

NOTÍCIAS DA LATA

BOLETIM INFORMATIVO DA ABRALATAS

ANO 16 - Nº 84

DIÁLOGO

NOVO PRESIDENTE EXECUTIVO DA ABRALATAS
QUER MAIOR INTERAÇÃO COM CONSUMIDOR
E ENVOLVIMENTO DA ASSOCIAÇÃO NA
FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS



Alumínio é para sempre.

Assumir a Presidência Executiva de uma entidade como a Abralatas, que construiu um histórico de credibilidade junto a órgãos públicos, a parceiros e à própria sociedade, é um desafio que me deixa honrado. Tanto pela confiança em mim depositada, como pela equipe e estrutura que garantem a base para realizar um bom trabalho. Nesse contexto, não poderia deixar de agradecer ao meu antecessor, Renault Castro.

Estaremos atentos às oportunidades e abertos ao diálogo para colocar a lata de alumínio para bebidas no lugar que ela merece. A modernização se faz necessária num mundo onde a tecnologia assume um protagonismo relevante. De olhos sempre abertos às demandas do chamado novo consumidor, com destaque para as inegáveis vantagens ambientais e tecnológicas da latinha.

Não é à toa que, nos últimos 10 anos, a latinha elevou sua participação média no mercado de cervejas em cerca de 20 pontos percentuais. Atualmente, envasamos mais da metade da cerveja produzida no país porque ouvimos o consumidor e soubemos oferecer a melhor alternativa para os fabricantes de bebidas e para os comerciantes.

Por ser a lata de alumínio o que é, a Abralatas se sente legitimada a apoiar e a valorizar iniciativas que busquem apoio à temática ambiental. Se antes dependíamos da natureza para dar base à lei, agora estamos assistindo a uma trágica inversão em que o homem usa a lei para salvar a natureza agonizante. Fortaleceremos esse trabalho para garantir a inserção de novas políticas públicas, em todas as esferas de governos, que incentivem a redução dos impactos ambientais do consumo e da produção. A construção e a aplicação de estratégias de sustentabilidade são baseadas fundamentalmente no equilíbrio de fatores econômicos, sociais e ambientais. Juntos com mais 27 associações representativas, trabalharemos numa base tecnológica, institucional e legal eficaz de modo a instalar a necessária harmonia e a correta gestão ambiental.

E, falando ainda em sustentabilidade, encerramos nesta edição a versão impressa do nosso Notícias da Lata, criado há 15 anos. Depois desta edição, o jornal continuará a ser publicado exclusivamente no formato digital e disponibilizado no site da Abralatas. Uma modernização necessária e alinhada à responsabilidade ambiental que está, há 30 anos, associada à nossa embalagem.

CÁTILLO CÂNDIDO
Presidente Executivo da Abralatas



Foto: Divulgação

MUDANÇAS NA ABRALATAS

A Abralatas começa o segundo trimestre do ano com duas alterações no seu quadro. Além da chegada do advogado Cátילו Cândido, novo presidente executivo da entidade (veja entrevista na página 3), Jorge Angel Rosa Garcia (foto) retorna à presidência do Conselho de Administração da Abralatas, cargo que ocupou entre março de 2015 e fevereiro de 2017. Seu antecessor, Wilmar Arinelli Júnior, presidente da Crown Embalagens, ocupou a presidência do Conselho no período 2017-2019.

Jorge Angel, vice-presidente de tesouraria da Ball, é engenheiro químico pela Universidade Federal da Bahia, com especialização em Processos Petroquímicos pela Univesitá di Bologna e MBA em Mercado de Capitais pelo Ibmecc. Durante sua primeira passagem pela presidência do Conselho, deu atenção especial à defesa da Tributação Verde como política pública de estímulo ao consumo e produção sustentáveis.

A nova gestão tem a missão de envolver, ainda mais, os trabalhos da Associação com seus públicos estratégicos, incluindo o chamado novo consumidor, cada vez mais atento às inovações e preocupado com a preservação ambiental.



