

De juiste impact creëren



Hoe we bier- en ciderbrouwers helpen de uitdagingen
van een veranderende wereld aan te gaan

The Power of Less®





De wereld verandert sneller dan ooit. Ontmoet een verpakkingspartner die u zal helpen bij te blijven

De Europese bier- en cidermarkt is een van de grootste ter wereld en heeft de laatste jaren dynamische verschuivingen in het consumentengedrag gekend. Van de dorst naar ambachtelijke bieren tot de smaak naar varianten met weinig of geen alcohol. De premiumisering van alcohol tot de gestage groei van online verkoop.

Recente wereldgebeurtenissen en veranderingen in winkelgewoonten hebben de verandering versneld en mogelijk de manier waarop wij bier en cider kopen voorgoed veranderd.



Van onze supermarkten tot onze winkels op de hoek, we willen onze favoriete dranken snel en gemakkelijk op één plaats vinden, zodat we niet hoeven rond te shoppen. Nu we minder vaak naar de winkel gaan, zijn we op zoek naar meer waarde en meer gemak. We verwachten meer online aankopen te doen, die snel en veilig bij ons thuis worden afgeleverd. En natuurlijk willen we dit alles van merken waarvan we vertrouwen dat ze beter voor onze planeet zorgen.

Er is nog nooit een belangrijker moment geweest om innovatief over uw verpakking na te denken.

Recente wereldgebeurtenissen en veranderingen in winkelgewoonten hebben de verandering versneld en mogelijk de manier waarop wij bier en cider kopen voorgoed veranderd.

Wat gebeurt er op de Europese Bier & Cider markt?

De biermarkt is volop in beweging

De duurzaamheidsfocus zet door. 24% van de bierproducten in Europa hebben in 2022 een "milieuvriendelijke verpakking", tegenover 18% in 2017¹. En dat heeft een impact op de wereldmarkt. Europa consumeert nu 20% van het bier² en 55% van de cider ter wereld.³ De biermarkt in Nederland zal naar verwachting jaarlijks groeien met 12,60% & de Belgische biermarkt zal naar verwachting jaarlijks groeien met 11,22% (CAGR 2022-2025).^{4&5}



...Er zijn ook uitdagingen waar u voor staat



Toename van de concurrentie

De concurrentie tussen brouwerijen in de EU is in vijf jaar tijd met 85% toegenomen.⁶ Het is belangrijker dan ooit om op te vallen in het schap.



Veranderende winkelgewoonten

Insiders uit de sector suggereren dat Covid-19 de evolutie van de online verkoop van alcohol wel 3 jaar vooruit heeft geholpen - in slechts 3 maanden. Het is een risico om nieuwe e-commerce kanalen naar de markt te negeren.



Probleem vervuiling & plastic

Uw klanten eisen dat duurzaamheid wordt ingebouwd in alles wat u doet, anders dreigt u omzet te verliezen en van de markt te worden gehaald. U moet snel manieren vinden om kunststoffen uit uw toeleveringsketen te verwijderen, CO2 te verminderen en milieuvriendelijker te zijn.

In de PackRight Centres van DS Smith zijn onze strategen en ontwerpers hard aan het werk. Ze creëren op maat gemaakte, duurzame verpakingsoplossingen voor de uitdagingen waarmee brouwers zoals u vandaag worden geconfronteerd.



01



Uitdaging:

Toenemende concurrentie



Zorgen voor impact op de winkelvloer

3 belangrijkste uitdagingen voor Bier & Cider merken in de winkel

- 01 85% stijging van de concurrentie in 5 jaar
- 02 Slechts 2 seconden om op te vallen in het schap
- 03 Minder mogelijkheden om te zien (OTS) - 'Het nieuwe normaal'

Het is van vitaal belang dat u zichtbaar bent

Het effect in het schap heeft altijd een belangrijke rol gespeeld bij het stimuleren van de verkoop. Meer dan 70% van de aankoopbeslissingen worden genomen nadat de klant de winkel is binnengegaan.⁷ Desondanks bekijken shoppers slechts een fractie van de uitgestalde producten.

