



Treści udostępnione



Ekologicznie odpowiedzialne pakowanie przemysłane na nowo

BEAUTY PACKAGING

Źródło: Beauty Packaging — 29.04.2015

http://www.beautypackaging.com/issues/2015-04-01/view_features/rethinking-eco-responsible-packaging/

Wiele marek z branży urody oczekuje od dostawców ekoptymalnych opakowań i bardziej zrównoważonego ekologicznie postępowania.

Niemal codziennie do mojej skrzynki pocztowej trafiają wiadomości o opakowaniach artykułów do pielęgnacji urody lub praktykach świadczących o poczuciu odpowiedzialności za środowisko. Te komunikaty o postępach w naszej branży pochodzą od dostawców, właścicieli marek i organizacji z całego świata.

Zasadniczym motywem dla wielu takich rynkowych premier opakowań oraz modernizacji zakładów bądź procesów jest popyt konsumencki. Regularnie uczestniczę w różnych wydarzeniach, podczas których często słyszę o szczególnym wpływie pokoleń dobrobytu, a zwłaszcza tych z generacji Z. Są to grupy zdeterminowane i wpływowe, które podejmując decyzje zakupowe, kierują się niezmiennymi wartościami. Czytają etykiety uważniej i oczekują większej przejrzystości w przypadku produktów, za które płacą. Mają coraz większą świadomość w zakresie kupowanej żywności oraz produktów, które aplikują na swoją skórę i włosy; nie jest im również obojętna kondycja planety — zastanawiają się nad swoimi zwyczajami i zmieniają je. Te same czynniki często wchodzą w grę także przy wyborze produktów przez osoby należące do powojennego wyżu demograficznego.

Efektywność kosztowa w całym łańcuchu dostaw pozostaje kluczowym bodźcem dla marek wszędzie poszukujących możliwości wprowadzenia proekologicznych rozwiązań — od materiałów po procesy produkcji.

Trendy na rzecz proekologicznego pakowania

Anne Bedarf, Senior Manager w Sustainable Packaging Coalition (SPC) — grupy przemysłowej zaangażowanej w solidniejszą ekologicznie wizję pakowania — mówi, że na ogół trendy w dziedzinie ekologiczności opakowań są z reguły takie same we wszystkich sektorach, m.in. w sektorze urody. Obejmują one: wykorzystywanie surowców w sposób nienaruszający równowagi w przyrodzie, czyli np. certyfikację produktów pochodzenia leśnego czy stosowanie biopolimerów; optymalizację zużycia materiałów, czyli np. redukcję źródeł emisji zanieczyszczeń i zmniejszanie mas; opracowywanie produktów pod kątem recyklingu i kompostowania; etykietowanie sprzyjające recyklingowi. Istnieje również nacisk na eliminowanie toksyczności zarówno produktów, jak i opakowań.

Anne Bedarf stwierdza, że zasadniczo istnieje większy popyt na opakowania i praktyki służące ekologii, „jakkolwiek zauważa się, że ostatnio zwolnił”.

Uważa, że firmy dostrzegają długofalowe korzyści, takie jak prężność, obniżenie ryzyka, adekwatność dostaw oraz renoma marki. Wyjaśnia, że ekologicznie odpowiedzialne pakowanie „stało się standardową praktyką w zakresie włączania idei zrównoważonego rozwoju do korporacyjnych procesów decyzyjnych”. „Dużo uwagi poświęcono wskaźnikom, pomiarom i celom, ale podjęcia następnych działań na podstawie tych wskaźników nie można zbyt szybko się spodziewać. Skala współpracy w branży jest dużo większa na etapie przedkonkurencyjnym”.

Z kolei po stronie konsumentów, jak wyjaśnia Bedarf, oczekiwania skupiają się głównie na zdatności do recyklingu, ale liczy się także brak szkodliwości materiałów dla zdrowia.

Zwraca jednak uwagę na to, że nadal nie ma dziś opakowania, które byłoby uznawane za „zrównoważone ekologicznie”; niemniej cechy i inne wskaźniki — takie jak zawartość materiałów z recyklingu lub procent wytworzenia z zastosowaniem energii ze źródeł odnawialnych — wykorzystuje się razem do realizacji korporacyjnych celów w zakresie zrównoważonego rozwoju. Jak wyjaśnia, może zatem ktoś powiedzieć, że dana „marka stosuje opakowanie proekologiczne w ilości X procent”.

Niekiedy przeszkodę na ostatniej drodze niektórych produktów stanowi niedostateczna liczba zakładów recyklingu oraz brak wiedzy, dlatego Bedarf sugeruje, aby konsumenci zaczęli szukać na produktach m.in. takich marek, jak Aveda i Target, etykiet How2Recycle opracowanych przez SPC.

Ogólne trendy

Drewno używane do produkcji wyrafinowanych kosmetycznych kroplomierzy firmy Virospacek pochodzi z certyfikowanych przez PEFC lasów, których gospodarka prowadzona jest w sposób zrównoważony. Reszta komponentów podlega recyklingowi, przy czym materiały komponentów plastikowych częściowo pochodzą z recyklingu.

Odpowiedzialność za osiągnięcie celów dotyczących pakowania odpowiedzialnego ekologicznie w dużej mierze spada na dostawców tej branży. W ubiegłym roku pojawił się szereg otwartych apeli ze strony marek z branży urody kierowanych do dostawców, aby skontaktowali się z nimi, jeśli mogą zaoferować rozwiązania na rzecz odpowiedzialnego ekologicznie pakowania, takie jak większa zawartość surowców wtórnych (PCR), biodegradowalne butelki, nowatorskie rozwiązania produkcyjne itp. Jednocześnie pewne środki, które wydawały się stanowić rozwiązanie, okazały się nieefektywne. Kilku dostawców i kilka marek, z którymi rozmawialiśmy, porzuciło na przykład strategię polegającą na zmniejszaniu masy opakowania, ponieważ zdarzało się, że wskutek takiego zabiegu produkt był gorzej chroniony i mniej atrakcyjnie wyglądał na sklepowej półce.

Ponieważ ciągle eksperymentuje się z opakowaniami i tworzy zadowalające rozwiązania, jest to pasjonujący czas innowacji w branży urody.

W poprzedzających napisanie tego artykułu rozmowach z licznymi dostawcami, markami oraz agencjami nakreśliśmy kilka aktualnych trendów.

Jedni odnoszą, zdaje się, ogólne wrażenie, że kwestie ochrony środowiska w odniesieniu do pakowania darzone są obecnie większym zainteresowaniem wśród narodów zachodnioeuropejskich, gdzie podejście proekologiczne jest powszechniej uznawane za społecznie pozytywne oraz gdzie istnieje również więcej stosownych norm. Jak można się spodziewać, wiele marek/produktów oferujących „opakowania proekologiczne” to te, które mają „naturalne” DNA. Lista cały czas się jednak wydłuża — niezależnie od tego, czy marki są duże czy małe, globalne czy lokalne, wiele z nich odnosi korzyść dzięki innowacyjności dostawcy jak w opisanym tutaj przypadku.