

pequenas NOTÁVEIS



Formatos menores de latas para bebidas atendem consumidores preocupados em reduzir consumo de calorias

p. 4

REPRESENTAÇÃO

Associação de Relações Institucionais e Governamentais tem nova diretoria

p. 3

CRESCIMENTO

Consumo de energéticos supera expectativas e cresce 9% em 2015

p. 5

FORÇA

Grupo Melo se associa à Abralatas e estima forte crescimento em 2016

p. 6



RENAULT CASTRO
Presidente Executivo da Abralatas

Na avalanche de notícias que alimentam a crise política e econômica do país, surgem, aqui e ali, suspeições sobre a atuação de um profissional que nada mais faz do que apresentar ao Poder Público o posicionamento de grupos legítimos da sociedade. O profissional de relações institucionais e governamentais exerce atividade reconhecida e regulamentada em diversos países. No Brasil, infelizmente, ainda não.

A melhor maneira de dar transparência à essa legítima atividade é dota-la de um marco institucional que oriente os profissionais que a exercem, explicitando princípios basilares e proporcionando oportunidades de treinamento e especialização. Por isso estamos apoiando e integrando a nova diretoria da Associação Brasileira de Relações Institucionais e Governamentais (Abrig), empossada em março último. A participação da sociedade civil, inclusive por meio de grupos de pressão, na concepção e discussão de normas e leis, além de

legítima, é absolutamente necessária em uma democracia representativa, sempre que ocorrer de acordo com as leis e princípios éticos aplicáveis.

Outro tema de que tratamos nesta edição do Notícias da Lata é a tendência observada na estratégia dos fabricantes de refrigerantes, que ampliaram o uso de embalagens menores, atendendo a um novo nicho de mercado: os consumidores que necessitam reduzir a quantidade diária de calorias ingeridas. As vendas aumentaram com as latas de 250ml, que são mais atraentes também no preço. E isso é relevante para quem quer economizar.

Relevante também foi a adesão do Grupo Melo à Abralatas, trazendo na bagagem uma história de 55 anos, tendo a reciclagem como atividade principal. Isso nos enche de orgulho e nos dá ainda mais força para continuar contribuindo para o aumento da competitividade da lata de alumínio para bebidas no Brasil e por uma economia de baixo carbono.



Reconhecimento

A Abralatas é uma das finalistas da categoria Corporate Social Responsibility no *Platts Global Metal Awards 2016*. Em sua quarta edição, o evento idealizado pela consultoria americana Platts busca reconhecer e homenagear os grandes e inovadores líderes da indústria de metais, tanto as empresas como os profissionais da área. Renault Castro, presidente executivo da Abralatas, também é finalista, mas na categoria *Lifetime Achievement* pelo trabalho desempenhado no setor. Ainda estão na disputa empresas como a ArcelorMittal, Gerdau Steel e Tata Steel Global Wires. A entrega dos prêmios ocorrerá no dia 19 de maio, em Londres.

A Platts é uma das líderes mundiais em informações e notícias globais sobre o mercado de energia, produtos petroquímicos e metais. Seus estudos têm como objetivo contribuir para que os mercados operem com maior transparência e mais eficiência, além de auxiliá-los em negociações, investimentos e decisões comerciais.

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:



REXAM

Afilios: **abras**
Associação Brasileira de Supermercados



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

Twitter: www.twitter.com/abralatas

LinkedIn: Abralatas

Facebook: Abralatas

YouTube: Canal Abralatas

Relações Institucionais

Associação profissional trabalha para distinguir o *lobby* da prática de ilícitos



Tomou posse em março uma nova diretoria da Associação Brasileira de Relações Institucionais e Governamentais (Abrig), entidade fundada em 2007, com o objetivo de debater e disciplinar a participação da sociedade nos processos de decisão política por meio dos profissionais de Relações Institucionais (RI). A diretoria recém-empossada apresentou um plano de gestão dividido em seis pilares – Institucional, Ético, Capacitação, Administrativo, Comunicação e Social –, como esclareceu o presidente eleito, Guilherme Cunha Costa. “A regulamentação da atividade, assim como o reconhecimento da profissão, são caminhos sem volta”, analisa Guilherme, informando que a Abrig realizará este ano, em parceria com a Câmara dos Deputados e com o Senado Federal, o primeiro seminário internacional sobre RI (ou *lobby*) no Congresso Nacional.

A nova diretoria trabalhará para avançar na qualificação dos profissionais da área, além de reforçar, ampliar e divulgar orientações relativas à boa prática da profissão. De acordo com Guilherme Cunha Costa, serão implementados em breve aperfeiçoamentos no Código de Conduta dos Profissionais de Relações Institucionais e Governamentais estabelecido pela Abrig nos seus primeiros meses de existência, além de outras

melhorias como a ampliação da biblioteca digital gratuita, a publicação de revista sobre RI (a primeira do mundo) e a elaboração de cartilha destinada a explicar e divulgar a atividade. A cartilha, diz Guilherme, conterá informações que possibilitarão ao público leigo fazer a distinção entre o exercício da legítima atividade de RI e a prática de ilícitos relacionados a corrupção e tráfico de influência, às vezes erroneamente denominada de *lobby*.