De aandachtsspanne is kort - gemiddeld minder dan twee seconden.⁸ - en meer dan een derde van de klanten zal een alternatief merk kopen als ze het bier of de cider waarnaar ze op zoek zijn niet gemakkelijk in het schap kunnen zien.⁹

Onze laatste consumenteninzichten tonen ook aan dat er een 'nieuwe normaal' is aangebroken, waarbij grote winkels de plaats innemen van kleinere winkels en waar 33% van de Nederlandse consumenten zegt vaker online te hebben gewinkeld als gevolg van de pandemie.¹⁰

Meer dan 70% van de aankoopbeslissingen worden genomen nadat uw klanten de winkel zijn binnengegaan.

Hoe onze verpakkingsooplossingen uw impact kunnen vergroten

Wij kunnen brouwers zoals u helpen om de concurrentie aan te gaan met onze innovaties op het gebied van verpakkingontwerp en drukmogelijkheden.

Onze samenwerking met de toonaangevende Europese onderzoeksgroep voor verpakkingen Eyetracker toont aan dat shoppers met behulp van impactvolle Shelf Ready Packaging (SRP) 10% sneller vinden wat ze zoeken¹¹ en 80% van de retailers meldt dat impactvolle SRP een omzetstijging van 4% of meer kan opleveren.¹²

Onze op maat gemaakte oplossingen omvatten:

- Consumentenverpakkingen die de look en feel van uw merk ondersteunen
- Printkwaliteit die past bij uw productieprijis & positionering
- Schapklare verpakking, ontworpen met het oog op implementatiegemak in de winkel
- Verpakkingontwerpen met grote oppervlakken voor drukwerk van hoge kwaliteit - zelfs op kleine hoeveelheden
- Differentiatie in de winkel, wat de zichtbaarheid vergroot
- Innovatief POS.





3 uitdagingen. 3 manieren waarop we helpen

01

Breng uw branding in lijn met uw verhaal



Vriendschap, gezelligheid en speciaalbier. Ze zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Zeker bij Oedipus Brewing in Amsterdam, waar de vriendschap tussen vier echte levensgenieters aan de basis staat van een kleurrijk succesverhaal.

Vanzelfsprekend wil Oedipus deze onconventionele uitstraling ook graag terugzien in de verpakkingen. Naast standaard verpakkingendozen maakt DS Smith voor Oedipus de zogenaamde sixpacks én de dozen voor 24 flesjes. We werkten samen om het opvallende design te vertalen in sublieme verpakkingen.

“Die zijn echt heel gaaf geworden. In vier kleuren bedrukt en voorzien van speciale luchtgaten.”

71% van de ambachtelijke bierdrinkers probeert merken met gedurfde en interessante verpakkingen.¹³

02

Onderscheid u met koelkast-vriendelijke blikverpakkingen



Nu steeds meer mensen thuis van hun favoriete bier en cider genieten, proberen we de ervaring van het drinken in cafés en bars zo dicht mogelijk te benaderen. Inclusief het koelen van onze pils en cider tot precies de juiste temperatuur.

Wij ontwerpen momenteel innovatieve koelkastverpakkingen die netjes op het schap passen en automatisch het volgende blikje presenteren telkens als er een wordt uitgenomen. Zonder dat u de verpakking hoeft open te scheuren of uit de koelkast hoeft te halen. Wij maken ook gebruik van onze ervaring in hoe verpakkingen zich gedragen in een koel klimaat om het uiterlijk en de integriteit van uw verpakkingen te behouden, zelfs wanneer ze gekoeld zijn.

Om kleinere brouwers te helpen, kunnen we zelfs de oplagen van meer dan één brouwerij op één machine bundelen.



03 Elegante geschenkverpakkingen



We gaan minder vaak boodschappen doen maar wel in grotere winkels. En dus zal vooruit plannen en voorraden inslaan voorrang krijgen op maaltijden en drankjes voor 'vanavond'.

Steeds vaker wordt wijn bij avondeten ingeruild voor een mooi glas bier. Wanneer u bij vrienden of kennissen gaat eten, mag een mooie biersamenstelling dan ook niet ontbreken.

Om deze impulsaankopen te stimuleren zet Brouwerij 't IJ verschillende soorten geschenkverpakkingen in. Van een offset bedrukte verpakking voor 3 flesjes met glas, tot een 6-fles geschenkverpakking van duurzaam bruin gerecycled karton.

