

Sztywna elastyczność, czyli przyszłość tektury falistej na rynku opakowaniowym i nowe perspektywy



Digitalizacja i gwałtowny rozwój e-commerce z jednej strony oraz większa niż kiedykolwiek świadomość wyborów zakupowych wśród klientów z drugiej – nowe globalne i lokalne uwarunkowania rynku znajdują bardzo wyraźne odzwierciedlenie w przemyśle opakowań. Konica Minolta Business Solutions podjęła się diagnozy sektora i na tej bazie przygotowała katalog rozwiązań na miarę dzisiejszych i nadchodzących czasów.

Słowo klucz wspólne dla 10 podstawowych trendów opakowaniowych to bez wątpienia elastyczność. To cecha pożądana zarówno w wysokonakładowych wielkoprzemysłowych produkcjach, jak i w tych niewielkich, często kustomizowanych, które stanowią coraz większą część opakowaniowego tortu. Zarówno wielki biznes, jak i konsument końcowy zwracają dziś uwagę na to, w jaki sposób, przy użyciu jakich materiałów i jakim kosztem środowiskowym są pakowane produkty. To oznacza m.in. powrót do naturalnych surowców, spośród których na szczególną uwagę zasługuje tektura – a w szczególności tektura falista. Najnowsze technologie drukarskie – w tym cyfrowe urządzenie PKG 675i, umożliwiające zadruk tekturowych opakowań czy plansz – pozwalają ten surowiec skutecznie zadrukować, nie pozbawiając go jednocześnie pożądanym przez rynek cech.

Jaka jest przyszłość tektury falistej na rynku opakowań? Jakie są najnowsze trendy?

Package on demand

Zgodnie z najnowszymi trendami, charakterystycznymi zresztą nie tylko dla druku, elastyczność i możliwość dostosowania się do zmieniających się potrzeb ma bardzo duże znaczenie dla powodzenia biznesu. A im bardziej spersonalizowany produkt, tym

bardziej spersonalizowane jest opakowanie. Duży wpływ na to zjawisko ma m.in. dynamiczny rozwój e-commerce, a co za tym idzie – rozkwit małych zakładów produkcyjnych, minimanufaktur i producentów opierających swój biznes na unikatowych produktach. Elastyczność w zakresie opakowań w skali mikro może oznaczać spersonalizowane pudełko na okulary przeciwsłoneczne, ale znacznie częściej to po prostu opakowanie pozwalające na oszczędność przestrzeni magazynowej. Druk cyfrowy pozwala produkować dokładnie tyle sztuk, ile na bieżąco potrzeba, a szybki cyfrowy dodruk jest zawsze w zasięgu ręki. Zjawisko coraz bardziej postępującej personalizacji w opakowaniach oznacza także poszukiwanie korzystnych kosztowo rozwiązań. Urządzenia najnowszych generacji pozwalają na produkcję w niskich, by nie powiedzieć niszowych nakładach, nie narażając jednak zleceniodawcy na niewspółmierne do efektu koszty.



KONICA MINOLTA

Unboxing experience

Równie istotne jak sam produkt i jego walory jest także samo doświadczenie jego rozpakowywania. Podobno samo rozpieczętowanie nowego produktu bywa równie (jeśli nie bardziej) ekscytujące jak późniejsze jego użytkowanie. Nie bez powodu filmy z gatunku „unboxing” cieszą się tak dużą oglądalnością w sieci. Świadomym klientom natychmiast rzuca się w oczy to, w jaki sposób produkt jest opakowany, jakiego surowca do tego użyto, ile odpadów po nim zostanie. W ankietach pozakupowych coraz częściej znajdziemy pytanie o ekonomię spakowania produktu i ilość odpadów, jaka pozostała po jego odpakowaniu. Badania jednoznacznie wskazują, że pozytywne doświadczenia konsumenten-





tów związane są z niestandardowymi formami, estetycznym designem i wysoką jakością wykonania. Połączenie minimalistycznych trendów w grafice, nietuzinkowego pomysłu wykorzystania dostępnej przestrzeni, ekologiczności oraz funkcjonalności to jeden z podstawowych trendów w zakresie opakowań dla e-commerce.

E-commerce

Na to, jak wygląda dziś sektor logistyki, w coraz większym stopniu ma wpływ gwałtowny rozwój e-commerce. Dzięki temu na rynek z powodzeniem wkracza rzesza mikroprzedsiębiorców, którzy mają moc produkowania wielkich i docenianych przez klientów rzeczy. Nowy model sprzedaży, często w niewielkich i krótkich seriach, coraz częściej w wysoce spersonalizowany sposób, ma z kolei swoje przełożenie na rynek poligraficzny – przede wszystkim dotyczy to etykiet i opakowań. Digitalizacja komunikacji sprzyja także personalizacji i nie dotyczy to wyłącznie marek premium: personalizowane pudełka cateringowe czy zindywidualizowane opakowania prezentowe znajdują coraz większą liczbę odbiorców.

