



# Responsabilidade compartilhada

Acordo inédito para implantação do sistema de logística reversa de embalagens fortalece cooperativas e viabiliza reciclagem **p. 9**

## RESULTADOS

Mesmo com crise, vendas de latas para bebidas crescem em 2015

**p. 3**

## EXPANSÃO

Participação da latinha no mercado brasileiro de cervejas se aproxima de 50%

**p. 5**

## NOVIDADE

Envase móvel em lata chega ao Brasil e agrada cervejarias artesanais

**p. 6**





**RENAULT CASTRO**  
Presidente Executivo da Abralatas

O ano que passou conseguiu reduzir a zero o otimismo de diversos setores da economia e transformou o futuro em um enigma. No meio deste cenário, temos que celebrar um aumento de 1,2% na venda de latas para bebidas no Brasil. Crescimento que, mais uma vez, significou conquista de mercado.

Crescer na crise, mesmo sendo um dígito baixo, não é tarefa que se atribua à sorte. O setor soube trilhar o caminho certo ao longo desses quase 30 anos de atuação no país. Encontrou as melhores soluções para se aproximar do fabricante de bebidas e do consumidor. Optou por valorizar os diferenciais da embalagem, pela segurança que oferece ao consumidor, pela variedade de formatos e tamanhos, pelo grande potencial de comunicação do produto, com a possibilidade de impressão em toda sua superfície e com tintas especiais.

Em suma, a lata conquistou o consumidor.

Ao mesmo tempo, a latinha trilhou o caminho da sustentabilidade desde o início, quando o tema ainda não se destacava na pauta das principais questões globais. Hoje, mostra-se como referência para o Acordo Setorial de Embalagens em Geral, para cumprir e compartilhar a responsabilidade de cada um sobre o resíduo que produz, cumprindo exemplarmente as determinações da Política Nacional de Resíduos Sólidos. E, com toda essa bagagem, coloca na mesa o debate sobre um modelo tributário que privilegie produtos e serviços com menor impacto ambiental.

Temos sim mais um ano difícil pela frente. Mas, certamente, encontraremos a melhor forma de reciclá-lo, atenuando seus impactos e nos transformando, mais uma vez, na melhor opção para o mercado de bebidas.

## Carnatal 2015: cooperativas recolhem quantidade recorde de sucata no evento



Aproximadamente nove toneladas de resíduos, sendo 1,2 tonelada de latas de alumínio para bebidas. Esse foi o montante de material coletado pelas cooperativas de catadores Cocomar e Coopclia durante o Carnatal 2015, apoiado pela Abralatas.

O carnaval fora de época, realizado entre os dias 6 e 9 de dezembro na capital do Rio Grande do Norte, contou com o trabalho de 75 catadores, contratados pela produtora do evento, com salários de R\$ 430 pelos quatro dias de trabalho. “Essa parceria de sucesso já dura 14 anos e esse foi o segundo ano em que conseguimos a devida contratação dos catadores. O apoio da Abralatas foi fundamental para reforçar o serviço de excelência que desempenhamos na coleta e também na destinação dos rejeitos”, afirma Severino Lima Júnior, presidente da Cocomar.

### 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 do Conselho Diretor:** Jorge Angel Rosa Garcia » **Presidente Executivo:** Renault de Freitas Castro » **Assessoria:** Guilherme Caniello » **Projeto Gráfico:** Frisson Comunicação » **Jornalista Responsável:** Cláudio Tourinho » **Redação:** Aline Sanromã » **Tiragem:** 3.100 exemplares » **Impressão:** Gráfica Supernova.



Associados:



Afiliações:



# Crescimento na crise

Mesmo com retração no mercado de bebidas, vendas de latas crescem em 2015



**A**s vendas brasileiras de latas para bebidas surpreenderam em 2015 e apresentaram crescimento de 1,2%, apesar da crise que afetou o mercado de bebidas no país. Mesmo com a economia brasileira em baixa e frente a uma queda na produção e no consumo de cervejas e refrigerantes, a comercialização de latinhas conseguiu superar inclusive os excelentes números registrados em 2014, atingindo 24,1 bilhões de unidades vendidas. O mercado brasileiro mantém-se como o terceiro maior do mundo, atrás apenas do americano e do chinês.