Bierdrinkers hebben 12,5% meer kans om een product te kopen omdat het bij het binnenkomen van de winkel op een display stond.¹⁴

Bezoek ons voor meer inspiratie

Wilt u weten hoe u uw verpakking nog beter kunt laten opvallen in het schap? Onze PackRight-centrumteams laten graag zien hoe u een concurrentievoordeel kunt pakken.

Neem contact op en praat met onze PackRight Centres.

Wist u dat...

Uit onderzoek van Nielsen blijkt dat bijna de helft (47%) van millennials hun boodschappen doen in het centrum van de winkel. Verpakkingen in het Bier & Cider gangpad moeten dus harder werken om opgemerkt te worden.

02

Uitdaging:

Veranderende winkelgewoonten





De juiste impact creëren in e-commerce

3 belangrijkste uitdagingen bij de verkoop van uw merk online

- 01 Bescherming van producten tijdens het vervoer (tegen beschadiging, knoeien en diefstal)
- 02 Aanpak van de bezorgdheid over overtollige verpakking
- 03 Verras uw klanten in hun eigen huis

U moet snel en veilig online komen

De recente gebeurtenissen in de wereld hebben ertoe geleid dat thuisblijven het nieuwe uitgaan is, alles wijst erop dat het nog wel even zal duren voordat het aantal bezoekers en de verkoop in de horeca weer op het niveau van voor de crisis zijn.

Dit levert ernstige problemen op. In Nederland bijvoorbeeld, is het niet ongewoon dat sommige microbrouwers 70% van het volume via de horeca distribueren.¹⁵ Echter, overal in Europa zijn kleine brouwerijen een hele zomer festivalhandel misgelopen en zijn de taps gesloten.

Bier- en cidermerken moeten snel handelen en online verkopen om te overleven. Belangrijk is dat ze gebruik maken van de aanzienlijke mogelijkheden die er zijn: van verkoop tot sampling en van personalisering tot abonnementsmodellen.

...veel insiders in de industrie geloven dat Covid-19 zojuist de impact van e-commerce op de verkoop met drie jaar vooruit heeft gebracht, in slechts drie maanden.

Hoe onze verpakkingsooplossingen u helpen online op te vallen

Wij kunnen brouwers zoals u helpen om online te gaan met onze innovaties op het gebied van e-commerce verpakkingsoptwerp, robuuste testmethoden en ons ongeëvenaarde inzicht in de complexiteit van supply chains in heel Europa.

Vóór Covid-19 had 8% van alle consumenten wereldwijd reeds alcohol online gekocht. In Duitsland steeg dit cijfer tot 14% en in Nederland beweerde 13% van de consumenten op deze manier alcohol te hebben gekocht.¹⁶ Wij kunnen u helpen met innovatieve, schaalbare verpakkingsooplossingen die u snel en veilig online brengen en u ondersteunen terwijl u groeit. Onze stabox biedt ook een eenvoudig assortiment kant-en-klare verpakkingsooplossingen.

Onze op maat gemaakte oplossingen omvatten:

- Verpakkingen die hun weg vinden in complexe supply chains
- Beveiliging van producten tegen diefstal en schade
- Verrassen met personalisering, beperkte oplagen, verzamelobjecten en de kwaliteit van drukwerk
- Oplossingen voor gemengde inhoud
- Een handig systeem voor retourzendingen
- Direct to Consumer-betrokkenheid, bijv. QR-codes en geïntegreerde LinkReader-technologie





3 uitdagingen. 3 manieren waarop we helpen

01 Kom intact aan met DISCS™



Uit ons onderzoek blijkt dat meer dan een kwart van de kopers niet opnieuw zou bestellen bij een detailhandelaar die hen een slecht verpakt product heeft gestuurd. 75%¹⁷ van degenen die een beschadigd product ontvingen, stuurden het terug en vroegen een omruiling aan. Een van onze klanten in de drankenindustrie ontdekte, voordat hij met ons samenwerkte, dat 1,8 op de duizend van hun beschadigde primaire verpakkingen werd geretourneerd zonder zelfs maar te zijn geopend, ongeacht de staat van het product binnenin.

