

# Vonzó termékek tökéletesen csomagolva

OPTIMALIZÁLT KARTONFAJTÁKAT MUTAT BE A KOZMETIKAI IPAR SZÁMÁRA  
A METSÄ BOARD

Mit ér a legszebb újdonság is, ha nincs szépen csomagolva? Másképpen fogalmazva: Hogyan lehet eladni az árut, ha az nem vonzó? Köztudott, hogy az első benyomás a legfontosabb – és mivel a piackutatások szerint a vásárlási döntések 70 százaléka a vásárlás helyén születik meg –, ezért a csomagolásnak különösen fontos szerepe van. Ez ugyanúgy érvényes a mindennapos termékekre, például a szappan és a fogkrém, mint a luxus illatszerekre. A csomagolásoknak termék- és célcsoportok szerint más és más elvárásoknak és igényeknek kell megfelelniük ahhoz, hogy kiváltsák a gyártó és a kereskedő által elképzelt spontán vásárlási ingert. Nem újdonság, hogy a nők másképp látnak, mint a férfiak, ha az áru megjelenéséről van szó. Nézzük például a kozmetikumokat: Legyen a csomagolás feltűnően színes, és csillogjon, amennyire csak lehet? A nők ezzel bizonyára egyetértenének. Esetleg jobb lenne a mély és matt fekete? Ez inkább a férfiakat szólítja meg. És milyen legyen a tapintása? A férfiak kedvelik az éleket és a markáns, nem csúszós formákat, a nők szívesebben nyúlnak a játékosabb, lekerekített formákhoz.

A marketingszakemberek egyetértenek abban, hogy fontos a helyes csomagolóanyag kiválasztása. A karton különösen alkalmas arra, hogy határozott márkáuzenetet közvetítsen a vásárló felé. Ez éppen most a legaktuálisabb, amikor fokozott igény mutatkozik a fenntartható csomagolási megoldások iránt, és nem csak az egyre népszerűbb natúrkozmetikumok területén, hiszen a karton újrahasznosítható, természetes anyag. A fenntarthatóság és az érzékszervi hatások, mint például a tapintás, egyre fokozódó trendet jelentenek a szépségápolási és luxus szegmensben. A felhasználói szempontok kö-



zött előkelő helyet foglal el a környezettudatosság – állítja *Christophe Baudry*, a Metsä Board szépség- és egészségápolási üzletágának kereskedelmi igazgatója. (A Metsä Board a frissrostból készült kartonok [FBB] vezető európai gyártója, és globálisan élen jár a mázolt White Top Kraftliner-gyártás területén.)

Az ilyen felhasználói igények kielégítéséhez intelligens megoldásokat kell alkalmazni az adott anyagnál. Az anyagnak egyrészt meg kell felelnie a fenntarthatósági szempontoknak, másrészt az elvárt élményvilág kialakítása nem csak a vizuális megjelenésre szorítkozik. Már a csomagoláson érzékelhetőnek kell lennie az olyan well-ness és kozmetikai termékhatásoknak, mint a frissesség és az ápoltság. Ideális esetben a vásárló már a csomagolás megtekintése, megérintése, esetleg megszagolása során érzi a felfrissülést.

Annak érdekében, hogy az eladás helyén érvényesüljön a kívánt megjelenés, a csomagolótervezés mögött rejlt koncepciónak a valóságban is működni kell. Ez a csomagoláshoz alkalmazott kartontípus kiválasztásával szemben is követelményeket támaszt, ugyanis a legigényesebb minőségi elvárások teljesítéséhez szükség van a nagyfokú optikai fehérségre, a tökéletes színvisszaadásra, a látható simaságra, a kellemes tapintásra, a kontrasztos és egyenletes nyomtatminőségre, valamint a felületnemesítésre való alkalmasságra. Ehhez még további követelmények is járulnak: a csomagolókartonnak alkalmasnak kell lennie a fóliakasírozásra és egyéb speciális eljárásokra. Ezenkívül még strapabírónak is kell lennie, hiszen a szállítás során sérült sarkok és megtört élek tönkreteszik a szép csomagolást. A polcon elért hatás nagyon fontos szerepet játszik a vásárló megszerzéséért folytatott küzdelemben. Függetlenül attól, hogy egy

márkajegy megjelenítéséről vagy egy prémium kozmetikai cikkről van szó, esetleg egy limitált mennyiség hangsúlyozásáról vagy egy létező terméksorozat újrapozicionálásáról, a nem megfelelően csomagolt terméket nem veszi le a vásárló.

Az intenzív kutatásnak köszönhetően a Metsä Board minden szegmens számára képes méretre szabott terméket kínálni, amelyeket az állandó innováció során folyamatosan fejlesztenek. A Luxe Pack 2013 alkalmából a Metsä Board például bemutatott egy új, teljesen fehérített bevonópapírt: a Modo Northern Light alacsony grammsúlyú, nagy fehérségű mázolatlan liner, amely ideálisan alkalmazható értékes kozmetikai termékek külső vagy belső csomagolásához. Az új bevonópapír tökéletesen megfelel parfümök, kozmetikai és szépségápolási cikkek finomhullám-csomagolásához.

„Meggyőzőek a hajtogatott karton szortiment aktuális termékfejlesztései: a Carta Elegia és az Avanta Prima” – magyarázza *Christophe Baudry*. „Javították a Carta Elegia színárnyalatát, hogy növekedjék az optikai fehérsége. Az optimális

színárnyalatnak köszönhetően kiváló nyomtatási minőséget lehet elérni, de a nyomatlan fehér felületek nagyobb tisztasága és fehérsége is hozzájárul a polcra kerülő termék vonzóbb megjelenéséhez.” Volumenoptimalizálással úgy sikerült csökkenteni az Avanta Prima tömegét, hogy közben megmaradt a vastagság és a merevség. Egészen friss hír, hogy a Metsä Board új terméket vezetett be Carta Allura néven az előkelő kozmetikai szortiment számára, amelyet rendkívül fényes és különösen sima felület jellemez, ezért kiválóan alkalmas igényes felületnemesítésekhez, például a fóliakasírozásra.

A kibővített és továbbfejlesztett termékcsaládnak számos előnye van, amely minőségi megalapozás nélkül szolgálja a hatékonyság növelését, a tömegcsökkentést és a környezetkímélést. Ezzel a világosan strukturált portfólióval a Metsä Board és a hajtogatott karton ipar gyártói a csomagolóipar, a kereskedelem, a csomagolásfejlesztés, a marketing- és a designügynökségek párbeszéd-partnereivé váltak.