“Tínhamos uma base de referência muito elevada, por causa do forte crescimento registrado em 2014, principalmente em decorrência da realização da Copa do Mundo de Futebol no Brasil.

Por isso, um incremento de pouco mais de 1% é motivo de comemoração”, avalia Renault Castro, presidente executivo da Abralatas. “A economia brasileira não vai bem, muitos setores tiveram retração, e a lata continua demonstrando que está conquistando mais espaço, ganhando a preferência do consumidor e do fabricante de bebidas”, analisa.

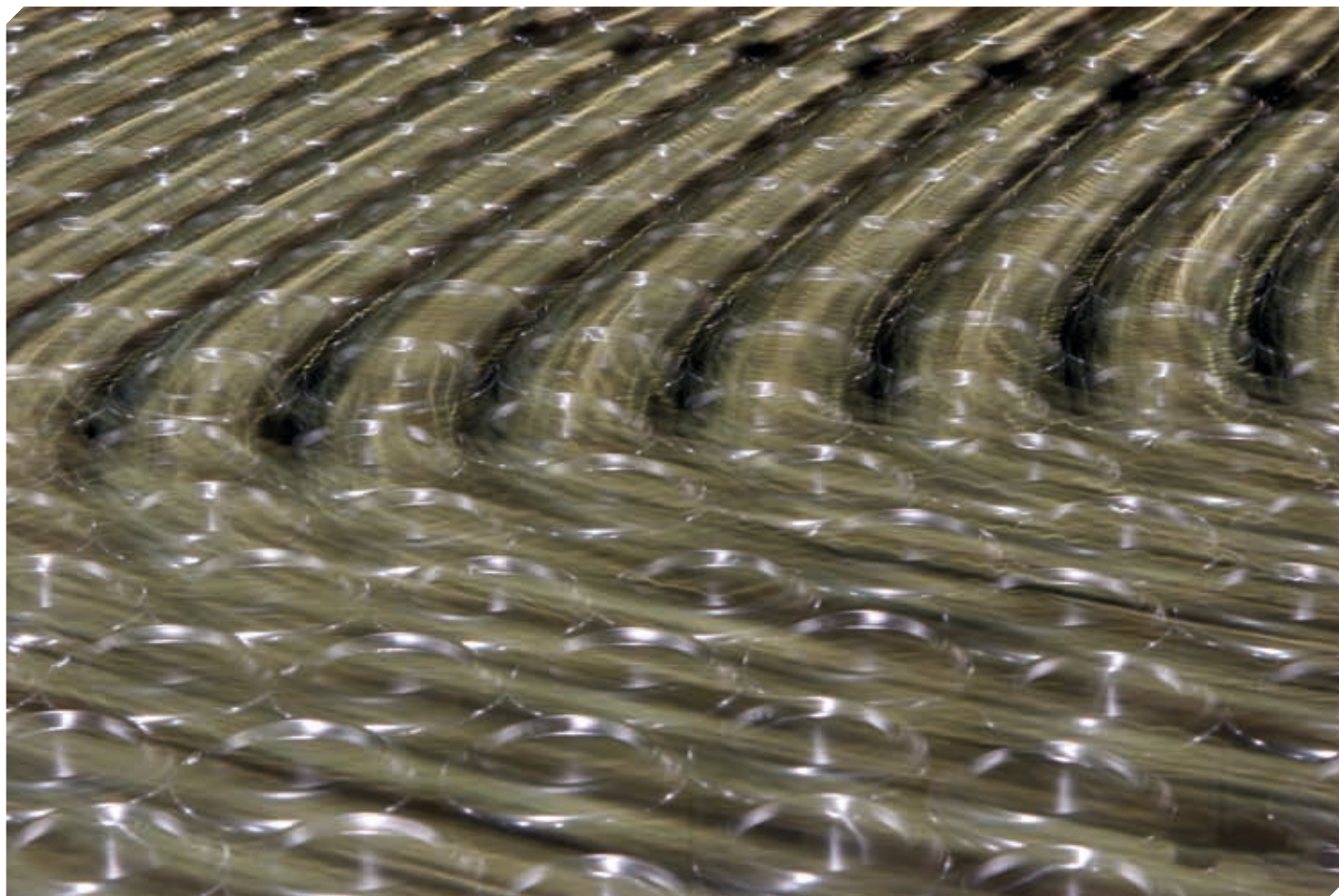
“É o resultado de anos e anos de investimentos e de inovação na produção”, reforça Jorge Angel, presidente do Conselho Diretor da Abralatas. “Apostamos na diversificação do formato, no diferencial da lata em relação a outras embalagens, na descentralização da produção. Ou seja, a indústria de latas para bebidas acompanhou as tendências e se aproximou do consumidor.”

