



Impactos tributários

Nova lei simplifica a cobrança sobre bebidas e avança na isonomia entre as embalagens

p. 3

SUSTENTABILIDADE

Evento propõe tributação que considere redução de impactos ambientais

p. 4

NOVOS FORMATOS

Setor cresce 10% em 2014 e investe em embalagens especiais

p. 6

MERCADO

Lata ganha participação e envasa 45% da cerveja produzida no país

p. 7



RENAULT CASTRO
Diretor Executivo da Abralatas

O ano de 2014 foi bom para o setor de latas de alumínio para bebidas, não há como negar. Como também é inegável que a Copa do Mundo da FIFA foi a principal razão desse bom desempenho, já que após esse evento a tendência de queda nas vendas mostrou-se de forma evidente. E o cenário de uma economia desaquecida indica que 2015 será um ano de grandes desafios para todos. Porém, o crescimento de 10% nas vendas em 2014 deu aos fabricantes de latinhas musculatura importante para superar as dificuldades e avançar na conquista de maiores fatias de mercado.

E o progresso que queremos é o pautado em produtos e serviços que seguem padrões sustentáveis. A "Tributação Verde" foi, inclusive, tema principal do nosso Ciclo de Debates em 2014. Reunimos autoridades

e especialistas em economia, tributação e sustentabilidade para debater a política tributária brasileira como indutora da produção e do consumo desses bens. Estudo apresentado pelo jurista Ayres Britto demonstrou a determinação constitucional de tratarmos de forma diferenciada os bens que causam menor impacto ambiental. E o resultado desse rico debate será a nossa contribuição para a formulação de políticas públicas no novo governo que se inicia.

Nesta edição você terá também informações de como o mercado está de olho na demanda crescente por latas especiais de diferentes formatos, vai ver como a latinha vem, a cada ano, ganhando espaço no gosto do consumidor de cervejas e o que muda para o setor com a nova tributação de bebidas frias.

SÃO PAULO/SP RECEBE UM DOS MAIORES EVENTOS DO SETOR DE BEBIDAS DO PAÍS



Com o objetivo de discutir as tendências do mercado de refrigerantes, a Feira dos Fornecedores da Indústria de Bebidas (Expobev), simultaneamente com o Congresso Brasileiro de Bebidas (Confrebras), será realizada na capital paulista em abril. Esta é a sexta edição do evento que é organizado pela Associação dos Fabricantes de Refrigerantes no Brasil (Afrebras). Além de conhecer os principais lançamentos em bebidas de todo o País, os visitantes também poderão participar de debates com especialistas do setor. Para mais informações acesse www.confrebras.org.br

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:** Eduardo Cunha » **Tiragem:** 3.000 exemplares » **Impressão:** Gráfica Supernova.



Associados Fabricantes:



Afiliados:



Próxima batalha: Tributação Sustentável

Após entrada em vigor da Lei que trata da nova tributação de bebidas frias, setor defende diferenciação para bens com baixo impacto ambiental



○ novo modelo de tributação de bebidas frias, aprovado pelo Congresso Nacional na forma da Medida Provisória nº 656/14, transformou-se na Lei nº 13.097/15. A mudança é, em grande parte, consequência da mobilização e do debate do setor ao longo dos últimos anos. A afirmação é do diretor executivo da Abralatas, Renault Castro, ao lembrar que o estabelecimento de alíquotas fixas sobre o valor da venda dos produtos (*ad valorem*), presente na nova Lei, era reivindicação antiga do setor. Na prática, aquele que vender seu produto mais caro pagará mais impostos, e quem vender mais barato pagará menos. A medida, que começa a valer a partir de maio, resulta em tratamento isonômico para os diferentes tipos de embalagens para bebidas.

