

Bee Nature: een nieuwe formule, een nieuwe verpakking

Aurelia Ricciardi |

Geen fuchsia/oranje verpakkingen meer in de apotheek. Plaats voor wit/gele tubes. Bee Nature, het gamma fair trade verzorgingsproducten op basis van honing, kiest voor een soberder look die meer in overeenstemming is met de farmaceutische wereld en met het ingrediënt honing.

We bestaan zes jaar en we hebben onze verpakking en onze formule al drie keer veranderd." Marine André, 28 en oprichtster van Bee Nature Cosmetic SA steekt meteen van wal: "Dat is veel, maar we werken onze startersfouten weg." In de lokalen van Bee Nature, boven een apotheek in Grez-Doiceau, maken we kennis met de jonge Marine André en met haar aanbod natuurlijke fair trade verzorgingsproducten op basis van honing. "We ontdekken er ook de gloednieuwe verpakking waarin het fuchsia en oranje de plaats hebben geruimd voor witte en honinggele tinten. Soberder, neutralere en vooral 'ernstigere' kleuren. Het nieuwe gamma is al in de apotheken te vinden waar het geleidelijk het vorige aanbod van Bee Nature vervangt. "Onze huidige verpakkingen zijn beter bestudeerd en zijn professioneler," zegt Marine André. De nieuwe grafische identiteit van Bee Nature Cosmetic oogt volwassen en stemt beter overeen met de waarden van het bedrijf. Die radicale verandering houdt ook verband met de samenstelling van de verzorgingsproducten. De invoering van de nieuwe verpakkingen gaat gepaard met de invoering van een verbeterde formule voor de huidcrème. De drie fases in de evolutie van het

merk maken duidelijk dat de keuze van een verpakking niet zonder belang is. Die keuze wordt ingegeven door specifieke verwachtingen en ambities.

2012: de lichtgewicht 'spout bag'

Van bij het begin ging er veel aandacht naar de verpakking. Bij een aanbod verzorgingsproducten waarbij milieuvriendelijkheid een grote rol speelt, moet de verpakking aan twee criteria voldoen: ze moet licht zijn en een kleine ecologische voetafdruk hebben. "We zoeken altijd een verpakkingsoplossing die weinig weegt (met het oog op het vervoer) en waarvoor er zo weinig mogelijk grondstoffen nodig zijn om ze te vervaardigen," zegt Marine André. "Glas bijvoorbeeld was nooit een optie, want dat is zwaar en dus duurder in het transport. Het is ook niet zo milieuvriendelijk omdat er bij de productie ervan meer CO2 vrijkomt. Bovendien laat glas licht door. En dat willen we vermijden om de inhoud goed te bewaren." Ook geen secundaire verpakkingen of gebruiksaanwijzingen die in de ogen van Marine André overbodig zijn voor verzorgingspro-



Bee Nature in 2012. De 'spout bag' als eerste verpakking.

ducten. "Een kartonnen verpakking doet de prijs voor de consument alleen maar stijgen en zorgt voor meer overbodig afval. Alle informatie is op de houder zelf te vinden."

De producten van Bee Nature werden oorspronkelijk in een 'spout bag' (een soort gietzak in kunststof) in de apotheek aangeboden. Op de zak was een fuchsia/oranje etiket gekleefd. Een milieuvriendelijk etiket in papier. De kleuren waren bewust levendig om op te vallen in de rekken van de apotheken waar wit domineert. Opvallen om beter te heersen – dat was toen de opdracht van de verpakking. De apotheken zijn trouwens de exclusieve verkooppunten van het merk. Vandaag zijn er 700 en tegen het einde van het jaar wellicht 1000.



De verzorgingsproducten Bee Nature hebben een nieuwe visuele identiteit gekregen, in overeenstemming met de waarden van het merk.

22^{DE} PROFESSIONELE BEURS VOOR DE
PAPIERWAREN, KANTOORARTIKELEN,
SCHOOLBENODIGDHEDEN, HOBBY EN WENSKAARTEN
21/01 & 22/01/2018
NEKKERHAL • MECHELEN

NEW!!
Nekkerhal

paper¹⁸show

Teken nu
in als exposant
voor onze speciale
**BEURSAFDELING
GRAFISCHE
MACHINES!**

Tel 0477/68.69.78
bosta@skynet.be



**SOS
KINDERDORPEN**


Nekkerhal - Brussels North
Mechelen

INFO EN INSCHRIJVINGEN: www.bosta.org

Bosta

BELGIAN OFFICE AND STATIONERY
TRADE ASSOCIATION ASBL



Scan de code voor
meer informatie
www.bosta.org



Ondanks de eerste bemoedigende resultaten, vertoonde het product ook zijn eerste zwakke punten. Marine André: "We hadden voor een recycleerbare lichtgewicht oplossing gekozen. Het nadeel was dat de verpakking omviel naarmate ze leeg raakte. Een ander nadeel was dat het etiket loskwam wanneer het in contact kwam met water, bijvoorbeeld onder de douche. In een tweede fase diende de tube zich aan als een ideale oplossing."

