

Mais de um quinto dos europeus compraria online se o packaging fosse sustentável e reciclável

28 de Julho, 2020

Um novo estudo da DS Smith veio demonstrar que o confinamento pode ter mudado para sempre os hábitos de compra dos europeus. A troca do carrinho de compras pelo computador tem sido uma constante e os números mostram que a grande subida das compras online durante a pandemia não será apenas um fenômeno momentâneo. Os compradores continuam a querer fazer as suas compras apenas com alguns cliques.

Uma revolução no e-commerce

A Covid-19 iniciou uma nova era no comportamento do consumidor, de acordo com este estudo que revela que a grande maioria dos europeus planeia manter os hábitos de compra online que adotou durante o confinamento. Os retalhistas assistiram a um aumento significativo das suas vendas online, sendo que 64% dos europeus admitiram comprar mais online durante a Covid-19. Só no Reino Unido, espera-se que este rápido crescimento resulte num aumento de vendas do e-commerce de 5,3 mil milhões de libras (5,8 mil milhões de euros), perfazendo um total de 78,9 mil milhões de libras (86,9 mil milhões de euros).

Esta rápida revolução do comércio eletrónico parece ter vindo para ficar, já que 89% afirmaram que vão continuar a comprar online, tanto ou mais, depois do confinamento. Para além disso, a esmagadora maioria, 91% dos europeus sentem-se agora confiantes em comprar produtos online. Uma das categorias que registou uma maior subida foi a dos produtos de mercearia, com 41% dos europeus a declarar um aumento das compras online.

Os resultados deste estudo são ainda confirmados pelas estatísticas da DS Smith, fornecedor líder de packaging para e-commerce na Europa, uma vez que a empresa tem assistido a um grande aumento da procura de embalagens para alimentos, flores e produtos de higiene vendidos online desde o início da pandemia.

A nova normalidade

Mesmo com o desconfinamento, o estudo da DS Smith demonstra que muitas destas novas tendências de compras impulsionadas pela Covid-19 vieram para ficar, sendo que mais de metade dos europeus planeiam comprar online produtos de mercearia (62%), produtos de higiene (63%) e produtos para a casa e jardim (63%), nos próximos seis meses, tanto ou mais do que antes.

Muitos consumidores vão continuar a optar por kits de refeição, visto que 49% dos potenciais frequentadores de restaurantes perceberam a satisfação de ficar em casa. O valor mais elevado deste fenómeno pertence a Espanha (62%) e

o mais baixo ao Reino Unido (35%). Os hábitos de compras online também se alteraram noutras áreas, com mais de metade (52%) dos europeus a afirmarem que planeiam manter ou até mesmo aumentar as compras online de produtos para trabalhos manuais.

Experimentar algo novo

No entanto, as mudanças não são apenas uma questão de volume. Além de se comprar mais online, também se compra de maneiras diferentes. Mais de um terço (43%) dos europeus afirmaram que se registaram num novo site de compras que não usavam antes do confinamento. Como resultado destas rápidas mudanças e para responder à nova procura dos clientes, pequenas e grandes empresas foram forçadas a lançar ou adaptar rapidamente as ofertas de e-commerce – um processo que poderia levar anos, se não fosse a emergência imposta pela pandemia global.

Ignacio Montfort, managing director da DS Smith Ibéria, afirmou: “Temos assistido a uma mudança radical no modo como os consumidores estão a comprar e, na DS Smith, estamos a usar a nossa experiência para apoiar as empresas, independentemente do seu tamanho, a responderem a este rápido crescimento do e-commerce, para que possam sobreviver e prosperar neste momento de incerteza.”

“O que é evidente é que, à medida que regressamos à normalidade, não é provável que estas tendências se desvançam. Os consumidores reforçaram a sua confiança no comércio online e fizeram coexistir as experiências de compras online e físicas, aumentando a gama de artigos que compram online, desde alimentação a produtos de higiene pessoal e artigos para a casa e jardim. As empresas que não estiverem a transformar os seus negócios para responder a esta nova era do e-commerce correm o risco de ficar para trás.”

O que impulsiona o consumidor?

As razões para comprar online durante a pandemia podem dividir-se por género e geração. Os homens e pessoas mais jovens priorizam a conveniência, enquanto que as mulheres e gerações mais velhas dão mais importância à segurança.

No entanto, à medida que a transição ecológica e a economia verde se tornam uma prioridade global, a sustentabilidade é uma preocupação crescente para os europeus após o confinamento. Quase um quarto (23%) tem maior probabilidade de comprar online se os produtos forem entregues com menos material de embalagem ou com embalagens mais sustentáveis, enquanto que 21% confirma essa maior probabilidade se os seus produtos chegarem em embalagens recicláveis.

Os europeus também estão a reconsiderar alguns dos seus hábitos de compra online; mais de metade (52%) das pessoas foi “ver as montras” online ou criou uma “*wish list*” durante o confinamento e 50% dos europeus foram procurar “pechinchas” online.

Ignacio Montfort acrescentou ainda que, “este estudo demonstra que o packaging mais ecológico é, de facto, uma preocupação para os compradores e, por isso, na DS Smith queremos ajudar os nossos clientes de modo a que a

recuperação ecológica seja uma realidade prática e prioritária, através de medidas simples como a adoção de um packaging sustentável”. “Queremos ajudar as marcas e as empresas a percorrer este caminho e trabalhar com elas para que beneficiem de soluções de packaging sustentável que, tal como confirmado, é algo que os seus clientes desejam.”

Principais resultados do estudo

- Os consumidores afirmam que esta tendência vai permanecer após a crise, com nove em cada dez (89%) a confirmar que vai continuar a comprar na mesma medida;
- A confiança nas compras online também é alta, sendo que 91% das pessoas confirmam que se sentem confiantes, incluindo um terço que se sentem muito confiantes;
- Os consumidores estão a reconsiderar alguns dos seus hábitos de compra online, sendo que mais de metade (52%) das pessoas foi “ver as montras” online ou criou uma “*wish list*” durante o confinamento e 50% dos europeus foram procurar “pechinchas” online;
- Os consumidores estão a procurar opções mais sustentáveis, uma vez que fatores como a reciclagem (mais de um quinto) e a sustentabilidade (um quinto) são razões para que os europeus continuem a comprar online após a Covid-19;
- 41% dos consumidores fizeram mais compras online durante a Covid-19. As compras online de produtos de mercearia vão tornar-se um hábito para muitos, já que 62% admitem continuar a aderir a esta tendência;
- Houve um aumento de consumidores que se registaram num novo site de compras durante a Covid-19 (43%);
- Muitos consumidores também vão continuar a optar por kits de refeições, já que 49% dos potenciais frequentadores de restaurantes perceberam a satisfação de ficar em casa. O valor mais alto pertence a Espanha (62%) e o mais baixo ao Reino Unido (35%).