



מידע ומחקר בינלאומי

חויית הלקוח מתחילה במבט, המגמות והחידושים באריזת מוצרים בעולם

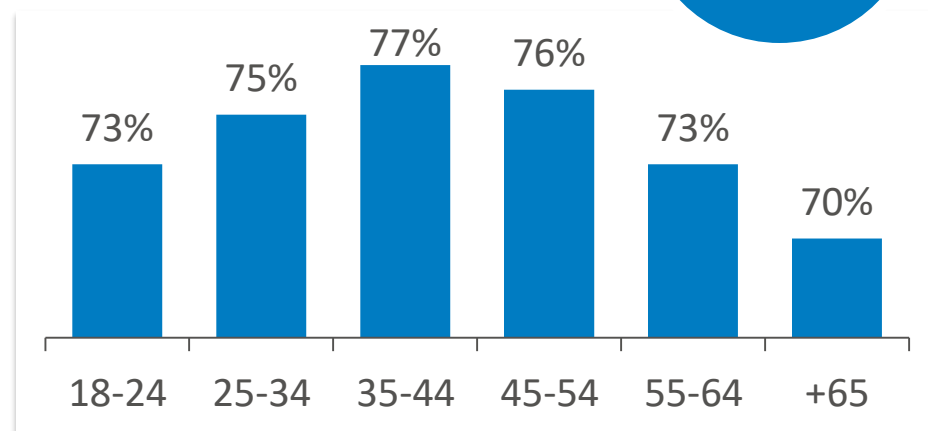
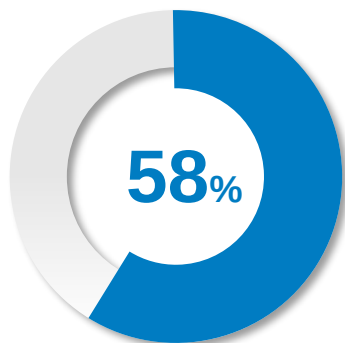
מאי 2018

שילוב בין תכונות חכמות של אריזות והשימוש הגובר
בחומרים ידידותיים לסביבה הם הטרנדים הגדולים ביותר
של שוק האריזות



טרנדים תואמים או
צרכים המושכים את
התעשייה לשני
כיוונים מנוגדים?

2018



"אריזה אינטראקטיבית היא חיונית,
מרגשת או 'נחמדה שישנה'"

"הטכנולוגיה עשתה את חיי
פשוטים יותר"



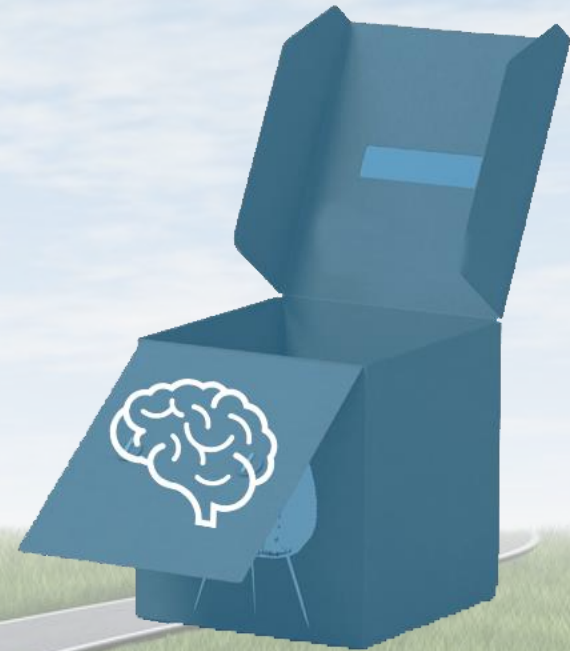
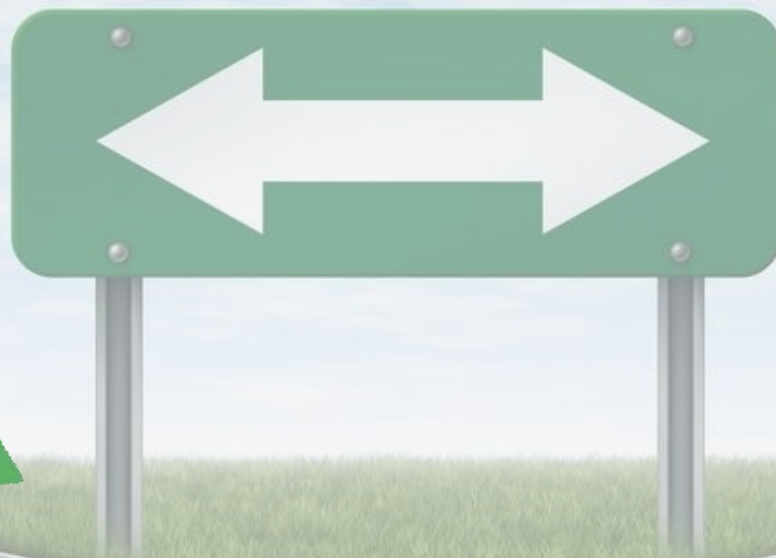
נמנעים ממוצרים שארוזים באופן
מוגזם לפחות מדי פעם



