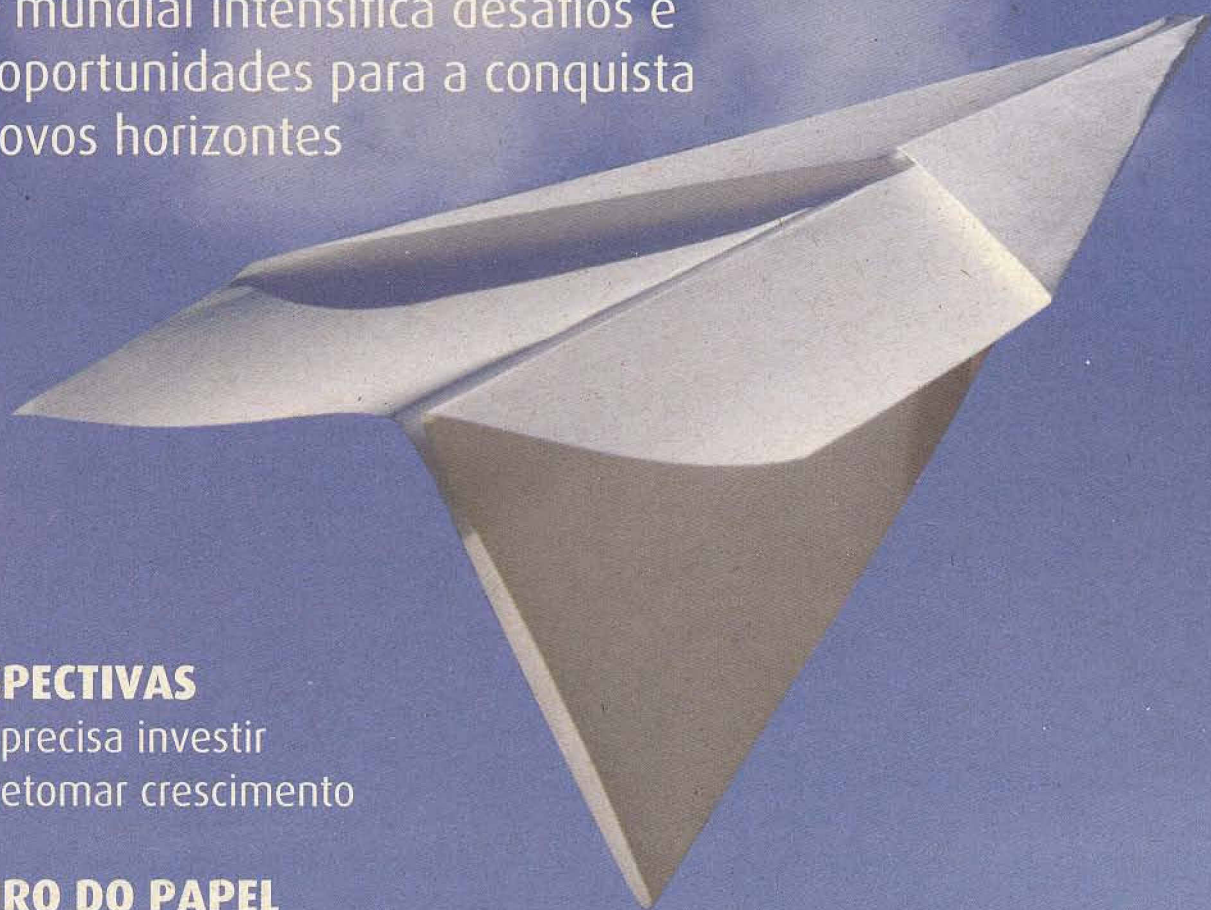


# anave

NEGÓCIOS E TECNOLOGIA EM CELULOSE, PAPEL E DERIVADOS

## 34º Fórum ANAVE

Cobertura completa do evento que discutiu as mudanças no setor; crise mundial intensifica desafios e traz oportunidades para a conquista de novos horizontes

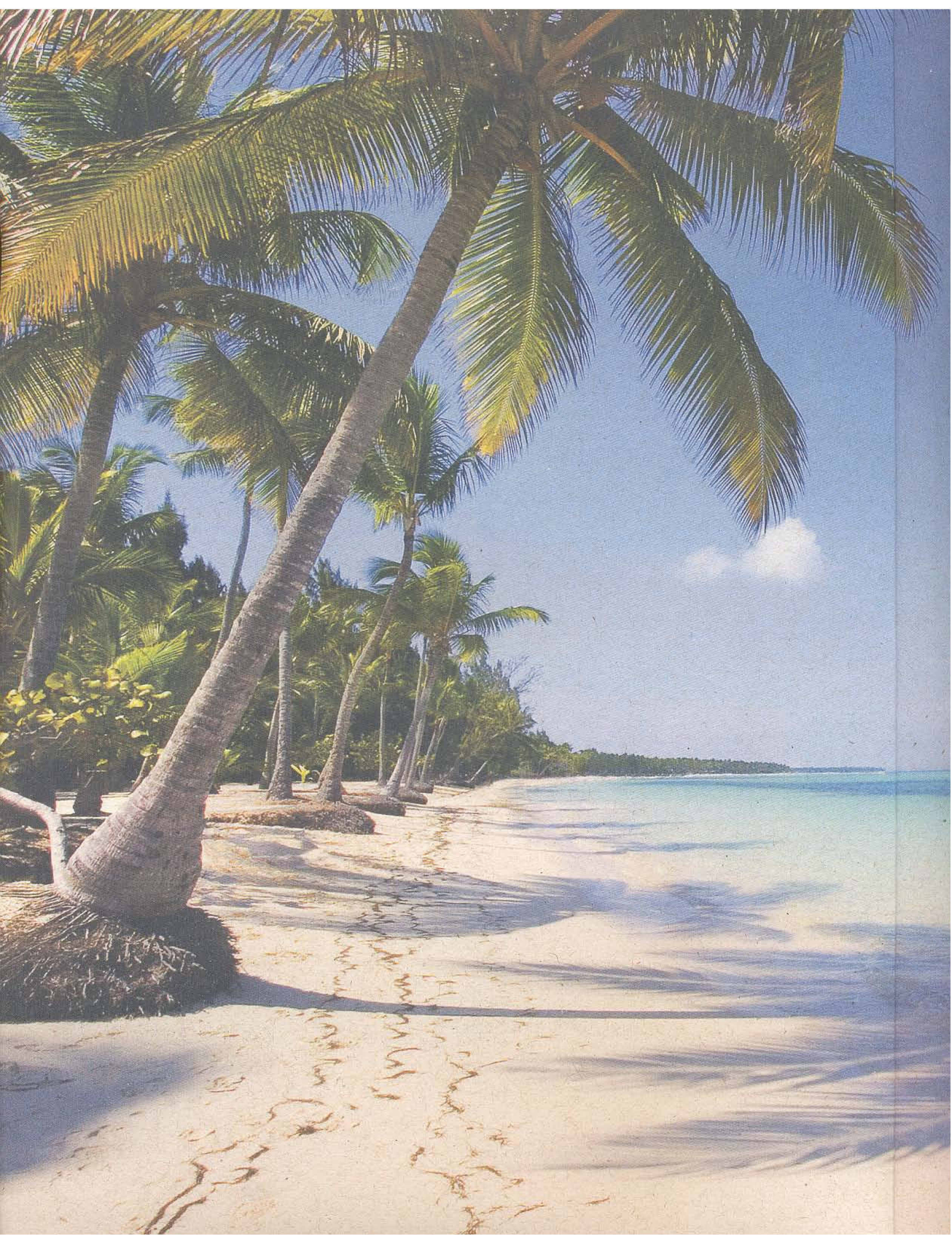


### **PERSPECTIVAS**

Setor precisa investir para retomar crescimento

### **FUTURO DO PAPEL**

Artigos debatem a sobrevivência e transformações no uso do papel





A gráfica que enxerga como ninguém o seu trabalho.



www.anave.org.br

**Theo Borges**  
Presidente

**Edemir Facetto**  
Vice-Presidente e Diretor de Esportes e Eventos

**Jahir de Castro**  
Diretor Executivo

**Cesar Magno P. Ribeiro**  
Diretor de Informações e Comunicações

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

**José Roberto Fazzolari**  
Diretor de Relações com Convertedores de Papel

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

**Valdir Premero**  
Diretor de Relações com Entidades e Associações

**Eduardo Spera**  
Diretor de Relações com Distribuidores e Representantes

**Edison Raulickis**  
Diretor Administrativo e Financeiro

**Mauricio Costa Porto**  
Diretor

## REVISTA ANAVE

**Jornalista Responsável**  
Roberto Souza (Mtb 11.408)

**Editor-chefe**  
Fábio Berklian

**Editor**  
Faoze Chibli

**Redação**  
Thiago Bento, Rodrigo Moraes,  
Amanda Campos, Marina Panham

**Fluxo de anúncios**  
Caroline Frigene

**Projeto Gráfico**  
Idéia Visual

**Produção Editorial**  
RS Press



Rua Cayowaa, 228 - Perdizes  
São Paulo - SP  
Fones: (11) 3875.5627 / 3875.6296  
rspress@rspress.com.br  
www.rspress.com.br



### Cobertura Fórum ANAVE

Evento discute o setor de celulose e papel, a sobrevivência em meio à crise mundial, resultados e perspectivas, tanto imediatas quanto de médio e longo prazo



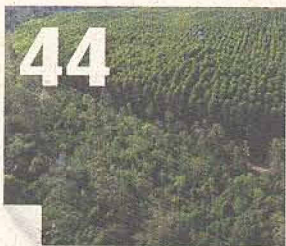
### Expectativa de crescimento

Este ano de 2010 consolida um ponto de partida para retomada de crescimento contínuo e mais seguro, mas são necessárias adaptações do setor



## Solidez garantida

Definição de plano estratégico vem ao encontro do fortalecimento da ANAVE como organização profissional de prestígio e relevância



## Notícias

Acontecimentos importantes do segmento de papel e celulose

## Artigos

Opiniões formam conceitos e apresentam as perspectivas. Confira nesta edição o que pensam alguns dos expoentes do setor.

