

Personalização e versatilidade torna Caderno Inteligente mais amigo do ambiente

25 de Fevereiro, 2022

Nasce no Brasil com o objetivo de quebrar com a estagnação verificada no setor da papelaria. Denominado por **Caderno Inteligente**, o projeto começa a solidificar-se em 2018, ano em que oficializa as redes sociais como principal meio para difundir a atividade. Fruto de tal posicionamento, a marca cresceu e hoje afirma-se como líder nesta categoria de produtos. A Portugal, o projeto chegou no início de 2020, sendo representada pela JB Comércio Global, uma empresa que atua no mercado de papelaria há mais de 20 anos, e que viu no Caderno Inteligente uma oportunidade de trazer inovação ao mercado português, mudando a relação dos consumidores com os cadernos, tornando-os mais personalizáveis e sustentáveis. Esta é a descrição partilhada por **Andreia Costa**, responsável de comunicação do Caderno Inteligente em Portugal, numa entrevista à Ambiente Magazine.

“Ser 100% personalizável é o grande fator diferenciador do Caderno Inteligente”, permitindo aos utilizadores retirar e recolocar capas, folhas ou acessórios através do seu sistema de disc-bound: “Este sistema possibilita a utilização integral do todo o seu conteúdo, ao contrário dos cadernos tradicionais, contribuindo assim para uma utilização mais sustentável”. É precisamente no princípio “diminuir o impacto no planeta” que o Caderno Inteligente se centra: “O facto dos nossos cadernos serem costurados a`mão e as capas em cartão duplo forrado confere-lhes uma resistência e durabilidade superior”. Acresce que os discos, incluídos em cada caderno, são em plástico ABS, permitindo a sua reciclabilidade várias vezes. Já as folhas têm certificação FSC: “É uma garantia que estas provêm de florestas bem geridas”, destaca.



Andreia Costa

Relativamente à política ambiental, a marca Caderno Inteligente privilegia práticas sustentáveis que assentam no “compromisso de trabalhar junto de fornecedores que utilizam as melhores matérias-primas”, comprometendo-se a

“reduzir a sua pegada ecológica”, garante Andreia Costa, acrescentando que, enquanto marca que atua no setor de papelaria, pretende também ter um “papel ativo” na consciencialização dos consumidores, através do combate ao desperdício de papel. “Ao contrário dos cadernos tradicionais, que acabam por ser dispensados após um curto período de utilização, queremos oferecer uma solução que permita aos consumidores terem um caderno “para a vida”, através da colocação de novas recargas de papel somente quando necessário”, precisa.

São as “infinitas opções de combinação disponíveis” que torna este “caderno inteligente” mais verde: “Mesmo que o utilizador já não se identifique com o caderno em algum momento, pode apenas substituir a capa e os discos, voltando assim a ter um novo modelo e evitando o desperdício que ocorre todos os anos com a troca de cadernos”. Outra vantagem, destacada pela responsável, é que os cadernos inteligentes podem ser utilizados das “mais versáteis formas”, seja como caderno escolar, planner ou bullet journals, álbuns fotográficos, cadernos de música ou de receitas: “Todas estas opções numa só solução”.

Sendo a sustentabilidade um dos pilares onde assenta os valores do Caderno Inteligente, são várias as iniciativas que promovem em prol do ambiente, tanto com os consumidores como com a equipa: “Além de destacarmos frequentemente a importância da preservação do nosso planeta nas redes sociais, lançámos também uma ação com a Quercus onde, em compras realizadas no nosso site, os nossos CILovers estariam a contribuir para a plantação de novas árvores”. Através desta ação, foi possível “plantar 1200 árvores” no Pinhal de Leiria, afirma. A “redução de plástico utilizado nas embalagens” é também um O compromisso interno da marca.

[blockquote style="2"]Queremos impulsionar um consumo mais consciente[/blockquote]



Questionada sobre o caminho que indústria papelaria em Portugal tem feito em prol da sustentabilidade, Andreia Costa admite que ainda existe um “longo caminho” a percorrer: “Além do custo acrescido que tem para as marcas na indústria de papelaria fazer esta mudança, são muitas as empresas que desconhecem o caminho para lá chegar”. Ainda assim, a prevenção do planeta deve ser um tema do interesse geral: “Acreditamos que cada vez mais a indústria da papelaria vai começar a implementar políticas mais sustentáveis”. Cientes do caminho que ainda falta ser feito, a responsável reforça aquele que é o grande foco da marca: “Queremos impulsionar um consumo mais consciente, através da redução da quantidade de papel que todos os anos é desperdiçada e, sobretudo, através da

dinamização e envolvimento em iniciativas que visem contribuir para a proteção ambiental e sustentabilidade da indústria”.

Como perspectiva este setor nos próximos 10 anos?

“Num contexto mundial, perspectivamos que haja mais consciência da necessidade de redução do consumo de papel, embora tenhamos a consciência de que demorará ainda algum tempo. Ainda assim, nos próximos 10 anos, acreditamos que os diferentes intervenientes adotarão cada vez mais práticas sustentáveis em conformidade com o desejo dos consumidores”.