Pro logistic

Najnowsze tendencje na rynku opakowań nie ograniczają się do ruchów mających na celu przekazanie w ręce konsumenta „ekologicznie” (czytaj: w szlachetniejszą tekturę) opakowanego produktu. O ekologiczności opakowania muszą świadczyć fakty (skąd pochodzi, ile wody zużyto do jego wyprodukowania, jak długo ulega degradacji). Detaliści działający na rynku e-commerce dbają m.in. o to, by ich opakowania można było wykorzystać do zwrotu pro-

duktu. Zdarzają się także wypełniacze wykonane np. z kukurydzy, które po wykorzystaniu można rozpuścić w wodzie, bez szkody dla środowiska.

Naturalnie branża opakowań ma swoje wymagania także w skali makro. Nie wystarczy już, by pudełko chroniło produkty w transporcie i było skuteczną barierą fizyczną. Oprócz zapewnienia bezpieczeństwa transportowanych produktów, ma być także funkcjonalne, lekkie w transporcie i ułatwiać logistykę w skali globalnej. To wymaga także określonej technologii, a „ciężar środowiskowy” opakowań liczy się w skali całego łańcucha produkcyjno-logistycznego, a nie tylko na podstawie opakowania jednostkowego. To, jak opakowania zbiorcze będą zadrukowane, także ma znaczenie dla całego procesu.

Eko bardziej

Świadomość konsumentów na temat wpływu produkcji i konsumpcji na środowisko naturalne nieustannie rośnie. Rosną w związku z tym wymagania wobec producentów, którzy chcąc temu sprostać, są zmuszeni znajdować wiarygodne poparcie dla ekologicznego wymiaru produkcji na coraz to nowszych polach. W dodatku bardziej świadomy i wymagający klient to klient bardziej wnikliwy. Dyskusja o ekologii staje się coraz bardziej merytoryczna, sięga głębiej i szerzej. Nie wystarczy ogłosić produktu przyjaznym środowisku tylko dlatego, że jednostkowo jest opakowany w tekturowe opakowanie. Dziś o ekologicznym podejściu świadczy cały proces produkcyjny, począwszy od sposobu pozyskania surowców, inwazyjności produkcji, poprzez wpływ transportu na otoczenie, na opakowaniu skończywszy. I liczy się tu nie tylko

to, co widoczne dla oka kupującego, ale także to, jak produkty są pakowane zbiorczo, w czym są przewożone i co dzieje się z opakowaniami po drodze. Recykling to nie wszystko, należy zadbać także o cały proces przygotowania produktu. Jak to zrobić, by zminimalizować zużycie atramentu, jakie stosować tusze, by opakowanie było biodegradowalne, w jaki sposób dobierać ekologiczne surowce?

To zaledwie pięć z 10 najważniejszych tendencji szeroko zaprezentowanych w diagnozie – raporcie przygotowanym przez Konica Minolta. Diagnoza jest także realną odpowiedzią na dzisiejsze zapotrzebowanie – za każdym trendem stoją gotowe rozwiązania w druku na tekturze falistej, których zastosowanie można zobaczyć w formie próbnika przygotowanego przez Konica Minolta zrealizowanego na urządzeniu PKG-675i.

Aby dowiedzieć się więcej o tym, jak zasygnalizowane trendy znajdują odzwierciedlenie w najnowszych propozycjach dla poligrafii, należy odwiedzić stronę: <https://www.konicaminolta.pl/pl-pl/simple-pack-pkg-675i>



i zamówić zestaw Simple Pack. Po zeskanowaniu QR kodu dostępne są próbki możliwości personalizacji druku. Simple Pack to zestaw 10 kart ilustrujących 10 innowacyjnych pomysłów na wdrożenie cyfrowych opakowań z tektury falistej. Po zeskanowaniu kodów QR umieszczonych na kartach próbnika można uzyskać dostęp do fragmentów diagnozy nt. przyszłości tektury falistej na rynku opakowań, przygotowanej przez Konica Minolta.

Dodatkowe informacje:

Magdalena Raczynska
Marketing Program Manager
Konica Minolta Business Solutions
Polska Sp. z o.o.
 ul. Krakowiaków 44,
 02-255 Warszawa
 tel. +48 884 206 904;
magdalena.raczynska@konicaminolta.pl
www.konicaminolta.pl