un rivenditore e-commerce britannico ha ottimizzato il proprio processo di imballaggio con gli hotmelt di Henkel. Grazie all’utilizzo di un adesivo termofusibile più efficiente, con una temperatura di lavorazione più bassa, è stato possibile ridurre il consumo di colla del 52% e il consumo energetico del 42%.

Tutti questi vantaggi dell’imballaggio su misura – e molti altri – sono illustrati nel white paper, che fornisce una guida dettagliata alle aziende che vogliono rendere i processi di imballaggio più efficienti, ridurre i costi e raggiungere i propri obiettivi di sostenibilità. Il white paper è ora disponibile per il download seguendo direttamente [questo link](https://next.henkel-adhesives.com/it/it/white-papers/automazione-dell-imballaggio-nell-e-commerce.html).

Informazioni su Henkel

Con i suoi marchi, innovazioni e tecnologie, Henkel detiene posizioni di leadership sia nel settore industriale sia nel largo consumo. La business unit Adhesive Technologies è leader globale nel mercato degli adesivi, dei sigillanti e dei rivestimenti funzionali. Con Consumer Brands, l’azienda vanta posizioni di leadership nei segmenti della cura dei capelli, del bucato e della pulizia della casa in molti mercati e categorie in diversi Paesi del mondo. I tre marchi principali sono LOCTITE, Persil (Dixan in Italia) e Schwarzkopf. Nel 2024 Henkel ha registrato un fatturato complessivo di oltre 21,6 miliardi di euro, con un margine operativo depurato pari a circa 3,1 miliardi di euro. Le azioni privilegiate Henkel sono quotate presso la Borsa tedesca secondo l'indice DAX. Lo sviluppo sostenibile ha una lunga tradizione in Henkel, che ha una chiara strategia di sostenibilità con obiettivi concreti. Fondata nel 1876, Henkel impiega circa 47.000 collaboratori nel mondo – un team eterogeneo, unito da una forte cultura aziendale, valori condivisi e un purpose comune: “Pionieri nel cuore per il bene di intere generazioni”. Per maggiori informazioni, visitate il sito [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

**Per informazioni alla stampa:**

**Giusi Viani Silvia Vergani**

Head of Corporate Communications, Henkel ItaliaCorporate Communications Consultant, Henkel Italia

E-mail: [giusi.viani@henkel.com](mailto:giusi.viani@henkel.com) E-mail: [silvia.vergani@henkel.com](mailto:silvia.vergani@henkel.com)