

## Bebidas sofisticadas

Embalagem é vista pelos fabricantes como forma de ampliar mercado e atrair novos consumidores

Cervejas especiais, vinhos e até espumantes, antes encontrados apenas em garrafas de vidro, agora também estão disponíveis na versão em lata. A opção pela embalagem em alumínio é vista pela indústria de bebidas sofisticadas como forma de ampliar o mercado, e conquistar um novo grupo de apreciadores – que buscam aliar praticidade com elegância e modernidade.

O primeiro espumante em lata 100% nacional, Glamm Sparkling Wine, é um exemplo de utilização da lata nesse mercado de bebidas sofisticadas. O produto, fabricado em uma vinícola de Caxias do Sul, é distribuído para consumo em casas noturnas e supermercados. A bebida foi pensada para eventos informais como festas e viagens, em que a praticidade da embalagem (mobilidade, segurança, facilidade de gelar e descartar) é fator fundamental para o consumo.



O diretor executivo da Glamm, Ricardo Lowndes, diz que a lata foi selecionada como embalagem após a realização de uma pesquisa de análise de recipiente. O levantamento identificou que, em todo o mundo, os objetos com formatos simétricos

e/ou cilíndricos apresentam melhor equilíbrio, agradando mais como produto sofisticado. “A lata, por atender esse conceito, além de ser uma embalagem simples, clean e básica, chamou atenção da fabricante que escolheu o formato Sleek 250 ml”, comentou Ricardo.

Sem ficar de fora das inovações, a Stella Artois, que antes só era comercializada em garrafa, decidiu fornecer o produto no Brasil usando a embalagem em lata de 269 ml, com design inovador. A nova versão dessa cerveja premium chegou ano passado aos pontos de venda selecionados das regiões Sudeste, Centro-Oeste e Sul. É fruto de pesquisa realizada pela marca, para oferecer aos consumidores um produto com conceitos de qualidade, sofisticação e inovação. Elaborada nas cores branca e dourada, a lata segue a identidade visual global do fabricante, sendo vendida em pacote com oito unidades.

## Mobilidade

A Cerpa é outra marca de cerveja premium que também optou pela lata como aposta de embalagem para a bebida. A fabricante já havia adotado a lata, antes em folhas de flandres nos anos 70 e depois de alumínio nos anos 80. No entanto, em 2004 a produção

utilizando a embalagem em alumínio foi suspensa, voltando em 2009, após o convencimento da fabricante de que a lata é uma embalagem de conveniência cujo uso deu mais mobilidade ao consumidor, sendo revertida em números adicionais para a indústria.

“A lata nos permite entrar em pontos em que as demais embalagens como as de vidro, por exemplo, não são possíveis por motivos que vão desde a facilidade no manuseio até a segurança e o meio ambiente”, observa o diretor da Cerpa S.A, Ibrahim Dahás.

A Dado Bier, marca gaúcha que se tornou referência nacional em produção de cervejas especiais, também se rendeu à lata e passou a distribuir este ano o produto no chamado latão (473 ml). O uso dessa embalagem é vista pela empresa como uma estratégia

para ampliar sua participação no setor, atingindo uma nova e diferenciada parcela dos consumidores brasileiros. A cerveja na nova embalagem já pode ser encontrada no Rio Grande do Sul, São Paulo, Rio de Janeiro e Santa Catarina.

Contente com os resultados da oferta da bebida em latão, a marca acaba de lançar a cerveja “DadoBier Lager”, estilo pilsen, na versão tradicional da lata, em 350 ml. Inicialmente disponível apenas para o mercado gaúcho, a bebida em breve deverá ser distribuída nacionalmente.



# Evento celebra os 20 anos da lata no Brasil

Os 20 anos da lata de alumínio para bebidas no Brasil e os 50 anos no mundo serão comemorados em Brasília, em evento promovido pela Abralatas no próximo dia 30 de setembro. No auditório da Confederação Nacional da Indústria (CNI), a cerimônia em homenagem a embalagem – considerada de menor impacto ambiental – contará com palestra do antropólogo Prof. Roberto DaMatta. Ele falará sobre os hábitos de consumo do brasileiro e o papel da lata nesse contexto nos últimos anos.

O início da produção no país alterou a estratégia de vendas de bebidas e o comportamento do consumidor. De lá para cá, o crescimento da participação da lata no mercado de bebidas tem sido constante e hoje a embalagem faz parte do dia-a-dia do brasileiro. Em junho, a lata representava cerca de 33% das embalagens de cerveja e 8% das de refrigerante.

