



Projektowanie procesu pakowania w oparciu o ideę **zero waste**

mgr inż. Anna Pawlak
Specjalista ds. marketingu/e-commerce
Rbeco Sp. z o.o.

RBECO



Z roku na rok udział polskiej branży e-commerce w ogólnej sprzedaży produktów i usług rośnie. Związane jest to przede wszystkim z wprowadzanymi restrykcjami podczas pandemii Covid-19. Ograniczenia w zakresie handlu stacjonarnego uświadomiły przedsiębiorcom, jak ważne jest posiadanie dodatkowego – Internetowego kanału sprzedaży. W niektórych branżach stał on się jedyną formą oferowania produktów i kontaktu z klientem.

Niezależnie od tego jaką formę sprzedaży weźmiemy pod uwagę – zakupy w sklepie stacjonarnym czy on-line – w każdym przypadku występuje proces pakowania. Z definicji jaką proponuje nam Marian Feldman wynika, że głównym celem tego procesu jest zabezpieczenie produktu przed negatywnym wpływem czynników fizycznych oraz chemicznych^I. Elementem występującym zarówno na wejściu, jak i na wyjściu tego procesu jest opakowanie.

W sprzedaży pośredniej proces pakowania jest dużo bardziej złożony ze względu na konieczność użycia wielu komponentów do zabezpieczania przesyłki, jednocześnie przy tym generowana jest większa ilość odpadów, co jest niemałym problemem dla środowiska. Rozwiązaniem jest dobór odpowiednich komponentów, które nie tylko spełnią swoje główne funkcje, ale również będą wykonane z materiałów, umożliwiających ich wielokrotne wykorzystanie.

Jakie cechy powinno mieć dobrze zaprojektowane opakowanie?

Obecnie każdy, kto stoi przed wyzwaniem zaprojektowania procesu pakowania bierze pod uwagę nie tylko optymalizację kosztów

samego procesu, ale także dobro naszej planety. Uwarunkowane jest to nie tylko wprowadzanymi w życie nowymi dyrektywami z zakresu ochrony środowiska, ale również wzrastającą świadomością konsumentów na temat ekologii.

Na pytanie, jakie cechy powinno posiadać dobrze zaprojektowane opakowanie odpowiemy na podstawie branży kosmetycznej.

Przed wszystkim, priorytet do spełnienia wszystkich podstawowych funkcji, do których należą ochrona produktów przed uszkodzeniem, funkcja informacyjna, manipulacyjna oraz recyklingowa.

W branży kosmetycznej, gdzie produkty znajdują się w różnego rodzaju szklanych słoiczkach, buteleczkach, fiolkach spełnienie podstawowych wymagań z zakresu ochrony produktu jest niezwykle istotne. W momencie kiedy do klienta zostaje dostarczone zamówienie z uszkodzonym produktem stanowi to nie tylko koszt dla przedsiębiorstwa, co więcej taka sytuacja może być przyczyną niepochlebnych opinii klientów.



Jeżeli chodzi o opakowania jednostkowe oraz zbiorowe w przedsiębiorstwach branży kosmetycznej, powinny one również zawierać informacje dotyczące: rodzaju produktu, jego składu, ostrzeżeń, daty produkcji i trwałości, numerów partii kosmetyków, pojemności produktów, pełnych danych firmy oraz symbolu PAO^{II}.

Na każdym etapie produkcji, magazynowania oraz transportu opakowanie powinno być podatne na czynności manipulacyjne, do których należą układanie, piętrowanie, składowanie.

Ostatnią funkcją wymaganą w opakowaniu jest funkcja recyklingowa, regulująca żywotność opakowań. Ma na celu zachęcać przedsiębiorstwa do wdrożenia obiegu zamkniętego w zakresie komponentów do pakowania oraz wyboru ekologicznych rozwiązań.

Obserwując aktualne trendy na rynku opakowań producenci oferują rozwiązania, które spełniają nie tylko podstawowe wymagania oraz unijne zarządzenia w zakresie ochrony środowiska, ale stanowią doskonałe narzędzie marketingowe. Dobrze zaprojektowane opakowanie to nie tylko innowacyjne rozwiązanie i nietuzinkowy design, ale przede wszystkim połączenie cech takich jak – funkcjonalność, wytrzymałość i ekologiczność.

