



Bolognan Cosmoprof-näyttely esitteli kosmetiikkapakkaamisen uusimmat suuntaukset.

# Kosmetiikka pakkausalan trendien edelläkävijänä

## Cosmopack 2009 kertoi uusimmat suuntaukset

”Where are you going, Beauty” - vapaasti käännettynä ”Minne olet menossa Kaunokainen” - oli Bolognassa nyt jo 42. kerran järjestetyn Cosmoprof Worldwide 2009 -näyttelyn tunnuslause.

Tämän kauneus- ja kosmetiikka-alan tärkeimmän kansainvälisen tapahtuman yhteydessä järjestettiin myös Cosmopack-näyttely, joka esitteli alan uusimpia pakkausideoita ja pakkausvalmistajia. Koko tapahtuman yli 2000 näytteilleasettajaa varmistivat, että katsottavaa riitti. Ohessa katsaus siihen, millaisilta kosmetiikkapakkaamisen trendit Cosmopackissa näyttivät.

Kosmetiikka tarjoaa pakkaus-suunnittelun alalla erityisen kiinnostavan tarkastelun kohteen, sillä kosmetiikkasuunnittelussa pakkauksiin ja designiin on aina panostettu voimakkaasti. Kosmetiikkapakkaukset näyttävätkin tietä muulle pakkaamiselle. Uusimmat trendit ja designideat suodattuvat kosmetiikkapakkausten kautta muihin kategorioihin. Kosmetiikkasektorilla ymmärretään pakkauksen, pakkausmateriaalien, efektien ja koko visuaalisuuden merkitys niin brändin kuin tuotekuvan rakentamisessa sekä siinä, kuinka tuote puetaan erottuvaan ja houkuttelevaan asuun - pakkaukseen. Kosmetiikan pakkaamisessa pakkaus ajaa toisinaan jopa itse sisällön ohi niin, että siitä tulee haluttu statusesine.

Kosmetiikkapakkauksen suunnittelu onkin erityisen haasteellista. Siinä kohtaavat voimakkaimmin korkealaa-



## Viherpesu Wikipedian mukaan:

Viherpesu on pinnallista ympäristöystävällisyyttä, joka ei ulotu mainontaa tai retoriikkaa syvemmälle. Viherpesua harrastavat erityisesti yritykset, joilla on selkeästi haitallinen vaikutus ympäristöön. Nämä yritykset pyrkivät puhdistamaan mainettaan viestittämällä halua parantaa ympäristön tilaa. Viherpesussa tuotetaan assosiaatioita, jotka liittyvät toiminnan puhtauteen ja ekologisuuteen ilman, että toimintatapoja merkittävästi muutetaan.

tuisen estetiikan, jopa luksuksen vaatimukset ja kritiikki ylipakkaamisesta. Viime aikoina tärkeäksi keskustelun aiheeksi myös kosmetiikkapakkaamisen alueella onkin noussut kestävä kehitys ja sen haasteet pakkauksille.

Jo viime syksyn Emballage-näyttely Pariisissa oli vihertynyt voimakkaasti. Nyt myös Cosmopackissa muutos edelliseen vuoteen verrattuna oli merkittävä. Vuonna 2008 näkyvimpiä teemoja oli pakkauksen käytettävyyden ja käyttömukavuuden lisääminen, eikä kestävä kehitys juurikaan nostettu esille. Pääsääntöisesti ”ympäristömyötäisyyttä” koskeviin tiedusteluihin suhtauduttiin skeptisesti. Esille nostettiin myös viherpesusta kertovia esimerkkejä. Vuonna 2009 viherpesusta ei enää juurikaan puhuttu. Sen sijaan kaikki esittelivät nyt omia kestävän kehityksen ratkaisujaan.

