

Trendi in trajnost; embalažne rešitve skozi oči oblikovalca

Alenka Knez
Marec 2024

2023



DS Smith

03

Trajnostni
embalažni
trendi



An underwater photograph showing various pieces of plastic waste floating in clear blue water. Visible items include a red and white striped object, a black power cord, a green and blue can, and a clear plastic bottle. The scene is used as a background for the infographic.

Trajnost

1 od 4
vprašanih izjavlja,
da niso pričaši
plastične embalaže

56%

potrošnikov verjame, da
lahko z zmanjšanjem
uporabe plastičnih
izdelkov prispevajo k
ohranjanju okolja in
trajnostnemu načinu
življenja



Rciklabilnost & Papir

41%

Evropskih
potrošnikov

**prepozna papir kot
trajnosten embalažni
material**

Na globalni ravni papir v primerjavi s
steklom in kovino velja za najbolj trajnostni
material

92%

Potrošnikov je izjavilo

da ima **trajnost**
pomemben vpliv
pri izbiri blagovne
znamke FMCG

29 % spletnih potrošnikov
v EU je prenehalo kupovati
blagovne znamke zaradi
netrajnostne embalaže.

Source: [Unpacking eco excellence: Assessing sustainable packaging impact on consumers - NIQ \(nielseniq.com\)](#)

Source: Euromonitor Voice of the Consumer: Lifestyles Survey, fielded January to February 2022

Source: DS Smith, Ipsos MORI research, 2020



Reciklabilnost & Papir

Napredek na področju **trajnosti** je ključnega pomena za ugled blagovne znamke in preprečevanje morebitnih omejitev/prepovedi embalaže

58%

potrošnikov
Zaupaj označbam,
Na embalaži

Sustainable Packaging Features 2022¹
Share of respondents



Note: ¹Source: Euromonitor Voice of the Consumer: Lifestyles Survey, fielded January-February 2022 (n=31,593)

Oznaka „reciklabilno“

Je najbolj zaupanja vredna,
Uvrščena je nad „ekološko“ in „prosta reja“



Odločitev o nakupu

72%

potrošnikov

Zaupa oznakam izdelkov

So najbolj zaupanja vreden vir informacij

77%

anketiranih globalnih potrošnikov meni

Oznake izdelkov morajo biti bolj **specifične in pregledne**, da potrošnikom olajšajo izbiro bolj zdravih možnosti

39%

Potrošnikov pravi

Da bi prešli na blagovne znamke, ki uporabljajo **jasnejše oznake**



Oznake trajnosti

39%

UK potrošnikov bi bilo zainteresiranih za etikete/označbe z navodili o trajnostni negi izdelka.

80%

Tajskih potrošnikov se strinja, da je pomembno, da blagovne znamke svoje besede in poslanstva prenesejo v konkretna dejanja.

34%

Ameriških potrošnikov ne izbira prehranskih izdelkov in pijač na podlagi okoljskih certifikatov, raje izberejo izdelke, ki jih že poznajo.



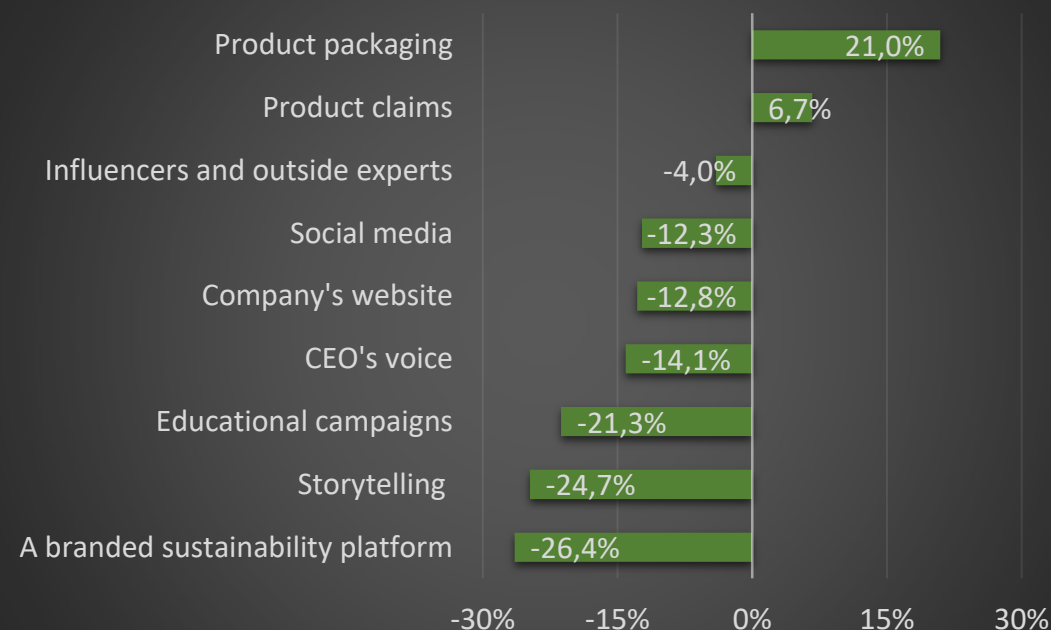
Trajnostna sporočilnost embalaže



Dasani (The Coca-Cola Co) in Pepsi (PepsiCo) sporočata, da je njihova plastenka narejena iz 100% reciklaže.

