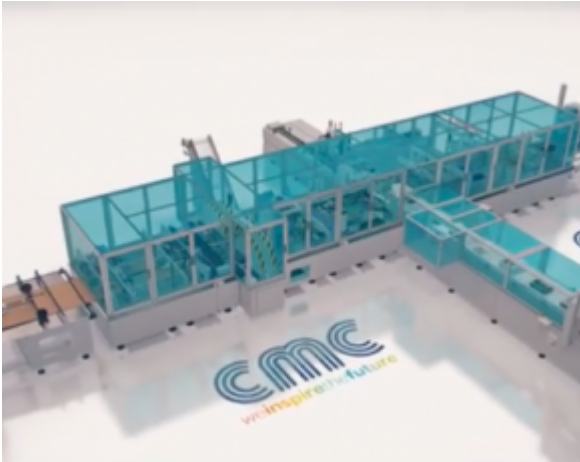


Logistica: LDI lancia il Packaging System 4.0 per l'e-commerce



L'e-commerce sempre più ecosostenibile ed efficiente. Il Gruppo Logistico LDI lancia il **Packaging System 4.0: innovativo sistema di confezionamento** che realizza **scatole su misura** dell'oggetto da spedire. Il progetto è realizzato in collaborazione con il «Centro di Ricerca per i Trasporti e la Logistica» dell'Università La Sapienza, cofinanziato da «Lazio Innova».

“È un magazzino per le aziende di e-commerce che spediscono grandi quantità di scatole con dimensioni diverse, il suo **fine linea è automatizzato** ed il **packaging è realizzato su misura** dell'oggetto da

spedire – dichiara **Alessandro Bursese**, AD del Gruppo Logistico LDI -. È composto da una **macchina confezionatrice unica al mondo** – che confeziona in automatico e in tempo reale scatole di cartone di diverse dimensioni – e da un **insieme di servizi**, spazi, tecnologia, processi e personale specializzato, il tutto ingegnerizzato con **logica circular economy**. La macchina si chiama CMC Cartonwrap ed è prodotta da CMC, un'azienda umbra leader nel mondo del packaging”.

Packaging System 4.0

Il nuovo sistema presenta molteplici vantaggi. Gli imballi realizzati su misura hanno **un minore impatto ambientale: i materiali di riempimento si abbattano, quasi azzerato l'uso di nastro adesivo**, collanti o altri prodotti chimici che ne compromettono lo smaltimento inoltre **le scatole** hanno un'apertura facilitata e **possono essere usate per il reso**.

Per **le aziende** di e-commerce tutto questo significa un **forte aumento della produttività** (realizza fino a 1.000 scatole in 1 ora) grazie anche al **sistema di etichettatura per la spedizione integrato**. con **Notevole riduzione dei costi di imballo**, una **ottimizzazione degli spazi di magazzino** e un miglior servizio ai clienti.

E-commerce, triplicato durante il lockdown

La crisi sanitaria dettata dal **Covid-19** ha **modificato le abitudini d'acquisto** spostando le preferenze verso l'e-commerce.

Dall'inizio del 2020, secondo le stime di **Netcomm**, sono **2 milioni i nuovi consumatori online** in Italia, di cui 1,3 milioni sono arrivati alle piattaforme di acquisto digitale proprio durante l'emergenza sanitaria. In tutto coloro che comprano online, sono ad oggi 29 milioni mentre fino a febbraio 2020 erano 27.

Registrata una vera e propria **impennata** nei **settori** che fino a poche settimane fa erano considerati **emergenti**: a registrare l'incremento maggiore, da fine febbraio a metà aprile, è infatti il **pet care** (+154%); seguito da **cibi freschi e confezionati** (+130%); **prodotti per la cura della casa** (+126%) **e della persona** (+93%). A subire un rallentamento sono stati invece comparti considerati trainanti per maturità e tasso di penetrazione, come il fashion e il turismo, ma in generale, anche i retailer che hanno subito una diminuzione delle vendite riportano comunque una crescita dei propri clienti durante il lockdown (77%).

Tra le modalità d'acquisto preferite, il **Click&Collect**, ovvero la **possibilità di ordinare online un prodotto e di ritirarlo in negozio** da parte del cliente, ha registrato una **crescita del 349%**. Boom inaspettato anche dell'**e-commerce di prossimità**, con i **piccoli negozi di quartiere** che **distribuiscono i loro prodotti sfruttando le piattaforme online**.

L'e-commerce in Italia si è rivelato un **canale strategico perché ha consentito di limitare le uscite non necessarie e di rispondere** in buona parte all'aumento esponenziale della **domanda di beni essenziali**.

[Home](#) | [Privacy Policy](#) | [Il widget di Trasporti-Italia](#)

© Trasporti-Italia.com - Riproduzione riservata