



08

ESPECIAL
HISPACK

El *packaging* cosmético piensa en verde

La innovación en *packaging* es un elemento fundamental en el sector de la perfumería y cosmética, que suma a sus prioridades dar respuesta a las exigencias de un consumidor más eco-concienciado. Marcas y proveedores apuestan por envases sostenibles, fabricados con materiales reciclables o biodegradables, al tiempo que exploran las opciones de la reutilización.



POR *Xavier Pascual Batalla*, DIRECTOR DE HISPACK 2022

El sector de la perfumería y la cosmética en España es una de las industrias que más invierten en innovación dentro del ámbito del gran consumo, concretamente entre el 3,4% y el 5% de la facturación según un estudio de Stanpa (Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética). Es un

mercado altamente competitivo, con continuos lanzamientos, reformulaciones para mejorar las prestaciones de los productos existentes, y una fuerte necesidad de diferenciación para conquistar a un consumidor más exigente e informado. El *packaging* es, sin duda, clave en la estrategia de ventas de las

marcas cosméticas y concentra una parte importante de la innovación que éstas llevan a cabo.

MÁS SOSTENIBILIDAD

Actualmente, la sostenibilidad es el factor que más está influenciando la innovación en el ámbito de los envases y embalajes. La mayor

concienciación medioambiental de los consumidores y la obligatoria adaptación a un nuevo contexto legislativo, enmarcado en la economía circular, aceleran la marcha hacia un futuro más verde para el *packaging*, también para el cosmético del que se producen más de 120.000 millones de unidades al año, según la consultora The Future Laboratory.

Sin embargo, hay que recordar que no se trata de un nuevo reto. La industria del *packaging* lleva más de una década introduciendo innovaciones en el ámbito de la sostenibilidad, incorporando procesos, prácticas y materiales que minimicen el impacto de su actividad en el entorno. Hoy lo que sí se evidencia es que hay una necesidad de acelerar esa sostenibilidad. Por eso, conceptos como ecodiseño, reducción, reutilización y reciclaje que un sector transversal como el *packaging* ya ponía a disposición de la innovación de las marcas y fabricantes de perfumes, cosméticos, y productos para el cuidado del cabello, asco e higiene personal, ganan protagonismo y son más necesarios que nunca en el nuevo paradigma de la economía circular.

Durante esta crisis sanitaria, el *packaging* ha destacado por su insustituible función como garante de la seguridad, higiene, información y trazabilidad de los productos por encima de cualquier otra consideración. Pero, con el paulatino regreso a la normalidad, la sostenibilidad como reto ineludible para el envase y embalaje vuelve a ganar enteros impulsada por una mayor demanda social. De hecho, un 80% de los consumidores incorpora ya la sostenibilidad en sus



decisiones de compra y seis de cada diez están dispuestos a pagar más por productos y servicios sostenibles, según datos de AECOC.

NUEVO MARCO LEGISLATIVO

Paralelamente la llegada de diversas novedades legislativas, a nivel europeo, estatal y autonómico, plantea cambios que afectan de lleno al sector del envase y embalaje. En este 2022 está prevista la aprobación del Real Decreto de envases y residuos, aún en fase de borrador, y de la Ley de Residuos y Suelos Contaminados, que entre otras normativas transpone la Directiva Europea de Plásticos de un Solo Uso (SUP) que entró en vigor el verano pasado en el territorio de la U. E. Asimismo, cabe recordar los objetivos de la Estrategia Europea de Plásticos publicada en 2018 que determina que en 2030 todos los envases de plástico deben ser 100% reciclables, compostables o reutilizables.

Por tanto, la industria del *packaging*, las empresas usuarias de sus soluciones entre ellas las

del sector cosmético y la gran distribución deberán adaptarse rápidamente a este nuevo marco legislativo que fijará, entre otras medidas, objetivos en materia de reducción de residuos de envase, en el aumento del reciclado y reutilización, en contenido mínimo obligatorio de plástico reciclado en los envases, en etiquetado y marcaje de los envases para indicar su grado de sostenibilidad, y en la posible implantación de un Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR) para envases reutilizables o de un solo uso.

MATERIALES ECOLÓGICOS Y CREATIVOS

Y en ese camino hacia una mayor sostenibilidad, los fabricantes cosméticos también buscan nuevos tipos de materiales para sus envases y embalajes que, además de seguridad y conveniencia, aporten la creatividad que marcará la diferencia.

En este sentido, crece la demanda en el sector de soluciones de *packaging*

de papel, madera, pulpa de celulosa moldeada, plásticos recuperados del mar y bioplásticos, algunos de ellos biodegradables y/o compostables, realizados con residuos vegetales procedentes de frutas, bambú, cáñamo, caña de azúcar, arroz, algas u hongos. También de envases solubles en agua, embalajes de cartón con semillas, madera, corcho y de plástico reciclado, este último impulsado por las novedades legislativas que promueven el diseño de envases fácilmente reciclables o hechos mayoritariamente de material reciclado.

