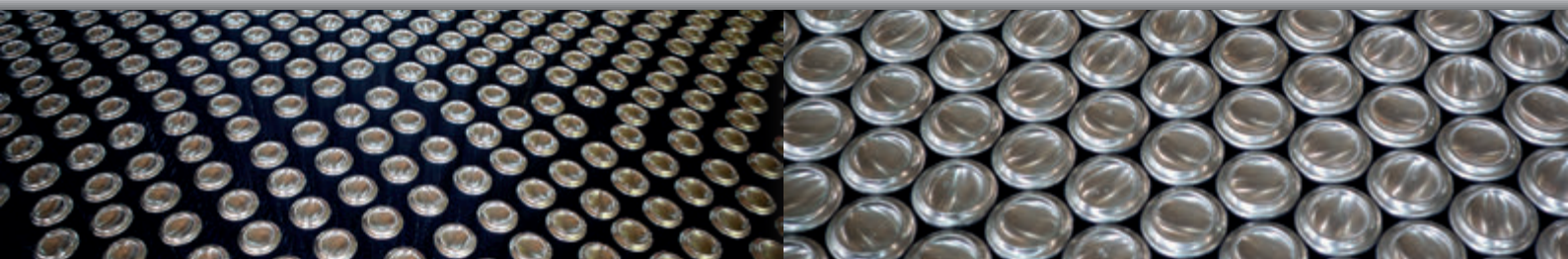


DA LATA



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

Ano 10 » nº 53
Novembro/Dezembro 2013



Imagina na Copa

Venda de latas cresce 3,3% em 2013 e expectativas são melhores ainda com Mundial da Fifa

» p. 4 »

Produção em alta

*Consumo de cerveja
só cresce em lata*

*Tintas especiais
transformam a embalagem*

» página 3 »

» página 5 »

» página 7 »

Os números não mentem, diz um ditado popular. Os resultados da indústria de lata para bebidas, em 2013, confirmam que a embalagem se apresenta como uma opção de mercado para a indústria de bebida, independentemente da situação. A cerveja apresentou alta de preço em 2013, o consumo caiu cerca de 2%. Só registrou crescimento de vendas quando envasada em lata.

O que isso representa? Os diversos tamanhos e formatos da lata atendem à expectativa do brasileiro para diversas situações de consumo. Permite ao fabricante de bebidas adequar a sua estratégia de vendas à situação do mercado e ao consumidor comprar o tamanho de lata mais compatível com o seu orçamento. É uma vantagem competitiva já percebida pelos fabricantes de bebida e que pode ser compartilhada com os seus clientes.

Não é por acaso que as latas em formatos especiais (diferentes da embalagem

tradicional de 350ml) são as que mais crescem nos últimos anos. Hoje representam mais de 30% da produção total. O consumidor quer a lata mais elegante para determinadas situações, quer outra para reduzir o tempo de resfriamento do produto, ou escolhe aquela que pode compartilhar com amigos. A oferta se adapta muito bem à demanda.

Tivemos um crescimento de 3,3% em 2013, percentual significativo quando comparado ao desempenho da economia brasileira, e a expectativa para 2014 é ainda melhor. Entre os motivos, os sinais enviados pelos fabricantes de bebidas – embalados pelo otimismo com o Mundial da Fifa no Brasil – que ampliam suas linhas de produção. A lata já ultrapassa a marca de 40% da cerveja produzida no Brasil e tem tudo para participar da alegria dos torcedores, vibrar com a euforia dos turistas estrangeiros e, principalmente, da população brasileira.




RENAULT CASTRO
 Diretor Executivo da Abralatas



www.worldcanconferences.com/latincan

Abralatas na LatinCan

A Abralatas é apoiadora da LatinCan 2014, conferência latino-americana que reúne especialistas e fornecedores globais da indústria de embalagens metálicas. O evento acontecerá de 12 a 14 de fevereiro no salão de exposições do Hotel Windsor Barra, no Rio de Janeiro/RJ.

