



3º Congresso Brasileiro do PLÁSTICOTM

O plástico na vida moderna

Realização:



Megatendências das Embalagens Plásticas

Acesso, Alimentos e Meio Ambiente no Futuro do Plástico

Ron Sasine

Hudson Windsor, LLC - Retail Packaging Strategy & Execution

4 Mensagens Principais e

1 Recomendação

- Crescimento das Embalagens Plásticas acompanha o crescimento econômico, a urbanização e a sub-urbanização
- Consumo conveniente domina o varejo moderno, e as mães “Mileniais” junto a seus colegas solteiros buscam mais facilidade nos afazeres domésticos
- Preocupação com os efeitos no Meio-Ambiente são comuns entre a população economicamente emergente, mas influencia pouco as compras
- Embalagens Plásticas viabilizam o Consumo de muitos outros Produtos que os consumidores procuram
- ❑ **Consumidores manifestam grande Preocupação com a quantidade de plástico consumido e nosso Objetivo deve ser o Uso Consciente do plástico e a educação do consumidor**

Embalagens Plásticas e a Sociedade

- Urbanização e Sub-urbanização aumentam a distância entre a origem e o ponto de consumo dos alimentos, gerando a necessidade de conservação e vida útil estendida dos alimentos
- Conforme aumenta a distância entre os pólos produtivos e os locais de principal consumo, a eficiência e o volume das embalagens precisam aumentar para atender as necessidades dos consumidores
- A transformação global da população rural numa população urbana ou semi-urbana requer uma reorganização das cadeias de suprimento Agrícola, Industrial e Comercial
- Não existem outros materiais que combinam o baixo custo e a alta proteção do produto embalado como os plásticos