Na manhã do dia do evento, a Abralatas e a Abal (Associação

Brasileira do Alumínio) vão divulgar o índice de reciclagem da lata de alumínio de 2008. Há sete anos o Brasil lidera o ranking mundial de reciclagem da embalagem, com um modelo que viabilizou a coleta e reciclagem de outros produtos.

Faz parte do evento também uma exposição com 32 fotografias que mostram a lata no dia a dia do brasileiro. As imagens são resultado de concurso realizado pela Abralatas que distribuiu mais de R\$ 10 mil em prêmios e teve entre seus participantes fotógrafos amadores e profissionais de todo o país.

O lançamento da edição 2009 da Revista da Lata ainda completa as comemorações dos 20 anos da embalagem no mercado nacional. A publicação, que será

LATA DE ALUMÍNIO



20  
ANOS NO  
BRASIL

50  
ANOS NO  
MUNDO



**Abralatas**

distribuída na comemoração, traz em 44 páginas artigos e dados sobre o desempenho do setor e matérias abordando os temas de destaque do ano relacionados com a lata.

## Abralatas apóia e participa da Exposucata 2009

O diretor executivo da Abralatas, Renault Castro, ministrou palestra na quarta edição da Exposucata – a maior feira e congresso internacional para negócios da indústria de reciclagem, realizado no início de setembro em São Paulo.

Em sua apresentação no painel “Alumínio: A montanha-russa da demanda e dos preços”, Renault contextualizou o momento histórico e econômico em que se deu a produção de latas no país. Demonstrou comparativamente a evolução do mercado com enfoque na produção e venda da embalagem e destacou a importância da lata e da sua reciclagem

**EXPO  
SUCATA**

Feira e Congresso Internacional de Negócios da Indústria da Reciclagem

para a indústria de alumínio do Brasil. Explicou ainda o mecanismo básico da formação dos preços da sucata de latas de alumínio e os principais fatores que levaram ao sucesso da reciclagem dessa embalagem no Brasil.

Também participaram do debate o representante da Novelis, Osmar Marchionni, da Associação dos Recicladores do Estado do Goiás (Asciclo), Carlos Antônio Parreira, e Hênio de Nicola, da Associação Brasileira do Alumínio (Abal). Eles falaram sobre a influência da tributação no mercado de sucatas e sobre as perspectivas do preço e do consumo de alumínio nos próximos meses, diante do descolamento dos valores das sucatas nacionais em relação aos internacionais.

A Exposucata, apoiada pela Abralatas, reuniu os principais agentes do setor envolvidos com a comercialização, geração, transformação e consumo de produtos recicláveis.

# Procon multa utilização de “selo protetor”

Cervejarias teriam praticado propaganda enganosa e publicidade abusiva ao anunciar o selo como proteção higiênica

O Procon de São Paulo aplicou uma multa de R\$ 611 mil, por propaganda enganosa, a cada um dos dois fabricantes de cerveja que utilizam selos em suas latas. Para o órgão de defesa do consumidor, as cervejarias Petrópolis e Schincariol praticam propaganda enganosa e publicidade abusiva quando divulgam o selo como protetor higiênico da embalagem. Seria inadequado, portanto, denominá-lo “selo higiênico”.

A multa do Procon de SP foi aplicada aos fabricantes com base em laudos do Centro de Tecnologia da Embalagem do Instituto de Tecnologia de Alimentos (CETEA/ITAL), do Governo do Estado de São Paulo, e estudo do Departamento de Microbiologia do Instituto de Ciências Biomédicas da Universidade de São Paulo. Constatou-se maior contaminação em latas com selo do que em embalagens sem essa

”proteção”. Segundo o Procon, a publicidade induz o consumidor a depositar inteira confiança na eficácia do selo. As empresas afirmaram à imprensa que vão recorrer da decisão.

O polêmico selo foi alvo, ainda, de dois inquéritos instaurados pelo Ministério Público Estadual do Rio de Janeiro (um civil e outro penal). O primeiro apurou prática de propaganda enganosa, enquanto o inquérito penal investigou prática de crime contra a saúde pública.

