

Nové požadavky na obaly

# Udržitelné Inovativní Informativní



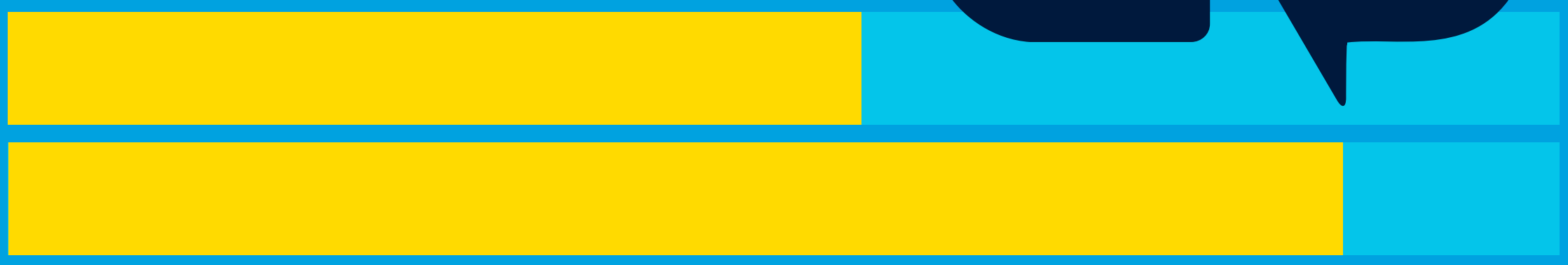
**“ Program udržitelnosti je nyní více než kdy jindy motivován zákazníky. ”**

ARCO BERKENBOSCH  
Viceprezident pro inovaci a vývoj,  
Smurfit Kappa

Udržitelnost je rozhodujícím faktorem při rozhodování o nákupu – a obal stojí v první linii

## 55%

spotřebitelů si v posledních šesti měsících zakoupilo daný výrobek konkrétně proto, že měl opakovaně použitelný nebo biologicky rozložitelný obal



Značky se zapojují

## 86%

podniků používá nebo použilo ve svých výrobcích a obalech recyklovaný materiál

Ale mohou dát zákazníkům to, co chtějí?

## 68%

společností tvrdí, že obalové materiály jsou jejich největší výzvou z hlediska udržitelnosti

Někteří zjišťují, že firemní udržitelnost otevírá dveře inovacím

## 1 ze 3

Asi společností tvrdí, že udržitelnost je hnací silou výzkumu a vývoje (R&D) a také vývoje nových výrobků



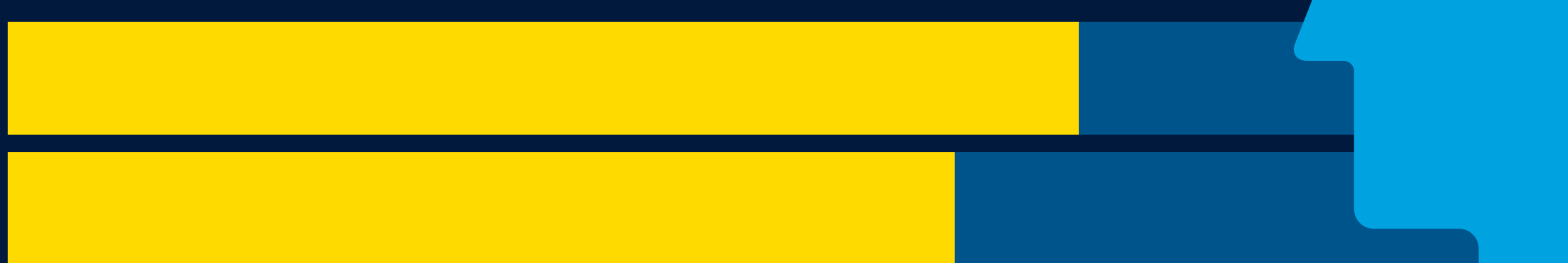
**“ Inovační strategie a udržitelnost jsou dvě strany stejné mince. ”**

IOANNIS IOANNOU  
Docent strategie a podnikání,  
London Business School

Dobré úmysly a větší míra inovace však nebudou stačit, pokud zákazníci nebudou vědět, které značky jsou udržitelné

## 69%

spotřebitelů tvrdí, že neví, které značky zavedly udržitelné postupy



Značky proto musí lépe informovat o tom, co v této oblasti podnikají

## 61%

spotřebitelů očekává, že značky, od kterých nakupují, budou mít jasné udržitelné postupy

Udělejte to dobře a jejich zákazníci budou šťastnější



## 90%

podniků tvrdí, že udržitelné postupy mají pozitivní dopad na spokojenost zákazníků