

UMA VISÃO AMERICANA

RONALD SASINE



Realização:

Instituto
SustenPlást

Os Plásticos na Atualidade

Uma Indústria sob Diversas Ameaças...

- Público
- Empresas
- ONG's
- Governos

...Atualidade Complicada e um Futuro Promissor

3^o Congresso
Brasileiro
do PLÁSTICOTM

O plástico na vida moderna

Realização:



4 Mensagens Principais e 1 Recomendação

- Crescimento das Embalagens Plásticas acompanha o crescimento econômico, a urbanização e a sub-urbanização
- Consumo conveniente domina o varejo moderno, e as mães “Mileniais” junto a seus colegas solteiros buscam mais facilidade nos afazeres domésticos
- Preocupação com os efeitos no Meio-Ambiente são comuns entre a população economicamente emergente, mas influencia pouco as compras
- Embalagens Plásticas viabilizam o Consumo de muitos outro Produtos que os consumidores procuram
- ❑ Consumidores manifestam grande Preocupação com a quantidade de plástico consumido e nosso Objetivo deve ser o Uso Consciente do plástico e a educação do consumidor

Consumidores



- Poderá a Indústria de Plásticos satisfazer a fome da opinião pública?
- O público entende o que ocorre?
- O público realmente quer o que as ONG's pedem?

Os Plásticos na Atualidade

Realidade Científica versus Opinião Pública

- Análise de Ciclo de Vida
- Utilidade e Impacto
- Saúde Alimentar
- Bem-estar Público

Atitudes e Ações

Plástico

“Do momento em que um homem escova os dentes de manhã até o momento em que deita-se na cama, tudo o que ele toca, vê e utiliza será feito deste material de mil utilidades”

