

Novo símbolo nas embalagens de vidro representa um “selo de compromisso” com a sustentabilidade

29 de Dezembro, 2020

As Embalagens de Vidro têm uma nova marca registada, um símbolo de saúde e sustentabilidade para o consumidor e o ambiente, e convidam os produtores de bebidas e alimentos a juntar-se a esta iniciativa, promovendo o seu uso.

A FEVE (Federação Europeia de Vidro de Embalagem) refere, em comunicado, que a nova marca permite, através de um símbolo visual, que os embaladores e retalhistas comuniquem os benefícios ambientais e de saúde para o consumidor, associados à escolha de produtos embalados em vidro, promovendo assim a sua preferência.

Uma marca para as pessoas e para o ambiente

Um símbolo também de proteção e reciclagem, esta nova marca é o resultado de um esforço de mais de um ano de colaboração entre a indústria, designers, clientes e consumidores para em conjunto, criar um símbolo reconhecível, associado a saúde e sustentabilidade, pode ler-se no comunicado da FEVE.

Este novo símbolo, sob licença, está disponível para uso em todas as embalagens de vidro para alimentos e bebidas; produtos farmacêuticos, perfumaria e cosmética. Desenvolvido em conjunto por designers e consumidores -que votaram no símbolo final, cada elemento do mesmo, simboliza o compromisso assumido pela escolha da embalagem de vidro: usar os recursos naturais de uma forma sustentada, em circuito fechado infinito; reciclar sempre que possível; proteger e preservar a qualidade do produto e a saúde das pessoas que o utilizam; logo ser a escolha por um futuro sustentável.

Durante a apresentação, **Michel Giannuzzi, presidente da FEVE**, salientou que “este símbolo é o primeiro marco, do trabalho conjunto com os nossos clientes e marcas, para fornecer soluções de embalagem que respondam à necessidade crescente de sustentabilidade, dos consumidores. O nosso objetivo final é que os consumidores em toda a Europa, vejam esta nova marca registada em todos os produtos embalados em vidro nas prateleiras – sejam alimentos em conserva, bebidas ou azeites, e saibam que a sua escolha de embalagem contribui para a criação de um futuro mais sustentável”.

A Bonduelle, líder em alimentos vegetais, mostrou o seu apoio a esta marca registada com as palavras de Arnaud Warusfel, diretor do Desenvolvimento de Embalagens: “Se apenas tentarmos lidar com a questão da sustentabilidade individualmente, chegaremos a 2030 e perceberemos que não avançamos para além de alguns números num slide de PowerPoint. Defendendo a preservação do ambiente e da saúde, este novo símbolo será uma ferramenta útil para coordenar os esforços tanto da marca como dos nossos fornecedores de embalagens, levando as empresas e os consumidores a comprometer-se totalmente

com a sustentabilidade”,

Uma iniciativa da indústria, apoiada pelo desejo dos consumidores de embalagens sustentáveis e saudáveis

O lançamento do novo símbolo está alinhado com os resultados de um inquérito europeu a 10.000 consumidores de 13 países, realizado pela Insites Consulting. As respostas obtidas mostram que os “consumidores europeus não só se preocupam com o impacto ambiental das embalagens”, como uma grande maioria considera as “embalagens de vidro a opção mais segura, saudável e amiga do ambiente”, indica o mesmo comunicado. Esta preocupação reflete-se cada vez mais nas suas decisões de compra: “42% compram mais produtos em embalagens de vidro por considerarem ser a opção mais reciclável e 33% escolhem a embalagem de vidro por ser aquela que melhor protege os alimentos e a sua saúde”, refere o estudo.

Embora o consumidor deseje comprar mais produtos embalados em vidro, nem sempre esta opção está disponível: “é referido por 27% dos inquiridos, que o principal motivo por comprarem menos produtos em vidro, é o facto de não encontrarem os seus produtos preferidos neste material de embalagem”.

Para as marcas que pretendem aumentar a sua quota de mercado, estas são “razões claras” para a escolha da embalagem de vidro para os seus produtos e promover a mensagem de conservação e proteção, diretamente na prateleira de venda.

Um compromisso reafirmado com a sustentabilidade

O novo símbolo da marca registada, é o mais recente de uma série de iniciativas que a indústria do vidro de embalagem tem vindo a desenvolver, sob o tema da sustentabilidade. Em junho lançou o projecto ‘Close the Glass Loop’, uma plataforma que reúne toda a cadeia de valor das embalagens de vidro, com o objetivo de recolher 90% das embalagens de vidro usadas até 2030, para reciclagem; em Março tinha já lançado outro projecto ambicioso, o ‘Forno do Futuro’: o primeiro forno híbrido de grande escala a oxi-fuel, que ao funcionar com 80% de energia renovável, irá permitir reduzir as emissões de CO2 em 50%.

Com os consumidores à espera, que as empresas façam a sua parte na preservação do ambiente, este símbolo nas embalagens de vidro, representa um “selo de compromisso” com a sustentabilidade. A indústria do vidro de embalagem convida assim todas as marcas, clientes e retalhistas a usarem este novo símbolo para promoverem o vidro como embalagem do futuro, pela nossa saúde e pelo ambiente.