

Anna Binda

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

Uniwersytet Jagielloński

Recykling i ochrona środowiska - "złote zasady" przy projektowaniu opakowań produktów kosmetycznych.

Kontrowersje, dotyczące opakowań, funkcjonujących na rynku i ochrony środowiska naturalnego są współcześnie na porządku dziennym. Coraz częściej padają krytyczne głosy ze strony różnego rodzaju ruchów ekologicznych, które zarzucają producentom przede wszystkim zużywanie zbyt dużej ilości materiałów do pakowania produktów. Niejednokrotnie wykorzystują oni materiały, które z biologicznego punktu widzenia są nierozkładalne, co z kolei prowadzi do zanieczyszczenia naturalnego środowiska. Wyczerpywanie naturalnych zasobów, zaśmiecanie naturalnego środowiska, zanieczyszczenie rzek, powietrza oraz atmosfery, jak również zagospodarowanie odpadów są zagadnieniami, które w ścisły sposób wiążą się z ochroną środowiska, a zarazem mają istotny wpływ na działalność związaną z opakowaniami.

Współcześnie coraz większy nacisk kładzie się na tzw. recykling, którego głównym zadaniem jest ochrona środowiska naturalnego przed rosnącą liczbą zużytych opakowań [Hales 1999, s.130]. Idea jego funkcjonowania polega na odzyskiwaniu tworzyw, które są cenne do ponownego przetwarzania. Prowadzi to do obniżenia zanieczyszczenia, jak również spadku zużytych surowców.

Niezwykle ważnym elementem, na który coraz większe grono konsumentów zaczyna zwracać uwagę jest znak, mówiący, iż opakowanie jest bezpieczne dla środowiska. Przykład tego typu opakowania stanowi rys. nr 1.

Rysunek 1 Opakowanie balsamu do ust



Źródło: <http://mojakosmetykomania.blogspot.com/2010/11/bzzzzzzzzzzz.html>

Wyraźnie zostało ono oznaczone jako ekologicznie, wytworzone zgodnie z wymogami środowiska. Opakowania tego typu produktów są z reguły prostsze w wyrazie i często wykorzystują jeden kolor zadruku. Wydawać by się mogło, że postawione na półce obok kolorowych kartonów i pudełek pozostaną niezauważone. Nic bardziej mylnego. Po pierwsze, na tle ferii barw z większą siłą przyciągają uwagę, po drugie przekazują jasną informację: „powstałe zgodnie z naturą”. *Proste opakowanie staje się więc symbolem tego, co kryje w sobie* [cyt. za Stewart 2009, s.21].

Niestety znaczna część producentów w dalszym ciągu uważa, że im większe opakowanie, tym większa skuteczność jego funkcji promocyjnej. Co więcej w dalszym ciągu wykorzystują oni do opakowania produktów tworzyw sztucznych, które mają niezwykle negatywny wpływ na środowisko, atmosferę, jak również zdrowie człowieka. Zaliczane są one do materiałów, które trudno się rozkładają. Co więcej proces ich produkcji powoduje, że w atmosferze pojawia się wiele szkodliwych substancji, takich jak np. siarka, azot, freony i inne niebezpieczne pierwiastki [Dz.U. Nr 63/2001, poz.638 ze zm.]. Negatywny wpływ na ludzki organizm, to przede wszystkim alergie, jak również stany zapalne.

Projektując opakowania poza wymogami prawa, etyki trzeba mieć również na uwadze te, które związane są z ekologią. Coraz więcej konsumentów zaczyna bowiem poszukiwać opakowań, które poza tym, że będą atrakcyjne, innowacyjne, funkcjonalne, będą również bezpieczne i zgodne z wymaganiami, jakie stawia ekologia. Zauważają oni, że codzienne

śmieci, to nic innego, jak opakowania, które muszą znaleźć się w koszu, gdyż nie można ich w żaden sposób przetworzyć. Co za tym idzie nie dziwi nas już współcześnie widok osób, które odmawiają zapakowania swoich zakupów w foliowe reklamówki. Są oni świadomi, że jeżeli sami nie podejmą działań, to same ruchy ekologiczne nic nie zrobią. Sami bowiem nie są w stanie zadbać o środowisko, w którym żyjemy. Producenci określonych produktów starają się sprostać oczekiwaniom konsumentów, jak również prowadzić działalność zgodną z wymogami, jakie narzucają ruchy ekologiczne. W związku z tym coraz więcej na naszym rynku pojawia się opakowań biodegradowalnych, jak również wielokrotnego użytku. Można zauważyć, że historia zatoczyła koło, gdyż, to co kiedyś było uznawane za passe, współcześnie staje się trendy. A mowa jest o szarych torbach, które w okresie PRL były zniechęcane przez obywateli, a współcześnie stają się wyróżnikiem nowoczesnego, ekologicznego podejścia. Foliowe reklamówki, choć jak byłyby kolorowe i ciekawe poza tym, że zwracają uwagę nie są używane przez większość konsumentów.

