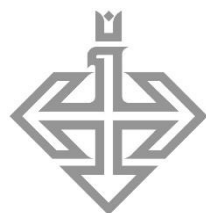


PSMIL

Konkurs Lider Zakupów – najlepszy projekt 2021/2022

pod patronatem



KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA

POLSKA **ICAN** Management
Review

ODMIESIĘCZNIK
ZAMAWIAJĄCY
zamówienia publiczne w praktyce

Maksymilian M. Haracz / Laboratorium Kosmetyczne FLOSLEK Furmanek Sp.j.
Transformacja opakowań. Proces zakupu opakowań wpisujących się w założenia Europejskiego Zielonego Ładu.

Prezentacja osoby

 Maksymilian M. Haracz

 maksymilian.haracz@floslek.pl

 +48 501 272 301



FLOSLEK

 CENTRUM MEDYCZNE
gamma
przychodnia - szpital - rehabilitacja

 **MEDICOVER**

Procurement Category Manager - Packaging

07/2021 - obecnie

Senior Purchasing Specialist

11/2019 - 06/2021

Purchasing Specialist

01/2018 - 10/2019

Medical Billing Specialist

05/2017 - 12/2017

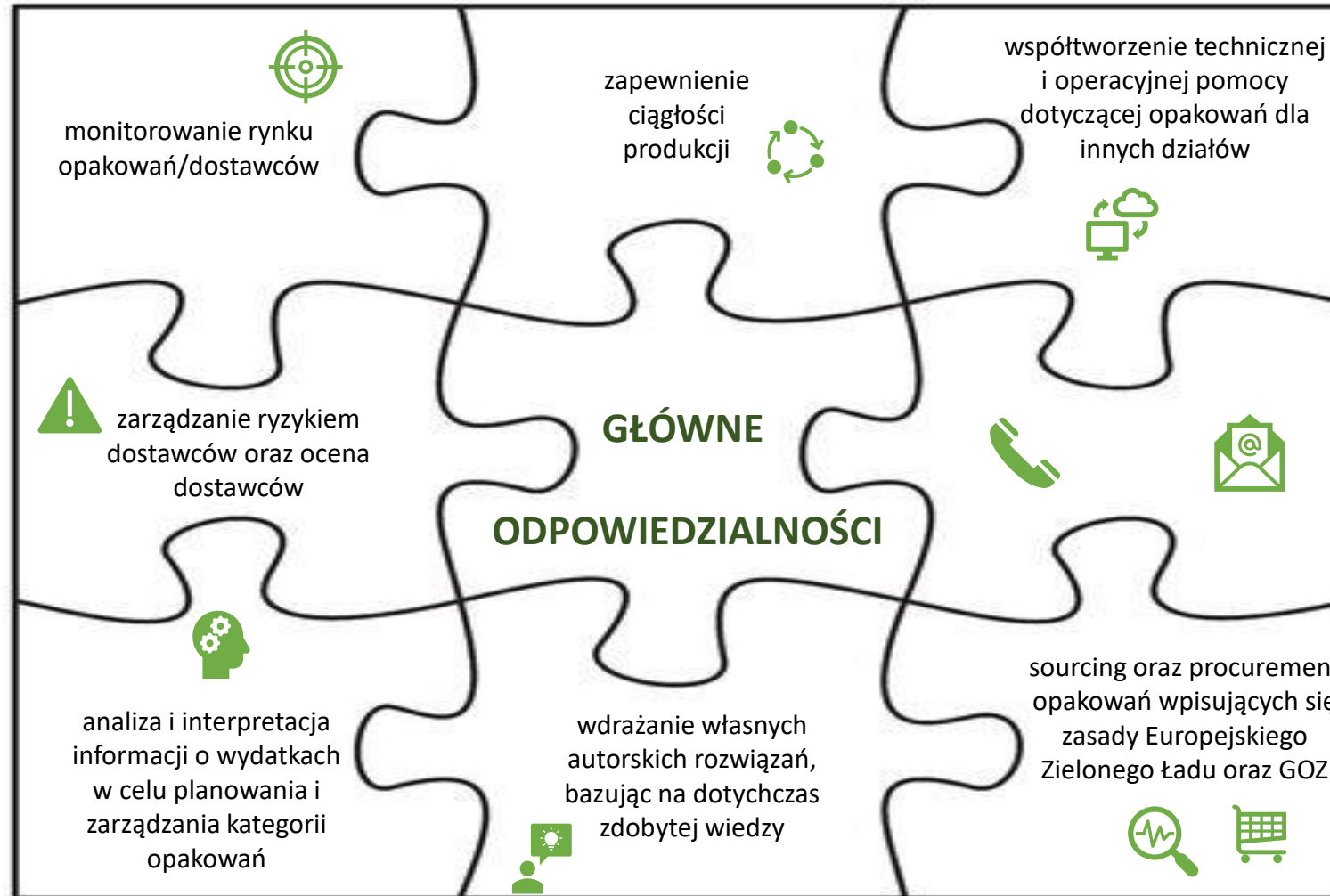
Purchasing Specialist

12/2015 - 10/2016

Assistant Purchasing and Logistic
Department

12/2014 - 11/2015

DEBARTAMENT



Partycypacja w środowisku opakowań, zakupów oraz cyrkularnym



Prezentacja firmy

Nazwa firmy

Laboratorium Kosmetyczne FLOSLEK

Branża

Kosmetyczna

Adres

ul. Geodetów 154
05-500 Piaseczno

Data założenia firmy

1.02.1994

Wielkość produkcji

100 mln w sztukach (6 mln w 2021 r.)

