

# Peisaje în schimbare

“Singurul mod în care putem înțelege schimbarea este să plonjăm în ea, să ne mișcăm o dată cu ea și să intrăm în dans.”

*Alan W Watts*



Raport de tendințe 2022 →

Tendențele macroeconomice majore au condus la schimbări în modul în care trăim, lucrăm, consumăm și interacționăm. De la Covid-19 la schimbările climatice, de la schimbările ce țin de noile generații la inovațiile tehnologice, vedem cum normele actuale se destramă, în timp ce vechile tendințe reapar în moduri noi. Pe măsură ce lumea fizică și cea digitală se întrepătrund, în jurul nostru apare o lume diferită.

Ne-am uitat în detaliu asupra a 3 Macrotendențe care conduc schimbarea:

**Schimbările climatice, hiperconectivitatea, ascensiunea Generației Z.**

Cu aceste perspective putem să înțelegem nevoile și oportunitățile lumii în schimbare și să planificăm în avans impactul pe care acestea îl vor avea în următorii 5-10 ani asupra lanțurilor de producție și de aprovizionare, asupra comerțului cu amănuntul și asupra viitorului consumator, precum și ce ar putea însemna aceste schimbări pentru ambalaje.

Noile provocări vor aduce noi oportunități de a inova - de a gândi diferit și de a reimagina ceea ce este posibil.

Începeți să explorați →



# Macro Trendurile care aduc schimbări

Schimbări Climatice

## Timpul pentru impact Zero

Odată de efectele schimbărilor climatice devin mai vizibile, companiile și consumatorii recunosc că **trebuie să se îndepărteze de creșterea nesustenabilă** și să se îndrepte către un model economic care atenuează daunele, **promovează practici circulare**, și regenerează mediul.



Hiperconectivitatea

## Realități conectate

Lumea devine **“hiperconectată”**, de la funcționarea de zi cu zi a societății care devine din ce în ce mai dependentă de miliarde de dispozitive conectate. În timp ce această tranziție promite să conducă **inovații** revoluționare în multe arii de activitate, problemele privind **protecția datelor** și **mediul privat** vor fi în centrul atenției.

Creșterea Generației Z

## Influența Gen Z

În 5-10 ani, Generația Z (Gen Z) va deveni cel mai mare subset de consumatori. Având o **putere de cumpărare uriașă** la dispoziție, acești consumatori vor ridica așteptări în privința **sustenabilității, eticii, etichetelor, politicii, tehnologiei** și altor aspecte. Companiile trebuie să se adapteze rapid modului în care Gen Z gândește, sau vor constata că nu mai sunt relevante.



Schimbări climatice

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar





Schimbări Climatice →

# Timpul pentru impact Zero

UNSPLASH



Schimbări Climatice

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar





Climate change remains a key topic.

It's there, plain to see, in near daily reports of fires, droughts, storms, and floods.

The case for ending our reliance on fossil fuels could not be clearer, but politics

However, gov

**work in m**

vehicles are

urgent ac

The challenge

initiative

sustainabil

shift, along w

excessive w

nd striving to

and electric

the need for

neration.

rganisations,

towards

ment of this

**ns** that avoid

r industries.



Consecințele schimbărilor climatice se materializează mai rapid decât se preconiza inițial.

Pe traiectoria curentă, încălzirea globală **va depăși** cel mai probabil **1.5°C** în următoarele două decade și aproape 2°C până în 2050.

Did  
you  
know



Schimbări Climatice

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar



Schimbările climatice rămân un subiect-cheie.

Se poate vedea clar aproape zilnic în raportările despre incendii, secete, furtuni și inundații. Argumentele pentru a pune capăt dependenței noastre de combustibilii fosili nu ar putea fi mai clare, dar politica și profiturile rămân bariere în calea schimbării.

Cu toate acestea, guvernele și întreprinderile se angajează să atingă **obiective net zero** și se străduiesc să lucreze în **moduri mai durabile și circulare**. Investițiile în energii regenerabile și în vehicule electrice sunt în creștere. Între timp, activismul climatic a sensibilizat publicul cu privire la necesitatea de a acționa urgent. Consumatorii sunt pregătiți pentru schimbare, în special generația tânără.

Provocarea pentru companii este să țină pasul cu o situație fluidă, în care apar noi organizații, inițiative, tehnologii și reglementări care modelează noi căi către sustenabilitate. Tranziția către economia circulară va fi un element crucial al acestei schimbări, alături de **logistica ecologică și adoptarea de sisteme tehnologice** care să evite deșeurile excesive. Respectarea agendei ecologice va schimba fața industriilor de consum.

Did  
you?  
know



Impactul în

# Producție & Lanțul de aprovizionare

În centrul unei noi **mișcări de "descreștere"** se află ideea că trebuie să reducem producția și consumul pentru a face față schimbărilor climatice. Procesele de producție și ale lanțului de aprovizionare, care reprezintă cea mai mare parte a emisiilor de carbon ale companiilor, vor juca un rol esențial.

**Automatizarea bazată pe AI (inteligență artificială)**, planificarea care ține cont de climă și procesele circulare promet să conducă la progrese majore în materie de eficiență. Organizațiile implementează deja **strategii circulare care utilizează AI\*** pentru a proiecta produse mai durabile/reutilizabile. De exemplu, AI poate ajuta producătorii să selecteze cele mai eficiente materiale pentru a produce un articol și să optimizeze producția. Între timp, **lanțurile de aprovizionare regenerative** sunt în curs de apariție în toate industriile, iar companiile își recentrează procesele în jurul celor trei mari piloni: **"Reînnoiește", "Regenerează" și "Reutilizează"**.

\* World Economic Forum- Global Issue: Circular Economy- Technologies enabling circularity



**90%**

din impactul companiilor asupra  
mediului provine din lanțul de  
aprovizionare



Schimbări Climatice

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar



Impactul în

# Producție și Lanț de aprovizionare

H&M **a crescut transparenta** proceselor sale de producție lansând o versiune a Higg Index Sustainability Profile, împărtășind scorurile de performanță asupra mediului pentru materialele dintr-o serie de produse selectate.

Danone, Nestlé și General Mills au dezvăluit planuri de a-i ajuta pe fermieri/ furnizori să adopte tehnici sustenabile.\*

\* Wunderman Thompson Intelligence - The future 100 report

Lanțul Belgian de supermarketuri **Colruyt a introdus sistemul de rating Eco-Score** pentru a demonstra impactul asupra mediului al unora dintre produsele sale alimentare. Eco-Score vine sub forma unei etichete afișate pe partea din față a produsului ,cu o culoare și un cod din litere, precum și cod de bare care poate fi scanat pentru informații complete.



Schimbări Climatice

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar





## Impactul în **Retail**

În timpul pandemiei am văzut **o creștere masivă în e-commerce**, care va continua mult timp în viitor. Cu toate acestea, cumpărătorii sunt acum motivați de alți factori decât comoditatea și viteza. Consumatorii preocupați de mediu se îndepărtează de tendințele de risipă, cum ar fi fast fashion, și se orientează către practici mai durabile.