Revista Americana *Time*, 1924

Público

Uso de Plásticos na Vida Diária

- Quantidade e Permanência

Poluição dos Mares

- Macro-plásticos

Preocupação com Resíduos Plásticos

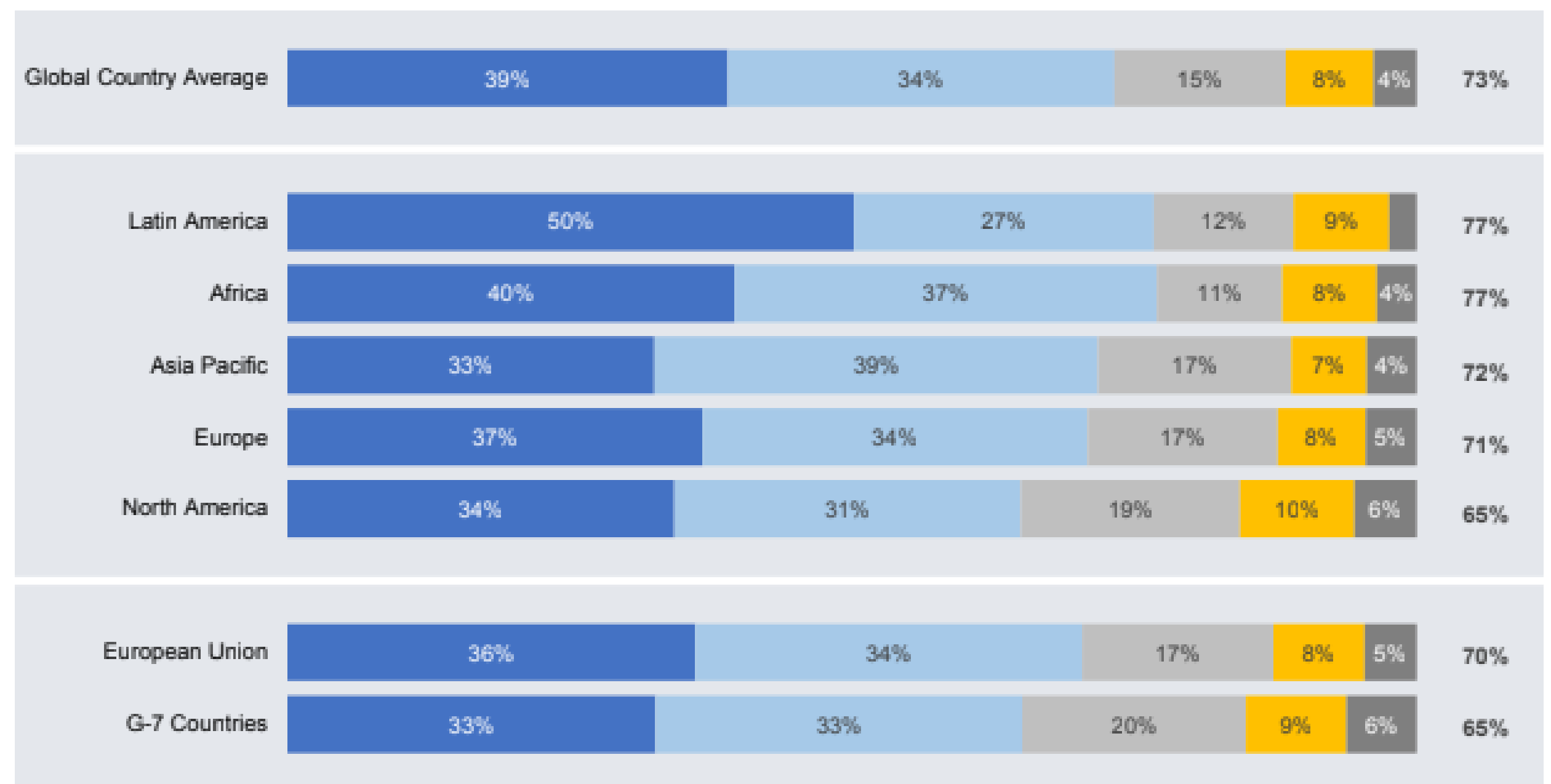
- Micro-plásticos

Consumidores fazem as decisões

- Sofisticação científica
- Aceitação de nova informação

The United Nations agreed in 2022 to develop a global treaty to end plastic pollution.
To what extent do you agree or disagree that these rules should...

Make plastic producers accountable for reducing waste and plastic pollution from their products?



