





Один из ведущих мировых производителей продукции для гигиены и здоровья,

Наше видение: «Мы стремимся повышать благополучие людей, предлагая им передовые решения в области гигиены и здоровья»

Чистые продажи в
2020 г.

122

млрд шведских крон

Продажи
приблизительно в

150

странах

Рыночная стоимость
компании:

212

млрд шведских крон
31 декабря 2019 г.

Приблизительное
количество сотрудников:

46 000

Устойчивое развитие

Как изменилось поведение покупателя в 2021 году?

Источник: Green Response 2021
Prime & United Minds



Цель исследования

Исследовать влияние Covid-19 на поведение покупателей

- Понять как изменились покупательские привычки
- Как изменилось отношение к устойчивому развитию и влиянию человека на окружающую среду

Отдельно для России:

- Что свойственно российскому покупателю
- Как российский покупатель относится к экотоварам и что для него устойчивое развитие



Методология



Участники: 10 стран с выборкой 1000 человек для каждой страны, включая 50/50 мужчины и женщины, всех возрастных групп



Количественное исследование с помощью онлайн опросника

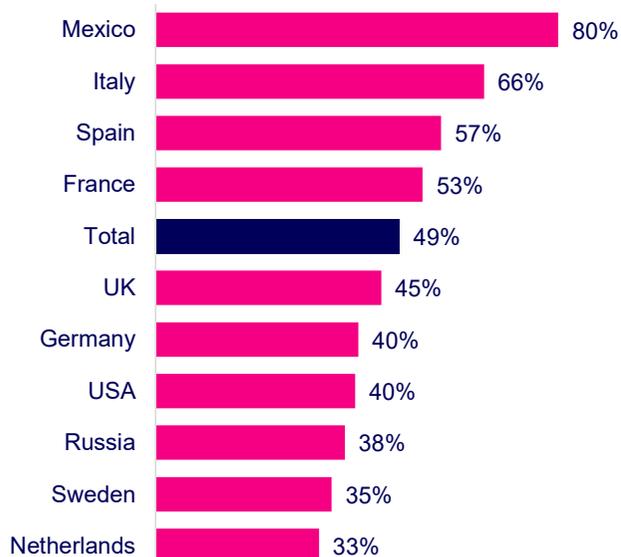
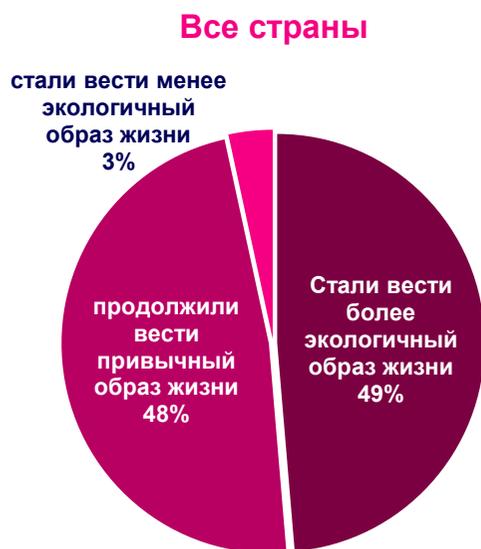


Срок проведения опроса июль 2021, Prime & United minds



Пандемия подтолкнула многих людей к более экологичному образу жизни*

При этом более половины 57% опрошенных считают, что они могут внести свой индивидуальный вклад в борьбу с глобальным потеплением** в России оптимистично настроены 49%



Потребитель хочет внести свой вклад и готов воспринимать коммуникацию: Сохраняй планету, позаботься о природе и тд.

Все страны без исключения считают, что сортировка отходов может внести самый значительный вклад в сохранение окружающей среды

Sweden

1. Сортировка и переработка бытовых отходов(35%)
2. Покупка товаров местного производства во избежание доставок и авиаперевозок(28%)
3. Ограничение покупки новых вещей(23%)

Russia

1. Сортировка и переработка бытовых отходов(48%)
2. Переход от товаров одноразового использования к товарам многоразового использования(28%)
3. Выключение света и техники при выходе из помещения(25%)

USA

1. Выключение света и техники при выходе из помещения(41%)
2. Сортировка и переработка бытовых отходов(36%)
3. Переход от товаров одноразового использования к товарам многоразового использования(24%)

