

ANO 27 EDIÇÃO 130

anave

ISSN 0102 - 4329 R\$ 11,95



9 770102 432009

00130

NEGÓCIOS E TECNOLOGIA EM CELULOSE, PAPEL E DERIVADOS

Ecoforum Setorial Anave

Cobertura completa

CRÉDITO DE CARBONO

Mercado ainda discute tributação



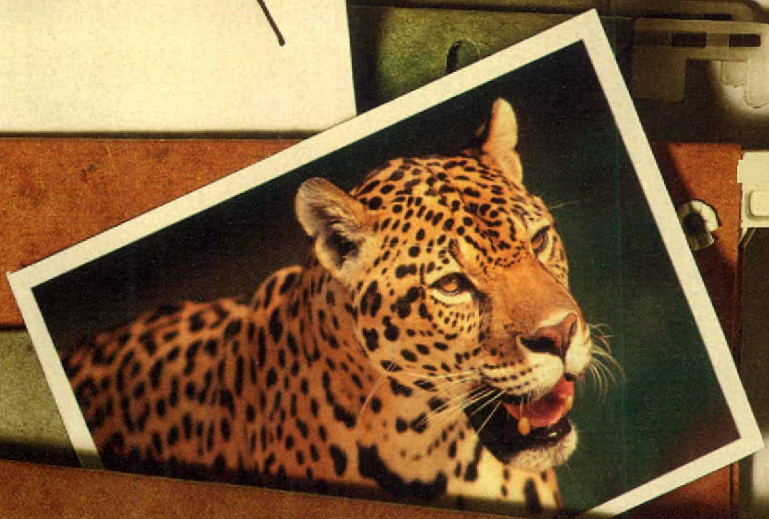
RISI

ARTIGO RISI

Consolidação à frente no Setor Brasileiro de Celulose

0,5% é o que resta da
Floresta com Araucária.
Seria um ótimo
número se fosse imposto.





Mostre que sua empresa tem
responsabilidade ambiental.
Seja um Associado Corporativo da SPVS.

Com apenas uma doação por ano, sua
empresa ajuda a preservar a natureza
e pode ganhar o direito de usar
o selo "Associado Corporativo".
E o valor ainda pode ser deduzido do
Imposto de Renda. Participe.
A natureza agradece a preferência.

www.spvs.org.br/doacoes/
41 3339-4638



A natureza é a nossa vida.

Theo Borges
Presidente

Edemir Facetto
Vice-Presidente

Jahir de Castro
Diretor Executivo

Mauricio Costa Porto
Diretor de Informações
e Comunicações

Theo Borges
Diretor de Relações com
Indústria de Papel e Celulose

Waldemir José de Carvalho
Diretor de Relações com
Indústria e Papel Reciclado

José Roberto Fazzolari
Diretor de Relações com
Convertedores de Papel

José Henrique R. dos Santos
Diretor de Relações com
Fornecedores da Indústria

Valdir Premero
Diretor de Relações com
Entidades e Associações

Walfredo José Romani
Diretor de Relações com
Distribuidores e Representantes

Edemir Facetto
Diretor de Esportes e Eventos

Edison Raulickis
Diretor Administrativo e Financeiro

REVISTA ANAVE

Editor Executivo
Claudinei Pereira

Projeto Gráfico e Edição de Arte
Idéia Visual

Produção Editorial
Jornalismo, fotos e edição de textos
em parceria com o Portal Celulose
Online e sua equipe de redação.
www.celuloseonline.com.br



Especial Ecoforum

O evento gerou debates, opiniões semelhantes e até controvérsias, mas trouxe à tona elementos que podem se tornar facilitadores para a postura de sustentabilidade do setor. Uma coisa ficou clara: não importa o tipo de papel - há espaço para todos.



Nosso Papel

Suzano e Papyrus apóiam a 130ª edição da revista Anave



10

Entrevista

O Grupo Bignardi se prepara para uma expansão que pretende redimensionar a performance e o faturamento da companhia. A empresa, que aposta na meta do seu crescimento consolidado, já investiu mais de R\$ 60 milhões nesta idéia.



12

Papel Social

Tecnologias aplicadas à produção de embalagens contribui para o processo de reciclagem



18

Distribuição e Logística

Logística da Irani tem foco no cliente



19

Mercado

Mercado de crédito de carbono ainda discute tributação



20

Setorial Gráfico

Indústria gráfica comemora 200 anos com crescimento de 4,8%

16

Viewpoints RISI

Consolidação à frente no setor brasileiro de celulose

48

Registro no Setor

Rigesa terá nova unidade em 2009

50

Registro no Setor

Suzano lança primeiro papel Carbono Zero®

anave

www.anave.org.br

A Associação dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados congrega profissionais, empresas e entidades congêneres. De forma atuante, reflete as necessidades técnico-culturais em busca da crescente competitividade do setor, tanto nacional como internacionalmente. As atividades da ANAVE estão centradas no constante intercâmbio de conhecimentos, nas experiências com negócios e na integração com a sociedade, bem como em ações que fortaleçam seus associados, clientes e fornecedores, sejam técnicas, políticas ou econômicas.

ANAVE

www.anave.org.br
anave@anave.org.br
Av. Brigadeiro Luiz Antônio, 1404
Unidade 21 A São Paulo SP
CEP: 01318-001
Tel.: (11) 3284-0998
Fax: (11) 3284-1457

Impressão e Acabamento:

Gráfica Posigraf - Curitiba - PR
www.posigraf.com.br

Tiragem: 5000 exemplares

Vitacarta

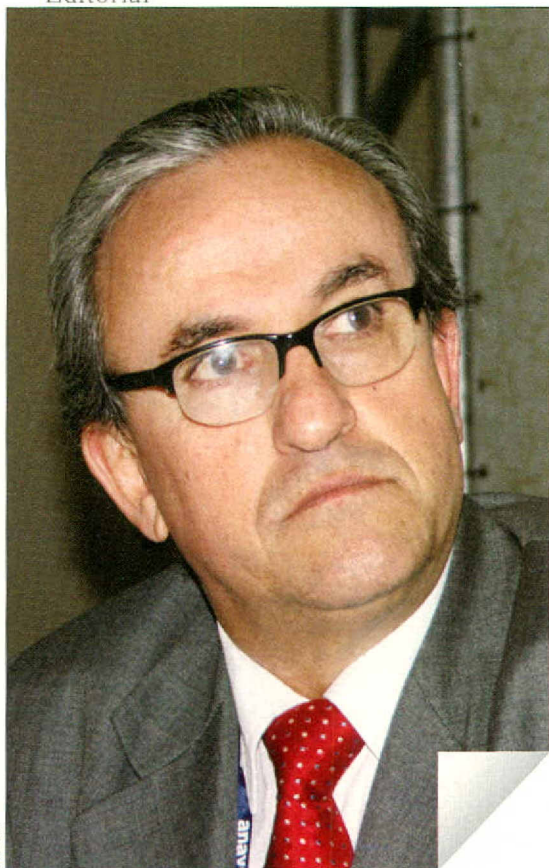


Capa: Vitacarta 210 g/m² (Papyrus)

Kromma
gloss

Miolo: Kromma Gloss 90 g/m² (Suzano)

Veja matéria sobre os respectivos papéis nesta edição



Edi Buzzi

UM ANO DE PERSPECTIVAS E AÇÃO

É com satisfação que apresentamos mais esta edição da Revista Anave. Neste número, os leitores terão a oportunidade de saber quais assuntos e opiniões mobilizaram os temas debatidos durante o ECOFORUM Setorial ANAVE Papéis e Cartões Reciclados, evento realizado no dia 17 de junho, no Hotel Maksoud Plaza, em São Paulo.

Naquela ocasião reunimos nossos associados, parceiros, empresas e profissionais do setor de C&P para, juntos, discutimos um tema urgente e importante: o uso do papel reciclado como uma alternativa ambientalmente correta. Nesse sentido, o fórum conseguiu alcançar grande repercussão entre os participantes.

O alto nível das apresentações dos palestrantes, as perguntas e os debates ocorridos contribuíram muito para o esclarecimento de questões referentes a este assunto tão atual e importante. Nas próximas páginas, os leitores poderão reviver um pouco dos debates e apresentações.

Como parte do seu papel, a Anave não poderia se furtar em colocar esta discussão em pauta, esclarecendo o público e dando-lhe subsídios para um melhor conhecimento da questão.

O Ecoforum, sem dúvida, faz parte do papel da Anave de contribuir para a promoção de debates e esclarecer aos associados e amigos as questões relevantes que afetam nosso setor e, principalmente, nossa atividade.

Esperamos que os próximos eventos promovidos por nossa entidade alcancem tanto sucesso, ou mais que este ainda. Assim, para os próximos meses, os associados da Anave e nossos parceiros terão inúmeras outras oportunidades para reforçar laços, discutir questões importantes e, por que não, realizar bons negócios.

Já em setembro faremos a entrega do Prêmio Homenagem do Ano, que vai destacar empresas e personalidades em três categorias: empresa do setor de celulose, papel e/ou derivados; personalidades do setor que estejam relacionadas com o segmento de celulose, papel e/ou derivados; e anunciante da Revista Anave. No mesmo mês, daremos início a ação interna com o nosso tradicional campeonato de futebol. Nossa proposta é propiciar um descontraído encontro e integração para associados.

No mesmo mês reuniremos os associados para mais um Almoço de Confraternização, e ainda, promoveremos um curso sobre vendas com o objetivo de atualizar nossos vendedores sobre as técnicas mais modernas que circundam o mercado de celulose e papel.

Finalmente, em outubro, outro importante evento que está na nossa agenda de trabalho é o 33º Fórum Anave, que acontece em paralelo a outros de destaque como o Congresso Internacional da ABTCP e o Congresso Brasileiro da Indústria Gráfica, realizado pela Abigraf, quando serão comemorados os 200 anos da indústria gráfica no Brasil. Sem dúvida, três importantes encontros para a cadeia produtiva do papel.

Por fim, nos meses de novembro e dezembro, teremos a entrega do Prêmio Vendedor do Ano e a Confraternização de Final de Ano. O Prêmio Vendedor do Ano terá seus vencedores eleitos por votação e vai homenagear vendedores nas seguintes categorias: segmento de papéis de imprimir e escrever; segmento de papéis para embalagens; segmento de transformação gráfica; segmento de papelão ondulado; distribuidor e exportador.

Em cada uma das ocasiões, precisaremos da ativa participação dos associados, amigos e colaboradores para que resultem em realizações de sucesso. Afinal, a força da associação depende de nós mesmos.

THEO BORGES
PRESIDENTE DA DIRETORIA EXECUTIVA

anave

GESTÃO 2008-2009

DIRETORIA EXECUTIVA

Theo Borges
Presidente

Edemir Facetto
Vice-Presidente

Jahir de Castro
Diretor Executivo

Maurício Costa Porto
Diretor de Informações
e Comunicações

Theo Borges
Diretor de Relações
com Indústria de
Papel e Celulose

Waldemir José de Carvalho
Diretor de Relações
com Indústria e
Papel Reciclado

José Roberto Fazzolari
Diretor de Relações
com Convertedores
de Papel

José Henrique R. dos Santos
Diretor de Relações
com Fornecedores
da Indústria

Valdir Premero
Diretor de Relações
com Entidades
e Associações

Walfredo José Romani
Diretor de Relações
com Distribuidores
e Representantes

Edemir Facetto
Diretor de Esportes
e Eventos

Edison Raulickis
Diretor Administrativo
e Financeiro

CONSELHO SUPERIOR

Presidente
Pascoal Spera
Representações Spera S/C Ltda.

Vice-Presidente
Mario Ap. Spera.
Representações Spera S/C Ltda.

Edemir Facetto
Papius Ind. de Papel S.A.

Edson Roberto Facetto
Remar Representações,
Papéis e Derivados

Élcio Assunção Pereira dos Santos
Elopam Papéis Com. e Repres. Ltda ME

Evandro Batista Ferreira
Portela Distribuidora de
Papéis e Suprimentos Ltda.

Horácio Tadeu Ara

João Marques Correa Junior
Famagraf Indústria Comércio
e Editora Ltda ME

José Henrique Ribeiro dos Santos
Grupo Ebapi Ltda

Lafayette Oliveira Lima
Limag Representações Papéis Ltda.

Richard Novak
Suzano Papel e Celulose S.A.

Valdir Premero
VP Consultoria e Representação Ltda.

Wally C. da Fonseca Smocowisky
Suzano Papel e Celulose S.A.

Benedito Ramos Lins
Reccipaper Comercial Papeleira Ltda.

César Galantini Neto
Ibema Cia. Brasileira de Papel.

César Magno P. Ribeiro
Ibema Cia. Brasileira de Papel.

Edison José Raulickis
TWO Embalagens Ltda.

Eduardo Spera
Eduardo Spera
Representações S/C Ltda.

Jahir de Castro
Jahir de Castro Papéis Ltda

José Roberto Fazzolari
Artivinco Ind. e Com Papéis
e Embalagens Ltda.

Mauricio Bellati
Indústria de Papel e
Papelão Pinho Past Ltda.

Mauricio Costa Porto
Mauricio Carlos Alarcão
Miguel Maluhy Neto
Oswaldo Ferrari
Papéis e Papelaria "O Grande São Paulo"

Theo Borges
Thema Consultoria
Waldemir José de Carvalho
WM Representação Papéis e Cartões
Walfredo José Romani
Verpack Representações Ltda

SUPLENTES

Adilson Manoel da Silva
Ecológica Papéis Ltda.
Marco Antonio L.M. Bodini
Trianon Painéis

José Roberto Baldini
R Baldini Soluções
Empresariais S/C Ltda.

CONSELHO FISCAL EFETIVOS

Eduardo Spera
João Marques Correia Jr.
Walfredo José Romani

CONSELHO SUPERIOR (VITALICIO)

Adhemur Pilar Filho
Apiflex Ind. E Comércio Ltda.
Alberto Fabiano Pires
APR-Asses. Plan. E Comércio Ltda.
Antonio Roberto Lemos de Almeida
Caetano Labate
Cláudio Henrique Pires
Solução Assessoria Planejamento
e Comércio Ltda.
Clayrton Sanchez
Clasan Papéis Ltda
Fernando Manrique Garcia
Suzano Papel e Celulose S.A.
Miguel Cozzubo Neto
Pelkote Indústria e Comércio de Papéis
Neuvir Assu Venturini C. Martini
Paulo Vieira de Sousa
Paulo Vieira Representações S/C Ltda.
Vicente Amato Sobrinho
CMB Papéis e Serviços Ltda.
Fernando Franzoni
Resmapel Conv. e Com. de Papel Ltda.

Conheça os papéis desta edição

POR CÂNDIDA LEMOS. FOTOS EDI BIAZI

SUZANO E PAPIRUS APÓIAM A 130ª EDIÇÃO DA REVISTA ANAVE

Dois grandes companhias brasileiras apostaram no trabalho da Anave e colaboraram através de matéria-prima para a viabilização da 130ª edição da Revista Anave – Negócios e Tecnologia em Celulose, Papel e Derivados, do mês de agosto de 2008. A capa da edição foi impressa no papelcartão Vitacarta da Papyrus. Já as páginas internas da revista são da Suzano, impressas no papel *couché on machine* Kromma Gloss.

Para a Anave, a parceria rendeu bons frutos. Por se tratar de uma associação, todo tipo de colaboração auxilia para que a entidade cumpra com seus objetivos em levar sempre informações atualizadas para o setor e aos associados. Por outro lado, a associação procura ser sempre uma forte aliada a todas as indústrias do setor, colaborando no que for preciso para que as áreas de papel, celulose e derivados estejam sempre caminhando rumo ao sucesso.



O papelcartão da capa desta edição é produzido pela Papyrus, 100% reciclado e proveniente de aparistas, gráficas ou catadores por meio de cooperativas

Papyrus

A empresa é pioneira na produção de papelcartão com fibras recicladas. Atualmente, produz e exporta papelcartão para diversos países da Europa, Ásia, África, América do Norte e especialmente América Latina. Utiliza de forma inteligente a reciclagem. No ano passado, a companhia alcançou um faturamento de R\$ 194 milhões – a previsão para esse ano é que chegue aos 202 milhões. Com cerca de 400 funcionários, a companhia tem uma produção de 250 toneladas por dia de papelcartão com fibras recicladas e atende grande parte da América Latina.

Suzano

A Suzano tem uma produção integrada, do plantio de eucaliptos à produção de papel e papelcartão. Com duas unidades industriais no Estado de São Paulo, a companhia tem capacidade total de produção de celulose de eucalipto de 420 mil toneladas por ano e de 510 mil toneladas de papel por ano, sendo a primeira empresa brasileira a produzir papel com celulose ECF (sem cloro elementar, desde 1986). A matéria-prima vem das fazendas de eucaliptos da própria companhia: são 140 milhões de árvores de eucalipto, das quais 47% estão no Estado paulista.

MIOLO COM KROMMA GLOSS DA SUZANO

Cores mais vibrantes e com um acabamento diferente, que proporciona valorização do brilho impresso nas fotos e ilustrações, além de baixa reflexão de luz nas áreas de texto. Tudo isso resulta em uma leitura ainda mais agradável. Assim é o miolo desta edição da Revista Anave, impressa no Kromma Gloss, da Suzano – um *papel couché on machine* de baixa gramatura (80 e 90 g) que oferece acabamento brilhante e excelentes resultados na impressão.

Segundo Rafael Gibbin, gerente de produto da Suzano, o Kromma é um papel para este tipo de impressão, pois é formado por uma base e fabricado essencialmente com pasta química branqueada, que recebe uma camada única de revestimento à base de látex e carga mineral nas duas faces, através de um processo chamado “*on machine*”. “O revestimento é feito dentro da própria máquina de papel, onde após a aplicação, o produto é alisado em uma Soft Calandra, que proporciona em sua superfície



A capa desta edição foi produzida no papel Vitacarta da Papyrus, um papelcartão 100% reciclado

um excelente valor de lisura”, explica.

Um dos diferenciais do Kromma, de acordo com Gibbin, é que o produto recebe menor quantidade de tinta de revestimento o que proporciona maior rigidez, propriedade indispensável para alimentação contínua na impressora. “Isso faz com que esteja em uma posição intermediária entre os papéis não revestidos e os *couches* tradicionais fora de máquina ou ‘*off-machine coating*’”.

Esse tipo de papel possui ainda um ótimo desempenho na impressão de fotos e gravuras, o que proporciona valorização do brilho e baixa reflexão de luz nas áreas do texto. Além da revista Anave, as propriedades do papel podem também ser conferidas em

outras publicações como Revista da Ambev, Revista da TAM/GOL, Almanaque Brasil, Catálogos do Boticário, entre outras.

