

DA LATA

Boletim Informativo da ABRALATAS



NOVA CONFIGURAÇÃO



ArdaghGroup



CROWN

Brand-Building Packaging™



Setor ganha novos *players*, mostra potencial, mas atua com precaução

p. 4

DOW JONES

Ball confirma liderança mundial em sustentabilidade

p. 2

COP 22

Acordo de Paris indica necessidade de economia de baixo carbono

p. 3

RECICLAGEM

Cooperativas confirmam capacidade para coleta seletiva nas Olimpíadas

p. 6



RENAULT CASTRO
Presidente Executivo da Abralatas

O fim da crise econômica ainda é uma incógnita, mas algo acontece no mercado de latas para bebidas que merece uma reflexão. O país ganha um novo *player* e o setor recebe uma nova configuração, como mostra reportagem nesta edição. O momento é de rearranjos e cautela, mas há planos de investimentos do novo fabricante, o que indica um mercado ainda pulsante.

A lata conquista seu espaço no principal mercado de bebidas alcoólicas por suas características de variação de tamanhos, pela atração que desperta nas prateleiras, por facilitar estocagem e transporte, por gelar mais rápido o conteúdo. Ou seja, são muitas as vantagens. Mas uma delas tem movimentado também outros segmentos: a sustentabilidade.

O Acordo de Paris, ratificado pelo governo brasileiro, é um compromisso e um reconhecimento de que é necessário tomar providências para reduzir as emissões de gases de efeito estufa. A contribuição brasileira é importante – redução de 37,5% das emissões até 2025 –, mas

concentrada na redução de desmatamento e no reflorestamento.

Seria importante sinalizar – aliás, como tentam sinalizar empresas das mais diversas atividades econômicas – o compromisso do país com o consumo sustentável, com a oferta de bens e serviços de menor impacto ambiental. Recentemente, no Fórum Economia Limpa, realizado pela Abralatas em parceria com a Folha de São Paulo, percebemos a disposição do setor produtivo em reduzir emissões de carbono, mas acaba-se enfrentando uma “concorrência desleal” por parte dos que não se preocupam com isso.

Nesta edição, mostramos outro ponto fundamental para reduzir os impactos ambientais do consumo. Cooperativas de catadores foram contratadas para coleta de materiais recicláveis durante os Jogos Olímpicos e Paralímpicos. O melhor, o governo do Rio de Janeiro planeja estimular o modelo para todos os municípios do estado. Iniciativas como esta merecem medalha de ouro.

Sustentabilidade como marca



A determinação em reduzir o impacto ambiental de suas atividades levou a Ball Corporation a ser listada, pela quarta vez consecutiva, no Índice Dow Jones de Sustentabilidade (mundial e para a América do Norte). A empresa, que possui 13 fábricas de latas de alumínio para bebidas no Brasil, foi confirmada ainda como líder mundial em sustentabilidade no setor de embalagens.

Para o presidente e CEO da Ball Corporation, John Hayes, a presença no Índice Dow Jones de Sustentabilidade reforça o compromisso da empresa adotado desde o início das operações e que hoje ganha novas dimensões. “Em um mercado global, competitivo e em constante alteração, a sustentabilidade é um imperativo nos negócios”, afirmou.

John Hayes destaca que ser confirmada líder em sustentabilidade no mercado de embalagens é particularmente importante este ano porque considera a ação combinada com a Rexam, adquirida recentemente pela Ball.

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:** 3.500 exemplares » **Impressão:** Gráfica Supernova.



Associados:



Afilios:



Pra lá de Marrakech

Brasil ratifica compromisso com controle do aquecimento global e leva para COP 22 sua colaboração para uma economia de baixo carbono



MARRAKECH COP22 | 2016 | CMP12 UN CLIMATE CHANGE CONFERENCE

Às vésperas da COP 22, que este ano será realizada em novembro em Marrakech, Marrocos, o Brasil ratificou, em setembro último, o Acordo de Paris, apresentando o compromisso do país em estabelecer medidas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa nos próximos anos. O compromisso dos 197 países signatários é manter o aumento da temperatura média global em menos de 2°C acima dos níveis pré-industriais, e fazer um esforço para ir além: limitar essa elevação da temperatura a 1,5°C.