32

Impulso

Mercado global cresce apesar dos desafios, assim como o consumo de papel e cartão.

34

Fim do mundo

Séculos de convivência com o papel resistem às previsões apocalípticas.

36

Pouca exigência

Papel reciclado ainda é produzido e consumido sem o necessário esclarecimento.

38

Otimismo cuidadoso

Início de ano encoraja boas previsões e assinala riscos e oportunidades.

40

Sustentável leveza

Indústria gráfica é responsável pela difusão de práticas socioambientais corretas.

42

Romantismo sobrevivente

Existência das revistas atesta a necessidade perene de produtos em papel.

# 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

*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 Litokromia - Alphaville - SP

[www.litokromia.com.br](http://www.litokromia.com.br)

Tiragem: 5000 exemplares



Capa: Papel Eco Millennium 150g

Miolo: Papel Eco Millennium 90g



Bignardi Papéis



## VELOCIDADE DE CRUZEIRO

*A maturidade reserva desafios maiores e, muitas vezes, eles parecem intransponíveis. Mas a dificuldade pode se tornar motor da evolução e do crescimento. Assim é para a ANAVE, instituição com 37 anos de existência, que estabeleceu seu planejamento estratégico para o biênio 2010-2011 com novas ambições, face às dificuldades e mudanças pelas quais passam a sociedade e as organizações. Nosso foco é potencializar o relacionamento com o setor. Já somos referência em informações sobre os nichos do negócio de papel, celulose e derivados. E buscamos ser reconhecidos nesse sentido. Para isso, nossas diretrizes se alinham ao cenário em redor.*

*O segmento cruzou o tempestuoso ano de 2009 com seus próprios recursos. Houve perdas, é claro. Mas foi mantida a solidez e a articulação de um dos mais importantes negócios do Brasil. E sem abandono do desenvolvimento planejado em longo prazo. É isso que o setor de papel e celulose guarda como verdade no momento: investir estrategicamente para aproveitar o rearranjo internacional e se fortalecer. Assim como a ANAVE, que dá continuidade à sua publicação em revista. Nesta nova e esperada edição, apresentamos conteúdo que esclarece nosso posicionamento e alinha ações de continuidade.*

*Em junho, realizaremos mais um Ecofórum Anave, cuja temática discute um dos assuntos mais comentados no setor e, por que não dizer, na sociedade: a sustentabilidade. Nossa abordagem será o entendimento da questão no setor de papel e celulose, de que maneira os integrantes desta cadeia se relacionam e interagem com o tema. Para o restante do ano, eventos tradicionais da Anave, como o Fórum de Análise de Mercado e o Prêmio Destaque do Ano, terão espaço e temáticas atualizadas. Esperamos que gostem desta edição, renovada gráfica e editorialmente, sempre com foco em aperfeiçoar nossa análise das questões setoriais.*

*Saudações e boa leitura,*

THEO BORGES  
PRESIDENTE DA ANAVE

# **anave**

## **GESTÃO 2010-2011**

### **DIRETORIA EXECUTIVA**

**Theo Borges**  
Presidente

**Edemir Facetto**  
Vice-Presidente e Diretor de  
Esportes e Eventos

**Jahir de Castro**  
Diretor Executivo

**Cesar Magno P. Ribeiro**  
Diretor de Informações,  
e Comunicações

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

**José Roberto Fazzolari**  
Diretor de Relações com  
Convertedores de Papel

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

**Valdir Premero**  
Diretor de Relações com  
Entidades e Associações

**Eduardo Spera**  
Diretor de Relações com  
Distribuidores e Representantes

**Edison Raulickis**  
Diretor Administrativo e  
Financeiro

**Mauricio Costa Porto**  
Diretor

### **CONSELHO SUPERIOR**

**Pascoal Spera**  
Presidente  
Representações Spera S/C Ltda.

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

**Edemir Facetto**  
Papirus Ind. de Papel S.A.

**Edson Roberto Facetto**  
Remar Representações, Papéis e  
Derivados

**Evandro Batista Ferreira**  
RT Distribuidora Nacional de Papéis

**José Henrique Ribeiro dos Santos**  
Geimpro Ltda.

**Valdir Premero**  
VP Consultoria e Representação Ltda.

**César Galantini Neto**  
Ibema Cia. Brasileira de Papel

**César Magno P. Ribeiro**

**Edison Raulickis**  
TWO Embalagens Ltda.

**Eduardo Spera**  
Sperapel Embalagens Ltda.

**Jahir de Castro**  
Jahir de Castro Papéis Ltda.

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

**Maurício Bellati**  
Indústria de Papel e Papelão  
Pinho Past Ltda.

**Mauricio Costa Porto**

**Mauricio Carlos Alarcão**

**Miguel Maluhy Neto**

**Oswaldo Ferrari**

**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 (VITALÍCIO)**

**Adhemar Pilar Filho**  
Apiflex Ind. e Comércio Ltda.

**Alberto Fabiano Pires**  
APR-Asses. Plan. e Comércio Ltda.

**Antônio 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**

**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.

## NOVO VIGOR

ANAVE SE FORTALECE AO DEFINIR UM PLANO ESTRATÉGICO COM VISÃO, MISSÃO E VALORES PARA UMA ENTIDADE CRESCENTEMENTE VALORIZADA E PROFISSIONAL

As associações e **representantes** de classe funcionam verdadeiramente como um espelho do que vivem seus representados e cada um dos seus setores. Sendo assim, questões como profissionalização e modernidade são aspectos que devem ser vistos, revistos, atualizados e reforçados constantemente. Por isso, a Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados (ANAVE) trabalha para estar sempre mais próxima aos seus associados e atenta às novas tendências e rumos traçados pelo setor.

Em 2010, a Associação elaborou um planejamento estratégico para o biênio 2010-2011, com o objetivo de fundamentar a entidade como referência na promoção do relacionamento e divulgação de informações de mercado entre os diversos segmentos, dentro e fora do setor de celulose, papel e derivados. "A ANAVE é uma associação com uma tradição muito forte, que tem um nome respeitado. E



o objetivo é fazer desse nome um produto que as empresas e os profissionais do setor reconheçam e dêem valor”, ressalta o diretor de relações com entidades e associações da ANAVE, Valdir Premero.

Nessa nova linha estratégica, a missão é promover o desenvolvimento, a valorização e a integração dos profissionais de vendas e marketing do setor de celulose, papel e derivados, bem como a difusão de informações setoriais. Para Theo Borges, presidente da Associação, são ações que visam fortalecer ainda mais o trabalho frente às novas exigências do mercado, e às mudanças na realidade vivida pelo próprio setor de celulose e papel. “É imprescindível que uma entidade representante acompanhe esse movimento. Nossas diretrizes estão focadas em apresentar a Associação, onde queremos chegar e atender aos associados de forma objetiva”, completa Borges.

## MISSÃO, VISÃO E VALORES

### Confira a seguir a lista com os valores e objetivos a serem destacados pela ANAVE.

- Promoção de debates abertos representando os profissionais, e não uma classe ou setor.
- Promoção de discussões sobre os mais diversos temas que envolvem a cadeia produtiva.
- Ação de forma ética consolidando os princípios de bom costume e respeito às legislações vigentes.
- Promoção e valorização dos profissionais e empresas do setor.
- Estímulo e promoção do desenvolvimento profissional e social dos associados.
- Apoio e desenvolvimento de ações conjuntas com entidades congêneres.

