

# Toda embalagem tem uma função social

**P**rofessor e coordenador do Núcleo de Estudos da Embalagem da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Fábio Mestriner coordena o Comitê de Estudos Estratégicos da Associação Brasileira da Embalagem (Abre), entidade da qual foi presidente de 2002 a 2006. Autor dos livros *Design de embalagem — curso avançado* e *Gestão estratégica de embalagem*, é consultor de inteligência de embalagem da Ibema Cia. Brasileira de Papel.

*Designer*, Fábio Mestriner faz parte do Grupo de Embalagem da Abigraf, que idealizou a Campanha de Valorização do Papel-cartão, iniciada no segundo semestre de 2010. Porta-voz da campanha, o profissional fala sobre os valores e atributos da embalagem de papel-cartão, a falta de conhecimento da indústria sobre os recursos da embalagem para a estratégia de marketing e os avanços do País com os altos índices de reciclagem.

## **Como surgiu a idéia da Campanha de Valorização do Papel-cartão?**

Fabio Mestriner - O Grupo de Embalagem da Abigraf realizou um período de discussões, quando elegeram os temas e conteúdos a serem abordados e, então, decidiu criar uma campanha de valorização do papel-cartão. Primeiro, para valorizar essa embalagem no conjunto de todas as embalagens que atendem às necessidades da sociedade e também porque existe hoje uma visão muito negativa em relação à embalagem de modo geral. O movimento ambiental ataca a indústria e a embalagem com argu-

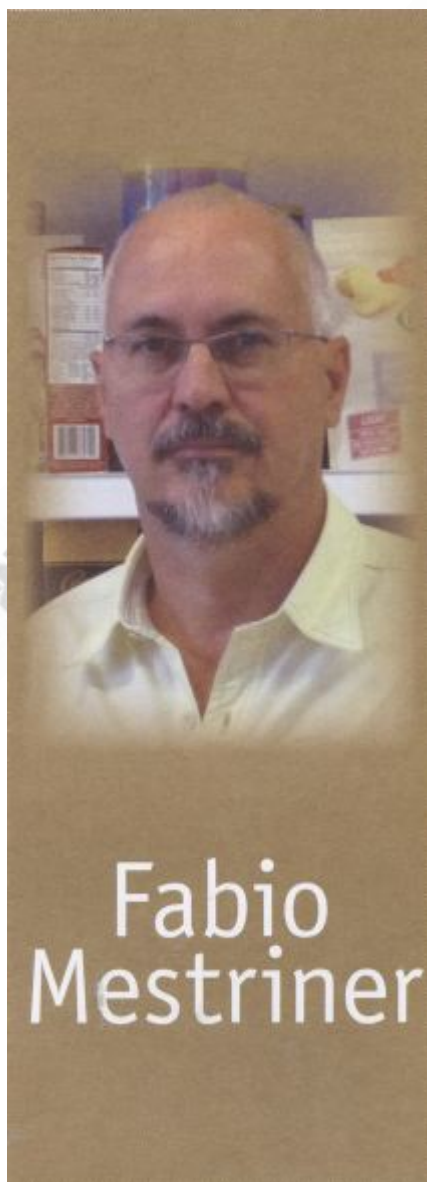
mentos que muitas vezes não são equilibrados. Em nenhum momento se leva em consideração a função social dela.

## **Qual é a função social da embalagem?**

FM - É atender à necessidade e aos anseios da sociedade e acompanhar sua evolução. Conforme a sociedade evolui, as exigências que recaem sobre as embalagens são maiores. Não é possível vacinar uma vaca, combater as pragas que destroem as lavouras de alimentos, tratar pessoas doentes e vacinar crianças, sem embalagens. As fábricas não conseguiriam enviar seus produtos do sul para o norte do Brasil e vice-versa sem embalagens. Hoje, 87% dos alimentos consumidos no Brasil são embalados. Pode parecer que ela existe para prejudicar o meio ambiente, mas a embalagem é uma necessidade do homem.

## **Quais os objetivos da campanha?**

FM - O objetivo principal traçado pelo grupo é levar para a sociedade a contribuição da embalagem de papel-cartão, a importância que ela tem para as empresas que a utilizam e para os consumidores, e também mostrar seus valores e atributos. O Brasil tem uma condição muito boa para a produção de papel e de embalagens de papel-cartão. Aqui, 100% do papel produzido é originário de florestas cultivadas, plantadas, com certificação internacional de manejo responsável. Nossa indústria gráfica e de embalagem, e nosso *design*, estão em nível internacional. Essas qualidades têm impacto na competitividade do produto nacional,



canco no que diz respeito ao mercado interno quanto para as exportações.

