



18

PACKAGING
PERFUME Y COSMÉTICO

Intimidad, creatividad e innovación, **todo lo que debe reunir** el *packaging* del presente y del futuro

Tras dos años de pandemia que afectaron considerablemente a la actividad del sector industrial, y al mismo tiempo en que el desarrollo sostenible se colocaba en el centro de todos los objetivos, el sector de *pack & gift* ha sido llamado a reinventarse para responder a las necesidades del mercado con agilidad y reactividad. Cosfibel Group, empresa francesa dedicada al *packaging* de lujo y el *merchandising* y de objetos promocionales a medida, se ha apoyado en dos principales valores para responder con fineza a las necesidades de sus clientes y reafirmarse como líder de la transición en su industria: “*intimacy*” y creatividad, las claves para tener relaciones eficientes con el cliente y una virtuosa innovación.



POR Marie Sermadiras y Marie-Claire Figadère,
CEO DE COSFIBEL GROUP Y DIRECTORA COMERCIAL DE GRUMBE

La tendencia es fuerte y clara: El cliente es parte de la iniciativa de la transformación del mercado.

Estamos lejos del esquema histórico del consumidor pasivo que sigue tendencias. Estamos en la era del “*cliente 2.0*” que dicta las tendencias del mañana según las estimaciones profesionales que sostenga.

En otras palabras, el consumidor final tiene nuevas necesidades (calidad, durabilidad, ligereza, diferentes materiales) y la industria está creando, gracias a ello, un círculo virtuoso de desarrollo e innovación, que se alimenta principalmente de la creciente demanda de productos confiables.

En respuesta a este nuevo modelo, Cosfibel se posiciona, hoy por hoy, como líder en la consolidación y transformación de su mercado. Y enfoca su transformación como una que debe ser pensada para poder seguir cumpliendo con su misión de manera perenne: ayudar a los clientes a crear experiencias de consumo memorables.

El *packaging*, los regalos, las bolsas, los neceseres y los accesorios son medios por los que se transmite la magia del descubrimiento del producto y de la marca. La fuerte demanda en el uso e implementación de procedimientos bajo los estándares de ESR no tiene razón de

ser impedimento en el cumplimiento de esta misión, sino de ser ayuda para consolidarla y perpetuarla.

Con el fin de llevar a cabo su misión, por una parte, y con el fin de responder a las necesarias transformaciones expresadas por los clientes, por otra, en Cosfibel cada proyecto comienza con dos puntos clave :

- “*Intimacy*” (Intimar) con el cliente que esté interesado en trabajar a medida. Cada *pack* y cada regalo debe contar una historia propia: la historia de la marca, su identidad, sus valores, sus compromisos. Es importante entender el compromiso y las necesidades del cliente y de sus



consumidores para crear los *packs & gifts* más pertinentes e inolvidables.

- **La creatividad**, como base de proceso de trabajo, permite sorprender y crear ilusiones: los materiales, el diseño, los sistemas de cierre (...) todos aquellos elementos con los que el equipo de diseño juega son una buena oportunidad para sorprender, innovar, impulsar cambios y crear magia.

A esos dos pilares fundamentales se agrega la seguridad, que garantiza que los proyectos sean llevados a cabo apropiadamente. Además, se dispondrán de los mejores materiales y de las mejores fábricas para acompañar de la mejor manera a los clientes en sus necesidades. Eso es por lo que Cosfibel trabaja con un centenar de fábricas en todo el mundo, pre-auditadas para cumplir

con su criterio de calidad y el de sus clientes. Mantener lazos estrechos con los socios fabricantes, garantiza, además, una comprensión óptima y los mejores intercambios comerciales posibles.

Desde 2012 se ha invertido en conseguir la denominación de Empresa Socialmente Responsable (ESR). Desde entonces, se han multiplicado los esfuerzos y el compromiso en ese sentido y con varias certificaciones, como: socio del programa Global Compact United Nations, certificado por Global Recycled Standard (GRS), por la Global Organic Textile Standard (GOTS), y por la Forest Stewardship Council (FSC). Y también posee la licencia de algodón Fairtrade Max Havelaar desde 2019.

Al haber sido identificado con el estatus Platino del certificado Ecovadis en 2022, Cosfibel ha

recibido un gran reconocimiento por su compromiso, lo que la ha colocado dentro del 1% de las empresas más virtuosas en el tema de desarrollo sostenible, y es que, a través del programa *Cosfibel Actions for Responsible and Ethical Sustainability* (CARES), la compañía se suma solidariamente al aspecto social, indisociable de su preocupación por el medio ambiente.

Por último, y no menos importante, se apuesta mucho por la innovación, lo que va de la mano con el desarrollo de soluciones duraderas y con la intención de responder a las expectativas de los clientes y de los consumidores. Los grandes consorcios están necesitados de innovaciones impactantes para reactivar el dinamismo del *pack & gift*, así que emprender la iniciativa de dicha innovación para darle un valor agregado a sus servicios y

además poder aconsejar mejor y contribuir a la inspiración creativa de los clientes se ha convertido en la tarea de la empresa. Una de las fortalezas más preponderantes de Cosfibel, y un elemento clave de diferenciación de mercado, es la innovación que va encaminada a ser cada vez más relevante en la toma de decisiones de los clientes.