A nova lei determina alíquotas fixas sobre o valor de venda de cada produto - água, cervejas, refrigerantes, isotônicos etc. - e não mais sobre um preço médio estimado para cada categoria de bebida,

o que resultava em várias distorções. Até a nova Lei, embalagens concorrentes no mesmo mercado e com a mesma destinação poderiam ter tributação diferenciada. Era o caso da lata para bebidas, que vinha sendo prejudicada em relação a certas embalagens concorrentes no mesmo mercado e com volume semelhante. Com a aprovação da Lei nº 13.907/15, o peso dos tributos será o mesmo para todas as embalagens, cumprindo perfeitamente o princípio da isonomia que deve prevalecer em qualquer sistema de tributação.

No regime anterior, criado em 2008, o Executivo fixava o imposto com base em pesquisas de mercado que colhiam amostras dos preços praticados por marcas líderes em cada segmento e, a partir desses, derivavam-se os tributos aplicáveis a produtos semelhantes. Esse critério vinha recebendo severas críticas por parte das empresas devido à sua complexidade, imprecisão e falta de previsibilidade. Os pequenos fabricantes

de bebidas reclamavam que seus produtos eram vendidos a preços menores do que os das marcas líderes e, no entanto, pagavam o mesmo valor de impostos que as grandes marcas, vendidas por preços maiores, resultando em flagrante injustiça do ponto de vista tributário.

Mas as demandas do setor não param por aí. Outro importante pleito que merece destaque na agenda pública é sobre a tributação diferenciada segundo o impacto ambiental dos bens e serviços. O caso da lata de alumínio para bebidas é exemplar: mesmo exibindo índices de reciclagem próximos de 100% há anos, o que traz para o país relevantes benefícios ambientais, econômicos e sociais, a lata é tão tributada quanto as demais embalagens que não têm semelhante desempenho. Os bens e serviços que oferecem tais benefícios para a sociedade merecem reconhecimento, inclusive para que outros produtos sejam estimulados a fazer o mesmo.

Constituição é clara, diz ex-ministro

AYRES BRITTO

Ex-presidente do
Supremo Tribunal Federal



A criação de uma política pública que estabeleça um sistema de tributação sustentável no país foi o tema central do Ciclo de Debates Abralatas 2014 realizado no final do ano. Durante os debates, o ex-ministro do Supremo Tribunal Federal, Carlos Ayres Britto, apresentou parecer apontando caminhos legais para tornar a legislação tributária brasileira para bens com baixo impacto ambiental mais coerente com as exigências mundiais de redução da emissão de carbono no meio ambiente.

“A Constituição Federal é clara ao estipular tratamento diferenciado à atividade econômica conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e comercialização”. Segundo o magistrado, constam na Carta Magna nada menos que 18 referências defendendo um meio ambiente ecologicamente equilibrado. O parecer do ex-ministro, encomendado pela Abralatas, será encaminhado às autoridades

do Executivo e do Legislativo para fomentar a discussão da chamada “Tributação Verde”.

O evento realizado no Teatro do SESI, na Fiesp, em São Paulo, reuniu autoridades e especialistas no assunto, como o ex-presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), ministro Carlos Ayres Britto, o economista Eduardo Giannetti, o diretor de políticas públicas e tributação da LCA Consultores, Bernard Appy e a presidente executiva do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), Marina Grossi.

“O sistema de preço vai ter que ser corrigido. A tributação sustentável é um caminho nesta direção. As coisas que são ambientalmente muito onerosas vão ter que ficar mais caras relativamente às coisas que são menos impactantes”, disse o economista Eduardo Giannetti.

Para os **palestrantes** do Ciclo de Debates Abralatas, a criação de mecanismos tributários para estimular o



EDUARDO GIANNETTI

Economista



MARINA GROSSI

Presidente do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)



BERNARD APPY

Economista e Diretor de Políticas Públicas e Tributação da LCA Consultores



ANDERS LINDE

Secretário Geral da Metal Packaging Europe

consumo e a fabricação desses produtos mais sustentáveis, passa por um convencimento das principais economias do mundo, como os Estados Unidos, a China e os países membros da União Europeia.

“Utilizando a Tributação Sustentável, conseguiremos criar a economia circular da qual o futuro do planeta tanto depende. O preço do produto ou do serviço verde se torna mais atrativo para o consumidor, sua demanda aumenta, o bem se torna mais competitivo, cresce a sua produção e o consumidor põe em prática sua cidadania ajudando a preservar o meio ambiente”, declarou o diretor executivo da Abralatas, Renault Castro.