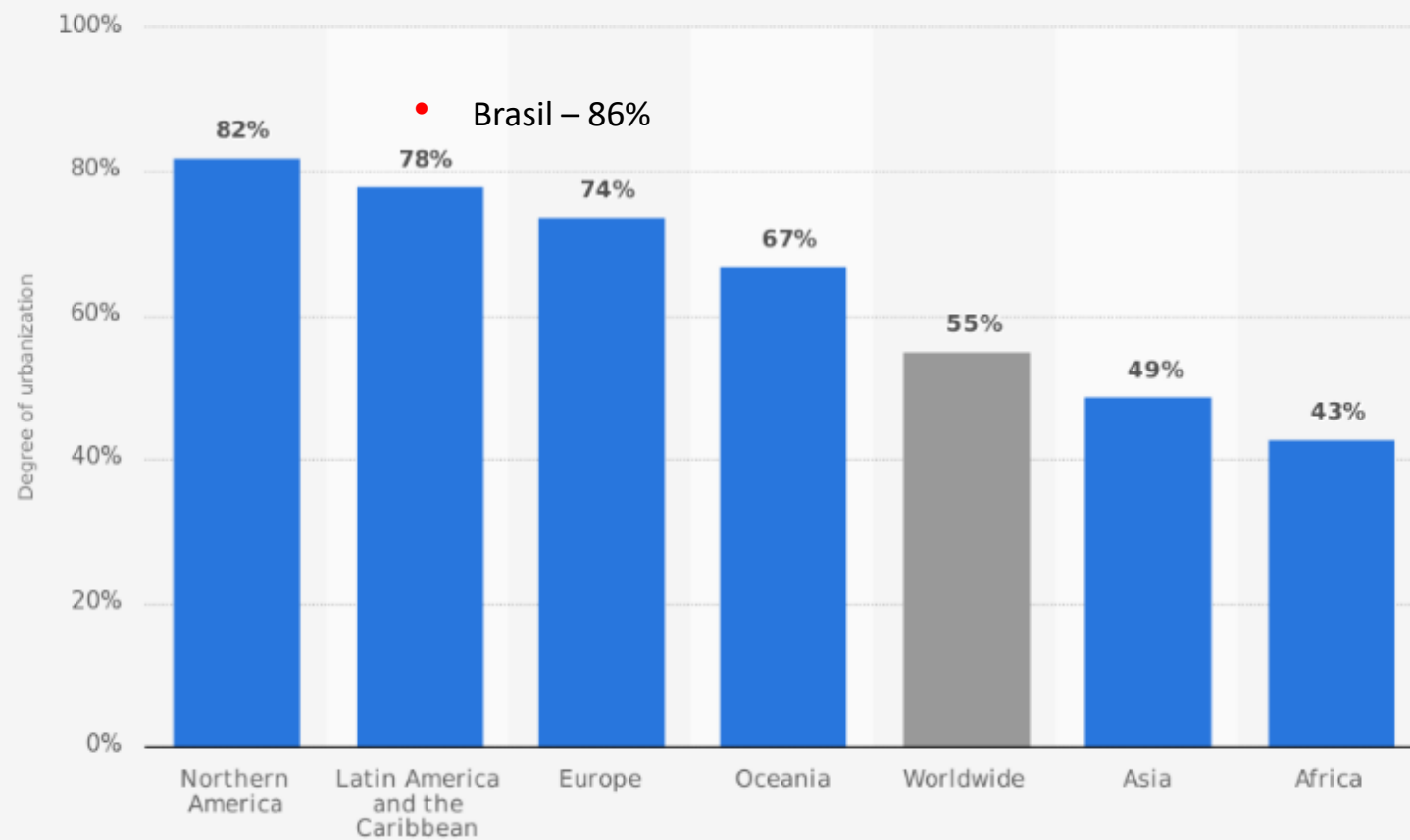
California, 1965



Fonte: TV KCET, 2014

Embalagens Plásticas e a Sociedade

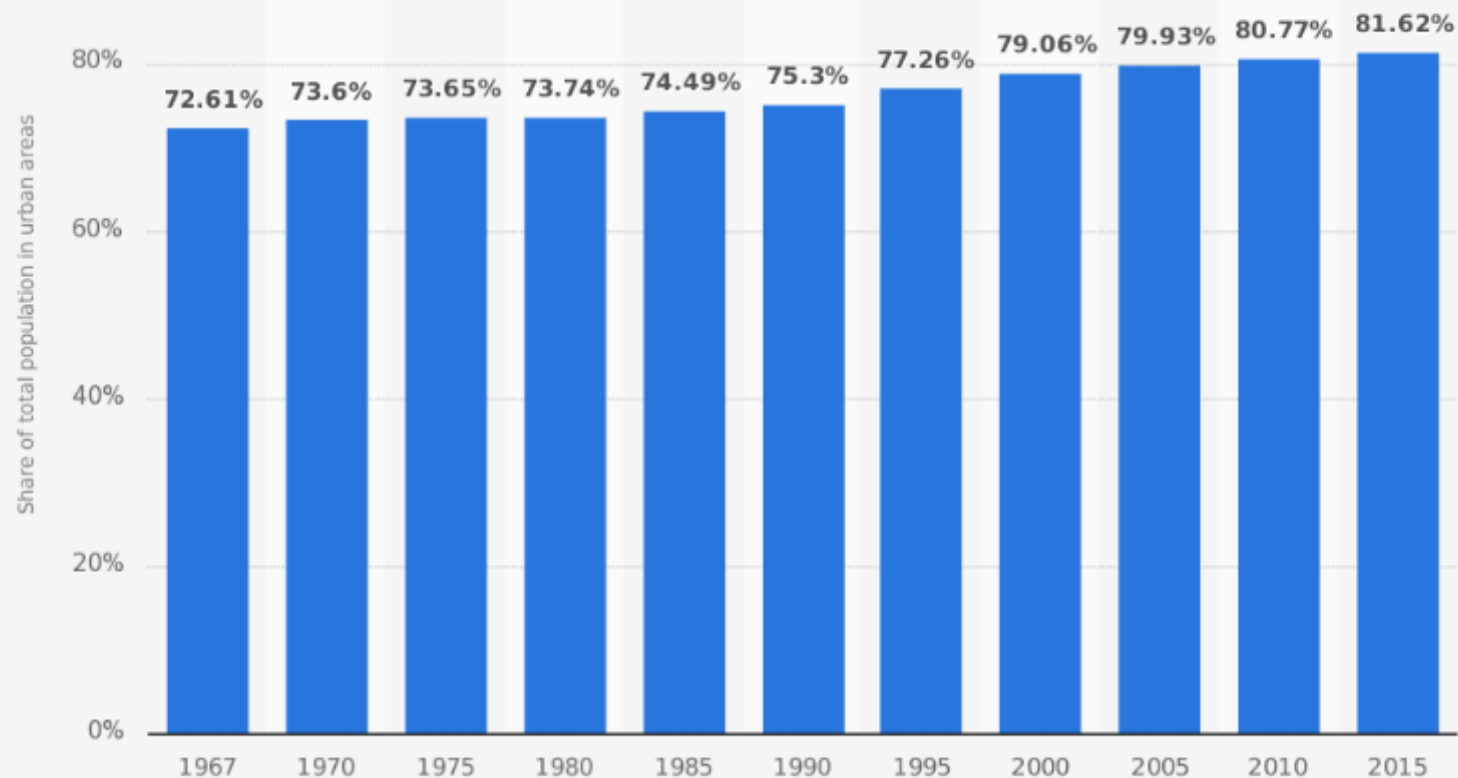
População Urbana em 2018
(por continente)