Prin urmare, piețele de **resale / re-commerce sunt înfloritoare**, cu o creștere deosebit de puternică în rândul populației din generația Z. Această tendință le oferă comercianților cu amănuntul oportunitatea de a pivota către modele economice circulare prin **modele de afaceri de reutilizare, revânzare, închiriere sau reparații** axate pe promovarea longevității și reducerea consumului.



**33%**

dintre consumatorii globali **cumpără sau reutilizează produse la mâna a doua\***  
cel puțin o dată la câteva luni



**48%**


din ambalajele din Supermarketurile din UK  
sunt reciclabile

În medie, doar

\* Euromonitor International Voice of the Consumer Survey 2021

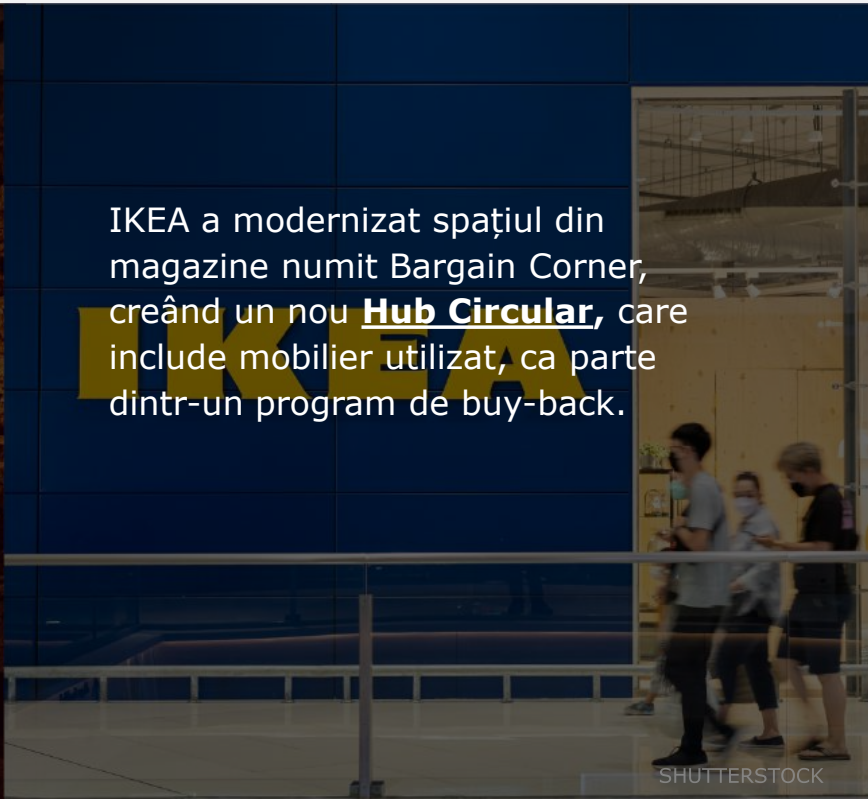


## Impactul în **Retail**

A photograph of a brick wall with green graffiti that reads "STOP VINTAGE SAVE THE PLANET".

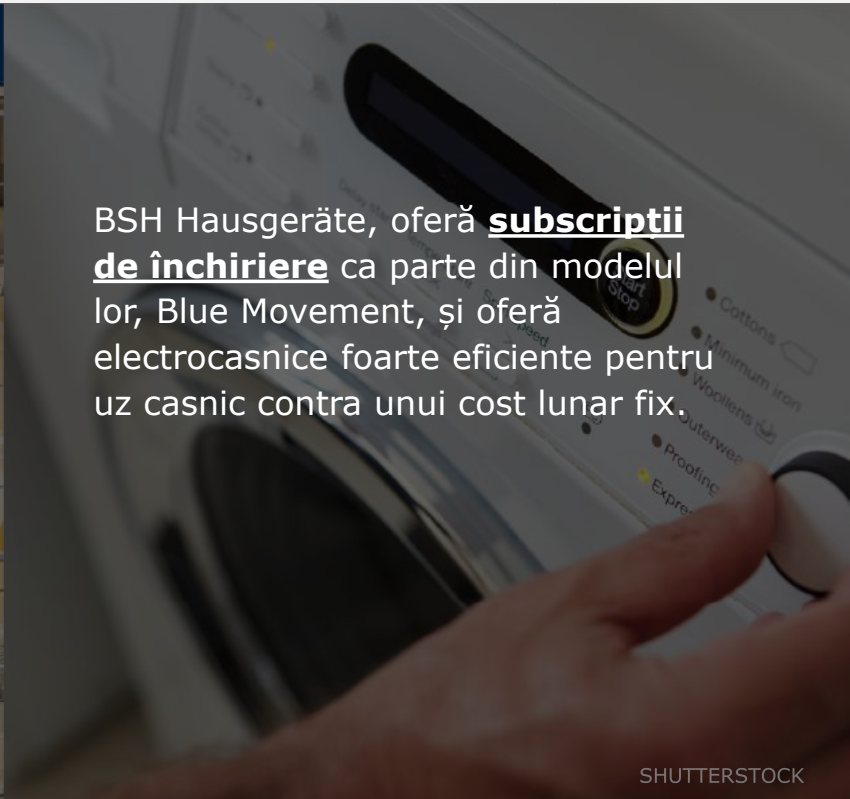
Magazinele de modă Vintage și slow fashion precum Vinted și Zalando Pre-owned, se dovedesc populare în rândul tinerilor, oferind acces (online) la modă second-hand.

SHUTTERSTOCK

A photograph of an IKEA store interior with a blue wall and a glass railing. The IKEA logo is overlaid in yellow.

IKEA a modernizat spațiul din magazine numit Bargain Corner, creând un nou **Hub Circular**, care include mobilier utilizat, ca parte dintr-un program de buy-back.

SHUTTERSTOCK

A close-up photograph of a BSH washing machine control panel with a hand adjusting a dial.

BSH Hausgeräte, oferă **subscripții de închiriere** ca parte din modelul lor, Blue Movement, și oferă electrocasnice foarte eficiente pentru uz casnic contra unui cost lunar fix.

SHUTTERSTOCK



Schimbări Climatice

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar





Impactul în

# Consumerism

**Conștientizarea de către consumatori a schimbărilor climatice** și a problemelor de mediu conexe este mai mare ca niciodată, în special în rândul generațiilor Z și Millennial.

În întreaga lume, oamenii doresc din ce în ce mai mult să contribuie la combaterea schimbărilor climatice printr-un mod de viață mai sustenabil și aleg să cumpere de la companii care contribuie la o **economie circulară**.

