

Trendy innowacyjne w opakowaniach produktów kosmetycznych

dr Magdalena Ankiel-Homa



UNIwersytet Ekonomiczny
w POZNANIU



Przybliżenie problematyki:

1. Ukazanie kierunków rozwoju innowacji opakowaniowych w branży kosmetycznej
2. Prezentacja postaw konsumentów wobec innowacji opakowaniowych w branży kosmetycznej



Dlaczego problematyka opakowanie kosmetyków jest istotne ?

- jest inherentnie związane z produktem kosmetycznym
- jest „niemym sprzedawcą” w sklepach samoobsługowych (3 sekundy prawdy)
- kreuje wizerunek marki/produktu/producenta
- chroni, ułatwia transport, informuje, promuje



Idealne opakowanie kosmetyku z punktu widzenia konsumenta:

- atrakcyjne wizualnie
- funkcjonalne / użyteczne
- bezpieczne
- czytelne (informacje na opakowaniu)
- tanie / nie wpływające radykalnie na cenę produktu
- przyjazne środowisku



Czym jest innowacja opakowaniowa?

zupełnie nowe (oryginalne) lub też zmodyfikowane opakowanie będące nowością z punktu widzenia podmiotu wprowadzającego je na rynek oraz uznane przez konsumenta jako nowe.



UNIWERSYTET EKONOMICZNY
W POZNANIU



Trendy warunkujące rozwój innowacji opakowaniowych w branży kosmetycznej:

1. prawne
2. technologiczne
3. społeczno-kulturowe (trendy konsumenckie)
4. ekologiczne



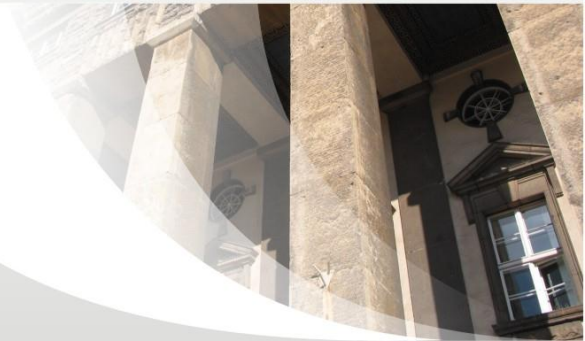
Zakresy innowacji opakowaniowych w branży kosmetycznej:

1. Innowacje materiałowe
2. Innowacje technologiczne
3. Innowacje w znakowaniu
4. Innowacje konstrukcyjno – graficzne
(marketingowe)



1. Innowacje materiałowe w opakowaniach produktów kosmetycznych:

- opakowania w nurcie bio
- materiały o podwyższonej barierowości wobec czynników zewnętrznych
- opakowania z nanokompozytami



Opakowania w nurcie bio

- Materiały hydro - biodegradowalne na bazie biosurowców (np. celulozy) przeznaczone do odzysku przez kompostowanie i biodegradację
- Materiały oksy – biodegradowalne na bazie tradycyjnych surowców przeznaczone do odzysku przez recykling
- Materiały produkowane z biosurowców



Opakowania bio - przykłady

Włoska firma **Leoplast** produkuje opakowania kosmetyków wykonane całkowicie z naturalnego materiału - **polilaktydu** (biopolimer Ingeo)



Opakowania bio - przykłady

- **M&H Plastics** oferuje tworzywowe komponenty, które degradują w ciągu ok. 5 lat
- Produkuje również 100% biodegradowalne etykiety



W Polsce... COTY

- **COTY** wprowadza w Polsce opakowania oksybiodegradowalne dla swoich produktów.
- opakowanie zawiera specjalny dodatek przyspieszający jego degradację, a z drugiej strony wciąż umożliwiając poddanie go recyklingowi.



... i Procter&Gamble

- Opakowania wykonane z polimerów niebiodegradowalnych na bazie surowców odnawialnych

2011 r.



Co na to konsumenci?

- pozytywny stosunek do materiałów ekologicznych
- preferencja w stosunku do tradycyjnych tworzyw pod warunkiem, iż CENA KOSMETYKU NIE WZROŚNIE
- 10% konsumentów gotowa jest zapłacić wyższą cenę za ekologiczne atrybuty opakowań

Opakowania z nanokompozytami

Nanokompozyty pozwalają na uzyskanie takich właściwości opakowań jak:
odporność na ogień, lepsze właściwości mechaniczne oraz wyższa barierowość wobec czynników zewnętrznych



Opakowania z nanokompozytami - przykłady

- trwają badania nad wykorzystaniem nanosrebra do modyfikacji właściwości tradycyjnych tworzyw opakowaniowych
- wysoka barierowość wobec drobnoustrojów
- mniej konserwantów w kosmetyku

Co na to konsumenci?