No dia 13, às 9 horas, o diretor executivo da Abralatas, Renault Castro, fará palestra abordando o mercado brasileiro de latas para bebidas e as características econômicas do País para o setor.

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:** Carlos Medeiros » **Diretor Executivo:** Renault de Freitas Castro » **Assessoria:** Guilherme Caniello » **Projeto gráfico:** Frisson Comunicação » **Jornalista responsável:** Cláudio Tourinho » **Redação:** Patrícia Pinheiro » **Tiragem:** 3.000 exemplares » **Impressão:** Gráfica Supernova.



Associados Fabricantes:



REXAM

Afiliações:



Produção em alta

Crescimento da venda de latas no Brasil é expressivo, mas sofre impacto com elevação do preço das bebidas

O resultado anual das vendas de latas para bebidas foi, mais uma vez, superior ao crescimento do Produto Interno Bruto (PIB), mas reflete uma certa preocupação do consumidor brasileiro em equilibrar suas finanças pessoais. O Brasil consumiu 21,5 bilhões de unidades em 2013, um número 3,3% superior ao registrado no ano anterior. “É um resultado expressivo, mas abaixo do esperado em função, principalmente, do desaquecimento do mercado de bebidas”, avalia Carlos Medeiros, presidente da Abralatas.

A cerveja, bebida que utiliza a lata em 40% de sua produção, apresentou queda no consumo em 2013, motivada em grande parte pelo aumento de impostos sobre o produto e pela elevação do preço nas gôndolas. “Além disso, a carga tributária continua a prejudicar a lata em relação a outras embalagens, o que afetou nossas vendas”, reforça Renault Castro, diretor executivo da Abralatas.

Dois fatores impactaram positivamente as vendas deste ano no Brasil: os novos formatos e a Copa das Confederações. “No primeiro caso, as latas

em formato e tamanho diferentes da embalagem tradicional de 350ml conquistaram espaços importantes e hoje representam aproximadamente 30% da produção”, explica Renault. “Há oito anos, não chegavam a 0,5% das latas produzidas”.

“Estas latas, que chamamos de ‘especiais’, têm sido importantes para que as marcas de bebidas possam oferecer os mais variados tipos de embalagens para seus diferentes consumidores e canais de distribuição”, analisa Medeiros.

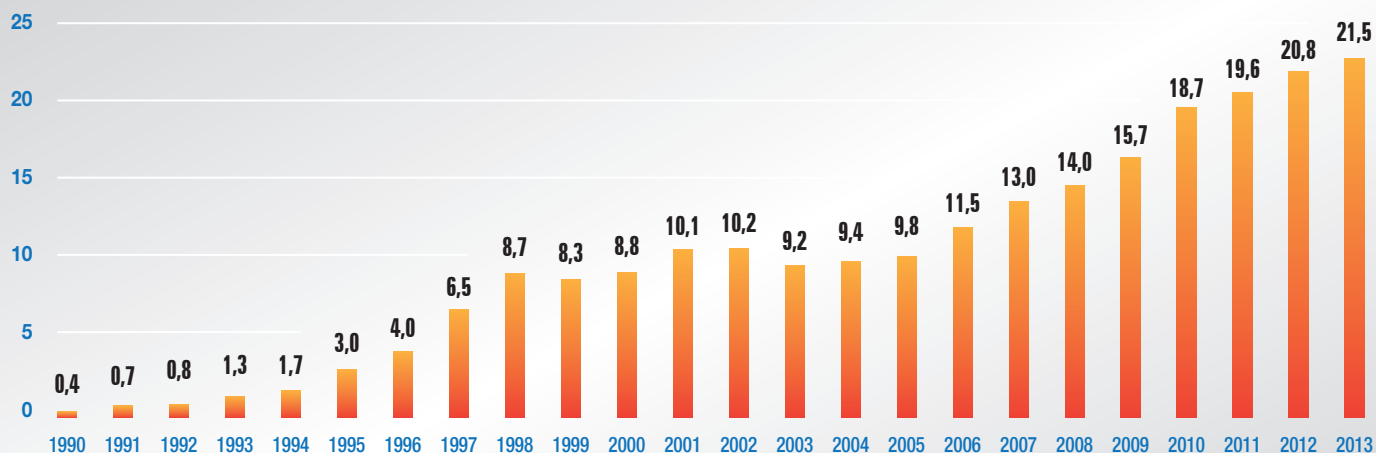
Apesar do preço elevado, o consumo de bebidas registrou leve crescimento em junho, durante a Copa das Confederações. Segundo o Sistema de Controle de Produção de Bebidas (Sicobe), a indústria de cerveja apresentou uma recuperação, crescendo 4% em relação a junho de 2012. Renault lembra que o mês sempre registra baixa venda de bebidas no Brasil, por ser um período frio. “Foi um evento-teste para a Copa do Mundo em todos os sentidos, inclusive sobre o consumo no país-sede. É natural que um evento internacional provoque um resultado positivo”.

