

# Oito em cada dez consumidores europeus vêem o vidro como o material de embalagem do futuro, revela estudo

23 de Novembro, 2022

Oito em cada dez consumidores europeus vêem o vidro como o material de embalagem do futuro, sendo considerado o material que mais contribui para uma vida e um planeta mais saudáveis. A conclusão é de um novo [estudo](#) divulgado pela Friends of Glass na Semana Europeia da Redução de Resíduos.

O estudo independente foi realizado a mais de quatro mil consumidores em 13 países europeus e é promovido pela European Container Glass Federation (FEVE) para a plataforma de consumo Friends of Glass.

A nível europeu, o vidro é o único material de embalagem que registou um aumento de consumo nos últimos três anos (8%), enquanto outras tipologias de embalagem, como o bag-in-box, o metal e o plástico registam reduções de consumo entre os 24% e 41%. Em Portugal, os resultados foram ainda mais expressivos, com os produtos embalados em vidro a registarem um aumento na ordem dos 28%, aponta o estudo.

Para este crescimento, de acordo com análise, contribuem fatores como o facto de o vidro ser considerado o material de embalagem com o processo de reciclagem mais eficaz (65% dos portugueses), o que causa menos abandono de embalagens usadas no ambiente, littering (47%), e aquele que provoca menos resíduos (45%). O vidro é ainda referido como a melhor opção de embalagem para a saúde, por 26% dos portugueses. Em relação às categorias de produtos que gostariam de encontrar mais em embalagens de vidro nas prateleiras, 69% dos inquiridos de Portugal referem os produtos lácteos, 55% os molhos e 46% as bebidas não alcoólicas, precisa o estudo.

Por outro lado, 48% dos portugueses assumem que consumiriam mais produtos embalados em vidro se estes fossem mais baratos. Entre as razões que mais limitam o consumo de produtos embalados em vidro destacam-se ainda a menor conveniência (36%) e a disponibilidade de produtos embalados neste material (35%). Ainda assim, 84% dos consumidores nacionais assumem que recomendariam produtos embalados em vidro aos amigos, sendo que Portugal é o país europeu que mais associa as embalagens de vidro à prevenção dos efeitos das alterações climáticas (52%), a uma menor transferência de produtos químicos nocivos para os alimentos (40%) e a uma menor perda de qualidade dos alimentos e bebidas (39%).

## **Comportamentos de Reciclagem**

Em linha com a média Europeia (83%), 82% dos portugueses dizem reciclar vidro muito frequentemente, sendo que Portugal é um dos países Europeus que mais valoriza a reciclagem destas embalagens como o contributo para um planeta mais sustentável (91%). Os inquiridos são também o povo europeu que mais

assume ter sido influenciado por campanhas de reciclagem nos últimos três anos (61%), que se preocupa em ensinar boas práticas de reciclagem aos filhos (89%) e que acredita que as embalagens de vidro são efetivamente recicladas (84%). Por outro lado, 80% dos portugueses que assumem não reciclar vidro, dizem que não o fazem por não ter um espaço conveniente perto de casa para o efeito, indica o relatório.

Quando questionados sobre a sua adesão a um sistema de Depósito e Reembolso, seis em cada dez portugueses respondem favoravelmente, mas na pergunta se estariam dispostos a pagar um depósito em cima do preço dos produtos embalados em vidro, este número baixa para quatro em cada dez consumidores. Estes resultados estão alinhados com o facto de “53% dos inquiridos preferir a utilização dos ecopontos para a reciclagem do vidro, contra 34% que preferem um sistema de Depósito e Reembolso”.

### **Vidro, um material de embalagem com futuro**

Sobre as conclusões deste novo estudo, Adeline Farrelly, Secretária-Geral da FEVE considera que “à medida que se celebra o Ano Internacional do Vidro, e que os decisores políticos se concentram nas novas metas de redução de resíduos, estas conclusões provam que os consumidores reconhecem cada vez mais o vidro como um material de embalagem quotidiano, saudável e reciclável – um material que já provou ser capaz de cumprir os compromissos assumidos para com um mundo mais saudável”.

Enquanto indústria, “procuramos constantemente novas formas de inovar para garantir que o vidro continua a ser um material sustentável, no qual podemos confiar para proteger a nossa saúde e a do planeta. Estamos muito orgulhosos por ver os consumidores reconhecerem essas qualidades e posicionarem o vidro como o material de embalagem do futuro. É agora o momento das nossas marcas favoritas também aceitarem este desafio”, acrescenta a responsável.