UK

1. Сортировка и переработка бытовых отходов(45%)
2. Выключение света и техники при выходе из помещения
3. Выбор товаров с минимальным количеством упаковки (24%)

Germany

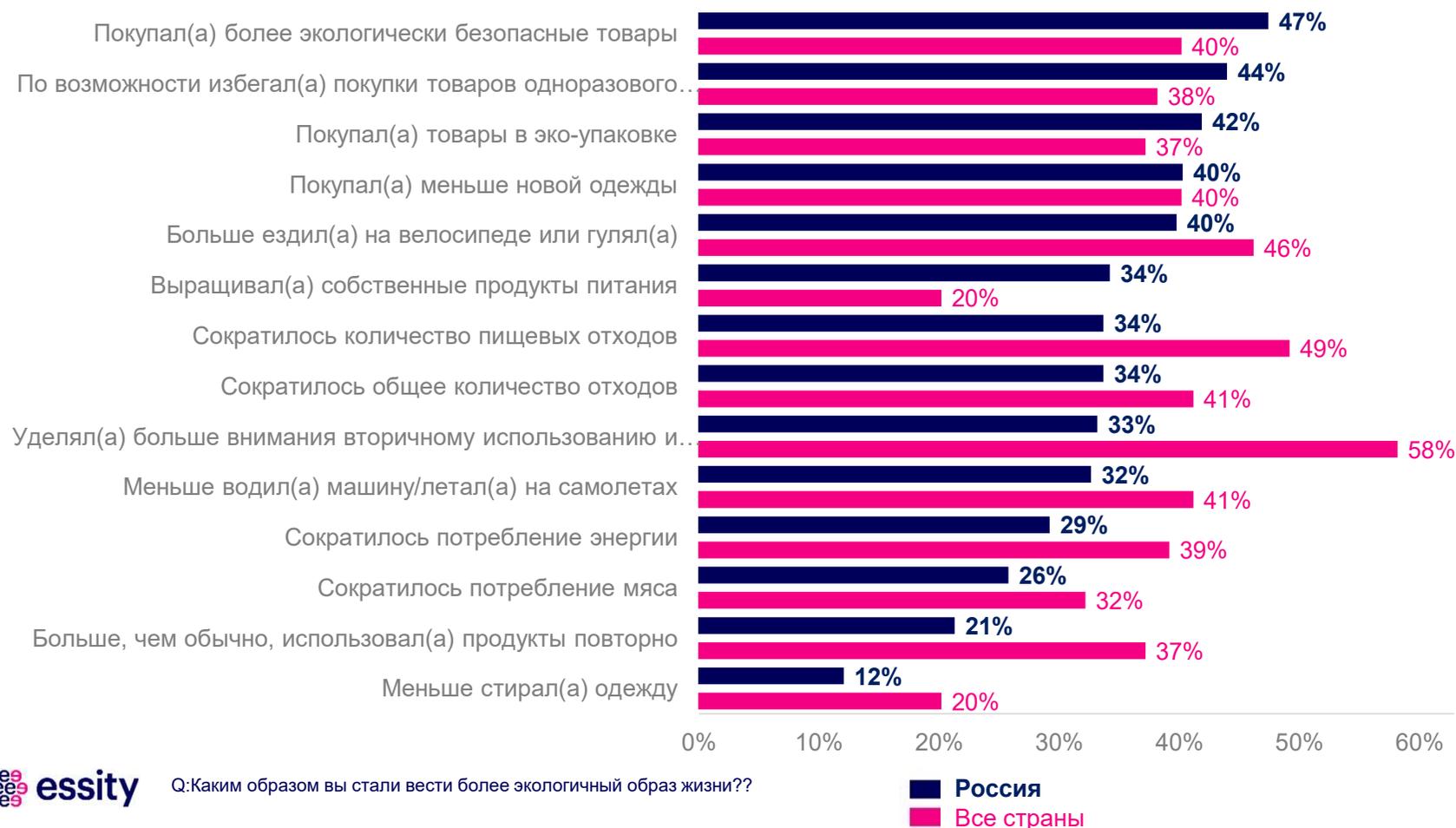
1. Сортировка и переработка бытовых отходов(33%)
2. Выбираю продукты с минимальным количеством упаковки (28%)
3. Выключение света и техники при выходе из помещения(26%)

Mexico

1. Сортировка и переработка бытовых отходов(48%)
2. Выключение света и техники при выходе из помещения(45%)
3. Переход от товаров одноразового использования к товарам многоразового использования(37%)

Q:Как вы думаете, какие из следующих экологически благоприятных дел, которые вы можете сделать, окажут наиболее положительное влияние на окружающую среду??

