



10 ANOS NA LIDERANÇA

Índice de 97,6%
de reciclagem
da lata confirma
Brasil no topo
do ranking
mundial

» página 3 »



*Consumidor paga
mesmo imposto
12 vezes por ano*

» página 4 »

*País vive
transição para
economia verde*

» página 5 »

*Brasileiro é o 2º com
maior preocupação
sustentável*

» página 7 »

Duas questões fundamentais para o setor estão retratadas nessa edição do Notícias da Lata. A primeira delas é a manutenção de um índice elevado de reciclagem da lata de alumínio, muito próximo do recorde do ano anterior (2009), que havia sido construído com a colaboração especial da queda do preço das *commodities* de 2008. O estoque de sucata reduziu o índice de 2008 (91,5%) e elevou o percentual de 2009 (98,2%). O resultado atual, divulgado nessa edição, mostra que há uma consistência na coleta e na reciclagem e que o setor está plenamente estruturado.

A outra questão é a participação da Abralatas na discussão do Plano Nacional de Resíduos Sólidos. Ao promover o Ciclo de Debates Abralatas 2011, a entidade assumiu a responsabilidade pela liderança da embalagem na coleta e na reciclagem. Temos conhecimento do assunto e queremos ajudar o país a melhorar também em outros materiais. As palestras ocorridas em Brasília apontam que estamos no caminho certo. A lata de alumínio está preparada tanto para um tema nacional (a logística reversa) quanto para a preocupação mundial de expandir a chamada Economia Verde.



Renault Castro
Diretor Executivo da Abralatas

Medalha de prata para a Revista da Lata

A edição 2011 da Revista da Lata garantiu à Agência de Publicidade Frisson Comunicação prêmio de destaque no Festival Brasileiro de Publicidade, organizado anualmente pela Associação Brasileira de Propaganda (ABP). A agência foi premiada com a “Lâmpada de Prata” na categoria “Design – Peças isoladas, Publicações”, atrás apenas de publicação da conceituada agência J. Walther Thompson (JWT Brasil), produzida para o hotel boutique cinco estrelas Emiliano.

Numa competição com cerca de 1.400 participantes, a Frisson Comunicação ganhou o prêmio de “Agência Regional do Ano”. A entrega dos prêmios ocorreu em outubro, no Copacabana Palace, no Rio de Janeiro.

Idealizada pela Abralatas e editada pela CDN Comunicação Corporativa, a publicação retrata o desempenho do setor de latas de alumínio para bebidas no Brasil e ainda traz informações sobre o comportamento do

consumidor, sustentabilidade, tendências do mercado e artigos de personalidades sobre temas afins.



A primeira edição foi publicada no início de 2009, com textos de Luís Nassif, Flávia Oliveira, Fernando Gabeira, Roberto Martins Figueiredo (Dr. Bactéria), Sérgio Valente, e trou-

xe pesquisa realizada pela engenheira química Renata Valt sobre a análise do ciclo de vida das embalagens.

Na edição seguinte, foram divulgados dados sobre os 20 anos da lata de alumínio no Brasil. A revista trouxe artigo do então ministro do Meio Ambiente, Carlos Minc, sobre consumo consciente. A edição apresentou, ainda, fotos premiadas do concurso de fotografia da Abralatas, com análise do conceituado fotógrafo Orlando Brito.

A edição premiada de 2011 valorizou o uso da lata em artesanato e contou com artigos dos jornalistas Guilherme Barros e Sérgio Abranches. Trouxe também reportagens sobre o Ciclo de Debates Abralatas realizado em 2010 nas cidades de Natal-RN, Curitiba-PR e São Paulo-SP, quando foi apresentado estudo da Carbon Trust para a Coca-Cola britânica, apontando a lata como a embalagem mais sustentável da empresa.

Expediente

Boletim da ABRALATAS - Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alta Reciclabilidade » SCN Qd. 01, Bloco F, Ed. America Office Tower, Salas 1608 a 1610, CEP: 70.711-905, Brasília-DF » Tel/Fax (61) 3327-2142 » E-mail: abralatas@abralatas.org.br » **Presidente:** Rinaldo Lopes » **Diretor Executivo:** Renault de Freitas Castro » **Assessoria:** Guilherme Caniello » **Projeto gráfico:** Frisson Comunicação » **Jornalista responsável:** Cláudio Tourinho » **Redação:** Fabiana Sampaio e Daniel Lansky » **Tiragem:** 3.500 exemplares » **Impressão:** Gráfica Supernova.



