

A pegada das embalagens

Coca-Cola britânica anuncia estudo que comprova vantagem ambiental da lata

Adotado por 30 empresas que buscam o estímulo ao chamado Consumo Consciente, o selo de pegada de carbono (ou rastro de carbono) emitido pela empresa britânica Carbon Trust chegou ao setor de refrigerantes. A Coca-Cola britânica vai colocar em suas embalagens a quantidade de carbono emitida na produção do refrigerante, desde o início da cadeia produtiva até o descarte final, incluindo fases como distribuição e refrigeração.

O resultado comprova, mais uma vez, as vantagens ambientais da lata de alumínio. A pegada de carbono de uma lata de Coca-Cola (330 ml) vendida na Grã-Bretanha é de 170 gramas, enquanto uma garrafa de vidro, com a mesma quantidade da bebida, deixou um rastro de 360 gramas de carbono em seu ciclo de vida. Um impacto duas vezes maior que o da lata. Para a Coca Diet e Coca Zero, a pegada de carbono cai, respectivamente, para 150 e 340g.

O estudo da Carbon Trust mostrou que o reaproveitamento da embalagem torna a lata ainda mais sustentável. A análise indica que a reciclagem de uma lata de alumínio pode reduzir em até 60% a pegada de carbono.

Não é a primeira vez que a Coca-Cola dá sinais de que a lata é a embalagem de menor impacto ambiental.



Na edição de abril de 2008 da revista Fortune, o Chairman e CEO da Coca-Cola, Neville Isdell, foi questionado como seria uma embalagem sustentável. “Esta é uma embalagem ideal”, disse, mostrando uma lata de alumínio de Coca Zero.

Em entrevista recente ao jornal Valor Econômico, David Vincent, diretor de projetos da Carbon Trust, mostrou

que há uma preocupação crescente do consumidor sobre a questão. “Dois terços dos consumidores britânicos prefeririam produtos de baixa emissão de carbono, se tivessem essa informação”. A Carbon Trust é uma empresa criada pelo governo britânico com o objetivo de desenvolver tecnologias e ferramentas para aumentar a eficiência energética e reduzir emissões de carbono.

Estudo confirma análise brasileira

O estudo realizado pela Carbon Trust vale apenas para os produtos vendidos na Grã-Bretanha, pois leva em consideração aspectos como o transporte e a distribuição da bebida, além da sua refrigeração. As distâncias brasileiras e a nossa matriz energética certamente produziram resultado diferente. Mas existe pesquisa semelhante no país, desenvolvida pela engenheira química

Renata Valt, que analisou o ciclo de vida de embalagens para refrigerante.

O trabalho de Renata mostrou que, com os atuais índices de reciclagem do país, a lata de alumínio é a embalagem de menor impacto ambiental, seja do ponto de vista do esgotamento de recursos naturais, como pelo impacto sobre o aquecimento global e pelo efeito fotoquímico

co resultante de sua fabricação.

“Os valores Eco-Indicador obtidos através da análise do ciclo de vida dos sistemas estudados revelam que, para as categorias de impacto adotadas, a lata de alumínio é a que tem menor contribuição negativa ao meio ambiente (comparada às garrafas de PET e de vidro)”, conclui a engenheira química.

A lata revelada em imagens

Concurso de fotografia distribui R\$ 14 mil em prêmios e mostra carinho do consumidor brasileiro pela embalagem

Fotos com cores vibrantes, presença da natureza e o registro de como a lata de alumínio está inserida no dia a dia dos brasileiros. Esse foi o resultado do 1º Concurso Abralatas de Fotografia, que premiou os 30 melhores trabalhos entre 1.768 fotos enviadas, revelando a percepção do consumidor sobre a embalagem de forma criativa e extremamente positiva. Foram 488 fotógrafos inscritos, amadores e profissionais, disputando um prêmio total em dinheiro de R\$ 14 mil.

“O que mais me surpreende é a qualidade técnica dos trabalhos. Os concorrentes observaram não só o aspecto técnico, mas também a interação da figura humana com a lata de alumínio. Os materiais refletiram o carinho do público pelo produto, podemos comprovar isso em todas as fotos”, avalia um dos jurados do concurso, o premiado fotógrafo Orlando Brito, 45 anos de profissão.