Companiile care nu reușesc să urmeze direcția nu numai că sunt respinse, dar sunt din ce în ce mai des reclamate pe rețelele de socializare. Companiile care sunt transparente și informează cu privire la întregul lor lanț valoric sunt bine poziționate pentru a obține beneficii în viitor.



## 1 din 3

consumatori din UK spun că au încetat să achiziționeze produsele anumitor branduri din motive etice sau în baza unor îngrijorări privind sustenabilitatea.



Schimbări Climatice

Hiperconectivitate

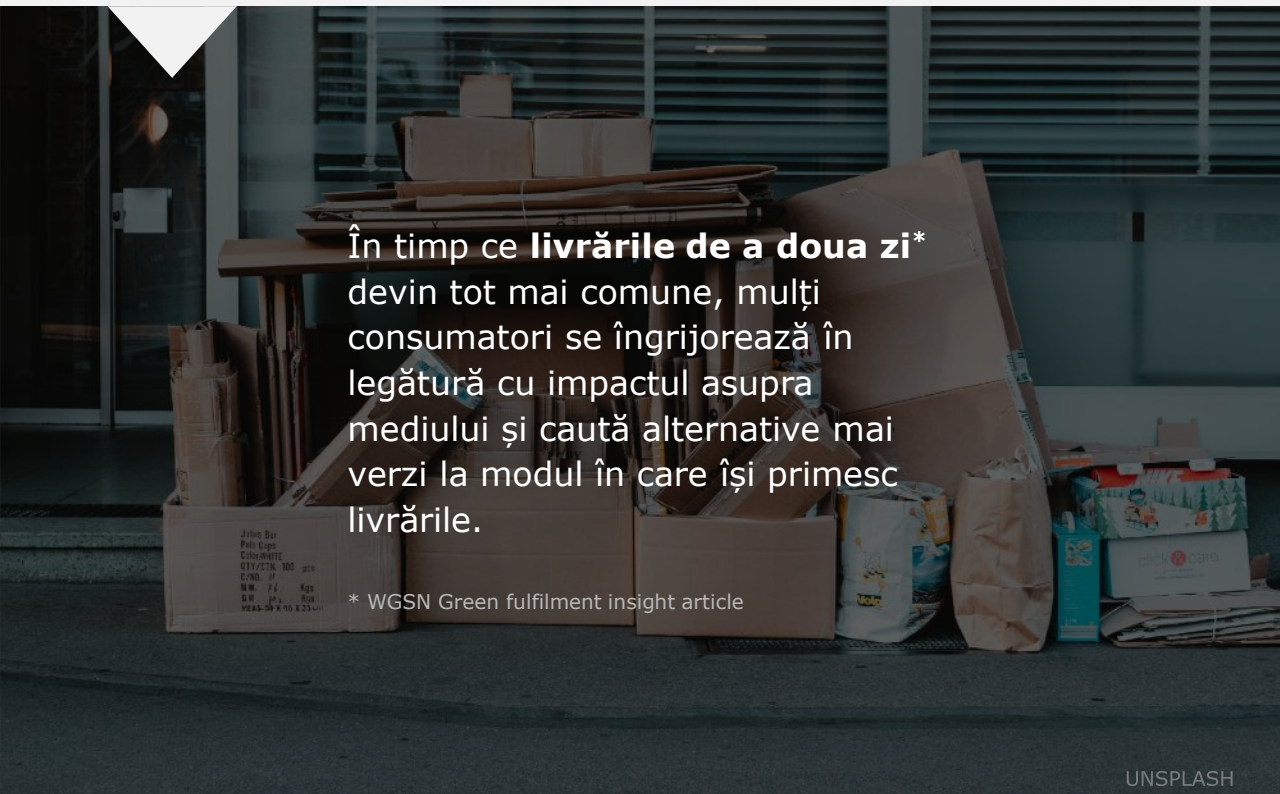
Influența Gen Z

Sumar



Impactul în


# Consumerism



În timp ce **livrările de a doua zi\*** devin tot mai comune, mulți consumatori se îngrijorează în legătură cu impactul asupra mediului și caută alternative mai verzi la modul în care își primesc livrările.

\* WGSN Green fulfilment insight article

UNSPLASH



**Tinerii de 18-34 ani** sunt mai susceptibili decât consumatorii mai în vârstă la **schimbări de lifestyle venite** ca și răspuns la îngrijorările privind mediul, precum achiziții second hand sau a deveni vegan.

SHUTTERSTOCK



Schimbări Climatice

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar





# Pionieri în Ambalaje

Pe măsură ce criza schimbărilor climatice se accelerează, observăm că consumatorii plasează o mare parte din responsabilitatea pentru durabilitate în sarcina companiilor, ceea ce determină progrese în ceea ce privește inovarea materialelor pentru ambalaje.

Progresele în **inovarea materialelor\*** promit multe. Costul alternativelor la materialele plastice scade rapid, iar aceste materiale vor ajuta lumea să își reducă dependența de produsele petrochimice. Cu toate acestea, înlocuirea materialelor plastice cu biomateriale trebuie să se facă cu un ochi pe consecințele nedorite - reciclarea avansată este costisitoare și nu este dovedită la scară largă.

**Optimizarea ambalajelor** din punct de vedere al formei, dimensiunii și greutății va fi, de asemenea, importantă, contribuind la îmbunătățirea funcționalității și a profilului de mediu. Inovațiile în acest domeniu se concentrează pe reducerea cantității de material necesar în ambalaj și pe reducerea greutății pentru a reduce emisiile de carbon în timpul transportului.

\* WGSN Consumer Lifestyle Report 2022



Înlocuind doar

**20%**

din ambalajele de plastic de unică folosință cu alternative reutilizabile oferă o oportunitate în valoare de aprox. \$10 miliarde la nivel global.