Associados Fabricantes:



Demais Associados:



Conheça a Abralatas em: www.abralatas.org.br

Blog da Lata: www.blogdalata.com.br

Twitter: www.twitter.com/abralatas

Myspace: www.myspace.com/557058178

Orkut: Abralatas (oficial)

Facebook: Abralatas

YouTube: Canal Abralatas

No topo do mundo

Brasil recicla 17,7 bilhões de latas de alumínio em 2010 e índice de 97,6% mantém país na liderança do ranking mundial

A reciclagem de latas de alumínio surpreendeu novamente e manteve, em 2010, o nível elevado e recorde do ano anterior. Pelo décimo ano consecutivo, o Brasil é o campeão mundial de reciclagem de latas, com um índice de 97,6% das embalagens comercializadas no país, apenas 0,6 ponto percentual menor do que o registrado em 2009. O anúncio foi feito em Brasília pelo diretor executivo da Abralatas, Renault Castro, e pelo coordenador da Comissão de Reciclagem da Abal (Associação Brasileira do Alumínio), Hênio De Nicola.

A manutenção de um índice próximo a 100% representa, na opinião da Abralatas, que o modelo de logística reversa adotado pela indústria está perto do ideal. “Tivemos um fator, em 2009, que impactou o índice para cima: a utilização de sucatas estocadas no ano anterior por causa da queda mundial no valor das *commodities* (alumínio). Mas o índice de 2010 se manteve alto. A explicação é que o sistema funciona, é um modelo que pode servir de exemplo para a coleta de outros materiais”, avalia Renault Castro.

Para Hênio De Nicola, o resultado mostrou que toda a cadeia da reciclagem se adaptou ao crescimento da produção e comercialização de latas no país. “Houve um aumento de 21% no volume de latas vendidas no Brasil em relação a 2009. Isso



Renault e Hênio destacaram a consolidação do modelo de coleta e reciclagem da lata

representa 40 mil toneladas a mais, coletadas por um sistema eficiente, capacitado, que se profissionaliza cada vez mais”, afirmou. Segundo a Abal, a reciclagem de latas injetou R\$ 1,8 bilhão na economia brasileira em 2010, sendo R\$ 555 milhões diretamente na coleta. “Se fosse uma empresa, a “Coleta S.A.” estaria entre as 700 maiores do Brasil”, comparou Hênio.

Catadores – O diretor executivo da Abralatas destacou que ainda há um potencial para melhorar a renda do catador, especialmente se houver capacitação. “Estamos trabalhando para apoiar, cada vez mais, a profissionalização do catador e sua organização em cooperativas. Houve um crescimento pequeno,

mas significativo, de dois pontos percentuais na participação das associações, cooperativas e ONGs na coleta de latas. Mas ainda é muito pequeno o volume entregue diretamente por esse grupo à indústria”.

Renault lembra, ainda, dois fatores que estão colaborando para manter o índice elevado: maior número de cidades com programas permanentes de coleta seletiva e a maior conscientização da sociedade sobre questões de sustentabilidade. “Acreditamos que o número de municípios com coleta seletiva vai crescer com a implantação do Plano Nacional de Resíduos Sólidos. Mas precisamos garantir a participação dos catadores nesse processo. Sem eles, o sistema não funciona”.

Imposto sobre imposto

Indústria e consumidor pagam 12 vezes por ano o imposto sobre lata de alumínio para bebidas reaproveitada

Manter o índice de reciclagem próximo dos 100% pode representar benefícios para a sociedade, mas não significa qualquer redução de custos para a indústria da lata. A conclusão é do diretor executivo da Abралatas, Renault Castro, que critica a ausência de políticas fiscais que estimulem o reaproveitamento de resíduos.

“O ciclo de uma lata de alumínio é de 30 dias. Ela sai da gôndola do supermercado, é consumida, descartada, coletada, reciclada, vira novamente uma lata e volta para a gôndola em 30 dias. E toda vez que volta, paga o mesmo imposto. Ou seja, o consumidor paga 12 vezes por ano imposto sobre o mesmo material”, argumenta Renault. “Não queremos privilégio. Queremos, no mínimo, um tratamento tributário isonômico em relação a outras embalagens que, hoje, pagam menos impostos que a lata”.

