



FOT. MASTERCHEM



FOT. DEKORGLASS: (od lewej) MAT CHEMICZNY I NADRUK; MALOWANIE I NADRUK; METALIZACJA, LASER I HOT STAMPING

FUNKCJONALNE I PIĘKNE

W POSZUKIWANIU IDEALNEGO OPAKOWANIA KOSMETYCZNEGO

Wg danych zamieszczonych w raporcie PBKG „Rynek poligraficzny i opakowań z nadrukiem w Polsce” z 2014 r. segment kosmetyków i środków pielęgnacyjnych zajmuje drugie miejsce wśród branż, dla których firmy poligraficzne najczęściej produkują opakowania. 38 proc. to spory kawałek tortu do podzielenia. Nic więc dziwnego, że przedsiębiorstwa poligraficzne inwestują w rozwój innowacyjnych rozwiązań.

Rynek opakowań kosmetycznych jest niezwykle atrakcyjny, ale też bardzo wymagający. Zgodnie z aktualnymi trendami rynkowymi: opakowania winny charakteryzować się: atrakcyjnym wyglądem, wysokim komfortem użytkowania, ergonomicznym kształtem, a także trwałością, powinny też być przyjazne środowisku naturalnemu.

Plastik kontra szkło

Tworzywa sztuczne i szkło to najczęstsze składniki opakowań kosmetycznych. - Produkty te powszechnie uważane są za bezpieczne i z powodzeniem spełniają tę funkcję. Doskonale chronią zawartość przed czynnikami zewnętrznymi, a jednocześnie same nie wchodzi z nią w interakcje. Ponadto warto zaznaczyć, że są one przyjazne dla środowiska, gdyż opakowania

szklane mogą być wielokrotnie używane, a plastikowe poddawane recyklingowi – mówi Wioletta Budzałek, Specjalista ds. Organizacji Biura i Marketingu w Polpak.

- Opakowania z tworzyw sztucznych w szerokiej gamie wzorniczej sprawdzą się zarówno w liniach kosmetyków klasycznych, jak i luksusowych. Są idealnym rozwiązaniem dla produktów do demakijażu i pielęgnacji cery; kosmetyków dla ciała typu: balsamy, olejki, mleczka, szampony, żele pod prysznic, płyny do kąpieli i żele do higieny intymnej – dodaje Elwira Borowczak, Specjalista ds. Marketingu w Bech Packaging.

- Opakowania z tworzyw sztucznych są lżejsze, nie tłuką się co jest istotne z punktu widzenia transportu oraz samego użytkowania produktu - akcentuje Anna Piekut, Specjalista ds. Marketingu w Politech.

Producenci zauważają jednak, że rośnie liczba konsumentów gotowych zapłacić więcej za produkty w ekologicznych opakowaniach, oparte na włóknach odnawialnych np. szklanych. - Zastosowanie opakowań szklanych jest bardzo szerokie. Pewnych kosmetyków nie możemy zapakować w tworzywo sztuczne. Dla nadania produktowi prestiżu lub podkreślenia charakteru produktu ekologicznego wybieramy szkło coraz częściej kojarzące się ze zdrowym stylem życia. Jest substancją całkowicie nieprzepuszczalną i nierozpuszczalną w żadnym środku chemicznym - oznacza to, że nie przepuszcza z otoczenia żadnych substancji do produktu, nie wchodzi w reakcję z produktem, a także z otoczeniem – podkreśla Monika Kosmala-Sójka, Kierownik Działu Sprzedaży i Marketingu w Heinz Glas.

Nowe możliwości tworzyw sztucznych

Producenci opakowań produktów kosmetycznych szukają ciekawych rozwiązań i stawiają na innowacje materiałowe, które przyciągną oko klienta wśród mnogości produktów na półce. Sposobem na połączenie trwałości plastiku i prestiżu szkła są tworzywa imitujące szkło.

- W przemyśle perfumeryjno-kosmetycznym na uwagę zasługuje polipropylen PP, który przeważa w produkcji opakowań kosmetyki pielęgnacyjnej oraz Surlyn, z którego wytwarza się nasadki i pierścienie do butelek, słoiki i pojemniki, w tym 3D, a nawet butelki do perfum i tuby. Opakowania perfum, wód toaletowych to zazwyczaj połączenie różnych materiałów, (np. butelka – szkło, nasadka/pierścienie – tworzywo sztuczne, opakowanie zewnętrzne – karton). Dodatkowo są one zdobione przy użyciu różnych technologii – wyjąśnia Anna Piekut.

