ProDOP Serra da Estrela

Proteção, Promoção e Potencialização do Queijo Serra da Estrela DOP

Entregável 3.2

Relatório Técnico: Nova imagem e embalagem para a unidose de queijo Serra da Estrela

Parceiros envolvidos na tarefa 3.2	Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTGOH) (responsável) em parceria com a BLC3
Data de Início da Tarefa 3.2	1 de julho de 2019
Data de Conclusão da Tarefa 3.2	31 de dezembro de 2021

Índice

Índice de Figuras 3

Introdução 4

Execução da tarefa 6

Índice de Figuras

Figura 1. Embalagens unidose do queijo Serra da Estrela DOP. 8

Figura 2. Nova imagem para o queijo Serra da Estrela DOP. 8

Figura 3. Rotulagem para a embalagem em unidose do queijo Serra da Estrela DOP. 9

Figura 4. Imagem para embalagem em unidose. 9

Figura 5. Novo posicionamento no mercado do queijo Serra da Estrela DOP..... 10

Figura 6. Nova imagem para sistema unidose queijo Serra da Estrela DOP. 10

Figura 7. Rotulagem para sistema unidose do queijo Serra da Estrela DOP para o segmento Gourmet. 11

Figura 8. Imagem para o sistema unidose do queijo Serra da Estrela DOP para o segmento Gourmet. 11

Figura 9. Unidoses de queijo Serra da Estrela DOP. 12

Introdução

O desenvolvimento de novos produtos tem como objetivo principal responder a novas necessidades do mercado e clientes requerendo vários intervenientes de diversificadas áreas durante todo o ciclo de vida do produto.

A procura por produtos diferenciados do ponto de vista ambiental tem sido cada vez mais privilegiada pelos consumidores, que são cada vez mais conscientes e exigente face às alterações climáticas, que têm forte impacto na vida de cada um de nós. Com este crescente aumento das preocupações ambientais, os mercados têm-se tornado mais sensíveis à qualidade ambiental e consequentemente dado mais importância ao conceito do *ecodesign* e à sua aplicabilidade no mercado.

O *ecodesign*, como estratégia, não se centra meramente nas vendas. É fundamental que seja genuína a sua aplicabilidade e que vá ao encontro das políticas defendias. De pouco adiantaria promover uma comunicação amiga do ambiente, se as normas e políticas internas da entidade não correspondessem aos valores que defendem.

Tendo o *ecodesign* como foco principal, para estudar todos os caminhos sustentáveis no desenvolvimento e ciclo de vida de um produto é necessária uma verificação e identificação dos aspetos ambientais, estando estes ligados por uma relação de causa-efeito considerando que é importante a sua projeção desde o início da sua criação criando maior valor e causando o menor impacto ambiental possível.

Direta ou indiretamente, todas as marcas contribuem para a sustentabilidade do planeta. Por esse motivo, a tomada de consciência acerca da importância do ciclo de vida dos produtos é essencial e não pode deixar de estar presente aquando a criação da embalagem a fase de ideia até à sua comercialização e respetiva renovação, ou seja, depois de consumido o produto a embalagem deverá poder ser reaproveitada.

Não menos importante que a projeção da imagem do produto são os meios comunicacionais utilizados. Embora se comprove que os meios *online* e *offline* se completam entre si, tornando-se uma mais valia e poderosa fonte de informação, que permite ao cliente obter um conhecimento mais aprofundado sobre o produto em questão, deve-se investir uma maior porção no mundo digital/*online*, devido à facilidade que nos dá de obtermos informação em qualquer lugar e ocasião, à distancia de um clique e essencialmente aos custos reduzidos que acarretam, ao contrário da comunicação *offline* que embora possua credibilidade e consiga alcançar um numero considerável de indivíduos, acarreta mais custos, recursos e

investimento. Os meios online devem, portanto ser privilegiados no sentido em que é um investimento amigo do ambiente e que fará economizar a longo tempo.

De acordo com o mencionado o presente produto visa clarificar estes conceitos, destacando as estratégias de comunicação utilizadas pelas empresas, no relacionamento com os seus públicos, onde devem ser valorizadas e trabalhadas no sentido de acarretarem menor impacto ambiental, desvincular o aumento do bem-estar humano, na utilização massiva dos recursos naturais e aumentar a eficiência económica e ecológica em abordagens de ecoeficiência.

Execução da tarefa

A tarefa 3.2 teve como principal propósito otimizar a embalagem unidose do queijo Serra da Estrela, em termos de imagem. A inovação da embalagem trata-se de uma estatégia para aumentar a competitividade de mercado interno e externo do queijo Serra da Estrela DOP através do desenvolvimento de uma nova forma de apresentação mais conveniente e de acordo com os novos padrões e tendências de consumo de queijos – a unidose.

A ESTGOH teve um papel principal e fundamental relativamente à otimização da embalagem unidose do queijo Serra da Estrela, em termos de imagem. Adicionalmente, os diferentes recursos humanos da BLC3 colaboraram com os recursos humanos da ESTGOH para desenvolver a imagem para a embalagem e queijo unidose.

Cada vez mais, as escolhas dos consumidores começam a tornar-se em potenciais ameaças para o meio ambiente, o que tem proporcionado uma maior tomada de consciência por parte da sociedade. Desta abordagem e preocupação, surgem os chamados consumidores verdes. Ao pensar numa determinada empresa, produto ou marca, automaticamente se associa a alguma das suas características ou valores e é essa a mensagem que o queijo ProDOP Serra da Estrela pretende transmitir aos seus consumidores, quer seja pela política que defende, pelas referências que nos dá ou pela embalagem e cores que a distinguem num formato ecológico e amigo do ambiente. O modo como os produtos, essencialmente da área alimentar, são expostos aos consumidores tem grande influência na sua aquisição. É fundamental que a ética da marca siga uma linha de pensamento que vá ao encontro das características que a mesma representa e defende para que o consumidor não se sinta desiludido nem enganado ao escolher um determinado produto ao invés de outro.