Para mais informações acesse www.ciclod debatesabralatas.org.br.



Parceria renovada

Cooperativa recolhe o triplo de sucata no Carnatal 2014



Apoio da Abralatas à Coocamar, cooperativa de catadores de materiais recicláveis de Natal/RN, completa 4 anos e continua rendendo bons resultados. Com público estimado de 40 mil foliões, o Carnatal, realizado entre 4 e 7 de dezembro de 2014, contou com o trabalho de 78 catadores da cooperativa que, desta vez, coletaram 5,6 toneladas de latas de alumínio para bebidas, o triplo de 2013. Ao todo cada profissional recebeu R\$ 430, ou aproximadamente quatro vezes mais se comparado a um dia normal de trabalho.

“A parceria com a Abralatas representa para nós uma autonomia. Um parceiro deste porte nos ajuda na hora de fecharmos contratos como este do Carnatal. É o reconhecimento da importância do catador”, declarou o presidente da Coocamar, Severino Lima Júnior.

Formato ideal



Após crescimento de 10%, setor aposta nas latas especiais para 2015

Na contramão de outros setores da economia que tiveram fraco desempenho em 2014, o mercado brasileiro de latas para bebidas cresceu 10,7% em relação a 2013, com venda de 23,8 bilhões de unidades. O crescimento, principalmente no primeiro semestre do ano, foi puxado em grande parte pelo carnaval tardio, que aconteceu no mês de março, seguido da realização da Copa do Mundo FIFA de Futebol nos meses de junho e julho. Apesar da boa performance do setor em 2014, os fabricantes da embalagem são cautelosos ao falar sobre expectativas para 2015.

“Em virtude do aumento das tarifas de energia, do reajuste do imposto sobre bebidas frias, dos aumentos da inflação e do câmbio, espera-se que o mercado sofra uma desaceleração de forma geral”, pondera Carlos Medeiros, presidente da Rexam. Para ele, a indústria deverá focar no gerenciamento e no controle dos custos em 2015.

O presidente da Crown Embalagens, Wilmar Arinelli, também enxerga o ano de 2015 com ressalvas. “Não acredito em

um crescimento como o de 2014. Taremos no máximo um crescimento de um dígito baixo, em função da economia estagnada”, adiantou.

O diretor comercial da Latapack-Ball, Jorge Bannitz, vai além. Para ele é possível que haja um recuo na produção de bebidas. “Mesmo com essa possibilidade, acredito que temos boas chances de continuar aumentando a participação da lata de alumínio no consumo dos brasileiros. De certa forma esse crescimento pode compensar possíveis revezes”, avalia.

Para fazer frente à crise econômica, o setor aposta agora nas latas em formatos especiais, que têm caído cada vez mais no gosto do consumidor. Já em 2014, o consumo deste segmento teve crescimento expressivo, segundo o presidente da Rexam. Carlos Medeiros adiantou que ao longo do ano a empresa continuará investindo na produção dessas embalagens de diferentes formatos. “Manteremos foco nas inovações em tintas e vernizes. As latas *Editions*, que permitem a impressão de até 24 artes diferentes por paleta, as garrafas *Fusion*, as mais leves do mercado,

e o nosso SuperLatão de 710 ml seguem sendo os destaques da nossa linha de produtos”, afirmou.

Medeiros disse ainda que no ano passado a empresa aumentou a capacidade de atendimento à demanda por latas especiais realizando investimentos importantes nas linhas de Brasília/DF, Pouso Alegre/MG e Águas Claras/RS. “Ampliamos a nossa capacidade de produção de latas especiais e também inauguramos nova linha de produção no Chile, trazendo ganhos de capacidade e versatilidade adicionais, já que essa linha é voltada para a produção de formatos diferenciados”, explicou.