No caso brasileiro, as medidas anunciadas pretendem reduzir 37,5% das emissões do país até 2025, em comparação com os dados de 2005. Para atingir sua meta de contribuição com o clima mundial, o Brasil se comprometeu, entre outras ações, a restaurar e reflorestar 12

milhões de hectares de florestas, promover o uso de bioenergia sustentável e alcançar uma participação estimada de 45% de energias renováveis na matriz energética do país até 2030.

A proposta brasileira foi aprovada em tempo recorde pelo Congresso Nacional antes de ser ratificada pelo presidente. “A agilidade raramente vista em matérias dessa natureza e a unanimidade em sua aprovação são reflexos da ampla participação e interesse da sociedade civil que vislumbrou as oportunidades que uma economia de baixo carbono pode proporcionar ao país”, avalia Marina Grossi, presidente do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (Cebds).

Convidado pelo Ministério do Meio Ambiente, o Cebds participará de um evento oficial do Brasil na COP 22, cujo

foco será financiamento. Nele será lançado o estudo da entidade sobre os desafios e as oportunidades das metas da iNDC brasileira (Contribuições Nacionalmente Determinadas Pretendidas, na sigla em inglês) por meio da coalizão internacional We Mean Business.

“A transição para uma economia de baixo carbono é algo que está nos planos de empresas dos mais diversos segmentos. Vimos isso claramente no Fórum Economia Limpa, evento realizado por nós em parceria com a Folha de São Paulo”, destaca o presidente executivo da Abralatas, Renault Castro. E completa afirmando que “um dos caminhos para reduzir as emissões de carbono é a implantação de um modelo tributário que leve em consideração o impacto ambiental de bens e serviços”.

Nova configuração, novas expectativas

Com a chegada da Ardagh no Brasil e a aquisição da Rexam pela Ball, o mercado de fabricação de latas de alumínio para bebidas está de cara nova



Jorge Bannitz
CEO da
Ardagh no Brasil



Carlos Medeiros
Presidente da Ball
na América do Sul



Wilmar Arinelli
Presidente da
Crown Embalagens

Terceiro maior mercado de latas de alumínio para bebidas do mundo, atrás da China e dos Estados Unidos, o Brasil passa a ter uma nova configuração no setor neste segundo semestre com a chegada da Ardagh (Ardagh Group). A companhia europeia, sediada em Luxemburgo, adquiriu 20% das fábricas de latas e tampas da americana Ball Corporation em todo o mundo – um negócio estimado em 3,42 bilhões de dólares – e passa a controlar 12 unidades na Europa, oito nos EUA e duas no Brasil, com capacidade de produção nacional de 4,5 bilhões de latas por ano.

A operação atende a uma exigência dos órgãos reguladores europeu e americano, e também do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), viabilizando a aprovação da compra da Rexam pela Ball no país. A Ball, que atuava no país em uma *joint venture* com a Latapack, passou a ser a maior produtora de latas no Brasil, com 10 fábricas de corpo da embalagem e três de tampa.

O setor de embalagens de alumínio, que em 2015 comercializou 24,1 bilhões de latas no Brasil, completa-se com a fabricante americana Crown Embalagens. A segunda

maior produtora de latas do país tem quatro unidades de corpo e uma de tampa.

As mudanças no setor, entretanto, coincidem com um cenário de cautela no mercado de embalagens. “O momento é de organização, de entender como esse mercado se comporta e como vai se estabilizar. Porém, estamos otimistas de que a economia dará sinais de recuperação”, avalia o CEO da Ardagh no Brasil, Jorge Bannitz.