## Kestävän kehityksen teemat

### **Reuse - kierrätä**

Useat pakkausvalmistajat kertoivat hyödyntävänsä tuotannossaan valmistähdettä uusien pakkausten ja pakkausmateriaalien valmistuksessa. Yhä suurempi osa kykenee hyödyntämään tuotannossaan myös kierrätysmateriaalia. Näin voidaan tarjota standardimalliston pakkauksia, joissa neitseellistä muoviraaka-ainetta on joko kokonaan tai halutussa määrin korvattu kierrätysmateriaalilla. Esimerkkinä vaikkapa osin tai kokonaan PCR

(post consumer recycled) PET materiaalista valmistetut pullopakkaukset kosmetiikan tarpeisiin. Materiaalien biohajoavuus ja erilaiset kierrätysmahdollisuudet, ja jopa omat kierrätysjärjestelmät ovat edelleen kiinnostava alue, ja usealla valmistajalla työn alla.

### **Replace - korvaa**

PCR-muovien lisäksi neitseellisiä muovimateriaaleja korvataan uusiutuville luonnonvaroilla, esimerkiksi puukuiduilla tai maissipohjaisilla raaka-aineilla ”bio-muoveilla”. Usein korvaaminen näkyy materiaalin ulkonäössä, mikä rakentaa osaltaan uudenlaista estetiikkaa myös pakkausmateriaalirintamalla.

Toisaalta esim. tuubien ja pullojen sinetteinä käytettyjä sleeve- ja sinettiratkaisuja korvataan tamper-evident -tulpparatkaisuilla, joissa sinetti sisältyy itse tulppaan ilman erillisiä komponentteja. Tämä säästää niin materiaalia kuin työvaiheita sekä takaa tuotteen koskemattomuuden. Parhaimmillaan kestävän kehityksen nimissä tehdyt ratkaisut onkin suunniteltu kaikki kokonaisvaikutukset huomioiden.

### **Refill - täytä uudelleen**

Yhtenä kestävän kehityksen ratkaisuna esitetään refill-pakkausratkaisuja, joissa pakkauksen ulkokuori vaikkapa

voidetölkissä säilyy ja ainoastaan sisäosa voiteineen ostetaan uudestaan. Tällaiset ratkaisut edellyttävät ulko-kuorelta pitkää käyttöikää ja kestävyyttä.

### **Measure - mittaa**

Myös erilaisia mittareita käytetään ja ympäristömerkkien takana on usein erilaisten laskennallisten tulosten arviointia. Toiset mittaavat hiilijalanjälkeä, toiset jotakin muuta. Myös erilaisia ympäristömerkkejä on tarjolla useita.

### **Reduce - vähennä**

Pakkausmateriaalin käytön vähentäminen ja kustannusten säästö tätä kautta on yksi yleisimmin käsitellyistä teemoista. Esimerkiksi tuubien ja pullojen tulppiin on tarjolla kevyitä tulpparatkaisuja, joiden valmistuksessa on käytetty mahdollisimman vähän materiaalia. Hyvää kokonaisvaltaista suunnittelua hyödyntäen on muotoiltu tulppavaihtoehtoja, joissa ei ole tingitty toiminnallisuudesta tai designista, mutta on saavutettu kevyempiä ratkaisuja.

Nämä vähennetyn materiaalinkäytön tulpparatkaisut viitoittavat osaltaan uutta ”kestävän kehityksen” estetiikkaa ja erottuvat mielenkiintoisella visuaalisuudella perinteisistä vaihtoehtoista.

Yhtenä järkevimmistä ratkaisuisista

pidetään juuri ”minimalismia”. Anukka Leppänen-Turkulan sanoja Innovatiivisessa Pakkauskonferenssissa 2008 lainatakseni: Niin vähän kuin mahdollista – niin paljon kuin tarpeellista.

### **Protect - suojaa**

Pakkausvalmistajat tuntevat hyvin ongelmat, joihin itsetarkoituksellinen materiaalin vähentäminen saattaa johtaa. Huonoimmillaan pakkaus ei enää täytä perustehtäväänsä sisällön suojaamisesta, vaan kallis sisältö vaurioituu. Kestävän kehityksen mukainen tarkastelu johtaakin lopulta monessa kohtaa ”takaisin juurille”.

