



## Mercado em expansão



*O mercado de latas de alumínio está em alta no Brasil. O setor não só comemora um crescimento de 2,2% das vendas acumuladas no ano de 2004, mas também uma estimativa de aumento no patamar de 4% em 2005.*

Esta é a projeção de dirigentes e empresários do segmento, que acreditam em uma tendência de recuperação contínua na indústria de latas pois, tradicionalmente, as vendas de bebidas acompanham a evolução do PIB do país. Segundo Paulo Camillo Penna, diretor executivo da Abralatas, o mercado de cervejas e refrigerantes está trabalhando com um crescimento de 4% sobre 2004. "Somos mais otimistas pois, no ano passado, as vendas de latas de alumínio não acompanharam toda a alta verificada no segmento de bebidas", afirmou.

A primeira pesquisa da Nielsen sobre a participação de embalagens metálicas no segmento de cervejas e refrigerantes em 2005 já apresentou números bastante favoráveis: no bimestre dezembro 2004/janeiro 2005, a participação das latinhas nas vendas de refrigerantes e cerveja chegou a 16,5%, indicando um acréscimo sobre a média de 16,2% em 2004.

A lata de alumínio foi a única embalagem que cresceu no *market-share* neste período. As embalagens de vidro descartável, vidro retornável e plástico descartável diminuiram sua participação, enquanto o plástico

retornável apenas manteve sua fatia de mercado. Nas cervejas, a participação das latas subiu de 28,4%, em 2003, para 30,4% em 2004.

O setor vai continuar aperfeiçoando cada vez mais seus processos industriais. "Em 1992, com um quilo do metal fabricavam-se 64 latinhas. Já em 2002, este número saltou para 73, ou seja, a produtividade aumentou quase 15% em apenas dez anos", explica Paulo Camillo. "Mas apesar dos ganhos obtidos com sua excelente performance, o setor tem enfrentado diversos problemas, que vão desde reajustes constantes nos custos 'administrados' à voracidade fiscal dos últimos governos. Além do crescimento de impostos que incide sobre todas as atividades empresariais, a lata de alumínio se vê diante de um tratamento fiscal injusto em relação às demais embalagens para bebida."

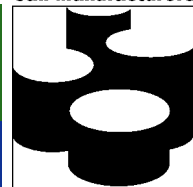
A venda de 9,35 bilhões de latas de alumínio no Brasil em 2004 gerou maior aproveitamento da capacidade instalada de 14,4 bilhões de latas/ano. "Ainda estamos longe do número 'mágico' de dez bilhões de unidades obtido em 2002. Mas, se depender do otimismo e da vontade de crescer do setor, em breve chegaremos lá", conclui Paulo Camillo.



**Brasília recebe exposição sobre reciclagem (pág. 2)**

**O início de uma promissora cooperação (pág. 3)**

Can Manufacturers



Institute

# Reciclagem no Congresso

*Exposição em Brasília apresenta os benefícios econômicos, sociais e ambientais da reciclagem do alumínio*

A reciclagem do alumínio esteve em pauta na Câmara dos Deputados, entre os dias 14 e 18 de março. Em meio à primeira edição da Jornada de Práticas Ambientais, que acontece durante o todo o mês de março na Câmara, foi exibida no Espaço Mário Covas a exposição

*Reciclagem de Alumínio: cultive essa atitude.*

Realizada em parceria pela Abralatas e pela Abal – Associação Brasileira do Alumínio – a mostra apresentou um panorama da reciclagem de alumínio no Brasil, destacando os benefícios sociais, econômicos e ambientais que a atividade traz ao país.

Em um espaço privilegiado, que dá acesso às Comissões e ao Plenário da Casa, o tema reciclagem foi apresentado aos parlamentares, mídia e importantes formadores de opinião que freqüentam o Congresso Nacional. Entre as personalidades presentes à inauguração oficial da exposição, realizada no dia 15, destacaram-se integrantes das Comissões ligadas ao assunto, como as de Meio Ambiente, Desenvolvimento Urbano, Seguridade Social e Família e Indústria e Comércio.



Os debates sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos estão ganhando corpo na Câmara dos Deputados, com grandes possibilidades de se instalar ainda este ano uma Comissão para discutir as questões ligadas ao tema. Esse fato é consequência de pressões da sociedade civil com relação ao destino de resíduos industriais, hospitalares e domésticos. Um dos problemas graves é o dos lixões, onde vivem milhares de famílias em condições de extrema miséria e insalubridade. Uma alternativa de geração de renda para essa parcela da população é a coleta de latas de alumínio, atividade de grande sucesso que gera emprego e renda para mais de 160 mil pessoas no país.