Wartość sprzedaży

8,5 milionów €

FLOSLEK
LABORATORIUM



FLOSLEK
PHARMA

2 marki – ponad 300
produktów w ofercie –
80% preparaty
wegańskie



120 pracowników - 15% to
obywatele Ukrainy



własne laboratorium R&D
& własna produkcja



status: SME



Nagrody biznesowe oraz produktowe 2021



GAZELE Biznesu 2021
Nagroda przyznana po
raz 12.



LAVENDER *lawendowe pola*
w kategorii Kosmetyki naturalne –
pielęgnacja twarzy!



Diamenty FORBES'A
Nagroda przyznana po raz 4.



MIST CREAM
W kategorii Pielęgnacja twarzy-
kosmetyki specjalistyczne



TERAZ POLSKA
Nagrodzono dwukrotnie:
w 2005 i 2019 roku



ADAPTOGEN *ziola i adaptogeny*
w kategorii Inspirowane
naturą



Zgłaszany projekt dotyczy procesu zakupu oraz wdrażania zrównoważonych opakowań używanych do produkcji preparatów kosmetycznych. Przede wszystkim w swojej istocie, ma na celu podniesienie konkurencyjności firmy, podwyższeniu rangi zakupu opakowań w strukturze organizacji oraz wypracowaniu większej świadomości konsumentów, na podstawie zasad Europejskiego Zielonego Ładu.

Stan wyjściowy, przed uruchomieniem projektu:

- Ilość SKU tub z rHDPE – 0%
- Ilość SKU opakowań kartonowych zbiorczych z certyfikatem FSC – 0%
- Ilość SKU opakowań kartonowych jednostkowych z certyfikatem FSC – 0%
- Ilość SKU systemu refill – 0%



1. Jakie są kluczowe wyzwania biznesowe w branży w jakiej działa firma?

- Konkurencja (międzynarodowe koncerny, start-up'y)
- Koncentracja sprzedaży w ramach sieci drogeryjnych
- Bardzo silny wpływ kosmetyków z importu
- Ponad 20k produktów rejestrowanych w CPNP każdego roku
- Dynamiczny przyrost nowych podmiotów produkujących kosmetyki
- Wzrost kosztów produkcji, wysoka inflacja



2. Jaką rolę pełni dział zakupów i jakie są kluczowe cele?

Od roku 2019 zadania Działu Zakupów i Logistyki ewoluowały, aby w 2021 roku nastąpiła reorganizacja. Wyodrębniono dwie niezależne kategorie tj. opakowań oraz surowców. Manager kategorii opakowań realizuje przede wszystkim cel, jakim jest zapewnienie ciągłości produkcji w przedsiębiorstwie. Ciągłe poszukiwanie oraz zakup opakowań wpisujących się w założenia Europejskiego Zielonego, podnosi konkurencyjności firmy.



Rozwiązanie

Jakie zrealizowano rozwiązanie (pomysł) dla zagadnienia w prezentowanym projekcie?

Opracowanie procesu zakupu opakowań wpisujących się w założenia Europejskiego Zielonego Ładu oraz przełożenie go w praktyce na poszczególne projekty dla rodzajów opakowań.

Jaki element innowacyjności wniósł projekt?

Z racji na specyfikę, proces przedstawia postępowanie, które wykorzystywane jest do realizacji projektów. Każdy przedstawiany (dalsza części prezentacji) projekt jest innowacyjny w rozumieniu przedsiębiorstwa. Unifikacja wykrojników, optymalizacja SKU opakowań zbiorczych, pozwoliła na zwiększoną efektywność/wydajność produkcji, co skutkuje niższą ceną dla konsumenta.

Jak uzyskałaś/-eś poparcie dla projektu w firmie?

Zarząd Laboratorium Kosmetycznego FLOSLEK Furmanek sp. j. potwierdził słuszność oraz zgodność przedstawionego projektu, z przyjętym w organizacji programem działań na rzecz „Zielonego Ładu Eko Kroki FLOSLEK”.

Dział marketingu uzyskał akceptację budżetu na przeprojektowanie opakowań i przeprowadzono prace projektowe.

Dział Kontroli Jakości przeprowadził testy kompatybilności mas kosmetycznych z wytypowanymi opakowaniami.

Jakie były główne założenia i cele projektu?