Вторичная переработка и сокращение количества пищевых отходов лидируют в мире, тогда как в России лишь треть респондентов уделяет этому внимание

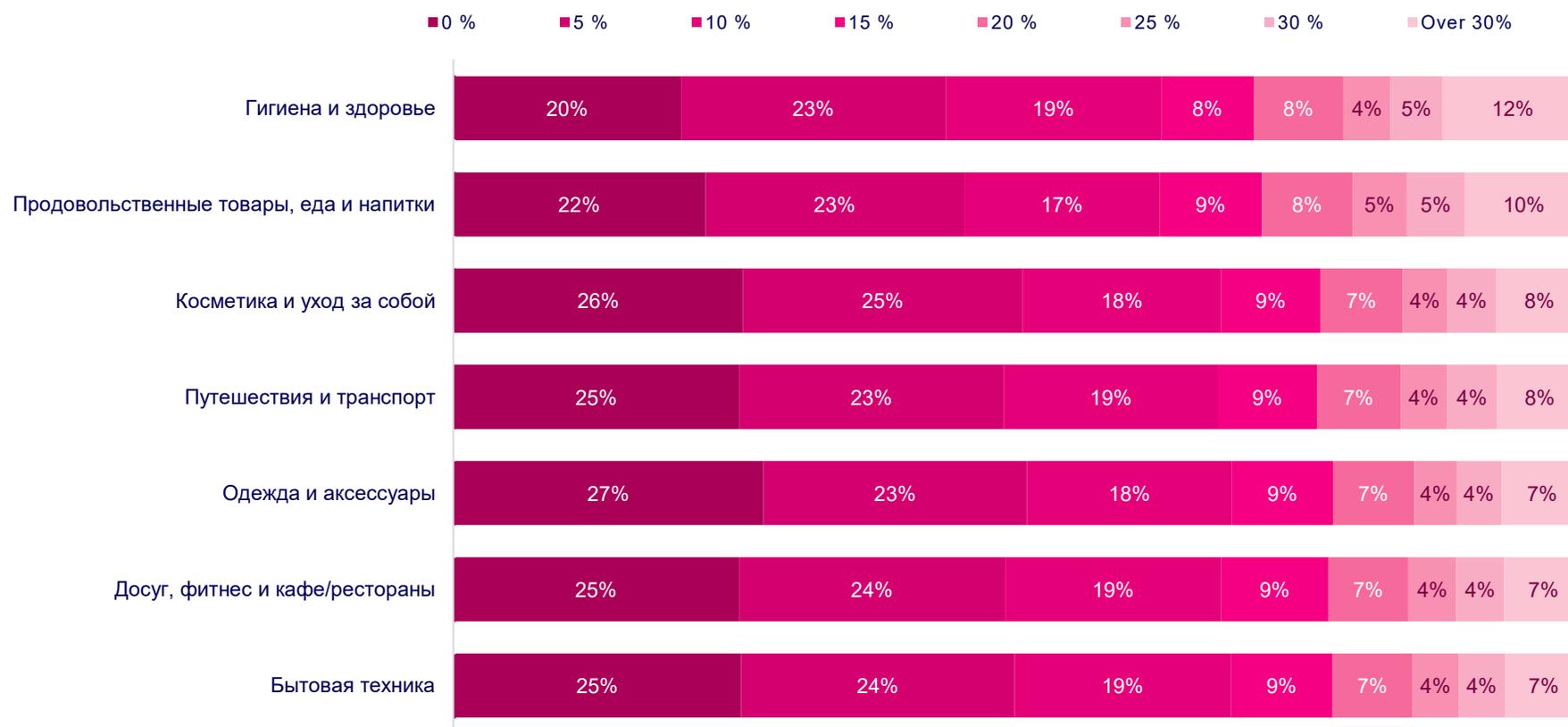


При сохранение ситуации с РСО, в России Эко товары и товары в экологичной упаковке становятся для покупателя основным инструментом внести свой вклад в сохранение окружающей среды