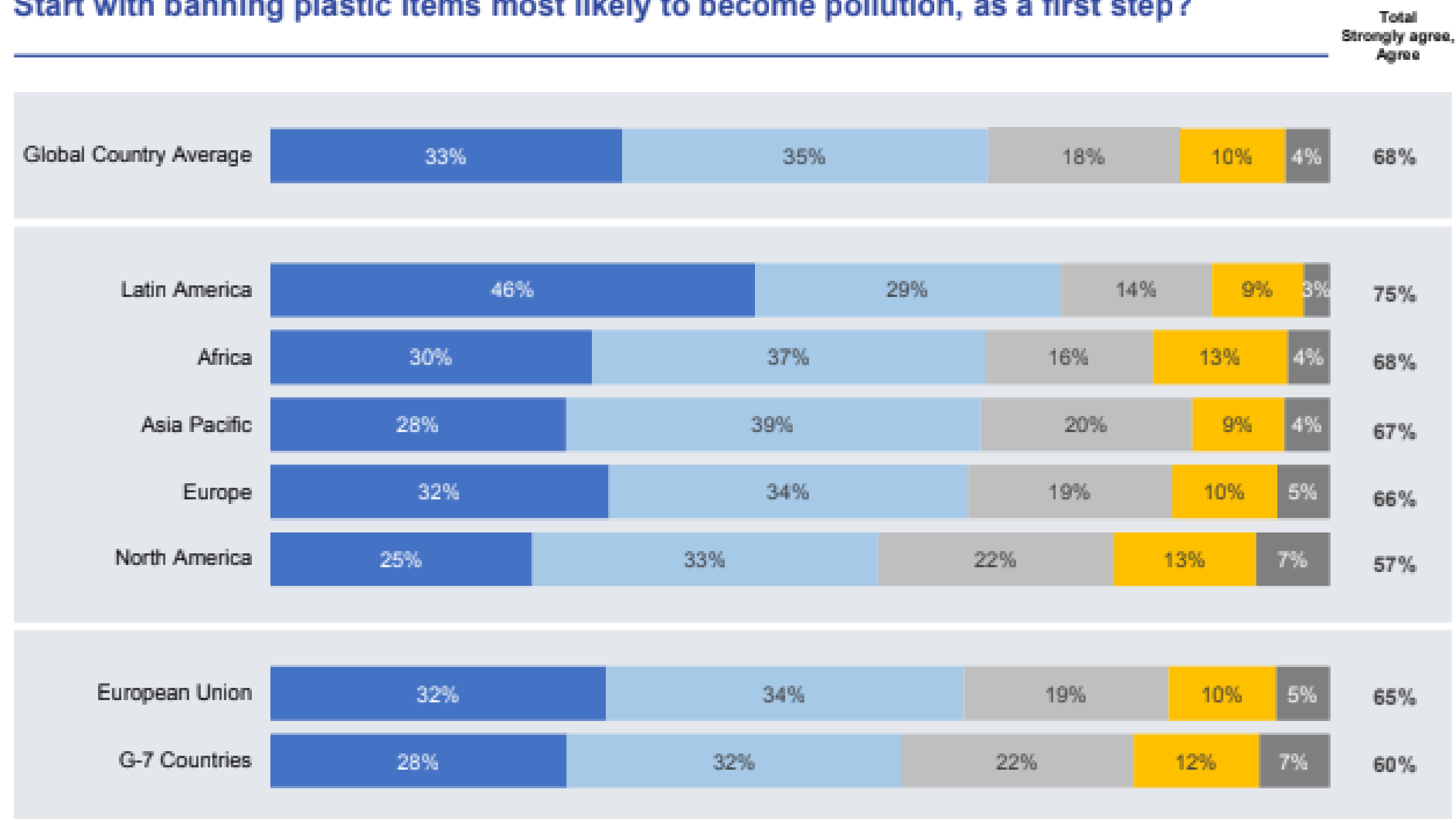
Region Comparison

Support for making plastic producers accountable for reducing waste and plastic pollution from their products is highest in Latin America and Middle East/ Africa.



The United Nations agreed in 2022 to develop a global treaty to end plastic pollution.
To what extent do you agree or disagree that these rules should...

Start with banning plastic items most likely to become pollution, as a first step?



Region Comparison

Support for starting by banning plastic items most likely to become pollution is highest in Latin America and Middle East/ Africa.



Empresas

Clientes (Empresas e Donos de Marca)

- Adesão a Programas de Redução, Reciclagem ou Eliminação de Plásticos
- Substituição de Materiais de Embalagem