As vendas de latas para bebidas em 2013 foram surpreendentemente relevantes na região Nordeste, com a chegada de novas fábricas de latas, segundo Carlos Medeiros. “O consumo de latas nessa região cresceu acima da média nacional. O bom desempenho é influenciado, principalmente, pelos recentes investimentos realizados por grandes fabricantes de bebidas e também pela introdução das latas especiais nestes mercados”, explica o presidente da Abralatas.

Com boas expectativas para 2014, o setor se preparou para ampliar o fornecimento da lata de alumínio e aproximar as fábricas dos produtores de bebidas. A Rexam inaugurou sua 11ª fábrica no país em Benevides (PA), e a Latapack-Ball passou a produzir também em Alagoas (BA), quarta unidade da empresa no Brasil. Já a Crown Embalagens está prestes a fornecer latas de alumínio em Teresina (PI), abrindo sua quinta unidade no Brasil.

Em 2013, a capacidade de produção de latas para bebidas alcançou 28 bilhões de unidades, em mais de 10 formatos diferentes, e fechou o ano com 23,2 bilhões de latas produzidas.

BRASIL: VENDAS DE LATAS PARA BEBIDAS - 1990 A 2013 (bilhões de unidades)



Fonte: Abralatas



Imagina na Copa

Mundial vai estimular consumo e indústria da lata projeta crescimento entre 6% e 9%



Renault Castro
Diretor Executivo da Abralatas



Carlos Medeiros
Presidente da Abralatas

A movimentação dos fabricantes de bebidas sinaliza que 2014 será um ano muito melhor para o setor, impactando positivamente a produção de latas de alumínio para bebidas. A ampliação de unidades fabris e a expansão dos cervejeiros, especialmente para as regiões Norte e Nordeste, estão sendo motivadas pelo crescimento da renda na região e, principalmente, pela realização da Copa do Mundo de Futebol. Das 12 cidades-sede do Mundial, quatro são no Nordeste: Fortaleza, Natal, Recife e Salvador.

“Um evento internacional deste porte provoca aumento de demanda de bebidas até mesmo quando realizado em outro país”, lembra Renault Castro, diretor executivo da Abralatas (foto). Estudo realizado pela consultoria britânica BernsteinResearch em 2010, estimou um crescimento do consumo de cerveja da ordem de 5% no Brasil e na Espanha, países favoritos na Copa do Mundo da África do Sul. O consumo, entretanto, depende da performance de cada equipe durante a competição.

Evidentemente o impacto é mais relevante no país-sede. No Mundial de 1998, o consumo de cerveja na França cresceu 4,5%. No Mundial de 2006, mais de 2 milhões de estrangeiros foram à Alemanha e o aumento no consumo foi de 0,8%. Na África do Sul (2010), o impacto foi de 1,8% de crescimento, mais do que o dobro da média anual naquele país. No Brasil, estima-se um mês de junho (frio) com vendas similares a um mês de verão.

