

Více značky – méně odpadu

Žádaná jsou chytrá, recyklovatelná řešení, jež podporují image značky.

Někdy se prostě roztrhne a bezmyšlenkovitě vyhodí. Někdy je skoro důležitější než samotný produkt. A často zvyšuje těšení se na to, co skrývá. Obal má produkt chránit a zajistit jeho bezpečnou dopravu kolem celé zeměkoule. Je to důležitý nosič informací. Stále častěji ale musí také splňovat aktuální požadavky na trvalou udržitelnost, recyklovatelnost a ochranu zdrojů. Faktem je, že nároky na inovativní obaly rostou. Odráží se to i v trendech, které se v obalovém odvětví projevují pro rok 2018.

Vedle megatrendu snižování objemu odpadů půjde v aktuálním roce stále více o to, aby se pomocí příslušně chytrých obalů omezovalo množství vyhazovaných potravin a aby se vyvíjely inovativní a pro spotřebitele atraktivní obaly na trvanlivé a hluboce zmražené produkty. Mimoto vede stále rostoucí podíl online obchodování k tomu, že se obal stává stále více zprostředkovatelem vlastního nákupního zážitku a že prodejci značkového zboží dělají dobře, když i prostřednictvím obalu podávají statement a starají se o jasná sdělení na etiketách.

Redukce na to podstatné

Stále více potravin se náročně zpracovává a balí, hory odpadků rostou po celém světě. V současnosti jsou šířícím se trendem potraviny bez jakýchkoliv zbytečných přebalů. Mnozí zákazníci jsou ochotni při nákupu potravin rezignovat především na plastové obaly. Není tedy divu, že snižování objemu odpadů, ochrana zdrojů a používání recyklovatelných materiálů stojí na čelných místech agendy obalového průmyslu. Efektivnější opětovné zhodnocení a vyšší míra recyklace ve spojení se zodpovědným odpadovým managementem jsou efektivní možnosti, jak omezovat odpad z obalů a vytvářet obaly, které méně zatěžují životní prostředí.

Nepřetěžovat etikety

Spotřebitelé se navíc nechtějí při pohledu na etiketu vyděsit a cítit se přetížení. K nerušenému zážitku z nakupování patří i informativní, jasně strukturovaná etiketa. Při tom by se mělo postupovat podle zásady „méně je více“ – nepřetěžo-



Obaly z vlnité lepenky – nižší hmotnost, vyšší pevnost, optimální recyklovatelnost.

vat zbytečnými informacemi, ale transportovat přesně tolik sdělení, kolik je nezbytně nutné. Atraktivní grafická úprava je přitom stejně důležitá jako jasně rozeznatelná identita značky. Tím mohou značkové firmy u spotřebitele dobře zabodovat.

Zprostředkovat zážitek z nakupování

E-commerce dosáhne do roku 2020 podíl 15 % na maloobchodním obratu. To znamená, že obaly musí stále více fungovat jako náhrada za shoppingový zážitek při nákupu v maloobchodě. Zda se to podaří, to záleží na kvalitě a funkčnosti obalu, neboť rozhodující je první dojem. Je nutné pokud možno zabránit zklamání z nadměrného obalového materiálu nebo z obalu, který snižuje hodnotu značky jako celku.

Závěr

Moderní obalové technologie mají správné odpovědi na tyto trendy a požadavky. Právě obaly z vlnité lepenky se dají nejen přesně přizpůsobit potřebám výrobců i spotřebitelů, ale splňují v neustále rostoucím online obchodování také požadavky přepraveců, jako je nízká hmotnost a vysoká pevnost. A výborně se hodí i k vracení obdrženého zboží. Především však jsou průkopníky v oboru šetření zdrojů a možností recyklace. Díky své vynikající recyklovatelnosti se mohou na konci své životnosti se ziskem vrátit zpět do oběhu druhotných surovin.



Transportovat jen tolik sdělení, kolik je nezbytné.