

# Il futuro del packaging cosmetico

By **Lisa Dansi** - 29 Giugno 2025



Il ruolo del packaging beauty, oggi, va oltre l'aspetto funzionale ed estetico, per adottare un approccio multisensoriale in cui l'attrattiva visiva, il coinvolgimento tattile, le sensazioni olfattive e persino uditive, sono elementi chiave per creare esperienze di marca memorabili e per conquistare i consumatori.

## VIA LIBERA ALLA SENSORIALITA'

Quando si parla di design del packaging, il tatto è un modo potente per distinguersi. Dalle forme astratte, invitanti e tattili, a texture non convenzionali con sensazioni insolite, fino a combinazioni di colori ipersensoriali che creano un'esperienza di benessere. Il profumo, al contempo, ha una profonda capacità di evocare ricordi ed emozioni, il che significa che anche le fragranze stanno diventando strumenti potenti nel mondo del packaging beauty. Come ampiamente dimostrato dai contenuti ASMR (risposta sensoriale meridiana autonoma), il suono dell'apertura o il clic di un tappo alla chiusura sono importanti nello sviluppo del design del packaging, in quanto possono offrire un'affermazione rassicurante del prestigio di un prodotto.

*"Per migliorare il coinvolgimento dei consumatori, le nuove tecnologie consentono di integrare chip sonori o moduli sonori interattivi in imballaggi e scatole regalo promozionali – spiega [Beautystreams](#) -. Nel mondo odierno in rapida evoluzione, l'intersezione tra design e responsabilità ambientale non è mai stata così critica. Il packaging, elemento onnipresente della vita moderna, sta emergendo come un attore fondamentale nella ricerca della sostenibilità. Il potere del design va oltre l'estetica e la funzionalità: ora ha il potenziale per affrontare alcune delle sfide ambientali e socio-economiche più urgenti del nostro tempo. Materiali innovativi ed eco-compatibili e il coinvolgimento sensoriale possono trasformare il packaging in un'esperienza che tocca diverse corde. Dal piacere tattile dei materiali sostenibili ai delicati aromi e suoni di confezioni progettate con cura, il packaging può evolversi per soddisfare le esigenze sia del pianeta che del consumatore".*

## CHE COSA SI ASPETTANO I CONSUMATORI?

La personalizzazione del packaging sta guadagnando spazio, con i consumatori sempre più interessati a opzioni personalizzabili come forma, dimensione, colore, materiale o decorazioni, e a brand che rispondano efficacemente alle loro preferenze individuali.

Cercano design modulari e multifunzionali con componenti intercambiabili o rimovibili, con la possibilità di combinare e abbinare i prodotti per un'esperienza personalizzata e una routine di bellezza curata. Si aspettano inoltre che il design del packaging sia adattato alla loro sensibilità culturale e tenga conto dei significati simbolici dei colori, della lingua locale e di stili tipografici appropriati, garantendo che i prodotti siano rispettosi, accessibili e leggibili.

*"I packaging che traggono ispirazione da elementi culturali, estetiche tradizionali o design tradizionali, come la calligrafia cinese, l'origami giapponese o le stampe a cera africane, fanno leva sull'orgoglio dei consumatori per le proprie tradizioni e rappresentano un modo per rendere i prodotti veramente su misura" prosegue Beautystreams .*

Le nuove generazioni di consumatori sono alla ricerca di praticità e portabilità con prodotti che si adattino al loro stile di vita e sono sempre più interessati a confezioni da viaggio, formati mini e compatti, accessori eleganti e pratici e soluzioni per l'applicazione a mani libere, progettate con forme uniche, colori vivaci e un tocco artistico. Si aspettano che queste soluzioni siano sviluppate tenendo conto della sostenibilità, con design che riducono al minimo l'uso di materiali e che impiegano materiali riciclati, biodegradabili o flessibili per ridurre l'impatto ambientale.

I consumatori cercano anche packaging più inclusivi e accessibili, che vadano a vantaggio delle persone con disabilità e degli anziani ma che abbiano anche benefici più ampi per la società nel loro complesso. Confezioni facili da aprire e con chiusure magnetiche e impugnature facili da maneggiare, a soluzioni che si schiacciano agevolmente e applicatori di grandi dimensioni, elementi intuitivi da usare e che offrono al contempo un'esperienza di unboxing piacevole. Tra le caratteristiche che i consumatori si aspettano di vedere ci sono anche il marketing tattile, [la descrizione braille o audio](#), le tipografie che variano per carattere e dimensione per una migliore leggibilità, diversi contrasti di colore e combinazioni di colori nel testo sulla confezione.

---

---