CAPA COM PAPELCARTÃO DA PAPIRUS

A capa desta edição foi feita no papel Vitacarta 210 g/m², da companhia Papyrus. Trata-se de um papelcartão 100% reciclado. Segundo a companhia, o papel oferece o mínimo de 50% de aparas pós-consumo. Aliás, as aparas utilizadas pela Papyrus são provenientes de aparistas, gráficas ou catadores, produzidas através do Projeto Cooperativas, onde todo o material é proveniente de cooperativas de catadores de papel. O projeto tem rendido a fama de boa empresa, pois associa seus produtos ao conceito de cidadania e responsabilidade ambiental e social.

A Papyrus explica ainda que o Vitacart é produzido com 100% de fibras recicladas e é indicado para embalagens em geral, além de produtos editoriais, promocional e papelaria. O produto está disponível nos formatos 210, 250, 300, 350 e 375 g/m². ■

QUALIDADE DESDE A ORIGEM NA FABRICAÇÃO DO PAPEL

Produtos 100% reciclados e ecologicamente corretos, protegendo o meio ambiente



Fábrica de Candói

A Santa Clara Indústria de Papéis e Embalagens garante a qualidade de seus produtos, graças a uma visão de negócios ampla e integrada, baseada na adaptação aos desejos dos clientes, geração própria de energia, respeito ao ambiente e controle criterioso da matéria-prima e processos de fabricação.

Nossas duas fábricas de papel, em Ivaí e Candói, suprem todo o papel utilizado em nossa fábrica.

Por meio de um processo produtivo eficiente e uma logística precisa, podemos oferecer, além de um custo final otimizado, a garantia de procedência de todo o papel utilizado, inclusive da sua matéria-prima.



Ivan Ducker Bignardi

GRUPO BIGNARDI ACELERA PARA CRESCER

POR LUCIANA GRILI

Mais de meio século de história. O grupo Bignardi se posicionou no mercado brasileiro com um dos principais no segmento de produção de reciclados e tem uma trajetória ligada ao sonho de progresso de imigrantes italianos. A primeira fábrica do grupo foi fundada em 1956, pelo empresário José Bignardi Neto, mas a empresa GB – Gordinho Braune teve início ainda em 1915. De lá para cá, a indústria ganhou força e hoje o grupo é formado pelo Atacadão Jandaia, que atende o mercado de pequeno varejo, pela unidade Caieiras, fabricante e exportadora de cadernos; e pela unidade Jundiaí, onde o foco é reprocessar um grande volume de fibras celulósicas e de aparas de papel. Como recicladora de fibras, a empresa pretende se capacitar ainda mais na produção de papéis e tem uma missão: intensificar projetos e iniciativas voltadas para a conservação ambiental.

Impulsionada pela necessidade de tornar-se grande no mercado e dividir seu espaço apenas com a Suzano Papel e Celulose, a indústria está alavancando um projeto de ampliação industrial que envolve sua Máquina 2. O processo de ampliação está previsto para ser concretizado ainda no início deste semestre.

O diretor de marketing Ivan Duckur Bignardi, avalia esse momento como decisivo para a indústria que se prepara para dar um salto bastante ousado. Tudo indica que esse é um período estratégico para a companhia que definirá os rumos que quer traçar para operar no mercado.

Com a expansão, a empresa deixa de produzir as 25 mil toneladas de papel e passa inicialmente a produzir 48 mil toneladas, atingindo ainda este ano a marca das 60 mil toneladas. Já sua fabricação de reciclados que está na margem de 1500 toneladas/mês deve triplicar. ■

O GRUPO BIGNARDI SE PREPARA PARA UMA EXPANSÃO QUE PRETENDE REDIMENSIONAR A PERFORMANCE E O FATURAMENTO DA COMPANHIA. A EMPRESA, QUE APOSTA NA META DO SEU CRESCIMENTO CONSOLIDADO, JÁ INVESTIU MAIS DE R\$ 60 MILHÕES NESTA IDÉIA.

Anave: De olho nesta brecha do mercado quanto o grupo Bignardi já investiu neste projeto? E o que isso reverterá no faturamento da empresa?

Ivan Duckur Bignardi: Já investimos cerca de R\$ 60 milhões e acreditamos que a iniciativa vai duplicar o faturamento da unidade de produção de papéis e gerar um aumento de 35% no faturamento total do grupo Bignardi.

Anave: Como ficará a produção do grupo diante deste crescimento?

Ivan Duckur Bignardi: Nossa previsão é que a produção seja duplicada. Hoje, produzimos a média de 25 mil toneladas. Mas já em setembro deste ano nossa intenção é atingir cerca de 60 mil toneladas.

Anave: Quais as características técnicas da nova máquina da empresa?

Ivan Duckur Bignardi: A nova máquina conta com caixa de entrada, mesa plana, prensa úmida, seção de secagem, aplicador de tinta speedsizer, enroladeira e rebobinadeira. O aparato proporciona uma importante atualização tecnológica que permite um papel de melhor produção, qualidade e maior produtividade e permitirá à nossa empresa um incremento no portfólio com produção de papéis coloridos.

Anave: Qual o foco de produção da indústria Bignardi hoje?

Ivan Duckur Bignardi: A empresa atua em três vertentes: papéis (fibras), papéis revestidos e artefatos de papel, por exemplo: papéis A4, formulário contínuo, bobinas de automação comercial, cadernos, agendas etc, com foco de abrangência no mercado nacional. Sem dúvida o carro chefe dessa produção é o papel reciclado na liderança de vendas, seguido de cartolinas escolares, papéis auto-adesivos, papéis vergê, entre outros. Apostamos também no mercado de imprimir e escrever com papéis brancos, coloridos, especiais. É importante enfatizar que a partir deste investimento, estaremos totalmente aptos a atender todos os segmentos gráficos, ou seja, embalagem, editorial, promocional e dados variáveis. Outro segmento que investimos é o de cadernos – este como líder nacional.

Anave: Como a empresa atua com o mercado externo?

Ivan Duckur Bignardi: O mercado externo também está na nossa mira. Atualmente, cerca de 80% do que exportamos tem destino para os EUA, mas temos um montante de distribuição para países como Portugal, Argentina, Canadá e já iniciamos outras negociações na Europa.

Anave: Quanto a empresa faturou com exportação no ano passado?

Ivan Duckur Bignardi: Atingimos a média de US\$ 15 milhões.

Anave: Quais serão, na ótica da alta diretoria da empresa, as principais metas que o grupo Bignardi terá que enfrentar neste momento de crescimento?

Ivan Duckur Bignardi: Nós queremos nos consolidar como um dos principais fornecedores de reciclados no mercado. Nosso objetivo é dividir com a Suzano Papel e Celulose esse espaço do mercado. Também buscamos uma participação maior no cenário de cut size.

Anave: E os desafios?

Ivan Duckur Bignardi: O principal desafio é vencer as importações de papel e as altas taxas aplicadas, ou seja, mudar esse cenário de menor competitividade frente a outros países e superar as dificuldades cambiais.

Anave: A que o senhor atribui esse crescimento consolidado da empresa?

Ivan Duckur Bignardi: A nossa empresa sempre teve que buscar alternativas para evitar que entrássemos em choque com outras opções de mercado. Por isso, lançamos há mais de 10 anos a linha de reciclados e crescemos apoiados neste produto por dois motivos: identificação que traçamos dos nichos disponíveis e por acreditarmos no potencial destes negócios. Logicamente, a velocidade com que esse mercado respondeu nos pegou de surpresa e isso fez com que avançássemos no ritmo de nossa produção. Daí o motivo principal para impulsionarmos neste ano a nossa expansão.

Caixas



Sacolas Promocionais



Sacolas para Feiras



Profissionais QUALIFICADOS
PONTUALIDADE nas entregas
Atendimento PERSONALIZADO

Rua Uberaba, 137 - Vila Vivaldi - SBC

FONE **11 4367-1355**

nsc@nsc-embalagens.com.br
www.nsc-embalagens.com.br

“LIXO” QUE VIRA RENDA

Leite e derivados, sucos e chás, produtos a base de tomate. A lista de produtos acondicionados em embalagens do tipo longa vida é extensa, por isso, é quase impossível não levá-las para casa. Mas depois de usadas, as embalagens longa vida, que para muitos não passa de lixo, estão mudando a vida de muitas famílias. Em todo o país, cooperativas de catadores organizados conseguem transformar lixo em renda, investindo na reciclagem.

Líder mundial em soluções para processamento e envase de alimentos, a Tetra Pak deve produzir, até o final deste ano, mais de 9 bilhões de embalagens longa vida para o mercado brasileiro. No ano passado, 25,5% deste total produzido, o equivalente a 50 mil toneladas de embalagens, foram encaminhadas para reciclagem.

A previsão da empresa é de chegar a 55 mil toneladas de embalagens recicladas, mas um grande gargalo no processo ainda é o consumidor que não separa devidamente os materiais no momento do descarte. Para conscientizar os consumidores sobre a importância da reciclagem, a Tetra Pak tem investido em educação ambiental nas escolas, na doação de prensas e *bags* para cooperativas de coleta e na orientação do público sobre como separar as embalagens.

A empresa também apóia as cooperativas na criação de centrais de vendas. “Juntas, elas geram maior quantidade de material que será encaminhado ao reciclador



Centro de triagem dos catadores de papel e outros materiais

final, aumentando o ganho dos catadores em 50%”, explica o diretor de meio ambiente da Tetra Pak, Fernando Von Zuben. “A educação para a reciclagem é um processo lento, mas apostamos neste caminho”.

As embalagens coletadas seguem para as cerca de 30 empresas que atuam na

reciclagem deste material. O volume reciclado já gerou um montante de R\$ 100 milhões em produtos finais, como caixas de papelão, papel, telhas, dentre outros.

Segundo Fernando Von Zuben, o Brasil está acima da média mundial em reciclagem de embalagens longa vida. Lá fora, a média

TECNOLOGIA AJUDA NA RECICLAGEM

Uma embalagem longa vida tem 75% do seu peso composto por papel, 5% de alumínio e o restante em materiais plásticos. Isso permite um bom aproveitamento da embalagem longa vida no processo de reciclagem.

Na reciclagem, as embalagens vão para uma espécie de liquidificador gigante – o “hidrapulper”, misturadas com água, que separa o papel das camadas de plástico/alumínio. A pasta de papel restante é prensada em uma desfolhadeira e seca para se transformar em papel reciclado. Como as embalagens longa vida utilizam celulose de fibra longa é possível obter materiais reciclados com grande resistência. As fibras podem ser usadas na produção de caixas de papelão, tubetes ou mesmo na produção de folhetos.

O plástico e o alumínio restantes também são encaminhados para reciclagem e dão origem a uma infinidade de produtos, após passar por diferentes processos. É possível inclusive prensar plástico e alumínio juntos para fabricar de telhas até materiais de escritório.

O plástico pode ainda ser transformado em grãos, que serão novamente moldados em produtos variados, como bases de vassoura, cabos de pá, objetos de escritório; ou passar pelo processo de plasma térmico, tecnologia inédita no Brasil. Nele, o plástico obtido na reciclagem é transformado em parafina após passar por um forno de plasma e reutilizado pela indústria na fabricação de detergentes e cosméticos, por exemplo.



Telhas produzidas por meio de materiais recicláveis



O papel nós vendemos. O resto é com você..

PRODUTOS 100% RECICLADOS E ECOLOGICAMENTE CORRETOS

duplex : branco, marrom e natural

monolúcido, seda e semikraft

wtl, test-liner e miolo

papel crepado : branco e natural

papéis, cartões e papelão especiais sob consulta

(de 18 à 1.700g/m2 em bobinas e folhas)

Rua Joaquim Guarani, 311 - cj04 | Brooklin - São Paulo/SP | CEP 04707-061
(11)5181.2484 | (11)5181.1523 - fax | wm.papeis@terra.com.br

WM
PAPÉIS E
CARTÕES

de reciclagem é de 16% do total. “Existe capacidade para reciclagem acima de 80 mil toneladas, mas ainda falta conscientização das pessoas para colocar a embalagem longa vida na coleta seletiva”, lembra.

No Brasil, 405 cidades com mais de 50 mil habitantes contam com estrutura de coleta seletiva, número que aumentou nos últimos dez anos, mas que, segundo Von Zuben, precisa crescer ainda mais. O baixo valor ainda gerado pelas embalagens de papel pode ser uma explicação. Enquanto uma tonelada de alumínio gera uma receita de R\$ 3 mil, a tonelada de embalagem longa vida custa R\$ 350.

Mas apesar das vantagens do trabalho cooperado, grande parte dos catadores ainda trabalha informalmente e de forma precária, nas ruas. Além de renda fixa, as cooperativas geram benefícios para seus trabalhadores, como seguridade social e mais ganhos pela atividade. Eles também conseguem estudar e melhorar de vida, explica Von Zuben. Enquanto o valor pago por tonelada de material reciclado recolhido por trabalhadores informais é de R\$ 200, nas cooperativas o ganho chega a R\$ 350 por tonelada de material.

TRABALHO COOPERADO

Em todo o Brasil, iniciativas sociais que trabalham com a coleta e triagem de materiais recicláveis, inclusive das embalagens longa vida, foram reunidas no site www.rotadareciclagem.com.br, criado pela Tetra Pak para mostrar aos cidadãos interessados como participar do processo de separação e entrega das embalagens longa vida.

Através da Rota da Reciclagem é possível descobrir onde estão localizadas as cooperativas de catadores, empresas comerciais que trabalham com a compra de materiais recicláveis, além dos pontos de entrega voluntária (PEV) espalhados no país.

Em Maringá, interior do Paraná, a Secretaria do Meio Ambiente da Prefeitura apóia o trabalho de seis cooperativas de catadores no Programa Recicla Ação. Juntas, elas recolhem mensalmente 470 toneladas de papel, plástico, metal e vidro. As cooperativas reúnem 150 trabalhadores, muitos deles ex-catadores do antigo lixão municipal e pessoas carentes.



Embalagens para reciclagem no hidrapulper

O trabalho nas cooperativas gera não só renda mensal para estas pessoas, mas a garantia de benefícios sociais como férias remuneradas. Segundo a coordenadora da Educação Ambiental e Coleta da Secretaria de Meio Ambiente da Prefeitura de Maringá, Marisa Ereno Colombo, o valor mensal obtido com a venda do material pode ser variável, mas quase sempre é a única remuneração destes trabalhadores.

Infelizmente, diz Marisa, as 470 toneladas coletadas correspondem a apenas 8% do lixo produzido na cidade. “Ainda falta sensibilização das pessoas para separar os materiais”, diz. Além de apoiar as cooperativas com veículos para a realização da coleta, a Prefeitura de Maringá conta com apoio da Tetra Pak para um trabalho de educação ambiental e realização de oficinas de reciclagem.

Criada em 2003, a Coopernorte é uma das entidades que reúne antigos catadores do lixão de Maringá. Hoje, segundo conta o presidente da cooperativa, Nilson Ferreira, as 16 pessoas que trabalham na Coopernorte têm uma melhor expectativa de vida já que além do salário mensal, recebem benefícios. O trabalho em conjunto permite recolher cerca de 50 toneladas de material reciclável.

Em Belo Horizonte (MG), quatro cooperativas trabalham em rede vendendo embalagens da Tetra Pak: Associrecicle, Comarp, Coopcoersoli e Coopemar. Em Pará de Minas, também em Minas Gerais, está a Ascamp, grande fornecedora de embalagem, que envia o material coletado à Indústria e Comércio de Papel Santo Antônio Ltda., no município de Santo Antônio do Amparo.

Fundada em 2000 por um grupo de antigos catadores de rua, a Coopermar – Cooperativa de Catadores de Materiais Reciclados da Região Oeste de Belo Horizonte coleta mensalmente 115 toneladas de papel, papelão, plásticos e sucata. Somente de embalagens da Tetra Pak são cerca de 10 toneladas/mês.

A presidente da Coopermar, Maria das Graças de Brito, coordena o trabalho feito por 38 catadores cooperados que retiram do lixo a renda para manter suas famílias. Regina Sampaio, que trabalha na Coopermar, explica que o trabalho em cooperativa mudou muito a vida dos catadores que hoje chegam a ter uma renda mensal de R\$ 1.400, salário que jamais imaginaram ter um dia.

A remuneração, segundo Regina, é feita de acordo a produtividade, mas os cooperados também têm benefícios, como café da manhã e almoço. “Crescemos muito nos últimos quatro anos e esperamos crescer ainda mais, pois temos espaço para abrigar mais de 50 cooperados”, afirma.

Outro exemplo que alimenta a cadeia da reciclagem é o das empresas que compram materiais recicláveis para beneficiamento, ajudando a gerar renda nas cooperativas e a estimular a educação ambiental. Uma destas empresas é a Recicoleta que atua em todo o estado do Rio de Janeiro, comprando embalagens do tipo longa vida de cooperativas, associações de moradores, igrejas, escolas e prefeituras. Hoje, entre 80 e 100 toneladas destas embalagens são recolhidas todo mês.

Entre as preocupações da Recicoleta está a de gerar maior renda para as cooperativas, conseguindo melhores preços pelos materiais reciclados. Segundo Paulo Ribeiro, enquanto atravessadores pagavam apenas dois centavos pelo quilo da embalagem longa vida prensada, a Recicoleta paga até 22 centavos pela mesma quantidade, ampliando a renda das cooperativas.

A empresa, que integra a Rota da Reciclagem da Tetra Pak, também acredita que a divulgação é importante para a cadeia da reciclagem. “Muitas pessoas querem participar da coleta seletiva mas não sabem para onde destinar o material, daí a importância de ações como a Rota da Reciclagem”, diz Paulo Ribeiro. ■

Ajudar a construir um **futuro melhor** pode ser
tão **simples** quanto escolher um **papel** para comprar.



Usando produtos com o selo FSC®, você ajuda a construir um futuro melhor, apoiando práticas sustentáveis que auxiliam milhares de pessoas e preservam o meio ambiente. E é por isso que nós da Suzano temos o maior mix de produtos certificados com o selo verde mais reconhecido em todo o mundo. Isso significa que todas as nossas atividades passaram por uma minuciosa auditoria que atesta o nosso respeito pelas comunidades, meio ambiente e, principalmente, pelo futuro do nosso planeta.