Fonte: Statista e Population
Reference Bureau, 2018

Embalagens Plásticas e a Sociedade

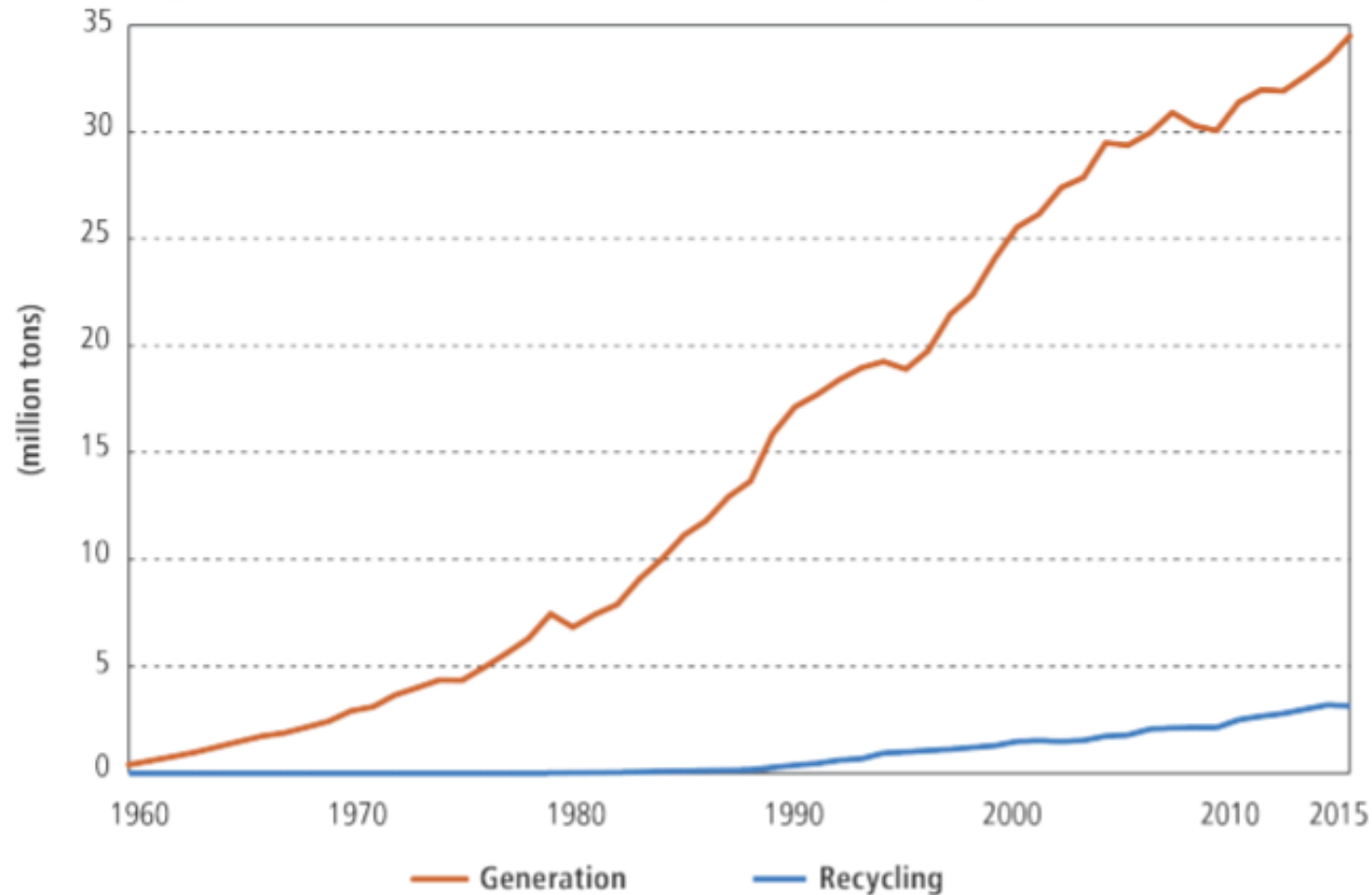
Crescimento da População Urbana 1967-2015
(EUA)



