

AMPLIANDO SEU LEQUE DE ATUAÇÃO E OFERECENDO AOS SEUS ASSOCIADOS CADA VEZ MAIS INFORMAÇÕES E CONTEÚDO, ABRE REALIZA ENCONTRO DE COMITÊS

O Encontro discutiu o tema Tendências

A ABRE – Associação Brasileira de Embalagem vem ampliando seu leque de atuação, oferecendo aos seus associados informações que promovem o fortalecimento do setor e que são primordiais para o desenvolvimento daqueles que produzem ou utilizam a embalagem.

Todas as ações da ABRE fazem parte de um planejamento estratégico que visa o contínuo aperfeiçoamento do setor. É este planejamento que norteia todas as atividades da Associação que são pautadas pelos valores da embalagem e questões relacionadas ao meio ambiente.

A Associação entende que deve, como representante do setor de embalagem, olhar para o seu futuro, promovendo a sua competitividade e estabelecendo diretrizes para o seu desenvolvimento. Também deve unir esforços de cada parte trabalhando a perenidade do setor, fortalecendo sua representação nacional e sua atuação político-estratégica.

Todas essas ações mostram a importância de se associar à Entidade que completa este ano, 43 anos trabalhando em prol da indústria de embalagem e da sociedade em geral.

Encontro de Comitês

O Encontro de Comitês, um evento exclusivo para empresas associadas, tem como meta o alinhamento, a integração, o posicionamento e a atualização dos temas pertinentes ao universo da embalagem.

O primeiro Encontro do ano aconteceu no dia 18 de março em São Paulo com o objetivo de discutir as tendências do mercado aplicadas à embalagem.

Na 1ª palestra, Pablo Arteaga – diretor de gestão e atendimento da agência Africa falou sobre “**Mega-tendências: transformações ao seu alcance!**”. Arteaga destacou que as pessoas confundem tendência com moda. Por exemplo, moda é usar preto, tendência é parecer mais sério, formal, elegante.

Ele também mostrou quais são as principais tendências atuais, como **ser diferente** - as pessoas buscam a personalização; a **urbanização** – não haverá a volta ao campo, as pessoas estão assumindo que amam as grandes cidades e seu caos; **acesso às informações** em tempo real.

Outra tendência diz respeito ao **luxo** - o que é luxo está mudando. Em 1970 luxo era o que os ricos tinham, hoje é o que cada um acha que é luxo, pode ser por exemplo uma bicicleta *vintage* para levar os filhos à escola ou ir ao supermercado. O que existe em pouca quantidade ainda é considerado luxo (caviar ou uma bolsa exclusiva). Para algumas pessoas a simplicidade é um luxo.

A **exclusividade** também é uma tendência com a proliferação de lojas e produtos exclusivos. Ainda são tendências o **mass mingling** que é a congregação das massas em festas grandiosas, raves, praia ou um trio elétrico; o **eco-easy** – contribuir com associações ou fazer aquisições de empresas comprometidas com uma causa, como comprar uma passagem aérea de uma companhia que faz a compensação de carbono; **tracking and alerting** - receber mensagens no celular e email sobre assuntos de interesse pessoal; **profile myning** - colocar



informações pessoais na rede. No futuro as empresas vão pagar para ter acesso aos dados do consumidor; **maturalism** – hoje o consumidor está mais maduro, pois conhece tanto determinada categoria que escolhe itens irreverentes. Ex. liquidificador vermelho, camiseta com estampas ou dizeres diferentes, Harley Davidson; **functional** – acesso ao design – o consumidor deseja o “simples”, produtos que sejam funcionais, eficientes, pequenos e baratos.

Todos esses itens indicam que a tendência atual é o interesse pelo que é simples e funcional, mostrando o que a indústria deve ter em mente ao desenvolver produtos para seu consumidor.

A 2ª palestra do Encontro foi proferida por Ronald Kapaz, sócio e diretor de estratégia e design da Oz Design. Em seu conteúdo, por meio de imagens, ele destacou a importância do design na atualidade e sua representatividade no desenvolvimento da humanidade e da sociedade atual.

Um dos pontos principais mostrou que o que diferencia um produto do outro é a criação de uma identidade, ou seja, é preciso que o objetivo de uma empresa ou produto vá além do crescer, se multiplicar e perpetuar-se. Para ele, o designer trabalha a forma, mas tem que alimentar o corpo e a alma. O designer trabalha com o texto, utilizando a tipografia, que é uma ferramenta fundamental para o seu trabalho que é vestir o produto.

Ele também explicou que brand/marca é um construtor simbólico criado para representar o conjunto de informações. Outra tendência é a valorização do design, prova disso é que há não muito tempo nas etiquetas lia-se made in China, hoje lê-se design in France, made in China, porque tudo pode ser produzido na China e a diferença está no design.

Ronald também explicou que o design do conteúdo é tão ou mais importante do que o design da forma. O design é uma disciplina integradora, é ciência, é arte. Tem que emocionar. Trabalha o corpo para atender a alma. É necessário ouvir o cliente para depois falar.

Ao final de sua palestra todos os participantes tiveram a oportunidade de apresentar a sua embalagem preferida e a de que menos gostava, comentando seus atributos, formando-se um grupo de discussão e de troca de idéias e experiências muito enriquecedor mediado por Kapaz.

