

Embalagens de papel cartão: sustentáveis e aliadas do marketing

*Dieter Brandt**

Os desafios da preservação ambiental, recuperação dos ecossistemas e biomas e reversão do efeito estufa, que dominaram recentemente a atenção mundial na Rio+20 (Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável), exigem a priorização de produtos e insumos cada vez mais alinhados a essas exigências. Nesse sentido, um item essencial na escala produtiva são as embalagens, que acondicionam 70% de tudo o que os sete bilhões de habitantes da Terra consomem.

Esse dado nos dá a perfeita dimensão do quanto é importante o caráter sustentável das embalagens. As de papel cartão atendem com precisão a esse requisito, em especial no Brasil, onde 100% de toda a celulose e do papel destinados à indústria gráfica provêm de florestas cultivadas. Ou seja, não se cortam árvores nativas para fabricá-las! Trata-se, ainda, de matéria-prima renovável, totalmente reciclável no pós-consumo e biodegradável. Além disso, as florestas cultivadas sequestram enormes quantidades de carbono na atmosfera, contribuindo para a reversão do aquecimento global. No Brasil, a área total de floresta plantada é de 5,5 milhões de hectares — 1,7 milhão de hectares destina-se à plantação de eucalipto e pinus para produção de celulose e papel.

Além de seu caráter sustentável, as embalagens de papel cartão conquistam de modo crescente a preferência das indústrias de cosméticos, sabonetes, perfumes, remédios, pastas de dente, gêneros alimentícios e numerosos outros itens consumidos no dia-a-dia das famílias. Esse posicionamento deve-se à sua versatilidade quanto aos tamanhos, formas e espessuras, à ampla possibilidade de inserção de conteúdos informativos sobre os produtos, alta qualidade de impressão, apelo de marketing e integração às campanhas publicitárias. Além disso, as embalagens de papel cartão, por todas essas propriedades, influenciam a decisão de compra do consumidor no varejo. Ademais, permitem melhor posicionamento visual nas gôndolas dos pontos de venda.

Há outro fator importante: elas apresentam mais facilidades quanto à logística e distribuição. Isso é um ganho em duas pontas para os fabricantes, distribuidores e varejistas: a primeira refere-se à eficácia e agilidade do abastecimento; a segunda diz respeito à logística reversa, determinada pela nova Política Nacional de Resíduos Sólidos. O papel cartão atende de modo mais eficiente a exigência de recolhimento e reciclagem dos produtos descartados pelos consumidores, que será obrigatória no âmbito de numerosas cadeias produtivas.

Segundo pesquisa do professor Fábio Mestringer, coordenador do Núcleo de Estudos da Embalagem da ESPM, há semanas em que se lançam, no mundo, quase 600 embalagens de papel cartão. Ele reforça a importância disso no tocante ao marketing e à propaganda, lembrando que 90% dos produtos vendidos nos supermercados não têm qualquer apoio de comunicação. Ou seja, seus únicos canais de interação com o público são as embalagens, essas sustentáveis aliadas dos setores produtivos.

*Dieter Brandt é presidente da Heidelberg América do Sul.

Fonte: Inteligência [Portal]. Disponível em:

<<http://www.inteligencia.com.br/78961/2012/07/17/embalagens-de-papel-cartao-sustentaveis-e-aliadas-do-marketing/>>. Acesso em: 19 jul. 2012.