“Não esperamos, entretanto, um supercrescimento da venda de latas para bebida em 2014. Há outros fatores a se considerar, como o impacto da tributação sobre a embalagem e a preocupação do consumidor em reduzir despesas. Depende também da conjuntura internacional, o preço do alumínio no mercado internacional, do dólar. Com todos estes fatores, acreditamos que a venda de latas de alumínio no Brasil terá um crescimento entre 6% e 9%, o que é excelente em relação ao que ocorreu em 2013”, analisa Renault.



Além do Mundial, há outros fatores que devem fazer 2014 melhor do que 2013, acredita Carlos Medeiros, presidente da Abralatas (foto). “A estabilização da inflação sobre alimentos, o aumento da renda disponível e o carnaval tardio, que irá estender o período de verão – época de maior consumo de bebidas –, são alguns dos principais fatores apontados pela indústria como positivos para o próximo ano. Além disso, a posição das cervejarias em relação ao aumento de preços no mercado também representa um fator importante para a retomada de crescimento desta indústria”.

Destaque de vendas

Produção de cerveja só cresceu em lata

Dados do Sistema de Controle de Produção de Bebidas (Sicobe), da Receita Federal, apontam que a produção de cerveja no Brasil apresentou em 2013 uma queda de 2% em relação ao ano anterior. Apenas a venda de cerveja em lata apresentou crescimento no ano, um aumento de 4,7% em todo o país. Com isso, a participação da lata no mercado de cerveja também cresceu em 2013 quase três pontos percentuais, passando para 41,4% da produção nacional, ou 5,58 bilhões de litros envasados na embalagem, de acordo com dados do Sicobe.

A produção de cerveja em lata teve um crescimento maior, segundo o Sicobe, na região Centro-Oeste (um aumento de 28,45% em relação a 2012), seguido da região Sul (5,34%). Estas duas regiões, aliás, apresentaram a maior participação da lata na produção de cerveja, com 55,3% e 48,3%, respectivamente.

Já em relação a refrigerantes, a participação da lata ficou em 9,9% da produção nacional (1,5 bilhão de litros), mas apresentou queda em quatro das cinco regiões. Apenas no Norte houve um aumento da venda de refrigerantes em lata (2,3%). No total, a produção de refrigerantes no país, segundo o Sicobe, apresentou uma queda de 3,7% em relação a 2012.

Preferência baiana

Pesquisa realizada pelo Ibope e encomendada pela Associação Brasileira da Indústria da Cerveja (CervBrasil) indica que, nas comemorações entre amigos e familiares, os baianos são os que mais utilizam a cerveja. A preferência pela bebida foi citada por 81% dos entrevistados, bem acima da média nacional que é de 64%. O Rio de Janeiro ficou em segundo lugar (77%), seguido de Minas Gerais (74%), São Paulo (63%) e Paraná (62%).

Preferência mundial

Pesquisa anual sobre tendências do consumo britânico, realizada pela consultoria Mintel, indica um benefício para produtos com a “marca Brasil” em 2014. Os estudos apontam crescimento do consumo especialmente para alimentos, bebidas – cerveja especialmente – e produtos de beleza brasileiros. “A Copa fará o mundo se apaixonar por todas as coisas brasileiras. Bilhões de pessoas vão assistir aos jogos e isso cria um enorme potencial”, diz a pesquisa, lembrando que o Mundial acontecerá durante o verão no Hemisfério Norte.

RECONHECIMENTO PROFISSIONAL



A valorização profissional foi o principal foco de discussões da 4ª edição da Expocatadores 2013, que ocorreu de 18 a 20 de dezembro em São Paulo/SP. O evento, que contou o apoio da Abralatas, promoveu debates sobre o fortalecimento da cadeia produtiva de recicláveis de forma sustentável e inclusiva.

