

PepsiCo do Brasil lança primeiro display 100 % reciclado do mundo

Empresa utilizará embalagens de snacks para a construção de 20 mil expositores até o fim de 2010

São Paulo, 21 de maio de 2010 - A PepsiCo, fabricante dos produtos Elma Chips, Quaker e Pepsi, entre outros, acaba de desenvolver o primeiro display de produtos para ponto de venda (PDV) 100 % reciclado. Não há notícia de iniciativa similar em qualquer parte do mundo. A novidade, criada para a exposição de produtos Elma Chips, é fabricada a partir do BOPP, película de polipropileno biorientada utilizada na confecção de embalagens de snacks, e de poliestireno, resina sintética reciclada. A estimativa é de que em 2010 sejam produzidos 20 mil displays 100% reciclados, montante equivalente a 20% do volume anual de displays adquiridos pela companhia.

O BOPP é utilizado para a construção de 95% da estrutura do expositor. É retirado do meio-ambiente material equivalente a 675 embalagens de salgadinhos para produzir cada display. A nova empregabilidade do BOPP ajuda a desmistificar a crença de que se trata de um material não reciclável e prova sua versatilidade. As embalagens de snacks também podem ser reutilizadas na fabricação de vasos e de fraldas descartáveis, por exemplo.

Atualmente são encontrados no mercado três tipos de displays PepsiCo: o tradicional, o reciclado de garrafas PETs e o de BOPP. O de BOPP é o que tem menor custo de fabricação. Em média, um display de BOPP custa 8% menos que um display tradicional e 5% menos do que o display feito de PET.

Segundo Olivier Weber, presidente da Divisão de Alimentos da PepsiCo para a América do Sul, com o display de BOPP o que antes era descartado virou matéria-prima para a empresa. "As embalagens de salgadinhos, consideradas resíduos de difícil reciclabilidade e tidas pela comunidade de catadores como material sem valor comercial, agora são transformadas em importante ferramenta para o ponto de venda", completa o executivo.

A geração de empregos é outro aspecto importante do programa de reciclagem do BOPP. Na Clodam, recicladora que transforma as embalagens de snacks em resina, quem executa o trabalho são detentos em regime semiaberto. A iniciativa contribui para a inserção desses presidiários no mercado de trabalho. A PepsiCo está sendo precursora em iniciativa que serve de incentivo ao empresariado brasileiro. Prova disso é que já fomos procurados por mais três companhias que se inspiraram no display BOPP e já estudam projetos semelhantes no país dentro de suas respectivas áreas de atuação, conta o diretor comercial da Clodam, Ricardo Rogério.

Os displays BOPP da PepsiCo começam, aos poucos, a substituir os demais usados pela companhia para expor salgadinhos no PDV. Inicialmente, a novidade será utilizada apenas para snacks, pois sua estrutura foi desenvolvida para comportar o peso de pacotes de salgadinhos Elma Chips.

Segundo Alexandre Silveira, vice-presidente da Fábrica de Idéias, empresa que produz o display a partir da resina fabricada pela Clodam, a iniciativa está desmistificando o uso do BOPP. Silveira adverte que também é necessária uma mudança cultural, que passa por toda a cadeia do processo produtivo e chega até o consumidor final. O consumidor final deve entender que é preciso reciclar as embalagens de snacks. Também as cooperativas de reciclagem, que em geral não coletam as embalagens por desconhecerem a sua possibilidade de reaproveitamento, precisam ser educadas para este novo momento.

A PepsiCo vem, há muito tempo, dedicando esforços para tratar os resíduos pós-consumo. Em 2009, a empresa assinou acordo com a TerraCycle, empresa especializada na transformação de resíduos em bolsas, estojos e lancheiras. Além disso, a PepsiCo também produziu mais de 10 mil displays reciclados para os pontos de venda utilizando PET e reaproveitando embalagens cartonadas de TetraPak. Soma-se a isso a preocupação em conscientizar consumidores a reciclar, bem como informar as cooperativas de catadores de lixo. Para isso, foram lançadas recentemente as Brigadas PepsiCo, que têm o objetivo de engajar os consumidores no processo de reciclagem de resíduos. A meta para 2010 é ter por volta de quatro mil pessoas envolvidas no processo de coleta seletiva por meio das brigadas.