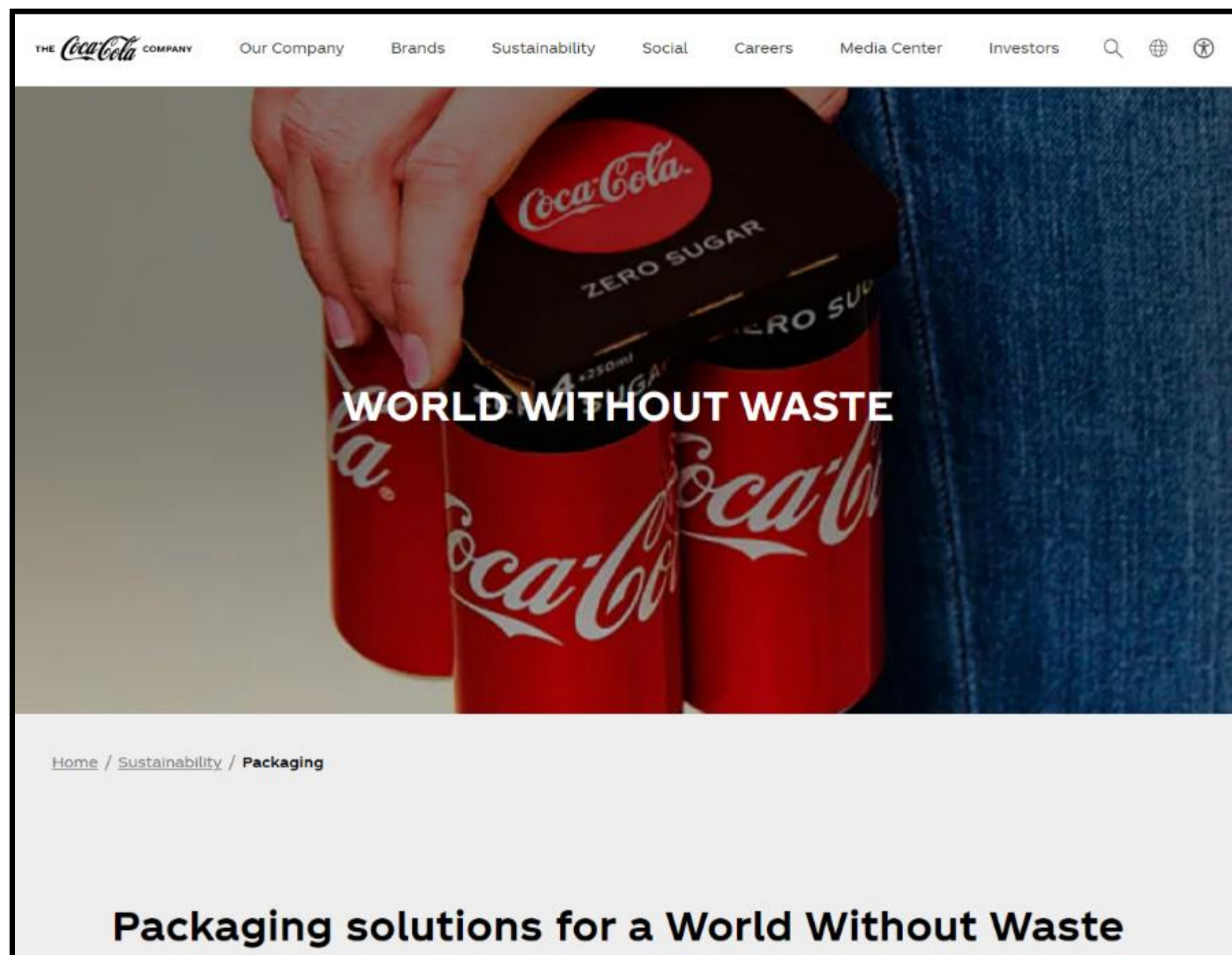
Varejistas

- Ponto de Encontro entre Produtos e Consumidores
- Fidelidade de Consumidores é Prioridade

Produtores de Embalagens

- Alternativas

The Coca-Cola Company



Mars

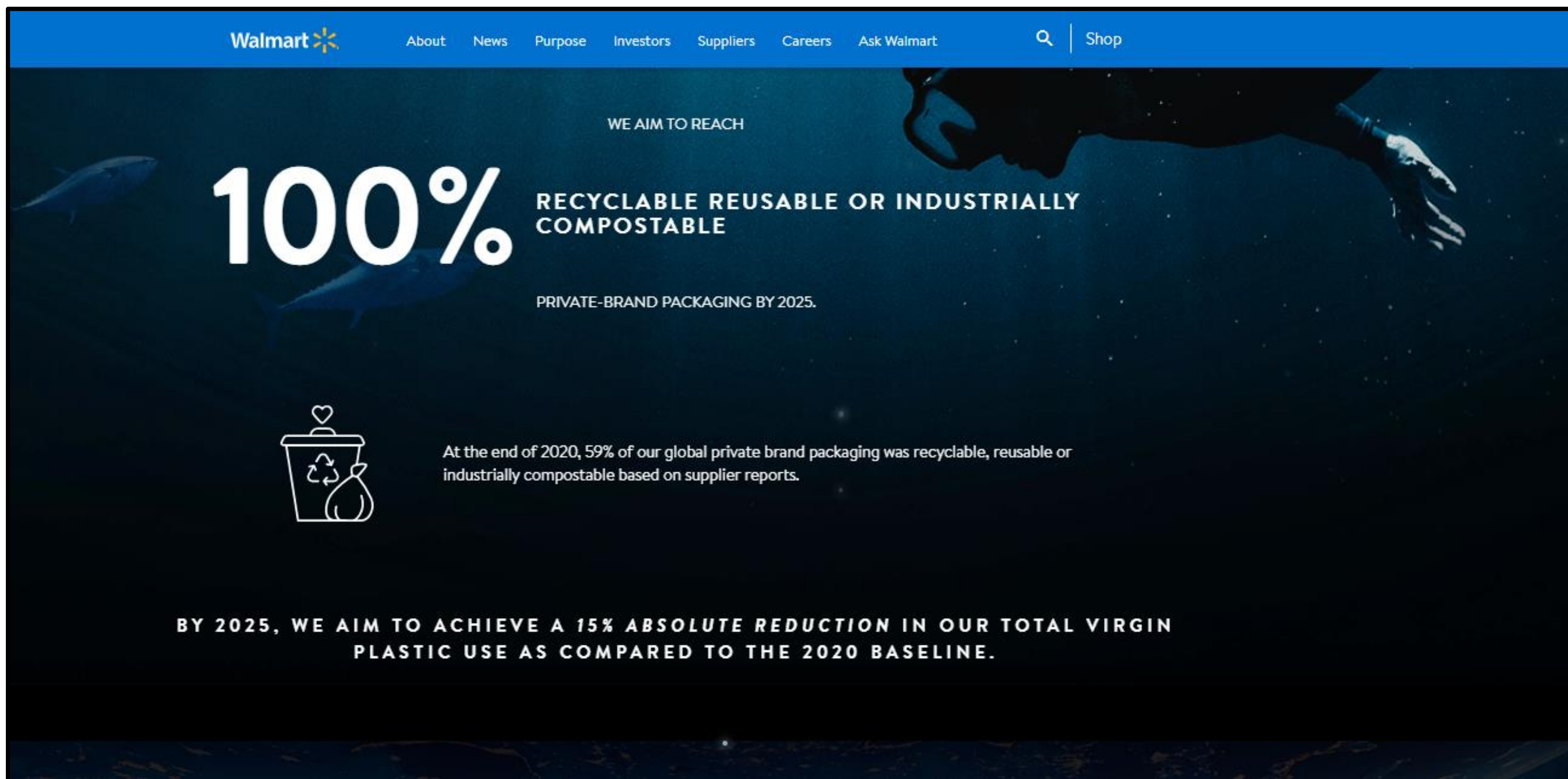


In the world we want tomorrow, no packaging becomes waste.