Garnier (L'Oréal) uporablja slogane, ki sporočajo, da je njihova maska biorazgradljiva ter kompostibilna, njihova steklenička za Micelarno vodo pa je narejena iz 100 % reciklirane plastike.

Spremembe v načinu komuniciranja podjetij glede tajnosti 2021-2022



Source: Euromonitor International Voice of the Industry: Sustainability Survey, 2022, fielded in February 2022

Potrošniki želijo biti karseda informirani





02

Spremembe
PPWR

Spremembe PPWR - Direktive o embalaži in odpadni embalaži

Količina odpadkov, ustvarjenih iz embalaže, narašča hitreje od stopenj recikliranja.

V zadnjem desetletju se je povečala za skoraj **25%**
Brez nadaljnjih ukrepov bomo 2030 pridelali še dodatnih **19%**
in leta 2030 dosegali **46%?!**

Glavni cilji vezani na zmanjšanje odpadne embalaže:

- **5%** zmanjšanje do leta 2030
- **10%** zmanjšanje do leta 2035
- **15%** do leta 2040

Embalaža iz papirja in kartona - že dogovorjena dejstva

Embalaža za enkratno uporabo v segmentu sadja in zelenjave pod 1,5kg bo prepovedana, **z izjemo papirne embalaže.**

Papirna in kartonska embalaža ostaja izjema od visokih ciljev ponovne uporabe.

Prepoved embalaže za enkratno uporabo namenjeno hrani in pijači, ki se zaužijejo v gostinskih obratih (sektor HORECA). **Izjema je papirna embalaže.**

Valovita/kartonska embalaža je izvzeta iz ciljev ponovne uporabe, ki veljajo za skupinsko embalažo in transportno embalažo (vključno z embalažo za velike gospodinjske aparate).

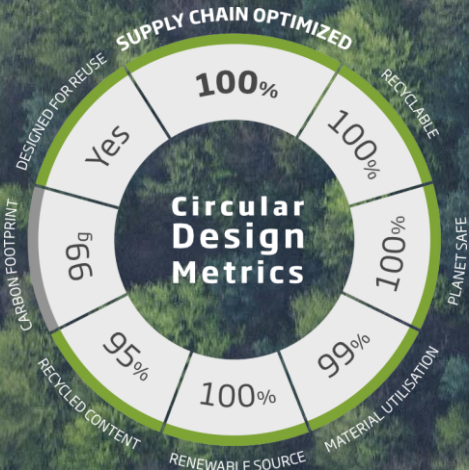


02 Inovacije

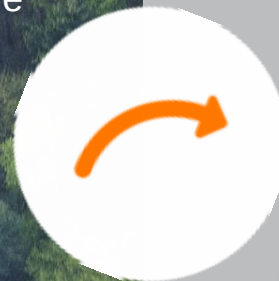
**Meritve krožnega oblikovanja
so trdna osnova našim
trajnostnim inovacijam.**

Skozi načela krožnega oblikovanja v krožni ekonomiji smo razvili noviteto v industriji: Meritve krožnega oblikovanja

Meritve ocenjujejo trajnost določene embalažne rešitve.



- Optimizacija dobavne verige
- Reciklabilnost
- Okolju prijazno
- Poraba materiala
- Obnovljivi viri
- Vsebnost recikliranih vlaken
- Oglični odtis
- Oblikovano za ponovno uporabo



- Lift Up
- Easy Bowl
- Tape Back
- Save Sender
- Natures Basket
- Round Wrap
- Fresh Tray
- Corrugated Envelop
- Light Wrap



Tape Back

- En silikonski trak za dva pošiljanja
- Plastični zatržni trak za odpiranje ni potreben
- Enostavno za vračilo – dodatni lepilni materiali niso potrebni