Fonte: Statista e
Banco Mundial, 2018

Embalagens Plásticas e a Sociedade

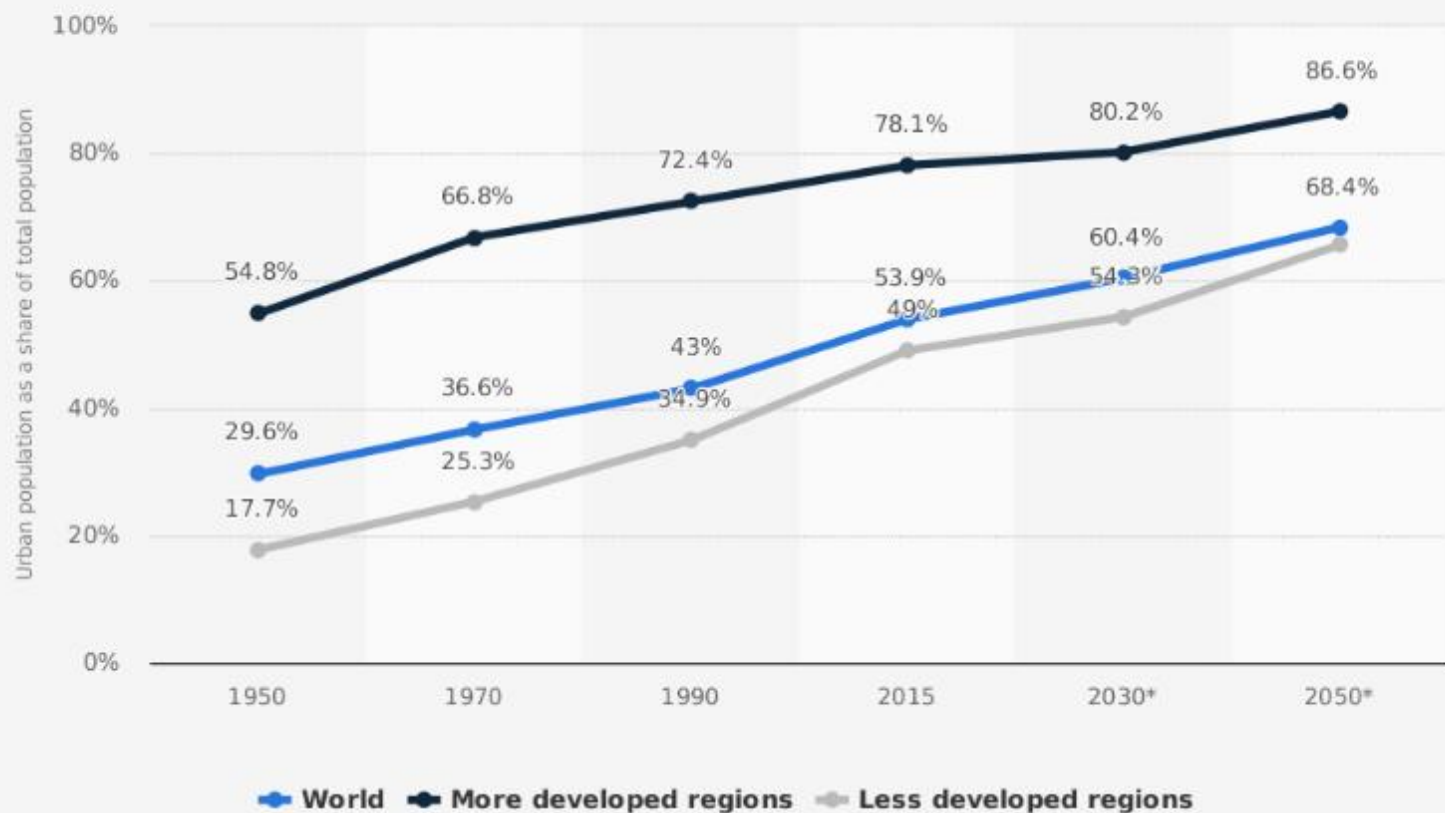
Volume de Plástico Gerado e Reciclado 1960-2015
(EUA)



Fonte: EPA, 2018

Embalagens Plásticas e a Sociedade

Crescimento da População Urbana 1950-2050
(por região)



Fonte: Statista e ONU, 2018

Embalagens Plásticas e a Sociedade

Resumo

- 700 milhões de novos consumidores urbanos entrarão nos mercados de consumo a nível mundial nos próximos 30 anos
- A maioria destes novos consumidores virão das economias emergentes na Ásia e na África, onde o consumo de embalagens plásticas deverão crescer para viabilizar o crescimento da população urbana
- Brasil terá que aumentar a produção de embalagens plásticas para acompanhar o crescimento interno da população urbana e atender os mercados de exportação em expansão
- Se não existesse o plástico, teríamos que inventá-lo

