

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING POSITIVO PARA O SETOR DE EMBALAGEM

Fabio Mestriner

Estamos avançando no século XXI e de uma coisa podemos ter certeza: **a embalagem existe para atender as necessidades e anseios da sociedade** e com ela continuará evoluindo pois a população mundial continua a crescer, o tempo médio de vida das pessoas está aumentando, elas estão vivendo cada vez mais em grandes cidades e demandando mais embalagens. **Sabemos portanto que no futuro haverá mais embalagens** e que é e será necessário projetar e gerenciar embalagens com visão sistêmica e com responsabilidade ambiental. Incentivar a sua reciclagem é um bom exemplo, dado que além de evitar que sejam dispostas de forma inadequada no meio ambiente, geram mais trabalho, valor e renda.

Este cenário nos indica um futuro promissor para esta atividade tão importante para a sociedade humana, mas é preciso seus agentes se conscientizem e atuem de forma mais efetiva para reduzir seus impactos ambientais. Um primeiro passo é mudar o discurso e passar a fazer o marketing da contribuição social que a embalagem tem.

Um recente estudo europeu mostrou que a falta ou a deficiência de embalagem resulta na perda de quase metade dos alimentos produzidos nos países pobres. No Brasil estima-se que mais de 30% dos alimentos produzidos no campo não conseguem chegar à mesa dos brasileiros. Esta equação trágica atinge as populações mais pobres do mundo todo pois quanto menos embalagem se utiliza, mais alimentos são perdidos.

As grandes contribuições da embalagem se relacionam com a saúde e alimentação, pois cerca de 60% de todas as embalagens produzidas se destinam a embalar alimentos e bebidas e outros 13% se destinam a embalar medicamentos, vacinas e similares. Não é possível vacinar uma criança ou medicar uma pessoa doente sem a contribuição da embalagem.

A embalagem tem, portanto uma importante contribuição social inclusive depois de utilizada pois a reciclagem de embalagem no Brasil emprega mais de 500 mil pessoas que tiram desta atividade o seu sustento.

Mas nada disso é lembrado ou mencionado em grande parte do que lemos ou assistimos a respeito deste tema pois a embalagem aparece sempre mostrada, na melhor das hipóteses como um mal necessário. A embalagem tem sido apontada como um dos maiores inimigos do meio ambiente!

Esta imagem difundida na mídia tem contaminado a percepção que se tem dela e incentivado uma atitude hostil que tem levado a embalagem ao banco dos réus em muitas situações. Ambientalistas anticapitalismo, políticos populistas em busca do aplauso fácil, jornalistas e veículos de comunicação que querem “agradar” e até mesmo empresas usuárias e varejistas que dependem de embalagens para proteger e vender seus produtos estão aderindo à onda de restrições de todo tipo que estão sendo aplicadas contra ela. Esta situação, se não for contestada, criará cada vez mais constrangimentos para o setor e incentivará a aplicação contra ele de legislação restritiva.

Todos aqueles que integram a cadeia produtiva da embalagem precisam se conscientizar que a embalagem tem uma função social importante e que os efeitos nocivos que ela eventualmente pode provocar ao meio ambiente são perfeitamente evitáveis com medidas concretas de educação ambiental, e a utilização das embalagens pós-consumo para a reciclagem e a recuperação energética, evitando assim que ela seja disposta de forma errada no meio ambiente.

“Coisas fáceis se tornam difíceis quando feitas com relutância” ensina o poeta romano Terêncio. O setor de embalagem está relutando demais em adotar um discurso afirmativo sobre a contribuição social da embalagem e está deixando de fazer o marketing desta contribuição.

É importante determinar o impacto ambiental de uma determinada embalagem, mas é muito mais importante dizer ela contribui para reduzir a fome no mundo e o desperdício de alimentos, para combater as pragas que dizimam as colheitas, para vacinar as crianças e tratar os doentes e, principalmente para permitir que as indústrias consigam embalar seus produtos e garantir que eles cheguem aos mais distantes pontos do País em perfeitas condições de consumo.

Quem está fazendo isso? As entidades do setor? As escolas? Os profissionais que atuam na área e suas lideranças? Os veículos que cobrem o setor? Vemos muito raramente alguém exaltando efetivamente a embalagem. Na maioria das vezes assistimos um pedido de desculpa por existirmos.

O setor precisa adotar um discurso unificado em defesa da embalagem e, para tanto, seguem algumas sugestões:

- Exaltar a importância de sua contribuição para a sociedade;
- Enfatizar que boa parte do impacto ambiental que causa é fruto da falta de educação da população que joga lixo na rua e nos rios;
- Exigir a implantação de coleta seletiva pelo poder público que tem a obrigação constitucional da coleta de lixo e recebe os impostos para fazê-lo;
- Parar de atacar o material de embalagem concorrente, afirmando que o seu “*faz menos mal que a do outro*”!
- Incentivar as escolas para que elas cumpram o seu dever de difundir os conceitos corretos sobre os vários temas.

Este texto, na embanews, é um alerta para que sejam tomadas atitudes direcionadas para um marketing que enfatize os inúmeros aspectos positivos da embalagem antes que a imagem negativa que vem sendo erroneamente difundida nos meios de comunicação resulte em graves sansões e prejuízos para o setor.

Fabio Mestriner

Professor do Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Embalagem do Centro Universitário do Instituto de Tecnologia Mauá.

Coordenador do Comitê de Estudos Estratégicos da ABRE Associação Brasileira de Embalagem

Autor dos livros - Design de Embalagem Metodologia Avançada e Gestão Estratégica de Embalagem

Publicado: Novembro de 2009 – Revista Embanews