Ligue 0800 722 7008 www.suzano.com.br



SUZANO
PAPEL E CELULOSE

CONSOLIDAÇÃO À FRENTE NO SETOR BRASILEIRO DE CELULOSE

POR PATRICIA PEREZ, ANALISTA DE PESQUISA, RISI

São Paulo, Brasil, 12 de junho de 2008 – Apesar da valorização do Real brasileiro, as exportações líquidas do Brasil para celulose branqueada de fibra curta [bleached hardwood kraft] (BHK) cresceram 373.000 toneladas em 2007, chegando a 6,1 milhões de toneladas, principalmente em decorrência de expansões da capacidade no Brasil e fechamento de empresas na Europa e na América do Norte. Um imposto de exportação sobre troncos de madeira de fibra curta na Rússia e interrupções no suprimento na Indonésia também ajudaram a manter o mercado global mais apertado do que seria, o que ajudou a apoiar os níveis de exportação do Brasil. A Europa permanece como o principal mercado em crescimento para o BHK da América do Sul. Em 2007, as exportações para a Europa corresponderam a aproximadamente 50% das exportações totais de BHK da América do Sul; outros

28% foram fornecidos para a Ásia e cerca de 17% para a América do Norte.

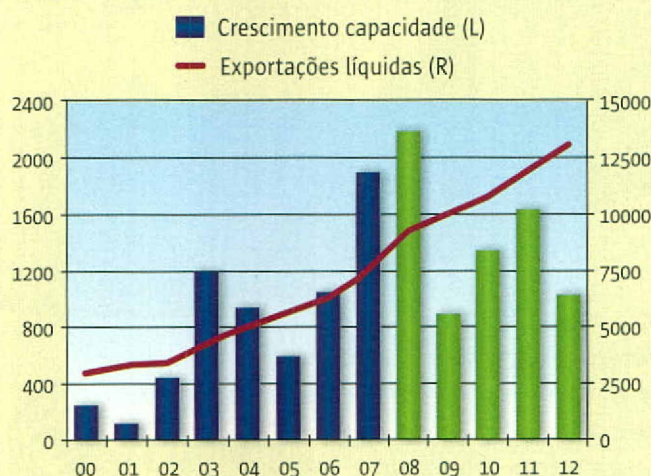
O rápido crescimento da capacidade de celulose de baixo custo na América do Sul, devido à alta produtividade das suas plantações e a depreciação das moedas regionais no início desta década, levou os produtores a investir em capacidade nova na região. A expansão da capacidade de BHK na América Latina foi em média de 10,7% de crescimento anual de 2002 a 2007. Mesmo assim, as taxas operacionais têm sido acima do nível de 95% desde 2002 e é esperado que permaneçam na média de 94% entre 2008 a 2012. Para os próximos cinco anos, o crescimento da capacidade desacelerará para 6%, com pico de 19,4 milhões de toneladas em 2012.

A maior parte das novas capacidades de celulose em grande escala que já se espera entrar no mercado até 2012, ocorrerá na América Latina. O Brasil é res-

ponsável por praticamente 70% da nova capacidade, seguido pelo Uruguai. As empresas européias têm aumentado seu interesse pela América do Sul, atraídas pela fibra local de baixo custo. Além da recente expansão da finlandesa Botnia no Uruguai, a espanhola Ence, a portuguesa Portocel Soporcel, e também a finlandesa Stora Enso, estão todas planejando futuras expansões. A nova usina de papel da Votorantim Celulose e Papel (VCP) com capacidade para 1,3 milhão de toneladas por ano, em Três Lagoas, Brasil, é o próximo empreendimento a ser iniciado na região.

E foi com este pano de fundo que o acordo de acionistas da maior produtora de celulose no mercado, a Aracruz, venceu e não foi renovado, conforme se esperava. As famílias brasileiras Safra e Lorentzen têm sido os maiores acionistas da Aracruz por duas décadas e em 2001, a

Crescimento da Capacidade de Celulose BHK para o Mercado na América Latina (Em milhares de toneladas)



Crescimento capacidade (L)	Exportações líquidas (R)	
00	255	2,997
01	110	3,277
02	445	3,456
03	1,195	4,327
04	938	5,012
05	587	5,612
06	1,040	6,308
07	1,882	7,464
08	2,183	9,252
09	899	10,014
10	1,344	10,835
11	1,635	11,937
12	1,023	13,136

VCP adquiriu grande participação na empresa. Cada um desses três maiores acionistas detém 28% das ações ordinárias da empresa e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico, 12,5%. O acordo limitava cada participação acionária em ações ordinárias com direito a voto da empresa a no máximo 28%. Também incluía cláusula que dizia que a maioria das ações ordinárias teria de ser controlada por cidadãos ou empresas brasileiras.

No entanto, há ainda outro acordo, somente entre os grupos Safra e Lorentzen, que determina que, até 2019, se um deles quiser vender sua participação na Aracruz, o outro terá prioridade na aquisição. Como ambos os grupos prevêem uma excelente oportunidade por trás da possível consolidação do mercado brasileiro de celulose, é provável que não vendam sua participação a terceiros.

Parece provável a muitos observadores que a VCP liderará a fusão com a Aracruz, pois a estratégia de longo prazo da

VCP é focar no crescimento em larga escala da produção de celulose para o mercado ao mesmo tempo em que vende seus ativos de papel. A fusão da Aracruz com a VCP resultará em uma empresa de 7,1 de toneladas ao ano em 2012, incluindo os projetos de expansão de capacidade já anunciados por cada empresa.

Também, uma fusão entre as três maiores produtoras de celulose brasileiras, Aracruz, VCP e Suzano, tem de ser considerada como uma possibilidade. Com a fusão das três, a VCP teria sua participação diluída. A criação da maior produtora de celulose do mundo garantiria ótimas sinergias operacionais e comerciais para as três empresas. Neste cenário, a gigantesca empresa teria 8,5 toneladas ao ano de capacidade de celulose para o mercado, correspondendo a cerca de 25% da capacidade global de celulose BHK para o mercado até 2012.

Em qualquer um desses cenários, a consolidação do setor brasileiro de celulose não seria um problema em termos

do antitruste brasileiro, porque o mercado doméstico para BHK é muito pequeno e a maior parte da produção de papel é integrada. As exportações da BHK foram em média acima de 95% da produção brasileira nos últimos cinco anos.

Embora haja riscos para os produtores brasileiros de celulose para o mercado (como possível perturbação da moeda ou na política), esta é uma época favorável para a consolidação do mercado de celulose. Uma grande fusão (Aracruz-VCP ou Aracruz-VCP-Suzano) proporcionaria crescimento mais rápido para essas empresas e uma melhora substancial na participação de mercado. A decisão final está nas mãos dos grupos Safra e Lorentzen, mas parece provável que estejamos próximos do nascimento de um gigante no mercado global de celulose. ■

Viewpoints semanais dos economistas da RISI estão disponíveis para assinantes do PPI News Service. Acesse gratuitamente no Site www.risiinfo.com/nstrial

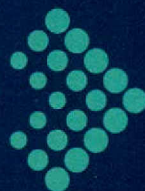
UM CÍRCULO DE EFICIÊNCIA

Tudo o que a gente faz gira em torno de você. A KSR disponibiliza soluções completas para todo o ciclo de trabalho dos seus clientes. Operando num sistema contínuo de qualidade e alta tecnologia, oferece serviços personalizados, comodidade e conveniência, levando até você uma linha diversificada de papéis e produtos gráficos. Eficiência que faz da KSR a maior distribuidora do Brasil.

www.ksronline.com.br



KSR



Papéis e Produtos Gráficos

Trimm: 0800 558544



LOGÍSTICA DA IRANI TEM FOCO NO CLIENTE

POR CANDIDA LEMOS. FOTOS EDI BIAZI

Uma das maiores empresas do setor de papel e embalagem em kraft, a Celulose Irani concluiu em junho mais uma etapa de seu Projeto Superação. A construção da nova unidade em Indaiatuba está inserida na estratégia da empresa de aumentar em 87% a sua capacidade de produção de embalagem.

Diante desta meta, a Irani também fez investimentos na sua cadeia logística que hoje sustenta uma capacidade de expedição de 8 mil toneladas/mês. As áreas de estocagem e expedição de produtos acabados ganharam atenção especial, segundo o gerente de logística da Irani, Mário Macaggi, com a intenção de propiciar aos clientes um nível de serviço mais elevado.

De acordo com Macaggi, a localização privilegiada da nova planta permite elabo-

rar cenários de distribuição que atendam às regiões Sudeste e Centro Oeste dentro de um nível de serviço diferenciado.

A logística focada no cliente permitirá a customização de serviços dentro de um mercado geograficamente estratégico para o ramo de embalagens. “Não é só o fato de embarcar e entregar os materiais no prazo para os clientes, é mais que isso. Pretendemos atender às suas necessidades em termos de movimentação de materiais e gestão de estoques, contribuindo com soluções logísticas *in house*”, diz.

Macaggi cita exemplos em que a Irani cedeu em comodato equipamentos para tornar mais rápido o recebimento dos materiais pelo cliente, usando também menos pessoal. Em outro caso, a companhia estudou o perfil do cliente e o ajudou a

reduzir o estoque através da logística de atendimento contínuo.

Na concepção da nova planta em Indaiatuba, foram priorizados o dimensionamento das áreas de estocagem e a estrutura da expedição. A medida foi resultado do aumento das demandas dos clientes e das exigências de maior desempenho, rapidez, agilidade e precisão, requeridas pelo perfil logístico atual.

“A armazenagem eficiente de produtos acabados é um dos fatores mais importantes na distribuição, principalmente no que diz respeito ao controle físico e financeiro, nível de serviço, transporte e atendimento ao cliente”, completa. Os layouts externos foram redimensionados, prevendo um fluxo de 70 caminhões/dia expedidos em três turnos por seis dias da semana. ■

Imprima
produtividade.



INTERNATIONAL  PAPER

Chambril é o papel offset com excelente resistência, uniformidade e resultado superior de impressão. Isso se traduz em desempenho, qualidade e confiança, evitando interrupções no processo. Além disso, quem usa Chambril está em harmonia com o meio ambiente, pois ele é produzido através de florestas 100% plantadas e renováveis. Quer imprimir produtividade ao seu negócio, respeitando a natureza? Conte com a marca que entende de offset.

www.internationalpaper.com.br

Imprima com
Papel Offset
Chambril

Imprima
responsabilidade ambiental.

Sustentabilidade. É da nossa natureza.

O compromisso com o meio ambiente e com o futuro do Brasil é parte essencial da missão da International Paper. O papel offset Chambril é mais um exemplo dessa prática, pois é produzido a partir de florestas de eucalipto 100% plantadas, renováveis e certificadas pelo Cerflor (Programa Brasileiro de Certificação de Manejo Florestal coordenado pelo INMETRO). É por isso que, para nós, produtividade com responsabilidade ambiental é da nossa natureza.

Impresso em papel offset Chambril Premier 180 g/m²

INTERNATIONAL  PAPER



Imprima com

Papel Offset

Chambril



MERCADO DE CRÉDITO DE CARBONO AINDA DISCUTE TRIBUTAÇÃO

A **redução** das emissões de gases que vêm gerando aumento da temperatura global, até 2100, está entre um dos principais compromissos estabelecidos pelo Protocolo de Quioto, criado na década de 1990. Mas para não comprometer a economia dos países que estão entre os maiores emissores de gases causadores do efeito estufa, o Protocolo também estabeleceu mecanismos de flexibilização.

Entre eles está o Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL), ou seja, projetos desenvolvidos por governos e empresas que contribuam para a redução do carbono lançado na atmosfera. Estas ações, ao reduzir a emissão de gases, geram créditos de carbono, denominado de Redução Certificada de Emissão (RCE) - ou em inglês, Certified Emission Reductions (CERs) - que podem ser negociados no mercado internacional.

Criado como um instrumento para proteção do meio ambiente, o mercado de créditos de carbono no Brasil, no entanto, ainda enfrenta o desafio de regulamentar sua tributação. Recentemente, a Comissão de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável do Congresso Nacional aprovou substitutivo do deputado Mendes Thame (PSDB-SP) ao Projeto de Lei 493/07, que define mecanismos para regulamentar o mercado de carbono na Bolsa de Valores do Rio de Janeiro.

Um dos principais pontos do projeto é a isenção de impostos já que hoje as empresas que investem em produção limpa por meio de MDL vêm recolhendo impostos pela alíquota máxima. A proposta isenta de imposto de renda, de contribuição sobre o lucro e de PIS as pessoas físicas e jurídicas que aplicarem em fundos de investimento de projetos de MDL.

Para muitos, a discussão já começa

com o esclarecimento da natureza jurídica e de como são tratados os negócios de crédito de carbono no mercado. “Nosso primeiro desafio como advogados é definir a natureza jurídica das RCE (Redução Certificada das Emissões)”, explica o advogado Evandro A. S. Grili, do Escritório Brasil Salomão e Matthes Advocacia.

Segundo o advogado uma discussão que permeia este mercado é a tentativa de esclarecer se o mercado está inserido no plano das *commodities* ou se estão ligados às tributações de prestação de serviços, cessão de direitos, alienação de títulos de valores mobiliários ou ainda alienação de bens dos ativos. “As respostas a estas perguntas permitem definir que tipo de negócio jurídico é esse e realizar o real enquadramento tributário”, diz.

Segundo Grili, a transferência da titularidade de uma RCE acontece entre o detentor do projeto de MDL (Mecanismo de Desenvolvimento Limpo), certificado e reconhecido pela ONU, e o terceiro, interessado em adquirir o *carbon paper*. Esse procedimento é capaz de comprovar perante o país que promoveu a emissão mesmo que indiretamente.

Quanto aos tributos aplicados, ele resalta que a base de cálculo do IR (Imposto de Renda) deve ser o valor de venda da RCE diminuído dos custos de implantação do projeto de MDL, “que devem ter sido contabilizados desta forma e não como despesas tidas pela empresa no curso de sua apuração contábil”, explica.

O advogado apontou que o RCE de pessoa jurídica está na margem de 34% já incluindo a CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido) e para pessoa física na ordem de 15%. Por conta desta carga tributária, essa é uma situação delicada que exige das empresas uma conscientização do

mecanismo do planejamento tributário.

Cada empresa tem que ter o seu, de acordo com sua natureza e histórico. “É preciso que se analise caso a caso com muito critério, pois a legislação tributária brasileira é pesada. O planejamento tem que agir de forma que a empresa não infrinja na legislação tributária. Do contrário, as corporações podem ter que enfrentar sérias conseqüências patrimoniais e até penais”, alerta Grili.

O advogado João Bosco da Nóbrega Cunha, também do Escritório Brasil Salomão e Matthes Advocacia, lembra que se o empresariado não tiver o apoio consistente do Governo em termos de reforma tributária ficará difícil concorrer com países emergentes que possam ter menos incidência tributária. “É importante que isso aconteça”, comenta.

De acordo com Cunha, a Constituição Federal de uma nação é o seu código genético e deve ser aplicada. Portanto, alerta que essa questão que circunda o mercado de créditos de carbono e sua tributação tem que ser debatida e precisa ser levantada.

Para ele a atenção para questões ambientais como a necessidade da preservação é uma bandeira que deve ser levantada individual e coletivamente. “O meio ambiente é uma responsabilidade de todos. O bem ambiental é um bem coletivo e o governo, na sua parte, tem que encontrar mecanismos para que seja alavancado o verdadeiro desenvolvimento econômico sustentável”.

Apesar dos problemas e dificuldades de se gerenciar o mercado de créditos de carbono, Grili acredita que o lema tão propagado de que o Brasil é um país do futuro pode estar se consolidando. “Parece que o futuro chegou. Precisamos nos preparar e planejar da melhor forma para nos consolidarmos nesse momento”, conclui. ■

Indústria gráfica comemora 200 anos com crescimento de 4,8%

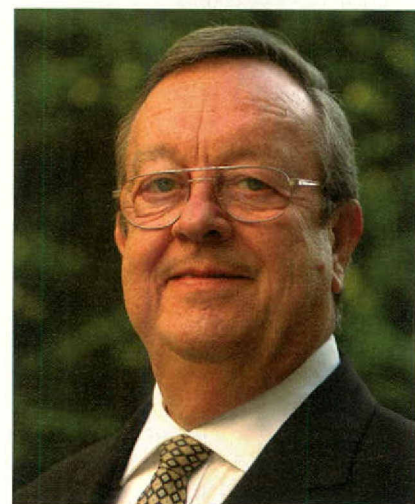
POR LUCIANA GRILI

A indústria gráfica brasileira é hoje um setor que mantém sua produção em ritmo acelerado. Segundo o presidente da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf), Alfred Plöger, “não há praticamente nenhum produto do mercado em que os gráficos não estejam inseridos”. Desde alimentos, papelaria, livros, catálogos, bulas e embalagens de remédios, cosméticos, manuais de carros ao mercado de computadores e outros diversificados. Em todos os setores, o trabalho do segmento é vital para a valorização dos itens dispostos ao consumidor final.

Essa alta demanda de produtos sinaliza o otimismo do setor gráfico, que tem

consciência que sua performance está totalmente interligada ao PIB do país. “O que aconteceu no ano passado é reflexo disso. Tivemos um altíssimo grau de investimentos”, explica Plöger.

O presidente da Abigraf, ressalta que por conta dessa relação PIB X crescimento, o setor gráfico teve cerca de US\$ 1,43 bilhões de investimentos. No ano de 2006, essa quantia não ultrapassou a média de US\$ 420 milhões. Quanto ao faturamento do setor saiu da ordem de US\$ 7,6 bilhões (2006) para US\$ 9,6 bilhões (2007), um crescimento de 4%. O salto aqueceu o mercado, abriu frentes de trabalhos, incrementou a tecnolo-



Alfred Plöger, presidente da Abigraf



200 anos tem Campanha comemorativa

O marco histórico de 200 anos do setor ganhou uma campanha própria, desenvolvida pela Abigraf que resolveu destacar os dois séculos com ações, programas e eventos.

A data comemorativa é associada à chegada da Família Real portuguesa no Brasil, no ano de 1808, por isso toda a estratégia da campanha está aliada aos fatos históricos. Segundo Plöger, a associação comemora durante todo este ano os dois séculos com atividades que fomentam o setor, principalmente no campo do conhecimento técnico. “Temos que lembrar sempre que o gráfico é um técnico e por isso focamos para ações bem específicas”. Exemplo disso, é que a associação tem promovido diversas palestras, seminários e fará em outubro o seu 14º Congresso Brasileiro, além de eventos paralelos.

A primeira iniciativa da Abigraf foi a criação de um selo oficial, desenvolvido em parceria com a Empresa de Correios e Telégrafos (ECT). O ícone faz uma alusão à bandeira nacional. Ele foi produzido e emitido pelos Correios e deve ser aplicado sempre ao lado de um selo comum.

O selo está em circulação e tem valor para postagem de cartas comerciais de primeiro porte. Qualquer pessoa pode adquiri-lo, mas segundo a associação, para os empresários do setor gráfico, esta é a oportunidade de se engajarem na divulgação da data a partir de suas próprias correspondências, o que pode agregar mais valor ao setor.

