

Mais pressão pelo regime

Antes, era apenas por economia e aumento de competitividade. Agora, reduzir o peso de garrafas de PET para água mineral ganha sentido como ação eco-responsável

Por Guilherme Kamio

Reducir o peso das embalagens é uma antiga e permanente obsessão da indústria de água mineral. Pudera. Em alguns casos, a mais popular apresentação comercial da bebida, a garrafa de PET, chega a representar 75% do custo do produto. Para produções que envolvem milhões ou bilhões de unidades, o alívio de um mísero grama por garrafa é capaz de gerar economia significativa para o engarrafador. Não espanta, portanto, o fato de o consumo de matéria-prima ser hoje um componente fundamental no desenvolvimento de novas embalagens para águas.

Os últimos meses, contudo, indicaram ao setor de águas minerais que reduzir o peso das garrafas plásticas pode atender a outro objetivo além daquele precípuo de enxugar o dispêndio com embalagem. Sucede que grupos ambientalistas americanos e europeus passaram a incentivar um boicote às águas engarrafadas, por considerarem as embalagens dessas bebidas agravantes do efeito estufa, pelos gases emitidos na produção, e geradoras de volumes exponenciais de resíduos nem sempre reciclados. A campanha, que defende o consumo de água da torneira como atitude ecológica, foi objeto de reportagem da edição de 27 de novembro de 2007 do semanário *Veja*, da Editora Abril, intitulada “A guerra contra a água mineral” (veja o quadro na página 32).

Lá fora, a cruzada contra as águas vendidas no varejo – ou melhor, contra as embalagens desses produtos – provocou reações da indústria assim que ganhou evidência na grande mídia. Nos Estados Unidos, por exemplo, a Nestlé encetou uma espécie de “recall” das garrafas de PET de 500 mililitros de suas diversas águas minerais, relançando-as num novo modelo de garrafa com pouco mais de 11 gramas, 30% mais leves que as substituídas. A embalagem, providencialmente batizada de Eco-Shape, estrela campanhas publicitárias nas quais é destacada como sinal claro de preocupação ambiental da multinacional suíça.



Garrafas de 500 e 510 mililitros das águas nacionais já pesam cerca de 16 gramas



Os recentes libelos contra a água engarrafada ainda não reverberaram no Brasil, onde dificilmente a sugestão de consumo de água canalizada da rede pública ganharia adesão maciça. Mas o setor de águas minerais garante não estar insensível ao alívio de peso das garrafas de PET como atitude pró-ativa em sustentabilidade. Exemplo: num movimento de cerca de dois anos para cá, diversas garrafas de PET de 500 e de 510 mililitros de águas minerais naturais nacionais transitaram do padrão de 18 a 20 gramas para pesos de 16 gramas ou menos. Marcas como Petrópolis Paulista, Crystal, Via Natural, Ouro Fino e Puríssima, entre outras, protagonizam tal “emagrecimento”.

Padrões revistos para baixo

Ainda na seara das garrafas de 500 mililitros, porém para água com gás, bebida que exige paredes mais espessas em virtude do conteúdo sob pressão, a Ouro Fino ganhou recentemente uma garrafa com 17 gramas. A convenção do mercado é a garrafa com 22 a 24 gramas. “Já as garrafas de PET de 2 litros para água com gás até

Anúncio



Nova garrafa Eco-Shape, da Nestlé americana: claro apelo ecológico



Ouro Fino conseguiu 17 gramas na garrafa de água com gás

pouco tempo atrás tinham como padrão de mercado o peso de 54 gramas", lembra Carlos Alberto Lancia, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Águas Minerais (Abinam). "Hoje, 80% do mercado já utilizam garrafas de 47 gramas, e, os 20% restantes, garrafas de 49 gramas,"

De acordo com executivos consultados por EMBALAGEMMARCACA, as conquistas em redução de peso nas garrafas de PET das águas nacionais só não têm sido maiores pelos custos envolvidos nas alterações de embalagem dessa natureza. "Cada vez mais a tecnologia suporta diminuições no consumo de material por garrafa, mas é preciso considerar que qualquer redução incide em investimentos relativamente altos em novos moldes de injeção de preformas", comenta Fausto Lopes Bernardino Jr., supe-

rintendente comercial da convertidora Engepack, que no negócio de águas tem como cliente de peso a Coca-Cola Femsa, produtora das águas Crystal. Recentemente, a Crystal ganhou extensões de Unha com garrafas de PET de 250 e 350 mililitros cujos projetos, segun-

do Bernardino, fiaram-se em alta leveza (veja EMBALAGEMMARCA n° 97, setembro de 2007).

