

“EL EMBALAJE AL ALBA DE SU REVOLUCIÓN”

Con motivo de la feria ALL4PACK Paris, que tendrá lugar del 26 al 29 de noviembre de 2018, y en asociación con EPDA, la Asociación Europea de Diseño de Marcas y Packaging, el salón entrevistó a 22 diseñadores de 16 países de Europa y el Magreb con el fin de conocer su punto de vista sobre los desafíos a los que se enfrenta el sector del embalaje.

Después de sus reflexiones, el instituto de encuestas YouGov encuestó a 8.253 consumidores de 6 países para comprender sus expectativas sobre las futuras innovaciones del sector. De aquí han salido los contornos de los principales desafíos que nos llevarán hacia 2050 y la revolución del embalaje...

4 GRANDES DESAFÍOS VINCULADOS A LAS EVOLUCIONES SOCIALES VAN A EMPUJAR AL ENVASE A REINVENTARSE:

- *El envejecimiento de la población,*
- *El agotamiento de los recursos del planeta,*
- *El desarrollo de la inteligencia artificial,*
- *Aumento de la movilidad en vehículos autónomos llegando hasta el espacio*

1/ EL ENVEJECIMIENTO DE LA POBLACIÓN

¡Los envases/embalajes **más legibles** serán indispensables! Pasada la mediana edad, aparecen problemas de visión que aumentan con el tiempo. De acuerdo con el estudio de Yougov, lo que los Baby Boomers europeos (mayores de 50 años) y los Millennials (18-34 años) desean especialmente son envases/embalajes **más fáciles de abrir y cerrar**.

Esto abre perspectivas para la evolución de los envases si tenemos en cuenta que los Millennials de hoy tendrán más de 60 años en 2050.

→ El **42%** de los consumidores europeos considera que la legibilidad del envase no es adecuada

→ El **47%** de los encuestados cree que mejorar la apertura y el cierre de los envases es un tema a considerar

→ El **31,5%** de los consumidores franceses, españoles, británicos e italianos plantean la cuestión del peso excesivo de determinados envases

→ **32%** de belgas y alemanes critican los formatos que están mal adaptados al consumo

2/EL AGOTAMIENTO DE LOS RECURSOS DEL PLANETA

La educación ciudadana sigue siendo la mejor solución para difundir buenas prácticas en el campo de la protección ambiental. Sin embargo, todavía está lejos de ser suficiente... ¡Los europeos cuestionados piden **más obligaciones y más incentivos!** Quieren prohibir el embalaje no reciclable y el exceso de embalaje. Apreciarían que se estableciesen dispositivos de recompensa financiera por la devolución de los envases usados.

Medidas radicales que demuestran que los consumidores quieren más que nunca erradicar los embalajes innecesarios y promover el reciclaje.

→ El **47%** de los británicos y el **49%** de los alemanes quieren prohibir el sobre-embalaje

→ El **52%** de los españoles y el **40%** de los italianos desean recompensar financieramente la devolución de los envases usados

→ **40%** de los europeos están en contra de los envases no reciclables

3/ EL DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Este avance tecnológico debería permitir que los envases/embalajes fuesen **más responsables**. De hecho, para los Baby Boomers y para los Millennials Europeos, la inteligencia artificial tiene sentido si ayuda a clasificar y reciclar mejor los envases usados y si permite limitar el desperdicio al alertar, por ejemplo, sobre las fechas de caducidad.

En menor medida, también lo ven como una forma de acceder a **más información** sobre los productos y a **mayor facilidad de uso**.

Ambiciones que harían útil la evolución hacia el envasado inteligente.

→ El **34%** de los encuestados considera que la inteligencia artificial es una oportunidad para obtener beneficios económicos: en particular la de limitar el desperdicio al alertar al consumidor sobre las fechas de caducidad

→ El **38%** considera que también habrá beneficios medioambientales al ayudar a las personas a clasificar los envases usados

4/EL AUMENTO DE LA MOVILIDAD EN LOS VEHÍCULOS AUTÓNOMOS LLEGANDO HASTA EL ESPACIO

Al viajar, más que en el hogar, parece que el embalaje debería ser aún **más fácil de reciclar y más fácil de abrir y cerrar** sin ningún riesgo de fuga. De hecho, la gestión del embalaje después de su uso es la principal preocupación de los europeos.

Por el contrario, la apertura y el cierre van un poco por detrás y le preocupa un poco más a los Baby Boomers que a los Millennials.



www.all4pack.com

#ALL4PACK

COMEXPOSIUM



Todavía hay expectativas claras que una vez más subrayan la importancia de la perfecta funcionalidad de uso del envase y su capacidad para "desaparecer fácilmente" a través del reciclaje.

→ **35%** de los encuestados quiere mejorar la gestión del envase/embalaje después del uso

→ **37%** están a favor de mejorar la apertura y el cierre entre dos usos de los embalajes/envases

→ **29%** quiere que se revisen los tamaños de los envases, a menudo inapropiados

Se observa que el sector del embalaje está en mutación completa y constante. A causa, o gracias a las innovaciones como la inteligencia artificial o los nuevos modos de movilidad, los envases permanecerán a la vanguardia de la escena, pero seguramente serán más respetuosos con el medio ambiente y la persona.

© Estudio YouGov para el salón ALL4PACK París– grupo COMEXPOSIUM

© Estudio realizado en asociación con EPDA por Fabrice PELTIER para el salón ALL4PACK Paris - Grupo COMEXPOSIUM

Contacto prensa ALL4PACK Paris 2018
Promosalons España
Sylvia Guyader -prensa@promosalons.es
T. +34 932 178 596

Acerca de:

ALL4PACK París 2018: Share your creativity!

Cada 2 años, ALL4PACK París, THE MARKETPLACE FOR SUCCESS FOR PACKAGING, PROCESSING, PRINTING & LOGISTICS propone una oferta completa que responde perfectamente a la estrategia de integración que el mercado está experimentando y que destaca la fuerza de innovación del ecosistema Embalaje: materias primas, máquinas de proceso, embalaje y envasado, marcado de códigos, impresión de embalajes y etiquetas, máquinas de embalaje secundario, terciario y de envío, pero también todo el sector de Intralogística: manutención continua, sistemas automatizados, prestaciones logísticas y sistemas de información, almacenamiento y equipos de almacén, elevación, carros...



COMEXPOSIUM

www.all4pack.com

#ALL4PACK

