

Y-generatsioon kujundab pakendituru ümber

Maailma ühe suurema pakenditootja Stora Enso koostatud värske uuring Viewpoint näitab, et kaupmehed, kes kasutavad ära jätkusuutliku pakendamise võimalusi, suudavad kasvatada 2-4% käivet ja 1-2,5% kasumlikkust. Jätkusuutlikkuse põhimõtete järgimine muutub jaemüügisektoris aina tähtsamaks, sest Y-generatsioon ehk aastatel 1980-2000 sündinud noored muutuvad domineerivaks tarbijarühmaks.

Stora Enso poolt läbi viidud aruandest „*Future of packaging for the Millennials*” (“Tuleviku pakendilahendused Y-generatsioonile”) selgus, et Y-generatsiooni liikmed ostavad keskkonناسäästlikke tooteid suurema tõenäosusega kui vanema põlvkonna esindajad. 85% uue põlvkonna liikmetest peab pakkematerjali osaks brändikogemusest ning neli viiest peab pakendit ostuotsuse tegemisel oluliseks.

Teadlikum tarbimine

Ühtlasi selgus aruandest, et Y-generatsiooni liikmetest on 44% nõus maksma rohkem toodete eest, mille puhul on kasutatud keskkonناسäästlikku pakendamist. Üle poole, 59% vastajatest peavad pakendite jätkusuutlikkust oluliseks kogu ettevõtte väärtusahelas. Lisaks selgus, et vastajad hindavad kõige enam ning peavad loodussõbralikumaks kiupõhiseid pakkematerjale.

Stora Enso pakendamislahenduste osakonna Kesk-Euroopa riikide asepresidendi Tomasz Zebrowski hinnangul näitab aruanne, kuivõrd nõudlikumad ja teadlikumad on Y-generatsiooni tarbijad. “Uue põlvkonna tarbijad ootavad toodetelt jätkusuutlikkust kogu väärtusahelas, mis kehtestab nõudmisi ka pakenditööstusele. Üha enam hakatakse hindama taastuvatest ressurssidest valmistatud jätkusuutlikke pakendeid, ka näiteks kiudmaterjalide kasutamist. Need ootused pakuvad jaemüüjatele ja kaubamärgiomanikele uusi ja põnevaid võimalusi müügitulemuste ja marginaalide suurendamiseks,” lisas Zebrowski.

Võimalused jaemüüjatele ja kaubamärgiomanikele

Aruanne näitab, et jätkusuutlikud pakendid suudavad pakkuda jaemüüjatele ja kaubamärgiomanikele ootamatuid võimalusi müügitulemuste ning marginaalide parandamiseks, kui kasutatakse ära nende täielikku potentsiaali. Taaskasutuse põhimõtteid järgides suudavad jaemüüjad ja kaubamärgiomanikud tõsta käivet 2–4% ja parandada tegevuskasumi marginaale 1,0–2,5%.

„*Future of Packaging for the Millennials*” (“Tuleviku pakendilahendused Y-generatsioonile”) on neljas väljaanne Stora Enso pakendilahenduste osakonna poolt avaldatud Viewpointi aruannete seeriast, mis analüüsivad pakendituru tulevikutrende. Viewpointi aruanded on välja töötatud rahvusvahelise konsultatsioonifirma A.T. Kearney poolt, mille tarbijaküsitluses osales 347 vastajat 28 riigist. Kõigi Viewpointi aruannetega on võimalik tutvuda veebilehel <http://www.storaensopack.com/press-media>

Lisainfo:

Tomasz Zebrowski, asepresident Stora Enso pakendamislahenduste üksustele Kesk-Euroopa riikides

E-mail: tomasz.zebrowski@storaenso.com; Tel: +48 29 764 08 67

Jurate Kugiene, müügidirektor Balti riikides

E-mail: jurate.kugiene@storaenso.com; Tel: +370 37 373422



storaenso

Stora Enso on ülemaailmne biomaterjalide, pakkelahenduste ning paberi- ja puidutoodete tööstusharu ümberkujundaja. Ettevõtte eesmärk on kujundada ümber vanu teguviise ja leida uusi, et pakkuda oma klientidele taastuvatel materjalidel põhinevaid uuenduslikke lahendusi. Stora Enso annab tööd ca 28 000 inimesele ja ettevõtte käive oli 2013. aastal ca 10,5 miljardit eurot.

Stora Enso pakendamislahenduste osakond töötab koos juhtivate ümbertöötajate, kaubamärgi omanike ja jaemüüjatest klientidega, et arendada uuenduslikke kiupõhiseid pakkelahendusi. Pakendamislahenduste osakond tegeleb paberi ümbertöötlemiseks kogumisega, tselluloosi ja papptara tootmisega ning lainepapist pakkelahenduste väljatöötamisega. Papptaratehased asuvad Soomes ja Poolas ning ümbertöötlemisjaamad kümnes riigis Euroopas ja Aasias. Lisainfo: www.storaenso.com