Schimbări Climatice


Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar




# Pionieri în Ambalaje



Inovatori precum Coca-Cola sunt **pionieri în bioplastice reutilizabile.**

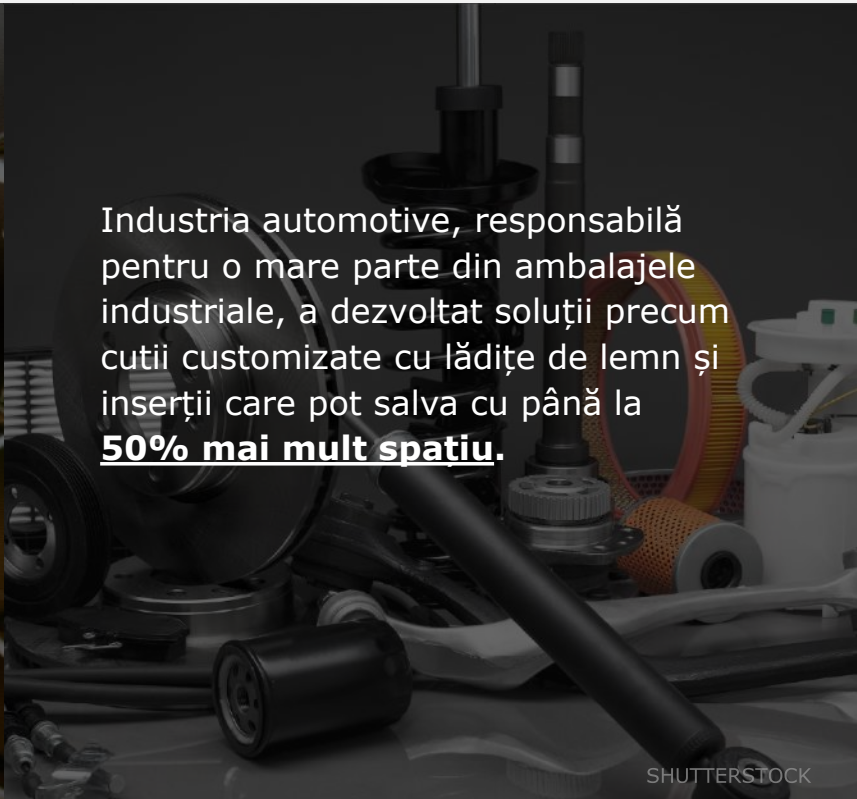
Plasticul bazat pe plante al companiei este realizat din biomasă reutilizabilă și are funcționalitate identică cu plasticile bazate pe ulei. Poate fi de asemenea reciclat utilizând infrastructura existentă.

SHUTTERSTOCK



Cercetători de la Universitatea Cambridge au creat **ambalaje care dispar** după utilizare. Sunt realizate dintr-un polymer compostabil bazat pe plante, mimând proprietățile pânzei de păianjen. Ambalajul este bio degradabil în mare/ocean și este la fel de puternic precum majoritatea plasticelor comune pe care le utilizăm astăzi.

UNSPLASH



Industria automotive, responsabilă pentru o mare parte din ambalajele industriale, a dezvoltat soluții precum cutii customizate cu lădițe de lemn și inserții care pot salva cu până la **50% mai mult spațiu.**

SHUTTERSTOCK





Hiperconectivitate →

# Realități conectate

SHUTTERSTOCK



Climate Change

**Hiperconectivitate**

Influența Gen Z

Sumar





### Metaversul

se referă în general la lumi virtuale foarte imersive unde oamenii se întâlnesc pentru a socializa, a se juca, lucra, și în curând pentru a face cumpărături.



Vom experimenta mai multe progrese tehnologice în decada următoare decât în ultimii 100 de ani.



Climate Change

**Hiperconectivitate**

Influența Gen Z

Sumar



Pe măsură ce implementările 5G și IoT (Internet of Things) se intensifică, lumea va deveni din ce în ce mai conectată. În curând va apărea **o lume hiperconectată**, în care activitatea cotidiană a societății va fi facilitată de multe miliarde de dispozitive conectate. În același timp, **volumul de date create, partajate, analizate și consumate va crește exponențial.**

Lumea hiperconectată înseamnă progrese în domeniul sănătății, al tehnologiei de consum, al comerțului electronic, al orașelor inteligente, al eficienței energetice, al metaversului și multe altele. Pentru companii, acestea înseamnă scalabilitate masivă și posibilitatea de a se angaja în activități mai durabile și mai eficiente.

Hiperconectivitatea poate transforma, de asemenea, identitățile personale, pe măsură ce viețile oamenilor din lumea digitală și cea fizică se întrepătrund. Cu toate acestea, vor apărea în mod inevitabil preocupări legate de confidențialitate, iar întreprinderile vor trebui să reevalueze în permanență modul în care colectează și utilizează datele personale.

Did  
you?  
know



Climate Change

**Hiperconectivitate**

Influența Gen Z

Sumar





Impactul în

# Producție & Lanțul de aprovizionare

Pe măsură ce **automatizarea** și **schimbul de date** devin omniprezente, fabrica inteligentă va deveni o realitate.

Atunci când se va întâmpla acest lucru, se vor dezvolta noi modele de producție și organizare, bazate pe schimbul de informații, pentru a crea procese de producție și aprovizionare mai eficiente .

Inteligența artificială va elimina în mare măsură nevoia de interacțiune umană în producție și va spori productivitatea, va minimiza risipa și va îmbunătăți consistența producției.



Până în 2025, mai mult de **50 de miliarde de dispozitive**

vor fi conectate la Industrial Internet of Things (IIoT),” prezice McKinsey. Roboți, automatizare, printare 3D, și multe altele vor genera aproximativ 79.4 zettabytes de date anual



Climate Change

**Hiperconectivitate**


Influența Gen Z

Sumar



Impactul în


# Producție & Lanțul de aprovizionare



Prin intermediul **uzului de roboți la scară largă\***, lumea hiperconectată va crea un model integrat de design autonom, producție și lanț de aprovizionare.

\* Institute for the Future (ITF) - The Hyperconnected World of 2030-2040 (report)

SHUTTERSTOCK



Ocado și Wayve devin parteneri pentru a accelera dezvoltarea de **livrări autonome de cumpărături alimentare** pentru medii urbane.

SHUTTERSTOCK



Climate Change

**Hiperconectivitate**

Influența Gen Z

Sumar



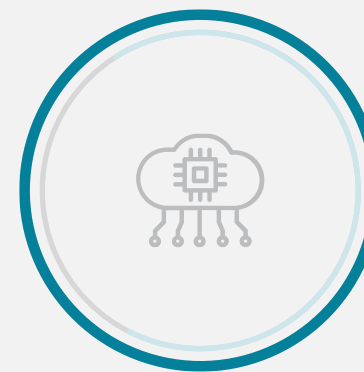
## Impactul în **Retail**

Imaginați-vă o lume în care **magazinele și produsele conectate colectează date** pe tot parcursului clientului pentru a crea experiențe perfecte și hiperpersonalizate, care să facă legătura între lumea virtuală și cea reală.

O lume în care comercianții cu amănuntul îi cunosc atât de bine pe clienți, încât aceștia fac cumpărăturile în locul lor, în care cel mai apropiat punct de vânzare cu amănuntul este o experiență de brand **senzorială, cu grad ridicat de contact**.

În cazul asistenței online, aceasta este asigurată de chatbots și agenți asistați de AI pentru a rezolva cererile rapid și de la prima întrebare, reducând astfel costurile. Comercianții cu amănuntul pot monitoriza cererea și inventarul în timp real pentru a optimiza lanțul de aprovizionare și gestiunea.

Pe măsură ce lumea hiperconectată se materializează, aceste beneficii și multe altele vor urma rapid.



Se preconizează că vor exista aproximativ **1,3 miliarde de abonamente IoT** până în 2023, cuprinzând atât aparate de uz casnic (difuzoare inteligente, dispozitive portabile etc.), cât și senzori/dispozitive industriale inteligente.





