

# ALEMANHA: A TRADIÇÃO DA EMBALAGEM DE VIDRO

E COM ELA, A CULTURA DO RETORNO E DA RECICLAGEM



FOTOS: FUTUREPACK

A indústria de embalagens, como todas as demais, começou na Alemanha (na Europa de forma geral) antes da nossa industrialização. Com invernos rigorosos, a necessidade de embalar a produção de frutas e legumes durante a safra sempre foi algo importante para os alemães. Até hoje encontramos potes de vidro e tampas para serem comprados pelos consumidores que gostam de preparar conservas em casa.

Além disso, a cultura de retorno de embalagens sempre foi praticada. Quando morei na Alemanha, cada pote de iogurte devolvido tinha um reembolso de 10 centavos, garrafas de suco, 20 centavos, e assim por diante. Todos devolviam. Hoje com o sistema de pfand (cupom ou voucher) este processo mudou. Códigos são estampados nas embalagens: as pessoas inserem as embalagens vazias em uma máquina que lê o código e gera um crédito para ser retirado na caixa.

A reciclagem do vidro é tão valorizada que há caçambas enormes em vários lugares; sempre em trios: uma para vidros verdes, outra para

os marrons e outra para os transparentes (flints). Cada caçamba tem uma cesta (um engradado) separada para as garrafas e potes inteiros que são retornáveis. Vai para dentro da caçamba apenas o que está quebrado para ser reciclado. Ou seja, antes reutilizam.

Quando a indústria começou a fornecer iogurtes, geleias, doces, méis, molhos, legumes em conserva, entre outros, e “competir” com a produção caseira, a embalagem de vidro foi a eleita. Ela era a mais próxima do praticado, além dos atributos de boa conservação, ser inerte, segura, pode ser aberta e fechada, entre outros, e permite a visualização do produto. Desta forma, até hoje, as embalagens de vidro são utilizadas para embalar iogurtes, geleias, méis, molhos e ainda há novas categorias, como sucos, sopas e pratos prontos. As embalagens de vidro ganharam designs diferenciados e sofisticados e tampas especiais. Os designs mais “ousados” dos frascos de vidro atraem os consumidores jovens e naturalistas. Muitos estão utilizando a extensão do rótulo para lacrar a tampa de forma evidente, como nas embalagens de

mel e antepastos. Tampas largas facilitam o consumo, a abertura e o fechamento da embalagem.

Algumas vezes, os frascos de sucos são rotulados com termoencolhíveis, ora serigrafados, ou apenas com tinta branca, deixando a cor do suco transparecer e convencer.

A geleia GLÜCK (felicidade, sorte) é apresentada em um pote de vidro, com formato novo e tampa de alumínio inusitada e larga. Sem rótulo, apenas com a marca serigrafada com fonte moderna, o produto se destaca nas gôndolas pelo impacto que gera, mostrando as amoras e despertando o desejo de degustá-las. O termo “Purer Genuss” quer dizer: puro prazer! Aliás, reflete isso:

Embalagem melhor. Mundo melhor. Sempre!



**ASSUNTA N. CAMILO**

Diretora da FuturePack Consultoria de Embalagens e do Instituto de Embalagens  
atendimento@ideembalagens.com.br