O mercado nacional, agora, vive a expectativa da chegada de novidades auspiciosas para o enxugamento de peso das embalagens plásticas para águas, como o conceito NoBottle ("sem garrafa", em tradução livre para o português), desenvolvido pela multinacional francesa de equipamentos Sidel para permitir a criação de garrafas de PET de 500 mililitros com apenas 9,9 gramas. "Atualmente há três grandes projetos em andamento no Brasil", revela Marcos Tadeu de Lorenzi, gerente de marketing da Sidel para a América do Sul, impossibilitado de dar maiores detalhes.

Compasso de espera

Baseado numa tecnologia chamada Flex, que combina a flexibilidade e a memória elástica dos plásticos, dispensando o uso dos corriqueiros anéis de sustentação estrutural nas garrafas, o NoBottle, lançado em junho do ano passado, foi eleito a melhor inovação mundial em embalagem de 2007 pelo 4° Congresso Global de Água Engarrafada, ocorrido em setembro último no



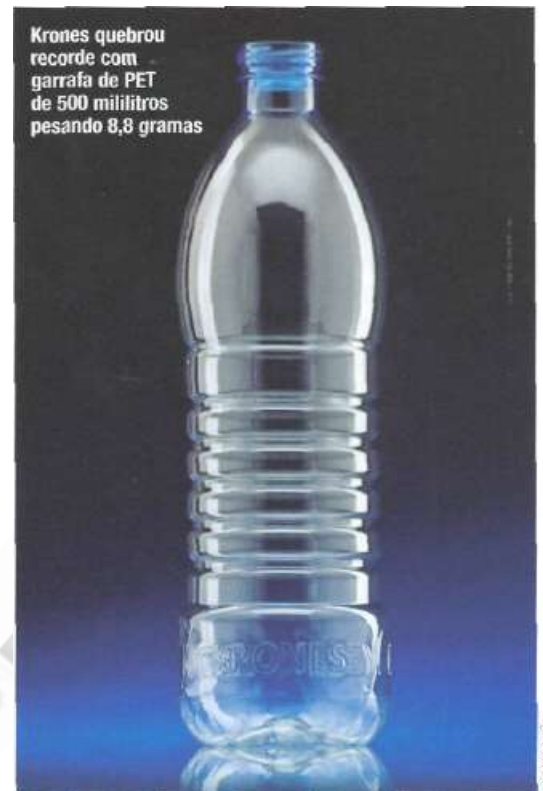
NoBottle, da Sidel: garrafa tão leve que é quase etérea

FOTOS: DWAI GAÇÃO

Anúncio

México. De acordo com Lorenzi, já existem marcas estrangeiras de águas minerais utilizando a tecnologia, mas seus nomes são, por ora, mantidos em sigilo. "A implantação da NoBottle exige alterações mínimas em linhas já existentes de sopro de garrafas com nossa tecnologia", assegura o executivo.

Outro nome de peso da área de equipamentos para embalagem que recentemente investiu em meios de produzir garrafas de PET ultraleves para água mineral foi a alemã Krones. Na última K, feira de plásticos ocorrida na Alemanha no fim de outubro de 2007, a empresa apresentou garrafas de PET de 500 mililitros pesando 8,8 gramas. "É um tipo de embalagem somente possível de ser produzido em máquinas de alta precisão e homogeneidade, que permitem um afinamento da espessura da garrafa sem ocasionar grandes perdas e defeitos no processo", ressalta Ayrton Irokawa, supervisor de vendas da Krones do Brasil. Conforme ele explica, as garrafas, cheias, suportam *top loading* (empilhamento) de 33 quilos, não afetando a paletização.



Vilania desmesurada e repelida

Setor de águas minerais se considera um bode expiatório de campanhas como a retratada por *Veja*

Sob o título "A guerra contra a água mineral", a revista *Veja*, da Editora Abril, reportou em sua edição de 27 de novembro último por que a água mineral "passou a ocupar um lugar de destaque nas preocupações de muitos ambientalistas". "A fabricação das garrafas plásticas usadas pela maioria das marcas é um processo industrial que provoca grande quantidade de gases que agravam o efeito estufa. Ao serem descartadas, elas produzem montanhas de lixo que nem sempre é reciclado. Muitas entidades ambientalistas têm promovido campanhas de conscientização para esclarecer que, nas cidades em que a água canalizada é bem tratada, o líquido que sai das torneiras em nada se diferencia da água em garrafas. Organizações européias e americanas até estimulam as pessoas a escrever a seus restaurantes favoritos pedindo que suspendam a venda de água

