

INFORME

Principales tendencias, innovaciones y retos para la transformación sostenible de los envases

en el sector de la perfumería y cosmética



tabla de contenidos

- 1** contexto
- 2** materiales reciclados y alternativos
- 3** reciclaje
- 4** reutilización
- 5** conclusiones

1 contexto

En el sector cosmético y de la perfumería el **envase es un elemento fundamental** porque, además de **conservar** el producto, **protegerlo** y llegar en óptimas condiciones al consumidor - es decir, **mantener su funcionalidad**- debe mantener la **identidad de marca**, transmitir sus valores y cumplir una función de **posicionamiento en el mercado**.

En el sector de perfumería y cosmética, además, el envase puede **actuar como aplicador** y es un medio para asegurar la **autenticidad del producto** frente a falsificaciones. Todo ello sin olvidar que la industria debe dar respuesta a las demandas de los consumidores de productos más sostenibles y con una menor huella ambiental.

La **estricta regulación** de los productos cosméticos y las nuevas **normativas ambientales promovidas por la UE**, implican garantizar la seguridad y **reciclabilidad del envase**, así como el cumplimiento de **la normativa en torno al etiquetado y claims ambientales**.

En este contexto, donde tanto la regulación como la propia demanda de consumidores impulsa al sector a innovar e incorporar soluciones de packaging más sostenibles, existen distintos **retos a lo largo de la cadena de valor para la mejora de la sostenibilidad del packaging cosmético**. Así se impulsan, de manera

sectorial e individualmente desde las compañías diferentes estrategias en **ecodiseño**, búsqueda de alternativas en **materiales**, medidas para la mejora de la **reciclabilidad** de los envases y su **reciclaje** posconsumo y el uso de la **tecnología y la digitalización** del packaging para el impulso de envases inteligentes que permitan la trazabilidad del producto y la comunicación con los usuarios.

Con el objetivo **de identificar, validar y categorizar dichos retos**, Feeling Innovation by Stanpa, junto con los centros tecnológicos **AINIA y AIMPLAS**, convocó el 29 de septiembre de 2023 al **Grupo de Trabajo de Packaging** de FIBS con un **focus group de 18 empresas** del sector representativas de distintas categorías de producto (cuidado del cabello, cuidado de la piel, cuidado personal y perfumería), para **ahondar en los retos y barreras que se les presentan a las empresas del sector la economía circular de los envases y sus sostenibilidad**.

Este informe recoge las **conclusiones obtenidas en la jornada de trabajo** categorizando los retos e identificando las necesidades del sector en innovación de packaging sostenible **en tres ámbitos**:

1. **Materiales reciclados y alternativos**
2. **Reciclaje**
3. **Reutilización**

2 materiales reciclados y alternativos

El uso de nuevos materiales en packaging para la reducción de la huella de carbono es fundamental. Sin embargo, la estricta regulación de los productos cosméticos implica garantizar la seguridad y reciclabilidad del envase, así como el cumplimiento de la normativa entorno al etiquetado y *claims* ambientales.

Principales tendencias e innovaciones:

- Empleo de nuevos materiales de origen renovable y biobasados (productos, derivados de madera, algas o materiales obtenidos a partir de residuos o subproductos agrícolas -simbiosis industrial, entre otros).
- Envases de material reciclado, por cumplimiento normativo y por el impacto que puede suponer el pago del impuesto sobre el plástico virgen, en el caso del material reciclado plástico.
- Envases mono material

Se identifican **3 retos principales** con problemáticas específicas en las empresas del sector que dificultan un mayor uso de estos materiales:

1. Uso de materiales plásticos reciclados

Problemática 1: abastecimiento y acceso a este tipo de materiales, compitiendo con sectores de alta demanda como el sector alimentario. La falta de oferta provoca que los precios de este tipo de plástico no resulten competitivos frente a los envases de plásticos vírgenes.

Problemática 2: limitación para ciertos acabados estéticos (tonalidad, opacidad, etc.). Dificultad para conseguir acabados premium por lo que la imagen de marca se ve afectada.

Problemática 3: falta de normativa específica para el sector cosmético en este ámbito, basándose en las normativas *food contact*. Por tanto, las empresas adquieren materiales de grado alimentario, provocando un

problema de suministro debido a la baja disponibilidad en el mercado.

Problemática 4: desconocimiento sobre la compatibilidad con productos cosméticos, problemas técnicos o de funcionalidad sobre los envases cosméticos.

2. Uso de materiales biodegradables

Problemática 1: bajo grado de madurez del desarrollo de este tipo de materiales para incorporarlos a envases cosméticos (no cumplen con los requisitos que aseguren seguridad y funcionalidad del packaging cosmético o a pesar de cumplir con estos requisitos, no es posible fabricar envases a gran escala). Las empresas necesitan soluciones de materiales muy

próximas al mercado, no en fases de investigación.