30%
manj
silikona



Designed for reuse



1 Pakiranje



3 Vračilo



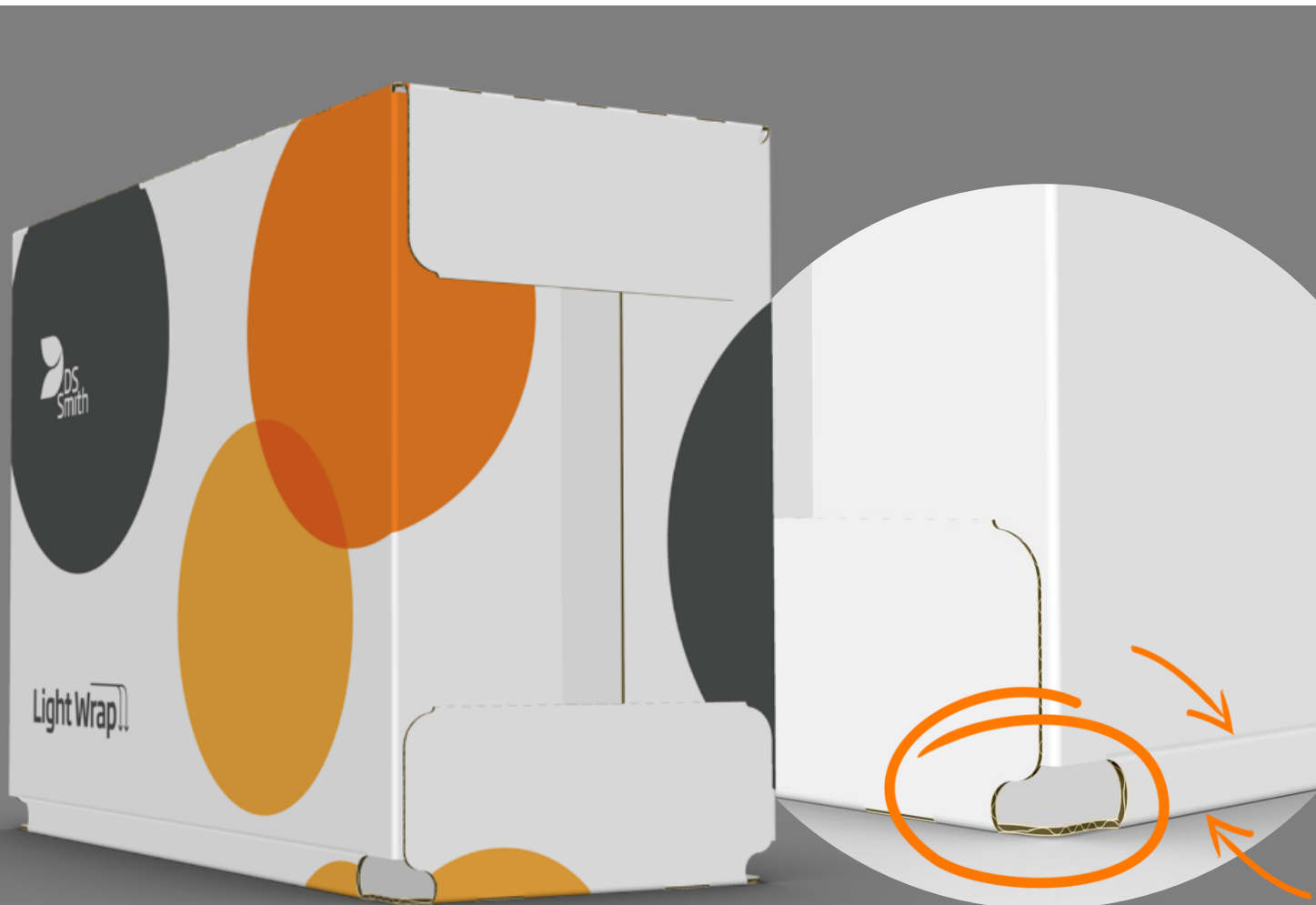
Light Wrap

+

INTELLECTUAL PROPERTY
ALL RIGHTS RESERVED



Developed by DS Smith Packaging LBSA, Made in Portugal.
All rights reserved. Unauthorized copying, reuse or reproduction
www.ds-smith.com
November 2019



Funkcija nadzorovanega posedanja zmanjša poškodbe škatel in primarne embalaže, posledično se lahko uporabijo nižje gramski kartoni. Stranice embalaže na katerih so natisnjene pomembne informacije ostanejo nepoškodovane



Univerzalni vložek / Zamenjava stiropora

Količina 90.000 kos/L

**Univerzalni vložek za 3
različne aparate**



Summary of Universal insert for MFQ 2, 4, 36



CO₂e impact
-4.37 Tonnes (-53.7%)



Pieces of plastic
-180,000 pcs (-100%)



Pallets per year
-169 Pallets (-85.4%)



Carriers per year
-5 carriers (-83.3%)





:





Thank You

Danke Dankjewel Благодаря 谢谢 Hvala Děkují Tak Aitäh Kiitos Merci Ευχαριστώ
Köszönöm Grazie Paldies Ačiū Ви благодарам شكرالكم Dziękuję Obrigado Mulțumesc
Ďakujem Gracias Tack ขอบคุณ Teşekkür ederim

The Power of Less®