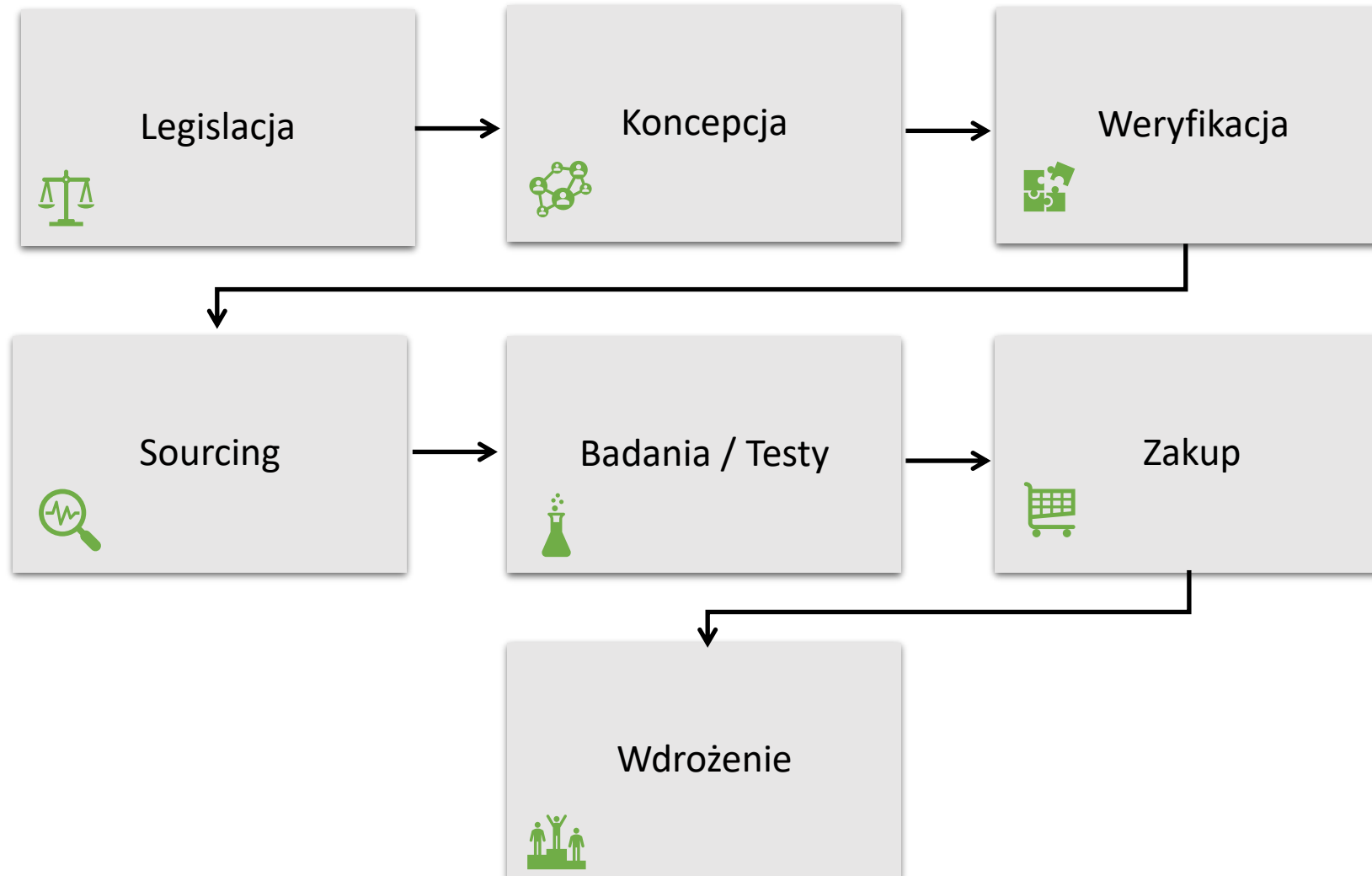
Poszukiwanie i zakup zrównoważonych opakowań:

- Usystematyzowanie działań przy wdrażaniu opakowań wykorzystywanych do produkcji
- Podniesienie kompetencji oraz świadomości pracowników
- Unifikacja opakowań w oparciu o zasady ekoprojektowania
- Wdrożenie opakowań o niższej wadze
- Wdrożenie opakowań kwalifikujących się jako mono materiałowe
- Wdrożenie opakowań z maksymalnie najwyższą oceną recyklowalności
- Wdrożenie opakowań spełniających e-commerce
- Eliminacja opakowań problematycznych i nadmiernych
- Eliminacja czarnych opakowań
- Ograniczenie stosowanych zdobień na opakowaniach

REduce
REdesign
REsearch
REmove
REcycle



Proces zakupu opakowań wpisujących się w założenia Europejskiego Zielonego Ładu



Rezultaty procesu zakupu z punktu widzenia biznesu i budowania przewagi konkurencyjnej firmy w oparciu o realizację projektów dla poszczególnych rodzajów opakowań przedstawiają poniższe:

- Projekt 1 – system refill – rozpoczęcie projektu 2019 r.
- Projekt 2 – tuby PE – rozpoczęcie projektu 2020 r.
- Projekt 3 – opakowania kartonowe zbiorcze – rozpoczęcie projektu 2021 r.
- Projekt 4 – opakowania kartonowe jednostkowe – rozpoczęcie projektu 2021 r.
- Projekt 5 – butelki PE (w toku) – rozpoczęcie projektu 2022 r.



