ESPECIAL 3R

Esta reportagem dá prosseguimento à série iniciada em março último por EMBALAGEMMARCA *com o objetivo de traçar um panorama do que ocorre em termos de embalagens mais amigáveis ao meio ambiente, no âmbito do tema conhecido como 3R (de* ***Redução***, ***Reutilização*** *e* ***Reciclagem****). Naquela edição da revista tratou-se do processo de aliviamento do peso dos invólucros, enquanto esta se refere a sua reutilização. Da mesma forma que aquela reportagem não abordou diminuições obtidas por meio de trocas de materiais e sistemas de embalagem, esta não cobre o reuso dos invólucros para acondicionar o mesmo produto em novos ciclos de comercialização – o que poderia ser visto com um quarto R, de* ***Retornabilidade****. Ou seja, trata-se aqui do uso, para outros fins que não o original, das embalagens que seriam descartadas.*

Vantagens de ponta a ponta

Cresce a reutilização de embalagens descartáveis, seja para o mesmo produto, seja para outros fins nos domicílios, com benefícios para a indústria, o consumidor e o ambiente

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

ASSIM COMO o processo de aliviamento de peso das embalagens progride incessantemente por variadas razões, o atributo da reutilização se amplia e assume cada vez mais o potencial de alavanca mercadológica por motivos diversos. Para o consumidor final, usar invólucros descartáveis por mais vezes, através da reposição de conteúdos originais supridos em refis (mais baratos), ou de novas maneiras (como peças de decoração ou de guarda de mantimentos e objetos variados, ou ainda para levar à mesa ou para outros fins), pode significar no mínimo economia de dinheiro e, na presente "era do descartável", comportamento ecologicamente correto, de contribuição para o alívio dos aterros sanitários. São apelos que abrem boas oportunidades de marketing para a indústria usuária e, consequentemente, para fornecedores da cadeia brasileira de embalagem, por duas razões básicas: 1) paira sobre o País a ameaça de retorno aos tempos da inflação alta; 2) cedo ou tarde - acreditemos - a Política Nacional de Resíduos Sólidos (lei nº 12 305) acabará sendo implantada.

Independentemente de premências como essas, quem sabe devido ao espírito de praticidade, os brasileiros recorrem com mais frequência do que se possa imaginar ao reuso de embalagens, feitas de diferentes materiais. Thais Faguri, gerente executiva da Associação Brasileira da Embalagem de Aço (Abeaço), informa que, segundo estudo feito pela entidade, o reaproveitamento de latas é de aproximadamente 3% nos lares brasileiros, incluídas as que oferecem refis de plástico flexível com novas quantidades dos produtos originais, como é caso do cereal infantil Mucilon, da Nestlé. Mas há outros produtos e outras marcas cujas latas são reaproveitadas para fins diferentes, como as de panetone, usadas geralmente para guardar mantimentos.

A gerente da Abeaço recorda que alguns anos atrás a Nestlé recorreu a esse conceito numa ação especial do mesmo Mucilon: removidos os rótulos de papel, as latas do produto exibiam os dizeres "açúcar", "arroz", "café", "feijão" e outros produtos. "Os usos são variados", considera a executiva. "Para não ir muito longe, lembro as latas de edições limitadas dos leites em pó Itambé e Ninho em formato de latão de leite, usadas entre outras finalidades para guardar diferentes tipos de mantimentos." Para fins semelhantes, Thais Faguri cita novamente latas de panetone e também embalagens originais de biscoitos, usadas como recipientes de outras marcas de biscoitos, de cereais matinais e até como porta-joias.

Lata promocional do Leite Ninho, com sobretampa, é exemplo de embalagem reaproveitável para a guarda de mantimentos

Decorados pelo estilista Alexandre Herhcovitch,copos do requeijão Danubio ganharam apelo de elegância como objetos de mesa

Ana Luísa Rezende Pimenta, proprietária da Gonçaves Salles Indústria e Comércio, fabricante da tradicional Manteiga Aviação, diz que, pelo fato de as latas do produto terem sobretampa, as pessoas as preservam para guardar botões, pregos e outros objetos, ou para fazer enfeites, segundo constatou pessoalmente na loja experimental mantida pela empresa em sua cidade-sede, São Sebastião do Paraíso (MG). A variedade de usos, enfim, depende das necessidades e da criatividade dos consumidores.