A reciclagem de 239,1 mil toneladas de latas em 2010 representou uma redução de consumo de energia, de matéria prima (bauxita) e da emissão de gases de efeito estufa. O processo libera apenas 5% das emissões, quando comparado com a produção da mesma quantidade de alumínio primário. A economia de energia chega a 3.683 GWh/ano ou 0,8% do total consumido no país. Isso seria suficiente para atender a demanda anual residencial do todo o estado de Pernambuco durante um ano.



Outro ponto positivo da reciclagem, destaca Renault Castro, é a geração de empregos. Sabe-se que o número de catadores hoje, no país, está próximo de um milhão de pessoas. Somente para coletar as quase 240 mil toneladas de latas, seriam necessários 251 mil trabalhadores.

“Isso mostra a importância da lata para o sistema de coleta. O catador tem uma renda garantida com a lata, que tem preço elevado no mercado e, com isso, pode coletar outros materiais menos valiosos. A lata acabou estimulando a reciclagem de outros materiais”.

Caminhos para a economia verde



Ciclo de Debates Abralatas 2011:
Erradicação da pobreza na
Economia Verde

Responsável pelo maior índice de reciclagem do planeta, a lata de alumínio indica os passos para o desenvolvimento com redução da miséria e do impacto ambiental

Os caminhos do país para desenvolver sua economia verde e o comportamento sustentável do consumidor brasileiro foram os temas da última etapa do Ciclo de Debates Abralatas 2011, realizado em outubro em Brasília, na Câmara dos Deputados. Os participantes do evento conheceram os dados da pesquisa mundial da National Geographic sobre consumo consciente e colocaram em debate a necessidade de desenvolvimento com redução de impacto ambiental e melhoria das condições de vida da população.

“Não há sentido em falar de Economia Verde sem falar em redução da pobreza, acompanhada de benefícios ambientais e ganhos de eficiência produtiva. Só assim estaremos falando realmente em Sustentabilidade”, afirmou Rinaldo Lopes, presidente da Abralatas, na abertura do evento. Para ele, a história da lata de alumínio no país é um exemplo que pode ser seguido para valorizar o papel do catador de materiais recicláveis e



Debate mostrou que sustentabilidade só faz sentido acompanhada de redução da pobreza

estimular sua capacitação e organização em cooperativas.

“Podemos contribuir ainda mais com a sustentabilidade se agregarmos ao debate a experiência de um dos mais bem sucedidos modelos de logística reversa do mundo, o da lata de alumínio. Um modelo que hoje funciona de modo absolutamente autônomo, que ajudou a viabilizar a reciclagem de outros materiais e que sempre teve como personagem central o catador de materiais recicláveis”, disse o presidente da Abralatas.



Rinaldo Lopes, presidente da Abralatas

O ex-deputado Fernando Gabeira manifestou preocupação em relação à ingerência do governo em questões que podem repercutir sobre as condições ambientais. Para ele, “se o governo não atrapalhar, já estará dando uma grande ajuda”.

Gabeira lembrou que, como deputado, discutiu várias vezes a reforma tributária, sem que, até hoje, alguma mudança tenha acontecido neste sentido. E entende que uma revisão da política tributária brasileira deve privilegiar atividades voltadas para o desenvolvimento de uma economia verde. Criticou, por exemplo, “a voracidade tributária sobre a energia elétrica”, que é limpa e abundante no país.

Também o diretor executivo da Abralatas, Renault Castro, defendeu um tratamento mais isonômico para os produtores de alumínio e de latas de alumínio. “Não queremos privilégios, mas que o setor tenha isonomia em relação a outros tipos de embalagens e que a cadeia de reciclagem seja desonerada”.

Qualidade de vida e desenvolvimento



Ciclo de Debates Abralatas 2011:
Erradicação da pobreza na
Economia Verde

Brasil vive fase de transição para economia verde e reciclagem da lata é exemplo desse novo momento



“A experiência do modelo de reciclagem da lata pode colaborar para a implantação da logística reversa no país.”