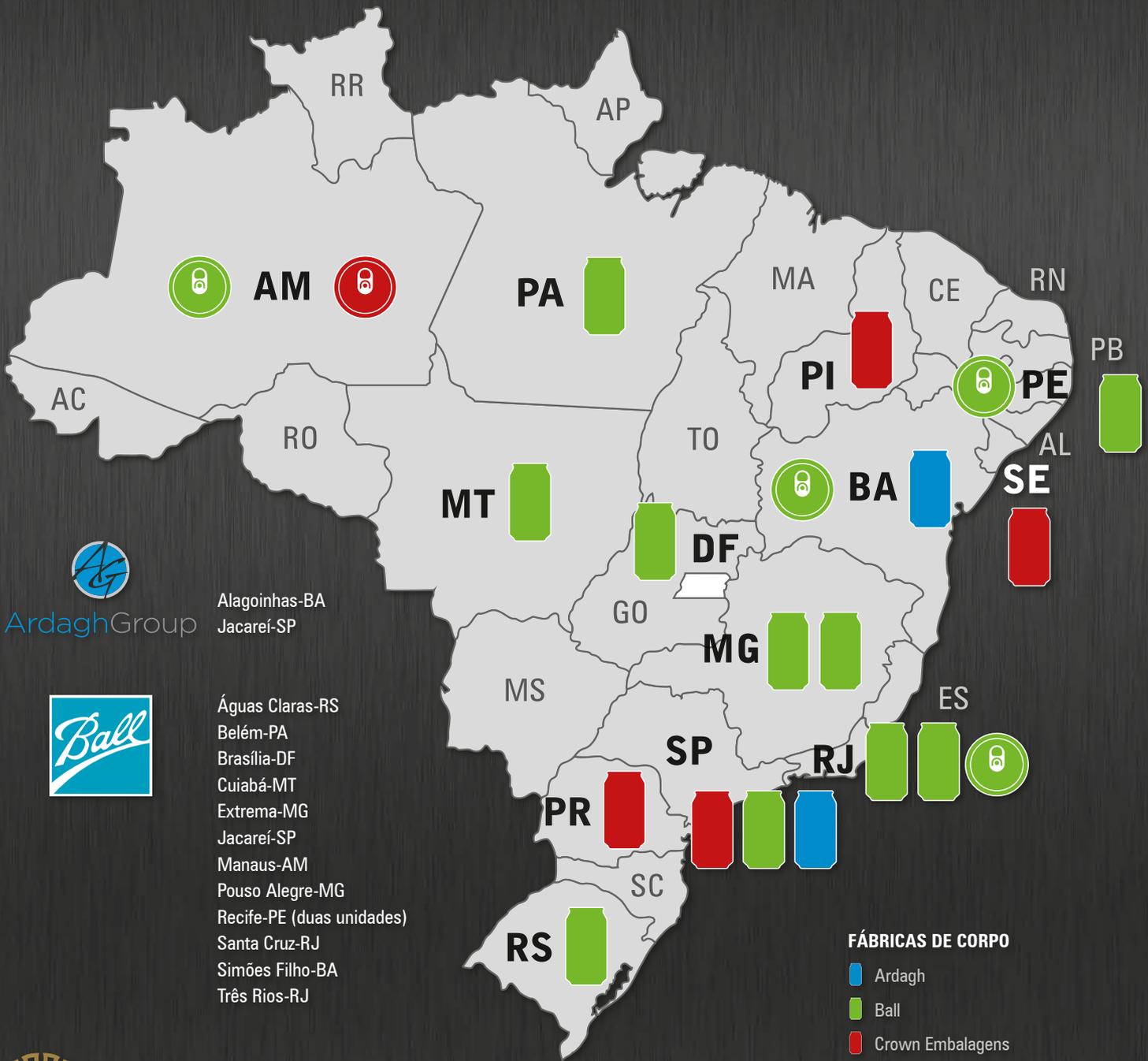
Na Ball, o momento é de harmonizar a integração com a Rexam. “É um ano atípico para a Ball, já que estivemos focados na integração entre as operações que já eram nossas e as operações da Rexam, após a aquisição”, explica Carlos Medeiros, presidente da empresa na América do Sul. “Todos os nossos esforços estiveram concentrados em otimizar nossa eficiência, além de controlar todos os custos do negócio.”

A Crown, na análise de seu presidente, Wilmar Arinelli, vê um ano de retração no mercado de embalagens. “Os volumes de venda de refrigerantes e cervejas devem ficar entre 2% e 5% menores que no ano passado, situação naturalmente refletida no mercado de latas que também apresentará uma redução proporcional”, disse.