Packaging waste is a global problem that threatens our oceans and the health of the planet. For Mars, packaging waste doesn't align with our vision for a world where the planet is healthy.

To address the issue, we are investing hundreds of millions of dollars to reimagine and redesign our packaging.

Walmart



Walmart 

About News Purpose Investors Suppliers Careers Ask Walmart  Shop

WE AIM TO REACH

100%

RECYCLABLE REUSABLE OR INDUSTRIALLY COMPOSTABLE

PRIVATE-BRAND PACKAGING BY 2025.



At the end of 2020, 59% of our global private brand packaging was recyclable, reusable or industrially compostable based on supplier reports.

BY 2025, WE AIM TO ACHIEVE A 15% ABSOLUTE REDUCTION IN OUR TOTAL VIRGIN PLASTIC USE AS COMPARED TO THE 2020 BASELINE.

Carrefour



GRUPO
CARREFOUR
BRASIL

[O GRUPO](#)

[SUSTENTABILIDADE](#)

[FLORESTA FAZ BEM](#)

[RELAÇÕES COM O INVESTIDOR](#)





Fundo de Florestas

Com a criação do Fundo de Florestas, a Companhia destina R\$ 50 milhões até 2027 para impulsionar a rastreabilidade e a conformidade de commodities, além de promover produtos oriundos da sociobiodiversidade.



Inovação em Embalagens de Marca Própria

O Grupo Carrefour Brasil está comprometido em transformar suas embalagens de marca própria, com o objetivo de que, até 2025, todas sejam feitas de materiais recicláveis, reutilizáveis ou compostáveis. Além disso, a Companhia se compromete a utilizar 30% de plástico reciclado em suas embalagens, a reduzir o uso de embalagens em 20 mil toneladas e a garantir que todas as embalagens de papel e papelão estejam alinhadas com a política florestal da empresa. Essas metas ambiciosas refletem o compromisso do Grupo com a mitigação dos impactos ambientais e com a promoção de uma economia circular no Brasil.

GPA (Grupo Pão de Açúcar)

REDUÇÃO E SUBSTITUIÇÃO DE EMBALAGENS



Atuamos para reduzir o uso e substituir as embalagens em nossas lojas e produtos de Marcas Exclusivas. Para isso, contamos com o desenvolvimento de projetos que apresentam novos formatos para os(as) consumidores(as). Desenvolvemos iniciativas em três linhas: redução de embalagens plásticas, substituição de embalagens e ações com Marcas Exclusivas.