Todas essas iniciativas estão ligadas à visão global da companhia, sintetizada no slogan Performance com Propósito (mais detalhes no fim deste release). Essa filosofia é baseada em três pilares, que são: Sustentabilidade Humana (melhora constante dos seus produtos), Sustentabilidade Ambiental (atuar em sintonia com a proteção ambiental) e Sustentabilidade de Talentos (ser uma das melhores empresas para se trabalhar).

Sobre o BOPP e o Polipropileno

O BOPP, película de polipropileno biorientada, destaca-se por sua diversidade de acabamentos: brilhante, transparente, opaco, fosco ou metalizado, o que resulta em forte apelo visual nas gôndolas de supermercado e demais pontos de vendas. A matéria-prima também oferece excelente proteção para produtos embalados, como barreira a gases, oxigênio e a umidade. O BOPP é utilizado na elaboração de embalagens de produtos, como refrigerantes e salgadinhos, e também pode ser reciclado para a confecção de tiras de fraldas plásticas e de vasos para decoração.

A película de polipropileno biorientada elaborada a partir de embalagens de snacks e rótulos de garrafas de refrigerantes PETs, é uma resina do grupo dos termoplásticos, que tem como principal característica a fácil flexibilidade ou moldabilidade sob a ação do calor.

Sobre a PepsiCo do Brasil

A PepsiCo foi fundada em 1898 nos Estados Unidos e atualmente é a segunda maior companhia de alimentos e bebidas do mundo, com faturamento em 2009 de US\$ 60 bilhões. A companhia emprega mundialmente aproximadamente 300.000 funcionários e seus produtos são comercializados em mais de 190 países. Seus principais negócios incluem: Frito-Lay (snacks) Pepsi-Cola, Gatorade, Tropicana (bebidas) e Quaker (Cereais). Seu portfólio inclui 19 marcas que geram cada US\$ 1 bilhão anualmente.

No Brasil desde 1953, a PepsiCo atua no mercado por meio de marcas preferidas e líderes de mercado como Quaker (cereais), Toddy e Toddynho (achocolatados), Coqueiro (pescados), Elma Chips e Lucky (snacks), Gatorade e Propel (bebidas esportivas), Lipton (chá pronto, em parceria com a Unilever), Kero Coco e Trop Coco (água de coco), H2OH!, Frutzzz e Pepsi-Cola (bebidas com gás).

No total, a companhia conta com 14 plantas e cerca de 100 filiais de vendas localizadas em todo território brasileiro e com o talento de quase 10 mil funcionários que já elegeram a empresa por 10 vezes como uma das melhores para se trabalhar no Brasil (segundo pesquisa da Revista Exame e FIA – USP). Desde 1997, a companhia mantém estreita parceria com a AmBev - Companhia de Bebidas das Américas - para a produção, comercialização e distribuição do portfólio de bebidas aos mais de um milhão de pontos de venda pelo país.

A estratégia de crescimento sustentável da PepsiCo está balizada na visão de negócio Performance com Propósito, que traduz o compromisso de gerar crescimento sustentável e ao mesmo tempo deixar um impacto positivo na sociedade. Isto inclui atender às necessidades dos consumidores ao oferecer alimentos e bebidas de qualidade, reduzir os impactos da companhia no ambiente através de iniciativas focadas em água, energia e embalagens; e promover uma cultura de diversidade e inclusão que propicie crescimento profissional e pessoal de seus funcionários. A PepsiCo é uma das empresas listadas no Índice de Sustentabilidade Dow Jones.

Para mais informações acesse www.pepsico.com.br ou www.pepsico.com.

Acompanhe a Pepsi na Internet

www.pepsi.com.br

Twitter:

<http://twitter.com/pepsibr>

Orkut:

Comunidade "Pepsi Brasil"

Facebook:

Pepsi Oficial

Informações para a imprensa

In Press Porter Novelli

Roberta Pavon – 11. 3323-1594

roberta.pavon@inpresspni.com.br

Tatiana Souza – 11. 3323-1594

tatiana.souza@inpresspni.com.br

Pauta Assessoria

Vera Carneiro - 51 9696 0909

vera@pautaassessoria.com.br

Joelma Tertó - 51 9992 7654

joelma@pautaassessoria.com.br