O principal encontro dos catadores no Brasil contou com a presença da presidente Dilma Rousseff, que entregou aos municípios de Arroio Grande (RS), Bonito de Santa Fé (PB), Crateús (CE) e Ourinhos (SP) o Prêmio Cidade Pró-Catador, que valoriza boas práticas de municípios brasileiros para inclusão social e econômica de catadores de materiais recicláveis, em especial na implantação da coleta seletiva.

Participaram do evento, ainda, mais de oito mil catadores de 26 estados brasileiros e representantes de 14 países da América Latina e Caribe, Ásia, África e Europa, que acompanharam os debates promovidos por especialistas em gestão de resíduos sólidos.

Simultaneamente à Expocatadores 2013, foi realizado o 4º Encontro Nacional e Internacional de Catadores para intercâmbio de experiências. Os temas, debatidos em seminários técnicos, abordaram questões sobre a Política Nacional de Resíduos Sólidos, o fechamento dos lixões e os planos de gestão de resíduos dos municípios.

APOIO GARANTIDO

Uma parceria entre a Abralatas e a Cooamar, cooperativa de catadores de materiais recicláveis do Rio Grande do Norte, garantiu renda extra para 69 trabalhadores durante o Carnatal, carnaval fora de época realizado na capital potiguar de 4 a 7 de dezembro de 2013. A Abralatas forneceu alimentação e uniformes aos catadores, que coletaram 1.180 quilos de latas de alumínio. Cada profissional recebeu R\$ 230, o que corresponde a R\$ 57,50 por noite trabalhada. Em um dia normal de trabalho, o catador recebe uma diária média de R\$ 23.

“Com o incentivo deste resultado, já estamos nos preparando para os eventos da Copa 2014, como a realização da Fifa Fan Fest e as próprias partidas em Natal. A parceria da Abralatas, que já dura 11 anos, será fundamental nessas ações”, destacou o presidente da Cooamar, Severino Lima Júnior.



NÚMERO RECORDE DE PARTICIPANTES NA EXPOALUMÍNIO



A ExpoAlumínio 2014, que contará novamente com o apoio da Abralatas em sua 5ª edição, divulga a participação para este ano de 170 marcas, entre nacionais e internacionais, um número recorde em relação às últimas edições. Dentre as categorias presentes no evento, que reúne toda a cadeia produtiva do alumínio, estarão empresas de insumos, equipamentos e serviços para essa indústria, além dos próprios produtos de alumínio que se apresentam como solução para os mais variados segmentos da economia, como embalagens, transportes e construção civil.

O evento ocorrerá de 1 a 3 de abril de 2014 no Centro de Exposições Imigrantes, em São Paulo/SP. Simultâneos à exposição, serão realizados o congresso e o seminário internacional de reciclagem de alumínio.

Visual sustentável

Inovação e sustentabilidade para tintas de impressão e vernizes



AkzoNobel



Manoel Rodrigues

Gerente Geral da AkzoNobel
Packaging Coatings no Brasil

A AkzoNobel Packaging Coatings está constantemente buscando por inovações em seu portfólio de produtos para melhor atender seus clientes. A empresa está trazendo para o Brasil as tintas de impressão Zenith para o segmento de latas de alumínio (2 peças), visando tornar-se fornecedor completo de revestimento para embalagens metálicas.

As tintas de impressão atendem aos padrões internacionais de qualidade e passam por um controle de especificação rigoroso, o que garante estabilidade e reprodutibilidade de cor entre os lotes. Suas bases apresentam uma extensa variedade de cores, permitindo flexibilidade na formulação e utilização de quantidade menor de bases.

Por ser pioneira em inovação, a AkzoNobel, nos últimos anos, também vem acompanhando a crescente demanda do mercado por diversificação das

embalagens, lançando vernizes com efeitos fosco e tátil, que permitiram um novo conceito visual às latas para bebidas.