Os associados da Abigraf-SP poderão fazer uso também da versão eletrônica disponibilizada no hotsite www.200anos.org.br. A imagem é cedida gratuitamente pela entidade e pode ser utilizada nos e-mails, correspondências, impressos e embalagens.

O lançamento de um livro histórico é a principal ação da Abigraf durante os festejos de 200 anos. A publicação está em fase de produção pelos editores responsáveis e será lançada no Congraf. “Vai ser um livro muito bonito, de primeira linha, como outros que já fizemos. Toda vez que a Abigraf lança um livro sempre há muita procura”, conclui Plöger.

lançamento

Naturale, o novo papel reciclado da Ibema.

Naturale

Harmonia Natural é isso.

A harmonia natural da Ibema Papéis, baseada no conceito de sustentabilidade, acaba de colocar no mercado mais um grande aliado da natureza: o papel Naturale - um produto reciclado, produzido por aparas de pré e pós-consumo. Com o Naturale, você também passa a contar com uma excelente opção para ficar em harmonia com a natureza.



Características do Papel Naturale

Gramaturas: 56 / 63 / 75 / 90 / 120 / 150 / 180 / 240 g



gia nacional e estabeleceu ao segmento uma atuação bastante ousada. Para este ano, a expectativa é que a indústria gráfica cresça na ordem de 4,8%, sendo cerca de 5,2% no primeiro semestre e 4,4% no segundo.

No ano passado, sete mil novos postos de trabalho ampliaram o número de pessoas empregadas pelo setor - quase 200 mil. A abertura de vagas é a principal comemoração da indústria gráfica nacional, que neste ano completa 200 anos de existência. Diante deste cenário, o setor está vivenciando um processo de amadurecimento e procura olhar para suas fraquezas como muita cautela, para manter o ritmo de evolução.

Entre as expectativas que mobilizam o setor para este ano histórico, uma delas tem foco de prioridade: garantir o faturamento em alta. "Acreditamos que as eleições municipais vão aquecer nossos negócios e elevarão um ou dois pontos no faturamento", garante Plöger que prevê esse movimento puxando os ganhos para cima daqui um ou dois meses.

200 ANOS DE ATIVIDADE

Com 200 anos de atuação no Brasil, a indústria gráfica conta hoje com quase 20 mil empresas e 200 mil empregados. Trata-se de um segmento com alto potencial para absorção de mão de obra, o que para Alfried K. Plöger tem papel relevante no contexto sócio-econômico do País.

O marco dos dois séculos do setor gráfico está associado à chegada da Família Real portuguesa no Brasil, que trouxe a primeira oficina tipográfica completa, o primeiro prelo e os tipos de móveis que deram origem à Imprensa Régia, a qual manteve o domínio da impressão por longo tempo. "Demorou muito para a iniciativa privada do setor se fixar no país, pois essa atividade era de monopólio estatal. Imprimir fora deste contexto era crime de lesa pátria e jogava-se todo o material produzido ao mar", conta Plöger.

Passados 200 anos, a indústria gráfica brasileira reverteu seu cenário originário e ganhou força, se consolidando em todo território nacional. Hoje, o Brasil está irrigado por gráficas que trabalham

Imprimir é legal, aposta campanha da Abigraf

POR LUCIANA GRILI



"Antes de imprimir pense em seu compromisso com o meio ambiente". Sempre acompanhada de uma arvorezinha verde, essa frase tornou-se comum em assinaturas de e-mails, rodapés de peças institucionais e deu ecos no mundo corporativo. Muitas vezes ao lado da versão em inglês "Save Paper - Think Before You Print", ela ganhou simpatia de adeptos de várias idades. O público mirim é um deles, que anda até chamando atenção dos pais para as questões ambientais. O reflexo vem das campanhas e colocações nas escolas.

Apesar da defesa em prol do meio ambiente que a frase propaga, o setor de celulose e papel e a indústria gráfica têm se incomodado com ela. A Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf) planejou uma medida de combate contra o conceito gerado pela mensagem e acaba de lançar a campanha "Imprimir é Legal".

O projeto pretende, segundo o diretor da entidade, Silvio Isola, responsável por questões ambientais, combater a visão do senso comum que coloca a produção de papel como responsável pelo desmatamento das florestas e riscos ao meio ambiente. "A Abigraf quer combater esse pensamento, que consideramos enganoso". O diretor concorda que a impressão tem um impacto ambiental importante, mas diz que chegou a hora da associação ter uma atitude contra o tipo de campanha que a célebre frase faz estimulada pela mídia eletrônica.

O objetivo da Abigraf é tentar evitar falhas de comunicação. "Temos que fazer a nossa parte", expressa Isola. A idéia começou num fórum da associação e foi estimulada por um diretor da casa que ficou indignado com o questionamento de seu filho sobre o fato de que não se deve imprimir para garantir a preservação do meio ambiente. "Não podemos deixar que essa geração que vem aí tenha esse comportamento e coloque nossa atividade em xeque. Precisamos deixar claro que ao invés do papel e outros suportes celulósicos serem fabricados a partir de árvores, eles são provenientes de florestas plantadas e certificadas", afirma.

A Abigraf também formou um grupo de estudos alocado em seu "Fórum de Pesquisas Tecnológicas". Foram convidadas instituições e profissionais de competência técnica e envolvidos na questão da indústria sustentável. O fórum tem inclusive um blog como complementos dos trabalhos. Nele, serão publicados textos produzidos pelo grupo e individualmente. O texto de abertura que já está no ar divulga a justificativa de que 100% do papel fabricado no Brasil provém de reflorestamentos.

focadas em suas regiões, o que estimula a economia", analisa Plöger. O setor é também conhecido por ter se consagrado como ganhador de vários prêmios, que classificam sua eficiência. Para o principal executivo da Abigraf, essa característica está associada ao trabalho promovido pelo Senai com cursos e escolas de alto valor. Atualmente, a entidade oferece duas escolas em São Paulo, uma em Bauru e terá em breve outra em Barueri. Todas com corpo docente altamente qualificado. "Além destas frentes de capacitação que são oferecidas pelo Senai, acho que outro diferencial é o moderno

parque gráfico que possuímos. Isso faz diferença", destaca Plöger.

Mas como nem tudo são apenas flores, o segmento também tem fatores de risco que precisam de novas estratégias e posicionamentos. "Seguramente a grande fraqueza que temos ainda é a informalidade. "Esse é um traço muito peculiar da indústria gráfica. Ainda há muitas gráficas que contam somente com o trabalho de famílias e cerca de 90% delas não têm mais de 20 empregados", informa Plöger. O problema do câmbio e a falta de financiamentos são outros pontos que afetam o setor. ■

Papel
**100%
reciclado.**
**100%
resultado.**



Ecomillennium

Disponível em:
Bobina e folha 66 x 96 cm.
Outros formatos sob consulta.
Gramaturas de 50 g/m²
a 240 g/m² e auto-adesiva.



Papel
100% reciclado
certificado pelo
INMETRO.

Pensar em resultados é garantir
a melhor qualidade de impressão.
É contar com consultoria técnica especializada,
seguir uma tendência do mercado e
responder às expectativas dos seus clientes
com excelência e respeito ao meio ambiente.

Excelentes resultados de impressão nos sistemas
offset, serigrafia, verniz UV e cores especiais,
hot stamping e tipografia, relevo seco e tons de pele.

Solicite um representante: SAC 0800-109509
www.gbmillennium.com.br


Millennium

Uma marca do grupo




Ecoforum analisa reciclados e seus efeitos no mercado

POR LUCIANA GRILI
FOTOS DE GILBERTO FREITAS E EDI BIAZI

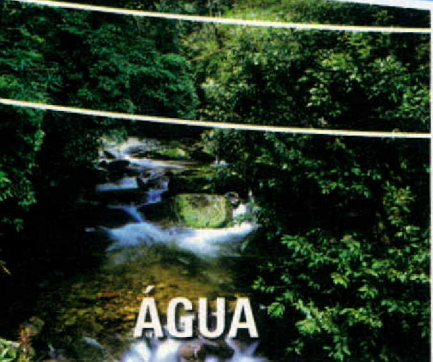
O EVENTO GEROU DEBATES, OPINIÕES SEMELHANTES E ATÉ CONTROVÉRSIAS, MAS TROUXE À TONA ELEMENTOS QUE PODEM SE TORNAR FACILITADORES PARA A POSTURA DE SUSTENTABILIDADE DO SETOR. UMA COISA FICOU CLARA: NÃO IMPORTA O TIPO DE PAPEL - HÁ ESPAÇO PARA TODOS



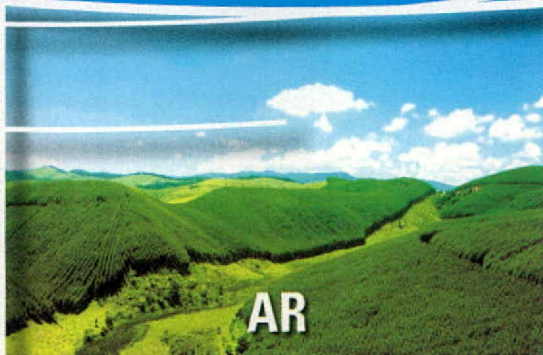
Gilberto Freitas e Edi Biazi

COPIMAX[®]

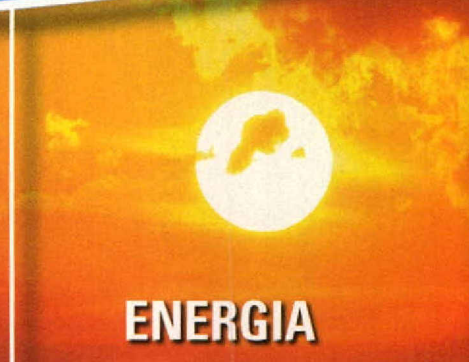
O Papel EcoEficiente



ÁGUA



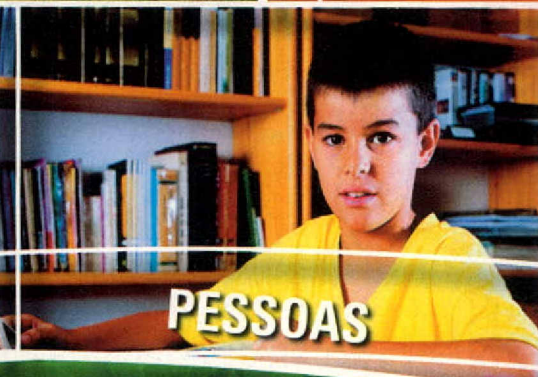
AR



ENERGIA



TERRA



PESSOAS

O compromisso da Votorantim com o equilíbrio dos 5 elementos essenciais à vida - água, ar, energia, terra e pessoas - está traduzido na ecoeficiência com a qual é produzido o Copimax.

Respeite a vida e prefira Copimax, o Papel EcoEficiente!



VCP
Votorantim



“A Reciclagem de Papel e Seus Aspectos Socioambientais” e “Papéis Reciclados com Alta Qualidade e Ambientalmente Corretos”. Esses foram dois dos motes principais da discussão que levou cerca de 260 participantes para o Ecoforum Anave 2008.

O evento mostrou conceitos, opiniões e apresentou cases de utilização do reciclado como forma de produção e utilização nas corporações. Entre as empresas e entidades que se pronunciaram no debate figuraram a TetraPak, Bracelpa, International Paper, VCP, Klabin, MD Papéis, Papirus, Suzano, ABN-AMRO e Natura.

Uma abordagem democrática para abrigar no mesmo espaço diferentes opiniões e vertentes sobre a produção de papéis e cartões reciclados. Esse foi o clima que tomou conta do Macksoud Plaza, em São Paulo, no dia 17 de junho durante o Ecoforum Setorial 2008 Anave. O evento reuniu associados da entidade, executivos, empresas fabricantes, além de profissionais de diferentes atuações que circulam no setor de C&P e contou com uma programação que mobilizou debates para um conhecimento mais profundo sobre o tema central.

A entidade, que há 32 anos realiza o Forum Anave para discutir diferentes temas que impactam o segmento, levantou no Ecoforum a proposta de discutir se o papel reciclado é apenas uma “vontade ecológica” e apresentou como a indústria avalia esse nicho de mercado.

Para promover o fórum, a Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados (Anave) optou por uma postura de neutralidade e imparcialidade. Na abertura do evento, o presidente da entidade, Theo Borges, declarou a necessidade do setor de conhecer as características e limites de mercado dos papéis de fibras primárias e reciclados. “Papel reciclado é uma coisa, virgem é outro”, destaca.

Borges explicou à platéia que diante da controvérsia que o assunto causa, a Anave procurou esclarecer como a indústria enxerga essa questão. Daí o fato da agenda incluir a ótica de aparistas, a visão ambiental, os aspectos de produção e também a posição do consumidor. “A Anave visou neste evento dar apoio ao associado sobre questões do setor. Esse tem sido nosso tipo de comportamento. Temos uma proposta bastante democrática, neutra e aberta”, explica o presidente.

Para o vice-presidente da Associação Brasileira Técnica de Celulose e Papel (ABTCP), Valdir Premero, o evento teve um caráter educativo que, na opinião dele, é hoje fundamental para se entender o que é esse nicho de mercado, suas interferências e pontos de sustentabilidade. “A ABTCP olha o assunto com cautela e acreditamos que o primeiro grande passo que o setor precisa dar é definir normalizações”, comenta. Segundo ele, o ponto chave da questão é abrir frentes de educação. “Precisamos unir forças e esclarecer o que são fibras virgens e papel reciclado. Essa definição será determinante”, comenta.

De acordo com o proprietário do grupo Bignardi, José Bignardi Neto, que esteve na platéia, o fórum teve um aspecto muito positivo: a pluralidade de opiniões. Isso para o empresário contribui muito para um aprofundamento do setor. “É dialogando que a gente se entende”, comentou.

O evento apresentou 13 palestrantes em dois grandes painéis e trouxe dois cases de sustentabilidade – uma mostra de estratégias de gestão apoiadas na onda verde: as empresas ABN Amro (Banco Real) e a Natura. A mesa debatedora contou com a presença do presidente da Associação Brasileira de Papelão Ondulado (ABPO), Paulo Sérgio Peres, e com a presidente executiva da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa), Elizabeth Carvalhaes.

**JÁ FUI FOLHA, CELULOSE, CARTA,
AVIÃO, CAIXA DE PRESENTE,
CADERNO E CARTÃO.**



A TRAJETÓRIA DE UMA SIMPLES FOLHA, DESDE SUA ORIGEM NA NATUREZA, TEM UMA BOA DOSE DE TRANSFORMAÇÃO. NOSSA EQUIPE TEM O MAIOR ORGULHO DE FAZER PARTE DESTA HISTÓRIA, INTEGRANDO FIBRAS VIRGENS E RECICLADAS, NUM CICLO QUE SE RENOVA A CADA DIA.



PAINEL I

A RECICLAGEM DE PAPEL E SEUS ASPECTOS SOCIOAMBIENTAIS

PRESIDENTE DA MESA: PAULO SÉRGIO PERES, presidente da Associação Brasileira de Papelão Ondulado (ABPO)

NOVAS TECNOLOGIAS E CONCEITOS EM APARAS

PALESTRANTE: GIOVANNI BOTELHO COLACICCO, DA ANAP



Com uma abertura em tom de discurso solene, ministrado por João Batista Fernandes, membro diretor da Associação Nacional de Aparistas (ANAP), o tema em questão foi conduzido na presença do presidente da entidade, Ângelo Di Sarno, que participou da mesa debatedora. Fernandes abriu a discussão, trazendo à tona questões que são focos de defesa de sua entidade. A atenção à preservação do meio ambiente, o olhar cuidadoso aos catadores de papel e para a cadeia que se encontram esses profissionais, foram tópicos da fala do diretor. “Aqui, a ANAP torna público seu interesse pelos catadores de papel. Queremos desenvolver novas políticas para essa cadeia, estimular novo debate”. Fernandes ressaltou que apesar do século XXI ser considerado o tempo da sustentabilidade ainda impera a fria lógica do lucro. Para reverter isso, ele clamou a platéia a buscar os atributos de acolhimento para se cuidar do planeta.

Na seqüência, Ângelo Di Sarno apresentou o professor Giovanni Botelho Colacicco, que relatou como funciona o ciclo de aparas. “Todo mundo gera aparas, seja com restos de jornais, caixas de sapatos, entre outros produtos. Aí é que entram as importantes figuras do catador, do depósito de papel e do aparista”, esclarece Colacicco. O palestrante mostrou que o caminho ideal do papel consumido pela população é justamente ir direto para o depósito do aparista e aí sim este profissional manda o produto para a fábrica. Segundo ele, esse destino não segue atualmen-

Veja apresentação da palestra no site da Anave: www.anave.org.br

te um ciclo natural. É que para Colacicco, a realidade mostra que os aparistas estão desistindo de sua função. Os motivos que desanimam o profissional e até irradiam falências no setor não combinam com o discurso da sustentabilidade que penetrou nas organizações.

A tese do professor foi seu foco de estudo de mestrado na PUC/SP. A pesquisa trata do ciclo de aparas e sua viabilidade. Um dos pontos abordados retratou que quase 20% da composição do lixo é formada por papel. Na sua avaliação, o lixo brasileiro é rico, mas ele só se potencializa se chegar à indústria de papel. “O principal resultado apurado revela uma triste conclusão de que este mercado é hoje inviável econômica e financeiramente”, diz. Em desabafo, Colacicco afirmou que os programas de coleta seletiva não vão para frente no Brasil, justamente porque o processo não se paga. “Ninguém vai ficar catando papel e colocando dinheiro do bolso”, analisa.

O pesquisador citou sugestões que podem amparar a cadeia de aparas. Criação de uma legislação específica para o setor, incentivo fiscal e tributário, profissionalização na administração de empresas, acompanhamento e análise das operações de custo, comunicação entre os agentes da cadeia, maior entendimento das fábricas no consumo e na determinação de preços de compra das aparas e maior responsabilidade dos geradores de resíduo foram pontos sinalizados.

PROCESSOS DE COLETA E RECICLAGEM DAS EMBALAGENS DOS LÍQUIDOS

PALESTRANTE: FERNANDO VON ZUBEN, diretor de meio ambiente da Tetra Pak



Um dado prova o crescimento da conscientização das pessoas para a prática da reciclagem: em 1994, o Brasil tinha pouco mais de 80 cidades com alguns pontos de coleta. Hoje, há no mapa territorial 480 cidades com processos de seleção do lixo bastante estruturados. A rota da reciclagem está cada vez mais preparada e gera renda para toda cadeia do lixo. Inserida nesta iniciativa, a Tetra Pak faz parte da consolidação deste processo e já abriu frentes consolidando 1.500 a 2 mil pontos de armazenamento, o que inclui a atividade de aparistas e pontos de coleta de entrega. “Estes locais praticam separação de todo tipo de material reciclável e não só a linha de cartonados da nossa empresa”, explica Fernando von Zuben, diretor de meio ambiente da empresa.

