



PRÊMIO UNIVERSITÁRIO ABERJE

O Desafio - Tetra Pak 2013

Patrocínio:



Realização:

Parceria:



Maxpress



Participante

Agora você vai conhecer o desafio proposto pela Tetra Pak, como tema do “III Prêmio Universitário Aberje - edição de 2013”. Seu trabalho é o de construir e apresentar uma proposta de comunicação como resposta ao problema a ser superado.

Você dispõe de muita informação; comece pelo site da empresa e busque também outras fontes para a sua pesquisa. Quanto mais você se aprofundar no assunto, compreender o contexto, melhor será a qualidade das suas propostas.

A empresa

A Tetra Pak é líder mundial em soluções para processamento e envase de alimentos. Atua perto dos clientes e fornecedores para oferecer produtos seguros, inovadores e ambientalmente corretos, que a cada dia satisfazem as necessidades de centenas de milhões de consumidores em mais de 170 países. Com mais de 23.000 funcionários no mundo, a Tetra Pak acredita na indústria responsável e na abordagem sustentável dos negócios. O slogan “protege o que é bom” reflete a visão de tornar disponível o alimento seguro e em qualquer lugar.

Para conhecer mais

<http://www.tetrapak.com/br>

Os produtos da Tetra Pak embalam diversos tipos de alimentos, o que assegura a ela uma sólida posição no mundo inteiro. Vale lembrar que a empresa vem promovendo uma revolução na conservação de alimentos, induziu uma sofisticação na produção da indústria alimentícia, no consumo e no acesso a esses alimentos, incluindo ações para despertar um alto nível de consciência sobre sustentabilidade na sociedade em geral.

Determinada a ter um papel de protagonista também no campo da sustentabilidade, do uso consciente dos recursos naturais e uma postura socialmente correta. A empresa investe em desenvolvimento de tecnologias de reciclagem para suas embalagens, permitindo o total aproveitamento dos materiais que as compõe: papel, polietileno e alumínio. A partir daí suas ações em benefício do meio ambiente se acentuaram.

Sem poupar esforços, empenha-se em ampliar a disseminação dos conceitos da sustentabilidade – presentes em todas as etapas do ciclo de vida de uma embalagem. Investe e realiza várias ações para educar, conscientizar e sensibilizar os consumidores, adultos e crianças, em todo o país, para o novo comportamento de cada um diante dos problemas que o planeta começa a viver, como consequência do uso irresponsável dos recursos naturais pela humanidade. Afinal, uma nova atitude é esperada de cada cidadão, para que a vida seja possível no planeta.



O problema

Apesar de todo o esforço da Tetra Pak, a favor do descarte correto e da reciclagem de suas embalagens, hoje são recicladas 29% das caixinhas produzidas no Brasil. Em 2012 foram reprocessadas 65 mil toneladas de embalagens e o objetivo para 2015 é reciclar 35% do que é produzido.

A indústria recicladora já existe, os programas de coleta seletiva estão implementados. Como garantir que os consumidores enviem as suas embalagens pós-consumo para a reciclagem?

Desafio: o que você precisa resolver

Encontrar formas de comunicar-se com mais eficácia para:

- Aumentar o volume de embalagens recicladas;
- Sensibilizar, informar e estimular o consumidor a selecionar e encaminhar suas embalagens usadas para a reciclagem;
- Provocar toda a cadeia produtiva com menor impacto ao meio ambiente.

Para prestar atenção

A Comunicação na Tetra Pak é levada muito a sério. Tem um nível altíssimo na qualidade e no profissionalismo em tudo o que faz. Portanto, atenção para não sugerir e recomendar ações que a empresa já realiza. Apure as ações e inúmeras outras informações relevantes para responder ao desafio proposto. Você poderá encontrar informações em:

- o site da empresa www.tetrapak.com.br;
- Rota da Reciclagem www.rotadareciclagem.com.br;
- Cultura Ambiental www.culturaambientalnasescolas.com.br;

Para entender um pouco mais sobre a reciclagem no Brasil você poderá acessar o site:

- CEMPRE www.cempre.org.br

Vale uma reflexão

O contexto pode sugerir que as pessoas não estão sendo atingidas pela comunicação da reciclagem – na quantidade e na velocidade –, que a empresa espera ou precisa para alcançar sua meta. Mas pode-se pensar que talvez as atinjam, mas a mensagem não as leva a separar e encaminhar suas embalagens para a reciclagem, não as leva a mudar hábitos, a maneira como manejam o próprio lixo. Parece não perceber vantagem em fazer o descarte correto, consciente, sustentável.



Não se deixe levar...

... pela falsa impressão de que é importante que as pessoas conheçam a técnica de separação dos três materiais que constituem as embalagens Tetra Pak, ou detalhes do processo de reciclagem. O importante é que os consumidores saibam, com certeza, que elas são integralmente recicláveis e, por isso, devem ser separadas e encaminhadas para o sistema de descarte existente.

... pelo sedutor caminho que induz a pensar que as pessoas estão mais atentas aos seus lixos...

... por ações que estimulem o reaproveitamento das embalagens, como é o caso de artesanatos, vasos de plantas etc., utilizando-se as embalagens longa vida.

Mais...

Leia muito bem o Regulamento do Prêmio e lembre-se de que se espera de sua mente criativa uma sacada baseada em uma estratégia, ou seja, mais inteligência do que verba.

Bom trabalho!