#### Ibema - Cia Brasileira de Papel

- Cartão Speciala (Triplex)
- Cartão Supera Coating (verso creme)
- Cartão Pack Plus (Duplex)
- Cartão Plena (Duplex com verso fibra longa)
- Papel Monolúcido e Apergaminhado
- Papel Super Bond
- Papel Naturale (Ecológico)

#### Fábrica de Papelão Timbó Ltda.

- Cartolina Marmorizada e Lisa
- Papelão Isolante Elétrico - Presspan / Isopress
- Papelão Rosa para modelos
- Papelão para vedação - Tipo velumóid

#### Industrial e Agrícola Rio Verde Ltda.

- Papelão Paraná
- Papelão Pardo

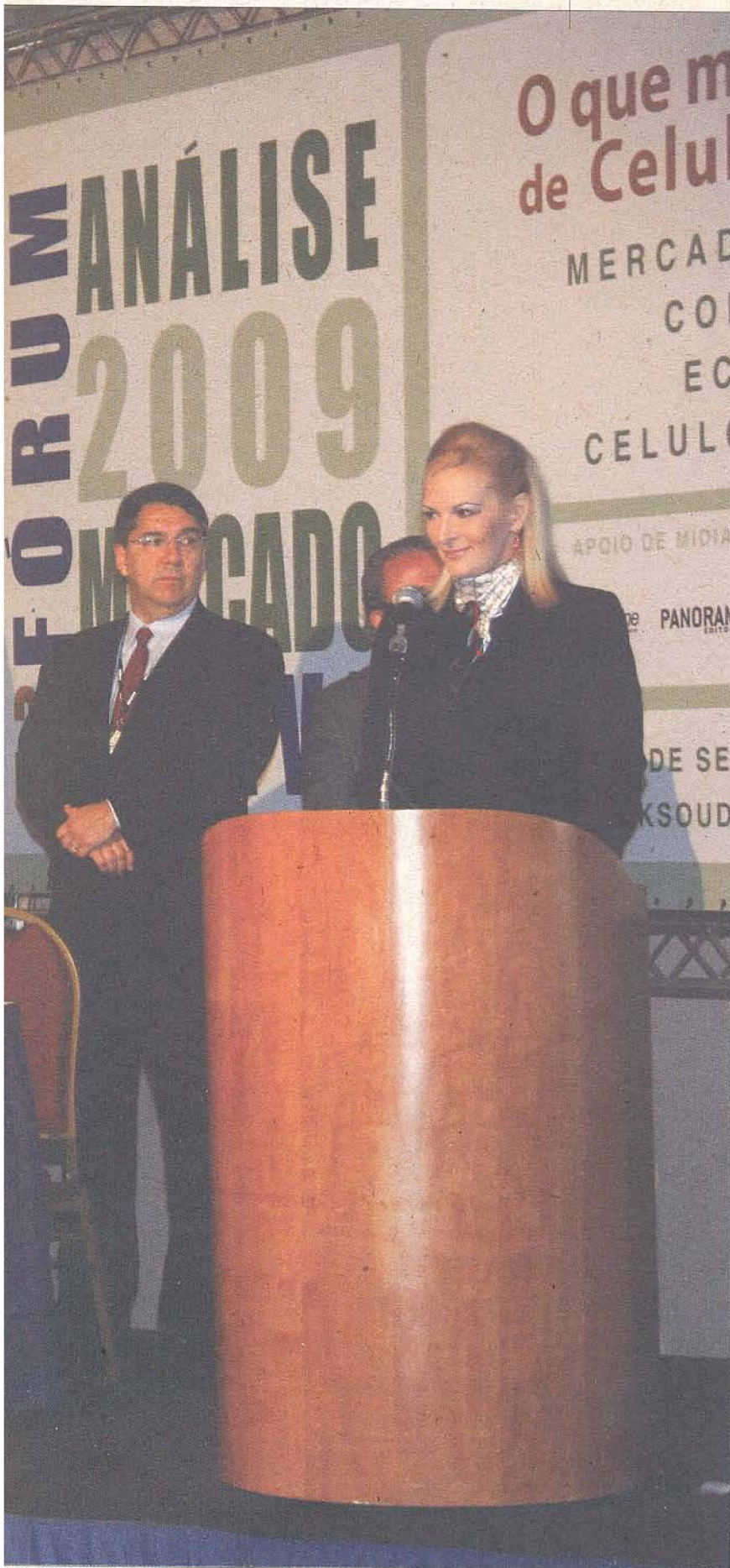
#### Himasa - Heidrich Industrial Mercantil e Agrícola S/A

- 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 • www.rspera.com.br





Mesa solene de abertura  
para o 34º Fórum da ANAVE  
Fotos: Edvando Rodrigues

## FÓRUM DISCUTE O SETOR

Por Rodrigo Moraes

A 34ª EDIÇÃO DO FÓRUM DA ANAVE APRESENTOU A REALIDADE VIVIDA PELO SETOR DE CELULOSE E PAPEL E PERSPECTIVAS DOS SEGMENTOS AGREGADOS, COMO EDITORIAL E DE CONVERSÃO, APÓS UM ANO DE CRISE ECONÔMICA

Prever o futuro não é das tarefas mais fáceis. Em muitos casos, esse exercício requer boa dose de experiência, conhecimento e atenção ao que acontece no cenário em que se está inserido. São as perspectivas e tendências, aliadas à estrutura do segmento e às oportunidades do mercado, que vão ditar o ritmo e o caminho a serem seguidos por profissionais, empresas e os próprios segmentos. Daí a importância de acompanhar o mercado a partir daquilo que as grandes figuras do setor têm a dizer. Para facilitar esse exercício de informação, aproximadamente 200 profissionais do mercado de celulose e papel, além de representantes de diversos meios, puderam participar do já tradicional Fórum da ANAVE (Associação Nacional dos Profissionais de Venda em Celulose, Papel e Derivados), que aconteceu no final de setembro de 2009 em São Paulo (SP).

A 34ª edição do evento trouxe como foco a discussão sobre o tema "O que mudou no setor de celulose e papel". Theo Borges, presidente da Diretoria Executiva da ANAVE, explica: "O 34º Fórum de Análise de Mercado da Anave tem intenção de responder a esta pergunta junto com alguns segmentos participantes da cadeia de negócios de papel e celulose. É importante ouvir o que eles pensam a

## O ano de 2009 registrou oscilações mas terminou em linha ascendente para o mercado de papel e celulose

respeito, saber como cada um vem sobrevivendo a esta crise e quais são as perspectivas a curto e médio prazo".

Em torno desta questão, grandes apresentações foram ministradas por diversos profissionais da cadeia que envolve o segmento. Desde o mercado editorial de livros, revistas e jornais, até as áreas de conversão gráfica, cadernos e embalagens. Após aproximadamente um ano em que o mercado vem sofrendo com a crise econômica que alardeou o mundo, o encontro procurou trazer um panorama de como o setor se comporta e procura se adaptar em função das novas exigências e perspectivas de mercado no cenário mundial.

### O CENÁRIO

Em 2008, o Brasil alcançou o posto de 4º maior produtor mundial de celulose, com um número aproximado de 12,7 milhões de toneladas, ultrapassando Suécia e Finlândia. Já em 2009, depois de

um início de ano bastante conturbado e com oscilações de câmbio, produção, precificação e demanda no mercado internacional, a produção brasileira apresentou em agosto – e pela primeira vez no ano – um aumento na produção de celulose da ordem de 8,7%, e nas exportações de 21,8% em relação ao mesmo período de 2008. A mesma situação pôde ser observada no segmento de papel, que apresentou alta de 4,4% na produção e de 1,4% nas vendas domésticas.

