



Фармацевтическая упаковка. Что нового?

В современном мире мы не замечаем того, что всегда и везде нас сопровождает упаковка. Мы не то чтобы привыкли к ней, но каждый из нас независимо от своего возраста появился на свет, рос и сейчас живет в «упакованном» мире. Упаковка стала для нас настолько привычным элементом, что мы скорее удивимся товару без упаковки, чем в ней. Мы заходим в аптеку и тотчас сотни и тысячи упаковок начинают борьбу за наше внимание, за то, чтобы мы поверили в то, что они обещают. Это происходит незаметно для нас самих.

Упаковка для фармацевтических предприятий является мощным оружием в борьбе за покупателя, а также средством коммуникации с ним. Она обладает индивидуальностью, внушает уверенность и веру в исцеление, помогает продавать, а также формирует отношение к продукту. В конце концов упаковка – это лицо компании. Как свидетельствуют результаты исследований, люди доверяют упаковке и собственному суждению больше, чем продавцам.

Автор: **Гранкина Валерия**,
заместитель генерального
директора ООО «Славена», MBA,
автор книги «Упаковка как искусство»
<https://m.facebook.com/ValeriiaGZ>

В своей книге «Упаковка как искусство» я рассмотрела историю возникновения упаковки, изменения ее дизайна в разрезе десятилетий, повышение требований, предъявляемых к упаковке, а также влияние дизайна и правильного следования трендам и

инновациям на рост продаж. Скажу честно, было легко увидеть разницу дизайна начиная с 1743 г. и проводить анализ в разрезе десятилетий. Но только до 2000-х годов. После 2000 г. и по сегодняшний день разница в дизайне настолько неочевидна, что сложно даже высказы-

вать какие-то предположения о будущих изменениях. В мире все меняется, но в нашей стране дизайн фармацевтической упаковки остается более или менее статичным. Мы боремся за потребителя, а потребитель боится контрафакта. Он привыкает к одному дизайну и в следующий раз может просто не узнать наш препарат и отдать предпочтение лекарственному средству конкурента. И это несмотря на то, что бренд вашей компании уже заявил о себе достаточно громко.

Но 2021 г. указал нам на новые тренды в фармацевтической упаковке и, что интересно, больше всего внимания сейчас уделяют даже не экологическим краскам, не дизайну, а именно качеству картона для изготовления упаковки. Но давайте по порядку.

Сериализация

К фармацевтическим предприятиям и качеству лекарственных препаратов с каждым годом предъявляется все больше и больше требований. Они должны полностью соответствовать слогану «Стабильное качество во всем». Сериализация как в Европе, так и в Украине является основным трендом и главной задачей каждого фармацевтического завода. Это можно объяснить тем, что с помощью уникального кода и системы отслеживания товара сериализация позволяет отслеживать движение фармацевтической продукции. Здесь и защита бренда-производителя вместе со значительным снижением риска выпуска контрафактной продукции; и согласование стоимости каждого отдельного препарата; и получение логистических данных о поставках, возвратах, изъятии; и отслеживаемость каждой партии с возможностью возврата товара при возникновении такой необходимости и много других преимуществ в отношении защиты компании-производителя и потребителя.

Грамматура и толщина картона

Проблема экологии и переработки настолько захватила человечество,

что мы превратились в борцов за сохранность и экологию. Конечно, это не может не радовать. Множество предприятий, производящих упаковку, разрабатывают планы по утилизации, уменьшению количества вредных составляющих в упаковке, а производители продукции, в свою очередь, все чаще переходят на выпуск экологически безвредной упаковки.

Картонная упаковка представляется наиболее предпочтительной с точки зрения защиты окружающей среды. Согласно данным независимого исследования, которое недавно проводил Институт исследований энергетики и окружающей среды (IFEU), положительные экологические характеристики картонной упаковки обусловлены высокой экологичностью основного сырья, а также возможностью возобновления сырья и ресурсоэффективным использованием. На 75% такая упаковка состоит из целлюлозы, получаемой из древесины. В современном мире кар-

тонную упаковку украшают разнообразными картинками, фольгой, а также наносят ультрафиолетовый лак для привлечения внимания покупателей. Но и эти материалы никак не сказываются на окружающей среде при производстве и переработке.