Na seara do vidro, mesmo sem aludir-se à reutilização de garrafas retornáveis de refrigerantes e de cerveja (neste caso, acondicionando cerca de 60% do volume da bebida comercializado no País), a inclinação para o reuso de embalagens parece ser mais acentuada. Ana Paula Bernardes, responsável pelo departamento de embalagem da Associação Brasileira da Indústria do Vidro (Abividro), conta que estudo recentemente feito pela entidade aponta o percentual de embalagens de vidro que, após o uso, as pessoas retêm em suas casas para reuso com outros fins: mais de 6%. Neste terreno, dificilmente haverá referência mais recorrente do que o copo com função original de pote e que, depois de utilizado para acondicionar produtos, recobra sua "vocação" primeira, de continente para líquidos tomáveis.

A DANUBIO, joint venture entre a Vigor, do grupo JBS, e a escandinava Arla Foods, uma das dez maiores empresas de laticínios da Europa, usa exclusivamente copos de vidro em sua linha de requeijões: de 250 gramas, nas versões Tradicional, Light e Zero (livre de gorduras), e de 140 gramas para a "single" direcionada a jovens adultos solteiros e casais sem filhos. O conceito é também utilizado pela Arla Foods nos países escandinavos, informa Rodrigo Felix de Souza, da área de marketing da Danubio. "É popularmente sabido que, uma vez sendo a embalagem um copo, há possibilidade de uso após o consumo." O atributo da reutilização é ainda observado quando se aplicam ações promocionais, lembra Souza, citando como exemplo as campanhas institucionais elaboradas pela marca em 2011, com copos decorados pelo estilista Alexandre Herchcovitch. Afora o aspecto utilitário, outras razões pesam na opção da Danubio pelos copos de vidro. "Este é um fator que contribui para a preservação das características essenciais do produto, como sabor, frescor e textura. A filosofia da empresa tende a acompanhar os conceitos de desenvolvimento sustentável e, no que diz respeito a embalagens, sabe-se que o vidro é um componente bem menos agressivo ao meio ambiente do que os copos de plástico encontrados no mercado."

Surgido no Brasil por volta de 1950 (ao que se sabe, baseado em ideia de Plínio de Paula Ramos, vendedor de uma vidraria), exatamente com o apelo da reutilização, os copo de vidro estrearam em geleia da Cica. Durante quase meio século foram preponderantes como embalagem de requeijão e depois, vazios, para uso em casa, como "cristal Poços de Caldas", denominação popular tirada da marca de requeijão que durante muito tempo foi líder em vendas no segmento e posteriormente passou a chamar-se Chisi. Mas esse recipiente teve boa presença também em outras categorias de produtos, como massa de tomate, pasta de amendoim, doce de leite e legumes. Raros devem ser no Brasil os domicílios em que os copos de "cristal Chisi", como passaram a ser

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

conhecidos, não estejam ou não tenham estado presentes no dia a dia, como artigos de mesa - até cederem lugar a sucedâneos feitos de plástico, lá pelo final dos anos 1990. E ainda que estes também acenem com o apelo da reutilização, os de vidro nunca foram totalmente banidos dos pontos de venda.

A já citada mineira Gonçalves Salles não abre mão dessa embalagem para acondicionar o requeijão Aviação. Ana Luísa Rezende Pimenta, proprietária da empresa, conta que num primeiro momento fez o produto migrar para o plástico. Mas, quando a adoção desse tipo de recipiente se generalizou, a Aviação retornou à antiga embalagem. "Resolvemos continuar no vidro, porque nosso produto é especial", ela explica. "Acontece que o que outras marcas ofereciam não era exatamente requeijão, mas outro produto, parecido com requeijão, batizado com um nome do qual não me lembro e que acabou sendo proibido pelo Ministério da Agricultura." A maioria dos laticínios voltou a fabricar requeijão, porém mantendo-se fiel à nova embalagem, "possivelmente por questão de redução de custos", na opinião da empresária.

AO LADO DE Crioulo, Danubio e Itambé, a Aviação é uma das quatro marcas que persistem no uso tradicional. "Além do benefício da reutilização, tem a questão da aparência do material, que é um importante diferencial e leva para o consumidor a imagem de produto premium, de maior valor", explica a proprietária do laticínio mineiro, antecipando que em breve será lançado um novo copo para o produto. "O conceito de reutilização é fantástico, os consumidores adoram", ela afirma, com base em enquete feita na loja-piloto da Gonçalves Salles. Assim, o conceito está contemplado também no pote de vidro para o Doce de Leite Aviação, que foi laureado na edição de 2012 do Prêmio GRANDES CASES DE EMBALAGEM.