**Inovação** – Uma estratégia importante da indústria de latas no sentido de ampliar sua utilização pelos fabricantes de bebidas foi a variação de formatos e o uso de tecnologias de impressão para tornar a embalagem mais atraente ao consumidor. “A tradicional latinha de 350ml reinava absoluta, mas especialmente nos últimos cinco anos houve forte investimento do setor e novas linhas de produção foram implantadas, permitindo outros formatos e tamanhos da embalagem”, explica Renault. “Ou seja, passamos a fazer a lata adequada a cada ocasião de consumo e tornamos a embalagem um destaque na prateleira ou em eventos”, completou o presidente executivo da Abralatas.



# Cautela em 2016

Fabricantes preveem crescimento baixo novamente, mas prometem continuar surpreendendo o mercado



Os três fabricantes de latas de alumínio para bebidas no país – Rexam, Crown Embalagens e Latapack-Ball – são cautelosos com relação ao desempenho do mercado de embalagens em 2016. A expectativa é que a venda de latinha cresça entre 0% e 1%, mesmo com a realização de um grande evento internacional no país, como as Olimpíadas e as Paralimpíadas do Rio de Janeiro.

Para Carlos Medeiros, presidente da Rexam, as latas especiais devem continuar conquistando espaço importante no mercado, mas há outros fatores que

vão continuar limitando o crescimento. “Não esperamos grandes alterações no cenário. Pressionada pelo câmbio, pela perda do poder aquisitivo da população e até pelo aumento do ICMS em alguns mercados, a comercialização de latas para bebidas deve ter um crescimento de cerca de 1% novamente.”

O presidente da Crown Embalagens, Wilmar Arinelli, concorda. “Acreditamos que a turbulência econômica e política continuará impactando os diversos setores produtivos, inibindo novos investimentos, porém acho possível que a lata para bebidas, por sua