#### **Qual a mensagem que a campanha quer passar para o consumidor?**

FM - A embalagem de papel-cartão é associada, em muitas categorias, com uma diferenciação positiva de valor. Por exemplo, na seção de temperos de um supermercado tem um monte de vidrinhos de pimenta, todos iguais. Mesmo formato, mesmo tamanho, mas tem um que vem numa caixinha, o que o diferencia dos demais. O papel-cartão agrega valor percebido ao produto. A campanha visa mostrar que essa agregação de valor ao produto se dá graças a uma combinação de fatores: a qualidade da impressão, a utilização de vernizes, relevos, *hot stamping* e outros recursos gráficos. Além disso, por ter estrutura, fica em pé na gôndola e tem uma linguagem visual reconhecida pelos consumidores. A partir desse conteúdo, iniciamos uma ação de comunicação para divulgar os valores, os atributos, a importância do papel-cartão, bem como sua contribuição para o marketing das empresas.

#### **O fato de agregar valor explica o aumento em 42,73% nos últimos cinco anos no número de embalagens lançadas efetivas em papel-cartão, segundo dados do CNPD (Global New Product Database), disponíveis no Núcleo de Estudos da Embalagem, da ESPM?**

FM - Sim, há um incremento dos lançamentos de embalagens em papel-cartão, porque o mercado prestou atenção nelas de novo por conta das questões ambientais e da necessidade de diferenciar os produtos. Quanto mais iguais os produtos ficam, maior é a exigência por diferenciação na embalagem. O papel-cartão também é utilizado em embalagens de kits promocionais, cada vez mais usados pelas empresas como estratégia de marketing.

#### **Como o senhor avalia hoje o segmento de embalagens?**

FM - O setor de embalagem é muito avançado no Brasil. Das 20 maiores indústrias de embalagem do mundo, 18 têm fábricas e atuam no Brasil. Nosso mercado de consumo está entre os cinco maiores do mundo e existe uma cultura de consumo bastante desenvolvida no País. São dois fatores que fizeram com que surgisse uma indústria de embalagens forte, poderosa.

#### **O Brasil lidera a América Latina no item desenvolvimento de embalagens?**

FM - Não só lidera como é também um grande fornecedor de embalagem para toda a América Latina.

“ A questão ambiental passa a ganhar importância nas empresas, que podem sofrer retaliações de seus consumidores, punições legais e até mesmo serem excluídas da carteira de fornecedores de grandes empresas se não se adequarem à nova realidade. ”

#### **O segmento está atento à questão da sustentabilidade?**

FM - Há grande preocupação com as embalagens pós-consumo, que devem ser recolhidas e separadas do lixo orgânico. É a logística reversa, que está baseada em três pilares: no cidadão, que precisa encaminhar a embalagem para a reciclagem; no poder público, que detém o monopólio constitucional da coleta de lixo; e na indústria, que precisa reciclar todas as embalagens encaminhadas pela coleta seletiva. O cidadão e a indústria, por conta própria, transformaram o Brasil no recordista mundial de reci-

clagem de lacas de alumínio, com o índice de 98,2%. Os fabricantes de lacas de alumínio construíram uma fábrica para reciclagem e montaram um programa de logística reversa. A embalagem Tetra Pak, que tem três camadas de papel-cartão, duas de polietileno e uma de alumínio, também é reciclada. As quatro indústrias envolvidas — Klabin, Braskem, Alean e Tetra Pak — construíram uma fábrica, montaram um programa de logística reversa e já estão fazendo uma segunda fábrica. E o Brasil é o segundo do mundo em reciclagem de garrafas PET, com 51% (o primeiro é o Japão, com 55%). De tudo que é produzido em papelão, 78% volta para a fábrica reciclar; de papel e papel-cartão, mais de 50% é reciclado.

#### **Existe uma preocupação de que a embalagem seja sustentável desde sua criação, seu projeto, escolha de materiais e recursos de acabamento?**

FM - Todos os temas da sustentabilidade estão presentes e recebendo atenção do setor. No entanto, quando desenvolvemos uma embalagem, temos vários requisitos. Um deles é o que o consumidor quer, porque ele é o senhor do fato econômico. Outra pergunta a ser feita é como o produto se estraga, porque a embalagem precisa fornecer proteção e segurança, garantindo a integridade do produto. Uma terceira fonte de exigência no projeto são as questões mercadológicas. Todo produto concorre numa categoria e é esta que determina como é a competição dentro dela. Essas questões limitam a condição do projeto, que precisa responder a todos esses requisitos mais os ambientais, que agora estão sendo incluídos. A questão ambiental, que antes era vista como um aspecto institucional, passa a ganhar importância nas empresas, que podem sofrer retaliações de seus consumidores, punições legais e até mesmo serem excluídas da carteira de fornecedores de grandes empresas se não se adequarem à nova realidade.