

Novas Exigências para a Embalagem

Sustentável Inovadora Informativa



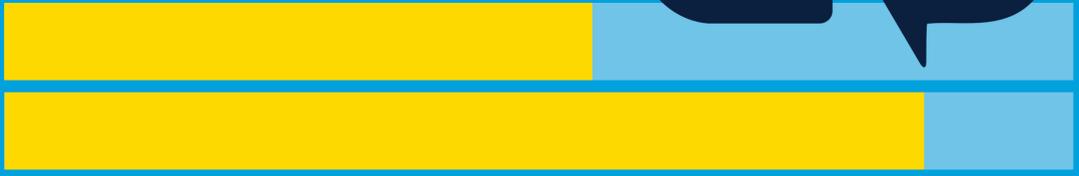
“Agora, mais do que nunca, a agenda da sustentabilidade é conduzida pelos consumidores.”

ARCO BERKENBOSCH
Vice-presidente de Inovação e Desenvolvimento
Smurfit Kappa

A sustentabilidade é um fator orientador nas decisões de compra-e a embalagem está na linha da frente

55%

dos consumidores comprou um produto nos últimos seis meses especificamente porque tinha uma embalagem reutilizável ou biodegradável



As marcas estão a aderir

86%

das empresas tinha usado materiais reciclados nos seus produtos e embalagens nos último dois anos



Mas podem dar aos clientes o que eles querem?

68%

das empresas afirma que os materiais de embalagem são o seu maior desafio de sustentabilidade

Algumas estão a descobrir que a sustentabilidade corporativa está a abrir a porta à inovação

Cerca de **1 em cada 3**

empresas diz que a sustentabilidade está a dinamizar a I&D e o desenvolvimento de novos produtos

“A estratégia de inovação e a estratégia de sustentabilidade são duas faces da mesma moeda.”

IOANNIS IOANNOU
Professor Associado de Estratégia e Empreendedorismo
London Business School

Mas boas intenções e mais inovação não são suficientes se os clientes não souberem que marcas são sustentáveis

69%

dos consumidores não sabe que marcas adotaram práticas de sustentabilidade

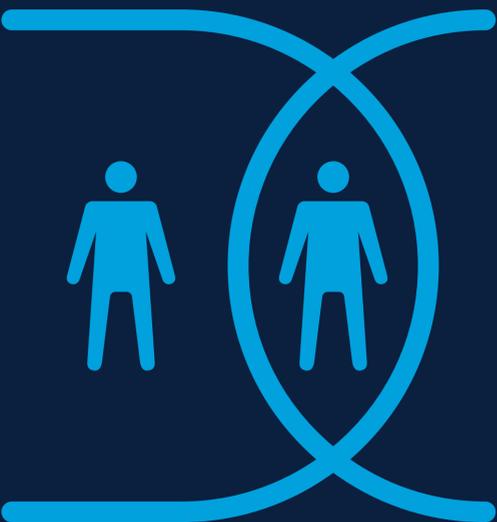


Por isso, as marcas têm de ser melhores a comunicar o que estão a fazer nesta área

61%

dos consumidores espera que as marcas a quem compram tenham práticas claras de sustentabilidade

Se o fizerem bem, os seus clientes ficarão mais felizes



90%

das empresas afirma que as práticas de sustentabilidade estão a ter um efeito positivo sobre a satisfação do cliente