Os trabalhos foram avaliados também pelo diretor executivo da Abralatas e fotógrafo amador, Renault Castro, e pelo jornalista Cláudio Tourinho, da CDN Comunicação Corporativa. Para Renault, o concurso não só revelou o talento dos participantes, mas serviu para medir o sentimento dos brasileiros em relação à lata. “As fotos mostram as latas integradas com a rotina das pessoas, em festas populares, em momentos de recreação, na mesa de refeição. Demonstram que o consumidor sabe aproveitar bem as vantagens dessa embalagem, especialmente a sua praticidade. Isso mostra o afeto que os brasileiros têm em relação ao nosso produto”.

A qualidade dos trabalhos enviados surpreendeu os jurados que tiveram dificuldade para escolher as melhores fotos. Um empate entre quatro fotografias levou à ampliação da premiação em dinheiro para 12 concorrentes, subindo o valor dos prêmios para R\$ 14 mil.

Perfil: Orlando Brito

Jurado do 1º Concurso Abralatas de Fotografia, o fotógrafo Orlando Brito tem 45 anos de profissão, grande parte dedicada à cobertura política de Brasília. Publicou cinco livros e já participou de mais de 30 obras coletivas. Por 11 vezes recebeu o Prêmio Abril de Fotografia e ganhou ainda o prêmio World Press Photo do Museu Van Gogh, de Amsterdã, na Holanda. Atualmente dirige sua própria agência de notícias, a ObritoNews, e ministra cursos, workshops e aulas em universidades, faculdades e escolas de Comunicação e Jornalismo.



Foto: Abralatas

Premiação destaca talentos amadores



Foto: Géder Ferreira

“Em qualquer situação com a lata na mão”: a embalagem das festas populares

Sem restrição quanto à formação e a experiência dos fotógrafos participantes, o concurso destacou, coincidentemente, trabalhos feitos por amadores que foram selecionados como principais colocados. O primeiro lugar, por exemplo, ficou com o comerciante Géder Abrahão Ferreira, 36 anos, morador de Atibaia (SP), que receberá o prêmio de R\$ 5 mil. Sua foto “Em qualquer situação com a lata na mão” foi registrada no Carnaval de Parati (RJ). “Fui conhecer o Bloco da Lama, achei a cena bonita e resolvi fotografar”, conta o ganhador. Segundo ele, a escolha da imagem foi feita por uma amiga que achou o trabalho ideal para retratar como a lata é utilizada na rotina dos brasileiros.

Alguns inscritos preferiram produzir imagens com mensagens implícitas, com o biólogo Rodrigo Crespo Behegaray, 39 anos, de Porto Alegre (RS), que ficou com o segundo prêmio. Sua foto “Cesta Básica”, além de misturar cores, texturas e criatividade, inseriu a latinha de alumínio em uma cesta com alimentos utilizados no dia a dia. “A bebida é tão vital quanto o alimento e deveria constar na cesta básica. Então fiz uma composição que brincasse com isso”, conta o autor, que uniu luz, sombra e alimentos orgânicos à lata.

Já o terceiro prêmio foi entregue ao gerente de informática, Francisco Carlos da Silva, 45 anos, de Feira de Santana (BA). A foto “Paradoxo” foi registrada com uma câmera digital comum na Festa de Vaqueiros, no Distrito de Barreiros, em Riachão do Jacuípe (BA). “Achei que aquela cena misturava a modernidade da latinha de alumínio com uma tradição de décadas”, explica Francisco. Os melhores trabalhos serão utilizados em materiais institucionais da Abralatas. A associação planeja ainda a realização de uma exposição com as fotografias premiadas.

Crise afeta cadeia do alumínio

Redução de preço do alumínio afetou reciclagem, mas volume coletado se mantém elevado

A redução do crescimento mundial afetou dois importantes pontos da cadeia de fabricação de latas: o preço do alumínio primário e o da sucata de latas. A queda na demanda em diversos setores provocou um aumento dos estoques e redução do preço do alumínio no mercado internacional. O desaquecimento da economia também afetou a procura por outros materiais, refletindo-se no mercado de reciclagem. O cenário negativo, entretanto, ainda não atingiu a produção de latas e nem o volume de sucata oferecido para reciclagem.