## Impactul în **Retail**

Amazon plănuiește un magazin de modă real **augmentat de către algoritmi**. Bazându-se pe hainele pe care clienții le selectează și scanează, algoritmul prezintă recomandări personalizate de alte produse. Cumpărătorii pot de asemenea să utilizeze aplicația pentru a comanda produse pe care să le probeze din confortul cabinei de probă.

SHUTTERSTOCK

Brandurile vor exploata în curând **oportunități în metavers** cu comerț "direct-2-avatar" în care produse digitale sunt vândute avatarurilor, permițând brandurilor să facă un pas lateral în lanțul de aprovizionare și să deschidă noi surse de profit.

SHUTTERSTOCK

**Carrefour** a cumpărat un teren în Sandbox, o lume virtuală a jocurilor de noroc, și intră oficial în lumea metaversului, unde are o suprafață echivalentă cu 30 de supermarketuri.

SHUTTERSTOCK

Zara face echipă cu brandul de modă Sud Korean Ader Error într-un proiect care **explorează metaversul și realitatea virtuală**. Colecția lor "AZ Collection" este inspirată din identitățile tuturor generațiilor, de la A la Z, și cuprinde atât o gamă fizică cât și alternative digitale pentru avatarurile utilizatorilor.

SHUTTERSTOCK



Climate Change

**Hiperconectivitate**

Influența Gen Z

Sumar



Impactul în

# Consumerism

Cu miliarde de dispozitive care colectează date în aproape toate domeniile de activitate ale vieții de acasă și de la locul de muncă, **confidențialitatea** va fi o preocupare esențială pentru consumatori. Însă, dacă acest lucru poate fi gestionat în mod corespunzător, beneficiile sunt nenumărate.

Casele, restaurantele și locurile de agrement vor fi susținute de o mare varietate de **roboți inteligenți\***, orchestrați de un mediu de calcul din ce în ce mai puternic și alimentați de date care le vor permite să ofere servicii unice și personalizate pentru clienții pe care îi deserveșc.

Viețile noastre promet să devină mai simple, oferindu-ne mai mult timp pentru a ne petrece în **metavers**, conectându-ne cu prietenii și familiile și trăind vieți virtuale la fel de bogate ca și în lumea reală.

\* Institute for the Future (ITF) - The Hyperconnected World of 2030–2040 (report)



**56%**

dintre consumatori intenționează să achiziționeze prin intermediul social media **în viitor** \*

\* Wunderman Thompson Commerce Futures 2022 (report)



**1 din 3**

consumatori globali vor ca tranziția de la **inspirație la tranzacție\*** să se întâmple cât de repede posibil (un trend numit "**compressed commerce**" în care întreaga experiență de cumpărare are loc în câteva secunde)

\* Wunderman Thompson Commerce Futures 2022 (report)



Climate Change

**Hiperconectivitate**


Influența Gen Z

Sumar



Impactul în

## Consumerism



În timpul Olimpiadei de Iarnă de la Beijing 2022, **robotii au ajutat la minimizarea contactului dintre participanți** prin mixarea băuturilor, prepararea mâncării, filtrarea cafelei, și multe altele.


SHUTTERSTOCK



Începând din 2030-2040 se așteaptă ca **sistemul global de transport\*** pentru oameni și bunuri să devină electric, autonom, și controlat prin computer, cu o gamă largă de vehicule specializate, printre care și vehicule de livrare a ambalajelor.

\* Institute for the Future (ITFF) - The Hyperconnected World of 2030-2040 (report)

SHUTTERSTOCK



La CES 2022, Hyundai a invitat vizitatorii să **testeze conducerea vehiculelor lor în metaverse**, ca și avatare.

SHUTTERSTOCK



Climate Change

**Hiperconectivitate**

Influența Gen Z

Sumar





# Pionieri în Ambalaje

**Digitalizarea** permite încorporarea mai multor informații în ambalaj, ceea ce ar putea îmbunătăți gestionarea stocurilor, relațiile cu clienții, vânzările și urmărirea produselor, precum și durabilitatea.

**Ambalajele inteligente** generează beneficii în întregul lanț de aprovizionare, inclusiv depozitarea inteligentă, urmărirea vânzărilor, urmărirea produselor și gestionarea stocurilor cu o manipulare fizică mai redusă.

În continuare, brandurile vor fi pionierii **ambalajelor hiperconectate, care comunică** cu consumatorii pe parcursul întregului lanț de aprovizionare. Această inovație va îmbunătăți relațiile cu clienții și va conduce la sustenabilitate prin creșterea transparenței și încurajarea unor obiceiuri mai bune de reciclare. Cu toate acestea, având în vedere că software-ul și tehnologia devin din ce în ce mai sofisticate (de exemplu, deepfakes), brandurile vor trebui să se asigure că utilizarea ambalajelor inteligente nu perpetuează dezinformarea, astfel încât clienții să poată avea încredere în informațiile pe care le primesc.

**O nouă generație de coduri QR\*** se va afla în avangarda acestei evoluții. Consumatorii s-au familiarizat cu codurile QR în timpul pandemiei, astfel încât versiunea actualizată va avea probabil o mai mare răspândire decât au avut codurile originale la lansarea lor. Noile coduri QR se vor baza pe diferențiatori clari, axați pe nevoile consumatorilor, oferind o implicare sporită în ceea ce privește rețete, proveniență, informații nutriționale, povestea brandului și măsuri de combatere a falsificării.



mai mult de 4.3 miliarde de oameni au avut acces la internet în 2021, iar **codurile QR** \* și-au găsit locul în a ajuta consumatorii la punctul de vânzare sau la punctul de utilizare

\* Mintel - QR codes undergo a reboot (Report)



Climate Change

**Hiperconectivitate**

Influența Gen Z

Sumar



# Pionieri în Ambalaje

În 2021, **Volkswagen a rulat o serie de reclame AR integrate în cutii Amazon.** Prin scanarea unui cod QR printat pe cutie, utilizatorii puteau să afle mai multe despre noul SUV Volkswagen prin intermediul unei experiențe de conducere AR.

SHUTTERSTOCK

O echipă de la MIT a dezvoltat **etichete 3D invizibile, care pot fi citite de mașini, pentru stocarea datelor** pe obiecte fizice în scop de indentificare și urmărire. Etichetele nu pot fi eliminate accidental, detașate, nu devin mai puțin lizibile în timp, nu obturează vizual, și sunt mult mai durabile decât codurile de bare.

SHUTTERSTOCK

Compania de serializare digitală Scantrust și producătorul de ambalaje ePac au colaborat pentru crearea unei suite de **tehnologii QR care furnizează mai multe nivele de implicare, securitate, protecție a brandului, și oferă capacități de urmărire și trasabilitate;** utilizând algoritmi pentru a detecta când un cod este contrafăcut.