Доверие россиян к эко-маркировкам находится на значительно высоком уровне



Продукты для гигиены и здоровья это категория, где люди готовы тратить больше на более экологичные решения



Сколько в среднем россияне готовы тратить больше на более экологичные решения по категориям



Гигиена и здоровье

+13%



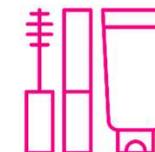
Продовольственные
товары, еда и напитки

+14%



Путешествия и транспорт

+10%



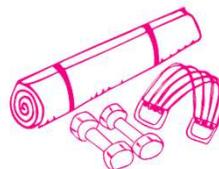
Косметика и уход за
собой

+11%



Одежда и аксессуары

+11%



Досуг, фитнес и
кафе/рестораны

+9%

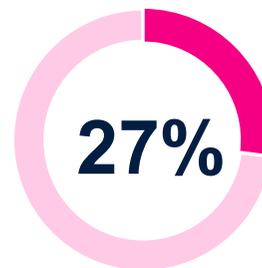


Бытовая техника и
электроника

+10%

2-е из 5-ти респондентов стали более осведомленными в области устойчивого развития за период пандемии

Все страны



Больше времени уделял(а) изучению темы устойчивого развития

В России это 18% и это самый низкий показатель среди стран



Покупатель готов воспринимать информацию об устойчивом развитии

Основная причина почему стали вести менее экологичный образ жизни это ограничения связанные с коронавирусом такие как закрытие пунктов РСО и рост продаж онлайн



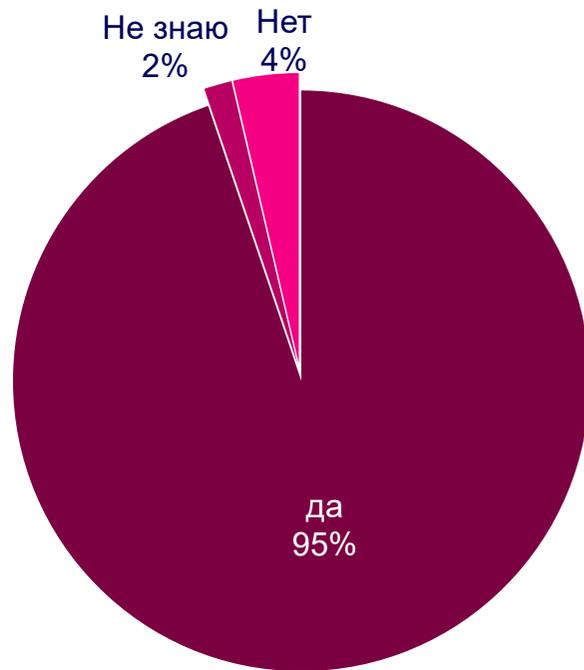
Ситуация в России значительно отличается от ситуации в мире большинство респондентов отмечают, что у них нет мотивации вести более экологичный образ жизни