Estos puntos clave (*intimacy*, creatividad, seguridad, ESR, innovación) son los fundamentos que los grandes grupos de cosmética y perfumería esperan de nosotros. Alinear la estrategia con dichos puntos clave, otorgar la capacidad de acompañar tanto a marcas de lujo (Chanel, YSL Beauté, Armani...) como a marcas de parafarmacia (Uriage, SVR), de instituciones (Payot, Esthederm, etc.) o a la gama alta de la perfumería (Paco Rabanne, ...). Además de la extensa área de competencias y la presencia internacional, que permiten adaptar las creaciones a todos los mercados, de China a los EE.UU., pasando por Oriente Medio.

Desde el punto de vista técnico, para garantizar los estándares más altos de Europa, se quiere insistir sobre su oferta, gracias a sus fábricas, ya que son la perfecta ilustración de adaptación de métodos de fabricación para el cumplimiento de las necesidades y deseos de los clientes.

Desde la fábrica de la compañía, Cartec, basada en Bélgica, se produce un RPET 100% europeo con capacidad de responder en la mayor brevedad a las diversas necesidades del sector cosmético y el sector alimenticio. En este segmento de mercado se puede

constatar lo siguiente: las necesidades de los clientes se dirigen cada vez más hacia materiales nuevos que sean concebidos como ecológicos. De lo que se deriva el alza del *premium packaging*: se ha observado que muchos de los pedidos de grandes marcas de consumo han subido de categoría, y se ha podido responder a la demanda gracias a las competencias técnicas y *know-how*, además de la capacidad de producción de Cartec. Una vez más, el cambio en el mercado se hace de la mano de sus clientes y viene de manera ascendente: desde el cliente hacia las marcas, y a sus socios de producción.

Grumbe, una compañía subsidiaria histórica del grupo, es otro destacado ejemplo de la rápida y exigente evolución del mercado: especialistas en plásticos por décadas, se reinventaron en los últimos años alrededor del cartón y de materiales combinados para responder a las necesidades de sus clientes en la industria cosmética, farmacéutica, y perfumería, y asimismo permanecer como principal actor en dichos mercados.

Marie-Claire Figadère, directora comercial de Grumbe, habla de esas transformaciones en el mercado:

“El mundo del packaging pasó de ser un elemento útil para el transporte del producto, a una pieza de marketing y comunicación muy importante. La primera impresión es la que cuenta. Grumbe se enfoca en el desarrollo y la fabricación de soluciones de packaging secundario para la industria cosmética, farmacéutica y perfumería, entre otros sectores. Ayudamos a las empresas a crear el packaging más adecuado para sus productos teniendo en cuenta aspectos como las dimensiones, los acabados, la impresión

y, por supuesto, la optimización de costes. Desarrollamos productos hechos a medida de las necesidades de nuestros clientes.

Fundada en 1960, Grumbe logró posicionarse como líder en el sector del packaging plástico, cuando dicho material estaba en auge. Grumbe emprendió desde 2019 una mutación, impulsada por nuestros clientes, hacia un producto más respetuoso y amigable con el medio ambiente, posicionándose en el mercado con una propuesta multi material incluyendo el cartón, cuyo impacto ambiental está mucho más controlado.

Mientras que el cartón representaba alrededor del 15% de nuestros pedidos en 2019, la empresa decidió invertir todos los recursos posibles en la maquinaria necesaria para acelerar el proceso de transición, así como la obtención de la certificación FSC para garantizarles a nuestros clientes, junto con nuestros proveedores, la trazabilidad del material. Los resultados fueron inmediatos, e ilustran la evolución de la demanda de los clientes: para el 2021 el cartón ya representaba alrededor del 50% de la producción total de Grumbe.

Esta transición se emprendió en respuesta a la fuerte demanda del mercado, emprendida por el sector de la cosmética, y solo ha sido posible gracias al apoyo y acompañamiento de nuestros clientes que emprendieron el reto con nosotros.

Nuestros clientes del sector alimentario también se están orientando cada vez más al desarrollo de soluciones ecológicas duraderas e innovadoras, sin embargo, tienen necesidades diferentes que imponen algunas restricciones técnicas: la visibilidad del producto y la imposibilidad del producto de estar en contacto directo con materiales no alimentarios. En respuesta a estas condiciones, nuestras prácticas han sido igualmente optimizadas: seguimos fabricando soluciones transparentes, ahora en RPET con porcentajes de reciclado de entre 80%-100%” 

5 - 6
OCTUBRE 2022
PABELLÓN 14
IFEMA
MADRID

farmaforum

VIII foro de la industria
farmacéutica, biofarmacéutica
y tecnología de laboratorio

Labforum

CON LAS ÁREAS ESPECIALIZADAS

Health+Researchforum Cosméticaforum Biotechforum Nutraforum Cannabisforum

PATROCINADORES



INFORMACIÓN

+34 91 630 85 91 / +34 672 050 625 info@farmaforum.es farmaforum.es