Pakkauksen ydintehtävänä on suojata sisältöä/ tuotetta sekä auttaa sitä säilymään. Osa pakkausvalmistajista keskittyykin kehittämään ratkaisuja, joiden tarkoituksena on suojata itse sisältöä entistä paremmin. Esimerkkejä ovat vaikkapa erilaiset ilmatiiviit pakkaukset tai monikerroksiset materiaaliratkaisut muovituubeissa.

### **Plan - suunnittele**

Lopulta peräänkuulutetaan hyvää ja kokonaisvaltaista suunnittelua ja vastuullista valmistusta, jossa arvioidaan koko pakkausketjuja. Millä tavalla ja minkälaisella linjalla pakkausta valmistetaan? Kannattaisiko linja uudistaa tehokkaammaksi ja säästävemmäksi? Entä kuljetukset – mistä saak-



ka mitäkkin komponentteja tuodaan? Millä tavalla pakkausmuotoilun avulla voidaan tehostaa pakkauksen läpimenoa tuotannossa ja valmistuksessa taikka nostaa lavatehokkuutta?

Kokonaisvaltaisen suunnittelun avulla saadaan tehostettua siellä, missä se on järkevää kokonaisuuden kannalta, eikä tehostamisen tai kestävän kehityksen ratkaisujen tarvitse näkyä lopputuotteessa tai sen pakkauksessa silloin kun sen ei erityisesti haluta näkyvän.

## **Kun luonto ja luksus kohtaavat – kosmetiikkapakkaukset edelläkävijöinä**

Ympäristömyötävyyden lisäksi pakkauksilta halutaan yhä enemmän erottuvaa visuaalisuutta. Omalla muotoilulla tehdään tuotteesta erottuvampi myymälässä ja rakennetaan brändiä muotoilun keinoin. Viimeaikaisten matta- ja transparenttitrendien rinnalle ovat taas voimakkaasti tulossa erilaiset kiillot, erityisefektit ja metallinhohdot. Luonnon mukanaoloa ei enää tarvitse kertoa murretuin värein ja ”karkein” materiaalein. Uutta ovat myös painatuksin tehtävät tactile-ratkaisut, joissa pakkaukseen tuodaan mukaan tuntoaisti uudella tavalla.

Korkealaatuisesta luksusimagosta ja erottuvasta ratkaisusta ei enää tarvitse tinkiä kun uusimpana uutena on jo tarjolla esimerkiksi täysin kiiltävän hopeapintainen kartonki, joka on valmistettu uusiutuvista materiaaleista, ja on täysin kierrätettävä sekä kompostoitava!

Entä kuluttaja? Eräiden viimeaikaisten tutkimusten mukaan entistä pienempi osa kuluttajista on valmis maksamaan lisää ympäristömyötävistä pakkauksiratkaisusta. Pakkauksen on yhä tärkeämpää vakuuttaa kuluttaja tuotteen laadusta ja täyttää odotukset pakkauksen toimivuudesta. Pakkauksen käytettävyys onkin edelleen teema, joka siivittää yhä uusia pakkauksiratkaisuja, myös kosmetiikan alueella. Käyttömukavuuden trendiin kuuluva easy-to-use –tematiikka on yhä ”kuuminta hottia” pakkausmuotoilussa.

Muotokielen kehittämisessä uutta ovat orgaaniset epäsymmetriset muodot. Tämä muutos pakkausten muotokielessä on näkyvin pitkiin aikoihin. Uudet muodot viestivät yhä voimakkaammasta luonto-trendistä ja myös siitä, kuinka erottuva muotoilu on entistä tärkeämpi tehokeino niin myymälässä kuin brändin rakentamisessakin. Muotoilun merkitys onkin noussut pakkauksissa täysin uudelle tasolle.



Viimeisin muotoilu on orgaanista ja epäsymmetristä.

**Teksti:**  
**Maija Olkkonen-Seppo**  
**Kuvat:**  
**pääkuva Cosmoprof,**  
**muut kuvat Packdesign ID Oy**