Consumo Conveniente

- Consumo conveniente domina o varejo moderno, e as mães “Mileniais” buscam mais facilidade nos afazeres domésticos
- Comidas preparadas e semi-preparadas dominam os “carrinhos” dos consumidores, tanto no varejo tradicional como no comércio eletrônico
- Alimentos processados e semi-processados utilizam quantidades maiores de embalagem em comparação aos tradicionais
- Produtos sofisticados e da cesta básica entram nesta tendência
- Agiliza a operação dos varejistas tradicionais e on-line

Consumo Conveniente



Fonte: Supermercado Chedraui,
México 2017

Consumo Conveniente



Fonte: Supermercado Chedraui,
México 2017

Consumo Conveniente



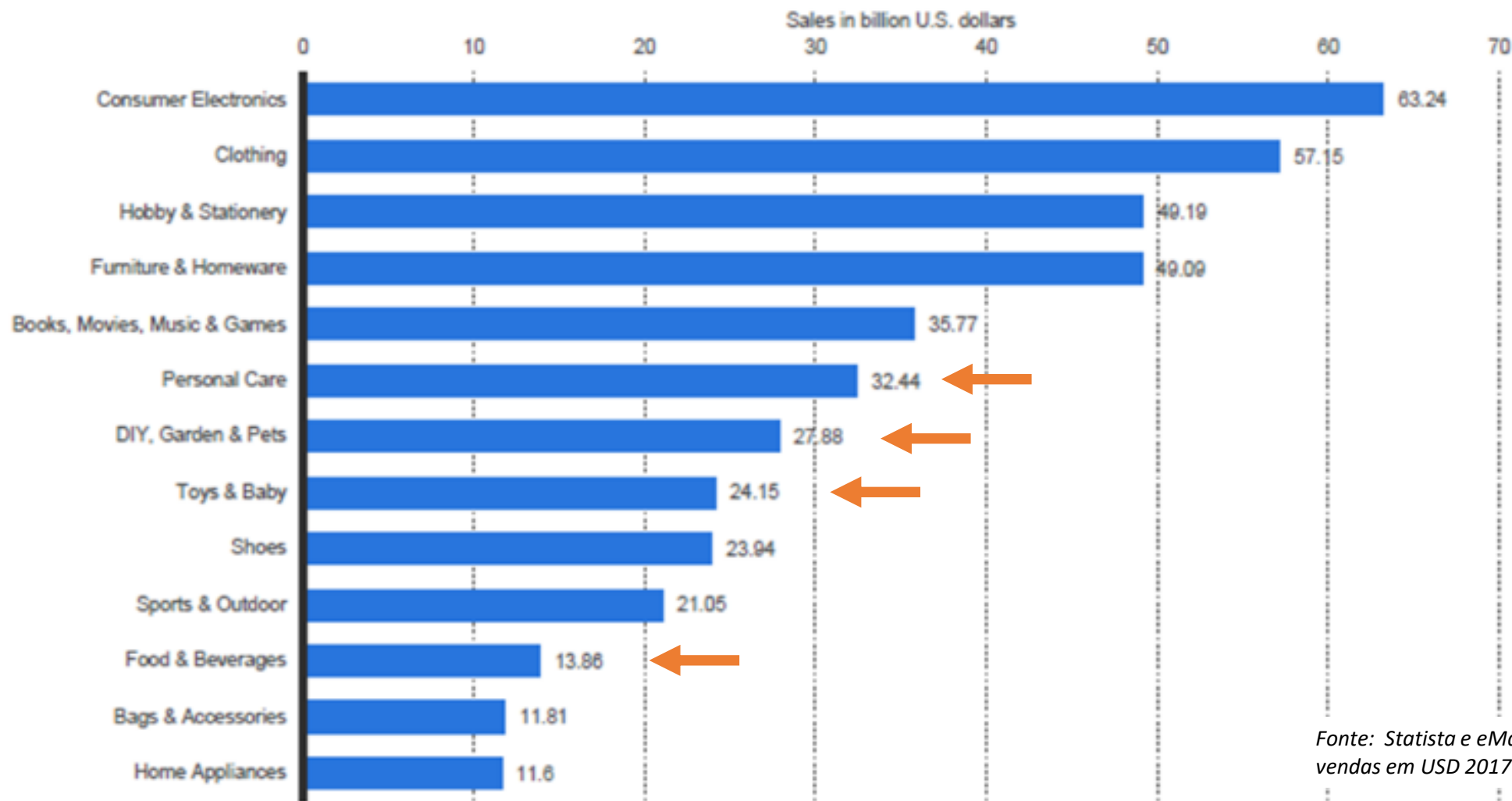
Fonte: Supermercado mi
Comisariato, Ecuador 2017