- postawy konsumentów wobec produktów nano są pozytywne, ale generalnie NIE SĄ SILNE ani nie są OPARTE NA WIEDZY
- istnieją merytoryczne obawy wobec nanotechnologii, które konsumenci uznają za zasadne
- opakowania znajdują się w środku „skali wrażliwości” konsumentów wobec produktów nano

2. Innowacje technologiczne w branży kosmetycznej

- opakowania inteligentne
- sprytne systemy dozujące
- sprytne zamknięcia



Opakowania inteligentne

Ułatwiają komunikację w całym łańcuchu dostaw i zapewniają bezpieczeństwo produktu. Systemy te występują na ogół w postaci etykiet inteligentnych umieszczonych wewnątrz lub na zewnątrz opakowania.



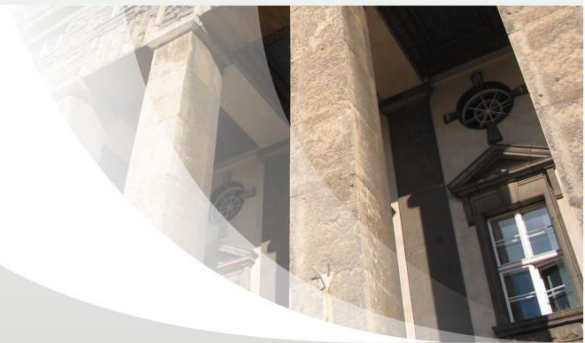
Opakowania inteligentne – przykłady

- opakowania aktywnie komunikujące się z konsumentem
- wskazują na maksymalny czas stosowania produktu po otwarciu
- kosmetyki kolorowe



Sprytne systemy dozujące i zamknięcia

- większa użyteczność i funkcjonalność opakowania
- lepsza ochrona produktu
- większe walory komunikacyjne opakowania



Sprytne systemy dozujące i zamknięcia w branży kosmetycznej – przykłady

- tuba w tubie ze stałym dozownikiem
- umożliwia łączenie dwóch aktywnych składników dopiero w momencie użytkowania
- pasty do zębów, mleczka brązujące, kremy wygładzające



Sprytne systemy dozujące i zamknięcia w branży kosmetycznej – przykłady

- opakowania jonizujące
- umożliwiają efektywne i bezpieczne nakładanie kosmetyków z wykorzystaniem niskoenergetycznych ładunków elektrycznych
- kremy do twarzy



Sprytne systemy dozujące i zamknięcia w branży kosmetycznej – przykłady

- opakowania z wbudowanym oświetleniem
(światło LED)
- podkład pod puder, tusze do rzęs, pomadki



Sprytne systemy dozujące i zamknięcia w branży kosmetycznej – przykłady

- opakowania samochłodzące
- umożliwiają kontrolowane schładzanie produktu w ciągu paru minut
- kremy do twarzy



Sprytne systemy dozujące i zamknięcia w branży kosmetycznej – przykłady

- zamknięcia eliminujące potrzebę stosowania konserwantów w kosmetyku
- zamknięcia flip-top
- kremy do twarzy



Co na to konsumenci?

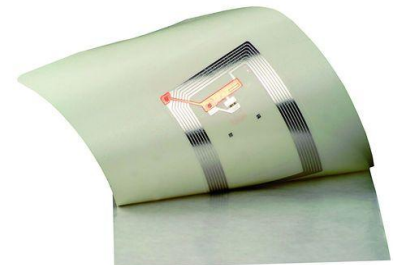
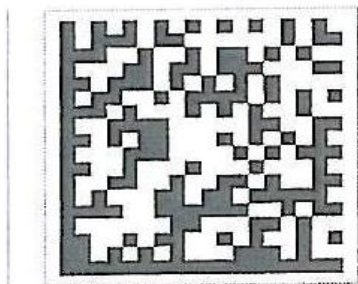
- pozytywna postawa wobec innowacyjnych rozwiązań
- brak obaw przed kupowaniem / stosowaniem kosmetyku
- wątpliwości dotyczą ceny, niezawodności opakowania oraz możliwości zużycia całości produktu





3. Innowacje w znakowaniu opakowań

- kody kreskowe (kody dwuwymiarowe DATAMATRIX, kody GS1 DataBar)
- system RFID (chipy – radiowe kody kreskowe)
- inne znaki graficzne (piktogramy)



4. Innowacje konstrukcyjno – graficzne w opakowaniach kosmetyków

- najbardziej obszerny zakres innowacji,
- użyteczność, funkcjonalność,
mobilność, ergonomiczność, zgodność z
trendami w zakresie wzornictwa
przemysłowego



Innowacje marketingowe w opakowaniach kosmetyków:

wartość dodana do produktu



Innowacje marketingowe w opakowaniach kosmetyków:

wygoda użytkowania produktu



Innowacje marketingowe w opakowaniach kosmetyków:

piękno...



Bariery rozwoju innowacji

opakowaniowych:

- bariery technologiczne
- wysokie koszty
- niska świadomość ekologiczna społeczeństwa
- silny tradycjonalizm

