

Eine aufmerksame Zuhörerschaft war den Vortragenden des fünften PCD-Kongresses in Paris gewiss.



Die Wünsche der Verbraucher achten

von Jörg Hofacker

Über 60 Aussteller, zahlreiche Referenten und Teilnehmer des »Who is who« der Kosmetikbranche trafen sich am 3. und 4. Februar dieses Jahres in der Cité des sciences et de l'Industrie im Pariser Norden, um über Nachhaltigkeit, Eco-Design und Produktsicherheit zu sprechen. Organisator Oriex Communications verzeichnete insgesamt 1200 Besucher an beiden Tagen. Parallel zur Ausstellung verlief eine Vortragsreihe zum genannten Thema. In seiner Eröffnungsrede machte Alain Béthune, Packaging Research Director bei L'Oréal, auf die gestiegene Verbrauchernachfrage nach umweltfreundlichen Produkten in anderen Branchen aufmerksam und bezog sich auf den Kosmetikmarkt, indem er feststellte, dass auch dieser auf der Suche nach umweltfreundlichen Produkten sei. Er provozierte mit der Frage, ob dies nicht auch legitim sei und die Hersteller den Verbrauchernachfragen nachkommen müssten. Bevor Philippe Osset, Senior Manager bei Pricewaterhousecoopers, auf die Bedeutung von Eco-Design einging, stellte er heraus, dass für ihn hinter diesem Begriff mehr stehe. Eco-Design aus seiner Sicht bedeutet, Integration in den alltäglichen Designprozess sowie übliches Werkzeug bei der Erstellung eines neuen Designs. Er erklärte, dass die Konsumenten heute besser informiert seien und Informationen über umweltfreundliches Design sich auch über das Netz verbreiten und als wichtig beachtet werden.

Startschuss gegeben

Angesprochen wurden zudem die Probleme bei der Umsetzung nachhaltigen Designs und der Verarbeitung der entsprechenden Materialien. Unter anderem die geringen Verfügbarkeiten (Kapazitätsgrenzen) und hohen Bezugspreise von Biopolymeren waren ein Thema. Gérald Martines, Business Development Director bei RPC Beauté, er-

Welche Voraussetzungen herrschen, welche Innovationen spielen zukünftig eine Rolle, wenn von Eco-Design im Bereich der Kosmetikverpackungen gesprochen wird? Der fünfte PCD (Perfumes, Cosmetics & Design)-Kongress in Paris widmete sich diesem aktuellen Thema.



Die »Gaia«-Range von SGD ist zu 100 Prozent aus recyceltem Glas gefertigt und entstand in Zusammenarbeit mit der Agentur Extrême Paris.

wähnte hier die technischen Schwierigkeiten hinsichtlich mangelnder Funktionalität (Performance) zum Beispiel bei Lippenstift-Verpackungen oder die Einbußen bei der Oberflächengestaltung (fehlender Glanz) recycelter oder biopolymerer Materialien. »Die Verbrauchererwartungen im Bereich Kosmetik liegen sehr hoch.« Martines machte deutlich, dass diese Schwächen in Zukunft der Vergangenheit angehören werden und stellte den Weg des vollständigen Recyclens von Abfällen ohne weitere Qualitätseinbußen in Aussicht. Es sei jetzt an den Marke-

tingstrategen diesen etwas holprigen Weg zu kommunizieren und die Weichen zu stellen für eine nachhaltige Verpackungsreform. Er zeigte auf, dass die Marken, die diesen Weg als erste beschritten, marktführende Positionen inne hätten. Andere werden folgen müssen. Nicholas Thorne, Director Innovation & Development bei Alcan Packaging drückte es so aus: »Wer in Zukunft in der Kosmetikbranche nicht mit recycelten Verpackungslösungen aufwarten kann, den wird der Markt (Konsument) verstoßen.«