Producenci z branży kosmetycznej poszukują naturalnych materiałów, z których mogłyby zostać wykonane jednostkowe opakowanie. Ich pomysły są niezwykle innowacyjne. Na rynku możemy już spotkać opakowania z juty, czy też kauczukowe, które są materiałami przyjaznymi dla środowiska. Co więcej osiągają dzięki temu efekt, jakim jest przykucie uwagi konsumenta i nakłonienie go jednocześnie do zakupu.

Rysunek 2 Opakowanie z juty



Źródło: http://blog.cedrynek.pl/kosmetyki_naturalne_pomys%C5%82_na_prezent

Na rys. nr 2 zostało przedstawione opakowanie mydła wykonane z naturalnego materiału, jakim jest juta. Poza tym, że jest to materiał przyjazny dla środowiska, to dodatkowo może

być wykorzystany przez nabywcę do innych celów. Spełniony jest zatem warunek funkcjonalności.

Niestety wszelkiego rodzaju modyfikacje w obrębie opakowań związane są z wysokimi kosztami. W związku z tym producenci nie zawsze mogą sobie pozwolić na używanie naturalnych opakowań, które w zestawieniu ze sztucznymi tworzywami są nieproporcjonalnie droższe. Można jednak udoskonalać opakowania, nie ponosząc przy tym wysokich kosztów. Przykładem jest firma Unilever, która stara się usuwać z opakowań PVC, czyli tzw. polichlorek winylu. Z ekologicznego punktu widzenia tworzywo to oceniane jest jako negatywne. Przede wszystkim wynika to z faktu, że jego recykling jest nierealny [Cichoń 1996, s.186]. Niestety jest tworzywem niemożliwym do zastąpienia w opakowaniach typu „blister-pak”, które stosuje się do pakowania tabletek farmaceutycznych. Jego zaletą jest przede wszystkim to, że jest tworzywem tanim i możliwym do różnorodnego zastosowania. W związku z tym jest często wykorzystywanym materiałem do opakowań. Wspomniana firma Unilever ogranicza również zużywanie materiałów do opakowania produktów oraz ilość laminatu, służącą do produkcji owych opakowań [Bochner 2010, Dok.elekt.].

Znaczna część producentów proszków do prania (m.in. proszku Dosia, Bonux), chcąc sprostać wymogom, jakie narzuca ekologia postanowiła ograniczyć zużycie szkodliwego dla środowiska laminatu do produkcji opakowań. Co więcej pojawiają się proszki, które pakowane są w torby o 6 cm. mniejsze, które choć zawierają mniejszą ilość proszku, to produkt jest bardziej wydajny, dzięki czemu wystarcza nam na dłużej. System Euro Compact pozwala na użycie aż 1/3 mniej proszku do jednego prania. Warto również zwrócić uwagę na to, że materiały, które się wykorzystuje w dużej mierze pochodzą z odnawialnych źródeł. Innym przykładem jest marka dr Irena Eris, która wykorzystuje do opakowania produktów materiały w pełni ekologiczne.

Rysunek 3 Ekologiczne opakowanie zgodne ze standardem REACH



Źródło: <http://torebka.kafeteria.pl/index.php?mode=list&cat=79>

Jak widać na rys. 3, marka postanowiła stworzyć tzw. serię The Highest Technology Inside Ecology. Zostały w niej użyte, jak już wcześniej wspomniano ekologiczne opakowania, które są zgodne ze standardem REACH, gwarantującym ochronę zdrowia ludzkiego, jak również środowiska. Co więcej wykorzystano papier, który jest łatwo biodegradowalny oraz zastosowano zabieg, polegający na zredukowaniu do minimum opakowania [Bochner 2010, Dok.elekt.]. Powyżej przedstawiony krem umieszczony został w słoiku, który wykonany jest z jednorodnego tworzywa, dzięki czemu może zostać w łatwy sposób poddany recyklingowi. Należy również zauważyć, że nie ma na nim zbyt wielu zdobień. Ma to swoje uzasadnienie. Zbyt duża ilość kolorystyki i różnego rodzaju zdobień sprawia bowiem, że opakowanie jest obciążeniem dla biodegradacji.

Posunięcia, które w produkcji zostały zastosowane przez markę dr Irena Eris powinny stać się wzorem do naśladowania dla innych producentów. Jest to bowiem najlepsza droga do ograniczenia zanieczyszczenia środowiska naturalnego. Również producenci perfum wprowadzają opakowania, które nadają się do wielokrotnego użytku, dzięki czemu, gdy kończą się nasze ulubione perfumy nie wyrzucamy opakowania do kosza, tylko wykorzystujemy go do innych celów. Przykładem jest producent perfum Kenzo.