"אורח חיים אתי ובר קיימא קשור
לתחושת רווחה"



אריזה
בר-קיימא



אריזה
חכמה

אריזה
חכמה



אריזה
בר קיימא



יש אתגרים למאמץ המשותף...



עלויות גבוהות יותר



ביקוש צרכנים?



הפרדת רכיבים למחזור



אריזה חכמה



Sainsbury's השיקו מדבקה
חכמה לאריזות בשר שצבעה
מתחלף כאשר פג תוקף
המוצר



טרי

פג תוקף



אריזה חכמה



מעבדות מימיקה השיקו
מדבקה חכמה לאריזות,
שמרקמה משתנה כאשר
פג תוקף המוצר



אריזה חכמה



סבון מיועד לילדים ממותג
למיכיונים שמשמיע צחוק
במגע. בשיתוף פעולה עם
Universal Studios

אריזה חכמה



שיתוף פעולה בין קלוגס ונינטנדו
לשיווק קופסאות קורנפלקס עם
רכיב NFC שמתפקד כמו
Amiibo* במשחק



Amiibo* – בובות עם צ'יפ שבזמן משחק
אפשר להצמיד לשלט ולקבל בונוסים

INTRODUCING OUR NEW FAIRY OCEAN PLASTIC BOTTLE

1 CREATED USING PLASTIC THAT'S WASHED UP ON BEACHES AND COLLECTED BY VOLUNTEERS

3 THESE PELLETS ARE SENT TO P&G

4 AND TURNED INTO THESE: A RUN OF 320,000 BOTTLES WILL HIT UK SHELVES IN 2018

2 IT'S THEN SORTED BY TERRACYCLE, CLEANED AND GROUND INTO PELLETS

IN PARTNERSHIP WITH **TERRACYCLE**, THE RECYCLABLE OCEAN BOTTLE IS PART OF OUR GROWING COMMITMENT TO FINDING NEW WAYS OF INCLUDING RECYCLED PLASTIC IN OUR PACKAGING

אריזה בר קיימא



P&G השיקו בקבוקי שמפו
Head and Shoulders וסבון
כלים Fairy עשויים פלסטיק
ממוחזר, אשר 25% ממנו
מפלסטיק שנאסף בחופי הים





Water with a purpose.



אריזה בר קיימא



מכירת מים בפחיות אלומיניום
שניתנות לשימוש חוזר, כפיתרון
ל"בעיית הפלסטיק"





אריזה בר קיימא



קוקה קולה בוחנת בקבוק עם
צ'יפ חכם, אשר באמצעות
תשלום מראש מאפשר מילוי
מחדש במכונה במקום רכישת
בקבוקי פלסטיק



מקור: Coca Cola

אריזה
חכמה



אריזה
בר קיימא



EDIBLE WATER





אז מה עוד אפשר
לעשות כדי
למשוך צרכנים?

אריזות שקופות



מתחברות לטרנד החכם/בר
קיימא ביחד עם הגברת אמון
הצרכנים במוצר, שנתפס כטרי
ובאיכות גבוהה יותר

עיצוב ייחודי

אריזות שמושכות את עייני
הלקוח באמצעות עיצוב ייחודי



עיצוב ייחודי

אריזות שמושכות את עייני
הלקוח באמצעות שימוש
בחומרים וטקסטורה ייחודית



מקור: GlobalData

עיצוב ייחודי

פשטות באמצעות שימוש

בקו עיצובי נקי



Gillette Fusion



Harry's Truman Set

עיצוב ייחודי

אריזות עם מסר פשוט וברור,

בפונט קריא וגדול



אז מה ראינו פה?

ישנם שני טרנדים מנוגדים נוספים
המסייעים לבידול סדרות של אותו יצרן

צריך להחליט על טקטיקה ברורה:
חכם או בר קיימא