A multinacional, que lidera no País o mercado de embalagens cartonadas para líquidos, entende do assunto. Ela tem contribuído para mobilizar os trabalhadores desta cadeia e a incen-

tivar a adesão do consumidor, que na opinião de von Zuben, está mais antenado com a questão. “A preocupação com a preservação do planeta já faz parte do dia-a-dia da sociedade”, analisa.

O diretor ressaltou que essa percepção se assemelha aos resultados de uma pesquisa recente da National Geographic. Os dados do estudo apontam: 90% dos entrevistados se mostram muito preocupados com a questão ambiental. Esse público é formado por pessoas influentes e o consumidor em geral.

Para ele, os efeitos da conscientização modificaram o cenário em que se insere a coleta seletiva e foram responsáveis pela mudança das novas leis que vigoram nas negociações de compra e venda. “Hoje, há uma pressão do mercado para posturas ambientalmente corretas”. O diretor sinalizou que as empresas esperam por produtos e serviços aliados a práticas de sustentabilidade. A exigência de normas ISO e selos como o FSC (*Forest Stewar-*

A Pöyry fez este anúncio para mostrar a você que, além da sua expertise em Serviços de Engenharia, também pode oferecer serviços na área ambiental.

A Pöyry Tecnologia consolidou o seu departamento de estudos ambientais, com notória atuação em projetos de viabilidade ambiental de empreendimentos industriais, de base florestal, e obras de infraestrutura.

Esse departamento tem desenvolvido importantes estudos de planejamento, licenciamento, engenharia e controle ambiental.

A Pöyry Tecnologia acompanha tendências mundiais de sustentabilidade socioambiental, governança corporativa, ecoeficiência, créditos de carbono, energias renováveis, ecodesign, análises de ciclo de vida, relatórios e planos de sustentabilidade, avaliação e remediação de áreas contaminadas, programas de gestão ambiental, entre outras, oferecendo a seus clientes assessoria legal ambiental especializada em estudos, licenciamento, engenharia ambiental e gestão socioambiental.

Pöyry Tecnologia Ltda.
www.poyry.com.br
Rua Alexandre Dumas, 1901
04717-004 - São Paulo - SP
Fone: 11 3472 6955 - Fax: 11 3472 6980
E-mail: forest.br@poyry.com
www.poyry.com



Competence. Service. Solutions.



(E/D): Giovanni Botelho Colacicco, da ANAP; Angelo Di Sarno, presidente da ANAP; Paulo Sérgio Peres, presidente da ABPO e Fernando von Zuben, diretor de meio ambiente da Tetra Pak

ship Council) desfilam como critérios de aceitação.

No Brasil, a evolução da rota de reciclagem é evidente, mas o crescimento da atividade “poderia ser mais rápido”, analisa o diretor da Tetra Pak citando a cidade de Porto Alegre como modelo a ser seguido por outras localidades. A Prefeitura do município é responsável pela coleta do lixo com sistema porta a porta. Após a separação do material, as cooperativas entram em ação. “A maior parte do volume coletado passa pelos aparistas e são cooperativas que funcionam muito bem. O material é vendido e há uma profissionalização crescente nestes espaços”, afirma.

A Tetra Pak concentra atualmente 11 fábricas de papel, que reciclam as embalagens UHT – conhecidas como longa vida. A caixinha de líquidos alimentícios sai das casas dos consumidores, volta para o processo de reciclagem e vira papel reciclado, papelão ondulado e até telhas e móveis - inovação que a empresa criou e tem hoje excelente aceitação. Em 2007, a multinacional acumulou um volu-

me de quase 50 mil toneladas de papel, sendo que deste montante 25 mil foram destinadas à produção de papelão ondulado e 2 mil toneladas foram utilizadas na fabricação de telhas.

O palestrante mostrou ainda como funciona o processo de coleta seletiva de sua empresa, fez uma análise comparativa entre países da Europa e citou a África do Sul, que está num patamar semelhante ao do Brasil. A mensagem do executivo apontou que a escolha por fontes renováveis é uma tendência para as empresas aumentarem a sua competitividade, assegurarem o lucro e o crescimento sustentável e ainda fazerem um favor ao planeta. O alerta final de von Zuben esclareceu que não existe reciclagem sem fibra virgem e que há lixo para todo mundo. “Há espaço para aparistas, cooperativas e empresas recicladoras. Ambos devem sobreviver e manter viva essa atividade”, finaliza.

AVALIAÇÃO DE IMPACTOS AMBIENTAIS NA PRODUÇÃO DE PAPEL

PALESTRANTES: UMBERTO CALDEIRA CINQUE, diretor da VCP
 GEORGIA CUNHA, diretora do Espaço ECO/Braço social da BASF, no Brasil
 ALEXANDRE DI CIPRO, Suzano Papel e Celulose

Compromisso com o equilíbrio sustentável e uma missão: promover o gerenciamento integrado de produção que tem como pilares o ar, a água, a energia e as pessoas. Essa é a política de ecoeficiência da indústria VCP. A empresa estabeleceu diretrizes que permeiam valores econômicos, sociais e ambientais. Na ótica do diretor Umberto Caldeira Cinque, é fundamental que as plantas fabris inseridas no mercado de celulose e papel estejam alertas ao conceito dos “4 Rs” (reduzir, reutilizar, reciclar e recuperar), já que se trata de um setor potencialmente poluidor. “Para isso, a engenharia precisa planejar menos perdas na produção. Nenhum processo tem

100% de eficiência, mas o objetivo maior visa estabelecer a menor base de perdas. Se fizermos bem as quatro etapas, com certeza teremos menor resíduo no final”, comenta o executivo.

A VCP hoje é um ícone no quesito sustentabilidade e para manter essa performance, trabalha com as melhores tecnologias do mundo e se apóia em selos credenciados pelo Programa Nações Unidas para o Meio Ambiente /ONU (PNUMA), FEPAM – Secretaria de Meio Ambiente do Estado do Rio Grande do Sul, Cia de Tecnologia de Saneamento Ambiental do Estado de São Paulo (Cetesb), Agência de Proteção Ambiental



Umberto Caldeira Cinque



Georgia Cunha



Alexandre Di Cipro

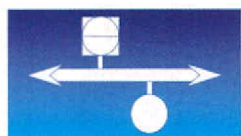
Você procura

uma solução

COMPLETA?

Fundado em 1995, o Grupo EBAPI Ltda é uma empresa de projeto, montagem e automação, que concebe soluções na aplicação de sistemas digitais para medição, controle, automação de processos industriais e sua conectividade com o ambiente corporativo, possibilitando melhorias na operação, manutenção, eficiência, produtividade e qualidade nas unidades de produção das indústrias.

O Grupo EBAPI tem, através do espírito jovem e dinâmico de seus sócios e profissionais, a preocupação com o desenvolvimento e capacitação técnica constantes, bem como acompanhar filosofias e tendências tecnológicas, administrativas e mercadológicas com sucesso comprovado por outras organizações, tanto no Brasil quanto no Exterior.



G R U P O
EBAPI®

Rua 2 de Setembro, 733, Itoupava Norte
CEP 89052-000 - Blumenau - SC
Fone/Fax +55 (47) 33235161
ebapi@grupoebapi.com.br
www.grupoebapi.com.br

O evento reuniu associados da ANAVE, executivos, empresas fabricantes, distribuidores, revendas, consultores e profissionais de diferentes atuações no setor



(E/D): Paulo Sérgio Peres, presidente da ABPO; Umberto Caldeira Cinque, diretor da VCP e Patrick Nogueira, diretor executivo do Grupo ORSA

Palestra disponível para download no site Anave: www.anave.org.br

Americana, entre outros. A empresa não produz papel reciclado e escolheu um outro caminho que confia estar direcionado para a ecoeficiência. “Optamos por executar um processo fabril centrado na prevenção. Instalamos mecanismos de medição e efetuamos monitoramentos constantes”, explica.

Cinque orientou que é importante o setor ter um foco: quando se cria um produto novo é preciso gerar um abrangente processo centrado no quesito de ser sustentável, o que ele define como criar valor econômico, ambiental e social, criar valor percebido por todos os públicos e manter diálogo transparente. “Tecnologia que garanta menos impacto? É preciso um auto questionamento por parte das empresas. Fazendo esse caminho teremos um presente responsável e um futuro sustentável”, relete. Seguindo esse norte de diretrizes, a VCP possui hoje uma base florestal com 145 mil hectares de áreas preservadas nos Estados do Mato Grosso do Sul e São Paulo.

A reflexão feita pela companhia atinge hoje todos os setores. A empresa BASF, maior empresa química do mundo - presente em 170 países, mostrou no evento o que tem feito para ajudar o planeta e citou os pilares de sua fundação Espaço Eco. Georgia Cunha, diretora da instituição, apresentou a forma que a organização encontrou para fazer a aplicação de conceitos do desenvolvimento sustentável.

A multinacional afirma que coloca na balança os mesmos atributos de pesos e medidas para os aspectos ambientais e econômicos. A política adotada estabeleceu ferramentas decisivas que criaram limitações para o consumo de energia e de recursos naturais, controle das emissões atmosféricas e os efluentes, manejo adequado do uso da terra, avaliação dos potenciais de toxicidade, além de interpretar constantemente todo e qualquer potencial de risco. E vai mais além: analisa até onde vai a responsabilidade de sua atuação, incluindo todo o grupo de *stakeholders*, com os quais se relaciona. “Está na hora de sabermos até quem são nossos fornecedores e quais atitudes eles têm em prol do meio ambiente”, comenta.

Segundo ela, a grande sacada da BASF está na sua matriz de ecoeficiência que estabelece uma fórmula de procedimentos viáveis. “Diante deste conceito, estamos preparados para reduzir custos e alternativas de eficiência na busca da diminuição de impactos ambientais”, explica. A BASF também aposta em iniciativas como a impressão ecológica e principalmente no diálogo e capacitação com seu público interno.

Seguindo a mesma direção dos ventos que assopram para a causa do meio ambiente, a Suzano Papel e Celulose, representada no fórum por Alexandre Di Cipro, comprovou que essa postura segue princípios criteriosos de preservação do meio ambiente, que encontram harmonia com as tendências mundiais. A empresa, pioneira no processo de certificação de suas florestas, mantém uma linha de papéis reciclados - o Reciclato - e atua com foco nas práticas que envolvem todo seu público de abrangência interna e externa. “Para mantermos essa postura temos ainda que superar uma das legislações mais rigorosas do mundo e, mesmo assim, quando recebemos missões internacionais fica evidente o quanto outros países se surpreendem com a política que implementamos ao longo destes anos”, expressa.

Como exemplos práticos, Di Cipro mostrou o envolvimento de inúmeros trabalhos centrados na questão da biodiversidade, os modelos de programas voltados para a comunidade como o artesanato feito com madeira nativa, desenvolvido no sul da Bahia. “A sustentabilidade é atuante em todas as nossas práticas e relacionamentos”, comenta.

2/3 DA PRODUÇÃO DE PAPÉIS RECICLADOS É DE PAPÉIS PARA EMBALAGEM. PARA ONDE CAMINHA O SEGMENTO?

PALESTRANTES: PAULO SÉRGIO PERES, presidente da Associação Brasileira de Papelão Ondulado (ABPO)
PATRICK NOGUEIRA, diretor executivo do Grupo Orsa



Paulo Sérgio Peres



Patrick Nogueira

Elas embalam produtos de diferentes naturezas. De eletrônicos, flores, frutas, carnes, produtos de limpeza a químicos e derivados. Estão por toda parte e circulam nas rodovias brasileiras e em portos e aeronaves com destinos a mercados externos. As caixas de papelão ondulado já são hoje responsáveis por embalar cerca de 90% do que circula de produtos no mundo. Com esse percentual dominante no mercado, são consideradas como as 'embalagens das embalagens' e por isso se configuram como um termômetro que registra os pontos altos e baixos da economia.

Os últimos índices registrados pela Associação Brasileira de Papelão Ondulado (ABPO) mostraram que o setor acumulou até

Palestra disponível para download no site Anave: www.anave.org.br

o mês de maio, vendas na ordem de 934,3 mil toneladas. Apesar do montante apresentar uma queda de 0,6%, em relação ao mesmo período do ano passado, que chegou a 940,3 mil toneladas, o ritmo desta indústria não pára.

Hoje, o setor congrega 86 empresas, 107 unidades industriais, 146 onduladeiras e gera mais de 14 mil empregos, o que coloca o Brasil na posição de 9º na produção mundial de papelão ondulado. Segundo o presidente da ABPO, Paulo Sérgio Peres, o produto tem vantagens competitivas que garantem sua

Cores mais vivas com impressões de qualidade

A Camera Press oferece serviços em impressão digital, escaneamento, manipulação e tratamento de imagens.

impressão em lona.



vinil laminado aplicado em papel cartão recortado na esko.



vinil aplicado em PS e impressão em lona.

Impressões em: vinil, glossy paper, back film, duraclear, duratrans, papel fotográfico e materiais rígidos.

Camera Press
O bureau completo.
www.camerapress.com.br

performance em alta. “O papelão é biodegradável, 100% reciclável, tem maior eficácia e compressão, por isso agüenta variações de temperatura; além de ser versátil, podendo ser feito sob encomenda, o que não gera estocagem”, esclarece.

O executivo comparou o gráfico que mostra como se comporta o mercado de papelão ondulado no Brasil a um eletrocardiograma de um enfartado, com constantes oscilações. Mesmo assim, a previsão é que o mercado se mantenha neste ano com resultados praticamente empatados aos do ano passado.

O faturamento em 2007 foi na ordem de R\$ 5,2 milhões, segundo dados da ABPO. De acordo com Patrick Nogueira, diretor comercial do Grupo Orsa, o destino deste setor é promissor, mas sinaliza que há muito ainda a evoluir. “Hoje, o consumo médio no País é de 12,3 quilogramas por habitante ao ano, enquanto que em países da Europa há índices na ordem de 53 kg (Alemanha), 57 kg (Espanha) e 65 kg (Itália)”, exemplifica. Nogueira diz que apesar de alguns rumores de que o setor é inviável, não está faltando papelão ondulado no Brasil. “Ao contrário, temos um crescimento de 3,5% ao ano, um pouco abaixo do PIB, mas bastante expressivo”, ressalta. Para ele, só esse dado já mostra o quanto o setor é sustentável.

PAPÉIS CORRETO

Além da atuação econômica, o segmento de papelão ondulado se propaga com “um círculo virtuoso na reciclagem” e ambientalmente responsável. Esse sim é para o presidente da ABPO, um ato nobre do papelão ondulado. “Isso se justifica, porque o papelão

é o produto industrial que tem o maior teor de reciclagem em sua composição”, complementa Patrick Nogueira.

Para Paulo Sérgio Peres há um outro ponto positivo nas embalagens onduladas brasileiras: elas estão mais leves. “Nos últimos seis anos, a gramatura de nossas embalagens caiu uma média de 6%”, destaca manifestando mais um ganho economicamente correto da atividade. “Isso é uma contribuição importante, com menos gramatura você transporta mais produtos”, afirma.

Já as desvantagens brasileiras ainda estão em questões tributárias embutidas no chamado custo Brasil. “Nós temos um custo interno muito alto, com mais especificidades para nossas embalagens circularem dentro do território nacional do que as que vão para China”, desabafa Peres. Outro desafio para o setor é vencer os problemas rodoviários. “Quer fazer um teste na qualidade da embalagem? Permita que ela transite pelas rodovias brasileiras. Com certeza elas chegarão melhor no Japão”, conclui o presidente da ABPO.

Nogueira também apontou um panorama do papelão ondulado reciclado com forte apelo ao campo social, por conta da geração de empregos que produz; mostrou os aspectos tecnológicos e abordou que hoje as fibras recicladas estão mais semelhantes às fibras virgens, o que melhora muito seu aspecto. Já na parte ecológica, ressaltou a diminuição de resíduos e consumo também menor de água e energia elétrica para sua produção. O produto rendeu crescimento ao Grupo Orsa de 271% de 1994 a 2007. Essa evolução da empresa também passou pelo seu envolvimento social. Hoje, 1% de seu faturamento vai para projetos que beneficiam a questão da educação ambiental.



Elizabeth Carvalhaes, presidente executiva da Bracelpa

PAINEL II

PAPÉIS RECICLADOS COM ALTA QUALIDADE E AMBIENTALMENTE CORRETO

PRESIDENTE DA MESA: ELIZABETH CARVALHAES, presidente executiva da Associação Brasileira de Celulose e Papel

PALESTRANTES: ANTONIO GIMENEZ, International Paper
MARCO ANTONIO DE OLIVEIRA, Suzano
MURILO PELLIZZON, VCP
JOSÉ ANTONIO VIANA, Grupo Bignardi

PAPEL AMBIENTALMENTE CORRETO PARA IMPRIMIR/ESCREVER



Qual papel é ambientalmente correto para imprimir ou escrever? Com esta dúvida, o consumidor ainda se perde diante das prateleiras dos pontos de venda e fica indeciso na hora de escolher entre o reciclado e o papel branco.

Os fabricantes dos dois produtos afirmam: o segredo está no mecanismo da produção sustentável. O assunto foi abordado por Antonio Gimenez, da International Paper; Marco Antonio de Oliveira, da Suzano; Murilo Pellizon, da VCP e José Antonio Viana, da Bignardi.