2014: een tube voor stabiliteit

Om het stabiliteitsprobleem op te lossen, werd de spout bag vervangen door een tube in ondoorzichtige kunststof met een glanzende afwerking. Aan die keuze ging een grondig onderzoek vooraf. "We moesten ondoorzichtige tubes gebruiken die niet door het zonlicht aangetast werden om de inhoud beter te bewaren. We hebben ook de voorkeur gegeven aan tubes met een pompje, hoewel die meer vervuilen bij de productie," legt Marine André uit. Het materiaal is een polyethyleen van type 2, wat naar verluidt de beste kwaliteit is. "Die kunststof is bestand tegen warmte en tast dus het product niet aan wanneer dat op het strand of in een auto onder de volle zon

opgewarmd raakt. Zulke tubes verhinderen ook elke interactie tussen de verpakking en de inhoud zodat er geen ftaal in het product terecht komt. Bovendien was dat de lichtste verpakking op de markt," legt de oprichtster van Bee Nature uit. De verplichte en commerciële informatie werd direct op de tube in PE gedrukt.

Toch bracht de feedback van de gebruikers nog bepaalde zwakheden aan het licht. De klanten hadden vragen bij de identiteit van de verpakking en bij de opening van de tube.

2017: de goede combinatie verpakking/inhoud

Sinds enkele maanden heeft Bee Nature zich in een nieuw kleedje gestoken. De tube in glanzend fuchsia/oranje heeft nu een matte wit/gele kleur. Die nieuwe visuele identiteit werd samen met het bureau Top Secret Communication ontwikkeld. "De gebruikers hadden erop gewezen dat de merkidentiteit op de verpakking niet altijd even duidelijk was. Ze stelden ook de kleurcode in vraag die niet genoeg de inhoud – producten op basis van honing – weerspiegelde. Bij de oude kleuren dachten ze veeleer aan zonneproducten. Het

Vrouwelijk ondernemerschap



Foto: Reporters

Voor Marine André begon het avontuur in de 'slow cosmetics' op het einde van 2011, met een eindproject voor de 'Louvain School of Management'. Marine André had toen de wedstrijd 'vrouwelijk ondernemerschap'

gewonnen die het tijdschrift *Elle* georganiseerd had. Vervolgens begon het onderzoeks- en denkwerk over het merk, de ingrediënten van het product en de verpakking. Om het project te financieren, paste Bee Nature overigens als eerste Belgische bedrijf de techniek van crowdfunding toe, een manier van financieren waarbij op het publiek een beroep gedaan wordt. En dat was een mooi succes. Met de steun van 106 aandeelhouders slaagde Marine André erin om in drie maanden 50.000 euro te verzamelen. Met dat eerste budget konden onder andere de grondstoffen en de verpakkingen aangekocht worden. In 2014 werd er opnieuw geld ingezameld, dit keer 150.000 euro. Sindsdien werd ook een raad van bestuur met vier investeerders samengesteld. De omzet van Bee Nature Cosmetic SA bedraagt op het ogenblik ongeveer 400.000 euro, goed voor 50.000 verkochte producten, was twee keer meer is dan in 2016. Een stijging die zich direct in de productie vertaalt: de productie bedraagt vandaag 15.000 eenheden in plaats van 300 bij de lancering van het merk. De productie gebeurt in Bertrix bij Conpalux. Dat bedrijf zorgt er ook voor dat de formules die Bee Nature uitgewerkt heeft, gehomologeerd worden. Op het ogenblik werken er vijf jonge vrouwen in de onderneming, onder wie een wetenschappelijke directrice die de formules uitwerkt.

Over de producten

Bee Nature is een gamma van verzorgingsproducten op basis van natuurlijke honing, zonder fenoxylethanol, zonder parabenen en zonder minerale olie. Het gamma, dat voor de hele familie bestemd is, omvat negen verschillende producten (crème, zeep, shampoo, ...). In mei 2017 bracht Bee Nature een nieuw gamma verzorgingsproducten voor baby's uit, Babee Nature. Die producten werden speciaal samengesteld met het oog op de babyhuid. De verzorgingsproducten van Bee Nature bevatten gemiddeld tussen 2 en 5 % honing. Volgens Marine André, de oprichtster van Bee Nature Cosmetic, is dat tien keer meer dan andere producten op basis van honing.



De spout bag ruimt de plaats voor de tube.

klopt dat fuchsia en oranje kleuren zijn die je niet vaak in de apotheek aantreft, maar dat was een bewuste keuze om de producten van Bee Nature goed zichtbaar te maken. De kleuren zijn nu veel neutraler. Het wit om de medisch-farmaceutische wereld te weerspiegelen en het geel om naar de honing te verwijzen, die tot nu toe niet op de voorgrond geplaatst werd," legt Marine André uit. "Ook over de tube hebben we nog verder nage-

dacht. Die is nu mat. Daardoor krijgt hij een natuurlijker en kwalitatief hoogwaardiger aspect," gaat ze voort. De gebruikers hadden ook nog op een ander belangrijk element gewezen dat Bee Nature ertoe aanzette om de formule te wijzigen: de textuur van de crème. Omdat die te vloeibaar was, kwam er te veel uit de tube. De formule werd dus aangepast om het product een dikkere structuur te bezorgen. ■