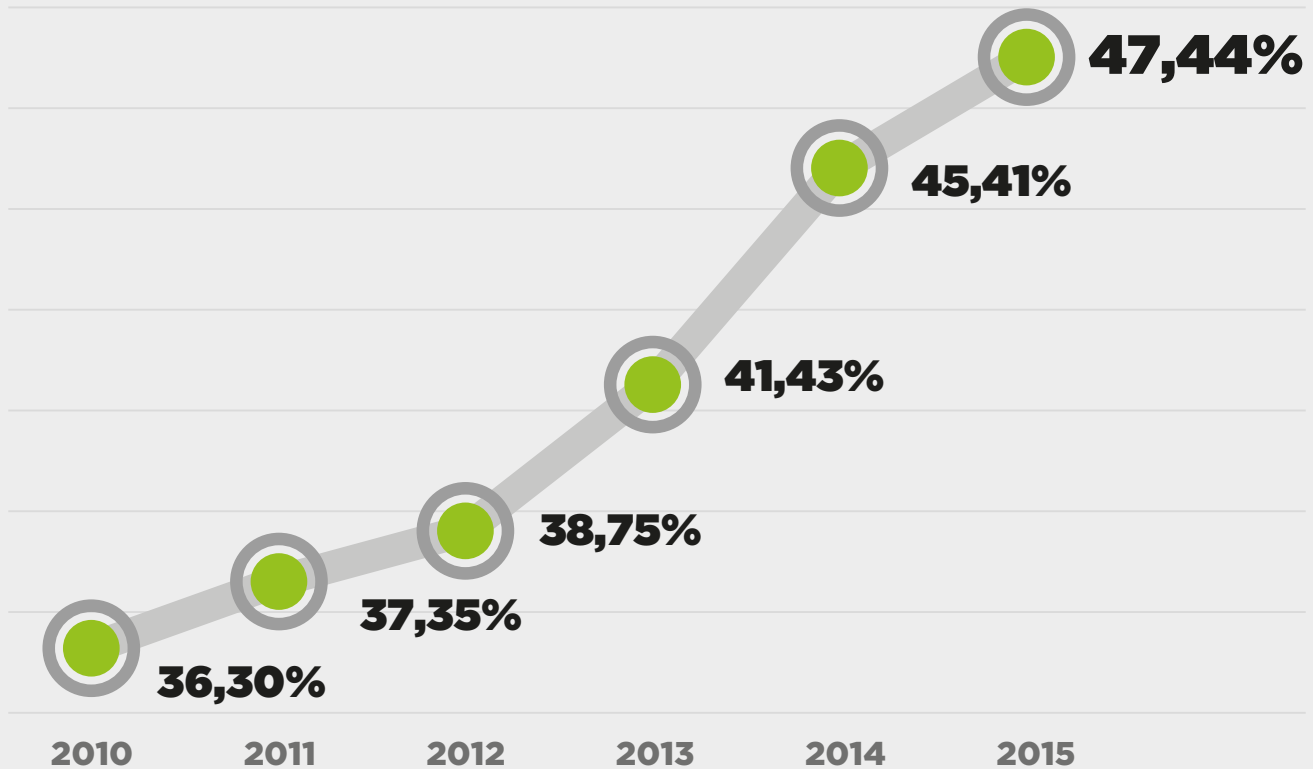
versatilidade, ainda tenha espaço para crescer no mix de embalagens. Em 2016, portanto, o volume deverá se manter estável ou até apresentar crescimento marginal.”

Jorge Angel Garcia, diretor financeiro da Latapack-Ball, também vê com cautela a situação, mas acredita que o setor continuará encontrando as melhores soluções para os produtores de bebidas. “Nos últimos anos tivemos crescimento porque investimos na descentralização da produção e na inovação em formatos e tecnologias de impressão das latas.”

# Dois pontos

Lata continua ganhando mercado e se aproxima da metade da participação em cerveja

## Brasil: participação da lata no mercado de cerveja



Fonte: Sistema de Controle de Produção de Bebidas (Sicobe).

O mercado de cerveja encolheu 1,99% em 2015 no Brasil, segundo números apresentados pelo Sistema de Controle de Produção de Bebidas (Sicobe), da Receita Federal. A produção de cerveja em lata, entretanto, cresceu 2,3%, passando de 6,4 bilhões de litros (2014) para 6,5 bilhões no ano passado. O envasamento em garrafa retornável caiu 6,7% no mesmo período, ficando em 6,7 bilhões de litros. Os números mostram que a participação da lata no mercado de cervejas subiu dois pontos percentuais em 2015, chegando a 47,4%.

Ainda sobre a produção de cerveja, o crescimento em lata se deu nos principais

mercados: Sudeste (1,0%), Nordeste (3,2%) e Sul (18,9%), caindo nas demais regiões: Norte (-7,6%) e Centro-Oeste (-8,3%). Na região Sudeste, responsável por mais da metade da produção nacional de cerveja (54%), é praticamente igual o volume envasado em lata e em vidro retornável: pouco mais de 3,5 bilhões de litros para cada embalagem.

Segundo Renault Castro, presidente executivo da Abralatas, um dos motivos para esse crescimento da participação da lata no mercado de cervejas é a redução do preconceito sobre a embalagem. “Há ainda um certo número de pessoas, cada vez menor, felizmente, que pensa

que a lata influencia negativamente no sabor da cerveja”, analisa. “Hoje, diversos *sommeliers* atestam as vantagens da lata, como o fato de impedir o contato do líquido com a luz e o oxigênio, dois fatores que afetam o sabor da bebida.”

