

# Smurfit Kappa: Sustentabilidade incentiva empresas para inovar no desenvolvimento de embalagens

25 de Junho, 2020

A Smurfit Kappa deu a conhecer os resultados da segunda parte do inquérito “Sustentabilidade e rentabilidade: à procura do equilíbrio”, realizado a 200 altos quadros de empresas e a 1.500 consumidores do Reino Unido. Estes evidenciam que a “sustentabilidade incentiva todas as atividades de I+D e de desenvolvimento de novos produtos em mais de um terço das empresas”, estando a “transformar os programas de inovação, já que as empresas estão a voltar a planear o design dos seus produtos e soluções de embalagem, num esforço por enfrentar o problema que representa a presença de resíduos no ambiente”, refere a empresa em comunicado.

A Smurfit Kappa salienta que o estudo demonstra também que as “empresas se estão a centrar especificamente na embalagem como oportunidade chave para inovar,” e que sete em cada dez organizações mencionam que os “materiais utilizados na embalagem são a sua principal dificuldade para adotar práticas de sustentabilidade”, seguidos da recolha e da reciclagem (59%), e dos materiais utilizados para fabricar produtos (56%). Além disso, “quase nove em cada dez empresas afirmam que os seus produtos ou embalagens integram materiais usados ou reciclados como parte das suas estratégias de sustentabilidade”, indica o estudo.

Arco Berkenbosch, vice-presidente de Inovação e Desenvolvimento da Smurfit Kappa, salienta que “esta investigação demonstra que, atualmente, as empresas têm de abordar a sustentabilidade num cenário económico difícil e que os consumidores vão continuar a incentivar os programas de sustentabilidade. Os fornecedores podem adotar muitas soluções simples da indústria global da embalagem sem incorrer em custos consideráveis, como, por exemplo, reduzir a quantidade de embalagens vazias no canal de eCommerce e o uso de plásticos ao transportar bens na cadeia de fornecimento. Demo-nos conta de que há uma procura crescente pelos produtos da nossa carteira Better Planet Packaging que são alternativas sustentáveis aos plásticos de utilização única”.

Além disso, o responsável nota que “à medida que se intensifica a transição para embalagens mais sustentáveis, é fundamental que as empresas continuem a investir em soluções inovadoras para dar resposta à procura dos consumidores, melhorar a perceção da marca e aplicar estratégias de sustentabilidade satisfatórias”.

O inquérito também revela que “37% dos consumidores considera que o design da embalagem é um fator importante ao tomar uma decisão de compra” e deixa patente que mais da “metade dos utilizadores finais comprou nos últimos seis meses um produto específico, porque a embalagem era reutilizável ou biodegradável,” demonstrando uma vez mais o seu nível de consciencialização sobre as embalagens das marcas. Desta forma, continuam a orientar a atitude

das organizações para as práticas sustentáveis, como bem assinala o relatório, que evidencia que “oito em cada dez empresas consideram que a sustentabilidade é um investimento a longo prazo, e não um custo”.