Problemática 2: desconocimiento en el sector sobre las propiedades de este tipo de materiales (análisis comparativos con los materiales plásticos convencionales, ventajas e inconvenientes de uso, disponibilidad actual, proveedores de confianza etc.).

3. Diseño y Desarrollo de envases monomateriales

Problemática 1: la mayoría de los envases del sector son multicomponentes. Para alguno de

estos componentes existen dificultades para desarrollarlos en materiales no convencionales que permitan la monomaterialidad del envase global manteniendo su funcionalidad. Es el caso de elementos como: bombas o válvulas, difusores, sistemas *airless*, *roll on*.

Problemática 2: para los envases multicapa no se dispone de alternativas monomateriales que sean económicamente viables y que aporten funcionalidades similares a la estructura multicapa (ligereza, función barrera para conservación de productos o garantía de seguridad).

3 reciclaje

La UE ha determinado que en 2030 todos los envases de plástico deben ser 100% reciclables, compostables o reutilizables. Por ello, se están adoptando estrategias para, por un lado, facilitar el reciclaje de los envases cosméticos manteniendo sus características inherentes, y, por otro, mejorar la reciclabilidad de los residuos de envases cosméticos en las plantas de selección.

La regulación anticipa algunas prohibiciones para determinadas formas de envasado, como aquéllas de un sólo uso (ej. *amenities* de hoteles).

Principales tendencias e innovaciones:

- Elaboración de guías que ayuden a la industria a mejorar la reciclabilidad de los envases plásticos, por ejemplo, a través del ecodiseño.
- Mejoras en la compatibilidad de los elementos que configuran el envase y los flujos de reciclado actuales.

Se identifican **4 retos principales** con problemáticas específicas en las empresas del sector que dificultan el correcto reciclaje de los envases y su grado de reciclabilidad. Todos estos retos están contemplados en el reto anterior "materiales reciclados y alternativos":

1. Envases multicomponente

Problemática 1: diseño de envases para que los consumidores puedan separar sus componentes para su correcto reciclaje.

Problemática 2: educar al consumidor para la separación correcta de los componentes.

2. Envases multimaterial

3. Reciclabilidad vs estética y garantía de identidad de marca

4. Tamaño del envase

4 reutilización

El Real Decreto de Envases y Residuos de Envases establece que las empresas deben promover el uso de envases reutilizables y facilitar su devolución y tratamiento adecuado.

La reutilización implica envases que deben utilizarse para el mismo uso para el que fueron diseñados, lo que supone que los envases deben diseñarse para poder ser rellenado.

Principales tendencias e innovaciones:

- *Refill* at home: Empresas del sector ya están comercializando productos de recarga para mantener la seguridad del producto sobre todo en los productos de alto riesgo de contaminación.
- *Refill* en el punto de venta: Para algunos productos con menor riesgo de contaminación se están estableciendo puntos de recarga en el punto de venta.
- *Refill* en circuitos cerrado: algunas marcas están avanzando en la comercialización de productos en envases reutilizables a través de circuitos cerrados donde controlar la trazabilidad, higienización o gestión de residuos.

Se identifican **3 retos principales** con problemáticas específicas en las empresas del sector para implementar envases que permitan su reutilización, al que hay que añadir la resistencia interna (empresas) y externa (usuarios) para apostar por este modelo:

1. Materiales resistentes a lo largo de los diferentes ciclos de uso

Problemática 1: los envases multimateriales y multicomponente dificultan la reutilización. No todos los componentes pueden ser reutilizables o reutilizados (porque requieren ser sustituidos en aras de la seguridad del producto o porque no pueden ser sometidos al proceso de higienización y acondicionamiento).

Problemática 2: el refill es complicado para productos espesos.

2. Adaptación de la logística actual y sistemas de trazabilidad

Problemática 1: complejidad para implantar un modelo de logística inversa y falta de madurez y estandarización de un modelo estable en el mercado (falta de referentes).

3. Necesidad de sistemas de higienización o acondicionamiento tras cada ciclo de uso

Problemática 1: las empresas han de modificar sus líneas de producción y ampliar los test de uso para cada tipo de envase a higienizar y reutilizar. Existen dificultades para higienizar los envases directamente en planta porque los fabricantes no disponen de maquinaria apropiada.

5 conclusiones

- Necesidad de trasladar a la cadena de valor y proveedores de packaging los retos de la industria cosmética para garantizar innovaciones que den respuesta a los retos planteados
- Necesidad de ampliar conocimiento por parte de las empresas del sector sobre materiales alternativos.
- Necesidad de contar con soluciones innovadoras, pero cercanas a mercado, con garantía de disponibilidad y precio competitivo.
- Necesidad de educar al consumidor en modelos alternativos de packaging.
- Necesidad de conocer la existencia o no de modelos maduros y exitosos en logística inversa aplicables al sector.

agradecimiento

colaboradores

ainia  **AIMPLAS**

empresas participantes