Manager kategorii wykorzystuje proces w realizacji zadań przypisanych do danej kategorii. To główny trzon postępowania zakupowego.

Realizacja procesu w postępowaniach zakupowych jest jednym z głównych założeń, mających na celu zakup i wdrożenie, szeroko rozumianych zrównoważonych opakowań.

Projekt 1 – system refill

Wyniki projektu:

- Ograniczenie ilości wprowadzonego plastiku do obiegu
- Umożliwienie konsumentowi ekonomicznych zachowań (tyle samo produktu w niższej cenie)
- Innowacyjność opakowania
- Edukacja konsumenta poprzez umieszczenie właściwych oznaczeń na opakowaniach

#EKO krokifloslek
TAK dla opakowań przyjaznych środowisku!

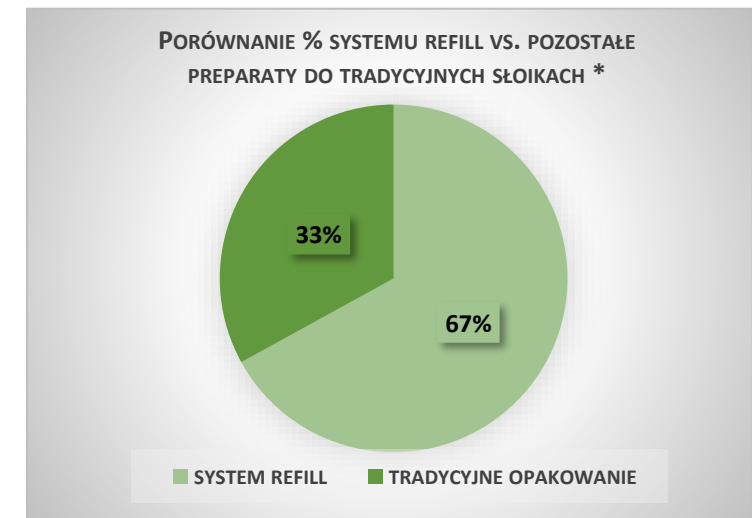
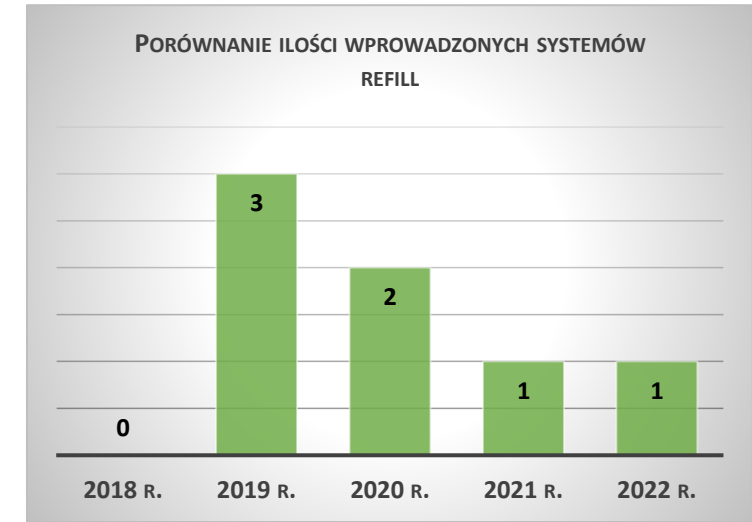
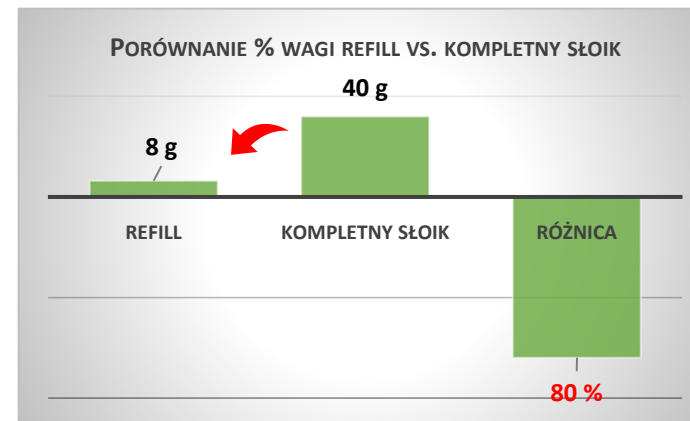
Jako pierwsza polska firma zaoferowaliśmy kremy w słoiczkach z refillami, czyli wymiennymi wkładami!