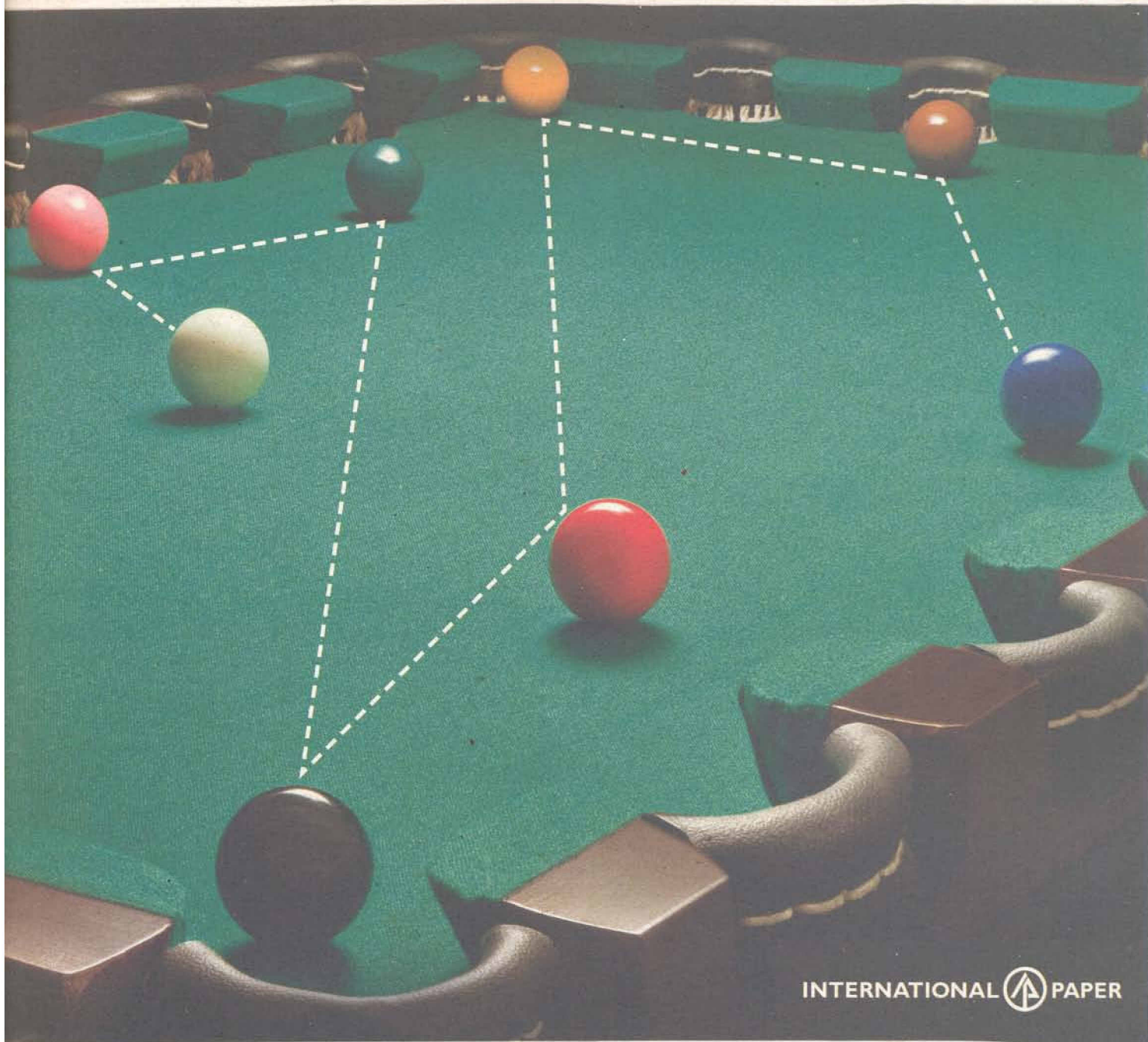
Elizabeth de Carvalhaes, presidente da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa), apresentou sua avaliação: "É correto dizer que hoje o País está bem posicionado frente à crise. Também é justo dizer que as empresas do setor de celulose e papel caminharam bem, sem grandes quedas no volume de produção. Entretanto, o mercado ainda continua oscilante e a receita sofreu bruscamente esse impacto". O Brasil terminou 2009 com queda nas recei-

O evento teve presença de aproximadamente 200 pessoas ao longo do dia



Imprima  
resultado.

PORTAL PUBLICIDADE

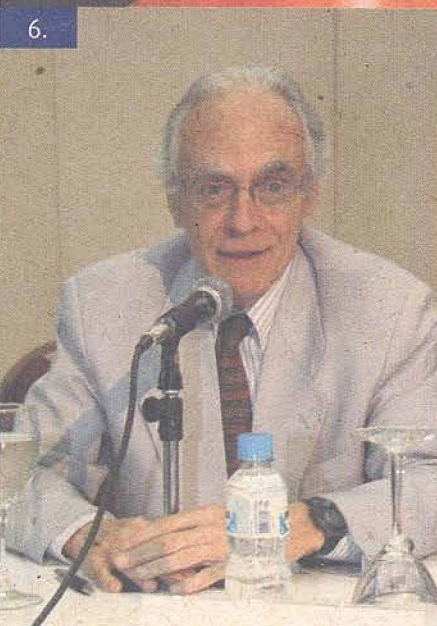
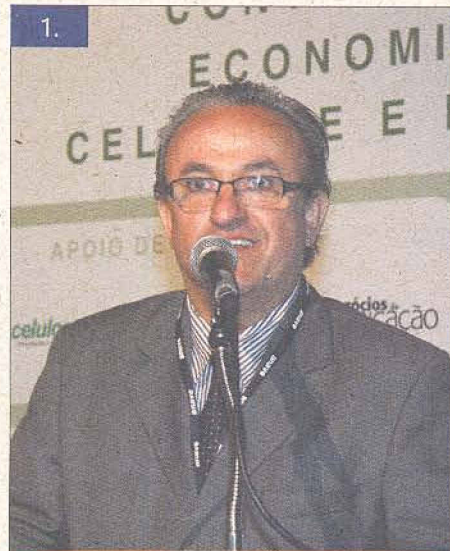


INTERNATIONAL  PAPER

Com Chambril, o papel offset da International Paper, suas impressões são certas, alinhando perfeitamente produtividade e excelência gráfica. Acerte resistência, uniformidade e printabilidade em uma só tacada.

[www.internationalpaper.com.br](http://www.internationalpaper.com.br)

Imprima com  
Papel Offset  
**Chambril**  
100% produtividade



1. Theo Borges, da ANAVE
2. Elizabeth de Carvalhaes, da Bracelpa
3. Máximo Pacheco, da IP
4. Carlos Anibal de Almeida Jr., da Suzano
5. Marcelo Castelli, da Fibria
6. Paulo Sandroni, da FGV

tas e no faturamento das companhias. O País chegou a apresentar perdas de até 38%. Conseguiu recuperação, chegando a 23% de déficit nas operações internacionais de celulose e 18% em papel. Por isso, um dos fatores primordiais para a melhora dos resultados financeiros das empresas nos próximos meses é a retomada dos preços da celulose no mercado internacional.

No setor de papel, diferentemente do que se imaginava e daquilo que aconteceu em outros segmentos, não houve suporte do mercado interno à queda da demanda internacional. Consequentemente, não se conseguiu segurar a crise. Até março do ano passado, o mercado de papéis havia registrado queda de 30% na produção. Em outubro, essa perda fora reduzida a 'apenas' 2%. "Importante ressaltar que atravessamos todo esse período sem que houvesse apoio ou interferência de nenhuma esfera de governo ao segmento de celulose e papel. A demanda deve ter sido grande e faltou cobertor para cobrir todos os lados. Suportamos esses momentos exclusivamente com a liquidez das empresas", analisa Elizabeth de Carvalhaes. O resultado é que houve a suspensão quase total e imediata dos investimentos no setor. Com a crise e as paradas voluntárias forçadas pela situação, o Brasil deixou de produzir aproximadamente 10 milhões de toneladas de celulose e papel, só nesse período.

Ainda de acordo com a dirigente da Bracelpa, o País realmente passou imune pela crise. Isso quando se enxerga o panorama sob a perspectiva do Governo a respeito do PIB no 2º trimestre de 2009, e o cenário de otimismo que passou a tomar a economia e o mercado financeiro. Por outro lado, o setor de celulose e papel não compartilha desse estado de ânimo. "Infelizmente nós não

## Setor atravessou toda a crise sem interferência governamental ou suporte ao consumo interno, como ocorreu em outras áreas

temos a mesma sorte de estar no salão daqueles setores que já falam de crise superada, mercado aquecido e retomada de crescimento. Nas conversas que temos dentro de casa, acreditamos que só se poderá falar em retomada de crescimento a partir de 2011”, completa Elizabeth. A meta estabelecida para 2009 foi a de manter a mesma produção de 2008 e assegurar a posição no ranking mundial. Para os anos subsequentes, o setor deve focar novamente os investimentos para superar a produção de celulose da China.

Quem complementa este panorama é Máximo Pacheco, ex-presidente da In-

ternational Paper Brasil, que assumiu a presidência da IP para Europa, Oriente Médio, África e Rússia, baseado em Bruxelas, na Bélgica, mantendo suas funções como vice-presidente sênior e membro do Comitê Executivo mundial do grupo. Para o executivo, a indústria papelreira no País deverá enfrentar alguns desafios no mundo globalizado. “Os mercados têm mudado os padrões de consumo com a substituição eletrônica e a própria mudança nos padrões de leitura da população. Além disso, os fluxos de comércio estão mais ágeis e haverá ainda um aumento nos negócios spot com rentabilidade marginal”, analisa.

### OPORTUNIDADES

Costuma-se apregoar aos quatro ventos que após a tempestade vem sempre a bonanza. Realmente é bem possível que isso aconteça e o Brasil possa sair fortalecido e sustentável no cenário internacional. Elizabeth de Carvalhaes, Presidente da Bracelpa, prevê: “A crise vai reposicionar mercados. Talvez até refazer uma nova ordem geopolítica e econômica. Existe essa oportunidade principalmente política nesse contexto. Entretanto, essas serão oportunidades para o setor privado desde que algumas lições sejam feitas”. Ela ressalta que o mercado vai ser ainda mais cruel em termos de competitividade. Cada discus-

## OxiPro™

Acelera o desempenho e maximiza a eficiência da máquina.  
Controla os depósitos microbiológicos em tempo real.