PROGRAMA NOVO DE NOVO



REDUÇÃO DO USO DE EMBALAGENS PLÁSTICAS NAS LOJAS



SUBSTITUIÇÃO DE EMBALAGENS



Smurfit Westrock



OUR PACKAGING SOLUTIONS ▾ OUR SUSTAINABILITY STORY ▾ OUR COMPANY ▾

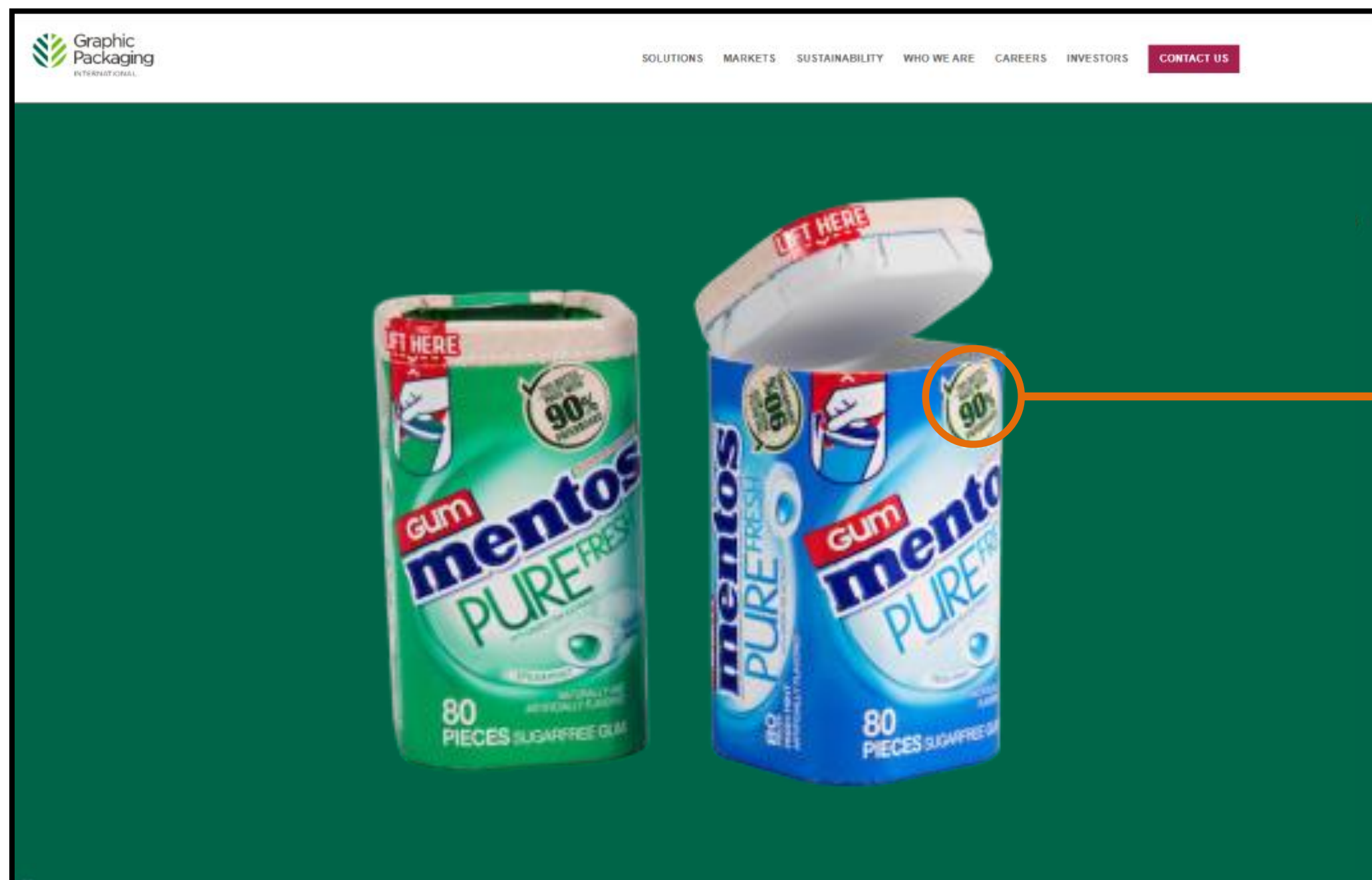
[Home](#) / [Blog](#) / Replacing plastic trays for ready made meals to meet sustainability targets

Share this post   

Replacing plastic trays for ready-made meals to meet sustainability targets



Graphic Packaging Intl.



The new Boardio paper bottle for Mentos Pure Fresh is the first product in the gum category from a major global confectioner to be delivered in a paperboard bottle. Using a customized paperboard laminate, the package consists of more than 90% renewable fibers from sustainably managed forests replacing the previous Mentos 100% rigid plastic container.

Klabin

MOTIVADORES DO CRESCIMENTO DO MERCADO DE CARTÕES

Diversos *drivers* sustentam o forte crescimento esperado da demanda por cartões



Aumento de renda



Embalagem renovável e *premium*

Preocupação crescente com consumo de produtos mais sustentáveis



Urbanização, rapidez e praticidade

Tendência de aumento do consumo via delivery e *to go food*



Embalagem como ferramenta de marketing

Primeiro ponto de contato entre o cliente e a marca



Substituição ao plástico de uso único

Cartão como o principal beneficiado do movimento de substituição do uso de plástico



Legislação

Proibição do contato de papel reciclado com alimentos

**Mercado de Cartões exige
mais tecnologia, processos
e aprovação técnica**



LPB (Liquid Packaging Board):
caixa para líquidos



FBB (Folding Boxboard):
utilizado em caixa de alimentos

ONG's

U.S. Plastics Pact – Road Map 2.0

5 Objetivos:

- Eliminar os itens na lista de Materiais Desnecessarios e Reducir o uso de Plástico Vírgem em 30% até 2030
- 100% de Plástico será reutilizável, reciclável ou compostável
- Reciclar 50% de embalagens plásticas
- 30% de resina pos-consumo na indústria de embalagens
- Fomentar re-uso de embalagens, reduzir plástico vírgem