SHUTTERSTOCK





Influența Gen Z →

# Influența Gen Z



SHUTTERSTOCK



[Climate Change](#)

[Hiperconectivitate](#)

[Influența Gen Z](#)

[Sumar](#)





Gen Z will soon make up the **largest proportion of consumers** and will hold



Generația Z (născută între 1997-2012) a fost supranumită "Generația Adevărată", având în vedere căutarea adevărului de către membrii acesteia și încercarea lor de a purta un dialog deschis cu companiile și persoanele cu care au de-a face.

În ciuda vârstelor fragede, peste **70% din membri Gen Z care au fost chestionați au declarat că influențează deciziile de cumpărare ale familiei lor privind** mobilierul, obiecte de uz casnic, alimente și băuturi.

**Generația Alpha** este cohorta care succede Generației Z. Aceasta este formată din persoane născute la începutul anilor 2010 și este prima generație care s-a născut în întregime în secolul XXI.



Climate Change

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar



Generația Z va reprezenta în curând **cea mai mare parte a consumatorilor** și va deține o **putere de cumpărare semnificativă**.

Această colectivitate este condusă de valori și este pasionată de incluziune în toate formele sale. Poate mai mult decât orice altceva, membrilor Generației Z le pasă de **sustenabilitate**. Pentru mulți dintre membrii acestei generații, bunurile trebuie împărtășite, nu deținute, iar aceștia petrec o proporție mai mare din timpul lor pe site-urile de revânzare decât cei din grupurile demografice mai în vârstă.

Generația Z sunt adevărați **nativi digitali**, fiind expuși la internet pe tot parcursul vieții lor. Este o generație cu adevărat digitală în primul rând, în care canalele sociale (și nu cele pe care le folosesc persoanele mai în vârstă) sunt adesea preferate în locul comunicării în lumea reală. Aceștia vor fi urmași în curând de Generația Alpha, care va depăși probabil chiar și Generația Z în ceea ce privește abordarea fluidității de gen, a incluziunii, a conectivității și a priceperii digitale.

**Did  
you?  
know**



Climate Change

Hiperconectivitate

**Influența Gen Z**

Sumar



Impactul în

# Producție & Lanțul de aprovizionare

Când vine vorba de procesele de producție și de lanțul de aprovizionare care stau la baza bunurilor pe care le cumpără, Generația Z dorește să vadă **o transparență și o circularitate mult mai mari**, astfel încât să poată lua decizii de cumpărare informate și etice.

A avea acces la informații privind lanțurile de aprovizionare și proveniența bunurilor pe care le cumpără este important pentru consumatorii din Generația Z, iar dacă companiile pot demonstra **processe durabile care reduc deșeurile** și sprijină producătorii, cu atât mai bine.



**63%**

din Generația Z consideră că este dificil pentru o companie **să le câștige încrederea\***

\* Salesforce – State of the connected customer (report)



**90%**

din membri Generației Z se așteaptă ca o campanie să **acheseze la valorile lor\***

\* Salesforce – State of the connected customer (report)



Climate Change

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar





Impactul în

# Producție & Lanțul de aprovizionare

Levi's lansează inițiativa "By Better, Wear Longer" de promovare a conceptelor de re folosire, reutilizare și reducere a deșeurilor. În efortul de a promova practici de producție durabile, campania scoate în evidență și eforturile sale de a investi în bumbac organic și de a extinde producția fără apă.

UNSPLASH



Climate Change

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar



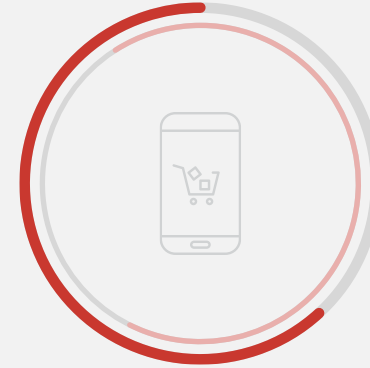
## Impactul în **Retail**

Gen Z sunt **cumpărători omnichannel** și cumpărători pasionați atât în magazin, cât și online. De fapt, pentru mulți dintre cei din această colectivitate, granița online/offline pur și simplu nu există.

Acești **cumpărători "fără compromisuri"** doresc să vadă cele mai bune experiențe digitale și cele mai bune experiențe în magazin în fiecare tranzacție, cumpărând oriunde și în orice moment printr-o gamă de puncte de contact conectate.

Atunci când se află în magazin, de exemplu, membrii Generației Z sunt **adeptii cumpărăturilor bazate pe experiență**. Ei doresc comercianți cu amănuntul care îmbrățișează tehnologia așa cum o fac ei, care fac produsele accesibile și ușor de testat, dar care oferă și interacțiune umană.

Pe măsură ce comerțul electronic este în plină expansiune, magazinele fizice vor deveni, de asemenea, centre de satisfacere a clienților, în timp ce cumpărarea prin live streaming va continua să atragă această generație.



**62%**

din consumatorii Gen Z se așteaptă să cumpere online mai mult după pandemie decât au făcut-o anterior



**77%**

din Gen Z cred că afacerile ar trebui să **ofere noi moduri de livrare\*** pentru produsele/serviciile existente (ex. versiuni digitale ale experiențelor tradiționale în persoană).

\* Salesforce – State of the connected customer (report)



Climate Change

Hiperconectivitate

**Influența Gen Z**

Sumar



## Impactul în **Retail**

Hashtag-ul **#TikTokMadeMeBuyIt** are în prezent peste 4,1 miliarde de vizualizări. Acesta exploatează puterea comunității, unde utilizatorii pot împărtăși achizițiile lor și influențează deciziile de cumpărare pentru alții. Platforma se aliniază cu preferința generației Z pentru "mai puține produse fabricate" și o implicare mai reală cu brandurile.

UNSPLASH

Mall-ul Shanghai's TX Huaihai servește ca și locație fizică cu rol de **amplificare e-commerce**, oferind Generației Z **experiențe de cumpărături focusate care îmbină retail, cultură și entertainment.**



Climate Change

Hiperconectivitate

**Influența Gen Z**

Sumar





Impactul în

# Consumerism

Poți identifica o Generație Z pe social media de la un kilometru distanță. Aceștia tind să fie **mai autentici și mai spontani** decât predecesorii lor din Generația Millennial, mai puțin controlați și mai capabili să își exprime individualitatea.

Nu se tem să își facă auzite valorile și vor ca brandurile să demonstreze că împărtășesc aceste valori - fie că este vorba de trecerea la practici sustenabile sau de a fi pe deplin incluzive în operațiunile și marketingul lor.

În schimb, membrii Generației Z vor înceta brusc să mai cumpere de la mărcile pe care le percep ca fiind contrare principiilor lor - și de multe ori își vor răspândi părerile despre brandul respectiv la scară largă pe rețelele de socializare.