No mercado de refrigerantes, também segundo o Sicobe, a produção sofreu uma queda ainda maior em 2015. Foram produzidos 14,9 bilhões de litros, uma redução de 5,9% em relação ao ano anterior. A queda atingiu todas as embalagens, mas a redução da bebida em lata foi menor (5,3%) em relação aos demais materiais. A participação da latinha manteve-se em 10%.



## Lata para todos

Com maquinário móvel, solução inaugurada no Brasil leva a latinha às cervejarias artesanais







Alexandre Levorin e Rodrigo Costa, sócios da DaLata

**“As cervejas especiais representavam 8% do mercado nacional da bebida em 2012 e encerraram 2014 com 11%”**

Cerveja em lata já não é mais privilégio das grandes cervejarias, das marcas mais populares. Agora, as microcervejarias do país contam com uma opção de custo compatível com os seus orçamentos, com possibilidade de rótulo personalizado e envase das preciosas cervejas artesanais em uma embalagem que protege ainda mais a qualidade do produto. Começou a funcionar no Brasil uma empresa que realiza o envase móvel em lata.

Usar garrafas de vidro como embalagem era considerada a única opção para a maioria das microcervejarias, que ganham cada vez mais espaço no país. As cervejas artesanais representavam 8% do mercado nacional da bebida em 2012 e encerraram 2014 com uma

participação de 11%, segundo o Sindicato Nacional da Indústria da Cerveja (Sindicerv), que aponta a existência de 300 microcervejarias no país e projeta que essa cota pode subir para 20% até 2020. A opção pela garrafa de vidro tinha como grande motivo o custo da utilização de uma linha de envase em latas que, dependendo da quantidade desejada, pode sair demasiadamente caro para pequenos negócios.

Tornar a vida mais fácil e também diminuir o peso no bolso dos microcervejeiros do país é o que pretende a DaLata Brasil, empresa que importou o maquinário e tecnologia americana e iniciou, em dezembro de 2015, o envase móvel em latas no país. “Há cinco anos pesquiso o mercado e percebi essa



oportunidade. Lá fora, o negócio funciona muito bem e, em três anos, já tem 20 empresas nos Estados Unidos trabalhando com esse serviço móvel”, afirma Alexandre Levorin, um dos proprietários da DaLata, que tem como sócio o *sommelier* de cervejas Rodrigo Costa.

O maquinário tem capacidade de envasar mil litros de cerveja por hora, que também é a quantidade mínima aceita pela empresa para realizar o procedimento, em latinhas de 350ml, 473ml e, em breve, 269ml. O cliente é o responsável por enviar a arte que será impressa na lata pelo sistema de rótulos termoencolhíveis, também chamados de *sleeves* ou mangas, que são rótulos impressos em filmes com a propriedade de encolher ao serem aquecidos a determinada temperatura, tendo menor custo que a impressão. A confecção dos rótulos leva de 15 a 20 dias

e, após colocação nas latas pela DaLata, é marcado o envase na cervejaria. Geralmente o procedimento de envase, entre a ligação do maquinário (que é transportado em caminhão à cervejaria) ao tanque e a colocação das latas nas caixas, leva aproximadamente três horas, considerando a solicitação de envase de mil litros. “Nosso primeiro envasamento foi de 5 mil latas da cervejaria Dádiva, em Várzea Paulista. Foi produzida uma cerveja especial para o verão e optaram por envasar em lata para vender no litoral. Foi um sucesso e já temos mais três envases programados para janeiro”, diz Alexandre.

O modelo de negócio foi desenvolvido para atuar dentro do perímetro de 450 quilômetros de São Paulo/SP, mas a empresa pretende, em breve, abrir filiais em outros estados para atender à demanda em todo o território nacional.

## VANTAGENS

**Sabor** – A lata está sendo bastante utilizada pelas microcervejarias americanas e europeias porque protege melhor o produto, que não é afetado pela luz e pelo oxigênio, fatores que alteram o sabor.

**Distribuição** – Por ser mais leve que outras soluções e com formato que economiza espaço e facilita o empilhamento, a lata é mais segura e viabiliza maior volume do produto no transporte.