FLOSLEK LABORATORIUM

80% mniej plastiku

100% do recyklingu

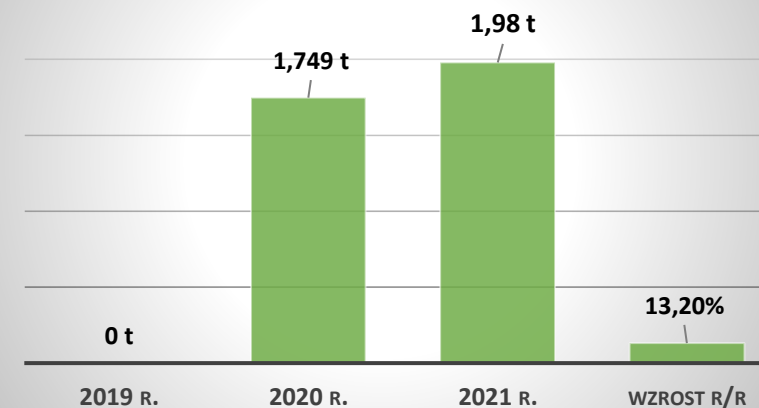


Projekt 2 – tuby PE

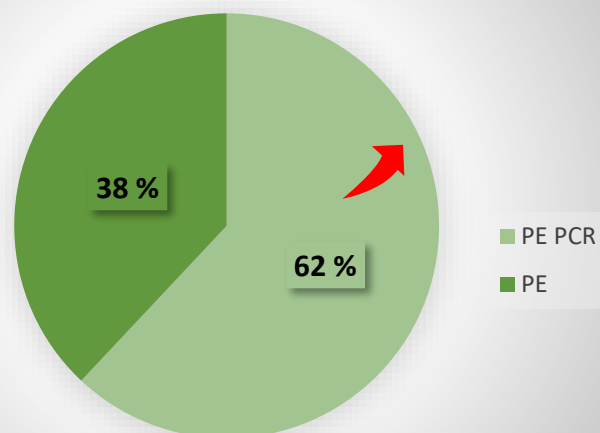
Wyniki dla projektu:

- Wdrożenie zasady zakupu tub PE z dodatkiem rHDPE – od 2020 roku
- Ograniczenie zdobień oraz kolorów w projektach graficznych – od 2020 roku
- Stosowanie flip-top'ów typu FTTA – od 2019 roku
- Edukacja konsumenta poprzez umieszczenie właściwych oznaczeń na opakowaniach

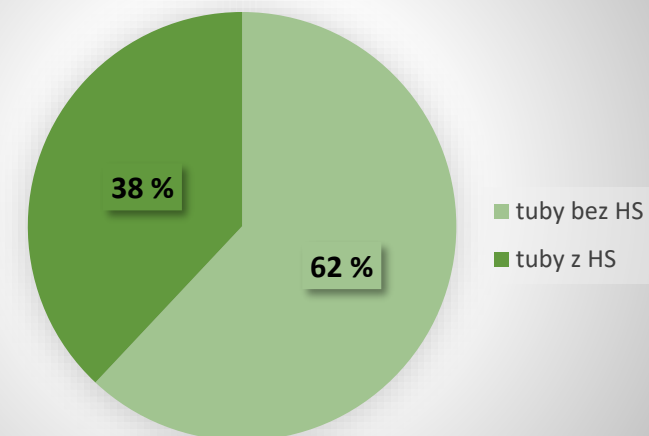
IŁOŚĆ ZUŻYTEGO RHDPE DO PRODUKCJI TUB PE W TONACH



PORÓWNANIE % SKU TUB PE VS. PE PCR *



PORÓWNANIE % TUB Z HS VS TUB BEZ HS *



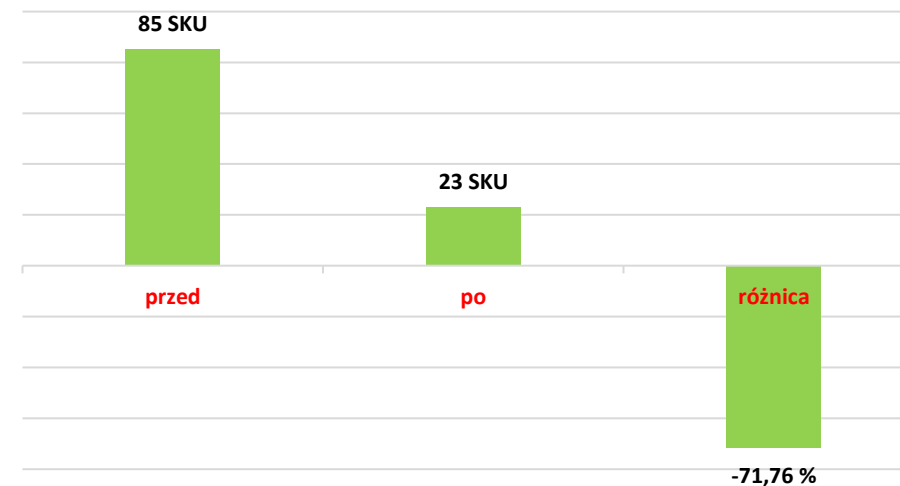
Projekt 3 – opakowania kartonowe zbiorcze