A Crown Embalagens também aumentou sua capacidade de produção em 2014 inaugurando nova fábrica de latas em Teresina/PI e uma linha adicional na unidade de Cabreúva/SP. “Fizemos esses investimentos em 2014 visando atender às demandas de mercado”, explicou Wilmar Arinelli, adiantando que, devido às incertezas na economia brasileira, a empresa não pretende fazer investimentos em 2015.

TRIBUTAÇÃO SUSTENTÁVEL

Com a expectativa de baixo crescimento da economia, a indústria de latas para bebidas busca meios de amenizar os impactos negativos na produção em 2015. O setor aposta no aumento de eficiência, na redução de custos e vai intensificar o diálogo com o governo para que as políticas públicas contemplem benefícios tributários aos bens com menor impacto ambiental, como a latinha.

“A constituição brasileira prevê tratamento tributário diferenciado para produtos que protejam o meio ambiente. É preciso que este tratamento seja colocado em prática para viabilizar a promoção de quaisquer produtos

que gerem menor impacto. Desta forma, será possível construir uma sociedade cada vez mais ambientalmente consciente”, defendeu Carlos Medeiros.

Wilmar Arinelli, presidente da Crown Embalagens, também considera a medida muito importante, pois a sociedade está cada vez mais sentindo na pele os efeitos da agressão à natureza. “O consumo de produtos com baixo impacto deve ser estimulado em detrimento dos que poluem, sujam e alteram o meio ambiente. Como o preço tem peso importante na decisão de compra do consumidor, esta medida com

certeza seria um estímulo ao consumo de bens mais sustentáveis”, declarou.

A produção de bens mais sustentáveis muitas vezes tem um custo maior. Pensando nisso, Bannitz, da Latapack-Ball, defende uma tributação menor nesses casos. “A fabricação de produtos mais sustentáveis exige um grande aporte de tecnologia, assim como a utilização de matérias primas mais sofisticadas. Nada mais justo que o Estado incentive estes setores, pois haverá uma contrapartida com a redução dos custos proporcionados por produtos de maior impacto ambiental”.

Ganhando espaço

Participação da lata no mercado de cervejas ganha quatro pontos percentuais em 2014

A cerveja em lata ganhou participação de mercado no Brasil e atingiu 45,4% em 2014. Segundo dados fornecidos pelo Sistema de Controle de Produção de Bebidas (Sicobe), da Receita Federal, as cervejarias produziram 14 bilhões de litros da bebida no ano passado, sendo 6,3 bilhões envasados em lata. A participação da embalagem no mercado de cervejas subiu quatro pontos percentuais em relação ao registrado em 2013.

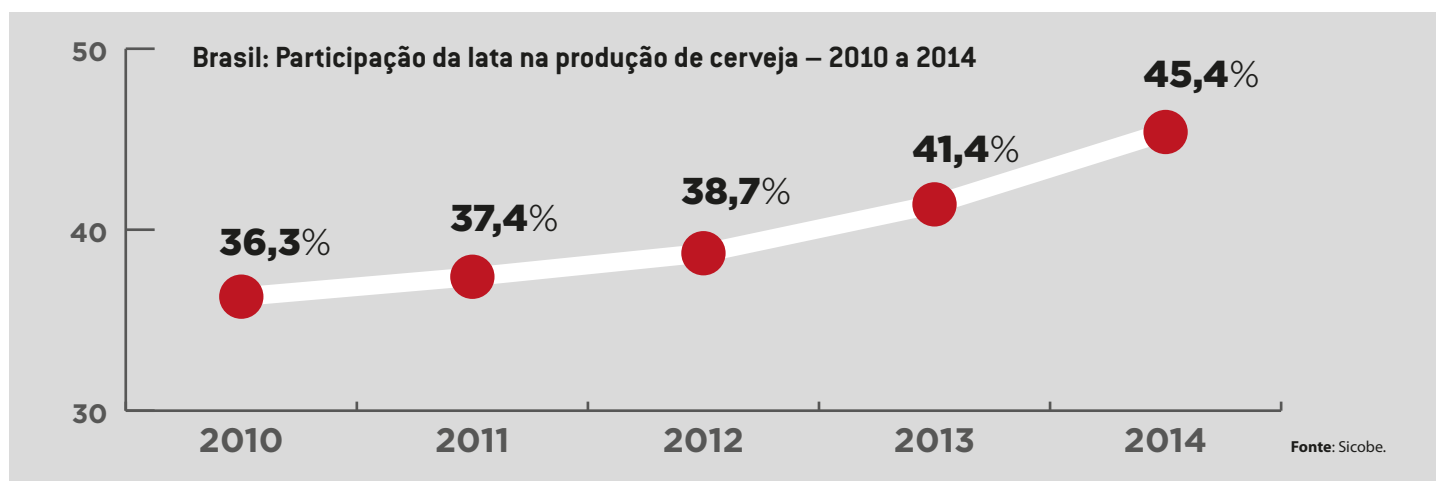
Os números do Sicobe indicam um crescimento de 14,3% na fabricação de