De supply chain van e-commerce is tot 10x complexer dan een traditionele supply chain. Uw bier- en ciderverpakking kan wel 50 verschillende contactpunten passeren en kan op elk punt beschadigd raken. Met behulp van DISCS™, ons toonaangevende testproces voor real-world verpakkingen, kunnen wij de vereisten van uw brouwerij wetenschappelijk evalueren, de risico's beoordelen die uw producten tijdens het transport lopen en een oplossing op maat uitwerken. Een methodologie waarvan bewezen is dat ze uw retourzendingen met meer dan tweederde doet dalen.

02 Veiligheid of duurzaamheid? Ga voor beiden



39% van alle shoppers die online hebben gekocht, maakt zich zorgen over overtollige verpakkingen.¹⁸ Dus hoewel uw klanten geen kapotte flessen of geplette blikjes willen ontvangen, hebben ze net zo duidelijk gemaakt dat ze ook geen verspillende verpakkingen willen.

Het vinden van de juiste balans tussen het beschermen van uw goederen en het beperken van de hoeveelheid gebruikte materialen is een belangrijke overweging voor iedereen die online verkoopt. In de e-commerce is gemiddeld 55% van elke doos leeg of gevuld met onnodige verpakking.¹⁹ Onze op maat gemaakte, duurzame oplossingen elimineren het opvullen van lege ruimte, verbeteren de operationele efficiëntie & verlagen de transportkosten en zorgen er, door het toepassen van onze revolutionaire [PACE programmanormen](#), voor dat er niet meer verpakking wordt gebruikt dan absoluut noodzakelijk.

Wat is PACE?

Onze aanzienlijke investeringen in verpakkings-technologie, van papiervezel tot verpakkings-ontwerp en -productie, hebben ons in staat gesteld een revolutionaire doorbraak te ontwikkelen die keer op keer uitzonderlijke, consistente verpakkingsprestaties zal opleveren. Deze innovatie, gebaseerd op rigoureuze technologische vooruitgang en tests, staat bekend als het PACE-programma. PACE staat voor:

Performance, Assurance, Consistency, and Environment beloften

- Duidelijke prestatiespecificaties
- Duidelijke conformiteitscriteria
- Betrouwbare consistente verpakking
- Geen onnodige kosten of risico's
- Niet meer materiaal dan absoluut noodzakelijk.



03

Het is veel meer dan bier in een doos



Maak niet de fout te denken dat de smaak van uw brouwsel alles is wat uw klanten zoeken. Om de nieuwe generatie consumenten te bereiken, moet de manier waarop uw Beer & Cider verpakt wordt, opvallen. 58% van de online shoppers koopt nu een product na het bekijken van foto's en unboxing video's op sociale media.²⁰ 85% van de millennials zijn eerder geneigd om een online aankoop te doen als deze gepersonaliseerd is.²¹ Bovendien, als uw verpakking Instagrammable is, zal uw merkprofiel een extra boost krijgen.

Onze 100% op maat gemaakte, duurzame verpakkingsooplossingen zijn ontworpen om op te vallen, uw product te beschermen en naadloos samen te werken met uw productielijnen. Met innovatieve ontwerpen, hoogwaardig papier en drukwerk dat echte personalisatie en kwaliteitspresentatie mogelijk maakt. Om de ervaring nog verder uit te breiden, kunnen wij voor u een totale verpakkingservaring ontwerpen, inclusief innovatieve LinkReader-technologie, die uw klanten graag zullen willen delen.

58% van de online shoppers koopt nu een product na het bekijken van afbeeldingen en unboxing video's op sociale media.

Blijf de concurrentie voor

Voor meer manieren waarop wij u snel en veilig online kunnen krijgen, praat met ons in een van onze PackRight Centra. Wij zullen u uitleggen hoe onze verpakkingsooplossingen voor e-commerce u een concurrentievoordeel kunnen geven en u kunnen helpen te slagen in een veranderende wereld.

Hoewel wij ook kant-en-klare verpakkingsooplossingen aanbieden via onze ePack-website, kunnen onze ontwerpers in slechts 2 weken 100% duurzame, op maat gemaakte oplossingen creëren, zodat uw bier of cider echt indruk maakt wanneer het wordt geleverd.

Neem contact met ons op

Wist u dat...