“Estamos trabalhando para um crescimento, este ano, próximo do PIB”, comenta Renault Castro, diretor executivo da Abralatas. “O Carnaval e o calor do Verão mantiveram aquecidos os pedidos da indústria de bebidas neste início de ano, mas não teremos o mesmo desempenho dos últimos anos, nos quais crescemos praticamente o dobro do que se verificou na economia como um todo”. Nos últimos quatro anos, as vendas de latas de alumínio subiram cerca de 40%.

Este aquecimento sazonal também ajudou a evitar uma redução no volume de sucata de latas destinadas à reciclagem. O número de pessoas interessadas em recolher sucata diminuiu consideravelmente por causa do baixo preço de todos os materiais recicláveis. “Houve um certo desestímulo na coleta, muito mais pelo valor de outros materiais do que pelo alumínio. Mas já percebemos uma pressão por aumento. Os preços talvez não voltem tão cedo aos níveis anteriores, mas em termos de volume não haverá redução significativa no caso do alumínio”, comentou Paulo Geraldo Corrêa, presidente da Aleris, a maior recicladora do país.

Para André Vilhena, diretor executivo do Compromisso Empresarial para a Reciclagem (Cempre), o cenário atual

“A configuração do sistema está preservada. Trata-se de uma dificuldade momentânea, um turbilhão que vai passar”

mostrou que as cooperativas precisam estar preparadas para enfrentar oscilações de mercado, seja com fundo de reserva ou capital de giro. Segundo ele, já há uma expectativa de crescimento do valor das sucatas no segundo trimestre do ano, mas o mais provável é que a retomada dos preços venha no segundo semestre. “A configuração do sistema

está preservada. Trata-se de uma dificuldade momentânea, um turbilhão que vai passar”, concluiu Vilhena.

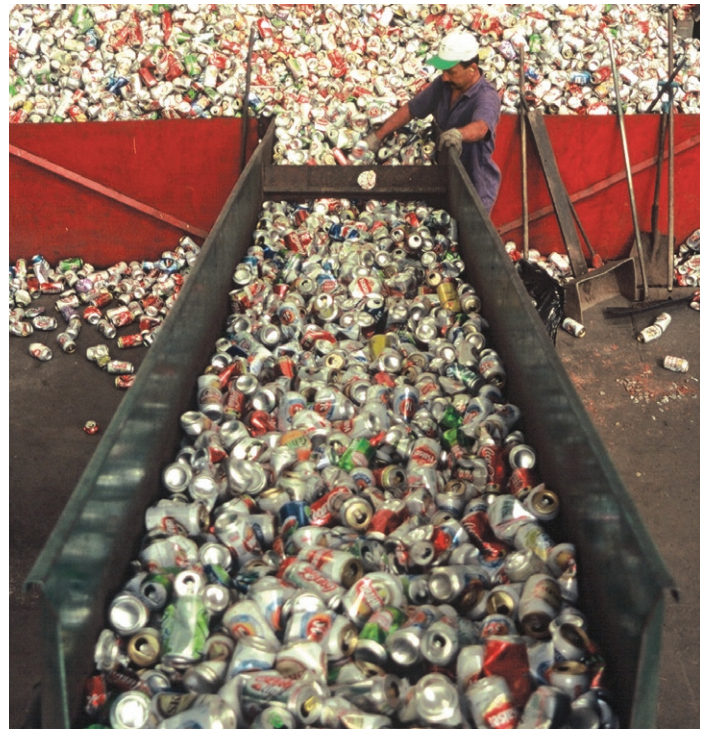


Foto: Abralatas

Índice de reciclagem de 2008 deverá ser semelhante ao de 2007

O próximo índice de reciclagem de latas de alumínio – indicador que coloca o Brasil no topo do ranking mundial há sete anos – não deverá sofrer impacto da crise mundial e da queda do valor da sucata. Os números referentes a 2008 ainda estão sendo apurados, mas devem ser pouco afetados pela crise global, que só se manifestou com mais força no último trimestre do ano. Em volume, o Brasil consumiu 1 bilhão a mais de latas que no ano anterior, um crescimento de 8,5%.