O *design*, parte integrante da comunicação, quando ligado à sustentabilidade, possui mais valor. Apesar do termo *ecodesign* ser um conceito ainda pouco explorado nas empresas, a adesão a estratégias ambientalmente sustentáveis, a preocupação com o ciclo de vida dos produtos, a sua reciclagem e reutilização, têm aumentado exponencialmente, sendo a embalagem ProDOP inspirada e direcionada nestes factores.

Assim, sendo a melhoria e a longevidade as características chave do *ecodesign* do produto "Queijo Grande Montanha" é importante ter em consideração a sua otimização, que passa pela exploração de desenvolvimento de novos conceitos, a seleção de materiais com baixo impacto associado e sua redução, recorrendo apenas à utilização de **bio plástico** associado ao embalamento e **ao papel de pedra** ou com certificado FSC (*Forest Stewardship Council*) associado à rotulagem do produto com uma visão cromática cuidada recorrendo a

PDR 2020 PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO RURAL 2014·2020
PORTUGAL 2020
UNIÃO EUROPEIA Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural
A Europa Investe nas Zonas Rurais

uma paleta com apenas 5 cores distintas primárias impressas com tinta de origem vegetal, evitando metais pesados, poupança de energia e emissão de gases na impressão. Os sistemas de logística, qualidade e durabilidade do produto são também tidos em consideração; após o consumo do produto, o consumidor poderá reciclar ou dar uma nova função à embalagem como forma de armazenamento, medidor ou mesmo devolver a pontos de recolha estratégicos que direcionem para a entidade-mãe para que seja reaproveitada e reutilizada. Além das menções obrigatórias a ter em consideração na rotulagem de um produto alimentar, considera-se pertinente a utilização de símbolos optativos como o ponto verde, logótipo de produção biológica, marca de controlo meteorológico, símbolo da reciclagem e eurofolha que criam credibilidade e valor ao produto.

A informação dos benefícios ambientais presentes na sua rotulagem tem como objetivo melhorar a imagem do produto, conferindo-lhe uma maior credibilidade e diferenciação, o que aumenta a confiança do consumidor. Este é, sem dúvida, um passo essencial para atrair o interesse dos nossos consumidores e potênciais clientes.

Algumas das certificações que se tiveram em consideração são:

- ISO 14001 – norma centrada na melhoria contínua e prevenção da poluição.
- OHSAS 18001 - criada por um grupo de certificadores internacionais, com requisitos para controlo da saúde ocupacional e segurança dos colaboradores com foco na prevenção e melhoria contínua.
- Global G.A.P. - criada pelos distribuidores europeus para controlo da cadeia de fornecimento de produtos primários, como café, frutas, flores, carnes, está baseada no respeito por critérios ambientais, sociais, saúde e segurança.
- Dow Jones Sustainability Index- DJSI - acompanha o desenvolvimento financeiro de empresas líderes no campo do desenvolvimento sustentável.

Alguns símbolos na rotulagem que se tiveram em consideração foram:

- Símbolo Eurofolha- É o símbolo que identifica obrigatoriamente todos os produtos alimentares biológicos pré-embalados na União Europeia. Fonte: www.Quercus.pt
- Simbolo ponto verde - É prova de que a embalagem faz parte de um sistema nacional de recolha selectiva, valorização e reciclagem de embalagens usadas sendo por isso a parte mais visível de um ciclo de sustentabilidade praticamente infinito. Fonte: www.pontoverde.pt

PDR 2020 PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO RURAL 2014·2020
PORTUGAL 2020
UNIÃO EUROPEIA Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural A Europa Investe nas Zonas Rurais

- Simbolo reciclagem - Este símbolo apresenta-se sobre a forma de três setas a apontar umas para as outras, trazendo a ideia de infinito. Fonte: www.recicla.pt

A proposta de embalagem desenvolvida tem o formato de uma fatia de Queijo Serra da Estrela DOP acabada de cortar. Foi desenvolvida de forma a ser apelativa ao consumidor no momento da compra, não só pelo seu *design*, automaticamente associado à forma da fatia, mas também pelo seu formato ambientalmente sustentável. O seu tamanho é relativamente pequeno quando comparado com outras embalagens no mercado, como por exemplo o queijo fatiado, evitando o desperdício de plástico e do produto.

Neste sentido, apresentam-se através das figuras seguintes os trabalhos elaborados ao nível da inovação de embalagem em termos de imagem para o queijo Serra da Estrela em sistema unidose.

Figura 1. Embalagens unidose do queijo Serra da Estrela DOP.

Figura 2. Nova imagem para o queijo Serra da Estrela DOP.

Figura 3. Rotulagem para a embalagem em unidose do queijo Serra da Estrela DOP.

Figura 4. Imagem para embalagem em unidose.

Figura 5. Novo posicionamento no mercado do queijo Serra da Estrela DOP.

Figura 6. Nova imagem para sistema unidose queijo Serra da Estrela DOP.

Figura 7. Rotulagem para sistema unidose do queijo Serra da Estrela DOP para o segmento Gourmet.

Figura 8. Imagem para o sistema unidose do queijo Serra da Estrela DOP para o segmento Gourmet.

Figura 9. Unidoses de queijo Serra da Estrela DOP.