A alternativa é tentar minimizar os efeitos da crise com a oferta de latas com diversas opções de tamanho, cores, efeitos visuais e táteis, além de manter um forte controle de todos os seus custos de operação.

Medeiros também aposta na versatilidade da lata para manter o mercado aquecido. “Hoje as latas especiais (formatos diferentes de 350ml) já respondem por 40% de nossa operação na América do Sul e entendemos que este é o caminho: atender a qualquer tipo de demanda de consumo, em qualquer formato e em qualquer lugar. Com isso, continuamos acreditando que tanto as latas especiais quanto as mais variadas tecnologias de impressão de rótulos são a tendência para o futuro”.

Mesmo iniciando suas atividades no país, a Ardagh aposta na experiência de seus profissionais para crescer e já anuncia nova unidade. “Com essas aquisições, a Ardagh uniu expertises e tem todo o conhecimento e competência, incluindo centros de pesquisa e desenvolvimento para atender aos anseios dos clientes. Inclusive, em breve, a Ardagh construirá uma fábrica de tampas, mas ainda sem local definido”, revelou Bannitz.



Alagoínas-BA
Jacareí-SP



Águas Claras-RS
Belém-PA
Brasília-DF
Cuiabá-MT
Extrema-MG
Jacareí-SP
Manaus-AM
Pouso Alegre-MG
Recife-PE (duas unidades)
Santa Cruz-RJ
Simões Filho-BA
Três Rios-RJ



Cabreúva-SP
Estância-SE
Manaus-AM
Ponta Grossa-PR
Teresina-PI

FÁBRICAS DE CORPO

- Ardagh
- Ball
- Crown Embalagens

FÁBRICAS DE TAMPA

- Ball
- Crown Embalagens

Medalha de Ouro

Governo do Rio contrata cooperativas de reciclagem para coleta seletiva durante Olimpíadas e pretende ampliar modelo por todo o estado



Os Jogos Olímpicos e Paralímpicos do Rio colocaram em prática uma modalidade que deve se expandir para outros “campos”. A iniciativa, que merece uma medalha de ouro, foi desenvolvida pela Secretaria de Estado do Ambiente do Rio de Janeiro (SEA/RJ), em parceria com a Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho e com a Autoridade Pública Olímpica (APO). Pela primeira vez na história, a coleta seletiva de resíduos nos locais de competições contou com a participação de cooperativas de reciclagem de catadores de materiais recicláveis.

“O resultado foi fantástico. As cooperativas mostraram capacidade em lidar com grandes volumes de resíduos e isso nos dá muita confiança”, comemora Ricardo Alves, coordenador do Programa Ambiente Solidário, da SEA/RJ, apresentando os números do Placar da Reciclagem dos Jogos Olímpicos: 244 toneladas de materiais recicláveis. “Nossa meta agora é levar o programa para todos os 92 municípios do estado, apoiando a contratação de cooperativas de reciclagem pelas prefeituras, como prevê a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).”

Durante os 16 dias das Olimpíadas, 33 cooperativas cariocas participaram tanto da coleta seletiva de resíduos quanto da triagem do material. Foram 300 catadores envolvidos, recebendo diária de R\$ 80 pelo serviço e comercializando o material reciclável. Segundo o Placar da Reciclagem (www.placardareciclagem.com.br), foram separadas 190 toneladas de papelão, 23 toneladas de plástico e 31 toneladas de metal (incluindo a lata de alumínio).

Com o sucesso da operação, a expansão para os municípios do estado pode tornar o Rio de Janeiro o primeiro a adotar integralmente as medidas previstas na PNRS. Ricardo Alves estima que, caso a proposta de contratação de cooperativas seja adotada por todas as prefeituras, o número de catadores atuando no estado – hoje na casa dos 10 mil profissionais – pode triplicar. “É um modelo que, além de gerar renda e emprego, ajuda a preservar recursos naturais”, disse, lembrando que hoje nenhuma cidade do estado adota o modelo.