A tecnologia para controle e monitoramento de depósitos OxiPro™ da Nalco, fornece soluções abrangentes adaptadas especialmente para a condição específica do cliente, melhorando desempenho ambiental enquanto gera impacto positivo sobre seus resultados financeiros.

Nalco, resolvendo seus problemas com SMART Solutions.  
Acesse [www.nalco.com](http://www.nalco.com) ou ligue 55 (11) 5644 6500

 **NALCO**

Essential Expertise  
for Water, Energy and Air™

são sindical ou por terras, cada mudança de infraestrutura logística influenciará diretamente nos resultados. “Nós consideramos que o Brasil ainda não está preparado para esse novo realinhamento de mercado. O poder público e privado ainda têm muito o que trabalhar”, finaliza.

Já a indústria de celulose e papel brasileira tem boa reputação, tecnologia e investe em biotecnologia e meio ambiente. “Estamos muito bem posicionados para disputar o mercado lá fora”, acredita Carlos Aníbal de Almeida Fernandes Jr, diretor executivo da unidade Celulose da Suzano. Tendo como principais destinatários os mercados europeu e asiático, a celulose produzida no Brasil deve assumir importante figura com novas oportunidades de crescimento das fibras curtas na Ásia, principalmente no mercado chinês. Além do processo de substituição de fibra longa pela fibra curta na América do Norte e Europa, e do próprio surgimento de novas capacidades de produção no mercado latino-americano e brasileiro.

Haverá também mudanças no padrão de comportamento no mercado global pós-crise. E nesse cenário o Brasil é alvo de análises para o investimento das grandes empresas. Quem explica é Marcelo Castelli, diretor da área de papel da Fibria: “Existe um consenso de que novas oportunidades vão surgir e acredito que boa parte delas ficará com empresas nacionais. Só que para que isso aconteça, o setor industrial brasileiro deve se preparar para competir” (leia quadro sobre oportunidades e ameaças).

Para Paulo Sandroni, economista e professor da Fundação Getúlio Vargas (FGV), sob o ponto de vista macroeconômico, o País vive um momento positivo e com as perspectivas bastante claras. “A indústria, que tanto retrocedeu em 2009, agora vai ter na capacidade ociosa de suas fábricas a oportunidade para retomar as atividades em 2010 e até o nível de investimento”. Ele argumenta que o consumo está se recuperando, e a construção civil e a indústria automobilística já deram resposta em relação ao crescimento. Para Sandroni, as condições foram dadas. O que falta é o setor industrial retomar a confiança para voltar a investir.

## OPORTUNIDADES E DESAFIOS PARA O SETOR SEGUNDO O BNDES

Fonte: trecho de apresentação feita por Rodrigo Kalinowski, gerente da área de insumos básicos do departamento de celulose e papel do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).



### OPORTUNIDADES

- Forte demanda mundial por celulose de fibra curta exigindo aumento de base florestal;
- Crescente demanda por madeira para fins energéticos;
- Investimentos em P&D (engenharia genética e florestal) para aumentar a produtividade;
- Desenvolver tecnologias economicamente viáveis para produção de etanol de biomassa proveniente de eucalipto;
- Nichos crescentes de volume de exportação (em papéis para imprimir e escrever não revestidos e embalagens – papel kraft)
- Inserção internacional das empresas brasileiras de papel, que enfrentam dificuldades para exportar devido às questões logísticas (frete/distribuição/impostos).

### AMEAÇAS

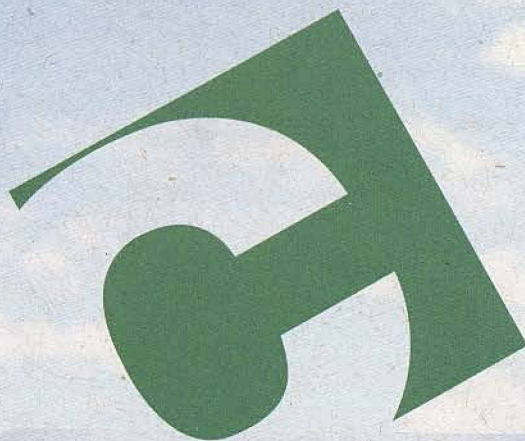
- Intensa competição por terras agricultáveis, principalmente com a cana-de-açúcar;
- Demandas jurídicas relacionadas aos impactos ambientais do plantio florestal de eucalipto;
- Conflitos relacionados a questões fundiárias;
- Elevação da importação de papéis de imprensa e de imprimir e escrever revestido;
- Segmento pulverizado. Empresas familiares que apresentam baixos níveis de governança e transparência;
- Medidas protecionistas e subsídios adotados no exterior.



**Colacril.** A empresa do ano de 2009.



**anave**  
Prêmio  
Empresa do Ano



1

O Prêmio ANAVE HOMENAGEM EMPRESA DO ANO é um das mais importantes premiações que uma empresa do mercado gráfico pode ganhar. Em 2009, a Colacril foi a grande vencedora. Para nós, este prêmio é importante porque é o resultado de uma escolha rigorosa feita por um dos veículos de maior destaque do mercado. Para a Colacril, o mais importante desse prêmio é saber que ele reflete a percepção de valor que o mercado confere ao nosso trabalho. Confiança que se reflete na escolha cada vez maior pelos materiais autoadesivos da Colacril.



[www.colacril.com.br](http://www.colacril.com.br) | 55 (44) 3518.3500



**COLACRIL**  
SOLUÇÕES DE ALTA QUALIDADE EM AUTO-ADESIVOS

# SEGMENTOS RELACIONADOS

*O ciclo de palestras do 34º Fórum da ANAVE trouxe apresentações que ofereceram um panorama atual sobre os demais segmentos correlacionados e seus desdobramentos no mercado brasileiro – além da análise voltada ao setor de celulose e papel. O fórum pôde demonstrar aspectos de otimismo e resultados significativamente bons para estes segmentos. Desde a produção editorial de livros, revistas e jornais, até a importância das embalagens de papel e o setor gráfico.*

## MERCADO EDITORIAL

João Scortecci, diretor-presidente do Grupo Editorial Scortecci, ministrou a palestra 'A evolução do mercado de livros e suas perspectivas no Brasil frente às novas tecnologias'. Ele destacou que apesar de o Brasil estar longe de ser um país leitor, tem-se observado um crescimento no número de publicações de títulos de livros.

Ao passo que o preço médio vem caindo e as tiragens diminuindo. "Entre 2000 e 2008, o mercado de livros publicou uma média de 114 novos títulos por dia", informa Scortecci. A produção nacional desse segmento em 2008 foi de 340 milhões de exemplares, com um faturamento de R\$3,3 bilhões. O que significa um aumento de 9,71% em relação a 2007.

Já o segmento de revistas mantém uma representativa participação no mercado. De acordo com dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), 410 milhões de exemplares de revistas foram vendidos em 2008, divididos em aproximadamente quatro mil títulos. Para Maria Célia Furtado, diretora executiva da Associação Nacional dos Editores de Revistas (ANER), a palavra de ordem nesse mercado é segmentação. "Existem revistas voltadas para os mais variados públicos e mercados. As tiragens ficaram menores," mas houve um crescimento impressionante no número de

títulos. O público segmentado é fiel, acompanha e briga com o editor. Essas revistas têm uma extensão de marca e credibilidade muito forte".

Em 2009, mesmo diante de uma situação de crise, das 20 maiores revistas em circulação no País, 16 tiveram crescimento. No total, a circulação cresceu 4,1%, assim como as vendas avulsas com 4,6% e as assinaturas (3,8%). Ao finalizar a sua apresentação sobre 'O que se pode esperar para o futuro do meio Revista?', Maria Célia recorreu a Samir Husni, especialista reconhecido internacionalmente como Mister Magazine ["Senhor Revista"], para dar o tom desse segmento, e citou o especialista: "O meio impresso não está morto e não morrerá se fizermos um produto impresso que seja essencial e suficiente".

Para finalizar o bloco de apresentações sobre o mercado editorial, Ricardo Pedreira, Diretor Executivo da Associação Na-

João Scortecci, Maria Célia Furtado e Ricardo Pedreira fizeram um panorama brasileiro e mundial sobre o mercado editorial como um todo



cional de Jornais (ANJ), ressaltou a força e a importância dos jornais. Para ele, nunca se leu tantos jornais no Brasil como neste momento. Os jornais em papel estão mais vivos do que nunca. Ainda mais quando somado o jornal impresso ao conteúdo online. "É preciso lembrar, acima de tudo, que os grandes veículos são produtores de informação e conteúdo jornalístico. É claro que estamos vivendo mudanças nesse perfil, mas esses modelos – impresso e online – vão conseguir se estabilizar e conviver bem. Enquanto houver a preocupação com a qualidade e a credibilidade dos produtos, esse mercado certamente estará garantido". Hoje, existem no Bra-

sil mais de três mil jornais. Destes, aproximadamente 500 são diários e garantem uma circulação (também diária) de aproximadamente 8,5 milhões de exemplares.