EXPEDIENTE

Boletim da ABRALATAS
Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alumínio » 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 de Administração: Jorge Angel
Presidente Executivo: Cátילו Cândido
Gerência: Guilherme Caniello
Projeto Gráfico: Frisson Comunicação
Jornalista responsável e Redação: Cláudio Tourinho e Sinval Neto
Revisão: Fátima Campos
Tiragem: 3.300 exemplares
Impressão: M2 Gráfica e Editora

ASSOCIADOS



AFILIADOS



CONHEÇA A ABRALATAS EM: WWW.ABRALATAS.ORG.BR



Advogado e pós-graduado em Direito pela Universidad Complutense de Madrid, atuou no setor público e em diversas empresas do setor privado, com larga experiência em assuntos corporativos e governamentais. Nos últimos anos esteve à frente da Diretoria de Assuntos Institucionais da Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce).



Foto: Divulgação

DIÁLOGO E INTERAÇÃO

Novo presidente executivo planeja envolver, ainda mais, a indústria da lata de alumínio para bebidas com o novo consumidor e na formulação de políticas públicas

Na era da interação, com redes sociais dando voz ao consumidor e o aproximando das empresas, o melhor caminho a trilhar é o do diálogo, do esclarecimento. Essa é a posição do novo presidente executivo da Abralatas, Cátilo Cândido, que assumiu o cargo em abril, em substituição ao economista Renault Castro que presidiu a Associação nos últimos 13 anos. Confira a seguir a entrevista concedida ao Notícias da Lata.

QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS DESAFIOS DESTA NOVA GESTÃO?

Estamos vivendo em uma era de muita interação entre as pessoas, com um elevado nível de troca de informações. É muito importante o diálogo neste primeiro momento, inclusive de maneira ampliada com governos, parlamento e sociedade. Temos a embalagem para bebidas mais sustentável do planeta, numa época em que a responsabilidade ambiental é condição de sobrevivência para qualquer indústria. O maior desafio é difundir essa vantagem competitiva da latinha, inclusive internamente, envolvendo toda a sua cadeia produtiva. O diálogo é essencial para a construção de políticas públicas que envolvam os principais temas de interesse da Abralatas, como meio ambiente e inovação.

O QUE PRETENDE TRAZER DE EXPERIÊNCIA DA ABRASCE, POR EXEMPLO, PARA SUA ATUAÇÃO NA ABRALATAS?

Aprendi na Abrasce que é fundamental conhecer a realidade das várias unidades de shoppings. Percebemos as necessidades e oportunidades de atuação dos diversos tipos de lojistas e fornecedores, ao presenciar o dia a dia das operações. Na Abralatas não será diferente. Estarei próximo das unidades, do chão de fábrica e de todos os principais atores da cadeia produtiva da lata de alumínio para bebidas. São fontes permanentes de informação e de aprendizado. Outro ponto é que o shopping é uma espécie de grande *showroom* da inovação, assim como a indústria da latinha, que a todo momento apresenta soluções inovadoras e sustentáveis para as tendências mundiais de consumo de bebidas. Essa postura moderna, inovadora, de vanguarda precisa ser devidamente reconhecida.

O DESEMPENHO DESSE SETOR FOI BEM SUPERIOR AO DA ECONOMIA NO ANO PASSADO. O SENHOR ACREDITA QUE ESSE RESULTADO IRÁ SE REPETIR NOS PRÓXIMOS ANOS?

É cedo ainda para uma previsão sobre os resultados do ano. Precisamos acompanhar os próximos passos do governo, avaliar as soluções apresentadas para a economia voltar a deslanchar. Mas, olhando um pouco pelo retrovisor, vejo que o setor registrou bons resultados nos últimos anos porque acompanhou tendências e demandas do consumidor. É nítido que fizemos nossa tarefa de casa. Preparamo-nos para este momento. Trouxemos tecnologia de ponta, de última geração. Criamos tamanhos e formatos diferentes, de acordo com o momento de consumo. Hoje, a lata envasa mais de 50% da cerveja produzida no país porque oferece ao consumidor o que ele precisa. Há uma tendência de manutenção do crescimento, mas ainda é cedo para saber como terminaremos o ano. A expectativa é de um crescimento por volta de 5%, com ampliação na participação em cerveja e em outros tipos de bebidas, como chá, energético e sucos.

UM DOS ATRATIVOS DA LATA É A QUESTÃO DA SUSTENTABILIDADE. O SENHOR CONSIDERA ESSE UM FATOR IMPORTANTE NA CONQUISTA DE MERCADO?

