



DIVULGAÇÃO/TETRA PAK BRASIL

**POR DANILO ZORZAN**

Diretor de Marketing da Tetra Pak Brasil

POSITIVE PACKAGING: INDÚSTRIA SE MOBILIZA PARA TORNAR A CADEIA DAS EMBALAGENS MAIS SUSTENTÁVEL

Há algum tempo venho discutindo como no Brasil e no mundo a sustentabilidade ganha cada vez mais espaço como critério de consumo – o que invariavelmente leva a uma resposta da indústria, que tende a adaptar, com o tempo (pois trata-se de um processo longo, que não acontece da noite para o dia), todas as etapas da cadeia produtiva para refletir essa demanda dos consumidores. O exercício da sustentabilidade, naturalmente, recai com maior responsabilidade sobre as indústrias, mas em menor escala atravessa também hábitos e escolhas de consumo em nível individual, e quase tudo que diz respeito a ela pode ser pensado nessas duas chaves.

O elemento que quero destacar aqui, por sua relevância e tendência a aparecer na maioria das conversas corriqueiras sobre sustentabilidade em diferentes indústrias, inclusive a de alimentos e bebidas, é o das embalagens, que podem ser pensadas, tanto em nível individual – quem recicla ou não recicla, quem reaproveita, quem dá preferência a alimentos vendidos em embalagens menores ou mesmo sem embalagens, quem faz um descarte inadequado etc. – quanto em nível industrial – que materiais são utilizados nas embalagens, como é seu processo produtivo, se há uma preferência por materiais recicláveis, o grau de envolvimento das indústrias nas cadeias recicladoras, de forma ampla, o que a indústria está fazendo para tornar suas embalagens mais sustentáveis.

Temos envelopado esse complexo conjunto de iniciativas rumo a embalagens mais sustentáveis no conceito de “*positive packaging*” ou “*embalagem positiva*”: um olhar estratégico que busca entender como embalagens ajudam a construir uma cadeia de consumo sustentável e que passa por conceitos, como ecodesign, descarte adequado, reciclabilidade e muitos outros fatores.

Diversas inovações vêm sendo implementadas neste sentido, com destaque para a substituição de materiais das embalagens por alternativas mais sustentáveis: plástico por papel, utilização de materiais parcial ou totalmente reciclados e retornáveis e por aí vai. Estas iniciativas, sem dúvida, estão atreladas a uma expectativa dos consumidores: segundo a pesquisa recente Consumo de Embalagens Sustentáveis (Sustainable Packaging Consumer Research 2021), realizada pela Tetra Pak, cerca de 40% dos consumidores mencionaram ter mais motivação para realizar a separação de embalagens para a reciclagem se elas forem feitas inteiramente de papel e não tivessem plástico ou alumínio.

Nessa esteira, fabricantes de embalagens cartonadas têm testado utilizar barreiras à base de fibras ou polímeros em substituição ao alumínio, para ampliar o conteúdo renovável das embalagens e neutralizar a pegada de carbono no processo de fabricação. Os primeiros resultados têm sido promissores, sugerindo redução substancial de emissão de CO₂ sem comprometimento da qualidade dos alimentos ou seus prazos de validade. Outro diferencial está no aumento do interesse pelas fábricas de papel em embalagens com maior teor desse material, o que fortalece o ecossistema da economia circular de baixo carbono.

Fato é que precisamos, enquanto indústria, construir uma jornada que priorize a sustentabilidade, e a partir de um item aparentemente simples, como uma embalagem, conseguirmos pensar e desenhar uma profunda inovação transformacional colaborativa, que envolva a própria indústria, *startups*, universidades, empresas de tecnologia e até instituições públicas. Assim, atenderemos não só a uma demanda do planeta, mas também às expectativas de consumidores cada vez mais críticos em relação aos produtos que escolhem nas gôndolas. ■