A adequação das embalagens de vidro para reutilização é uma imagem favorável que a Abividro quer potencializar, informa a responsável pela área no órgão representativo dos vidreiros. Para isso, a entidade está preparando campanha destinada a incentivar a coleta e a destinação de potes para doação aos 212 bancos de aleitamento materno que beneficiam mais de 170 000 crianças em todo o Brasil. Segundo Ana Paula Bernardes, o leite humano só pode ser armazenado em vidro. O programa consistirá na doação pela indústria vidreira de parte das necessidades dos bancos de aleitamento e em campanha destinada a suprir a outra parte, por meio de coleta em bares, restaurantes e cantinas. O lançamento será no próximo dia 19 de maio, Dia Nacional do Aleitamento Materno. "Ao mesmo tempo serão feitos esforços para convencer as maternidades a incluírem um recipiente adequado de vidro nos kits entregues com componentes básicos às parturientes quando vão para suas casas", pormenoriza a executiva.

Enquanto isso, de maneira não organizada, consumidores de produtos acondicionados em vidro vão praticando a reutilização. Lourival Franchi, sócio diretor de La Pianezza, descreve o que acontece nesse sentido com os potes da linha de antepastos da marca, também ganhadora na edição de 2012

Aviação aproveita o conceito da reutilização no pote de vidro de seu doce de leite

Na foto, as marcas de requeijão que se mantêm em copos de vidro reutilizáveis

Publicação exclusiva para fins educacionais.

de GRANDES CASES DE EMBALAGEM "Temos informação de que a maioria dos consumidores de nossos produtos acha muito bonitos os potes e os guarda para outros usos, principalmente como porta temperos", ele conta. "Tem até quem nos procure com interesse em adquirir somente os potes vazios, para formar conjuntos. Não comercializamos embalagens, mas esse interesse acaba estimulando as vendas dos produtos."

Afora o canal do reuso doméstico das embalagens, existe um amplo comércio irregular de garrafas long neck one-way de cervejas praticado em larga escala por catadores de sucata, ao que revela Ana Paula Bernardes, da Abividro. Esse vasilhame seria usado para acondicionar sucos, cachaças e outras bebidas sem marca ou de qualidade inferior. "Embora não se possa afirmar que tal uso seja ilegal, ele é indevido, e é enorme", diz a executiva, sem fornecer números. "Tanto é que nas cooperativas de catadores essas garrafas não são vendidas como sucata e sim como vasilhame." Assim desempenham - ainda que não haja intenção - significativo papel no combate ao aumento de resíduos sólidos urbanos.

SEM SE FALAR no reaproveitamento de embalagens para fins ilegais, como no caso de garrafas de vidro usadas para acondicionar uísques, vodcas e outras bebidas quentes, importadas e mesmo nacionais - que segundo a executiva da Abividro, "ao que se comenta", seria superior a 30% de tudo o que se comercializa no País - o argumento pró-reutilização após o uso original parece avançar como tendência. E não só nas residências, mas também em indústrias usuárias e produtoras de embalagens.

Uma grande fabricante nacional de embalagens plásticas rígidas, a Emplal, lançou no ano passado uma série de recipientes transparentes com forte apelo de reaproveitamento após o uso. Sob o nome Kipote, a linha baseia-se em potes de polipropileno transparente, com formato de paralelepípedo e tampas com aba que simulam as de utensílios domésticos (podendo, inclusive, ter cores translúcidas). A novidade é oferecida sob duas linhas: Multiuso, com paredes finas e custo mais em conta, e Super Multiuso, de paredes mais grossas, para maior durabilidade.

O apelo dos potes plásticos da Emplal dá ênfase ao reaproveitamento, no freezer, no microondas e no serviço de mesa

De acordo com Eudes Dias Bicalho, diretor comercial da Emplal, as embalagens Kipote visam a um reconhecimento imediato do consumidor quanto ao potencial de reaproveitamento, e com vantagens frente às embalagens convencionais. "A ideia é que o consumidor final ganhe um brinde e não tenha receio de reutilizar o recipiente", diz Bicalho. "As pessoas costumam reaproveitar potes como os de sorvete, mas dificilmente os levam à mesa, por serem decorados", observa o diretor da Emplal. Os novos potes, de polipropileno, estão disponíveis para volumes entre 250 mililitros e 1,8 litro, e suportam temperaturas de -20 graus Celsius a 100 graus Celsius, podendo ir ao forno microondas, à lava-louças e ao freezer sem ter seu funcionamento alterado. Já foram adotados em vendas a granel de secos e molhados em rotisserias de redes de supermercados como Ricoy, Bretas, Bastos e DMA. "Temos relatos de que as vendas desses clientes aumentaram 25% desde a adoção do Kipote", diz Bicalho.