Wyniki dla projektu:

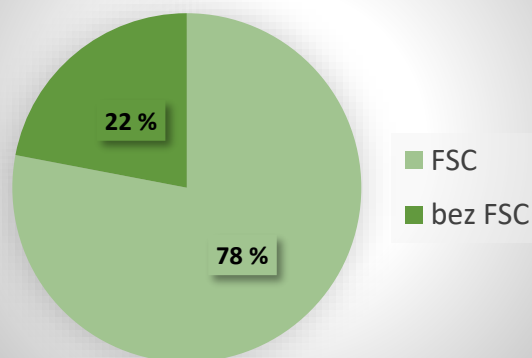
- Optymalizacja i unifikacja ilości SKU opakowań zbiorczych
- Maksymalne wypełnienie opakowania zbiorczego
- Zakup / wdrożenie opakowań zbiorczych z certyfikatem FSC – min. 50% w pierwszym roku od wdrożenia
- Wygenerowanie oszczędności (wynikające z unifikacji)
- Edukacja konsumenta poprzez umieszczenie właściwych oznaczeń na opakowaniach



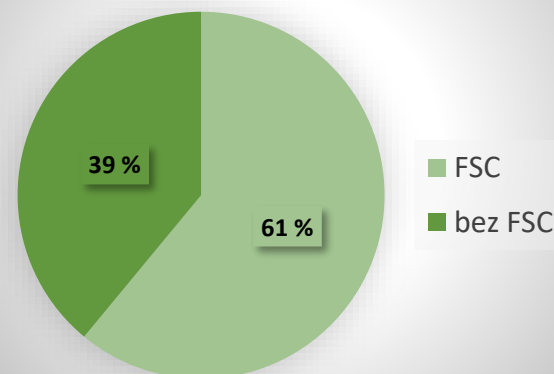
PORÓWNANIE OPTYMALIZACJI OPAKOWAŃ ZBIORCZYCH *



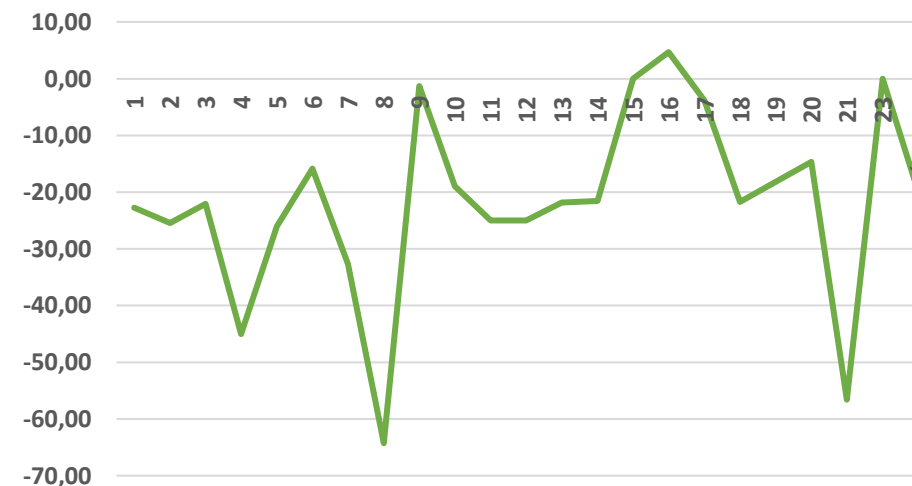
PORÓWNANIE % SKU KARTONÓW ZBIORCZYCH FSC VS. BEZ FSC *



PORÓWNANIE % SZTUK KARTONÓW ZBIORCZYCH FSC VS. BEZ FSC *



PORÓWNANIE CEN ZAKUPU [%] *



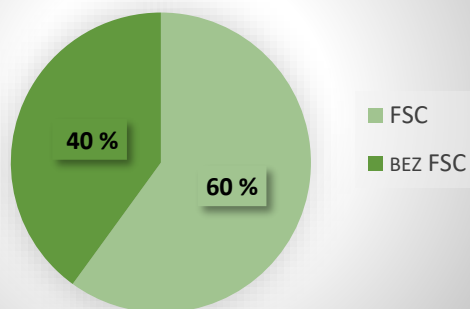
Projekt 4 – opakowania kartonowe jednostkowe

Wyniki dla projektu:

