



CONSUMO DE PRODUTOS EMBALADOS EM VIDRO AUMENTOU 28% EM PORTUGAL NOS ÚLTIMOS 3 ANOS

8 em cada 10 consumidores europeus acreditam no vidro como o material de embalagem do futuro, reconhecendo a sua segurança, reciclabilidade e benefícios para a saúde, à medida que a indústria do vidro continua o seu caminho para a neutralidade carbónica.

Lisboa, 23 de novembro, 2022 – Quando se assinala a Semana Europeia da Redução de Resíduos, a Friends of Glass revela os resultados de um novo estudo que conclui que **8 em cada 10 consumidores** Europeus vêem o vidro como o material de embalagem do futuro – sendo considerado o material que mais contribui para uma vida e um planeta mais saudáveis.

Estes são os resultados de um estudo independente realizado junto de mais de 4.000 consumidores em 13 países europeus, promovido pela [European Container Glass Federation \(FEVE\)](#) para a plataforma de consumo [Friends of Glass](#).

Consumidores mais conscientes do impacto das Embalagens na Saúde e no Ambiente

A nível europeu, o **vidro é o único material de embalagem que registou um aumento de consumo nos últimos três anos** (8%), enquanto outras tipologias de embalagem, como o bag-in-box, o metal e o plástico registam reduções de consumo entre os 24% e 41%. Em Portugal, os resultados foram ainda mais expressivos, com os produtos embalados em vidro a registarem um aumento na ordem dos 28%. Para este crescimento contribuem fatores como o facto de o vidro ser considerado o material de embalagem com o processo de reciclagem mais eficaz (65% dos Portugueses), o que causa menos abandono de embalagens usadas no ambiente, littering (47%), e aquele que provoca menos resíduos (45%). O vidro é ainda referido como a melhor opção de embalagem para a saúde, por 26% dos Portugueses. Em relação às categorias de produtos que gostariam de encontrar mais em embalagens de vidro nas prateleiras, 69% dos Portugueses referem os produtos lácteos, 55% os molhos e 46% as bebidas não alcoólicas.

Por outro lado, 48% dos Portugueses assumem que consumiriam mais produtos embalados em vidro se estes fossem mais baratos. Entre as razões que mais limitam o consumo de produtos embalados em vidro, junto dos Portugueses destacam-se ainda a menor conveniência (36%) e a disponibilidade de produtos embalados neste material (35%). Ainda assim, 84% dos consumidores nacionais assumem que recomendariam produtos embalados em vidro aos amigos, sendo que Portugal é o país Europeu que mais associa as embalagens de vidro à prevenção dos efeitos das alterações climáticas (52%), a uma menor transferência de produtos químicos nocivos para os alimentos (40%) e a uma menor perda de qualidade dos alimentos e bebidas (39%).

Comportamentos de Reciclagem

Em linha com a média Europeia (83%), 82% dos Portugueses dizem reciclar vidro muito frequentemente, sendo que Portugal é um dos países Europeus que mais valoriza a reciclagem destas embalagens como o contributo para um planeta mais sustentável (91%). Os Portugueses são também o povo Europeu que mais assume ter sido influenciado por campanhas de reciclagem nos últimos 3 anos (61%), que se preocupa em ensinar boas práticas de reciclagem aos filhos (89%) e que acredita que as embalagens de vidro são efetivamente recicladas (84%). Por outro lado, 80% dos portugueses que assumem não reciclar vidro, dizem que não o fazem por não ter um espaço conveniente perto de casa para o efeito.

Quando questionados sobre a sua adesão a um sistema de Depósito e Reembolso, 6 em cada 10 Portugueses respondem favoravelmente, mas na pergunta se estariam dispostos a pagar um depósito em cima do preço dos produtos embalados em vidro, este número baixa para 4 em cada 10 consumidores. Estes resultados estão alinhados com o facto de 53% dos inquiridos preferir a utilização dos ecopontos para a reciclagem do vidro, contra 34% que preferem um sistema de Depósito e Reembolso.