Oportunidades com apelo à reutilização surgem a cada dia. Na área de construção civil, a Cimentolit, fabricante de argamassas e outros produtos de acabamento em alvenaria, colocou no mercado o que chama de pote multiuso em que acondiciona o Rejuntamento Resinado Cimenflex. Trata-se de um recipiente de polietileno de alta densidade (PEAD), usado para substituir os frágeis sacos plásticos que acondicionavam o produto. Uma das vantagens propiciadas pela embalagem, de acordo com a argumentação do diretor geral da empresa, Milton Badan, é que, depois de utilizado o conteúdo, o pote pode servir para guardar acessórios da obra, além de ter melhor desempenho que os sacos flexíveis no armazenamento e no transporte. Tal teria sido o êxito de vendas agregado pela nova embalagem que marcas concorrentes passaram a adotá-la.

A prática de reutilizar-se embalagens plásticas rígidas ou semirrígidas parece dar-se em larga escala nos domicílios, ao que constatou EMBALAGEMMARCA ouvindo consumidores em dois supermercados de São Paulo. Usam-nas sobretudo para guardar frios, laticínios e sobras de refeições nos refri-

Embalagem rígida para "rejunte", usável para outros fins após o uso, substituiu com várias vantagens o saco flexível

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

geradores e como recipientes para pregos, parafusos e outros objetos. Mas a tendência de reutilização em produtos originais, supridos principalmente em refis tipo SUP, abreviatura de stand-up pouch (bolsa plástica flexível que fica em pé), vem se acentuando, estimulada pela própria indústria usuária, com base nos apelos econômico e ambiental. A onda começou há poucos anos por iniciativa da Natura na sua linha Tododia de produtos para o corpo. A própria empresa estaria faz algum tempo experimentando a passagem desse conceito para o de redução de material, aplicado para uma embalagem destinada ao uso final, resselável graças à existência de uma tampa. Tal recurso é inviável no caso dos refis, cujo conteúdo precisa ser usado de uma só vez, pois não podem ser retampados.

A Natura foi a primeira na área de bens de cuidados pessoais a usar SUPs de refil, ...

COMO QUE confirmando a boa receptividade do uso dessa alternativa pelos consumidores, duas grandes indústrias de bens de personal e home care, a Unilever e a Bombril, já adotam refis tipo SUP há algum tempo. A primeira os aplica em suas linhas de amaciantes Comfort e Fofo, e agora os estaria estendendo para outras linhas, não só de produtos de limpeza doméstica, mas também de cuidados pessoais. A Bombril, por sua vez, é uma forte usuária de refis em SUP há cerca de dois anos, nas linhas do detergente Ecobril e na de limpador Vantage.

Pelo menos nesta última categoria de produto, a tendência de adoção dos SUPs de refil dá sinais de consolidação. Por isso a Tradbor Stand-up Pouches, fabricante desse tipo de recipiente, vem trabalhando numa bolsa simples cujos fechamento e refechamento são feitos por um sistema de solda inédito no Brasil. "Para verter o produto basta apertar a embalagem", explica Alan Baumgarten, diretor da Tradbor. "Quando se para de apertar, o orifício em que a solda é aplicada se fecha novamente, cortando o fluxo. É um sistema similar ao de tampas com válvulas de silicone usado em frascos rígidos." A vantagem desse sistema, cuja patente a Tradbor pretende adquirir de uma empresa suíça dado o interesse demonstrado por fabricantes nacionais de produtos líquidos, é que dispensa a inclusão de um bico e de uma tampa. Tais adendos, nas palavras de Baumgarten, "significam custo maior, podendo fazer o preço da peça chegar muito próximo ao da embalagem inicial".

... adotados também pela Nestlé para o Nescafé e...

É devido a argumentos como esses que a 3 Corações, segundo conta o diretor da Tradbor, teria adotado o stand-up pouch como embalagem final para o capuccino de sua marca. A tendência estaria ganhando corpo em outras indústrias, afirma o executivo. "As motivações vão desde o apelo no ponto de venda, com SUP's de shape diferenciado, por exemplo, até ganhos em custo e em logística, já que esse recipiente flexível ocupa até 95% menos espaço que a embalagem rigida final." O que ninguém poderá afirmar é que a poupança de gastos e de recursos naturais via reutilização de embalagens não seja benéfica para a cadeia de valor da embalagem em toda sua extensão. EM

... pela Bombril, forte adepta do conceito na categoria de produtos para limpeza do lar

Fonte: Embalagemmarca, São Paulo, ano 14, n. 164, p. 30-36, abr. 2013.