O Aquaprime™ 186, verniz que proporciona o efeito fosco, foi inicialmente desenvolvido para a Heineken e em 2012 conquistou o prêmio “Grandes Cases Embalagem Marca”. Este produto se diferencia pelo seu elemento sensorial e visual que promove o reconhecimento instantâneo da marca, além de possibilitar a redução de resíduos e ganhos de eficiência e rendimento durante o processo produtivo. Outro exemplo de destaque é o Aquaprime™ 104, produto que proporciona efeito fosco para as latinhas, atualmente utilizado nas embalagens da Schweppes Citrus.

Recentemente foi anunciada a nova estratégia global de negócios da AkzoNobel em busca da liderança em performance, foco em eficiência operacional, atendimento ao cliente, inovação e

sustentabilidade. A planta de Santo André agora passa a abrigar as três áreas que compõem a unidade de *Industrial Coatings*, que são: *Wood Finishes & Adhesives*, *Coil Coatings* e *Packaging Coatings* (atual negócio) tornando-se a maior planta de *Performance Coatings* no Brasil.

Nos últimos dois anos, a empresa foi a primeira colocada no índice Dow Jones de Sustentabilidade. “Nossa meta é ter 20% da nossa receita proveniente de produtos sustentáveis”, afirma Manoel Rodrigues, Gerente Geral da AkzoNobel Packaging Coatings no Brasil, afiliada da Abralatas.

A AkzoNobel é uma companhia global de tintas e revestimentos e uma das principais fabricantes de especialidades químicas. A empresa fornece produtos inovadores para indústrias e consumidores no mundo inteiro e trabalha no desenvolvimento de soluções sustentáveis para seus clientes.

CURTA NA LATA

Velocidade

A nova fábrica do Grupo Petrópolis, em Alagoinhas (BA), tem uma das mais modernas e rápidas linhas de envase de latas do país. Produzida pela Kronos do Brasil, a cervejaria tem capacidade para envasar até 128 mil latas por hora. Para comemorar a inauguração, o Grupo Petrópolis lançou para o consumidor baiano uma lata comemorativa da cerveja Itaipava com o desenho da nova unidade.



Refri com fibra

A Brasil Kirin lançou refrigerante inovador no mercado nacional. O FIBZ é uma bebida com fibras e está disponível nos sabores Cola e Guaraná. A inspiração vem da matriz no Japão, a Kirin, que lançou este conceito com sucesso. Para o Brasil, o produto foi adaptado em embalagem e sabor para atender o desejo do consumidor brasileiro.

Juntando forças

Uma aliança estratégica entre o fabricante de chopp Germânia e a empresa de bebidas NewAge resultou em um novo produto no mercado brasileiro de cervejas. A cerveja Germânia 55 é a primeira do Brasil a utilizar latas de 710ml. A Germânia, cervejaria que nasceu em Vinhedo (SP) e hoje está em sete estados, produz a bebida. O envase e a distribuição ficam a cargo da NewAge. A lata é produzida pela Rexam.



Resselável

A lata resselável do Vulcano Energy Drink venceu o 23º Prêmio Brasileiro de Embalagem Embanews, promovido pela Revista Embanews e Newgen Comunicação e organizado pelo IBEM - Instituto Brasileiro de Embalagem. O prêmio tem a finalidade de destacar os melhores trabalhos na área de embalagem, além de incentivar e difundir experiências de profissionais e empresas empenhadas no desenvolvimento do setor. É a primeira vez no país que uma bebida brasileira é oferecida em uma lata de alumínio com sistema abre-fecha.

Sorriso

A McCann Erickson de Milão, Itália, criou a “Happy can”, uma latinha de Coca-Cola que dá a impressão de “estar sorrindo” quando aberta. Uma pequena modificação na parte superior da latinha, faz com que ela nos presenteie com um sorriso em vez da abertura convencional. A “Lata Feliz” ainda não existe de verdade – por enquanto só foi divulgada em posters, outdoors e anúncios impressos na Itália.