55% van de online klanten zegt dat zij opnieuw van websites zouden kopen als hun producten in aangepaste verpakkingen werden geleverd.²²



03



Uitdaging:

Het duurzame voordeel



De juiste impact hebben in duurzaamheid

3 grote duurzaamheidsuitdagingen voor bier- en cider merken

- 01 Het elimineren van plastic uit de supply chain
- 02 Vermindering van de CO2
- 03 Het vinden van productiemethoden die minder impact hebben op het milieu

Het is zinvol om duurzaam te handelen

Uw klanten zijn steeds meer bezorgd over de impact van de producten die zij kopen op het milieu. Driekwart van alle Europese consumenten maakt zich zorgen over plastic verpakkingen.

In het Verenigd Koninkrijk hebben bijna negen op de tien mensen (88%) die Blue Planet II over het effect van plastic voor eenmalig gebruik op onze oceanen hebben gezien, hun gedrag als gevolg daarvan veranderd.²³ Over de hele wereld lopen studenten de klaslokalen uit vanwege de klimaatstaking en is het publiek gefrustreerd dat de huidige toezeggingen om de CO2-uitstoot te verminderen geen echte verandering teweegbrengen. Ondertussen dwingt het activisme van werknemers bedrijven wereldwijd om na te denken over hun eigen plannen voor duurzaamheid en CO2-reductie.

Meer dan 550 bedrijven hebben inmiddels emissiereductiedoelstellingen vastgesteld en hun eigen CO2-reductiestrategie afgestemd op het klimaatakkoord van Parijs.²⁴

Van al het plastic afval dat sinds 1950 is geproduceerd, is slechts 9% gerecycled²⁵ en de wereld heeft tegen 2050 een emissiereductie van 80% nodig om de opwarming tot 1,5°C te beperken en een catastrofale klimaatverandering te voorkomen.²⁶ De eis is duidelijk. Plastic voor eenmalig gebruik moet uit onze supply chains worden verwijderd en onze economie moet snel en op grote schaal koolstofvrij worden gemaakt.

Hoe onze verpakkingsooplossingen kunnen helpen om duurzaamheid te verbeteren

Veel internationale merken, detailhandelaren en fabrikanten hebben zich er reeds toe verbonden om tegen 2025 100% herbruikbare, recyclebare of composteerbare verpakkingen te gebruiken. Bovendien hebben sommige brouwers zich er al toe verbonden om tegen 2025 de absolute CO2 uitstoot binnen hun eigen activiteiten met 50% en binnen de supply chain met 20% te verlagen.²⁷

Onze ontwerpers hebben reeds een reeks duurzame alternatieven ontwikkeld voor het plastic voor eenmalig gebruik dat in de Bier & Cider sector wordt gebruikt. Zelfs kleine wijzigingen aan het bestaande verpakkingsonwerp kunnen een domino-effect teweegbrengen dat uw ecologische footprint verkleint door honderden bestelwagens van de weg te halen.

Onze oplossingen op maat omvatten:

- Duurzame alternatieven voor plastic voor eenmalig gebruik dat wordt gebruikt in Bier & Cider verpakkingen
- 100% recyclebare verpakking
- Verpakking met volledige chain of custody accreditatie
- Hoogwaardige, milieuvriendelijke drukinkten
- Golfkartonoplossingen met het hoogste recycling recyclingpercentage van alle verpakkingsmaterialen in Europa
- Bewezen oplossingen om bezorgritten te verminderen, CO2 te verminderen en de efficiëntie van de supply chains te vergroten.