Consumo Conveniente



Fonte: Walmart USA, 2018 e
Supermercado Wegmans, 2018

E-Comércio e o Futuro das Embalagens



Fonte: Statista e eMarketer,
vendas em USD 2017

Inovação por Categoria de Produtos: Carnes e Embutidos

- Grande aumento no consumo de carnes e embutidos preparados ou semi-preparados; podem incluir ou não os legumes
- Consumidores buscam alimentos de melhor qualidade com preparo fácil, procurando ou aproximando à qualidade dos restaurantes
- Pacotes individuais chegam aos frigorificados, especialmente na avicultura, onde os consumidores mostram a preocupação com higiene das aves
- Rápido crescimento de Protein Snacks – portátil, saudável

*Fonte: Hudson Windsor Estudo de
Mercado Varejista 2018*

Inovação por Categoria de Produtos - Carnes



Fonte: Walmart, 2018

Inovação por Categoria de Produtos - Aves



Fonte: Perdue e Walmart, 2018

Inovação por Categoria de Produtos – “kits”



Fonte: Supermercado
Albertsons, 2018

Inovação por Categoria de Produtos – “kits”



Fonte: Blue Apron, 2018

Inovação por Categoria de Produtos – frutas e legumes



Fonte: Walmart, 2017

Inovação por Categoria de Produtos – “snacks”



Fonte: Kraft Heinz, 2017

Inovação em Formato e Design

- Marcas investem em novos formatos de embalagem que destacam as marcas e comunicam as características dos produtos
- Consumidores buscam produtos práticos que atendam às suas necessidades com embalagens que promovam praticidade
- Empresas de sopro observam novas oportunidades a través de inovação de formato, acabamento e rotulagem

Fonte: Hudson Windsor Estudo de Mercado Varejista 2018

Inovação em Formato e Design

ANTES



DEPOIS



Fonte: Hudson Windsor, 2018

Inovação em Formato e Design



Fonte: Hudson Windsor, 2018

Inovação em Formato e Design



Fonte: Hudson Windsor, 2018

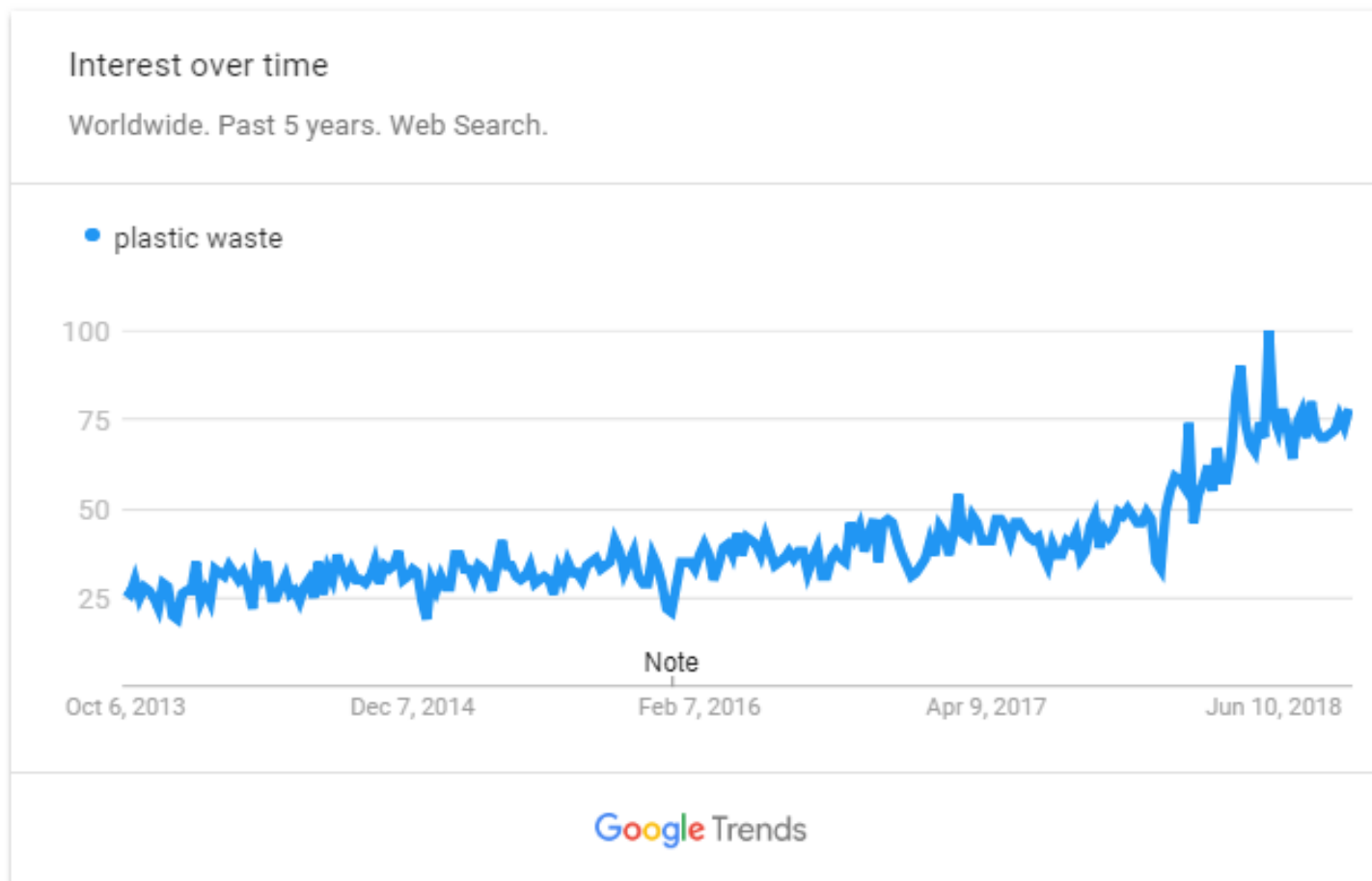
Meio-Ambiente e a Onda Crescente de Legislação