Novos Coordenadores

Dois novos coordenadores da Associação apresentaram os projetos de seus Comitês em suas gestões.

O novo coordenador do Comitê de Design, Carlos Zardo, falou das ações e projetos que devem nortear sua gestão e que tem como foco principal a integração das agências participantes do Comitê e elevar cada vez mais a percepção de que o Comitê de Design é a grande referência de Design de Embalagem no país e centro das principais discussões inerentes ao universo de atuação.

Carlos explicou que algumas das ações previstas são a pesquisa mensal sobre tendências, a participação em feiras do setor, projetos de assessoria de imprensa, o programa de relacionamento, o desenvolvimento do novo site do Comitê, o regulamento do módulo de Design do Prêmio ABRE e o programa de capacitação.

O novo coordenador do Comitê de Meio Ambiente e Sustentabilidade, Bruno Pereira, destacou que a embalagem desempenha um papel importantíssimo como ferramenta para o desenvolvimento sustentável e que o futuro sustentável terá mais e melhores embalagens e o



COMUNICAÇÃO



setor deve se familiarizar com o tema, implementar as mudanças necessárias e comunicar seu papel para a sociedade.

Bruno também comentou que dentre as ações do Comitê em 2009 foram realizados o lançamento da cartilha de "Diretrizes de Sustentabilidade para a Cadeia Produtiva de Embalagem e Bens de Consumo", a campanha "A Embalagem Construindo Sustentabilidade" e o grupo de discussão on line através do Google Group ampliando e agilizando a participação de todos os membros do Comitê. Em 2010 o Comitê de Meio Ambiente e Sustentabilidade criará material para divulgação sobre Rotulagem Ambiental; promoverá a implementação da Cartilha "Diretrizes de Sustentabilidade para a Cadeia Produtiva de Embalagem e Bens de Consumo" fazendo um levantamento de cases aplicando-se os indicadores ambientais através da Pesquisa ABRE de Sustentabilidade Ambiental; fomentará a capacitação em sustentabilidade através de conteúdo da cartilha de Rotulagem Ambiental e fortalecerá a campanha "A Embalagem Construindo Sustentabilidade".

O Encontro também contou com a palestra do coordenador do Comitê de Estudos Estratégicos, Fabio Mestriner, que apresentou algumas diretrizes da ABRE, como intensificar as ações em favor da embalagem e que mostrem a importância da Associação como fomentadora do setor.

Um dos trabalhos a serem desenvolvidos será a elaboração de um texto sobre os conceitos de valor da embalagem. A ABRE também intensificará o apoio às iniciativas que visem o ensino sobre a embalagem e a formação de competências. O Comitê de Estudos Estratégicos irá apoiar o Comitê de Educação no sentido de criar um Programa Básico para os cursos de embalagem que será encaminhado para aprovação do MEC. Este curso poderá ser adotado como disciplina integrante nos cursos de Embalagem, Design, Comunicação Visual, Marketing, Administração ou como curso intensivo.

SOBRE A ABRE

Fundada há 43 anos, a **ABRE - Associação Brasileira de Embalagem** vem realizando um trabalho primordial para a cadeia produtiva de embalagem no Brasil, através de suas inúmeras ações, fomentando as atividades deste segmento.

A Associação, representante de toda a cadeia produtiva e usuária do setor - fabricantes de máquinas e equipamentos, fornecedores de matérias-primas e insumos, agências de design, convertedores e usuários de embalagem, instituições de ensino e entidades setoriais, atua numa ampla gama de atividades através de seus Comitês de Trabalho: Design, Meio Ambiente e Sustentabilidade, Normalização Brasileira e Mercosul, Comércio Exterior, Estudos Estratégicos, Consultivo Legislativo, História da Embalagem, Grupo de Profissionais de Embalagem, Educação, Usuários de Embalagem, Segurança Alimentar e Fornecedores para MPEs (micro e pequenas empresas).

O **Congresso Brasileiro de Embalagem ABRE** é o principal evento do setor de embalagens e reúne especialistas nacionais e internacionais na discussão dos principais temas de interesse da indústria. Realizado a cada 2 anos, em 2010 terá como tema "Embalagem e o novo varejo: responsabilidade ambiental aliada à inovação".

O **Prêmio ABRE da Embalagem Brasileira**, Prêmio Institucional do setor, é realizado anualmente e premia as embalagens que mais se destacaram durante o ano. A Associação também promove a **Mostra ABRE de Design de Embalagem** que em 2009 teve como tema o "Design Global – desafios do mundo contemporâneo" e o Café da Manhã mensal.



COMUNICAÇÃO



A ABRE é a representante brasileira na **World Packaging Organisation** (WPO) e sediou, em 2005, a entrega do WorldStar for Packaging Excellence, principal prêmio da embalagem mundial. Desde 2007 a ABRE é a responsável pelo marketing mundial da WPO.

A Associação lançou em 2006 o livro "História da Embalagem no Brasil" reunindo informações para o conhecimento e o estudo da memória empresarial do setor de embalagem no Brasil.

Informações para imprensa:

DCC Comunicação

Fones: 11. 37913000/ 55334967

Denise L M Sassarrão - 88771938

Claudia Diomede – 91610024

dcccomunicacao@gmail.com