Vidro, um material de embalagem com futuro

Sobre as conclusões deste novo estudo, Adeline Farrelly, Secretária-Geral da FEVE refere:

“À medida que se celebra o Ano Internacional do Vidro, e que os decisores políticos se concentram nas novas metas de redução de resíduos, estas conclusões provam que os consumidores reconhecem cada vez mais o vidro como um material de embalagem quotidiano, saudável e reciclável - um material que já provou ser capaz de cumprir os compromissos assumidos para com um mundo mais saudável.

Como indústria, procuramos constantemente novas formas de inovar para garantir que o vidro continua a ser um material sustentável, no qual podemos confiar para proteger a nossa saúde e a do planeta. Estamos muito orgulhosos por ver os consumidores reconhecerem essas qualidades e posicionarem o vidro como o material de embalagem do futuro. É agora o momento das nossas marcas favoritas também aceitarem este desafio.”

A embalagem certa tem um papel vital na preservação do produto, a que se associa também uma diferenciação e experiência da própria marca. A indústria do vidro de embalagem tem feito uma aposta forte na descarbonização do seu processo produtivo, aliada à oferta de embalagens mais leves e sempre 100% recicláveis, para responder à procura dos seus clientes e dos consumidores, por opções de embalagem mais sustentáveis.

Para mais informações sobre este estudo europeu e para aceder aos resultados em detalhes consultar news.friendsofglass.com.

Sobre o Estudo InSites

Este Estudo independente foi realizado em 2022 pela [InSites Consulting](https://www.in-sites.com), junto de consumidores de 13 países europeus: Áustria, Croácia, República Tcheca, França, Alemanha, Itália, Polónia, Portugal, Eslováquia, Espanha, Suíça, Turquia e Reino Unido. Os participantes foram recrutados por meio de um painel de pesquisa on-line. No total, participaram 4.107 Europeus.

O Estudo avalia as perspectivas dos consumidores sobre embalagens de bebidas e alimentos e como isso afeta as suas decisões de compra, incluindo variáveis como consciência ambiental, atitudes e comportamentos em torno da reciclagem e percepções e preferências sobre diferentes formas de embalagem, com o objetivo de entender melhor as principais atitudes em relação à sustentabilidade e a posição do vidro em relação a essas atitudes.

Sobre a Friends of Glass

A Friends of Glass é um fórum europeu de consumidores que promove a escolha de produtos embalados em vidro e a reciclagem destas embalagens após a utilização. Reúne todos os que acreditam que o vidro é a melhor escolha por 3 motivos principais: saúde, sabor e ambiente. A Friends of Glass foi criada em 2009 pela Federação Europeia de Vidro de Embalagem (ou FEVE), em resposta a uma pesquisa pan-europeia do instituto de pesquisa independente InSites, que concluiu que 74% dos consumidores europeus preferiam alimentos e bebidas embalados em vidro.

Sobre a FEVE

[A FEVE – European Container Glass Federation](http://www.feve.org) – é a Federação de fabricantes europeus de embalagens de vidro para alimentos e bebidas, bem como para perfumaria, cosmética e farmácia. A associação tem cerca de 60 membros corporativos pertencentes a mais de 20 grupos empresariais independentes. Em conjunto, os seus membros produzem 80 mil milhões de embalagens de vidro por ano para as maiores marcas de consumo do mundo. Com 160 fábricas localizadas em 23 Estados europeus, a indústria é um parceiro económico chave na Europa, gerando cerca de 125.000 empregos ao longo de toda a cadeia valor. www.feve.org

Seguir a Friends of Glass nas redes sociais:

Instagram: @FriendsOfGlass.pt

Facebook: @FriendsOfGlassPortugal

Twitter: @FriendsGlassPT

YouTube: @FriendsOfGlass

#EuRecicloVidro

#EuEscolhoVidro

Junta-te à comunidade seguindo a Friends of Glass nas redes sociais e em www.friendsofglass.com.

Para mais informação:

Diana Castilho - diana.castilho@marco.agency