

“Temos que abandonar a ideia de que o lixo não tem valor”

20 de Janeiro, 2022

A embalagem do futuro esteve em destaque num dos Speedtalks: “Ciclo da Embalagem 360º”, organizado no **“Eco Embalagens – Unboxing The Future”**, um evento promovido esta quarta-feira, 19 de janeiro, pela **Sociedade Ponto Verde**. Fernando Leite, CEO da **Lipor**, foi desafiado a partilhar a sua visão sobre as especificidades da embalagem do futuro.

Para o responsável há uma certeza: “Temos de pensar que a embalagem do futuro tem que, cada vez mais, diferenciar-se da atual”. Nos dias de hoje, notam-se situações que estão em “desconformidade” com aquilo que é a proteção ambiental e a economia circular: “Ainda existem muitas debilidades em determinados setores”. Outra garantia, partilhada por Fernando Leite, é que a embalagem do futuro tem também que incluir “comodidade” para o cliente final: “(o cliente final) tem que ser estimulado para aquilo que consideramos ser o consumo sustentável”. E um “primeiro grande driver” a colocar no setor é “abandonar a ideia do lixo”, pois transmite a ideia de que “aquilo é algo que não vale nada”, transitando para uma ideia de “aquilo que é algo que vale muito”. Este é um ponto que o CEO da Lipor acredita que tem que ser melhorado para que, no final, o cidadão conheça essa particularidade.

Apesar de ser já reconhecido o esforço de muitas empresas de maior dimensão com o ecodesign ou com a forma como desenham os produtos, Fernando Leite chama a atenção para a importância da adaptação: “Em Portugal, os setores de fabricação são compostos, na sua maioria, por pequenas e médias empresas, sendo que estas precisam de estar sensibilizadas para a mudança tecnológica que têm de fazer e que têm de recorrer, na maioria dos casos, a centros colaborativos”.

Outra especificidade a ter em conta quando se fala em “embalagem do futuro” é que a mesma tem que obedecer àquilo que são os “quadros regulatórios e regulamentares” que estão a ser implementados na Europa. E esta é uma particularidade que, no entender do CEO da Lipor, pode acarretar um problema de futuro: “Chama-se o espaço extra Europa, isto é, temos todo um mundo que fabrica e que coloca em todo lado através de acordos comerciais produtos que muitas vezes não têm as mesmas normas de fabricação que têm aqueles que estão a ser feitos no espaço europeu”.

Apesar dos desafios, Fernando Leite não tem dúvidas que, num prazo de cinco anos, a evolução e a inovação vão estar muito mais presentes no setor: “As marcas percebem que é uma questão de sobrevivência”. Outra perspetiva, partilhada pelo responsável, é que haverão “mais embalagens disponíveis e preparadas para serem trabalhadas”. Também, em grande parte das áreas de produção, haverá um melhor ecodesign: “O setor do calçado já começa a ter a preocupação de fazer um linha *vegan*”, exemplifica. Por fim, acresce o “embate das novas gerações” que são “muito mais cuidadosos” relativamente à origem daquilo que consomem: “Vão mesmo fazer a seleção dos produtos, em loja, pela

ficha relativamente à embalagem e outras situações”, constata.

“Consumo sustentável, informação ao consumidor e a terminologia que devemos usar com os cidadãos” são, no entender do responsável, alguns dos aspetos vitais para que o futuro do setor seja promissor.

Depois de perspetivar o futuro, Fernando Leite, respondendo a uma questão sobre os pontos mais críticos para investir no sentido de melhorar todo o *output* do sistemas de reciclagem em Portugal, acredita que a primeira área que necessita de apoio é a educação e a comunicação: “Ciclicamente ouvimos dizer que vai haver um plano nacional de educação ambiental, mas tem existido algumas lacunas no tempo e a verdade é que não existe uma estrutura organizada de educação ambiental que ponha estas questões nas escolas”. Outro ponto é a “dispersão muito grande na comunicação” que se faz: “Não existe algo que deveria ser comum e temos um déficit de cultura neste domínio da reciclagem multimaterial”, atenta. Por isso, respondendo a estas lacunas, o CEO da Lipor defende, por exemplo, que seja “retirado mais dinheiro aos camiões ou aos contentores” e, que o mesmo seja atribuído à educação: “Temos de ter um plano que seja coerente e que transmita a mesma mensagem”.

A falta de massa crítica no setor é também uma realidade: “Temos de ter mais engenharia. Há autarquias onde a pessoa mais conhecedora é o encarregado e não vai ser ele a pensar na inovação”, conclui.