cervejas em latas em 2014, um número bem superior ao aumento registrado em toda a produção da bebida no Brasil, que foi de 4,2%. O volume envasado em garrafas de vidro caiu 3,6%, segundo a Receita Federal. “Houve uma clara opção das cervejarias pela lata, acompanhando a tendência de preferência do consumidor pela embalagem em todo o mundo”, analisa Renault Castro, diretor executivo da Abralatas.

Mais da metade da cerveja brasileira é produzida no Sudeste (54%), onde o uso da latinha cresceu 11,2% em 2014. O maior

crescimento da produção em lata ocorreu, entretanto, na região Norte (46,5%), seguida do Sul (19,9%), Nordeste (19,3%) e Centro-Oeste (10,5%).

Para Renault, os resultados mostram que foi acertada a estratégia dos fabricantes de latas de alumínio para bebidas de descentralizar a produção no país. “Hoje, temos 20 unidades espalhadas por todas as regiões, atendendo à crescente necessidade de populações que experimentam melhorias de renda e de qualidade de vida”, comenta o executivo.



Rexam em Lima

Líder na produção de latas para bebidas na América do Sul, a Rexam inaugurou recentemente seu primeiro Centro de Distribuição (CD) no continente, em Lima, no Peru. A empresa pretende melhorar o atendimento às demandas desse mercado, ampliando o relacionamento com os clientes e garantindo ainda mais qualidade dos produtos. O CD terá capacidade para armazenar 20 milhões de tampas e latas produzidas nas unidades da empresa no Chile e no Brasil.



De biquíni

A cerveja Conti Bier lançou neste verão, uma edição limitada de 1,5 milhão de latas no formato de 350 ml produzidas pela Latapack-Ball. A novidade traz uma brincadeira na qual o verso tem a imagem de uma mulher com estilo pin-up. Quanto mais gelada a lata, o vestido vai clareando, de modo que a personagem fica apenas de biquíni. O efeito é conseguido por meio de uma tinta sensível a mudança de temperatura.

Nome na lata

A Coca-Cola relançou a campanha de sucesso que convidava seus consumidores a encontrar o nome de alguém na latinha e beber o refrigerante com a pessoa. Com o slogan “Bebendo uma Coca-Cola com”, a ação conta com latas de 250 ml e 350 ml. Os nomes que estão nas latas foram selecionados por pesquisa e representam 90% dos nomes de adolescentes brasileiros.



SP 461

O refrigerante Itubaína decidiu homenagear os 461 anos de São Paulo com uma lata comemorativa. A embalagem foi fabricada pela Rexam que utilizou a tecnologia “Editions”, que permite a impressão simultânea e em grande escala de rótulos com diferentes artes. A ação tem como objetivo fortalecer os vínculos da marca com a capital paulista e reforçar também a versão recente da marca, a lata de 350 ml.

Medida e temperatura

Chegou o primeiro espumante italiano em lata comercializado no Brasil, o Vino Cinque. Essa é uma novidade no mercado principalmente pela sua praticidade. A lata vem com a quantidade de duas taças de *champagne*, possuindo um termômetro na lateral que mostra quando está pronta para o consumo.