### CONVERSÃO

O Fórum teve, ainda, uma sessão de palestras sobre outro importante desdobramento do setor de celulose e papel: a cadeia de conversão. Dentre os destaques apresentados, os desafios e oportunidades de desenvolvimento que o setor gráfico terá daqui por diante em relação às novas demandas foi o mote do discurso de Reinaldo Espinosa, presidente executivo da

Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG). "A transformação da sociedade tem papel determinante nos passos a serem tomados pela indústria gráfica".

Para Espinosa, engana-se quem acha que vai poder continuar trabalhando como fazia antes. O mercado tem demonstrado mudanças e grandes oportunidades estão surgindo. Isso vai exigir certificações de qualidade, ambientais e FSC ["Forest Stewardship Council", ou Conselho de Manejo Florestal]. Por isso haverá desafios em relação à produtividade. "A nova gráfica deverá ser uma solução em comunicação impressa e digital. Buscar isso requer cada vez mais capacitação e tecnologia", conclui.

**Pöyry em sintonia  
com o planeta**

## O mundo clama por sustentabilidade equilibrada

**Sustentabilidade equilibrada é uma abordagem holística e multidimensional da palavra sustentabilidade, que aplicamos em tudo o que fazemos. Estamos empenhados em obter equilíbrio entre as dimensões econômica, ambiental e social, em função da natureza de um determinado projeto e do local onde estamos desenvolvendo o nosso trabalho.**

A Pöyry é uma empresa global de consultoria e engenharia, dedicada a um modelo de sustentabilidade equilibrada.

Oferecemos aos nossos clientes consultoria em gerenciamento integrado, soluções completas para projetos complexos e design e supervisão eficientes e da mais alta qualidade.

A nossa expertise abrange os segmentos de energia, indústria, urbanismo e mobilidade e água e meio ambiente.



Engineering balanced sustainability™



ANEXO COMUNICAÇÃO

[www.poyry.com.br](http://www.poyry.com.br)

Outro ponto levantado foi a importância da embalagem para atender às necessidades da sociedade. E também as relações estabelecidas entre a qualidade das embalagens e o sucesso dos produtos no mercado. O Brasil está entre os cinco maiores mercados do mundo em embalagens. Quem aponta é Fabio Mestriner, designer especialista em embalagens e coordenador do Núcleo de Estudos da Embalagem da Associação Brasileira de Embalagens (ABRE). “Prova disso é que das 20 maiores fabricantes de embalagens no mundo, 18 estão no Brasil. Portanto, estamos vivendo um cenário bastante positivo. Em 2008, o País lançou aproximadamente 6% de todos os produtos apresentados no mundo. Isso nos coloca na posição de segundo país que mais lança produtos ao mercado”.

Para ele, apenas alguns dados já avalizam a importância da embalagem para

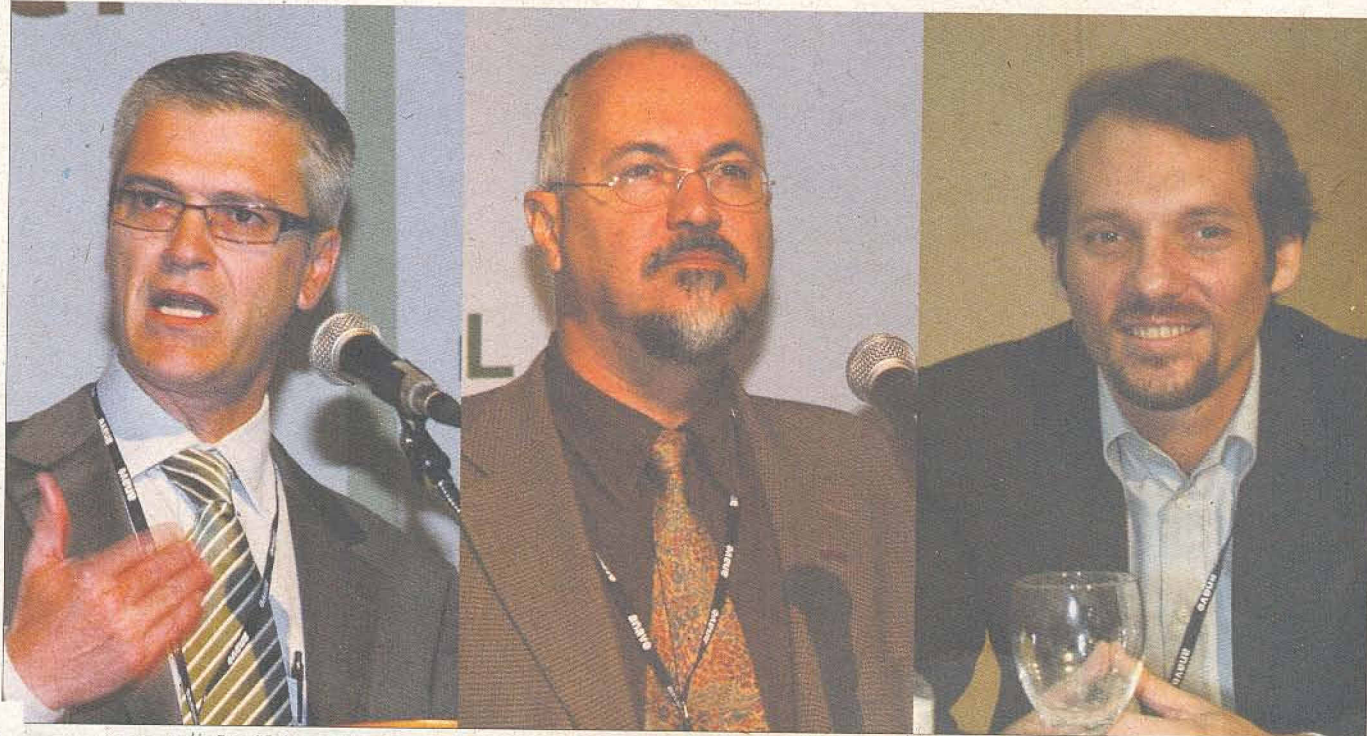
os produtos e, conseqüentemente, para a empresa que os oferece. “Entre os produtos existentes no mercado, 70% têm embalagem. Mais de 90% daqueles que estão expostos nos supermercados não têm apoio de comunicação e dependem exclusivamente da embalagem para se diferenciar e competir no mercado”. No Brasil, 85% dos produtos consumidos são industrializados e também necessitam das embalagens. Desse total, aquelas produzidas a partir de fibras de celulose representam 35,1% do total, bem próximo às de plástico, que detêm 37,6% do mercado.

As perspectivas do setor de cadernos no mercado brasileiro e as exportações também foram discutidas no Fórum por Alberto Foroni Jr., diretor industrial da Foroni. O executivo aponta como alguns dos fatores de expansão para esse mercado o aumento da jornada e da permanência escolar; a implantação do sistema

de ensino fundamental com nove anos; o aumento do poder aquisitivo da população; os programas estaduais e municipais de fornecimento de kits escolares; e a existência de mais de 14 milhões de analfabetos com 15 anos ou mais e que, cedo ou tarde, vão precisar ser incluídos em planos de alfabetização do governo. “Tudo isso acaba gerando maior demanda no mercado nacional de cadernos. Esse segmento ainda tem muito potencial de crescimento. O cenário a médio e longo prazo é bastante interessante”, acredita Foroni Jr.

Finalmente, a Associação Brasileira da Indústria de Formulários, Documentos e Gerenciamento da Informação (Abraform) utilizou o espaço da sua apresentação para falar sobre a Nota Fiscal Eletrônica (NF-E), pontuando sobre os principais aspectos técnicos e operacionais da implementação desse modelo,

Na área de conversão, Reinaldo Espinosa, Fabio Mestriner e Alberto Foroni Jr. deram o tom do que se pode esperar para os setores gráfico, de embalagens e cadernos



## SACOS DE PAPEL PARA SUPERMERCADOS: CASE CASAFIESTA

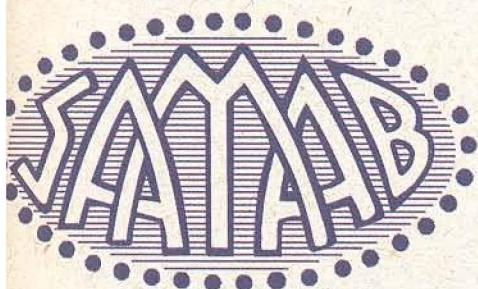
A sustentabilidade é tema recorrente no setor de celulose e papel. A empresa Ecoverdi apresentou na 34ª edição do Fórum da ANAVE um case desenvolvido junto a uma rede de supermercados paranaense (CASAFIESTA) para a substituição das sacolas de plástico pelas de papel. O trabalho envolveu a conscientização dos colaboradores e clientes, estratégias de divulgação, o estudo da disposição, capacidade de armazenamento e funcionalidade das sacolas de papel. Concluiu-se que a sacola de papel é unanimidade jun-

to ao consumidor, principalmente de alta renda. Por outro lado, não apresenta a mesma receptividade para os donos dos estabelecimentos por conta da relação de custos diretos e indiretos. De acordo com Clovis Albuquerque, diretor geral da unidade de embalagens da Ecoverdi, a substituição plena das embalagens não é factível hoje no mercado. “Além de estar restrito aos públicos de alta renda, o sucesso dessa substituição ainda está vinculado a uma imposição legal. E mais, em função de logística, essa é uma oportunidade mais adequada



Clovis Albuquerque, da Ecoverdi

para empresas menores e não integradas que não produzem o próprio papel. A sugestão é retomar parte da utilização do papel em etapas intermediárias do processo de distribuição dos produtos”.