Renault Castro, presidente executivo da Abralatas, compôs a chapa vencedora das eleições da Abrig, passando a ser o seu primeiro vice-presidente. De acordo com Renault, “a atividade de relações institucionais, também conhecida como *lobby*, é um instrumento importante para a defesa de interesses de grupos legítimos em uma democracia representativa como a brasileira. Deve sempre ser exercida dentro da lei e dos princípios éticos consagrados, com o objetivo principal de informar o Poder Público sobre riscos, consequências e oportunidades passíveis de serem geradas por propostas de leis, normas, políticas e programas de governo etc., contribuindo assim para que essas iniciativas produzam efeitos equilibrados sobre a sociedade. Aqueles que atuam no Congresso, no Executivo ou no Judiciário operando esquemas de

corrupção, por exemplo, não praticam *lobby* e muito menos RI; são verdadeiros criminosos travestidos de lobistas”, avalia o novo primeiro vice-presidente da Abrig, ressaltando que a atividade de relações institucionais e governamentais é há tempos regulamentada em diversos países, justamente para coibir crimes dessa natureza.



Abrig
Associação Brasileira de
Relações Institucionais
e Governamentais

A Abrig foi criada em agosto de 2007, quando lançou um Código de Conduta para tornar claros os limites éticos para a atuação do profissional de relações institucionais e governamentais. A Abrig pleiteia no Ministério do Trabalho e Emprego a inclusão da atividade de RI no Cadastro Brasileiro de Ocupação. Paralelamente, tramitam no Congresso Nacional várias iniciativas legislativas que tratam da regulamentação da atividade, acompanhadas de perto pela Abrig.

www.relgovbrasil.com.br

Tamanho mini, potencial mega

Pequenas latinhas, mini ou até mesmo “periguete”. As embalagens menores têm caído cada vez mais no gosto dos consumidores do Brasil e do mundo e até já recebem apelidos carinhosos. A praticidade, aliada a novos hábitos de consumo da população, tem levado os fabricantes de bebidas a apostarem cada vez mais em latas de tamanhos menores, como os formatos *squat*, *slim* e *sleek* de 250ml e 269ml.

Além do preço, mais acessível a todos, a opção por uma vida mais saudável por boa parte da população fez com que a indústria repensasse suas estratégias sobre a oferta de bebidas em embalagens menores. Surgiu um novo e significativo nicho de consumo, atendendo à necessidade de quem precisa reduzir a ingestão de calorias. A indústria de refrigerantes passou a dedicar um volume cada vez maior a embalagens cada vez menores.

Recentemente, a Coca-Cola informou que a comercialização das embalagens maiores perderam mercado, passando de 90% das vendas nos EUA em 2011 para 85% em 2015. Também em solo americano, a Pepsi informou que as vendas de embalagens maiores vêm caindo em uma média anual de 2,6% desde 2011, enquanto as vendas das menores cresceram 1,8% por ano no mesmo período. No Brasil, segundo dados do Sistema de Controle da Produção de Bebidas (Sicobe), da Receita Federal, a produção de refrigerantes caiu 7,6% nos três primeiros meses de 2016, em relação ao mesmo período do ano passado.

Os fabricantes nacionais de latas de alumínio para bebidas seguiram essa tendência mundial e se anteciparam na oferta de embalagens de diversos formatos e tamanhos. “A tradicional latinha de 350ml reinava absoluta, mas nos últimos



anos houve diversificação da produção. Hoje, pelo menos um terço do que é produzido no país está em formato diferente do tradicional”, explica Renault Castro, presidente executivo da Abralatas. “Com investimentos em novas unidades e linhas de produção, atendemos à necessidade do consumidor e dos envasadores, oferecendo latas em formatos e tamanhos adequados a cada momento de consumo”, afirmou.

A estratégia dos fabricantes de refrigerantes vem alcançando bons resultados também no Brasil. Prova disso é que a meta da Coca-Cola é ter bebidas em latas menores disponíveis em 70% dos pontos de venda de todo o país até o fim dos Jogos Olímpicos.

Desde 2006, a empresa tem apostado nas embalagens menores, ao lançar produtos em lata no formato *squat* (250ml) com o objetivo de atender ao consumidor em trânsito. O sucesso da iniciativa fez com que a estratégia ganhasse novo fôlego e a marca passasse a oferecer, dentro da linha Coca-Cola, produtos que se adaptem aos diferentes paladares e estilos de vida, seja com açúcar ou com adoçantes, em diversos formatos, estimulando o consumo de embalagens menores. Prova disso é que a nova campanha “Sinta o Sabor” também mostra diversas ocasiões de consumo da embalagem individual, reforçando para o consumidor a opção de beber o refrigerante em uma porção menor.