- Preocupação com os efeitos dos plásticos no Meio-Ambiente fazem parte do cálculo de consumo de muitos consumidores
- Emissão de gases estufa aumentará 30% até 2050, sendo a produção de plásticos a maior fonte deste aumento
- 300 milhões de toneladas métricas de plásticos são produzidos anualmente, com 78 milhões destinados à produção de embalagens
- Recuperação e reciclagem de embalagens plásticas operam com menores índices que outros materiais de embalagem

*Fonte: BBC, New York Times e
International Energy Association, 2018*



Pesquisas Realizadas sobre Desperdício Plástico



Fonte: Google, 2018

Problemas Regionais Relacionados às Embalagens Plásticas

- Descuido dos rios
- Falta de sistemas de recuperação e reciclagem das embalagens
- Atendimento inadequado do serviço sanitário nas áreas e às populações marginais
- Baixa demanda de resinas recicladas comparadas com outros materiais recicláveis
- Comportamento do consumidor

*Fonte: BBC, New York Times e
International Energy Association, 2018*



Embalagens Plásticas na Visão dos Clientes e Consumidores

Brand owners believe consumers care about sustainability, but may not understand it *g+s*

BRAND OWNER Q:

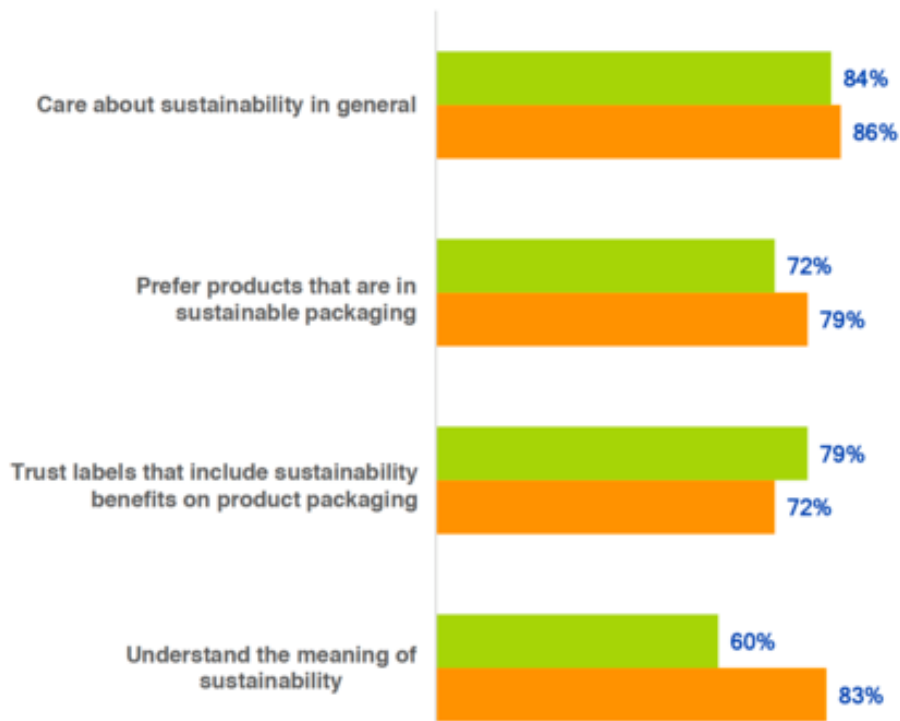
"In your opinion, do you feel that consumers..."