Jedną z nowych propozycji opakowań, zwłaszcza dla kosmetyków luksusowych o często wymyślnych kształtach, które są tzw. produktami wymagającymi, są opakowania grubościennne, łączące doskonałą przezroczystość z grubością zwykle możliwą tylko w przypadku szkła. - Użycie takich surowców otwiera produkcję opakowań bardzo wysokiej jakości do różnych zastosowań w branży kosmetycznej, jak i perfumeryjnej. Technologia dwuwarstwowa daje możliwości produkcyjne dostępne do tej pory tylko dla szkła. Kolejną zaletą opakowań grubościennych to waga, która jest znacznie niższa od szklanych opakowań. PET to tworzywo nietłukące, co znacznie ułatwia magazynowanie oraz transport – mówi Magdalena Kaczmarek, Deputy Manager w Masterchem.

Idealne opakowanie kosmetyczne?

Warto zadać pytanie – jakie są najważniejsze cechy, które powinny posiadać opakowania kosmetyków? Kluczowych właściwości opakowań, odgrywających niebagatelną rolę w budowaniu opinii o marce i jej produktach jest sporo. - Mają być bezpieczne dla produktu, zachowując 100 proc. jego właściwości, funkcjonalne, higieniczne i proste w obsłudze, a dodatkowo powinny estetycznie i luksusowo wyglądać. Można pomyśleć, że spełnienie wszystkich tych wymogów jest trudne do osiągnięcia, jednakże rynek opakowaniowy doskonale radzi sobie nie tylko z tym wyzwaniem, ale oferuje ponadto opakowania które mają dodatkowe zalety, jak chociażby możliwość poddawania ich recyklingowi – zaznacza Wioletta Budzałek. Czy istnieje zatem opakowanie idealne? Zdaniem Iwony Jadanowskiej, Koordynator Marketingu w Dekorglass, odpowiedź jest jednoznaczna: NIE. - Każda marka do takiego zmierza, każde nowe działanie przybliża je do takiego efektu, jednak jest to proces ciągły, zmienny. Uwzględniane jest to ogólnymi trendami na rynku, charakterem klienta, jego upodobaniami, jakością dekoracji, okresem sprzedaży. Jedno jest pewne opakowanie musi nieść przekaz i utożsamiać się z filozofią i polityką marki. Każda próba zakłamania, zostanie bardzo szybko wychwycona przez konsumenta – zauważa Jadanowska.

Świadomy design projektuje skuteczne opakowania

W erze rosnącej konkurencji i zalewie towarów z branży kosmetyczno-pielęgnacyjnej rośnie znaczenie funkcji marketingowych opakowania, produkt musi wyglądać niepowtarzalnie

i budzić pozytywne skojarzenia. Trudno jednak wskazać, jaki jest najbardziej odpowiedni. - Z pewnością zaskakujące rozwiązania przykuwają uwagę konsumenta, a to ważne, bo „kupujemy oczami”, a opakowanie to pierwsze co zauważamy. Ma tu znaczenie kształt, wielkość i kolorystyka użyta w projekcie. Niestety, czasami wyobraźnia designera musi zostać utemperowana możliwościami technologicznymi wykonania i o tym –zwłaszcza w procesie produkcji szkła należy pamiętać – mówi Monika Kosmala-Sójka. Zdaniem Anny Piekut, trendy w designie wynikają ze zjawisk zachodzących w otoczeniu oraz trendów wzorniczych. - W dobie wzrostu świadomości ekologicznej społeczeństwa na sile zyskuje trend eko-opakowań. W zakresie wzornictwa obserwujemy trendy minimalistyczne, geometryczne, zabawę fakturą i kolorem, budowanie historii (opowieść), personalizację produktu. Trendy eko dla wielu marek stają się nadrzędne i narzucają estetykę i styl opakowania. Podobne spojrzenie na aktualne trendy we wzornictwie opakowań kosmetycznych ma Wioletta Budzałek. - Odchodzi się od mocnych, krzykliwych barw na rzecz subtelnych kolorów połączonych z odcieniami bieli oraz elementami złotych czy srebrnych odcieni. Taki wygląd budzi zaufanie klienta, wywołując w nim poczucie estetyki i higienicznej czystości kupowanego produktu, wplatając dodatkowo, za sprawą odcieni złota i srebra niepowtarzalny powiew luksusu.

Nowe techniki dekorowania i uszlachetniania

Ciekawie rysuje się przyszłość w dziedzinie uszlachetniania i dekorowania opakowań kosmetycznych. Projektanci mogą popuścić wodze fantazji. Firmy produkujące zarówno



FOT. POLITECH, BUTELKI: ANGEL I STELLA



FOT. POLPAK, GR 202A - AIRLESS



FOT. WYROBY Z OFERTY STANDARDOWEJ HEINZ GLAS & HEINZ PLASTICS. VISUALMEDIAGROUP



FOT. BECH PACKAGING