

## El envase del futuro en el Club de Marketing de Barcelona

El envase del futuro ha sido el motivo para una conferencia celebrada recientemente en el Club de Marketing de Barcelona sobre la Gran Distribución y el Envase. En ella participaron ponentes que representaban a empresas de distribución y otras del sector del diseño y de los materiales de envase.

En la misma conferencia se presentaron las conclusiones de un interesante estudio encargado por Pro Carton y realizado por la Escuela Elisava de la Universidad Pompeu y Fabra que abarca la percepción de la distribución sobre el envase en general y el de cartoncillo en particular.

Joan Rieradevall, del Departamento de Investigación de la escuela Elisava y director del estudio, presentó las conclusiones de esta investigación, que se estructuró en una parte de percepción y otra de medio ambiente.

El análisis se centró en productos de gran consumo y de marca propia que habitualmente pueden encontrarse en los puntos de venta envasados con distintos materiales: ali-



mentos precocinados congelados, cereales de desayuno, crema de belleza y bombillas.

Para la Gran Distribución, el envase ideal tiene que ser más funcional, más vendedor y más respetuoso con el medio ambiente. Luego afirmó Rieradevall que "las conclusiones de esta parte del estudio son que el cartoncillo está muy bien valorado por la Gran Distribución y se utiliza siempre que es posible, que está muy bien posicionado porque tiene una gran aceptación, tanto por parte del consumidor final como por la Gran Distribución, y que las ventajas más destacadas son su elegancia, su estética, su naturaleza ecológica y su

capacidad para constituir una herramienta de marketing y de venta de los productos".

El cartoncillo tiene unos atributos ambientales muy buenos, ya que es un material renovable y fácilmente reciclable; durante su producción se consume poca energía si lo comparamos con otros materiales de envase, y la gran mayoría de materias primas empleadas son renovables. Destacó que se debe hacer un esfuerzo por reciclar más papel y cartón, pues todo el material que se recupera se vuelve a introducir en el ciclo productivo.

Además de presentarse las conclusiones del estudio, los ponentes debatieron sobre el envase más adecuado para la Gran Distribución, tanto desde el punto de vista del medio ambiente como económico y de diferenciación de producto.

También se abordó el tema de las marcas propias dada la importancia que están adquiriendo y el volumen que representan en el lineal de las grandes superficies de venta.