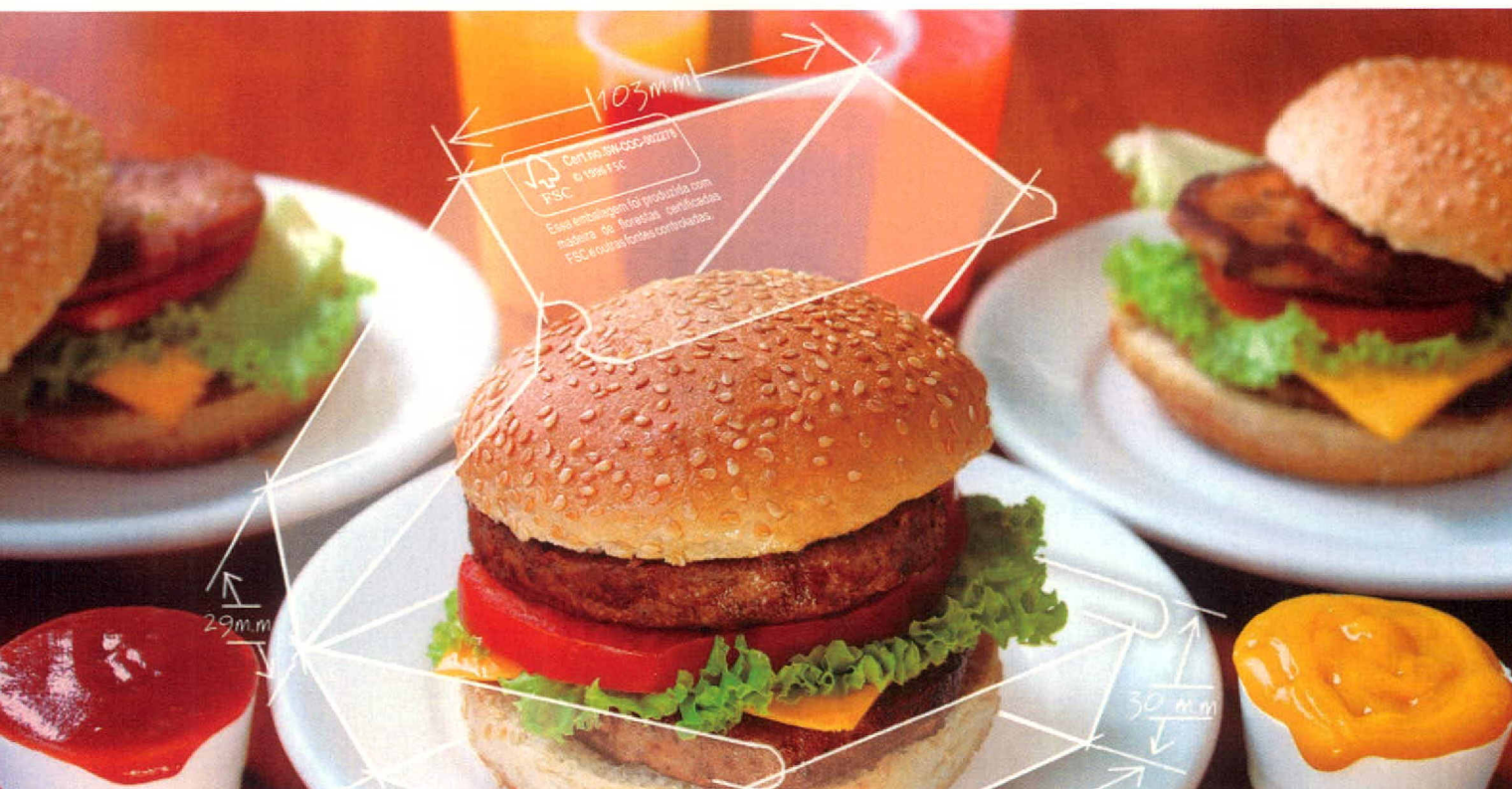
Gimenez colocou que o Brasil vive hoje uma situação que envolve mitos e modismos e isso na opinião dele deve ser combatido. "É importante que o público consumidor conheça as diferenças entre os dois tipos de papéis". Ele acredita que a falta de conhecimento é que promove estímulos de ação de compra e venda. "O papel reciclado é um produto complementar. Ele tem um lugar na cadeia, mas não é a solução", diz.

O crescimento do consumo dos reciclados está de fato em alta, cerca de 20% ao ano. Mas o setor ainda vê esse ritmo com ressalvas. É que ao mesmo tempo faltam aparas com forte aumento de preços deste insumo. "A oferta de aparas é relativamente inelástica frente ao crescimento de demanda por produtos reciclados", avalia.

Para a International Paper, o desafio que se coloca neste cenário está em combater os mitos e problemas do assunto. "Há uma falta de comunicação no que se refere à sustentabilidade do papel", coloca Antonio Gimenez. A realidade brasileira é essencialmente diferente comparada a dos países do hemisfério norte. "No Brasil mais árvores são plantadas quando se aumenta o consumo de papel. Os cultivos são perenes e há replantio quase que imediato após a colheita", afirma.

O diretor da IP defendeu que a produção integrada do papel branco envolve um percentual focado no sequestro de car-

Nós damos forma às suas necessidades



Somos uma empresa de embalagens com grande estrutura, alta tecnologia e pessoal capacitado. Nosso objetivo é superar suas necessidades.



Superando com estrutura **NILPEL**
www.nilpel.com.br

bono, muito mais evidente do que se consome. Quanto aos reciclados, disse que hoje há riscos a serem gerenciados, como a indisponibilidade de aparas e aumento do custo de insumos, a imposição legal de conteúdo reciclado, aparecimento de produtos falsos, a cobrança futura da falta de informações pela sociedade e o respeito aos critérios socioambientais na produção de papel reciclado.

O alerta geral da IP fez um apelo à platéia relacionando os dois produtos (branco e reciclado). “Eles têm vantagens e desvantagens, isso precisa ser divulgado”, finalizou e acrescentou que não há sentido em estimular artificialmente o crescimento de um segmento (no caso o reciclado) com graves limitações de expansão do seu principal benefício.

Para Marco Antonio de Oliveira, da Suzano Papel e Celulose, a resposta à dúvida do consumidor tem que ser atrelada a um fator. “Nossa visão é a seguinte: acreditamos que o que deve ser levado em conta é a resposta a uma única questão: como eu produzo este papel?”, comenta.

O palestrante colocou que independente do cunho técnico, é necessário que se avalie um produto final diante de sua cadeia completa e que se levante qual a matriz energética o produto consumiu. Quanto à pergunta temática do painel “Qual o papel ambientalmente correto?”, Oliveira afirmou que são aqueles certificados. “Isso sim diferencia e qualifica o produto”.

Murilo Pelizzon, da VCP, diz que sua empresa optou por não produzir o reciclado por conta de uma decisão estratégica. “Chegamos à conclusão de que já produzíamos um produto que é fabricado do início ao fim de sua cadeia de forma sustentável”, afirma. O profissional disse que é preciso tomar muito cuidado com as colocações que são feitas sobre os papéis de impre-

mir e escrever. “Não acreditamos que produzir um reciclado é mais ecossustentável do que o nosso processo já implementado. O que ocorre é que o brasileiro vive uma onda de analfabetismo ambiental, isso precisa ser revertido”, instiga.

José Antonio Viana, da Bignardi, defendeu sua produção de reciclados e abordou que o setor que imprime reciclados não é nenhum pouco diferente de uma indústria de papel branco. “Dependemos das florestas da mesma forma que a linha de produção do papel branco, mas foi preciso se inventar o papel reciclado para chegarmos a essa polêmica”. Viana sinalizou que a indústria inserida no cenário dos reciclados também se preocupa com ecoeficiência. Ele, que está à frente da linha Gordinho Braune Millennium, afirma que a produção de reciclados está no DNA do grupo Bignardi. “Já produzíamos papel reciclado em cartolinas e em toda nossa linha de produtos”, diz.

Apesar de opiniões variadas, os profissionais acordaram no único pensamento de que não importa o tipo de papel, seja de fibra virgem ou reciclada. Para a maioria deles, o que deve ser pesado é o fato de que toda a cadeia do processo de fabricação destes papéis deve ser analisada e ter uma trilha de ecoeficiência a ser percorrida.

Os palestrantes também afinaram um outro tom de concordância: não dá para imaginar que o reciclado concorra com o papel branco ou vice-versa. “Acho fundamental a gente discutir isso, pois este tema tem riscos que precisamos gerenciar. Nem tudo são flores, nem tudo é verdade. O que é adequado para adotarmos é um discurso comum para que a sociedade também compreenda essas diferenças”, comenta Antonio Gimenez, da International Paper.

PAPEL CARTÃO VIRGEM X RECICLADOS. QUAL A REALIDADE?

PALESTRANTES: ARMANDO VARELLA, Papyrus
SÉRGIO LUIZ CANELA, MD Papéis



Sérgio Luiz Canela

O segmento de papelcartão virgem e reciclados não utiliza uma abordagem muito diferente dos papéis brancos e reciclados em *cut size*. Na verdade, o que fala mais alto neste cenário é uma balança com vantagens e desvantagens evidentes para os fabricantes.

Armando Varella, da Papyrus, disse que existe muita matéria-prima para a produção do papelcartão reciclado. O reflexo mais imediato dessa afirmação é, para ele, o volume de cooperativas de catadores que se posicionam no mercado. “Só em São Paulo existem 30 cooperativas com CNPJ cadastrados e estima-se que há mais 66 já em funcionamento, só que sem regis-

tro de pessoa jurídica”, aponta.

Para ele, o mercado da reciclagem registra avanços no cenário da economia brasileira. “As cooperativas organizadas promovem faturamento maior para os catadores. Enquanto que os trabalhadores não organizados têm uma renda média de R\$ 200,00 ao mês, os estruturados já recebem cerca de R\$ 350,00”, cita.

O palestrante colocou que a Papyrus, também fabricante de papel cartão 100% reciclado, entende que a reciclagem não é eterna e sempre precisará de fibras virgens para sua fabricação. De qualquer forma, a indústria afirma que sua ati-

Palestra disponível para download no site Anave: www.anave.org.br

vidade envolve um processo totalmente sustentável e não tem a pretensão de contrapor os produtos 100% reciclados aos de fibras virgens. “Esse é um grande erro do setor. Na verdade, precisamos somar esforços e enxergar definitivamente essas duas linhas de produtos como complementares”, ressalta.

De acordo com Sérgio Luis Canella, da MD Papéis, é impossível tratar deste tema sem visões distintas. Ele sugere uma análise prática centrada na evolução do *market share* dos cinco tipos de papelcartão que existem no mercado. “Precisamos olhar para os dados que as pesquisas apontam”. Canella destacou que o consumo dos cartões 1 e 2 (com capa e verso brancos) cresceu em média de 6% a 16% nos três últimos anos; enquanto os modelos 3 e 4 (cartão duplex revestido com capa branca e miolo não branco) despontaram com cerca de 41% e o cartão 5 (com capa, miolo e verso brancos ou não brancos) teve uma

Um dos temas mais discutidos e polêmicos durante o evento foi “Papel Ambiental correto para imprimir e escrever”

performance aproximada de 35%.

O profissional também registrou as verdades que entendem caracterizar os dois produtos. O papelcartão de fibra virgem é oriundo de florestas manejadas de forma ambientalmente corretas além de que atuam com o conceito de socialmente justas e economicamente viáveis, proporcionando benefícios econômicos do manejo. “O fato das florestas serem renováveis amplia a sustentabilidade do negócio”, expressa. Outro lado das florestas plantadas que julga contar pontos é

o quanto elas equilibram o clima regional e global, atuam no ciclo hidrológico e na retenção de carbono. Por outro lado, o papelcartão de fibra reciclada tem como componentes a geração de empregos e a oportunidades para camadas mais pobres. São sustentados por um fator atrativo por conta do lado ecológico e apresentam crescimento do consumo com perspectivas de possibilidade de se elevar.

Já no quesito performance eles são equivalentes, na opinião do diretor da MD Papéis. O mesmo se aplica para as características técnicas dos dois produtos, que envolvem semelhante qualidade de impressão, brilho, corte e vinco, aspecto visual, envase, com diferenças apenas na rigidez que é maior em fibras primárias e menor nas recicladas e na variação da tonalidade do verso, menor no papel branco e maior no reciclado. “O projeto de embalagem e o posicionamento de mercado do produto final é que definirá o tipo de cartão a ser usado”, explica.

ORSA EMBALAGENS

Mais do que produtos,
a melhor **SOLUÇÃO!**



Há quase 30 ANOS aliando QUALIDADE, INOVAÇÃO e TECNOLOGIA.



ORSA
Celulose, Papel e Embalagens S.A.

VISÃO DA INDÚSTRIA DE PAPEL SOBRE RECICLAGEM, SEUS EFEITOS E NORMATIZAÇÃO

PALESTRANTE: ELIZABETH CARVALHAES, presidente executiva da Bracelpa

O tema do Ecoforum rendeu bastante discussão e opiniões variadas. Para a presidente executiva da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa), Elizabeth Carvalhaes, que esteve na condição de presidente da mesa debatedora, a abordagem do evento foi pertinente e lançou uma questão que não há mais como negar: a sustentabilidade será uma busca contínua do ser humano, na qual a reciclagem está altamente inserida. Carvalhaes disse que a Bracelpa não se posiciona em nome nem do papel branco nem do reciclado. “Temos sim uma defesa ardorosa de que todos os produtos venham de florestas plantadas”, expressa.

A fala da presidente soou como eco no fórum setorial. A executiva decretou no evento que a Bracelpa está disposta a combater campanhas de empresas, instituições e até do Governo que afetem o setor de papel e celulose. Ela esclareceu que sua entidade irá defender de forma ardorosa a imagem distorcida do setor que é feita com o apelo do corte de árvores para se produzir papel. “Nós não cortamos árvores. Nós plantamos árvores. Por conta de nossas florestas plantadas, o Brasil é o único País do mundo que vai saber quanto sequestrará de carbono em 100 anos. O povo brasileiro deveria se orgulhar disso”, expressou a presidente para a platéia do Ecoforum Anave, formada na maioria por papeleiros e profissionais de C&P.

Além disso, Carvalhaes apontou exemplos de campanhas que incomodaram a Bracelpa, como uma recente da Souza Cruz, que apoiava no slogan o fato de que a empresa é sustentável porque não corta árvores. Outra campanha que a executiva lembrou já ter gerado manifesto oficial da Bracelpa foi a mídia lançada no mês de junho pelo Banco do Brasil, na capa do jornal Valor Econômico. A publicidade fez uma relação da questão de sustentabilidade do banco, citando a redução de seu boleto bancário pela metade do tamanho e o quanto isso minimiza de impactos ambientais e de economia de cortes de árvores. A mensagem informa que com a iniciativa de redução do boleto serão poupadas 84 mil toneladas de papel, o que segundo o banco, evita o corte de 3 mil árvores e 8 milhões de litros de água. “Esse tipo de campanha é que temos que combater”, afirma.

De acordo com ela, que tinha acabado de chegar de um encontro mundial da Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO), realizado na África do Sul, é preciso resolver urgentemente a falta de comunicação que causa ruídos no setor. “Lá se falou muito na importância de resolvermos esses problemas de comunicação”, conta. A presidente comentou que as associações mundiais de florestas estão tentando tentar fazer uma campanha com objetivo de mostrar

o que é o trabalho nestas plantações. “Temos que ensinar ao povo brasileiro que ele tem uma das florestas mais importantes do mundo”, analisa. A fala da presidente ganhou reforço de profissionais e fabricantes que participaram da platéia.

CONTRA O GOVERNO

A executiva da Bracelpa também sinalizou no Ecoforum seu descontentamento com a postura do Governo com relação às 12 legislações que transitam no Congresso Nacional para emplacar o uso do papel reciclado. Segundo ela, a iniciativa gera preocupações para o segmento. “Nós não podemos admitir que o Estado interfira no mercado. Isso é impraticável. A intervenção do Governo induz o consumo, muda a competitividade, mudam-se os investimentos do setor”.

De acordo com ela, o preço do barril do petróleo está sendo praticado a US\$ 130 e nem por isso o Governo recomendou à população que só utilize o álcool. Elizabeth Carvalhaes comparou as medidas governamentais para o papel reciclado com as normatizações que vigoram no Mercosul e expressou que apesar disso, o bloco econômico da América do Sul não decola.

DEBATE

A opinião que tomou conta do fórum é que o caminho da sustentabilidade não tem mais volta. A analista de mercado da MD Papéis, Fernanda Hassad, comentou que as diferenças de papel de fibra virgem e de reciclados gera muita confusão na cabeça do brasileiro, mas acredita que o setor de celulose e papel tem a missão de estimular o consumo consciente e desempenhar práticas amparadas no conceito de preservação ambiental.

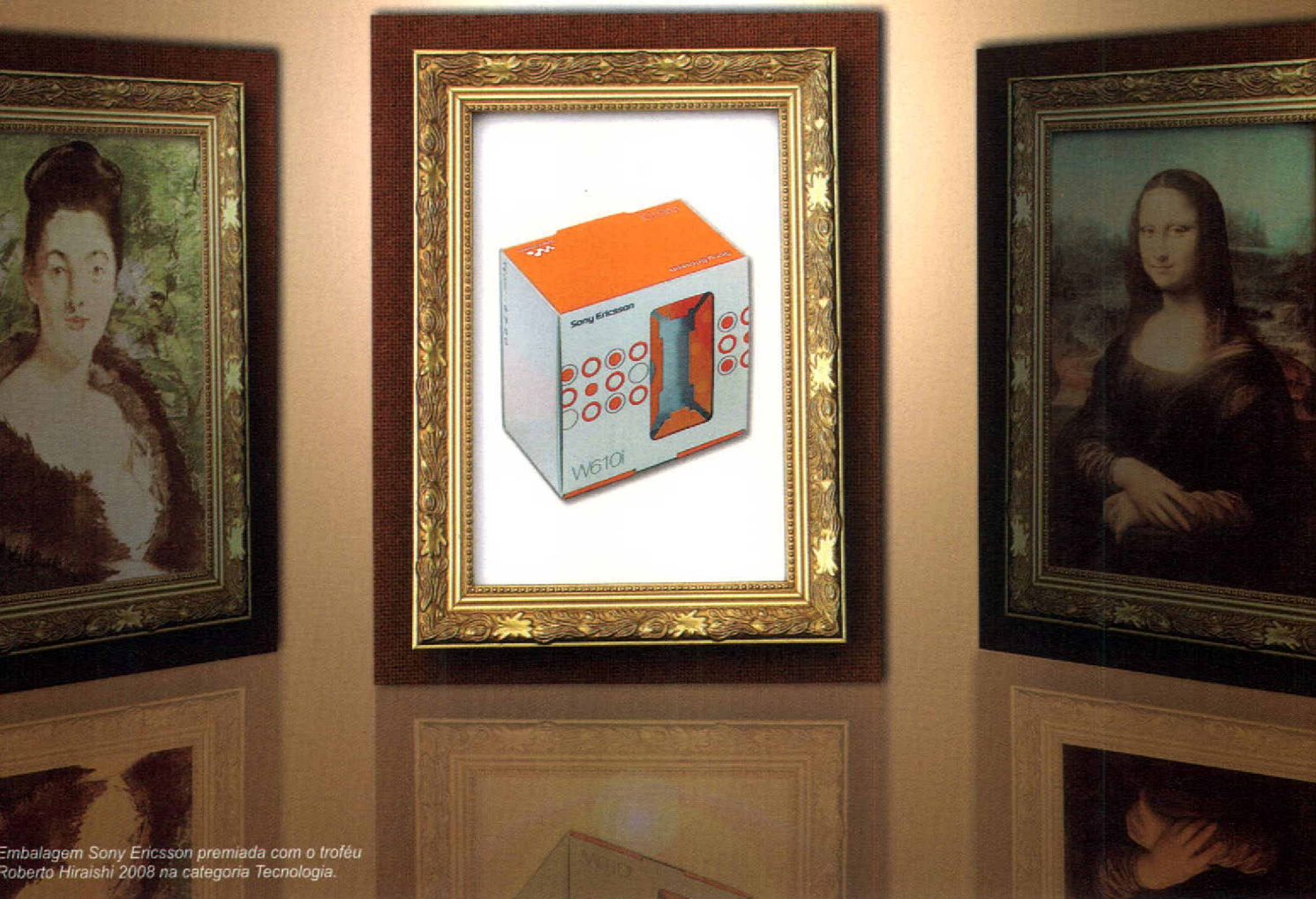
Para Antonio Gimenez da International Paper, o segmento precisa adotar um discurso único e apresentar o que a sociedade necessita conhecer sobre as diferentes linhas de produção. “Precisamos combater o senso comum e caminhar no sentido da educação ambiental”, diz.