**Cia. Indústria e  
Comércio de Papel**

Offset

Cartão

Jornal

Couché

[faleconosco@samab.com.br](mailto:faleconosco@samab.com.br)

[www.samab.com.br](http://www.samab.com.br)

São Paulo/SP (011) 3670-0800

# ecoforum 2010

Incentivar a troca de informações e promover a discussão e a construção

Sustentabilidade no setor de Celulose e Papel: Compreendemos a abrangência desse tema?

Modelo Brasileiro: O Brasil tem modelo próprio? | Cases

CONCEITOS DE SUSTENTABILIDADE

Visão geral | Convidada: Poy

coffee break

MODELO SULAMERICANO

Fibra Branca: Impacto de Sustentabilidade nos projetos de celulose

Fibra Marrom: Papéis de Embalagem e a convivência com a fibra virgem e a reciclada

Case: A Indústria Chilena

Visão Setorial | Convidada: Bracelpa

Debates

## MANHÃ

HOTEL MAKSOUH PLAZA 24/06/2010

# EcoFórum ANAVE 2010

programa preliminar

Um modelo de sustentabilidade mais próximo dos desejos do consumidor.

Modelos Internacionais: O que é feito fora do Brasil? | Cases

Visão do consumidor: O que o cliente mercado quer? O que as empresas oferecem?

## MODELO INTERNACIONAL

Modelo Norte Americano | Case IP

Modelo Europeu | Case: Stora Enso

Debates

coffee break

CASES

Papéis de Imprimir e Escrever | Case

Papéis de Embalagem | Case

Recuperação de Fibras

Debates

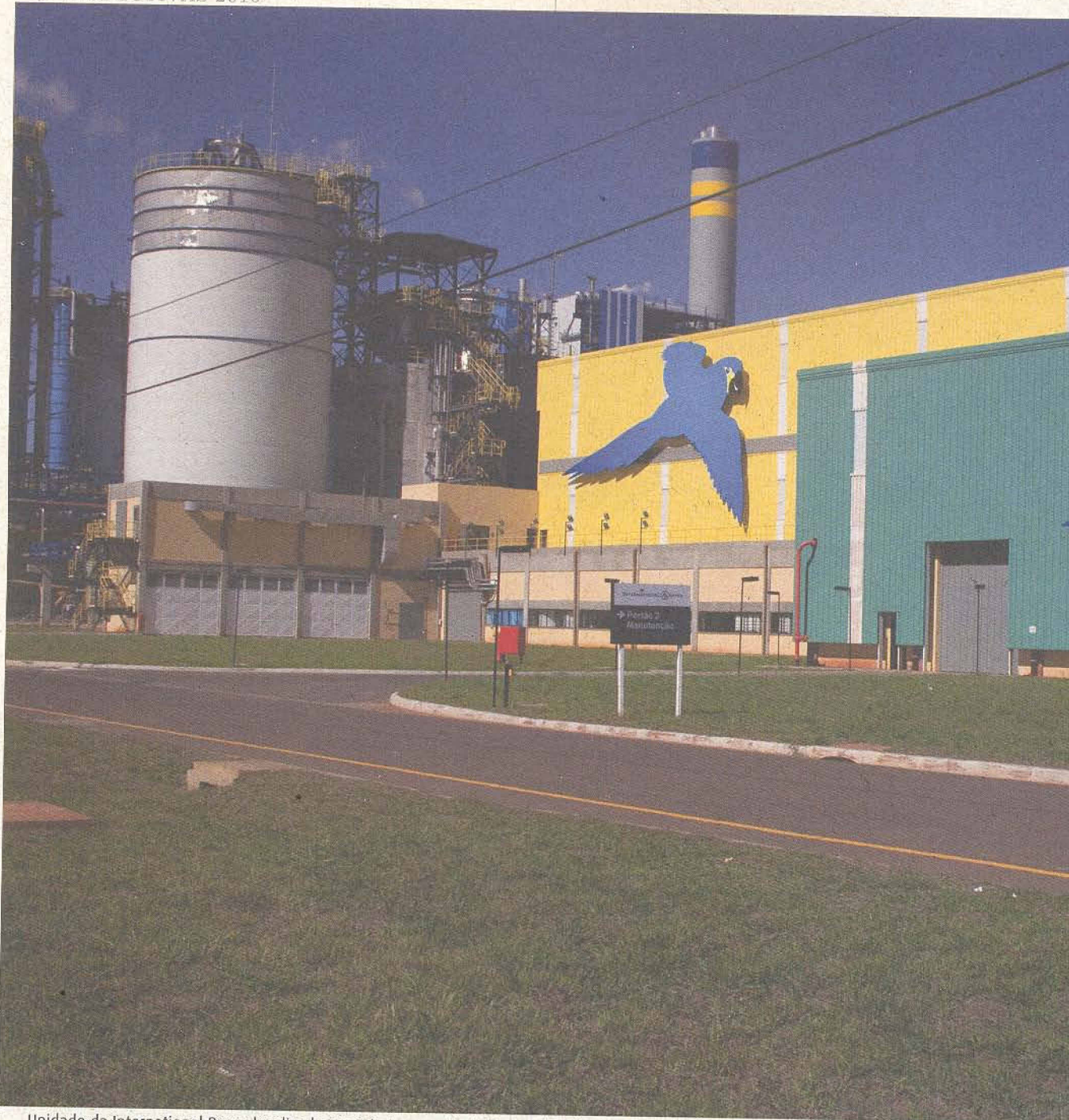
## TARDE

ANAVE - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROFISSIONAIS DE VENDA EM CELULOSE, PAPEL E DERIVADOS

[www.ANAVE.org.br](http://www.ANAVE.org.br)

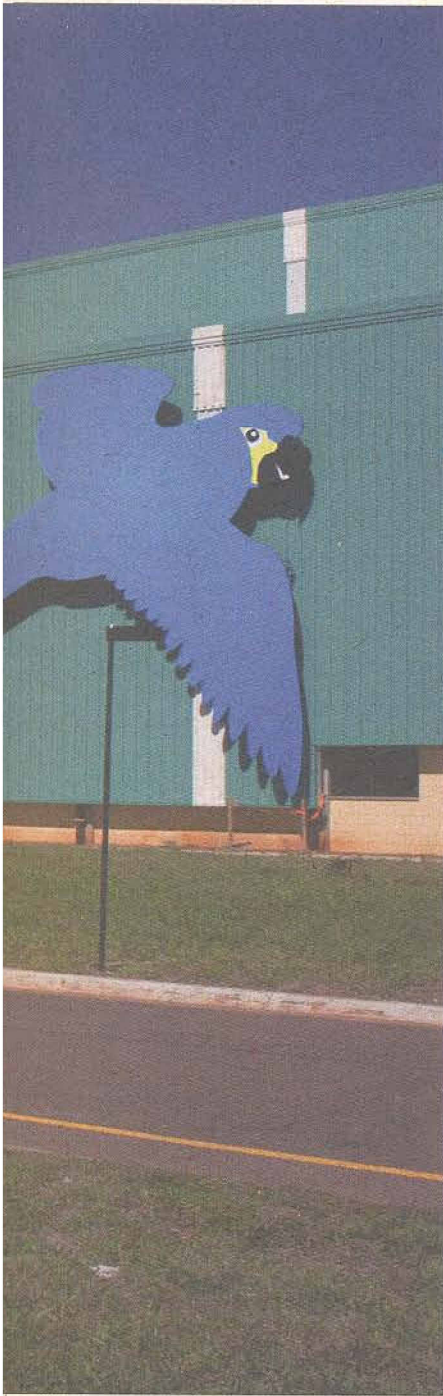
Informações e inscrições: 11 3284-0998 | fax: 11 3284-1457 - [anave@anave.org.br](mailto:anave@anave.org.br)  
Av. Brigadeiro Luiz Antônio, 1404 - cj. 21A - Sobreloja - São Paulo/SP - CEP 01318-001

**anave**



Unidade da International Paper localizada em Três Lagoas, Mato Grosso do Sul  
Crédito: Divulgação IP





## PERÍODO DE RETOMADA

SETOR DE CELULOSE E PAPEL VIVE EXPECTATIVA DE 2010 COMO PONTO DE PARTIDA PARA RETOMADA DO CRESCIMENTO, MEDIANTE INVESTIMENTOS, ADEQUAÇÃO DE PREÇOS E ABERTURA DE NOVOS MERCADOS

“Até que o sol **não brilhe**, acendamos uma vela na escuridão”, aconselhou Confúcio, o sábio chinês. A ave Fênix renasce das cinzas, conta a mitologia grega. Esses são apenas alguns dos dizeres repletos de significados e representação de esperança, espírito de renovação, após um grande revés. Para o setor de celulose e papel, entretanto, a ideia em questão é a de que o almejado e merecido crescimento só vem após certo período de determinações, readaptações,

retomada dos mercados e, principalmente, dos projetos de investimento. O intenso e difícil ciclo disparado pela crise financeira internacional atingiu diretamente o segmento. Apesar disso o momento atual é de otimismo. Embora 2010 ainda não possa ser chamado exatamente de ‘o ano da redenção’, já apresenta indícios de que será um ano de recuperação.