**Resíduo** – Após o consumo, a lata é compactada e reaproveitada (100% reciclável), não necessitando de espaço para armazenagem da embalagem usada. Uma boa solução para bares especializados em cervejas artesanais.



## O primeiro envase

Venice Beach Session (foto), cerveja produzida artesanalmente pela Dádiva, foi a primeira a ser enlatada pelo sistema de envase móvel no Brasil. Foram produzidos e embalados 2 mil litros da bebida em embalagens de 350ml. O lançamento ocorreu em 21 de dezembro de 2015 no Empório Alto dos Pinheiros, São Paulo/SP, e tinha como objetivo mostrar que na praia também é possível consumir uma cerveja artesanal de qualidade e, o melhor, em latinha.





# Marco para reciclagem

Acordo inédito, assinado por 20 associações empresariais, define papéis para a logística reversa de embalagens e fortalece cooperativas de reciclagem e catadores de materiais recicláveis



O conceito de responsabilidade compartilhada ganhou nível de excelência no país, com um compromisso que representa um marco para o setor de reciclagem do Brasil. Em cerimônia no auditório do Ministério do Meio Ambiente (foto), a ministra Izabella Teixeira, associações do setor empresarial e representantes do Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis (MNCR) assinaram o tão esperado Acordo Setorial de Embalagens em Geral para implantação do sistema de logística de reversa nesse seguimento. “Agora, as obrigações de cada um estão definidas. Estamos falando de responsabilidade compartilhada, ou seja, todos os elos das cadeias produtivas das embalagens, inclusive o consumidor e o Poder

Público, são igualmente responsáveis pelo cumprimento da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS)”, afirmou Renault Castro, presidente executivo da Abralatas. O Acordo Setorial de Embalagens em Geral, assinado em novembro último, foi inspirado no sucesso do atual sistema de logística reversa da lata de alumínio para bebidas no Brasil, considerado referência internacional e que permitiu ao país alcançar 98,4% de reciclagem da embalagem em 2014.

O acordo prevê investimentos para triplicar o número e a capacidade de processamento das cooperativas de reciclagem, com vistas a alcançar a meta proposta de redução mínima de 22% das embalagens dispostas em aterros até 2018. Além de investir nas cooperativas

de reciclagem, as associações empresariais ainda assumiram o compromisso de comprar todo o material reciclado que for por elas ofertado.

“O Brasil hoje é um modelo quando se trata de sustentabilidade e é a primeira vez no mundo que três grandes setores que produzem, utilizam e vendem embalagens se juntam e criam compromissos para assegurar que a sucata dessas mesmas embalagens tenha uma destinação adequada. Certamente os modelos da política de resíduos sólidos e do Acordo Setorial servirão como inspiração para que outros mercados também se ajustem e se adequem em prol do meio ambiente”, afirmou Victor Bicca, presidente do Compromisso Empresarial para a Reciclagem (Cempre).





*Victor Bicca, presidente do Compromisso Empresarial para a Reciclagem (Cempre)*

Para Severino Lima Júnior (foto abaixo), representante do Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis, o compromisso propiciou outros benefícios à categoria. “Para os catadores, o acordo foi de fundamental importância, pois valoriza nosso trabalho e nos torna também responsáveis pelo cumprimento das metas, principalmente como geradores e divulgadores dos números de produtividade das cooperativas de reciclagem relacionados à coleta de resíduos sólidos no país. Isso é importante para garantir que os compromissos de investimentos assumidos consigam, de fato, melhorar nossa capacidade operacional”, conclui.



*Renault Castro, presidente executivo da Abralatas e Izabella Teixeira, ministra do Meio Ambiente*

## Fabricantes preparados

As associações que assinaram o Acordo Setorial estão se preparando, desde os trâmites legislativos que originaram a Política Nacional de Resíduos Sólidos no Congresso Nacional (PNRS) e agora estão de fato preparados para cumprir as determinações da nova legislação. “A Abralatas, representante dos fabricantes da embalagem mais reciclada do mundo, realiza há seis anos um Ciclo de Debates que tem o objetivo de trazer à discussão temas que possam estimular a produção e o consumo sustentáveis, tendo a PNRS como pano de fundo, inclusive com foco voltado ao trabalho e à inclusão social dos catadores de materiais recicláveis. Estamos agora discutindo a Tributação Verde, um modelo tributário sensível ao impacto socioambiental dos bens e serviços que visa à construção de uma economia de baixo carbono”, diz Renault Castro, presidente executivo da Abralatas.