(Percent who somewhat/strongly agree)

CONSUMER Q:

"How much do you agree or disagree with each of the following statements about sustainability?"

(Percent who somewhat/strongly agree)



Fonte: Packaging World, outubro 2018

Embalagens Plásticas na Visão dos Clientes e Consumidores

In fact, consumers are more likely to think glass is sustainable

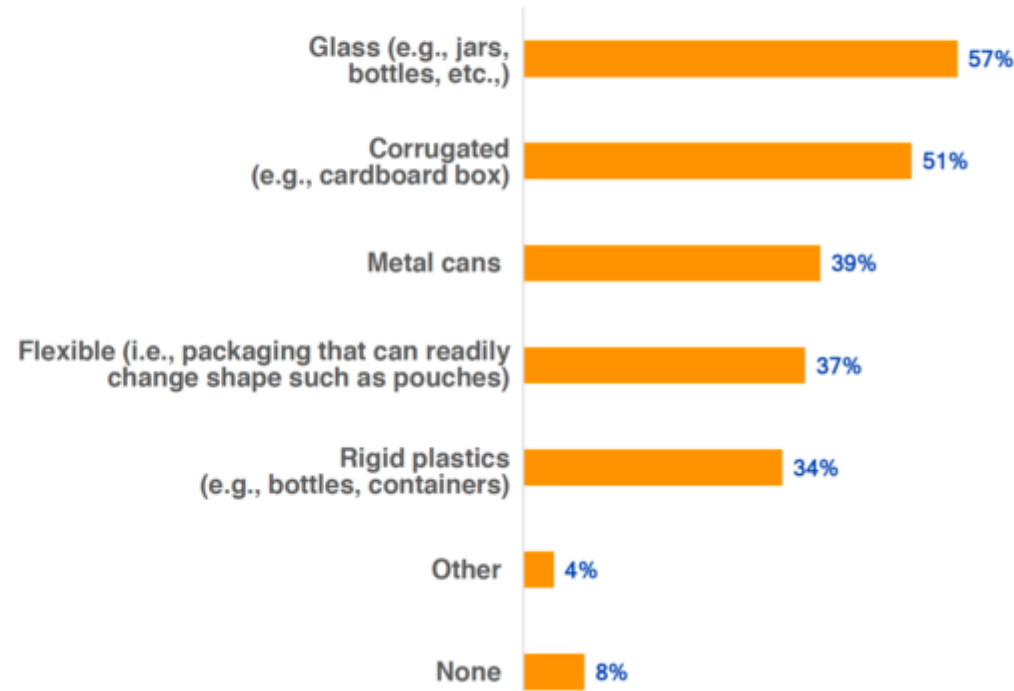
g+s

CONSUMER Q:

“Which of the following types of packaging do you believe are sustainable?”

Select all that apply.

Consumers are more likely to believe glass and corrugated packaging are sustainable than they are to believe flexible packaging is sustainable.

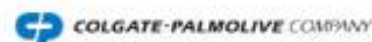


Fonte: Packaging World, outubro 2018

Resposta das Grandes Marcas Globais

**100% reusable, recyclable
or compostable plastic
packaging by 2025**

FOLLOW THEIR LEAD



Fonte: newplasticseconomy.org,
Ellen Macarthur Foundation, 2018

4 Mensagens Principais e

1 Recomendação

- Crescimento das Embalagens Plásticas acompanha o crescimento econômico, a urbanização e a sub-urbanização
 - Consumo conveniente domina o varejo moderno, e as mães “Mileniais” junto a seus colegas solteiros buscam mais facilidade nos afazeres domésticos
 - Preocupação com os efeitos no Meio-Ambiente são comuns entre a população economicamente emergente, mas influencia pouco as compras
 - Embalagens Plásticas viabilizam o Consumo de muitos outros Produtos que os consumidores procuram
- ❑ Consumidores manifestam grande Preocupação com a quantidade de plástico consumido e nosso Objetivo deve ser o Uso Consciente do plástico e a educação do consumidor

Hudson Windsor

Retail Packaging Strategy

- Sustentabilidade de Embalagens e de Operações
- Desenvolvimento de Produtos e Embalagens
- Transparência na Cadeia de Suprimentos
- Assessoria Empresarial

Ronald Sasine

ron@hudsonwindsor.com

www.hudsonwindsor.com

+1 (479) 657-0177

© 2018 Hudson Windsor, LLC