Fernando Wagner Sandri, gerente de desenvolvimento de produto da IBEMA Cia Brasileira de Papel, diz que o consumidor ainda não está totalmente conscientizado de seu papel, mas já possui um novo olhar para a questão. Ele acredita que as indústrias já fazem sua parte e em médio prazo o cenário mercadológico terá um formato ainda mais sustentável em nome do planeta.



Santa Inês. Transformando idéias em Arte.

PILON



Embalagem Sony Ericsson premiada com o troféu Roberto Hiraishi 2008 na categoria Tecnologia.

Na **Santa Inês**, qualidade é o alicerce e o instrumento presente no cotidiano de todas as atividades da empresa. Para atender a estes rigorosos padrões, a **Santa Inês** desenvolve um trabalho detalhado de gestão da qualidade com acompanhamento contínuo em todas as etapas do processo produtivo. Os detalhes representam a verdadeira essência de nossas operações e estão presentes em todas as fases da produção; desde o design, a delicada escolha das matérias primas, até o acabamento final. Portanto, seja sua idéia criativa, sofisticada ou inventiva, a **Santa Inês** tem um único objetivo: transformar suas idéias em verdadeiras obras de arte.



ISO 9001



Prêmio Fernando Pini
de Excelência Gráfica
Promovido pela ABIGRAF
e pela ABTG.



embalagens
santainês

www.santaines.com.br

CONHEÇA ALGUNS PROJETOS DE LEI QUE JÁ FORAM CRIADOS EM PROL DO PAPEL RECICLADO

PROJETO DE LEI Nº. 564/07

Autoria: Deputado estadual Luiz Malucelli (PSDB)

O que determina ?

O uso de materiais de escritório confeccionados em papel reciclado pelos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário. A lei especifica que como material de expediente entende-se o uso de envelopes, cartões, formulários, blocos, rascunhos, notas, recibos, papéis timbrados, publicações, processos, boletins, embalagens e de usos similares. A margem dos documentos expedidos como papel reciclado também deve ser impressa a expressão: "papel reciclado, menor custo ambiental".

Tramitação

Aprovado pela Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) da Assembléia Legislativa.

PROJETO DE LEI 2308/07

Autoria: Deputado Estadual Eliene Lima (PP-MT)

O que determina?

Obriga as editoras a utilizarem pelo menos 30% de papel reciclado nas suas publicações. A proposta acrescenta artigo à Lei 10.753/03, que institui a Política Nacional do Livro.

Tramitação

Projeto em caráter conclusivo nas comissões de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável; de Educação e Cultura; e de Constituição e Justiça e de Cidadania.

PROJETO DE RESOLUÇÃO 81/07

Autoria: Deputado Eudes Xavier (PT-CE)

O que determina?

Obriga a Câmara a utilizar papel reciclado em todas as suas atividades, adotando-o de forma gradual: 10% do total de papel utilizado no primeiro ano de vigência da norma, 20% no segundo, 30% no terceiro e 100% a partir do quarto ano.

Tramitação

Proposta será analisada pela Mesa Diretora da Câmara, antes de seguir para o Plenário.

PROJETO DE LEI 433/07

Autoria: Deputado Fernando de Fabinho (DEM-BA)

O que determina?

Coloca que os poderes Legislativo, Executivo e Judiciário incentivem o uso de papel reciclado nos atos que lhes digam respeito. A proposta estabelece que será proibido recusar documentos em que esse tipo de papel tenha sido utilizado. O objetivo é reduzir custos e despertar maior interesse da sociedade sobre os temas ambientais.

Tramitação

O projeto será analisado pelo Plenário, juntamente com o PL 203/91, do Senado Federal, ao qual está pensado.

PROJETO DE LEI 329/07

Autoria: Deputado Jerônimo Reis (DEM-SE)

O que determina?

Torna obrigatório o uso de papel reciclado em todos os órgãos e entidades da administração pública federal direta e indireta. Caso o projeto seja aprovado, no primeiro ano da vigência da lei, a administração pública será obrigada a usar 10% de papel reciclado do total de papel utilizado. Esse percentual subirá para 30% no segundo ano e se estabilizará em 50% a partir do terceiro.

Tramitação

O projeto será votado pelo Plenário. O texto tramita pensado ao PL 1786/03, que trata do mesmo assunto.

A VISÃO DO CONSUMIDOR DE PAPEL RECICLADO

PALESTRANTES: CÉSAR RIGHETTI, ABN Amro
MATHEUS MENDONÇA, Natura



César Righetti

“Um novo banco para uma nova sociedade”. É assim que o ABN Amro – Banco Real se posiciona hoje no mercado. De olho na evolução da sociedade, cada vez mais bem informada e consciente, o banco aprimorou sua política de sustentabilidade e tem criado programas e atuações que refletem diretamente no relacionamento com seus consumidores.

“Essa postura está no nosso DNA – em tudo o que a gente faz. Isso nos traz a confiança de que estamos fazendo a coisa certa”, afirma César Righetti, vice-presidente da instituição financeira.

Uma das primeiras medidas que o Real implantou quando resolveu encabeçar a luta em prol da questão socioambiental foi a adoção do papel reciclado em suas correspondências para

Palestra disponível para download no site Anave: www.anave.org.br

clientes, documentos internos, impressos diversos e naqueles de cunho publicitário até implantar os talões de cheque gerados com este tipo de papel.

A utilização do papel, que o banco considera ambientalmente correto, surgiu após uma parceria com a Suzano Papel e Celulose. “No início, tivemos certa resistência dos nossos usuários. Foram meses de trabalho no sentido de criar um produto que fosse economicamente viável e que estivesse ligado ao tripé econômico, ambiental e social”, comenta Righetti.

Por conta desta iniciativa, o banco se consolidou na memória de seus consumidores, que hoje estão habituados a relacionar a sua imagem a questões ligadas à sustentabilidade. Em pesquisa recente feita pelo ABN Amro, o uso do papel reciclado é o emblema do assunto e foi lembrado por 41% dos entrevistados. A co-



NA HORA DE ESCOLHER SEU PARCEIRO, FIQUE COM QUEM VOCÊ SABE QUE CUIDA DA NATUREZA.



A marca do manejo florestal responsável.
SW-COC-002857
© 1996 Forest Stewardship Council A.C.

Certificação FSC.

Conquistada pela SPP-NEMO, comemorada pelo meio ambiente.

Respeitar o meio ambiente sempre foi uma das maiores preocupações da SPP-NEMO. E o resultado é a Certificação FSC, sendo a primeira empresa no mercado de distribuição de produtos gráficos a conquistar o selo verde mais reconhecido no mundo. Além de ser a única certificada nas normas ISO 9001, ISO 14001 e SA 8000 ao mesmo tempo. Mais uma prova que a SPP-NEMO vai além dos seus serviços, antecipando sempre as necessidades dos seus clientes.

SPP-NEMO
DISTRIBUIÇÃO NACIONAL

0800 722 6366
www.spp-nemo.com.br



leta seletiva também marcou pontos (31% dos clientes). Mas um registro fica claro na opinião do público: o banco tem uma imagem ligada à responsabilidade socioambiental e isso ninguém mais tira de seu patrimônio, acredita o vice-presidente.

A atenção a fornecedores e aos próprios clientes virou requisito fundamental para o banco, que não mais aprova financiamentos, empréstimos para empresas que não transparecem sua ação socioambiental. “Não emprestamos dinheiro para um cliente que não paga impostos, polui meio ambiente ou que não respeita seus trabalhadores”, destaca.

Outra empresa que adotou essa prática e tem o respeito dos consumidores por seu papel protagonista no cenário da

ecoeficiência é a Natura. Uma das líderes brasileiras no ramo de cosméticos, apóia-se no conceito de bem estar bem, que é diretamente focado no seu envolvimento com os consumidores. “Temos hoje uma imagem muito ligada ao meio ambiente, que vem da nossa atitude centrada num processo de produção antenado com a redução dos impactos ambientais, nos nossos modelos de negócios e gestão e no estímulo que promovemos para o consumo consciente”, explica Mateus Mendonça, farmacêutico da indústria.

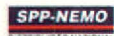
Como medidas práticas, a Natura incrementou seu *portfolio* com a linha Ekos e lançou uma série de produtos que valorizam a idéia da vegetalização das fórmulas, com utilização de insumos renováveis. As embalagens também são geradas a partir da reciclagem. O lançamento dos modelos com refs para reaproveitamento também pegaram carona neste conceito.

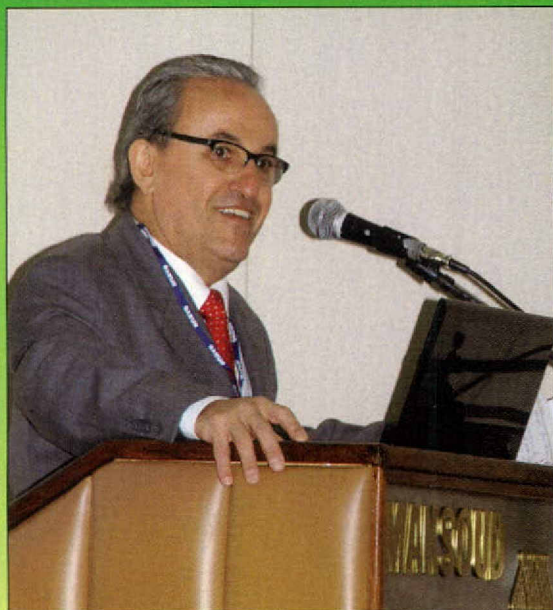
Outro recurso atrativo que prende o consumidor já na embalagem são as tabelas ambientais, presentes hoje em todos os produtos. Elas registram dados que comunicam aos clientes as relações que a empresa exerce voltadas ao planeta. Todos os impressos, caixas de embalagens, boletos bancários e material promocional investem na onda verde e utilizam papéis reciclados.

A Natura tem uma série de programas ativos que englobam 19 comunidades e já colhe resultados de conservação ambiental, biodiversidade, fomento à cadeia de reciclagem, incentivo a catadores e cooperativas e tem grupos internos para avaliação do processo de reciclagem. Outro comprometimento está na redução de emissão de carbono. “No ano passado conseguimos controlar o ciclo do CO2. Com isso, hoje a Natura é carbono neutro”, finaliza Mendonça.

ANAVE AGRADECE AOS PATROCINADORES DO ECOFORUM ANAVE 2008

HOTEL MAKSOUD PLAZA • 17 DE JUNHO DE 2008
SÃO PAULO - SP





EM NOME DO DIÁLOGO

O presidente da Anave, Théo Borges, fechou a discussão do fórum destacando que apesar do tema abordado durante todo o dia ter mostrado um caráter palpitante, com pensamentos na mesma direção e outros distintos, a adesão do público foi um sinal muito positivo de que as empresas estão dispostas a trocarem experiências, apresentarem soluções estratégicas no caminho da sustentabilidade – um ponto a mais para o setor, na sua opinião.

Borges comentou que diante deste difícil tema, a Anave cumpriu seu compromisso institucional de aproximar clientes e produtores, colaborando para a produção mais limpa e o consumo consciente de papéis. “Este é o espírito do homem de vendas moderno: aconselha o cliente na tomada de decisão e colabora para o desenvolvimento de produtos customizados”, finaliza o presidente.

Ibema - Cia. Brasileira de Papel

- ✓ Cartão Triplex Coating
- ✓ Cartão Duplex Coating
- ✓ Papel Monolúcido e Apergaminhado
- ✓ Superbound
- ✓ Papel Naturele (Ecológico)

Industrial e Agrícola Rio Verde Ltda.

- ✓ Papelão Paraná
- ✓ Papelão Pardo

Fábrica de Papelão Timbó Ltda.

- ✓ Cartolina Marmorizada - Lisa
- ✓ Papelão para modelos - Presspan - Isopres

Himasa - Heidrech Industrial Merc. e Agrícola S/A

- ✓ Papelão Couro



Representações Spera SC Ltda.

Av. Gal. Ataliba Leonel, 93
2º andar - Sala 25
02033-000 - São Paulo - SP
Tel (11) 2223-7800 - Fax (11) 2223-7807
rspera@uol.com.br

ALTA DE EXPORTAÇÕES DE CELULOSE

Além de ser sustentável em suas ações, o setor de celulose e papel registrou um dado neste primeiro semestre que o coloca como detentor de cerca de 18% do superávit da balança comercial brasileira. Os dados foram divulgados recentemente pela Secretaria de Comércio Exterior, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDCI).

De janeiro a junho, o saldo comercial do País foi de US\$ 11,3 bilhões. Desse total, US\$ 2 bilhões são provenientes do setor e resultado, principalmente, do aumento das exportações de celulose. De janeiro a junho deste ano, o valor das exportações desse produto atingiu o patamar de US\$ 1,795 bilhão, representando um aumento de 27,3% em comparação ao mesmo período do ano passado (US\$ 1,410 bilhão). Já as exportações de papel, totalizaram US\$ 986 milhões, registrando aumento de 14,3% em relação ao mesmo período de 2007 (US\$ 893 milhões).

Segundo Elizabeth de Carvalhaes, presidente executiva da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa), a China está entre os principais destinos das exportações da celulose brasileira. O valor das exportações do produto para esse país cresceu 90% no primeiro semestre



de 2008, se comparado ao mesmo período do ano passado, ou seja, subiu de US\$ 188,5 milhões para US\$ 358,1 milhões. Esse valor representa, ainda, 20% do total exportado de US\$ 1,8 bilhão.

“O crescimento da demanda de papel na China reflete o aumento do PIB daquele país, hoje em 9,3%, que vem colaborando no aumento do consumo de alimentos, móveis, e também de papel destinado a livros, cadernos, etc. Além disso, neste primeiro semestre houve um crescimento adicional do consumo de papel no mercado chinês por causa das Olimpíadas”, explica Elizabeth de Carvalhaes.

Exportações Brasileiras de Celulose por Destino

Período de Janeiro a Junho

Destino	US\$ mil FOB		Variação
	2007	2008	
América Latina	19,266	15,539	-19.3%
Europa	741,683	909,139	22.6%
América do Norte	302,642	341,914	13.0%
África	1,008	785	-22.1%
Ásea/Oceania	157,345	170,297	8.2%
China	188,501	358,177	90.0%
Total	1,410,445	1,795,851	27.3%

Fonte: SECEX/MDIC

Fonte e divulgação: BRACELPA – Associação Brasileira de Celulose e Papel



Grandes idéias merecem a melhor tecnologia...

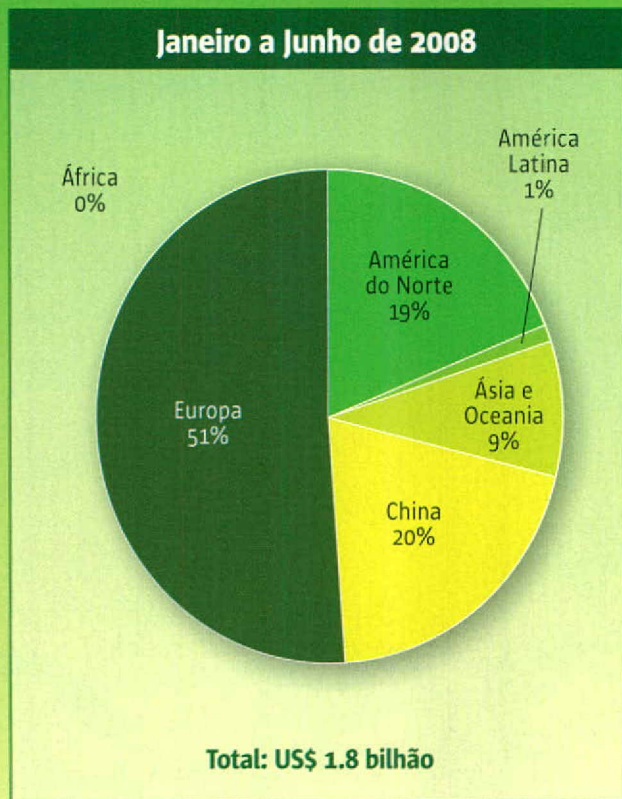
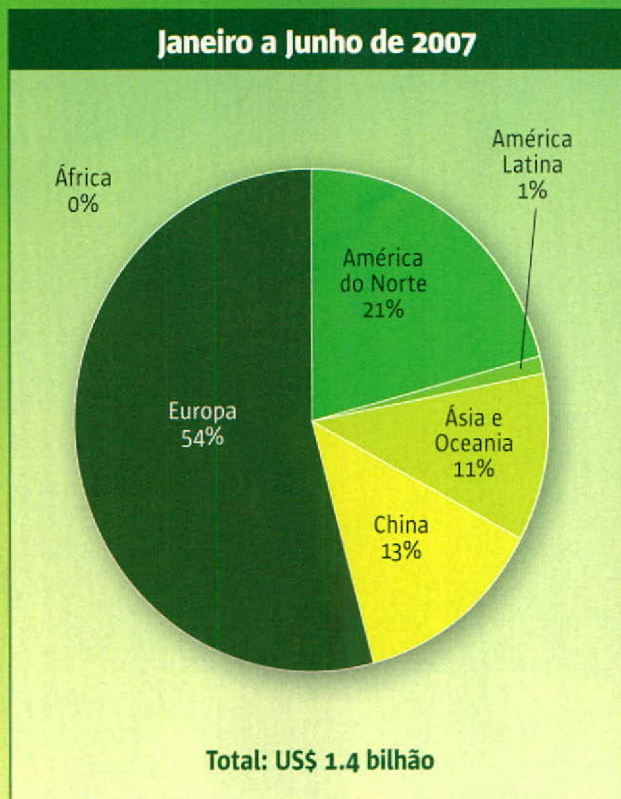
Com processo totalmente integrado
a BC Gráfica oferece mais segurança,
agilidade e qualidade aos seus projetos.