Cláudio R. Frischtak, presidente da Inter B - Consultoria Internacional de Negócios

O elevado índice de reciclagem das latas de alumínio para bebidas é um indicador claro do estágio em que o Brasil se encontra na relação entre desenvolvimento econômico e preservação do meio ambiente. A análise é do economista Claudio Frischtak, apresentada na etapa de Brasília do Ciclo de Debates Abralatas. Presidente da Inter.B Consultoria Internacional de Negócios e diretor internacional do Growth Center, Frischtak disse que o Brasil vivia o que ele chama de “escolha de Sophia”, fazendo a opção entre maior preservação ou mais crescimento. Agora o país estaria vivendo uma fase de transição para a economia verde, baseado no uso inteligente dos recursos, em princípios de proteção, preservação e reutilização.

“Não precisamos abrir mão de empregos e condições de vida se quisermos proteger o meio ambiente

e crescer”, acredita ele. A transição para a economia verde, segundo Cláudio Frischtak, no entanto, “não acontecerá de forma automática, exigindo estímulos por meio de políticas públicas”.

Para ele, entre os desafios para aumentar a reciclagem no país está a municipalização das iniciativas. Dos mais de 5 mil municípios brasileiros, apenas 445 tinham, em 2010, alguma ação de coleta seletiva. O economista acredita que políticas públicas eficientes, responsabilidade empresarial e mobilização da sociedade civil são fundamentais para promover o avanço da economia verde, da reciclagem e da inclusão social gerada pelo setor no Brasil.

A atuação das cooperativas neste processo também é de fundamental importância para o sucesso da reciclagem. Frischtak destacou a necessidade de se investir na criação de novas entidades e no crescimento

das já existentes. “O governo deve promover a desburocratização do processo de abertura das cooperativas, isentar os tributos e promover a criação de parques de reciclagem”, destacou.

Claudio Frischtak apresentou os pontos fundamentais para a implementação da economia verde em uma sociedade. Agricultura de baixo carbono, preservação ecossistêmica, investimentos em cidades sustentáveis, adoção de fontes renováveis de energia, e o ciclo de vida do produto são alguns dos pontos importantes para garantir o sucesso deste modelo.

Além disso, ele enfatizou a necessidade de se investir em pesquisa e desenvolvimento verde. “Hoje, no Brasil, apenas 3% das pesquisas tem caráter sustentável. Para que o país cresça de maneira sustentável é preciso aumentar estes investimentos”, finalizou.

Hábitos sustentáveis



Ciclo de Debates Abralatas 2011:
Erradicação da pobreza na
Economia Verde

Índice internacional de sustentabilidade (Greendex) aponta consumidor brasileiro como o segundo com maior preocupação na hora da compra



“Brasileiro adota hábitos mais saudáveis, exige produtos de menor impacto ambiental e embalagens sustentáveis.”

Tove Malmqvist, gerente de pesquisa da Global Insights & Strategy (GlobeScan)

Pesquisa realizada em 17 países pela National Geographic e pela Global Insights & Strategy (GlobeScan) colocou o Brasil na segunda colocação do ranking mundial de hábitos sustentáveis de consumo. O resultado do estudo, apresentado no Ciclo de Debates Abralatas 2011 – Etapa Brasília pela gerente de pesquisa da GlobeScan, Tove Malmqvist, revela um bom avanço do país em quatro quesitos pesquisados, mas mostra que ainda há um longo caminho a ser percorrido até uma situação ideal.

“Percebemos que há uma preocupação crescente do consumidor brasileiro por produtos de menor impacto ambiental, por embalagens mais sustentáveis, por hábitos mais saudáveis. A pesquisa confirma essa situação, mas indica que podemos melhorar ainda mais nossos comportamentos”, avaliou Renault Castro, diretor executivo da Abralatas. O índice (Greendex) mede o desempenho em itens como

moradia, transporte, alimentação e consumo de bens e de produtos.

Segundo Tove Malmqvist, o resultado obtido pelo Brasil junto a seu mais recente desempenho econômico no cenário internacional, tem despertado muito interesse por parte de grandes instituições e empresas multinacionais. A GlobeScan é uma consultoria internacional utilizada por governos, instituições, ONGs e empresas, como a Nestlé, Chevron, Pfizer e BBVA, para informar sobre problemas, gestão da reputação, estratégias de responsabilidade social e de comunicação, bem como fornecer orientações para as equipes de planejamento de novos produtos, serviços e iniciativas em mercados específicos.