Além de vários painéis temáticos e de esculturas feitas com latas de alumínio, durante todo o período da exposição foram exibidos vídeos e distribuídos folhetos sobre reciclagem, higiene e saúde no consumo de bebidas em lata e vantagens desse tipo embalagem.

## SEGUNDA CHANCE

*A população de Brasília teve outra chance de conferir o panorama da reciclagem de alumínio, pois a exposição que esteve na Câmara dos Deputados até o dia 18, foi montada em seguida no Conjunto Nacional de Brasília. O shopping é o quinto maior do país e o maior da Região Centro-Oeste, com um fluxo médio de 70 mil consumidores por dia. Estima-se em sete mil pessoas o público da mostra, no período de 19 de março a 3 de abril.*

# Parceria Internacional



**A informação passou** a ser uma ferramenta imprescindível no campo dos negócios no mundo globalizado. Para se manter sempre em dia com o

que acontece no setor de produção de latas de alumínio em outros países, a Abralatas está intensificando suas relações com associações internacionais congêneres, visando à troca de experiências e à ampliação de conhecimentos.

No dia 2 de março, Paulo Camillo Penna, diretor executivo da Abralatas, promoveu uma reunião em Washington, capital dos Estados Unidos, com a diretoria do CMI - Can Manufacturers Institute. A entidade reúne 25 empresas, responsáveis por mais de 90% da produção norte-americana de latas (para todos os fins e de todos os tipos de ligas metálicas) e pela geração de 26 mil empregos em 36 estados. Esse evento marcou o início de um programa de cooperação que promete gerar muitos frutos.

Na ocasião, Paulo Camillo apresentou um amplo panorama sobre a economia brasileira e, mais especificamente, sobre o setor de embalagem. Vários cases de sucesso chamaram a atenção



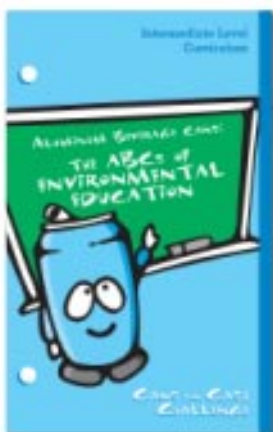
Da esquerda para a direita: Sean M. Reilly (Vice Presidente, diretor de Relações Públicas e Pesquisa do CMI), Robert R. Budway (Presidente do CMI), Paulo Camillo (Abralatas) e Geoffrey Cullen (diretor de Relações Governamentais do CMI)

dos americanos, que mostraram grande interesse em conhecer mais a fundo os projetos desenvolvidos no Brasil. "As nossas soluções e conquistas no campo da reciclagem causaram uma excelente impressão", comenta Penna. "Por outro lado, eles são muito fortes em pesquisas de mercado, educação e preservação ambiental".

Alguns dos problemas e resultados do setor nos dois países mereceram atenção especial. A luta para derrubar o mito da contaminação das latinhas de alumínio, por exemplo, ganhou novas armas: "Os dirigentes do CMI se mostraram surpresos com o assunto, absolutamente inédito nos EUA, um país que produz 100 bilhões de latas

de alumínio por ano apenas para bebidas, ou seja dez vezes a nossa produção". O Instituto vai proporcionar a abertura de um canal de comunicação entre a Abralatas e agências sanitárias americanas, objetivando o desenvolvimento de constante cooperação. Publicidade e pesquisas de mercado também estiveram em pauta, com apresentações de anúncios e trabalhos sobre as vantagens da lata de alumínio, seu consumo e sua visibilidade nos Estados Unidos.

O resultado do encontro, segundo Paulo Camillo, não poderia ser melhor. O presidente do CMI, Robert Budway, aceitou o convite para conhecer o mercado brasileiro "in loco", visitar as plantas e os diversos projetos em evolução no país. "Estabelecemos um contato que será permanente com a entidade que representa a indústria de embalagens metálicas mais importante do mundo. Com isso, teremos acesso a um rico material, importantes estudos e informações. Acertamos novas reuniões de trabalho com o objetivo de proporcionar este intercâmbio permanente. As portas estão abertas para novas parcerias e troca de dados", conclui Paulo Camillo.



