

УСТОЙЧИВОСТЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ

Устойчивое развитие является одним из ключевых направлений исследований и способствует разработке новых продуктов.

- для одной трети компаний устойчивое развитие является одним из ключевых направлений научно-исследовательских работ, стимулирующим разработку новых продуктов;
- организации вкладывают все больше средств в технологии, позволяющие повторно использовать переработанное сырье в продукции и упаковке;
- для 68% предприятий материал упаковки является самой большой проблемой с экологической точки зрения;
- 37% потребителей заявляют, что дизайн упаковки играет важную роль в процессе принятия решения о покупке.

Упаковка рассматривается компаниями как основная возможность для инноваций.

- семь организаций из десяти отмечают, что самой большой проблемой с точки зрения экологической безопасности является материал упаковки.

Например ящик под грибы-шампиньоны из пластика или гофрокартона?

Пластиковый пакет для покупок или ящик для покупок из гофрокартона?

- для 59% предприятий наибольшую сложность представляет ее сбор и переработка; а в 56% случаях затруднение связано с материалами, используемыми для производства продуктов. Например, упаковка с офсетной печатью и УФ лакированием в сравнении с офсетной печатью и ламинированием? Влагостойкие слои из вторсырья или крафтовые?
- почти девять предприятий из десяти включили в свою стратегию устойчивого развития использование отработанного или вторичного сырья в продукции/упаковке.

В непростых экономических условиях предприятия не могут игнорировать вопросы устойчивого развития, при этом потребители являются основной движущей силой, стимулирующей внедрение концепции устойчивости.

Для поставщиков существует немало возможностей, позволяющих сократить количество упаковочных отходов без существенного повышения затрат, начиная от решения проблемы пустой упаковки в канале электронной торговли и заканчивая снижением объема пластика при транспортировке товаров в цепочке поставок.

Растет спрос на продукты, которые представляют собой экологически устойчивую альтернативу одноразовому пластику. По мере того, как фокус внимания все больше смещается в сторону экологически безопасной упаковки, важно, чтобы предприятия продолжали инвестировать в инновационные решения для удовлетворения потребительского спроса, улучшения восприятия брендов и разработки эффективных стратегий устойчивого развития.

Дизайн упаковки играет важную роль при принятии решения о покупке. Покупатель приобретает продукт именно потому, что он имеет многоразовую или биоразлагаемую упаковку, что еще раз подчеркивает ее важную роль в потребительских предпочтениях.

Как обеспечить баланс между устойчивостью и рентабельностью – это долгосрочные инвестиции, нежели издержки, а потребители продолжают влиять на отношение организаций к устойчивым методам ведения бизнеса.