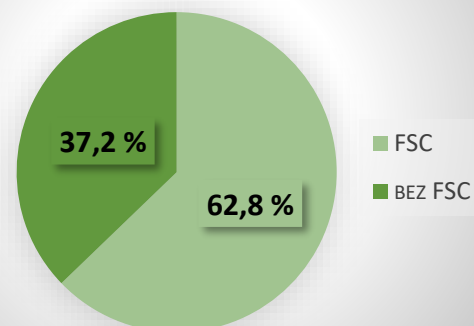
- Zakup/wdrożenie opakowań kartonowych jednostkowych z certyfikatem FSC – min. 50% w pierwszym roku od wprowadzenia
- Ograniczenie stosowanie zdobień na opakowaniach
- Edukacja konsumenta poprzez umieszczenie właściwych oznaczeń na opakowaniach



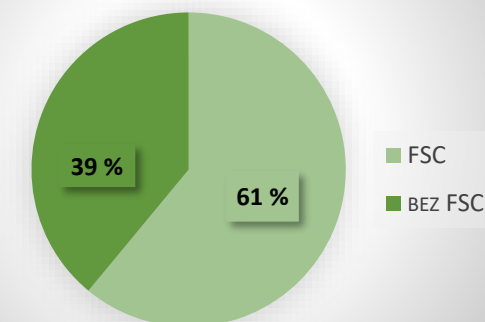
PORÓWNANIE % SKU KARTONIKÓW
JEDNOSTKOWYCH FSC VS. BEZ FSC *



PORÓWNANIE % SZTUK KARTONIKÓW
JEDNOSTKOWYCH FSC VS. BEZ FSC *



PORÓWNANIE % WARTOŚCI KARTONIKÓW
JEDNOSTKOWYCH FSC VS. BEZ FSC *



Projekt 5 – butelki PE

Wyniki projektu:

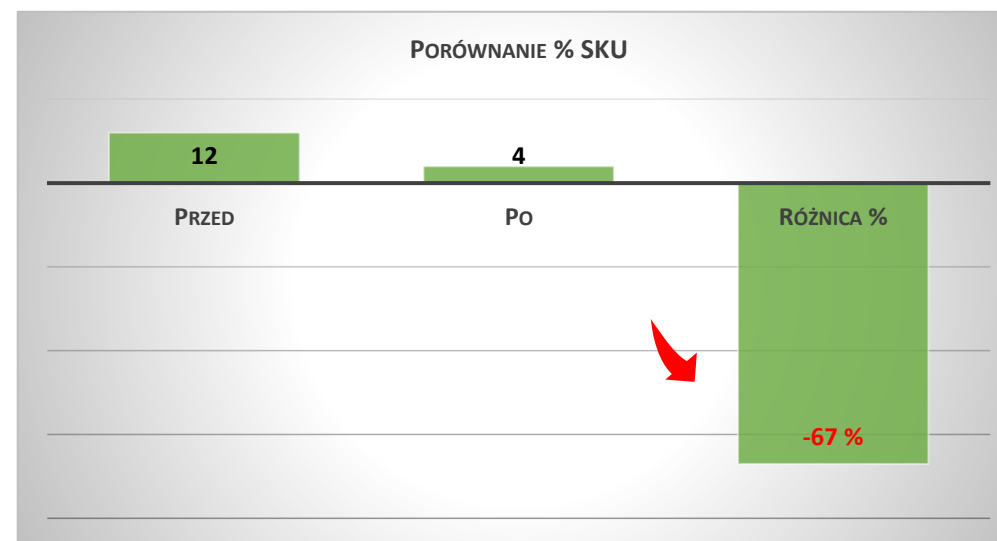
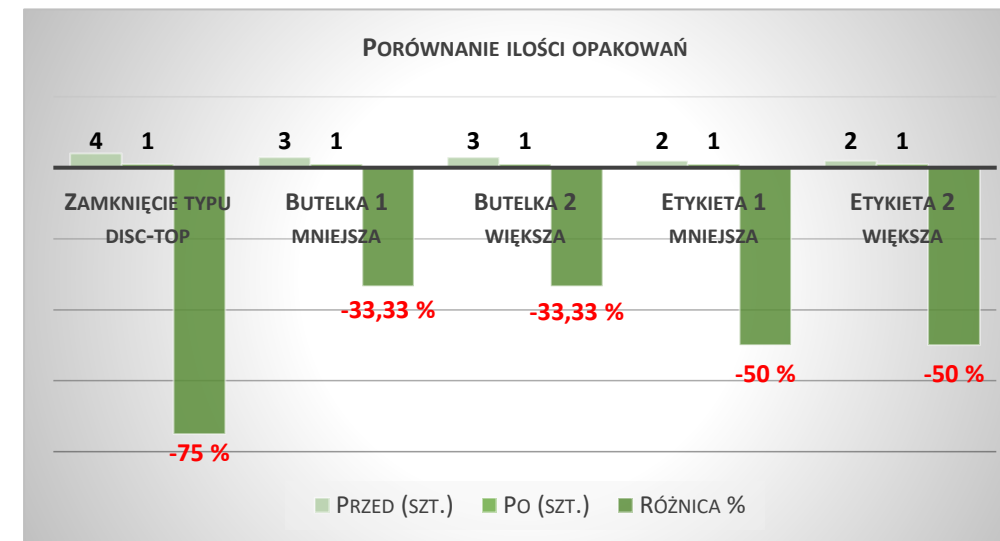
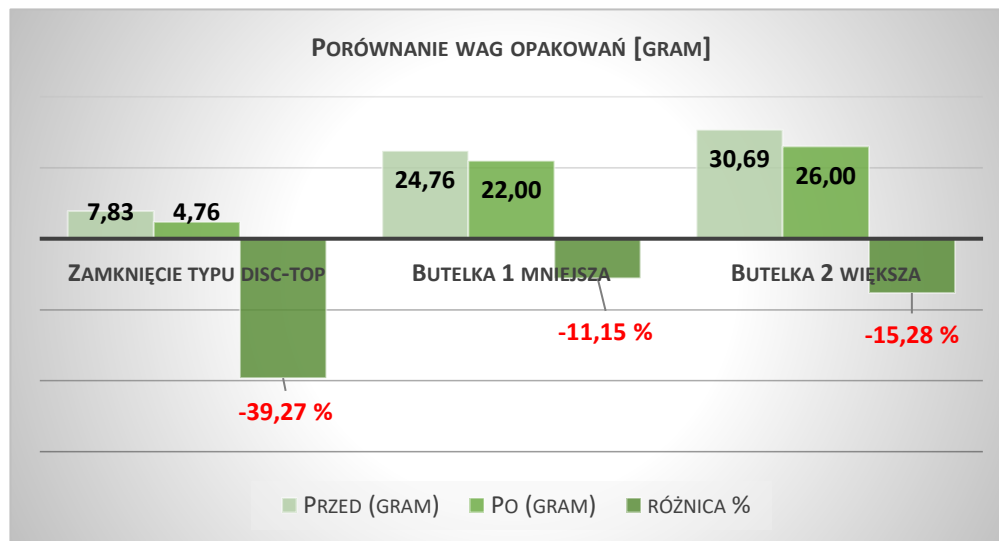
- Optymalizacja ilości SKU butelek PE
- Unifikacja opakowań jednostkowych
- Wdrożenie zrównoważonych opakowań
- Zapewnienie funkcjonalności opakowania
- Obniżenie wagi opakowania
- Opakowanie e-commerce
- Edukacja konsumenta poprzez umieszczenie właściwych oznaczeń na opakowaniach