Sem dúvida, a responsabilidade ambiental é um dos pilares para a sobrevivência e conquista de mercado atualmente, em especial no segmento de bebidas, e a lata carrega essa marca. O consumidor moderno nasce em uma era onde a sustentabilidade e a tecnologia vêm de berço. Esse consumidor tem tudo para optar por produtos ecologicamente melhores.

“

Temos a embalagem para bebidas mais sustentável do planeta, numa época em que a responsabilidade ambiental é condição de sobrevivência para qualquer indústria. O maior desafio é difundir essa vantagem competitiva da latinha, inclusive internamente, envolvendo toda a sua cadeia produtiva.

”

E, aos poucos, já está optando. O desafio é ampliar ainda mais o engajamento da indústria e do consumidor nessa causa. Uma causa que deve ser economicamente viável, aliando baixo impacto ambiental com responsabilidade social, como em relação ao importante trabalho desenvolvido pelos catadores de materiais recicláveis na bem-sucedida logística reversa da lata.

CAMPEÃ EM RECICLAGEM, A LATA SOFRE TRIBUTAÇÕES SUCESSIVAS. HÁ ALGO A SER FEITO PARA CORRIGIR ISSO?

A Abralatas desenvolve um importante projeto, inclusive em debate no Congresso Nacional por meio da Frente Parlamentar da Economia Verde (leia matéria na página 8), que propõe soluções tributárias com a finalidade de apoiar o Brasil em sua inserção na economia global de baixo carbono, ao incentivar a produção e o consumo de bens e serviços de baixo impacto ambiental. É a chamada Tributação Verde, modelo já implementado com sucesso em outros países. Dar isonomia tributária para quem produz sem levar em consideração o impacto ambiental resultante e o mal-estar que provoca na população é valorizar a poluição. Não é isso o que queremos. No caso da latinha, infinitamente reaproveitada e com índices elevados de reciclagem, há ainda esse grave problema da múltipla tributação sobre o alumínio, material utilizado na produção da embalagem.

A LATA JÁ ENVASA MAIS DA METADE DA CERVEJA PRODUZIDA NO BRASIL. HÁ ESPAÇO PARA CRESCER AINDA MAIS?

Curioso que, em 2009, a lata envasava 32% de toda a cerveja produzida no país. Em 10 anos, os fabricantes entenderam o consumidor, passaram a dar novas formas à lata, aplicaram novas tecnologias de impressão, mostraram que a embalagem é mais leve e mais fácil de ser transportada e armazenada. Sem falar na questão da reciclagem, da redução brutal do consumo de energia e, conseqüentemente, da emissão de CO₂ na atmosfera, e da geração de emprego e renda com o reaproveitamento do alumínio. Essas características são necessárias para qualquer tipo de embalagem se firmar e crescer, ou seja, certamente há espaço para ampliar a participação da lata no mercado.

A LATA DE ALUMÍNIO ESTÁ SENDO PRODUZIDA NO BRASIL HÁ 30 ANOS. O QUE MUDOU NO CONSUMIDOR NESSE PERÍODO?

Desde o início, a lata tem a cara da modernidade. Sua chegada foi festejada pelo consumidor, porque inovava o hábito de consumo. Vale lembrar que, junto com a nossa indústria, praticamente surgia o conceito de reciclabilidade. Lançamos campanhas nas escolas para trocar latas por computadores, por exemplo, deixando claro que a embalagem descartada tinha valor, poderia ser reaproveitada.

Ao longo dos anos, a indústria foi se espalhando pelo território brasileiro, chegaram novos *players*, sempre atentos ao que o consumidor pedia. Hoje, a chamada geração *milenium* exige uma embalagem sustentável. É uma geração mais atenta. E a lata está ali, na sua mão, trazendo o que há de mais moderno – e sustentável – em matéria de embalagem.



Foto: Divulgação

“
O diálogo é essencial para a construção de políticas públicas que envolvam os principais temas de interesse da Abralatas, como meio ambiente e inovação.
”



ANOS

1989 - 2019

Inovação e sustentabilidade por um futuro melhor

Há três décadas no Brasil, a latinha de alumínio chegou para mudar o mercado de bebidas e influenciar o comportamento do consumidor. Tecnologia de ponta aplicada ao processo produtivo e compromisso com a sustentabilidade - a latinha é a embalagem para bebidas mais reciclada do mundo - são as marcas do setor, que bate recordes de vendas e de reciclagem a cada ano.