Ricardo Alves

Coordenador do Programa Ambiente Solidário, da SEA/RJ



ACORDO SETORIAL

Na PNRS, a responsabilidade pelo destino final dos resíduos é compartilhada por todos os envolvidos na cadeia de consumo de bens e serviços. No final do ano passado, foi assinado, com o Ministério do Meio Ambiente, o Acordo Setorial de Embalagens em Geral, que define papéis e responsabilidades das empresas usuárias e fabricantes de embalagens para coleta e reaproveitamento do material descartado.

O modelo, inspirado no processo de logística reversa da lata de alumínio para bebidas, fortalece cooperativas de reciclagem e proporciona melhores condições de trabalho aos catadores de materiais recicláveis. “Esse trabalho realizado pela SEA/RJ trilha o caminho correto ao envolver os catadores. Além disso, mostra para as prefeituras do país que a contratação de cooperativas de reciclagem para a coleta seletiva não é apenas uma determinação da PNRS, mas a melhor forma de atingir as metas de reciclagem, tanto pelo lado ambiental quanto pelo aspecto social”, analisa Renault Castro, presidente executivo da Abrelatas.

Em reportagens divulgadas pela SEA/RJ, alguns catadores confirmam o sucesso do modelo. “Essa é uma oportunidade de ter uma renda extra e ter o trabalho de catadora reconhecido. O mundo já acordou que precisa reciclar e no Brasil não pode ser diferente”, disse Valquíria Magalhães, que trabalhou como catadora no Parque Olímpico da Barra. “Essa é uma experiência única e nova. A quantidade de material é bem grande e isso vai ser bom para todos”, ressaltou Wellington de Mattos, outro catador que trabalhou no Parque Olímpico da Barra.



De cara nova

A Heineken lançou em setembro sua nova identidade em um novo formato de lata (250 ml). O lançamento da latinha inaugura o novo visual da marca, que deu ainda mais destaque ao verde característico da cervejaria. Os novos logotipos, rótulos e embalagem substituem a cor preta em seu banner por um tom verde-escuro e trazem uma versão maior da estrela vermelha. As novidades dão continuidade à campanha global “There’s more behind the star”, lançada em junho deste ano, que convida o público a descobrir as histórias e origem da marca.



Espírito olímpico

O espírito olímpico invadiu as latas da Sprite! Para celebrar os jogos, chegou ao mercado edição especial esportiva das latinhas. São dois modelos que fazem referência a alguns dos esportes mais queridos do brasileiro: o vôlei e o basquete. A novidade faz parte da plataforma de inovação da bebida que já trouxe para as embalagens códigos de Snapchat.

Pegada verde

A Feel Good acaba de modernizar suas embalagens e está de roupa nova! Com ilustrações mais realistas e realçando os ingredientes, a nova lata aposta no *appetite appeal* do consumidor. Agora, a identificação das frutas e dos demais ingredientes ganha destaque nas novas embalagens por meio de imagens maiores e mais realistas, combinadas ao uso de um *splash* com a intenção de provocar sensação de refrescância. São vários sabores para experimentar: Chá Verde com Limão, Chá Verde de Laranja com Gengibre, Chá Verde com Cranberry, Chá Branco, Chá Branco com Lichia e Chá Vermelho com Amora.



Economia circular

A Virada Sustentável, festival anual de mobilização e educação para a sustentabilidade, debateu este ano a Economia Circular. A Novelis, líder mundial em laminados, participou do painel Cadeias Circulares com o Case do Alumínio, debatendo o ciclo de desenvolvimento do alumínio, incluindo a prática da reciclagem. O conceito de Economia Circular se fundamenta na prática de sustentabilidade em 360°, reduz custos e se mostra como alternativa para a escassez de matéria-prima. Saiba mais em www.viradasustentavel.com.

Memória infantil

Para celebrar o Dia das Crianças, o refrigerante Itubaína, fabricado pela Brasil Kirin, se uniu à marca Estrela e lançou uma coleção de latas ilustradas com brinquedos clássicos da parceira. São quatro modelos de latas que trazem imagens do Autorama, Aquaplay, Banco Imobiliário e Genius, resgatando memórias da infância de seus consumidores. “O brinquedo tem a propriedade de só despertar sentimentos felizes. É um casamento perfeito entre marcas tão tradicionais e ao mesmo tempo tão contemporâneas”, explica Aires Fernandes, diretor de marketing da Estrela.

