AZIENDE E-COMMERCE E RETAIL TRASPORTI MERCI & PASSEGGERI

RELICYC AMPLIA L'OFFERTA E PUNTA SULL'E-COMMERCE

By *Redazione di Zeroventiquattro.it* 1 Ottobre 2026 0 188

Share



Nuovi articoli a catalogo, servizi digitali e prodotti best seller come Logypal 7 confermano la strategia dell'azienda: offrire soluzioni ad alto valore aggiunto che uniscono qualità, risparmio e sostenibilità.

Efficienza, convenienza, sostenibilità e qualità rappresentano da sempre i pilastri dell'offerta Relicyc, punto di riferimento con 45 anni di esperienza nel riciclo delle materie plastiche nella gestione completa del materiale da pallet a fine utilizzo. La sua è una strategia che negli ultimi tre anni si è concretizzata in un **importante ampliamento della gamma prodotti, con l'introduzione di oltre venti nuovi articoli a catalogo, accompagnata da un significativo sviluppo dei servizi e dall'apertura del canale e-commerce,** pensato per rendere ancora più semplice e immediato l'accesso alle soluzioni dell'azienda.

L'obiettivo cardine dall'azienda è, da sempre, **offrire alle imprese clienti strumenti logistici selezionati,** sempre più performanti e competitivi, ma anche capaci di rispondere alle esigenze di un mercato in continua evoluzione, dove efficienza operativa e controllo dei costi assumono un ruolo sempre più centrale nelle decisioni di acquisto.

Tra le referenze che hanno registrato il maggiore interesse da parte del mercato **spicca il Logypal 7, uno dei prodotti simbolo della gamma Relicyc,** apprezzato per la sua versatilità, robustezza e capacità di garantire un eccellente rapporto tra prestazioni e investimento; **altra punta di diamante, il Logypal 5,** un pallet in plastica riciclata sviluppato per coniugare efficienza operativa e risparmio. Con un peso di soli 7 kg e una portata dinamica fino a 1.400 kg, rappresenta la sintesi perfetta tra leggerezza, maneggevolezza e resistenza.

Anche l'investimento nell'e-commerce si inserisce in un preciso percorso di innovazione e miglioramento della user experience, dal momento che la vision di Relicyc è portare nel mondo B2B la praticità degli acquisti tipica dell'ambito domestico. Questa piattaforma digitale rappresenta però solo un punto di partenza, dal momento che **l'azienda è già al lavoro per sviluppare il portale,** aggiungendo una sempre maggiore integrazione con il gestionale interno per garantire una velocità di evasione degli ordini ancora superiore.

L'aggiunta di nuove referenze rientra in questa logica, posizionando Relicyc come punto di riferimento innanzitutto per il pallet, ma aprendo anche ad altre tipologie di imballaggi da trasporto. Associare la storica competenza a nuovi prodotti significa fornire un servizio più completo e proattivo, nella costante ricerca di nuove soluzioni.

I nuovi articoli, siano essi a marchio Relicyc o di partner selezionati, vengono sempre **progettati e testati internamente in azienda, per avere la certezza di assicurare al cliente la soluzione definitiva.** Questo ampliamento di gamma comporta dunque una maggiore complessità nella gestione del magazzino e della logistica interna, ma l'azienda ha scelto di accogliere questa sfida trasformandola in un'opportunità di miglioramento dei processi per tutto il personale. Il continuo aumento dei costi del legno rende infine sempre più interessante il confronto con la materia prima plastica, agganciando il benchmark a questa evoluzione del mercato. **I pallet Relicyc, realizzati con materiali riciclati e riciclabili, offrono vantaggi concreti** non soltanto sotto il profilo ambientale, ma anche in termini di prevedibilità dei costi, durata nel tempo e azzeramento delle spese legate alla manutenzione.

"L'evoluzione della nostra offerta nasce dall'ascolto costante delle esigenze dei clienti," – **commenta Simone Frezzato, direttore commerciale di Relicyc.** – *"Soprattutto a fronte di volumi di acquisto molto ampi, il prezzo e l'efficienza nel lungo periodo fanno davvero la differenza. Oggi, con le quotazioni del legno che continuano a salire, la nostra proposta in plastica riciclata si rivela una scelta strategica vincente. Il nostro e-commerce e i nuovi prodotti a catalogo sono pensati esattamente per questo: offrire un risparmio reale, tempi di gestione ottimizzati e una qualità su cui il cliente può sempre contare, trasformando il pallet da semplice supporto logistico a strumento concreto di competitività aziendale".*

Share

Previous article
BonelliErede al fianco di Cassa Depositi e Prestiti nell'investimento del Fondo Italiano per il Clima in AGIA PD Fund

Next article
Mail Boxes Etc. lancia il suo modello di logistica in franchising

Redazione di Zeroventiquattro.it

Editoriali

Donald si arrabbia, vuol dire che siamo sulla buona strada
18 Settembre 2026

Europa: Nel mondo non ci sono più amici e nemici, ma competitor e partner
17 Settembre 2026

Perché nell'era dell'Intelligenza Artificiale non basta fare SEO: come la GEO cambia la visibilità delle imprese
7 Settembre 2026

L'estremo dopo agosto ormai è divenuto normale. I numeri
28 Agosto 2026

Altri articoli

NASCE "MONDADORI ACADEMY FORUM ORIENTA"
8 Ottobre 2026

Wibo nomina Antonio Guadagno come AI Adoption Lead per rafforzare la formazione sull'intelligenza artificiale
8 Ottobre 2026

Adozione dell'intelligenza artificiale raddoppiata in un anno: ma mancano le competenze per gestirla al meglio
8 Ottobre 2026

Ultimi articoli

NASCE "MONDADORI ACADEMY FORUM ORIENTA"
8 Ottobre 2026

Wibo nomina Antonio Guadagno come AI Adoption Lead per rafforzare la formazione sull'intelligenza artificiale
8 Ottobre 2026

Con Pharmexpo torna a Napoli la farmacia più grande d'Italia, appuntamento dal 23 al 25 ottobre
8 Ottobre 2026

Forum Banca 2026: intervento (Banca AideXa)
8 Ottobre 2026

Adozione dell'intelligenza artificiale raddoppiata in un anno: ma mancano le competenze per gestirla al meglio
8 Ottobre 2026