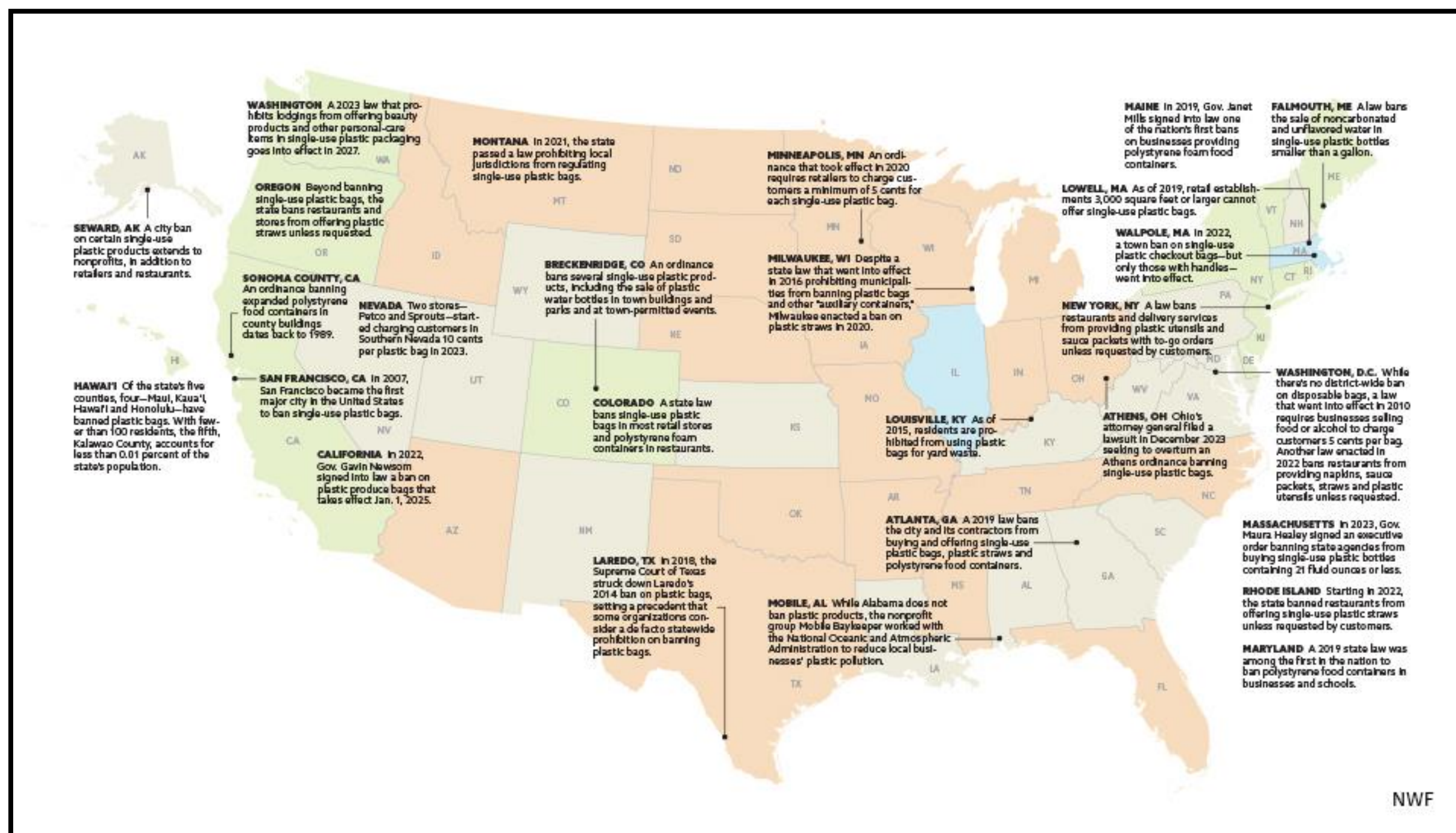
Governos

Locais

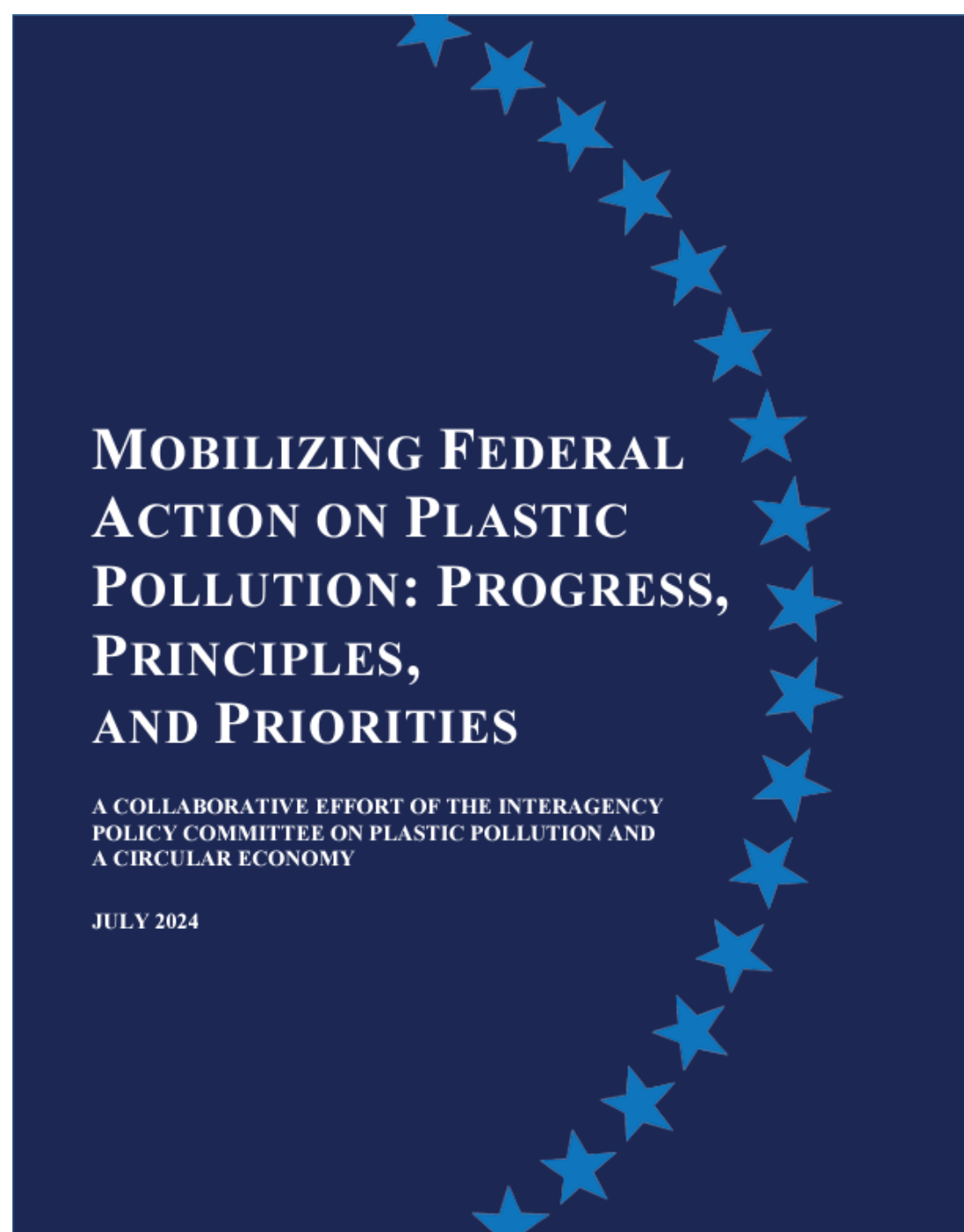
Nacionais

Tratado Global de Plásticos (ONU)

Governos - Locais



Governos - Nacionais



- Avaliar e Reduzir a Poluição com origem na Produção de Plásticos
- Inovação de Materiais e *Design* de Produtos
- Reduzir a Geração de Resíduos Plásticos
- Melhorar os Sistemas de Gestão de Resíduos Plásticos
- Captação de Resíduos Plásticos no Meio Ambiente

Governos – Tratado Global

Objetivos

- Economia Circular dos Plásticos
- Tratado de Acabar com Poluição Plástica

Atores

- Países pro-Limite de produção
- Países anti-Limite de produção
- Empresas (220+)

Próximos Passos

- INC-5 (Busan, Coreia do Sul)

Governos – Tratado Global



Os Plásticos na Atualidade

Uma Indústria sob Diversas Ameaças...

- Público
- Empresas
- ONG's
- Governos

...Atualidade Complicada e um Futuro Promissor

OBRIGADO

RONALD SASINE

RON@HUDSONWINDSOR.COM
RONALD D. SASINE@LINKEDIN



Realização:

Instituto
SustenPlást



Realização:

Instituto
SustenPlást

UMA VISÃO AMERICANA

RONALD SASINE