*A CMI desenvolve um projeto que inclui ferramentas como o kit para professores "Aluminum Beverage Cans: The ABCs of Environmental Education" (Latas de alumínio para bebidas: o ABC da Educação Ambiental), hoje utilizado por técnicos de ensino médio e fundamental de todo o país, contendo informações gerais, experiências para serem realizadas em sala de aula e um guia de atividades extracurriculares para os alunos. Com base neste material, a Abralatas vai avaliar a possibilidade de um projeto educacional semelhante, adequado à realidade brasileira.*

# Lata temática em Salvador

O carnaval em Salvador deixou de ser uma atração apenas para os foliões. Empresas cada vez mais interessadas em fazer ações de marketing investem pesado em uma das maiores festas populares do país. A cada ano, cerca de 2 milhões de pessoas – 800 mil turistas – participam dos seis dias de folia em mais de cem blocos e trios elétricos em Salvador. Pensando nisso, o grupo Schincariol lançou uma latinha de cerveja especialmente para a ocasião. Com tiragem de 6 milhões de unidades, as latas foram estampadas com os logotipos dos camarotes, trios e blocos patrocinados.



# Carnaval reciclado

Latinhas de alumínio fizeram moda no carnaval deste ano em Salvador. Idealizado pela dupla de estilistas Soundan & Kaveskky, Daniela Mercury usou uma roupa toda feita de anéis de latas de refrigerante e cerveja no baile à fantasia na madrugada do dia 4 de fevereiro. Como afirmou a cantora, vestida de Rainha do Axé, a fantasia era “pop, reciclável e percussiva.”



## Reciclar vale energia

No dia 15 de março, a Light iniciou o projeto Reciclar Vale Energia na comunidade da Maré, Rio de Janeiro. O objetivo é incentivar a reciclagem, oferecendo descontos na conta de luz de clientes que levarem latas de alumínio a um posto da Light perto da comunidade. Cada quilo de latas de alumínio dará direito a um abatimento de R\$ 3,40 na conta de luz.

No lançamento, os moradores tiveram a oportunidade de tirar dúvidas sobre o projeto e atores apresentaram esquetes sobre os benefícios que a reciclagem proporciona ao meio ambiente, à comunidade e aos clientes que participarem. Uma parte do valor arrecadado pela empresa será investida em obras e ações sociais dentro da própria comunidade.

# Cerveja lançada em 1366 chega ao Brasil este ano

A Ambev se prepara para lançar no Brasil a cerveja Stella Artois, que existe desde 1366 e é fabricada pela Interbrew, grupo belga associado à empresa brasileira. A Ambev mantém ainda em sigilo os detalhes do lançamento da Stella Artois, mas a intenção é colocar o produto no mercado ainda este ano. Cinco agências de publicidade já disputam a conta.



A Stella Artois, muito consumida no Reino Unido, deve mirar um público de maior poder aquisitivo – que a Ambev atende atualmente com a marca Bohemia, mais cara que Brahma e Antarctica, outras de suas marcas.

A origem da cerveja remonta a 1366, na cidade belga de Leuven, onde começou a ser produzida – ainda sem nome – por uma cervejaria chamada Den Horen (“o chifre”). A cidade cresceu em importância quando, em 1425, recebeu uma universidade, que acabou patrocinando a cervejaria. Em 1717, o negócio passou às mãos de Sebastian Artois, que o rebatizou com seu sobrenome. A palavra Stella (estrela, em latim) foi agregada ao nome da bebida em 1926, quando foi lançada uma edição da cerveja comemorativa do Natal.



Notícias da Lata é um boletim noticioso da ABRALATAS  
Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alta Reciclabilidade

Presidente: André Balbi  
Diretor-executivo: Paulo Camillo Vargas Penna  
Coord. editorial: Newsday Consultoria de Comunicação e Marketing  
Produção gráfica: Conceito Comunicação Integrada  
Tiragem: 3 mil exemplares

Endereço: SCN Qd. 1 Bl. F, nº 79, Ed. América Office Tower  
Salas 1608, 1609 e 1610 - CEP 70711-905 - Brasília - DF  
Telefone: (61) 327-2142  
Fax: (61) 327-3165  
Correio eletrônico: abralatas@abralatas.org.br  
Endereço na internet: www.abralatas.org.br