## Jogos Olímpicos e Paralímpicos como oportunidade

O sucesso das ações de reciclagem na Copa do Mundo FIFA de 2014 motiva o desempenho dos atores envolvidos com a logística reversa de embalagens durante as Olimpíadas e Paralimpíadas no Brasil este ano. “Trata-se de grande oportunidade para trabalhar a questão da educação e de colocar em prática as iniciativas propostas no Acordo Setorial de Embalagens em Geral. Inclusive, as empresas de artigos esportivos já vêm usando material reciclável nos uniformes de jogadores, por exemplo, o que nos dá ainda mais possibilidades de estimular outros setores a também utilizarem material reciclado para fazerem novos produtos”, afirma Victor Bicca, presidente do Cempre.

“Nos moldes da Copa, já realizamos reuniões para efetivar a contratação dos catadores para os serviços de reciclagem nos Jogos Olímpicos Rio 2016 e a expectativa é grande”, diz Severino Lima Júnior do MNCR.



Rio2016



Rio2016

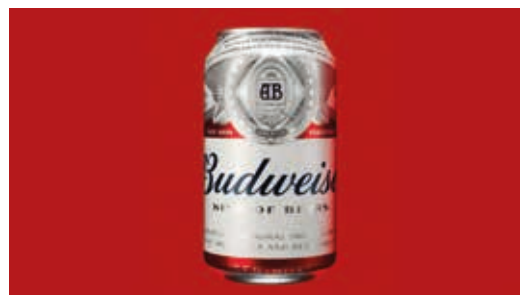
JOGOS PARALÍMPICOS





## Tradição global

A Budweiser trocou a identidade visual, a tipografia e o *design* de suas latas de cerveja e, pela primeira vez, as embalagens estão unificadas globalmente. Com um ar “retro” e o brasão em evidência, o novo visual destaca os 140 anos de história da empresa. Fabricadas pela Rexam e pela Crown Embalagens, as novas latinhas já estão disponíveis em todo o território nacional.



## Frevo na lata!

De olho no carnaval, a cachaça Pitú já disponibilizou na região Nordeste suas latas de 350ml com o layout especial para a temporada de festa. Com autoria da Extra Comunicação e fabricadas pela Rexam, as embalagens vêm com *design* inspirado nos músicos que compõem as tradicionais orquestras de frevo, com notas musicais, partituras e instrumentos de metal.

## Sleek em destaque

Após o sucesso alcançado com as cervejas Skol, Antarctica e Brahma no formato *sleek* de 269ml, a Ambev lançou as versões do mesmo formato para o Guaraná Antarctica e para a Pepsi. O plano é de oferecer a novidade em todo o Brasil ainda no primeiro semestre deste ano. A Rexam é a responsável pela produção das novas embalagens.



## Alta voltagem

Produzida pela paraense Cini Bebidas, o energético Volts Energy Drink entra no mercado neste verão. Distribuído em latinhas *sleek* de 269ml fabricadas pela Crown Embalagens, a bebida energética une de maneira harmoniosa os sabores marcantes da taurina e da cafeína. Dessa forma, a empresa amplia seu mix de produtos, abrangendo principalmente o público noturno.

## Confrebras 2016

Nos dias 6 e 7 de abril será realizada mais uma edição do Congresso Brasileiro de Bebidas (Confrebras), no Centro de Eventos São Luís, em São Paulo/SP. O encontro de fabricantes de refrigerantes nacionais tem como objetivo debater sobre o mercado e buscar alternativas e soluções para o setor. Organizado pela Associação de Fabricantes de Refrigerantes do Brasil (Afrebras), o evento conta com o apoio da Abralatas e é o maior encontro do setor de bebidas do país, reunindo autoridades públicas, representantes de associações, empresários e fornecedores de insumos de todo o Brasil. Mais informações no endereço [www.confrebras.org.br](http://www.confrebras.org.br)