Покупателя можно
замотивировать промо
скидками, купонами и др
инструментами

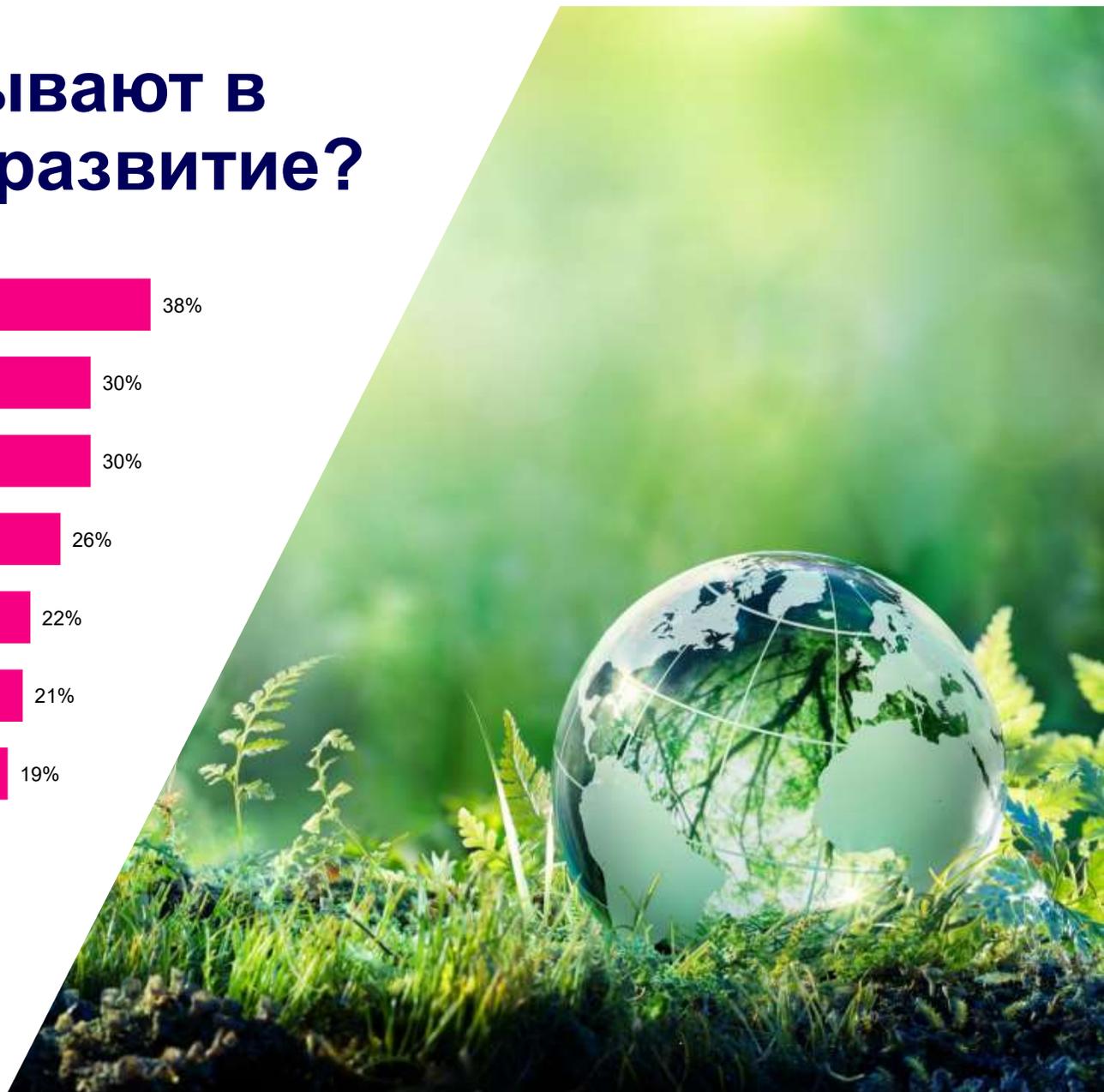
часть покупателей не знаю
как вести экологичный образ
жизни их можно
образовывать

Почти все опрошенные, кто стал вести более экологичный образ жизни планируют продолжить Россия демонстрирует такой же тренд