Em depoimento na Delegacia de Repressão aos Crimes Contra a Saúde Pública, os fabricantes admitiram que o selo não oferece 100% de proteção – tanto é que a empresa recomenda, em seu site, que as latas sejam lavadas antes do consumo. Com base nos laudos, que atestaram a fragilidade dos selos e a dificuldade de manter sua integridade durante o transporte, o manuseio e o armazenamento das latas, o promotor Rodrigo Terra exigiu a inclusão de frase, no invólucro, informando ao consumidor sobre o problema. As cervejarias tiveram que assinar um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC), comprometendo-se a informar ao consumidor sobre a necessidade de lavar a embalagem.

## Apesar da ineficácia, selo é proposto por parlamentares

Mesmo com essas ações contra o selo e questionamento sobre sua eficácia, há anos surgem projetos de lei em câmaras de vereadores, assembleias estaduais e até mesmo no Congresso Nacional que pretendem tornar obrigatório o uso do invólucro. “As propostas têm sido derrubadas tanto pelo reconhecimento de que o selo não garante a proteção do consumidor – pelo contrário, pode propiciar a proliferação de micro-organismos – quanto pela inconstitucionalidade, já que interferem no comércio interestadual”, informa o diretor executivo da Abralatas, Renault Castro.

A Abralatas, explica Renault, não é contra o uso do selo, que tem uma função de marketing. “Somos contra a obrigatoriedade, porque acaba confundindo o consumidor e criando um problema que não existe. A possibilidade de contaminação existe para qualquer produto vendido *in natura*, não é uma exclusividade da lata. Ou seja, depende da forma de acondicionamento do produto e da preocupação do consumidor em higienizar todos os produtos, utensílios ou embalagens que entram em contato com a sua boca”.

Apesar de não existir um único caso conhecido de contaminação por lata no mundo, falsos boatos sobre esse assunto circulam há anos na Internet, confundindo os leitores. Estudo realizado pelo CETEA/ITAL, concluiu que a lata não oferece risco de transmitir doenças

“ A possibilidade de contaminação existe para qualquer produto vendido *in natura*, não é uma exclusividade da lata. ”

Renault Castro  
Diretor executivo da Abralatas

# NA LATA

## Realidade Aumentada



A Antarctica entrou na era da Realidade Aumentada. Uma lata do guaraná foi produzida especialmente para o Guaraná Antarctica Street Festival, evento que reuniu música, esporte de ação e arte de rua, em São Paulo. A embalagem, quando aproximada à webcam de um computador, ativa ferramentas do site.

A novidade está disponível na página  
[www.guaranaantartica.com.br/street-festival-2009.aspx](http://www.guaranaantartica.com.br/street-festival-2009.aspx)

## Modernidade

Aproveitando a inovação da utilização da tinta UV, o energético Mega Energy utilizou no acabamento de sua nova embalagem a tinta "glow in dark" e o Verniz Perolizado Alumínio, que além de brilhar ao ser exposta à luz ultravioleta ainda confere um aspecto especial à lata do produto. Para a fabricante Rexam, essa é uma maneira de oferecer embalagens diferentes para cada tipo de ocasião.

Fotos: Divulgação



## Novo formato e na balada



A Cervejaria Petrópolis também está utilizando o formato sleek (310 ml) como embalagem para a Itaipava, Crystal e Itaipava Fest. A nova lata é produzida pela Rexam com exclusividade para a América do Sul. A cerveja Itaipava Fest, que antes só era encontrada em garrafa long neck,



traz mais uma inovação: a aplicação de uma tinta especial UV faz a embalagem brilhar quando exposta à luz ultravioleta. A Itaipava é a primeira marca de cerveja envasada em latas com essa tecnologia, antes utilizada apenas em embalagens de energéticos.

## Crown anuncia novos investimentos



A Crown Embalagens vai investir US\$ 60 milhões na construção de sua terceira fábrica no Brasil. A nova unidade será instalada na região Sul, com produção estimada em 700 milhões de unidades por ano, começando a operar até junho de 2011. A fábrica vai produzir latas em formato tradicional (350 ml) e latão (473 ml). Com o investimento, 100 novos empregos serão criados. A Crown também prevê investimentos no valor de US\$ 5 milhões para a ampliação em 30% da capacidade de produção de sua unidade em Manaus – que produz apenas tampas para latas de alumínio.

Fabricantes de latas de alumínio para bebidas:

Associadas:



**REXAM**

**abras**

**Aleris**



**FUTORY**



**SANDVIK**



**valspar**



[www.abralatas.org.br](http://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:  
3000 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](mailto:abralatas@abralatas.org.br)