Inovação pela natureza, essa é a essência da lata de alumínio para bebidas. Essa é a sua mensagem para o futuro.



www.abralatas.org.br

ECONOMIA VERDE

Congresso analisa o uso da tributação para orientar consumo e produção de baixo impacto ambiental



Foto: Joel Rodrigues



“

Estamos propondo dar uma conotação verde aos impostos que já existem e não criar novos.

”

EVERARDO MACIEL
Tributarista



Everardo Maciel e deputado Arnaldo Jardim com representantes do Conselho de Administração da Abralatas

O Brasil deu mais um passo na busca por soluções viáveis e capazes de unir desenvolvimento econômico e sustentabilidade. No dia 26 de março, tiveram início em Brasília (DF) os trabalhos da Frente Parlamentar Mista da Economia Verde. O encontro, realizado na Câmara dos Deputados, reuniu especialistas e representantes de setores interessados em adotar um modelo tributário que estimule a produção e o consumo de bens e serviços de baixo impacto ambiental.

Palestra realizada pelo tributarista Everardo Maciel, ex-secretário da Receita Federal, reforçou determinação constitucional (Art. 170, VI) e demonstrou, mais uma vez, que isso é possível. Ele apresentou os resultados de um estudo encomendado pela Abralatas para subsidiar os debates

em torno da chamada Tributação Verde. Segundo Maciel, ao invés de criar impostos ambientais, o que exigiria alterações na Constituição Federal, o caminho mais adequado é a adoção de medidas extrafiscais.

Por meio de isenções, benefícios tributários e alíquotas diferenciadas, a extrafiscalidade serviria como instrumento para dissuadir, compensar ou incentivar determinadas práticas de produção e de consumo de maior ou menor impacto ambiental.

Para tratar da matéria no âmbito tributário, Maciel indicou um caminho legal prático, que consiste na utilização de tributos já existentes, mas sem finalidades arrecadatórias, apenas com o objetivo de intervir em práticas econômicas e condutas sociais. “Estamos propondo dar uma

conotação verde aos impostos que já existem e não criar novos. Fazer com que os tributos existentes possam levar em conta o impacto ambiental”, disse o tributarista.

Uma das alternativas propostas é a criação de listas de produtos e serviços com impostos que onerem ou beneficiem fabricantes e consumidores de acordo com os respectivos impactos gerados no meio ambiente – as chamadas lista verde e lista vermelha.

As listas criariam um parâmetro para subsidiar, por exemplo, alíquotas de IPI, PIS e COFINS. Na prática, isso já existe em alguns setores. Carros movidos a álcool têm IPI e IPVA com alíquotas reduzidas. Áreas de interesse ambiental estão de fora da base de cálculo do Imposto sobre a Propriedade Territorial Rural (ITR).

Representando a Abralatas, Renault Castro, então presidente executivo da Associação, lembrou que o objetivo do grupo é buscar o cumprimento do Artigo 170 da Constituição Federal. O dispositivo fala sobre tributar bens e serviços de acordo com os respectivos impactos ambientais. “A proposta da Tributação Verde é orientar o desenvolvimento econômico sustentável do país, utilizando instrumentos tributários para fazer com que os preços de mercado dos diversos bens e serviços reflitam também seus custos sociais e ambientais”, explica.

A Abralatas acredita que os debates, abertos para que todos os setores participem e apresentem sugestões, poderão estimular a criação de política públicas que orientem o consumo e a produção de bens e serviços de baixo impacto ambiental, apoiando o Brasil a se inserir na nova economia mundial de baixo carbono. O primeiro ano de trabalho do grupo irá se concentrar nas discussões sobre matérias legislativas correlatas em tramitação no Congresso, considerando propostas como as apresentadas pelo tributarista Everardo Maciel.

O presidente da Frente, deputado federal Arnaldo Jardim (Cidadania/SP), adiantou que não será proposta a criação de novos impostos, mas sim a modificação de alguns já existentes. Ele definiu a Frente como uma mudança qualitativa no debate nacional sobre Economia Verde.