mineral e, dessa forma, contribuam com a preservação do planeta", publicou a revista. "*Veja* cometeu o mesmo erro de outras publicações que desconhecem o mercado de águas. A realidade é que as duas marcas de água mais vendidas nos Estados Unidos (*Dasani* e *Aquafina*), que detêm em conjunto 24% do mercado, têm origem na rede pública municipal. Dai a recomendação em alguns estados americanos para que os consumidores

dessas marcas (e de outras com origem semelhante) dêem preferência à água de torneira e não à água envasada", disse a EMBALAGEM MARCA Carlos Alberto Lancia, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Águas Minerais (Abinam). "Na onda dessa campanha, uma ONG americana decidiu investir sobre as garrafas plásticas, citando, porém, como poluidoras apenas as embalagens de água, e não as de refrigerantes, sucos, chás, óleos, azeites, vinagres, produtos de beleza e centenas de outros igualmente embalados em plástico. E mais: condena o uso de energia na produção e transporte de água, como se a industrialização, distribuição e comercialização fosse uma exclusividade do produto", emenda Lancia. Em tempo: *Veja* publicou, em edições subsequentes, cartas de Lancia com o mesmo teor das declarações acima reproduzidas.



"As garrafas são muito leves, mas nem por isso são frágeis", diz Trokawa.

Diferentemente da NoBottle, a inovação da Kronos preserva as estrias nas paredes das garrafas. Um componente crucial na redução de peso obtida pela multinacional alemã é o uso da terminação (gargalo) do tipo PCO 26, ligeiramente menor que a PCO 28 padrão do mercado. Já disponível no Brasil através de fornecedoras como a Alcoa CSI e a Bricap, as tampas de rosca PCO 26 permitem economia significativa na construção dos bocais das garrafas de água mineral natural. A Schincariol e a Lindoya, por exemplo, já as utilizam em suas águas.

Limite próximo?

A terminação das garrafas é vista como campo promissor para a redução de peso porque, mesmo com os recentes - e notáveis - avanços em diminuição da espessura, o entendimento é de que já se avizinha um limite para este último quesito.



FOTOS: CARLOS CLIPADO - BLOCO DE COMUNICAÇÃO

"Claro que a redução exagerada pode acarretar problemas de performance da embalagem", avisa Hermes Contesini, responsável pelas Relações com o Mercado da Associação Brasileira da Indústria do PET (Abipet). Contesini informa que, junto com a Associação Brasileira de Normas Técnicas e outras entidades, a Abipet coordena estudos para estabelecer normas para a produção de garrafas "com menos resina, mas com igual resistência mecânica". Noves fora, a Abipet retruca as cutucadas dos ambientalistas com o estágio da reciclagem de garrafas de PET no Brasil. Em 2007 foram reciclados 51,3% das embalagens produzidas no país, garantindo a elas medalha de prata no quesito reaproveitamento, campo em que só perdem as latas de alumínio. Em 2000, o mesmo índice era de 26%.

O esforço da indústria de águas minerais para debelar focos de insatisfação com suas embalagens tem o objetivo de não interromper uma trajetória espetacular. Nos últimos dez anos, o mercado de águas cresceu 145%, e entre 2000 e 2005 a demanda brasileira por água engarrafada aumentou 80%, com um salto de 68% no consumo per capita anual, segundo dados da International Bottled Water Association. Lá fora, empresas já sugerem aos consumidores trocar as águas em garrafa por cantis abastecidos com água da rede pública, e há o temor de que a situação atinja a proporção do boicote às sacolas plásticas descartáveis dos supermercados.

É por isso que, precavidamente, fabricantes de outros bens de largo consumo também redobram atenções à redução do peso de suas embalagens de PET. "Indústrias de óleos demonstraram interesse nas nossas conquistas em redução de peso", comenta Irokawa, da Kronos. Meses atrás, a Coca-Cola anunciou um programa mundial para reduzir o peso das garrafas de seus refrigerantes. "Até por causa de questões de competitividade, a tendência da diminuição de peso de garrafas irá continuar candente", entende Paulo Rochet, gerente-geral da Amcor PET Packagmg, uma das maiores fornecedoras de garrafas da Coca-Cola. "Mas a verdade é que, sem educação e conscientização da sociedade a respeito do descarte de resíduos, o fato de a embalagem pesar menos acaba não tendo o impacto merecido, pois ela continua indo parar onde não deveria."

Anúncio