Ao permitir um olhar mais acurado dos hábitos dos consumidores dos países pesquisados, o Greendex orienta a atuação de empresas e instituições e abre perspectivas de investimentos externos focados nos nichos identificados.

O Brasil obteve bom desempenho

no item moradia, sobretudo pela economia de energia em comparação com países mais frios, onde o consumo é elevado pela necessidade de sistemas de aquecimento. Além disso, a energia brasileira, baseada principalmente em hidroelétricas, é considerada limpa. No que se refere ao transporte, a pesquisa concluiu que os brasileiros, em geral, moram mais próximos do local de trabalho, compartilham o carro e utilizam mais o transporte público do que outras populações. Isso impacta positivamente no consumo de combustíveis fósseis.

Já no fator alimentação, o Brasil não está muito bem colocado na pesquisa. Segundo Tove Malmqvist, o hábito brasileiro de consumir muita carne vermelha e pouca fruta e verdura, não está melhorando. No quarto e último item aferido, relacionado ao consumo de bens e produtos, a gerente da GlobeScan afirma que o país está “relativamente bem, posicionando-se contra produtos nocivos ao meio ambiente”.

CURTA NA LATA

Brilhando na noite

A Rexam lançou uma lata que vai iluminar as pistas de dança do país. A embalagem foi produzida para o energético Play, primeiro no mercado brasileiro à base de *cranberry*, e tem uma aplicação de tinta UV Disco branca, que faz a lata brilhar quando exposta à luz negra. A inovação foi desenvolvida pela equipe da Rexam em apenas 15 dias e a bebida é assinada pela empresa Juxx. As novas embalagens são fabricadas na unidade de Jacareí (SP).



Sem excesso

A Abrabe (Associação Brasileira de Bebidas) lançou o site Sem Excesso (www.semexcesso.com.br), primeiro portal do País com foco educativo e com vistas à preservação da vida e da saúde em relação a consumo de bebida alcoólica. O espaço reúne informação e interatividade. De um lado, conteúdo gerado a partir de conversas com especialistas de renome (médicos, terapeutas e psicólogos). E, de outro, a oportunidade do usuário se expressar por meio dos fóruns online. A proposta traz uma nova perspectiva à campanha nacional “Comemore com Sucesso, sem Excesso” que em dois anos já desenvolveu uma série de iniciativas de conscientização.

Embaixador da Lata

A CannedWater4Kids, instituição que acondiciona e distribui água em lata para combater a mortalidade infantil em locais onde há água imprópria para consumo humano, recebeu da Ball Corporation o prêmio Embaixador da Lata. O prêmio é concedido a organizações que adotam soluções sustentáveis e inovadoras com bebidas em lata para melhorar a vida das pessoas. A Ball, que no Brasil é uma das sócias da Latapack-Ball, também doou um caminhão de latas de alumínio à instituição, além de recursos financeiros para a causa. “Essa doação nos permitirá repor nosso estoque e ampliar o nosso envolvimento com projetos de água potável na África e na Guatemala”, afirmou o CEO da instituição, Greg Stromberg.

#voltalimao

Os limõezinhos, personagens que ficaram famosos nos comerciais da Pepsi Twist, agora estamparão as latas da bebida. O design foi desenvolvido pela agência Narita Design. Para anunciar a mudança ao público, a Pepsi criou uma campanha focada no ambiente digital. Em uma fase de *teaser*, vídeos protagonizados por Marcos Mion, Marimoon, Felipe Neto e Christian Pior clamam pela volta dos limões e estimulam o público a usar a *hashtag* #voltalimao. Na *fan page* da marca os usuários também podem participar de um concurso cultural, onde deve-se enviar fotos com limões e concorrer a um Ipad 2.



Lata animada

A lata mais tradicional da Coca-Cola virou personagem de uma divertida história nas telas da rede de cinema GNC, no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina. Numa descontraída animação, a lata é a personagem que apresenta as dicas de segurança para o público no início das exhibições. A vinheta, de 50 segundos, intitulada “Abra a felicidade no cinema” foi produzida pela DCS Comunicações e pela produtora Beeld.