**48%**

din Gen Z numește jocurile ca și activitate principală, făcându-le interesul numărul 1 pentru întregul grup



Climate Change

Hiperconectivitate

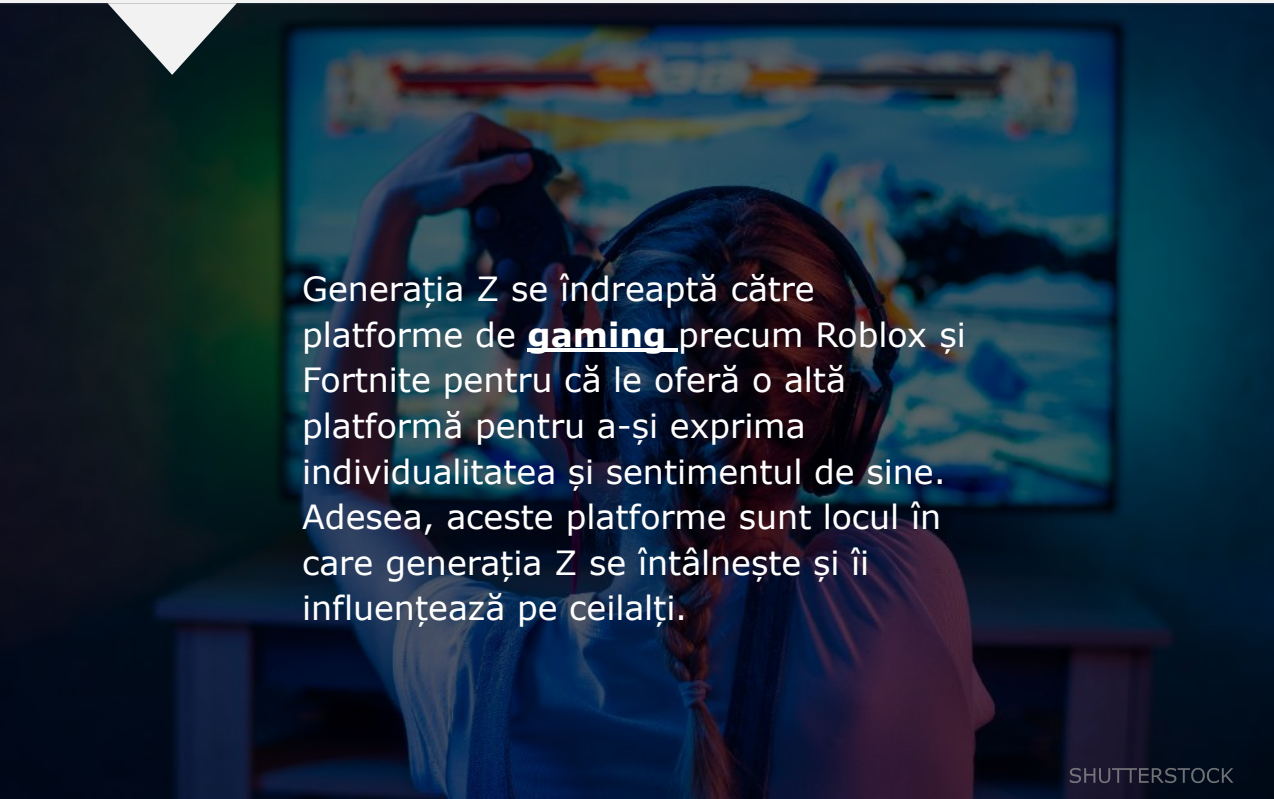
**Influența Gen Z**

Sumar



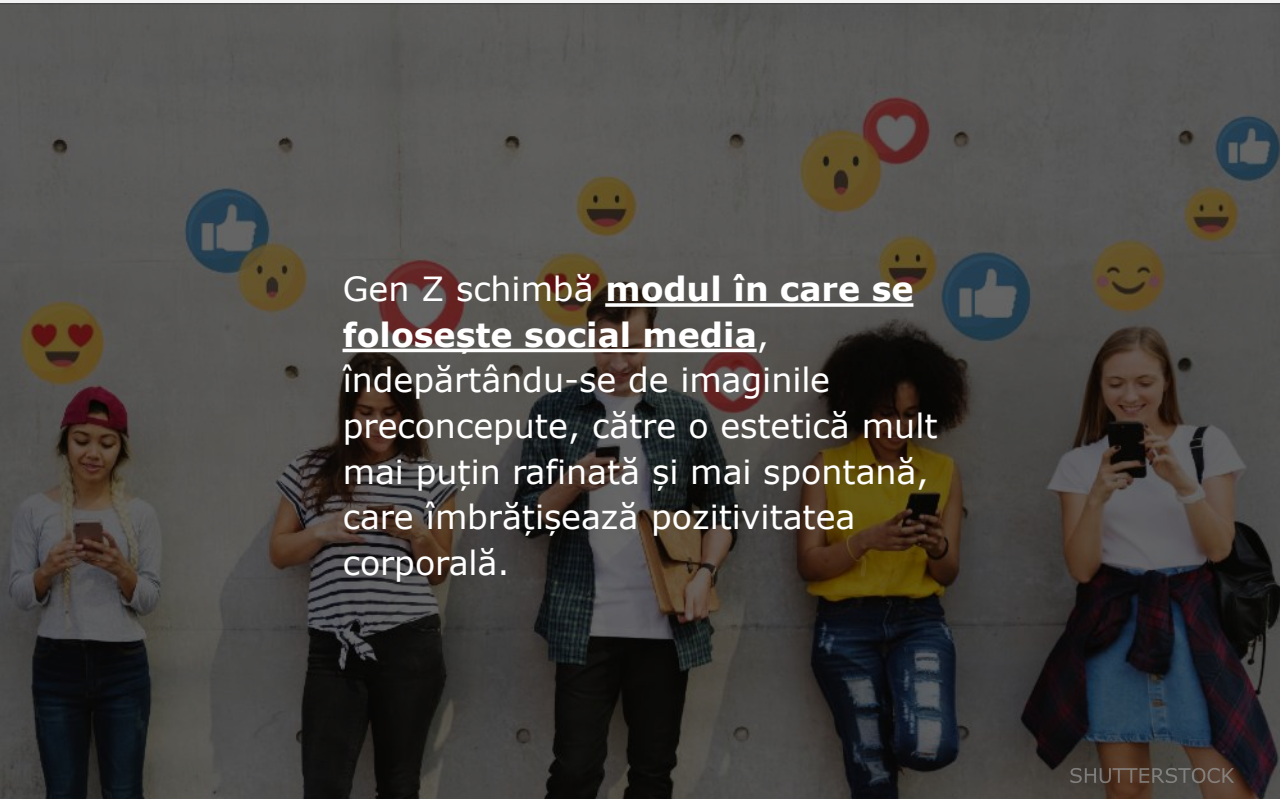
Impactul în

## Consumerism



Generația Z se îndreaptă către platforme de **gaming** precum Roblox și Fortnite pentru că le oferă o altă platformă pentru a-și exprima individualitatea și sentimentul de sine. Adesea, aceste platforme sunt locul în care generația Z se întâlnește și îi influențează pe ceilalți.