Precisamente hace tiempo que estamos viendo cómo algunas marcas cosméticas promocionan sus envases hechos con materiales 100% reciclables o con un alto porcentaje de plástico reciclado, material que bien usado, optimizado y reciclado continúa siendo muy válido. Esto supone adaptar y potenciar los sistemas de gestión de residuos actuales y evitar siempre que sea posible los envases multicapa y multimaterial que complican el proceso de reciclado.

REUTILIZACIÓN

Mientras tanto, hay expertos que abogan por considerar la reutilización como la primera opción para un envase sostenible, ya que previene la generación de nuevos envases y residuos y reduce el gasto de recursos, aprovechando los existentes el número de veces que se considere óptimo. Sin embargo, la complejidad logística y operativa que supone su implantación sumada a la ausencia, por el momento, de sistemas de retorno generalizados hacen que sea una alternativa que pase más desapercibida.

Con todo, el mundo de la cosmética está muy activo a la hora de llevar a cabo experiencias con envases reutilizables y explorar las oportunidades que ofrece. Se trata de los nuevos sistemas de recarga, denominados *refill*, que trasladan a los lineales la posibilidad que sea el propio consumidor quien rellene nuevamente los envases de plástico, metal, cerámica y cristal ya usados, siguiendo la tendencia “*zero waste*” para ser más respetuosos con el planeta. Ese relleno puede

realizarse mediante dispensadores en el propio establecimiento o mediante la compra de repuestos para recargar el envase original. Esta segunda opción suele utilizar soluciones de *packaging* flexible realizada con materiales reciclados y reciclables.

Por el momento, el relleno más habitual se da en perfumes, fragancias para el hogar, champús y geles. Para categorías de productos para el cuidado de la piel o maquillaje (que incluyen activos y compuestos más inestables y sensibles a la luz o al aire) supone un enorme reto garantizar que el relleno de un envase usado no altere las propiedades del producto por lo que su adopción es más compleja, aunque algunas marcas están ya intentando encontrar soluciones.

REDUCCIÓN

Por otro lado, en el *packaging* para el sector de la perfumería y cosmética también prima la imagen y el diseño, que son imprescindibles para destacar en el lineal. Los fabricantes y marcas hace tiempo que apuestan por la reducción del peso y tamaño de los envases y un menor uso de cantidad de materia prima en su estrategia de sostenibilidad, incluso también en el segmento *premium*. Todo ello manteniendo las funcionalidades del *packaging* y sin renunciar a crear emociones, transmitir exclusividad y reflejar la personalidad y los valores de la marca y sus productos.

Bien es cierto que cualquier material de envase debe utilizarse optimizando al máximo los recursos para conseguir la menor huella ambiental posible, pero lo necesario será enfocar correctamente la parte



de concepción y diseño del envase y realizar un análisis que contemple todo el ciclo de vida del *packaging*.

Paralelamente están aumentando las ventas *online* en el mercado cosmético. Esto significa que las marcas necesitan embalajes para este canal, también sostenibles, y que al mismo tiempo ofrezcan al consumidor experiencias personalizadas.

SOLUCIONES A MEDIDA

Y en este camino hacia la sostenibilidad en la industria cosmética no solo hay que ver el envase. También hay que tener en cuenta los procesos de fabricación del producto, la distribución, el

consumo, el reciclaje, esto es, todo el ciclo de vida del envase y embalaje.

De ahí la importancia de contar con plataformas comerciales, de conocimiento y relación como Hispack donde las empresas fabricantes y distribuidoras de productos de perfumería y cosmética y sus proveedores pueden conocer las soluciones a medida que ofrece actualmente el mercado para enfocar con éxito el reto de la sostenibilidad.

Aprovecho estas líneas para invitar a todos los profesionales de la industria cosmética a visitar presencialmente la próxima edición de Hispack, la feria líder del sector del envase y embalaje en España que organiza Fira de Barcelona y que se celebrará del 24 al 27 de mayo en el recinto de Gran Vía con unos 600 expositores directos y más de 1.100 marcas representadas 🌿



Elaya Renova™

Revitalizando la tensesguridad capilar

La tensesguridad capilar, basada en la arquitectura, considera que cabello, cuero cabelludo y tallo están interconectados.

Un activo de origen vegetal que revitaliza todo el sistema capilar.



PARA UN CABELLO Y CUERO CABELLUDO:

- ✓ Protegido
- ✓ Reforzado y regenerado
- ✓ Embellecido