Projekt zainicjowany w 2Q 2022. Planowane rozpoczęcie sprzedaży preparatów kosmetycznych w zrównoważonych opakowaniach tego projektu, to 4Q 2022.



Projekt 5 – butelki PE



Podsumowanie i wnioski

Rady i sugestie po zakończeniu projektu

Prezentowany projekt jest wykorzystywany w całym procesie zakupów.

Wprowadzając opakowanie na rynek, należy wybierać rozwiązanie jak najbardziej zrównoważone, oferowane przez producentów opakowań.

Należy dokonywać zakupu opakowań u sprawdzonych dostawców, posiadających rzetelną dokumentację. Należy umieszczać właściwe oznaczenia na opakowaniach.

Determinacja oraz współpraca między wydziałowa czynnikiem sukcesu.

Największe trudności:

- Brak znowelizowanych przepisów dotyczących sposobu oznaczania tworzyw, mieszanek tworzyw, opakowań wieloelementowych.
- Poziom wiedzy w społeczeństwie na temat znaczenia zrównoważonych opakowań.
- Trudności w komunikowaniu rynkowi potrzeby zmian i właściwych zachowań.

Ryzyka i sposób zarządzania nimi:

- Utrata klientów i obniżenie poziomu sprzedaży przeprojektowanych opakowań, a co za tym idzie, obniżenie obrotów – kampania edukacyjna (edukacja działu sprzedaży, obsługa pierwszego stołu)
- Obniżenie atrakcyjności projektów dla klienta – edukacja klientów.
- Zmiany zachowań konsumentów, obniżenie lojalność klientów względem marek - zapewnienie jak najwyższego serwisu posprzedażowego (media społecznościowe, Dział Obsługi Klienta, reakcja na reklamacje).

Wartość dodana

Oszczędność miejsc paletowych w magazynie.

Zwiększenie efektywności pakowania z racji na unifikację rozmiarów i kształtów opakowań.

Wzrost znaczenia kategorii opakowań w strukturze organizacji.

Wpływ na zespół – integracji między działowa.
Wspólny cel – poszukiwanie rozwiązań.

Inicjowanie wdrożeń/ produkcji zrównoważonych opakowań u dostawców. Mobilizacja dostawców w wypełnianiu wspólnej misji. Opracowanie Kodeksu Postępowania Dostawców.

Budować wiarę w ludziach, że należy dbać o środowisko, każdy krok ma znaczenie.

Informacja zwrotna od sponsorów – nie dotyczy.