“Será também um espaço para divulgar boas iniciativas que ocorrem no país, como o IPTU Verde, por exemplo. Vamos debater e buscar aprimoramento daquilo que está sendo feito em alguns lugares, para que possamos levar para outras regiões”, afirmou o deputado.

O debate sobre Economia Verde no Congresso Nacional foi motivado por uma iniciativa da Abralatas, que realizou intensa campanha com parceiros nos âmbitos público e privado, e reuniu apoio de 27 entidades representativas a um manifesto público lançado em julho de 2018 (tributacaoverde.org.br). O documento defende a regulamentação de dispositivos constitucionais sobre defesa e preservação ambiental, incluindo aperfeiçoamentos da Política Nacional de Resíduos Sólidos, em vigor desde 2010.

REGULAMENTAR DETERMINAÇÃO CONSTITUCIONAL



Deputado federal
Arnaldo Jardim,
presidente da Frente
Parlamentar Mista
da Economia Verde

Foto: Joel Rodrigues

Vinho na lata

A Vivant Wines lançou o primeiro vinho fino e seco em lata de alumínio do Brasil. São três diferentes sabores: tinto (Cabernet/Merlot), branco (Chardonnay) e rosé (Syrah/Pinot noir). Segundo a empresa, a ideia de envasar a bebida nessa embalagem surgiu para agregar praticidade ao vinho nos momentos em que o vidro não se encaixa tão bem, como em festas onde não há garçons ou mesas para apoiar a garrafa. As latinhas de 269 ml já estão à venda no Rio de Janeiro e devem chegar em breve a São Paulo.



Heróis e vilões animados

A Coca-Cola sem açúcar estampou suas latinhas com personagens do filme *Vingadores: O Ultimato*. São doze diferentes super-heróis e vilões que ganham vida por meio de realidade aumentada. Para interagir com a tecnologia impressa na embalagem, basta escanear o QR Code por meio de um aplicativo lançado pela própria Coca-Cola. Ao todo, 56 países receberão a edição limitada das latinhas nos formatos 310 ml e 350 ml.



Da garrafa para a lata

A cervejaria artesanal Protótipo lançou a lata de 473 ml da Santê Juicy Ipa, em substituição à garrafa de 500 ml. O sócio da cervejaria, Lucas Zacharias, afirma que essa troca teve o objetivo de melhorar ainda mais a excelência do produto. “A lata é 100% à prova de luz, impedindo assim interferência na qualidade da cerveja. A questão estética também foi um fator decisivo para a mudança. As artes dos rótulos nas latas são bem mais atrativas que na garrafa. O consumidor se sente mais estimulado a consumir quando se depara com uma embalagem diferente e criativa”, explica.

Ardagh expande capacidade de produção

A Ardagh Group, associada da Abralatas, anunciou recentemente plano de expansão da capacidade de produção de corpo e de tampas de latas de alumínio para bebidas. Desde 2017, a planta de latas em Jacareí (SP) tem operado em sua capacidade máxima de produção, que será expandida até o primeiro trimestre de 2020. Já a unidade de tampas, localizada em Manaus (AM), começou sua operação em maio de 2018 e aumentará a sua capacidade logo mais, em junho deste ano. Esses investimentos estão em linha com o comprometimento da Ardagh Group em apoiar o crescimento de seus clientes do mercado de latas.



ArdaghGroup



Vencedora de concurso na lata

A Bierland acaba de lançar uma cerveja no estilo Catharina Sour, tipo desenvolvido em homenagem à tradição dos cervejeiros de Santa Catarina. De cor clara, refrescante, levemente ácida e com a adição de caju, a bebida é uma edição especial e chega ao mercado em lata de alumínio. Com estampa moderna, a latinha com laranja *dégradé* traz impressa a constelação de Chamaeleon, referência à capacidade de troca de cor.

**MAIS INTERATIVO E
MAIS SUSTENTÁVEL
DO QUE NUNCA.**

A partir da próxima edição, o jornal **Notícias da Lata** será disponibilizado apenas na **versão digital**. Tudo para proteger o planeta e oferecer mais conteúdo para você. Boa Leitura!