Idea zero waste, a komponenty do pakowania

Głównym celem idei zero waste w samym procesie pakowania, a także komponentach jest minimalizacja ilości generowanych odpadów poprzez poszukiwanie sposobów na ich ponowne wykorzystanie lub odzyskanie. Takie działanie pozwala na ograniczenie ich negatywnego wpływu na cały ekosystem lądowy, wodny oraz powietrzny^{III}.

Już na etapie projektowania opakowań w oparciu o ideę zero waste musi być wzięty pod uwagę kluczowy aspekt – materiał z jakiego jest wykonane. Materiał powinien posiadać odpowiednią wytrzymałość, tak aby na przykład pudełko mogło zostać wykorzystane wielokrotnie. Dobór surowca do wykonania opakowania zależy od jego rodzaju, czy jest to opakowanie jednostkowe, zbiorcze lub transportowe.

Wielu producentów kosmetyków w przypadku opakowań jednostkowych, które mają bezpośredni kontakt z produktami takimi jak kremy, sera, mydła, decyduje się na opakowania szklane. Faktem jest, że wymagają dużo większej ochrony podczas transportu i czynności manipulacyjnych niż opakowania plastikowe, ale są dużo bardziej ekologiczne i łatwiejsze w recyklingu. Działają także zachęcająco na konsumentów, którzy „żywąc świadomie” wybierają dobro planety, a ich decyzje zakupowe są podejmowane tak, aby wygenerować jak najmniejszą ilość odpadów.

Wychodząc naprzeciw konsumentom coraz więcej firm kosmetycznych decyduje się na wprowadzanie opakowań typu refill – nadające się do ponownego uzupełniania. Jednym z prekursorów tego typu rozwiązań była polska marka Yope oferując swoim klientom produkty w opakowaniu, które po zużyciu np. mydła można samodzielnie uzupełnić w specjalnych automatach.

Obecnie nawet marki uważane za luksusowe chcą aktywnie wspierać ideę zero waste decydując się na tzw. „refill”. Przykładem może być marka Caudalie, która swoje kremy do twarzy oferuje w szklanych słoiczkach zawierających wymienny wkład z kremem.

Ekologiczne opakowania zbiorcze lub transportowe to najczęściej opakowania z kartonu. Dzięki zastosowaniu podwójnej zrywki jego życie może zostać przedłużone, ponieważ może stać się opakowaniem, w którym klient będzie miał możliwość zwrotu produktów. Takie rozwiązania najczęściej są widoczne w branży odzieżowej, w szczególności wybierają je sieciówki, które wysyłają bardzo dużo paczek i jednocześnie przyjmują bardzo dużo zwrotów. Chcąc zmniejszyć ilość generowanych śmieci, wprowadziły właśnie obieg zamknięty opakowań wysyłkowych. Aktualnie z tego rozwiązania korzystają także duże drogerie internetowe.

Kolejną ciekawą ekologiczną innowacją, która zyskała ogromną popularność wśród klientów z różnych branż jest wypełniacz w postaci wiórek papierowych. Papierowe sprężynki, które występują w różnych kolorach szczelnie wypełniają przestrzeń pudełka zapewniając ochronę podczas transportu, jednocześnie doskonale eksponując produkt.



Podsumowując, aktualny stan środowiska oraz rosnąca świadomość konsumentów z zakresu jego ochrony, rzuciła nowe światło na funkcję recyklingową każdego opakowania.

Biorąc pod uwagę, jaką ilość odpadów generuje sprzedaż internetowa istotne jest wprowadzenie obiegu zamkniętego opakowań, tym samym dając im drugie życie poprzez zastosowanie odpowiednich rozwiązań już na etapie ich projektowania.

W przypadku producentów z branży kosmetycznej, którzy chcą podążać za ekologicznym duchem czasu zmiana składu produktu na naturalny powinna iść w parze ze zmianą w kwestii opakowania. ■

Bibliografia

- I. Feldman M. (1968). Podstawy Opakownictwa, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa
- II. <https://gemini.pl/poradnik/uroda/co-powinno-znalezc-sie-na-etykietach-kosmetykow/>
- III. <https://zero-waste.pl/czym-jest-zero-waste/>
<https://etisoftpackaging.pl/jak-wazne-w-procesie-logistycznym-jest-opakowanie/>
<https://www.bankier.pl/wiadomosc/8-wykwresow-o-polskim-rynku-e-commerce-ktore-warto-zobaczyc-8136159.html>