Rysunek 4 Opakowanie wielokrotnego użytku



Źródło: <http://www.magiaperfum.com/?321,kenzo-flower-essentielle-75ml>

Marka Kenzo stworzyła flakon, który nadaje się do wielokrotnego użytku, w momencie, gdy skończą się perfumy. Jest zatem niezwykle funkcjonalny. Możemy go wykorzystać m.in. jako flakon na kwiaty, bądź napełnić innymi perfumami lub innym płynem. Pomysłów jednym słowem jest mnóstwo.

Odnosząc się do powyższych przykładów można wysnuć pozytywny wniosek, mówiący, że zarówno recykling, jak również innowacyjne sposoby projektowania opakowań, które będą nastawione na ochronę środowiska upowszechnią się, dzięki czemu w skuteczny i efektywny sposób przyczynią się do ochrony naturalnego środowiska. Już można zauważyć, że producenci idą z „duchem czasu”, bowiem na sklepowych półkach pojawia się coraz więcej produktów pięknie opakowanych w materiały naturalnych surowców. Możemy zatem prognozować, że choć teraz są one czymś innowacyjnym i postrzeganym jako oryginalne, to za kilka lat staną się czymś normalnym i powszechnym. Z kolei marnotrawstwo, które jeszcze do niedawna było wyróżnikiem kultury konsumpcyjnej, jak również niskiej kultury ekologicznej stanie się już przeszłością. Większość z nas może to potraktować jako utopię, działania, które nie mają szans rozpowszechnić się na większą skalę. Myślenie to oczywiście jest uzasadnione, bowiem gdy spojrzymy na statystyki, to nasuwa nam się tylko jeden wniosek, mówiący, że niestety, ale jesteśmy skazani na klęskę ekologiczną i jeszcze większe zanieczyszczenie środowiska, aniżeli notuje się obecnie. Jak wynika z raportu, który został zamieszczony w Krajowym Planie Gospodarki Odpadami ilość odpadów, jaka została

wytworzona w Polsce w 2004 roku wyniosła 3,4 mln. ton, w 2010 roku liczba ta diametralnie wzrosła do 5 mln. ton [*Odpady opakowaniowe 2010*, Dok.elekt.]. W 2014 roku przewiduje się wzrost do ok. 5,2 mln. ton, a w 2018 r. do prawie 5,4 mln. ton. Podane liczby nie wróżą niestety niczego dobrego. Sami producenci nie są w stanie przyczynić się do odbudowy środowiska naturalnego, które jest niezwykle zanieczyszczone. Z drugiej jednak strony można przywołać najnowsze badania, jakie przeprowadził Gemius, z których wynika, że 12 % konsumentów zwraca dużą uwagę na to, czy opakowanie produktu jest ekologiczne [*Ekologiczne produkty w opakowaniach przyjaznych dla środowiska 2012*, Dok.elekt.].

W związku z tym, że ilość odpadów wzrosła w ciągu ostatnich lat, to jednak coraz więcej konsumentów zaczyna mieć świadomość, że powinno dążyć się do ochrony środowiska naturalnego i są jak najbardziej za tym, by ograniczać nadmierne pakowanie produktów. Również producenci są tego świadomi i wychodzą z założenia, że produkcja ekologicznych opakowań może skutecznie przyczynić się do budowania przewagi konkurencyjnej na rynku, jak również dbania o środowisko. Trzeba mieć zatem nadzieje, że tego typu myślenie stanie się za kilka lat powszechne i ludzie uświadomią sobie, że są współtwórcami społeczeństwa opartego na w pełni ekologicznych praktykach.

Literatura:

1. Bochner K. [Dok. elekt.] wiadomoscikosmetyczne.pl (2010).
2. Cichoń M. (1996). *Opakowanie w towaroznawstwie, marketingu i ekologii*. Wrocław: Zakład Narodowy Imienia Ossolińskich.
3. *Ekologiczne produkty w opakowaniach przyjaznych dla środowiska*. [Dok.elekt.] opakowania.com.pl (2012).
4. Hales Colin F. (1999). *Opakowanie jako instrument marketingu*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
5. *Odpady opakowaniowe*. [Dok.elekt.] www.ekoportal.eu (2010).
6. Stewart B. (2009). *Projektowanie opakowań*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
7. Ustawa z 11 maja 2001 r. o opakowaniach i odpadach opakowaniowych (Dz.U. Nr 63/2001, poz.638 ze zm.).

Spis rysunków:

Rysunek 1 Opakowanie balsamu do ust

Rysunek 2 Opakowanie z juty

Rysunek 3 Ekologiczne opakowanie zgodne ze standardem REACH

Rysunek 4 Opakowanie wielokrotnego użytku