3 uitdagingen. 3 manieren waarop we helpen

01

Vaarwel plastic



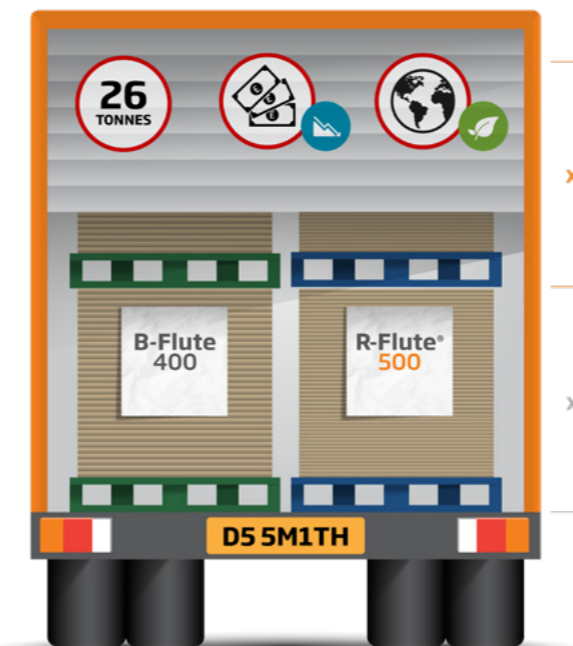
Elk jaar wordt in Europa meer dan 20 miljoen ton plastic verpakking geproduceerd en wereldwijd komt 8 miljoen ton plastic afval in de oceanen terecht.²⁸ Ons onderzoek toont aan dat de meerderheid van de consumenten bereid is meer te betalen voor verpakkingen met minder plastic - 72% van de Polen, 63% van de Duitsers en 61% in het VK.

Onze verpakkingontwerpers hebben meer dan 650 ontwerpen ontwikkeld die specifiek gericht zijn op het vervangen van plastic en hebben vijf gebieden binnen supermarkten geïdentificeerd waar tegen 2030 1,5 miljoen ton plastic zou kunnen worden vervangen door vezelalternatieven.³⁰ Deze omvatten een reeks duurzame alternatieven voor multi-blikjesdragers, blikjesklemmen en volledig gesloten bakjes met hoge zijkanalen ter vervanging van plasticfolie. Onze teams hebben gewerkt aan doosontwerpen waarbij plakband van kunststof wordt geëlimineerd - waarbij wordt geïnnoveerd met verschillende sluitingsmechanismen. De implementatie van deze ontwerpen bij een van onze klanten heeft al 18.000 km plastic tape geëlimineerd - genoeg om de halve wereld mee rond te reizen.

Uit ons onderzoek blijkt dat de meerderheid van de consumenten bereid is meer te betalen voor verpakkingen met minder plastic.²⁹

02

CO2 reduceren



Zelfs kleine veranderingen in uw verpakkingontwerp kunnen een enorm verschil maken in uw hele toeleveringscyclus en wij werken met partners samen om op maat gemaakte 'distributie-efficiënte' verpakkingen te creëren die de CO2 uitstoot verkleinen en het aantal leveringskilometers verminderen. Elk jaar wordt 122 miljoen ton CO2 uitgestoten door het verzenden van lege ruimte.³¹ Slechts een paar millimeter minder van uw dozen kan honderden vrachtwagens per jaar van de weg halen.

En het zijn niet alleen uw 'Goods Out' waar reducties in CO2-uitstoot kunnen worden gerealiseerd. Overschakelen van zware massiefkartonnen verpakkingen naar geschikte golfkartonnen alternatieven zoals onze R-Flute® verpakking kan het verpakkingsvolume en het gewicht verminderen, waardoor het aantal leveringen aan uw brouwerij kan worden beperkt. Voor een van onze grote brouwerijkanten in het VK heeft dit geleid tot een vermindering van 35% van het aantal pallets dat aan hun magazijnen wordt geleverd - wat ook betekent dat er mogelijk 35% minder magazijnruimte verlicht en verwarmd hoeft te worden.

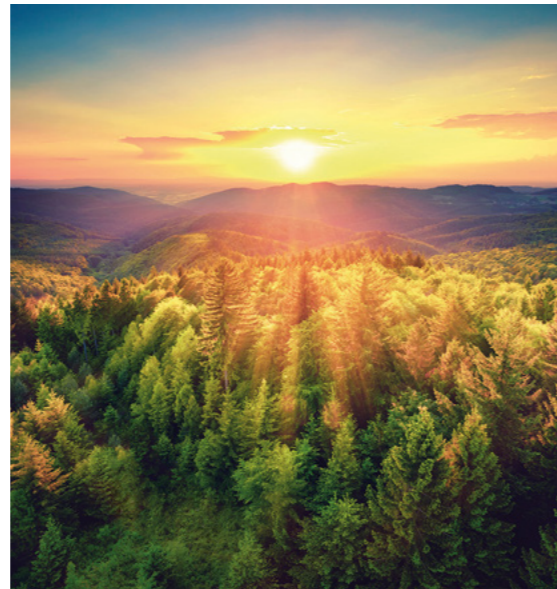


03 Bescherming van natuurlijke hulpbronnen, van bos tot water

71% van de bierdrinkers vindt het belangrijk dat biermerken milieuvriendelijk zijn³² en 91% van alle consumenten vindt het belangrijk dat verpakkingen duurzaam zijn.³³

