



Wygodnie czy ekologicznie?

Opakowania handlowe – między wygodą a ekologią

Dla firm detalicznych to spacer po linie: świadomość ekologiczna konsumentów jest coraz większa, ale jednocześnie są oni coraz bardziej wygodni. Dlatego kształtując swoją politykę asortymentową i decydując o wyborze opakowań handlowcy balansują między wygodą a ekologicznością.

Wyniki badań przeprowadzonych przez niemiecki Instytut Badań Handlu (Institut für Handelsforschung IFH) dają wgląd w preferencje konsumentów i wybory handlu detalicznego.

Z punktu widzenia klientów zakupy powinny być tak łatwe, szybkie i wygodne, jak to tylko jest możliwe. Specjaliści z IFH zauważają, iż mamy obecnie do czynienia z „renesansem wygody zakupów”. Handel detaliczny musi się z tym liczyć. Jak wykazały badania IFH, dla dziewięciu na dziesięciu ankietowanych na wygodne dokonywanie zakupów składają się: łatwość orientowania się w topografii sklepu i łatwość znajdowania potrzebnych produktów. Dla handlu detalicznego oznacza to konieczność zapewnienia klientom szybkiego dostępu do informacji o asortymencie i produktach, dzięki przejrzystej organizacji przestrzeni sklepowej. Tutaj sprawdzają się np. wykonane z tektury falistej opakowania gotowe na półkę (shelf ready), ponieważ dzięki nim poszczególne kategorie produktów i marki odróżniają się wizualnie i są łatwo rozpoznawalne.

Jednak konsumenci oczekują nie tylko wygody, ale także ekologiczności produktów i opakowań. Specjaliści stwierdzili, że kwestie ekologiczne dominują w podejściu do konsumpcji i z upływem czasu będą coraz ważniejsze. 93% ankietowanych deklaruje, że ekologiczność produktów jest dla nich „osobiście ważna”. Kwestię wygody ocenia w ten sposób 69% respondentów. Te wyniki potwierdzają się w odniesieniu do opakowań – decydującego dla handlu zagadnienia w kwestii ekologii. Na pytanie o właściwości opakowań, które będą w przyszłości zyskiwały na znaczeniu, 90% respondentów wymieniło: podatność do recyklingu, mniej odpadów tworzyw sztucznych i materiały przyjazne dla środowiska. Konkretnie konsumenci oczekują zmniejszenia liczby opakowań z two-



ryw sztucznych na rzecz opakowań tekturowych.

Około 90% uczestników ankiety jest zainteresowanych zakupami w supermarkecie wolnym od plastiku, zabieraniem zakupów w pojemnikach wykonanych z materiałów innych niż plastik i korzystaniem z opakowań zdalnych do kompostowania. 93% respondentów chce, aby opakowania plastikowe były w coraz większym stopniu zastępowane opakowaniami z surowców odnawialnych, przy czym za szczególnie naturalne i ekologiczne uważają opakowania z tektury.

Badacze rynku wskazują jednak na rozbieżność między świadomością ekologiczną a zachowaniami konsumentów. Potrzeba wygody powstaje raczej nieświadomie i dlatego podczas zakupów nie jest postrzegana jako taka. Konsument jest wprawdzie bardziej świadomy aspektów ekologicznych produktu i jego opakowania, ale zmiany zachowań wymagające rezygnacji z wygody zachodzą powoli.

Jednak zauważalne w dziedzinie konsumpcji trendy w zakresie wygody i ekologii nie są z zasady nie do pogodzenia. Na przykład, niektóre firmy handlowe jako zamiennik toreb plastikowych oferują pudełka na zakupy wykonane z tektury falistej – wykonane z surowców odnawialnych, w pełni podatne do recyklingu i nadające się do wielokrotnego użytku. Ta koncepcja spełnia więc oczekiwania 90% konsumentów – opakowanie jest ekologiczne i umożliwia wygodny transport zakupów do domu.

Oprac. E. Włodarczyk
wg www.wellpappenindustrie.de