SHUTTERSTOCK



Gen Z schimbă **modul în care se folosește social media**, îndepărtându-se de imaginile preconcepute, către o estetică mult mai puțin rafinată și mai spontană, care îmbrățișează pozitivitatea corporală.

SHUTTERSTOCK



Climate Change

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar



# Pionieri în Ambalaje

Generația Z este mai diversă, mai educată și mai experimentată din punct de vedere tehnologic decât orice generație anterioară. [Designul ambalajelor trebuie să reflecte acest lucru prin mesaje clare și autentice](#) care să împărtășească modul în care o companie lucrează pentru incluziune, precum și acreditările sale de sustenabilitate.

Această generație tânără cere ca brandurile sale să fie etice, sustenabile și transparente în modul în care produc și distribuie bunurile. Ambalajele oferă o platformă pentru **a comunica** aceste informații prin text și tehnologie; ca exemplu, noile tehnologii integrate în ambalaje care ajută la **urmărirea și localizarea ambalajului**, care le oferă mai multă putere consumatorilor.

Cu toate acestea, având în vedere supraîncărcarea de informații cu care se confruntă în viața lor centrată pe digital, consumatorii din generația Z cer din ce în ce mai mult **minimalism**, iar companiile vor trebui să găsească un echilibru între a oferi prea multe și prea puține

informații. Ca o regulă de bază: păstrați simplitatea - **evitați supraambalarea** și excesul de deșeuri.

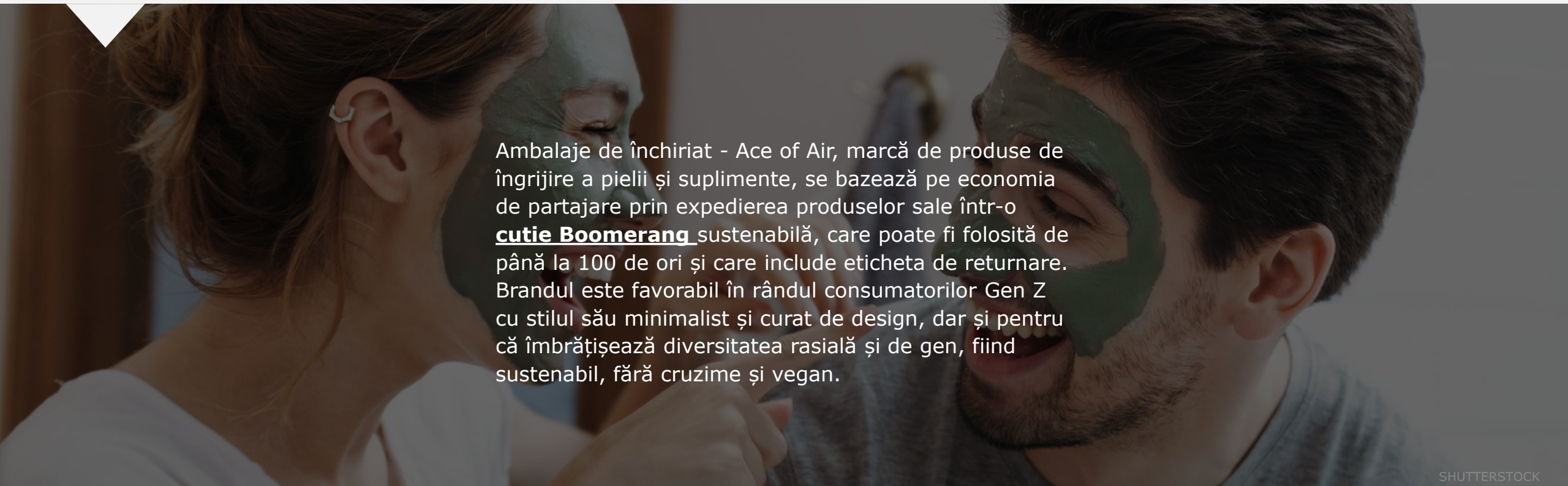
Consumatorii din Generația Z doresc un dialog cu mărcile lor și o **conexiune emoțională**. Ambalajele pot face acest lucru prin faptul că vorbesc cu starea de spirit a consumatorilor prin exemple ca adăugarea de elemente de gamification în ambalaj.

Personalizarea oferită la nivel individual este, de asemenea, importantă. **Experiențele unice**, cum ar fi ambalajele cu mesaje sau experiențe personalizate, sunt importante pentru acest grup demografic.





# Pionieri în Ambalaje



Ambalaje de închiriat - Ace of Air, marcă de produse de îngrijire a pielii și suplimente, se bazează pe economia de partajare prin expedierea produselor sale într-o **cutie Boomerang** sustenabilă, care poate fi folosită de până la 100 de ori și care include eticheta de returnare. Brandul este favorabil în rândul consumatorilor Gen Z cu stilul său minimalist și curat de design, dar și pentru că îmbrățișează diversitatea rasială și de gen, fiind sustenabil, fără cruzime și vegan.

SHUTTERSTOCK



Climate Change

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar



Sumar →

# Timpul pentru acțiune



Climate Change

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar





## Păstrați autenticitatea eforturilor de sustenabilitate

Brandurile sunt supuse unei examinări intense în ceea ce privește impactul ambalajelor asupra mediului, iar acest lucru se va intensifica.

Fie că este vorba de utilizarea de materiale durabile sau de încurajarea reciclării, fiți transparenți cu ceea ce încercați să obțineți. Evitați să faceți o publicitate ecologică exagerată și luați în considerare utilizarea tehnologiei pentru a vă promova inițiativele și mesajele.



## Țineți pasul cu inovația

Se desfășoară numeroase activități de cercetare și dezvoltare în ceea ce privește durabilitatea ambalajelor, precum și pentru a face ambalajele mai conectate, mai ușor de utilizat și mai versatile pentru companii.

A fi la curent cu noutățile și a face parte din aceste descoperiri ale industriei este esențial pentru companii pentru a se adapta continuu și a facilita transformarea ambalajelor astfel încât acestea să fie pregătite pentru viitor. Identificați domeniile cheie de creștere și aveți o abordare proactivă pentru a rămâne în prima linie.



## Luați în considerare utilizatorul final

Generația Z va fi în curând cea mai mare generație de consumatori. Odată cu puterea lor de cumpărare vine și o schimbare a priorităților și a stilului de viață. Fiți atenți la cine sunt ei și la ceea ce reprezintă.

Valorile și interesele sunt deosebit de importante pentru acest grup, iar autenticitatea este esențială. Având în vedere că acest colectiv este nativ digital, folosiți tehnologia pentru a oferi o experiență de ambalare integrată pentru acest viitor consumator.





# Oportunități de ambalare



Climate Change

Hiperconectivitate

Influența Gen Z

Sumar