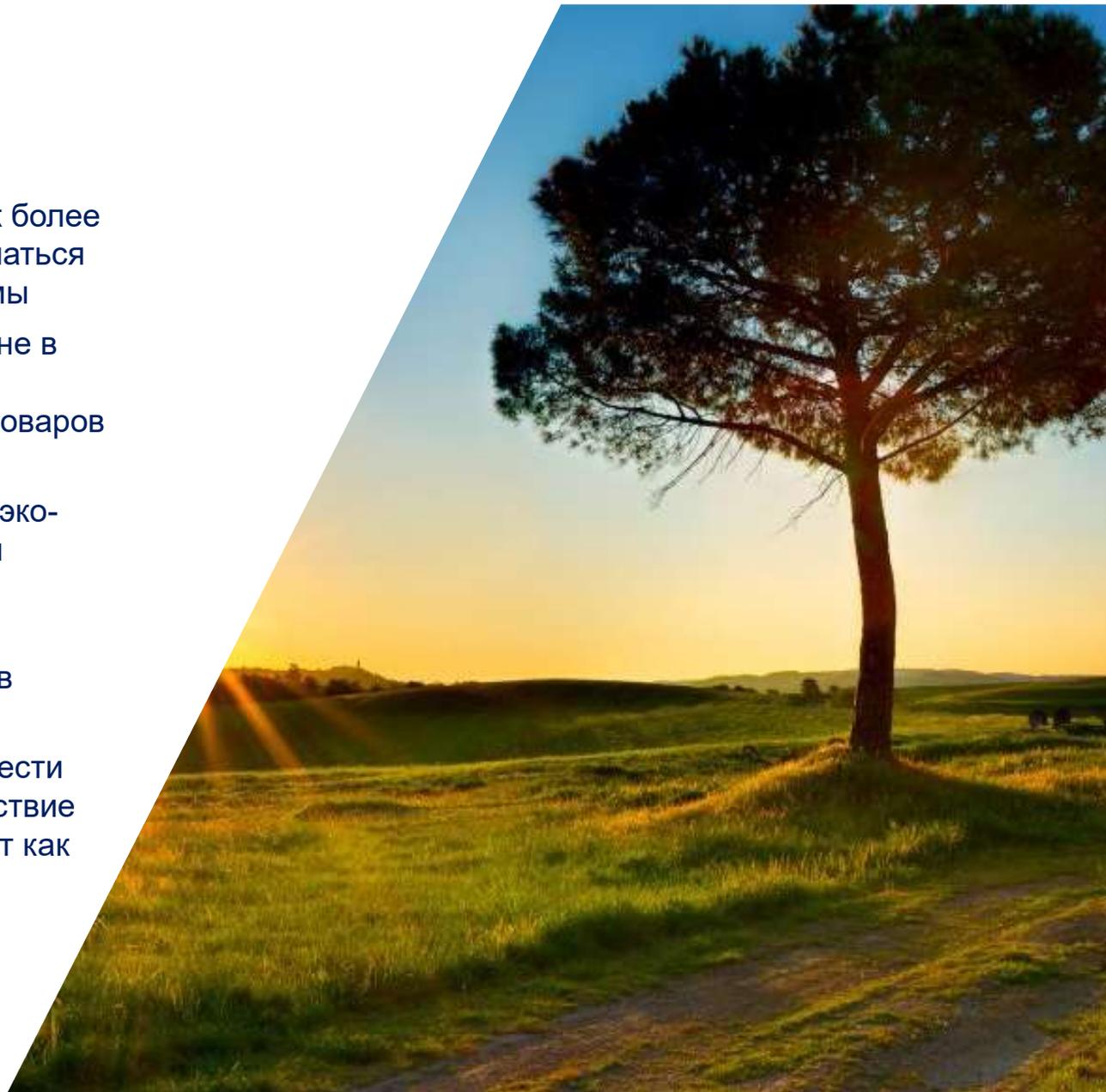

Поймав и активировав покупателя, мы оставляем его в поле осознанного потребления и экологичного образа жизни

Что россияне вкладывают в понятие устойчивое развитие?



Выводы

- Пандемия, если не подтолкнула многих людей к более экологичному образу жизни, то заставила задуматься и посвятить больше времени изучению этой темы
- Основной вклад, который готовы делать россияне в сохранение окружающей среды, это покупать продукты с фокусом на устойчивое развитие и товаров в эко упаковке
- Большинство респондентов в России доверяют эко-маркировкам и считают их хорошим и понятным способом коммуникации
- Россияне готовы платить больше за продукты с фокусом на УР, особенно это касается продуктов питания
- При этом основной причиной почему не стали вести более экологичный образ жизни является отсутствие мотивации и так же часть респондентов не знает как сделать вклад в устойчивое развитие



Упаковка продукции Zewa

Коммуникация эко-инициатив

Упаковка ассортимента Zewa:

- Перерабатываемая
- При производстве упаковки вырабатывается меньше углекислого газа → меньше негативного влияния на окружающую среду

Zewa заботится об окружающей среде:

Наша упаковка перерабатываемая и теперь содержит переработанный пластик. Просто поместите ее в контейнер для пластиковых отходов

Меньше выбросов CO₂ для снижения углеродного следа в атмосфере³

Волокна натурального происхождения от сертифицированных поставщиков



Thank You.

