

Czas na innowacje

Konsumenci oceniają produkty mleczarskie głównie po opakowaniu, doceniają ich estetykę, funkcjonalność i innowacyjność.

Jednak w przypadku materiałów dominuje konserwatyzm, czyli karton, szklana butelka i opakowania z tworzyw sztucznych.



Magdalena Brzózka

Rynek opakowań dla produktów mleczarskich rozwija się niezwykle dynamicznie, w dodatku w wielu kierunkach. Producenci opakowań dążą do poprawy funkcjonalności opakowań, co ma ułatwić konsumentom używanie opakowania, często jego wielokrotne otwieranie i zamykanie, a także ułatwić przechowywanie oraz transportowanie produktów. Opakowania, które nie spełniają tych podstawowych kryteriów, są konsekwentnie wycofywane z oferty.

Opakowanie ma również w sposób czytelny i atrakcyjny informować konsumenta oraz skutecznie wyróżniać produkt na półce sklepowej. Dlatego widoczny postęp dokonuje się także na poziomie stosowanych technik drukarskich. Często wysiłki opisane powyżej skutkują również możliwością obniżenia kosztów produkcji opakowań.

— Szata graficzna i kształt opakowania muszą przyciągać uwagę i zainteresowanie konsumentów. Nasze kartony dysponują w pełni nadającą się do zadrukowania powierzchnią czterech ścianek, na których jest dużo miejsca do zamieszczenia wszelkich wymaganych informacji, a także dodatkowych, atrakcyjnych elementów, jak propozycje podania, informacje promocyjne, certyfikaty, nagrody itd. Zatem opakowanie musi chronić produkt i zachęcać do jego kupna — twierdzi **Ligia Ziomek**, Marketing & Communication Coordinator w firmie SIG Combibloc.

Ponadto firmy opakowaniowe starają się również ulepszać funkcję ochronną opakowań, poprzez stosowanie nowych materiałów. Wiele firm prowadzi prace rozwojowe w kierunku zastosowania nowych materiałów barierowych. Rozwiązania tego typu mają wpływ na cechy organoleptyczne produktu, a także mogą wydłużać okres przydatności produktu do spożycia.



– Najważniejsze dla każdej mleczarni jest to, aby zaoferować konsumentom najwyższej jakości produkt, który będzie można łatwo dostarczyć do domu, wygodnie przechować, a następnie skonsumentować – mówi **Waldemar Czuba**, Key Account Director, Tetra Pak.

Ważny jest także ergonomiczny kształt opakowania, jakość materiału, z którego zostało wykonane oraz łatwy sposób otwarcia. Istotny z punktu widzenia zarówno mleczarni, jak i konsumenta, jest także możliwie długi okres przydatności produktu do spożycia – zapewniają go na przykład aseptyczne opakowania i technologie do przetwarzania i nalewania produktów płynnych.

Moda na eko

Ważnym kierunkiem rozwoju opakowań jest stałe ograniczanie wpływu opakowań na środowisko naturalne. Przemysł opakowaniowy stale stara się ulepszać opakowania pod tym względem, chociażby poprzez zmniejszanie wagi opakowań i użytego surowca. Dzięki nowoczesnym technologiom produkcji takie działania są możliwe, bez wpływu na podstawowe cechy ochronne opakowania. – Wraz z rosnącym tempem życia ewoluują potrzeby konsumentów. Życie w biegu wymaga od ludzi robienia kilku rzeczy jednocześnie – w ten sposób nawet jemy i pijemy. Dlatego też obserwujemy rosnący popyt ze strony konsumentów na poręczne, małe opakowania artykułów spożywczych i napojów, pozwalające spożywać je w dowolnym miejscu i czasie. Jest to jeden z głównych trendów wyznaczających kierunki zmian w przemyśle spożywczym oraz branży opakowań – dodaje ekspert z Tetra Pak.

Innym zjawiskiem jest rosnąca z roku na rok świadomość ekologiczna zarówno polskich konsumentów, jak i producentów produktów mlecznych. Konsument

zwracają coraz większą uwagę na to, w co są pakowane produkty, oraz czy ich opakowania są produkowane z surowców odnawialnych, a także czy można je łatwo poddać recyklingowi.

Mleczarnie, obserwując ten trend, nie tylko wybierają takie opakowania, które przez konsumentów są postrzegane jako ekologiczne. Dodatkowo zwracają też nieustannie uwagę na rozwiązania, które są bardziej efektywne kosztowo i energetycznie oraz jeszcze bardziej ekonomiczne.

Siła kartonu

Jan Jasiński, prezes zarządu Fundacja ProKarton, jest przekonany, że kartonowe opakowanie do żywności płynnej gwarantuje najwyższe standardy ochrony produktów spożywczych takich jak np. mleko.

– Opakowania kartonowe są efektywne w transporcie, ponieważ są lekkie – przykładowo w 34-gramowe opakowanie można zapakować 1 litr produktu, co pozwala na maksymalną oszczędność energii podczas transportu, gdyż opakowanie stanowi jedynie ok. 5 proc. masy całego ładunku – dodaje Jan Jasiński.

W przypadku opakowań aseptycznych dodatkową zaletą jest brak konieczności chłodzenia produktu. Pozwala to na znaczną oszczędność energii elektrycznej, co nie tylko przekłada się na redukcję kosztów, ale jest również korzystne dla środowiska naturalnego.

Inną ważną cechą kartonów jest ich hermetyczność i nieprzepuszczalność – stanowią one doskonałą barierę dla drobnoustrojów, a przy tym chronią wartości odżywcze zawarte w produkcie, jak również witaminy i mikroelementy przed niekorzystnym działaniem światła i tlenu oraz przed obcymi zapachami. ▀