Comprove.
Acesse nosso site,
faça-nos uma visita.

 **BC GRÁFICA**
30 anos

www.bcgrafica.com.br - 11 5588-5080

CTP - IMPRESSÃO - ACABAMENTOS ESPECIAIS



Fonte e divulgação: BRACELPA - Associação Brasileira de Celulose e Papel

Ogilvy

Nas embalagens da Tetra Pak todo alimento é enriquecido com respeito ambiental.

A Tetra Pak cuida do planeta com responsabilidade há muito tempo. Nossos fornecedores de matéria-prima possuem certificados ambientais, o papel das nossas embalagens é de fonte renovável e obtido através de florestas certificadas e nossas embalagens são 100% recicláveis. Apoiamos programas de coleta seletiva e desenvolvimento de recicladores. Nosso programa de educação ambiental já beneficiou mais de 5 milhões de crianças. Além disso, temos parceria internacional com a WWF (World Wildlife Fund) para manejo florestal e prevenção de mudanças climáticas. Saiba mais sobre a Tetra Pak e sobre sustentabilidade no site: www.tetrapak.com.br



Seja visto!

Nossas páginas são vistas mais de 380mil vezes por mês!

celuloseonline

A cada dia, mais e mais profissionais do setor acessam o conteúdo do Portal Celulose Online. No 1º trimestre de 2008 houve um crescimento superior a 41% em relação ao ano passado.

Coloque sua marca em um veículo de alta importância para o mercado. Se a sua empresa deseja falar com os profissionais de celulose e papel, o canal é o Portal Celulose Online.

Acesse nosso canal de eventos e fique por dentro de tudo o que está acontecendo no setor.

SOLICITE PLANO DE MÍDIA SEM COMPROMISSO.

 **celuloseonline**
Você com muito mais conteúdo.

www.celuloseonline.com.br
publicidade@celuloseonline.com.br
fone: (16) 2101-0686

● O Recorde de Audiência do Portal Celulose Online confirma o grande interesse dos profissionais do setor pelo conteúdo confiável e atualizado.

Nova unidade ocupará uma área de 25 mil m² de construção e 100 mil de área total



RIGESA TERÁ NOVA UNIDADE EM 2009

POR LUCIANA GRILI

Decidida a desencadear uma expansão no mercado do Estado de São Paulo, a Rigesa, Celulose, Papel e Embalagens, subsidiária brasileira da norte-americana MeadWestvaco Corporation (MWV), começa a colocar em prática uma das metas do seu plano estratégico e abrirá no próximo ano a sua 6ª fábrica de embalagens de papelão ondulado. A nova planta vai funcionar no município de Araçatuba. O início de operações da unidade tem previsão para acontecer em fevereiro de 2009.

A escolha por Araçatuba foi incentivada por uma série de fatores positivos que envolvem o município. O primeiro deles está associado à infra-estrutura que a cidade oferece com ampla rede de serviços públicos, além da qualidade da mão de obra local, aliados à excelente logística para suprimento de matéria-prima, acesso a portos, a mercados e a clientes. Mas, segundo a gerente de comunicação corporativa da Rigesa, Desirée Martini, outro ponto pesou bastante: é que a cidade está em uma posição geográfica que facilita o acesso à região centro-oeste, foco principal de abrangência que está na mira da empresa.

Além desta região, a nova unidade terá potencial para atender ao interior de

São Paulo e norte do Paraná. “Teremos uma equipe de profissionais altamente especializada e exclusiva para atender a essa demanda”, comenta Martini.

O prédio que será construído para abrigar a nova unidade da empresa terá aproximadamente 25 mil m² de construção, numa área de 100 mil m². “A modalidade de construção da nova fábrica será “build to suit”, explica a gerente. Esse tipo de construção depende da ação de uma empreendedora, que no caso será a Bracor. A empresa responsável pelo processo é quem fará a aquisição do terreno e construção das instalações industriais, de acordo com as necessidades da Rigesa. Esta por sua vez ficará encarregada de alugar o imóvel posteriormente. A fábrica dará ênfase à inovação em todos os processos, sejam eles produtivos ou administrativos.

A Rigesa não divulga quanto terá que desembolsar para emplacar o empreendimento e nem quanto a nova unidade ampliará seu faturamento. “O objetivo não é ter aumento de participação de mercado e sim dar um suporte de atendimento mais qualificado para nossos clientes que serão atendidos pela unidade”, explica Desirée Martini. Hoje, a Rigesa concen-

tra grandes clientes em setores diversificados e tem alta performance em segmentos como o de alimentos, produtos de limpeza, frigoríficos e frutas.

UNIDADE DA RIGESA EM FEIRA DE SANTANA

A empresa atua há 66 anos no mercado brasileiro de papel e embalagens de papelão ondulado, de papelcartão e de plásticos semi-rígidos. Ao todo opera com duas fábricas de papel, cinco fábricas de embalagens de papelão ondulado, duas fábricas de embalagens de papelcartão e possui 2.500 funcionários. Também concentra 54 mil hectares de terras plantadas, dos quais 20 mil hectares de preservação permanente e 19 escritórios de vendas e representantes comerciais estrategicamente localizados em todas as regiões do País.

A planta fabril de Araçatuba terá o papel de complementar a capacidade produtiva da unidade que funciona na cidade de Valinhos. “A expectativa da indústria é que a nova planta gere cerca de 180 empregos diretos e 550 indiretos, o que sem dúvida contribuirá para o desenvolvimento socioeconômico dessa região do país”, analisa a gerente de comunicação corporativa da empresa. ■

SUZANO LANÇA PRIMEIRO PAPEL CARBONO ZERO®

POR VALTER JOSSI WAGNER

Com as mãos na terra, executivos e funcionários da Suzano Papel e Celulose lançaram um novo produto da empresa no dia 12 de julho: o papel Report Carbono Zero®. O lançamento aconteceu no Município de Porto Feliz (100 km da capital) e reuniu cerca de 100 pessoas, entre colaboradores e convidados e contou até com a participação do presidente da empresa Antonio Maciel Neto.

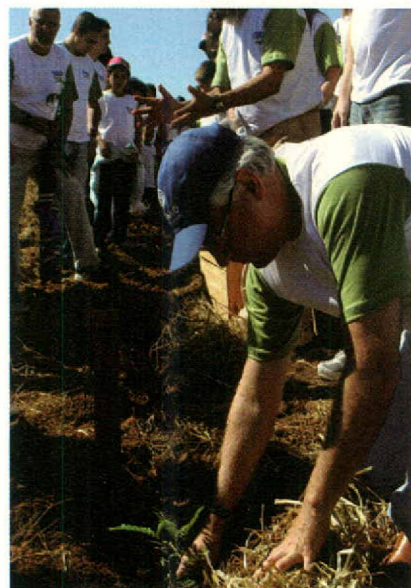
O papel Report Carbono Zero® é o primeiro de escala industrial fabricado no Brasil cuja emissão de carbono resultante do processo produtivo será integralmente compensada com o plantio de árvores. As emissões de carbono deste produto terão 5,3 árvores plantadas por tonelada em áreas de recuperação da mata ciliar do Rio Faxinal, no Município.

A iniciativa verde contribui com o equilíbrio ecológico da região, já que a vegetação oferece proteção para as águas e o solo, reduzindo assoreamento de rios, lagos e represas e impede o aporte de poluentes para o meio aquático. Formam, além disso, cor-

redores que contribuem para a conservação da biodiversidade; fornecem alimento e abrigo para a fauna; constituem barreiras naturais contra a disseminação de pragas e doenças da agricultura; e, durante seu crescimento, absorvem e fixam dióxido de carbono, um dos principais gases responsáveis pelas mudanças climáticas que afetam o planeta.

Para que essa emissão de carbono seja de fato zerada, a Suzano aderiu ao Programa *Carbon Free*, promovido pela ONG Iniciativa Verde de Porto Feliz e que integra o Programa de Recuperação das Matas Ciliares da Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo.

Um dos idealizadores da ONG, Francisco Maciel, colocou na ocasião que a Iniciativa Verde desenvolve cerca de 250 projetos e que a proposta da Suzano se tornou compatível aos interesses de sua entidade, uma vez que a empresa produtora de papel e celulose está muito avançada em programas de conscientização ambiental. Nesta parceria, a organização não-governamental desenvolve uma parte que ela conceitua como gestora do projeto, o que significa que a entidade atua em todo o processo de recuperação da área. Isso leva cerca de dois anos e meio de trabalho. Meio ano é dedicado apenas ao plantio das espécies e depois a ONG leva mais dois anos para monitorar o espaço. "Nós somos os gestores deste projeto. Aqui, nós identificamos



Antonio Maciel Neto, CEO da Suzano em evento de plantio de árvore em comemoração ao "Primeiro papel carbono zero"

a área, o sistema produtivo para que esta área seja restaurada, vamos acompanhar até que ela ande sozinha e também a registramos na Secretaria do Meio Ambiente", diz Francisco Maciel.

Para o gerente de produtos da Suzano, Rodrigo Oliveira, o papel Report Carbono Zero será o primeiro produto de massa que garantirá ao consumidor a escolha definitiva para efetivar uma contribuição de salvação do planeta.

O diretor da Unidade de Negócios Papel da Suzano, André Dorf, aposta no produto. "Ao elaborarmos este novo produto, a nossa intenção foi comunicar e levar para as pessoas o porquê de se fazer um papel deste tipo". O diretor esclareceu que o objetivo é fazer com que a sociedade entenda e tome conhecimento sobre o processo de seqüestro de carbono e o que isso significa para o planeta. "

No lançamento, todos os convidados foram levados para o terreno onde foi dado o *start* da primeira plantação, que terá nesta primeira fase da parceria 20 mil árvores da região de Porto Feliz. Ali, todos se envolveram no plantio de uma espécie nativa da região. ■

O papel Report Carbono Zero é o primeiro de escala industrial fabricado no Brasil

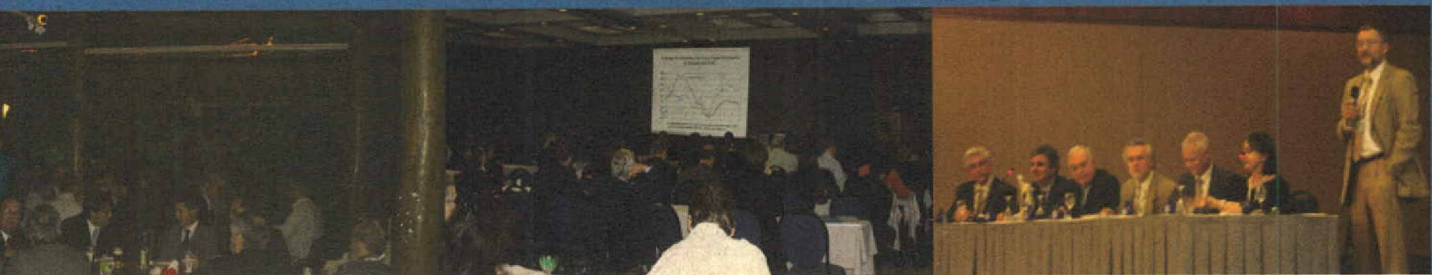


Terceiro Congresso

Tradução Simultânea à Disposição!

Latino-Americano sobre as Perspectivas do Setor de Celulose e Papel

8 - 10 Outubro, 2008 | São Paulo, Brasil



Não perca esta valiosa experiência de aprendizado e trabalho com uma ampla rede de contatos!

Junte-se a seus colegas da indústria e economistas da RISI no terceiro Congresso Latino-Americano sobre as Perspectivas do Setor de Celulose e Papel. Este evento proporcionará uma visão abrangente da indústria latino-americana de produtos florestais e sua posição no mercado global.

O programa deste congresso oferece palestras exclusivas apresentadas por executivos chaves da indústria, além de previsões sobre o mercado para os próximos dois anos apresentadas pelos economistas da RISI, que falarão sobre oferta, demanda, lucratividade, investimentos e comércio para cada segmento principal do setor de celulose e papel.

Haverá tradução simultânea para português, espanhol e inglês durante todo o evento.

As apresentações incluem:

- Palestra de abertura: Como a Consolidação Afetará a Indústria Latino-Americana de Celulose e Papel?
- A Celulose como um Negócio Lucrativo na América Latina
- O Papel como um Negócio Lucrativo na América Latina
- Por Quanto Tempo a América Latina Terá Terras Disponíveis e Apropriadas para a Produção de Fibra?
- Como o Fechamento de Fábricas de Papel Jornal por Todo Mundo Afetará o Mercado Latino-Americano?
- Mercados de Papéis para Fins Sanitários: Existe Espaço para Mais Crescimento na América Latina?
- Quais são as Vantagens da Argentina Para Investidores de Celulose e Papel?
- O Plano do Paraguai para Atrair Investimentos de Celulose e Papel
- Foco no Cliente: Olhando a Indústria sob o Ponto de Vista do Cliente
- Foco no Meio Ambiente: Como a Indústria Enfrenta os Desafios da Produção, Transporte e Performance Sustentáveis?
- Painel de CEOs: Um Debate com os CEOs Líderes Regionais
- Desenvolvimentos Recentes no Setor de Celulose e Papel da América Latina
- Competitividade de Custo dos Produtores de Celulose no Mercado Global
- E Previsões da RISI para o mercado de celulose e papel para os Próximos Dois Anos, incluindo: Prognóstico Macroeconômico, Papel Tissue, Papel Jornal, Papéis para Imprimir e Escrever, Papéis de Embalagem, Fibra: Celulose e Aparas

*Os temas das palestras dependem da disponibilidade dos palestrantes e dos tópicos que eles escolherão. A ordem das palestras está sujeita a alterações.

Apoios:



Apoio de mídia:

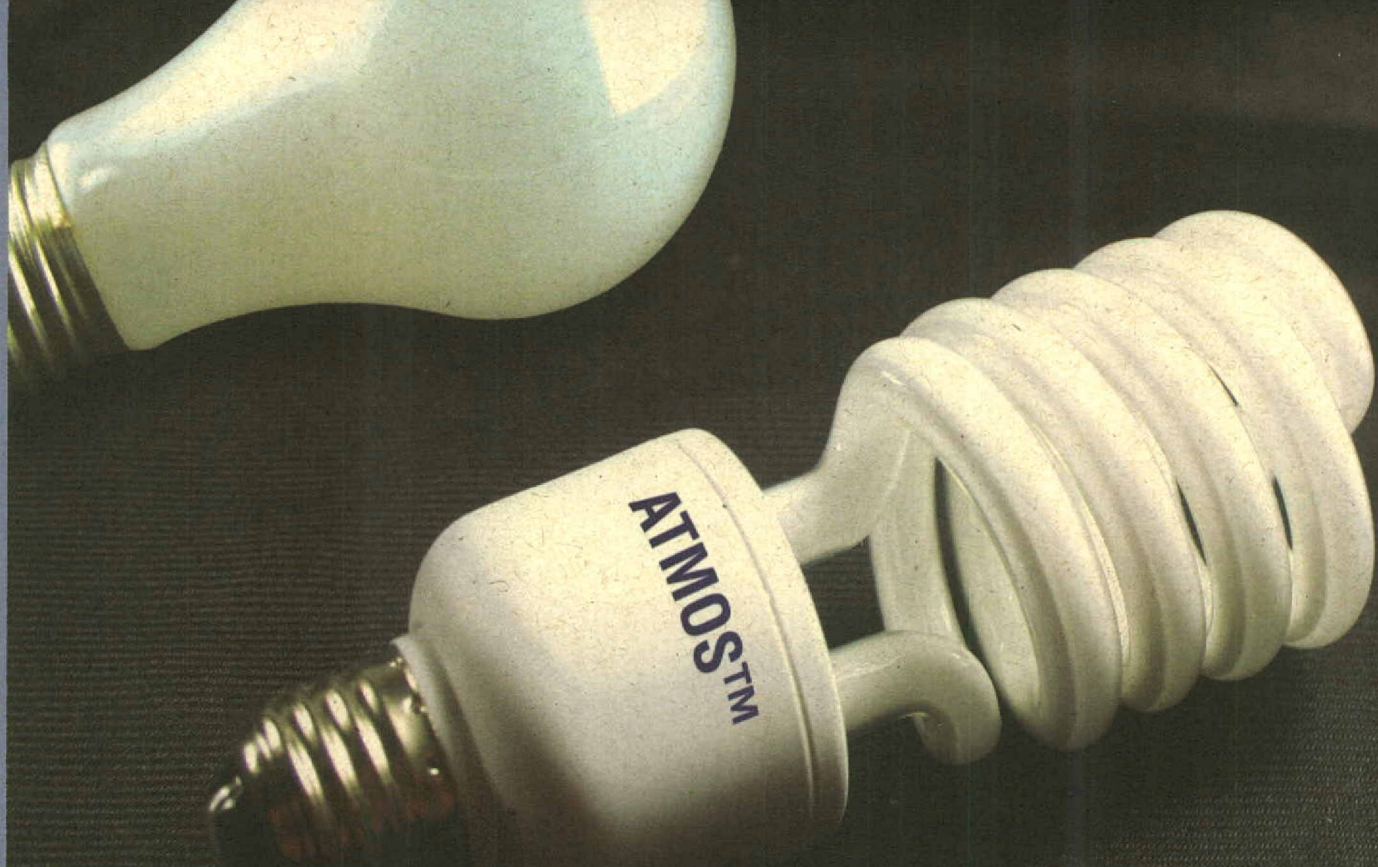


RISI

Inscreva-se antes de 3 de Setembro e economize US\$200!

Para atualizações do programa, informações de patrocínio ou inscrição, visite www.risiinfo.com/la_conf ou entre em contato conosco:

Email: events@risiinfo.com Tel: +1.212.260.2697



ATMOS™ – Papel tissue Premium com economia de energia

A inovadora tecnologia ATMOS™ desenvolvida pela Voith Paper é a solução perfeita para a produção de papéis toalha e higiênico premium com um consumo de energia significativamente menor do que a tecnologia TAD.

De acordo com os resultados da 1ª máquina comercial ATMOS™ na fábrica da CMPC em Talagante, no Chile, a economia de energia é superior a 40% em comparação com as máquinas TAD existentes no mercado.

Outro diferencial importante do ATMOS™ é a possibilidade de usar fibra reciclada e, ainda assim, produzir papel com qualidade premium.

ATMOS™ – compromisso da Voith com o futuro.

www.saopaulo.voithpaper.com

Voith Paper

VOITH
Engineered reliability.