В то же время организация Greenpeace в своем отчете «Будущее в мусорной корзине...» указывает на то, что картонная упаковка также дает лишь иллюзорное ощущение безопасности. Конечно, картон не загрязняет океан и не приводит к смерти животных. Но для его производства ежегодно подвергаются массовой вырубке леса, что влечет за собой и изменение климата. Для ограничения роста глобального потепления нужно удалять из атмосферы огромное количество углекислого газа.

В связи со всем вышеперечисленным в европейских странах фармацевтические компании активно работают над уменьшением грамматиры и толщины картона,





используемого для вторичной картонной упаковки. Меньше краски, ниже грамматура, тоньше картон – меньше вреда. И действительно, если еще лет пять назад мы смотрели на упаковку продукции фармацевтических предприятий Европы и восхищались тем, как ровно стоит упакованный товар на прилавке за счет толщины картона, то сегодня уже видим, что некоторые упаковки не обладают этим преимуществом. Да это и не нужно, собственно. Упаковка должна привлечь, быть проданной и отправиться на переработку. И при этом нужно постараться минимизировать вред, наносимый окружающей среде.

Стоит отметить, что использование тонкого, но качественного европейского картона никак не влияет на внешний вид упаковки, но вот цена на ее изготовление меняется. Сейчас мы испытываем достаточно большие проблемы с поставками картона в Украину, а с ним и увеличение стоимости картона, имеющего меньшую плотность.

О необходимости использования экологической краски для печати упаковки пока речи нет, но уже сейчас производители лакокрасочных материалов предупреждают нас о том, что постепенно и они переходят на более экологичные составляющие, поэтому печать уже не сможет быть такой яркой, как это было раньше. Соб-

ственно экологичность материалов предполагает максимальное уменьшение использования химических элементов и замену их натуральными красителями.

Визуальное восприятие самого картона

Белизна и внешняя чистота сейчас популярны, как никогда ранее. Это значит, что использование высокоцеллюлозного отбеленного картона – сейчас в тренде. Могут сказать, что и наше предприятие ощущает рост заинтересованности фармацевтических компаний именно в таком картоне. И если ранее многие говорили об обороте кремового цвета, то сегодня они выбирают самые белые из имеющихся белых, хотя это и влияет на цену изготовления картонной упаковки. Вместе с чистой сегодня также необходимы гарантия содержания чистых волокон, а также отсутствие клея и полимера, а значит нужно отказываться от китайского картона и проявлять большую приверженность к европейскому производителю.

Лаконичный дизайн

Дизайн упаковки в нашей стране значительно отличается от европейского. Большинство отечественных упаковок имеет такой дизайн, что покупатель отреагирует на нее, даже если лекарство ему не будет нужно. Это всего лишь часть нашей культуры, и отечественный потребитель только на пути к упрощению. Сегодня в фармацевтической упаковке зачастую используется примерно такое же количество как инновационных, так и традиционных методов украшения, как и в упаковке для элитной косметической продукции. Лично мне иногда кажется, что косметические компании уже бьют тревогу по этому поводу. В своей книге «Упаковка как искусство» я рассказываю о том, что в давние времена дизайн упаковки создавали знаменитые художники и промышленные дизайнеры. И именно эти упаковки были настоящим кладом для фармацевтических заводов. Верится, что сегодня упа-

ковка с нанесенным на нее элементом картины украинских художников точно привлечет к себе больше внимания и получит одобрение, чем упаковка с фотографией перевернутого утюга.

В Европе дизайнеры в большей степени нацелены на ассоциации потребителя, простую узнаваемость необходимого препарата, легкий, чистый, несложный дизайн, но все это важно на фоне информативности. Дизайн такой упаковки демонстрирует, какой препарат находится внутри и что он помогает излечить. Она говорит сама за себя. Можно сказать, что часто здесь использовано ответвление интернационального (или швейцарского) стиля.

Подводя итог вышесказанному, можно утверждать, что в ближайшее время упаковка будет подвергаться изменениям как в нашей стране, так и во всем мире. Все больше внимания уделяется материалам, экологичности и правильности использования упаковки. Возможно, вы заметили, что я ничего не сказала о макулатурном картоне в разрезе экологии. Этому есть простое объяснение: производителям фармацевтической продукции хорошо известны возможности высоких продаж чисто целлюлозного картона, и они пока не готовы отдавать их на откуп переработанному картону. ■



«Славена»

61030, г. Харьков
ул. Биологическая, 3
Тел.: +38 (067) 562-19-33
info@slavena.com.ua
<http://slavena.com.ua/>



<https://m.facebook.com/Slavena.Print/>



www.instagram.com/slavena_pack/