Uit een nieuwe studie is gebleken dat Europese volwassenen toegeven dat zij 41% van hun recyclebaar materiaal bij het gewone afval gooien en bijna driekwart zegt dat het hun niet duidelijk is welke soorten verpakking wel en welke niet kunnen worden gerecycleerd. Deze verwarring over recycling betekent dat in heel Europa meer dan 46 miljoen ton afval elk jaar onnodig naar stortplaatsen of verbrandingsovens gaat en natuurlijke hulpbronnen zoals ons bos worden verspild.³⁴

In Europa bevatten onze verpakkingen gemiddeld 89% gerecycled materiaal per doos en wij hebben ook een volledige Chain of Custody-accreditatie die garandeert dat nieuwe vezels in onze producten niet afkomstig zijn uit ontboste gebieden - waarbij elke kubieke meter bespaard hout voorkomt dat er in totaal 2 ton CO2 in de atmosfeer terecht komt.³⁵ Maar wij geloven ook dat er dringend behoefte is



aan een consistent ontwerp om te helpen de verwarring bij het recyclen van verpakkingen te doorbreken om zowel hulpbronnen als waarde te beschermen. Daarom hebben wij samen met de Ellen MacArthur Foundation 5 principes van Circulair Ontwerp opgesteld. Lees meer over deze principes op de pagina hiernaast.

Wist u dat...

Het golfkarton dat wij in onze verpakkingen gebruiken, is reeds een volledig circulair materiaal en wordt gemiddeld 25 keer gerecycleerd.

Laat u verrassen

Duurzaamheid hoeft geen kostenpost te zijn. Het elimineren van plastic voor eenmalig gebruik en het verminderen van CO2 kan klanten aantrekken en behouden en efficiëntie en waardebesparingen opleveren in uw hele toeleveringsketen. In onze Impact Centres kunt u praktische, eenvoudige stappen ontdekken die u kunt nemen om kosteneffectieve duurzaamheidsvoordelen te behalen.

Onze 5 principes van Circulair Ontwerp

1. Wij beschermen merken en producten - verpakkingen beschermen producten, en alle middelen die erin zijn geïnvesteerd
2. Wij gebruiken niet meer materiaal dan nodig - een optimaal gebruik van verpakkingsmaterialen bespaart hulpbronnen en vermindert afval
3. Wij houden verpakkingsmaterialen in gebruik - kwaliteit, duurzaamheid en recyclebaarheid zijn essentieel om verpakkingsproducten en -materialen zo lang mogelijk in gebruik te houden, waardoor afval wordt voorkomen
4. Wij ontwerpen voor een efficiënte toeleveringscyclus - verpakkingen maken de supply chains efficiënter, van verwerker tot consument
5. Wij vinden een betere manier - door onze waarden te leven dagen wij onszelf en onze klanten uit om meer circulaire verpakkingsoplossingen te ontwikkelen





Klaar om het verschil te maken?

Onze verpakkingontwerpers en -strategen werken nauw samen met onze klanten om de grote uitdagingen aan te gaan waarmee brouwerijen in heel Europa vandaag worden geconfronteerd.

Wij zorgen ervoor dat bier- & cidermerken opvallen in de concurrentie strijd. We helpen kleinere brouwers om dringend noodzakelijke e-commerce kanalen te ontwikkelen - we vinden innovatieve manieren om producten te beschermen en de toeleveringsketen te optimaliseren. We elimineren plastic uit bier- en ciderverpakkingen, verminderen de koolstofimpact van de just-in-time bevoorradingsketen en verminderen de impact van verpakkingen op het einde van hun levensduur.

En wat meer is, we doen dit allemaal terwijl we tegelijkertijd de kostbare natuurlijke hulpbronnen van de aarde beschermen.

Nu veel EU-landen overwegen om kostenprijkkels in te voeren voor verpakkingen die rekening houden met ecodesign en belastingen voor niet-recyclebare verpakkingen, is er nooit een beter moment geweest om met ons te praten.