“Historicamente, os setores de alimentos e bebidas sofrem menos no início de crises econômicas.”, avalia Renault Castro. “O índice de reciclagem de 2008 deverá

ficar bem perto do atual (de 2007), que é de 96,5%”.

Sérgio Nascimento, presidente da ONG Associação Meio Ambiente, Preservar e Educar (AMAPE), de Pernambuco, também acredita que não haverá redução no índice de reciclagem de latas. Acostumado a trabalhar com cooperativas de catadores, ele percebeu uma redução na quantidade de pessoas interessadas em coletar sucatas durante o último Carnaval, no Recife, por causa da queda no valor do material. “Mas ninguém vai parar de trabalhar. As pessoas precisam se recuperar do susto e perceber que as coisas vão se acomodar. O melhor remédio para a crise é o trabalho”.

NA LATA

Lata de ouro



Se havia alguma dúvida sobre a qualidade dos vinhos em lata ela caiu por terra no último concurso mundial de vinhos, o Berlin Wine Trophy, a principal competição internacional de vinhos, patrocinada pela International Organisation of Vine & Wine (OIV). O vinho em lata Barokes Cabernet Shiraz Merlot, produzido na Austrália, ganhou medalha de ouro. Pela primeira vez no mundo a premiação é entregue a um vinho enlatado. A bebida concorreu com mais de 3400 vinhos em garrafas, de mais de 40 países. Além de comprovar a qualidade da bebida, a premiação reafirma o potencial de acondicionamento das latas de alumínio, mantendo o sabor e as qualidades da bebida.



Novidade

O sabor do guaraná e a naturalidade do chá verde agora estão reunidos em um único produto: o Kuateko. Além de trazer essa novidade, o produto – disponível em lata de 350 ml – promete renovar a forma como o público se relaciona com o meio ambiente. Para disseminar mais conhecimento sobre sustentabilidade, o site do Kuateko (www.kuateko.com.br) apresentará dicas de como reduzir os impactos ambientais por meio de pequenas atitudes.



Fotos: Divulgação

Autenticidade

Agora os admiradores da cachaça Ypióca poderão degustar a bebida sem susto. Chegou ao mercado a Ypióca em lata. As embalagens terão dois modelos: um para a versão Ouro e outro para a versão Prata. A vantagem do novo recipiente vai além da praticidade e da alta capacidade de reciclagem da lata de alumínio: o novo recipiente impede a falsificação. As empresas ilegais não conseguem acondicionar produtos dentro de latinhas já utilizadas, o que pode acontecer em embalagens de outros materiais.



Matte Leão



Os admiradores do tradicional chá Matte Leão poderão encontrar a bebida vendida em latas de 335 ml, na versão natural e limão. A embalagem, fornecida

pela Rexam, faz parte das novidades da empresa para o verão 2009, em que toda a linha começa a chegar ao mercado com uma nova identidade visual. Entre as vantagens da versão em lata de alumínio está a praticidade durante o consumo e o fato de gelar mais rápido.

Fabricantes de latas de alumínio para bebidas:



Associadas:



www.abralatas.org.br

Boletim da ABRALATAS
Associação Brasileira dos
Fabricantes de Latas
de Alta Reciclabilidade

André Balbi
Presidente
Renault de Freitas Castro
Diretor Executivo

Projeto gráfico
N3 Comunicação
Jornalista responsável
Cláudio Tourinho
Redação
Flávia Corrêa

Impressão:
Supernova Gráfica
Tiragem:
2.500 exemplares

SCN Qd. 01, Bloco F, Ed. America Office Tower,
Salas 1608 a 1610 - CEP: 70.711-905, Brasília-DF
Tel.: (61) 3327-2142 Fax: (61) 3327-3165
E-mail: abralatas@abralatas.org.br