A questão do preço também favorece o consumidor que opta pela embalagem menor. O refrigerante em lata de 250ml pode ser encontrado por cerca da metade do preço da bebida em embalagem de 600ml, por exemplo. Ou seja, ajuda quem quer economizar também.



Brasileiros consomem cada vez mais energéticos



Dados divulgados recentemente sobre o consumo de bebidas no país surpreendem. Cada vez mais os energéticos – bebida com grande oferta em lata – ganham espaço e conquistam um número cada vez maior de consumidores. De acordo com a consultoria Euromonitor International, o segmento cresceu 9,1% em volume vendido em 2015, chegando a 152,7 milhões de litros. Enquanto isso, o mercado de refrigerantes caiu 5,9% e o de cerveja encolheu 2% em 2015.

A estimativa é que as vendas de energéticos cresçam, em média, 11,5% ao ano até 2020 em volume e 13% ao ano em receita. O estudo traz ainda a lista das marcas preferidas pelos consumidores. A Red Bull foi a mais vendida no país no ano passado, seguida pela Burn da Monster Beverage, Guaraviton da Viton, Flash Power da Lizur Trading e TNT do Grupo Petrópolis.

Crescimento a todo vapor



Grandes investimentos fazem parte da estratégia de negócios do Grupo Melo neste ano. Referência na América Latina em logística, preparação e comércio de sucatas de metais não ferrosos, a organização, criada há mais de 50 anos e composta por oito empresas, não teme alçar novos voos. Prestes a abrir um armazém em Guangzhou, na China, maior produtora de alumínio primário do mundo, também planeja ampliar o escritório que já possui em Xangai, além de manter, mesmo em meio à crise econômica no Brasil, o crescimento de dois dígitos que registra anualmente desde 2011.

Fundado em 1960, o Grupo Melo sempre teve a reciclagem como referência de seu trabalho. A sucata, base dos produtos gerados pelas empresas

do grupo, tem parte importada principalmente dos países da América do Sul e da América Central, e outra adquirida junto a cooperativas de reciclagem e comerciantes brasileiros, com aproximadamente 1.200 fornecedores ativos no país.

Com o trabalho, são retirados do meio ambiente mais de 70 mil toneladas de sucatas/ano de metais não ferrosos. “Nossas fábricas operam como industrializadoras dessa matéria-prima. No caso da sucata proveniente da lata de alumínio para bebidas, limpamos e a compactamos em fardos para, em seguida, enviá-los a outra unidade fabril do Grupo Melo, onde passam por um processo de fusão e, então, viram alumínio líquido. Controlando a liga correta desse material, fazemos os lingotes

nos mais variados formatos como, por exemplo, os utilizados na fabricação das bobinas de alumínio, também produzidas por nossas empresas e onde temos forte atuação”, afirmou Luiz Melo, presidente do Grupo.

A paixão pelo trabalho no setor de alumínio fez com que a empresa se tornasse a mais nova afiliada da Abralatas e quisesse participar, com grande empenho em 2016, das discussões e trocas de experiências com empresas do setor na busca pelo fortalecimento do segmento. “Acreditamos no projeto de ter a indústria de embalagens de alumínio para bebidas ainda mais comprometida com o objetivo de avançar em ganhos de participação de mercado, para que todo o segmento de alumínio cresça também e continue gerando benefícios ao país.”





Mais Sustentáveis

O Global 100 Index divulgou recentemente a lista das empresas com melhor desempenho em sustentabilidade, selecionadas entre mais de 4.600 empresas com valor de mercado superior a US\$ 2 bilhões. A Henkel, afiliada da Abralatas, conquistou o topo da lista do “Índice Mundial das Empresas mais Sustentáveis”. Até 2030, a *Henkel* pretende triplicar o valor de negócios, mantendo a pegada ambiental no mesmo nível.



Novo look

A marca de cerveja No Grau está com novidades no visual de suas latinhas de 350ml e 255ml. Integrante do portfólio da Brasil Kirin, a cerveja teve sua embalagem aprimorada com cores mais refinadas e o logotipo No Grau ganhou novo símbolo.

Limão e hortelã

O Fusion Energy Drink escolheu o Lollapalooza 2016, evento musical que ocorreu recentemente em São Paulo/SP, para apresentar ao público seu novo sabor, o Fusion Limão com Hortelã. Com a campanha “Wake Up pra Vida”, a bebida da Ambev continua com as mesmas propriedades energéticas da versão regular, mas promete sabor ainda mais refrescante.



Gourmet em lata

Os amantes de cervejas artesanais em lata ganharam mais uma opção. Está no mercado a cerveja *gourmet* German Premium Lager, da marca Dona Mathilde Bier. Com 5,1% de álcool, a German Premium Lager é elaborada com água, malte, lúpulo e levedura, conforme a Lei da Pureza Alemã (*Reinheitsgebot*), e, de acordo com o fabricante, isenta de produtos químicos.