Wanneer u een van onze PackRight-centra bezoekt, kunt u interactieve sessies bijwonen die u helpen om verpakkingoplossingen op maat te creëren die voor u een maximale impact genereren. Ons toegewijde team van experts, ondersteund door onze revolutionaire tools en inzicht-gestuurde aanpak, zal duurzame oplossingen ontwikkelen en leveren die gericht zijn op het verhogen van uw omzet, het verlagen van uw kosten en het beheren van uw risico's.



Neem contact met ons op

DS Smith Packaging
+31 (0)313 677 911

www.dssmith.com

Referenties

De informatie in deze White Paper is ontleend aan:

1. <https://clients.mintel.com/report/a-year-of-innovation-in-beer-and-cider-2022>
2. <https://www.efmp.com/articles/whats-brewing-in-the-european-beer-and-cider-market/>
3. https://aicv.org/files/attachments/74/AICV_Cider_Trends_2019.pdf
4. <https://www.statista.com/outlook/cmo/alcoholic-drinks/beer/netherlands>
5. <https://www.statista.com/outlook/cmo/alcoholic-drinks/beer/netherlands>
6. brewersofeurope.org/uploads/mycms-files/documents/publications/2019/european-beer-trends-2019-web.pdf
7. sites.insead.edu/facultyresearch/research/doc.cfm?did=2691
8. www.igd.com/research
9. Covid-19 - 10 implications for the retail marketing industry and ways forward (DS Smith Retail Marketing/GlobalWebIndex)
10. E-commerce in Europe 2020 Postnord
11. dssmith.com/uk/packaging/about/media/news-press-releases/2013/11/ds-smith-packaging-trials-eye-tracking-technology-with-shoppers
12. www.strategic-packaging.com/shelf-ready-packaging-sell-your-product-with-less-effort
13. www.craftbrewingbusiness.com/featured/reminder-70-consumers-choose-beer-time-purchase-2017-nielsen-update/
14. United Shopper Study, GlobalWebIndex, Q1 2020 Data
15. EUROMONITOR - Beer in the Netherlands country report 2020
16. STATISTA - COVID-19 impact on consumer intent to buy alcohol online in the Netherlands 2020
17. www.dssmith.com/contentassets/a006ee8ff78a4ea9a6ffed24c796f8a5/ds_smith_whitepaper-nobleed_v10.pdf
18. www.dssmith.com/contentassets/a006ee8ff78a4ea9a6ffed24c796f8a5/ds_smith_whitepaper-nobleed_v10.pdf
19. www.dssmith.com/contentassets/a006ee8ff78a4ea9a6ffed24c796f8a5/ds_smith_whitepaper-nobleed_v10.pdf
20. www.antalispackagingsolutions.co.uk/blog/how-to-wow-your-ecommerce-customers-the-unboxing-experience/
21. appliedpsychologydegree.usc.edu/blog/psychology-of-successfully-marketing-to-millennials/
22. www.packagingoftheworld.com/2017/07/the-power-of-packaging-you-probably-did.html
23. www.globalcitizen.org/en/content/88-blue-planet-2-changed-david-attenborough/
24. www.wemeanbusinesscoalition.org/step-up/
25. www.nationalgeographic.com/news/2017/07/plastic-produced-recycling-waste-ocean-trash-debris-environment/
26. www.ipcc.ch/sr15/chapter/spm/
27. beerandpub.com/2019/08/21/british-brewers-decrease-their-co2-emissions-by-42/
28. PlasticsEurope - The Facts 2018
29. www.iucn.org/resources/issues-briefs/marine-plastics
30. packagingeurope.com/an-interview-with-ds-smiths-new-plastics-replacement-lead/
31. packagingnews.co.uk/top-story/ds-smith-e-commerce-packaging-size-continues-huge-problem-17-09-2018
32. www.austriajuice.com/news-blog/alcoholic-beverages-trends
33. <https://imbibe.com/news/sustainability-in-beer-are-we-doing-enough/>
34. www.dssmith.com/packaging/about/media/news-press-releases/2020/5/ds-smith-launches-circular-design-principles-to-drive-sustainability-in-packaging
35. www.fsc-uk.org/en-uk/about-fsc/why-choose-fsc/fsc-for-your-business/why-use-fsc-certified-wood