De acordo com Elizabeth de Carvalhaes, presidente da Associação Bra-

sileira de Celulose e Papel (Bracelpa), o ano corrente será de recuperação de perdas para as empresas do setor. Esse cenário deve promover a valorização dos produtos no mercado e também a redução de custos. A soma dessas variáveis fará com que se crie um equilíbrio para as operações. E até favoreça a competitividade das empresas brasileiras no cenário global de concorrência acirrada.

## Copa do Mundo em 2014, Olimpíadas em 2016, Pré-Sal: estes e outros fatores geram otimismo para investimentos necessários

### ANO APÓS A CRISE

Em 2009, o Brasil foi o único país no cenário internacional que não perdeu volume em termos de produção de celulose. Com números que chegaram a 13,4 milhões de toneladas, houve um crescimento produtivo de aproximadamente 6,0% naquele ano. Nesse contexto, o grande destaque foi o resultado das exportações da fibra que, no mesmo período, registraram aumento de 16,9%. Para a Bracelpa, esses resultados indicam que, apesar dos efeitos da crise financeira internacional, os produtos brasileiros desse setor mostraram-se competitivos em relação a seus principais concorrentes globais. Ainda assim, mesmo com o aumento da demanda, a receita de exportações de celulose acumulou queda de 15,4%, na comparação com os dados de 2008.

No segmento de papéis, houve praticamente um empate técnico em relação ao desempenho de 2008. A produção em 2009 foi de 9,37 milhões de toneladas, com queda de 0,4% em relação ao ano anterior. Pelas estimativas da Bracelpa para os dois primeiros meses de 2010, já houve uma variação positiva nos resultados com um crescimento na produção de aproximadamente 9,6% em comparação ao mesmo período de 2009. Nesse contexto, importante ressaltar que os produtos destinados à produção de embalagens

apresentaram crescimento significativo nos últimos meses de 2009. A expectativa é que essa tendência se mantenha também ao longo de 2010.

Em relação à Balança Comercial, apesar de queda nos valores das exportações em relação ao ano passado, houve aumento da participação do setor, que passou de 2,9% em 2008, para 3,3% em 2009. Em diversas regiões, principalmente no hemisfério Norte, houve fechamento de fábricas, redução e parada de máquinas, ao passo que o Brasil busca o seu contínuo crescimento a partir de investimentos em novas máquinas e equipamentos.

Para Luiz Aubert Neto, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq), apesar de 2009 ter sido um ano de instabilidade, com quedas vertiginosas no faturamento em relação a 2008, queda nas exportações, na carteira de pedidos e fechamento de milhares de postos de trabalho, existe a expectativa de que 2010 seja um ano promissor. “Alguns fatos não deixam dúvidas: Em 2010 o PAC vai ter que andar. O Projeto Minha Casa – Minha Vida, a Copa do Mundo em 2014, as Olimpíadas de 2016, o Pré-Sal e outros investimentos já iniciados nas áreas de hidroenergia, etanol, transportes, modernização de portos, energia eólica, mineração, cons-

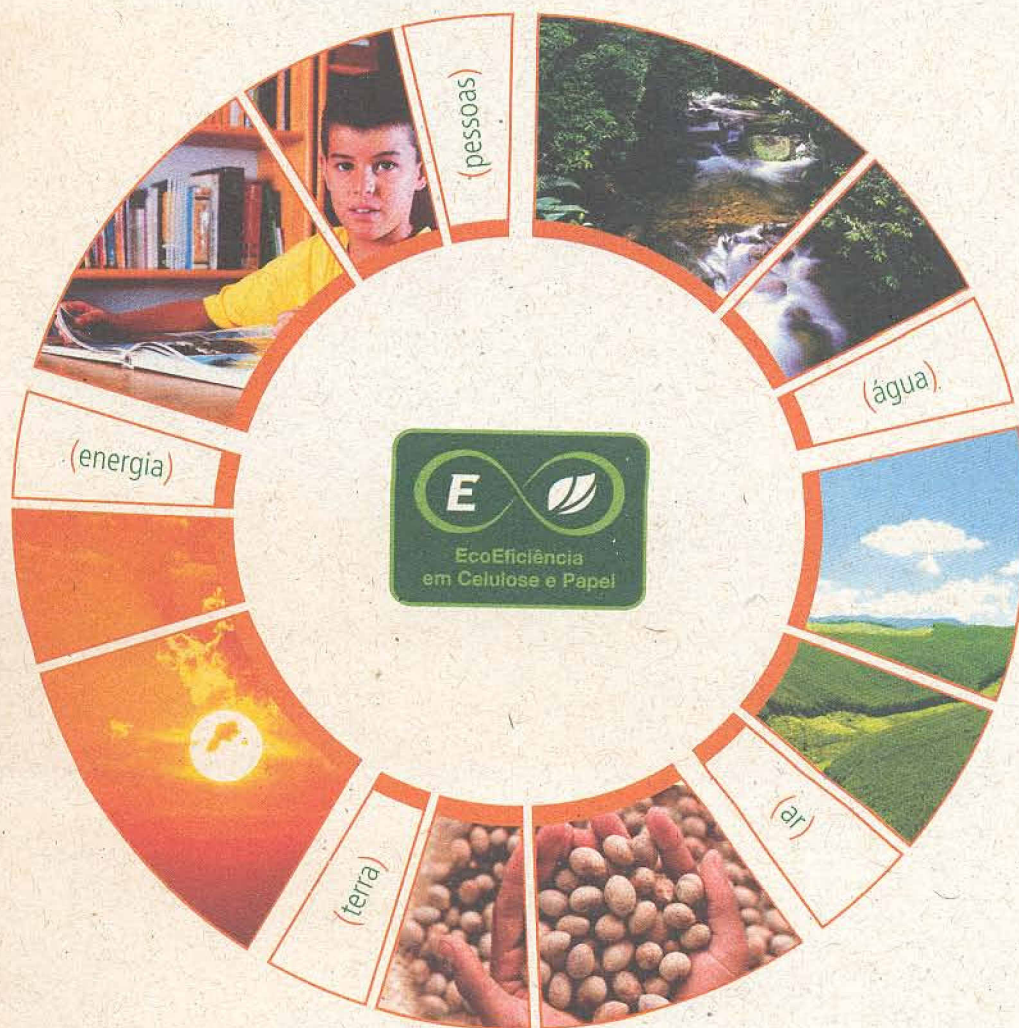
trução naval, novas refinarias e plantas de petroquímicas, gerarão investimentos de centenas de bilhões”, ressalta.

Segundo Aubert Neto, só por esses fatores já é possível se chegar à conclusão de que esse é o momento de o País acreditar nas suas empresas, de investir em aumento de capacidade, novas tecnologias, novas máquinas e novos processos, fomentando a cadeia produtiva, em um ciclo capaz de gerar novos negócios e fazer a engrenagem da economia girar. Entretanto, “se por um lado as expectativas são boas, temos que ficar atentos e continuar atuando para que os investimentos previstos possam resultar, efetivamente, em reais oportunidades para a indústria nacional, com geração de empregos e riquezas para o País”, alerta o presidente. O momento é de otimismo, mas também de muito trabalho e cautela.

### O CÂMBIO

As expectativas para 2010 são de crescimento da demanda de celulose e de papel. Porém, a falta de recuperação do câmbio é cada vez mais grave para o setor, principalmente por conta da perda da receita de exportações. Vale lembrar como alento que, segundo dados apresentados pela Conjuntura Setorial publicada pela Bracelpa, o mês de janeiro de 2010 começou a mostrar tendências de recupe-

# O ciclo que celebra o (valor) da vida.



EcoEficiência, um ciclo que equilibra os 5 elementos fundamentais à vida. Todos com a mesma importância, todos interligados. Esta é a nossa forma de fazer papel: enxergar em todas as direções a utilização responsável dos recursos naturais como o caminho à sustentabilidade. Papéis Gráficos Fibria celebram o (valor) da vida.

  
**Image**  
O Couché Arte Fibria

  
**Starmax**  
O Couché Versátil Fibria

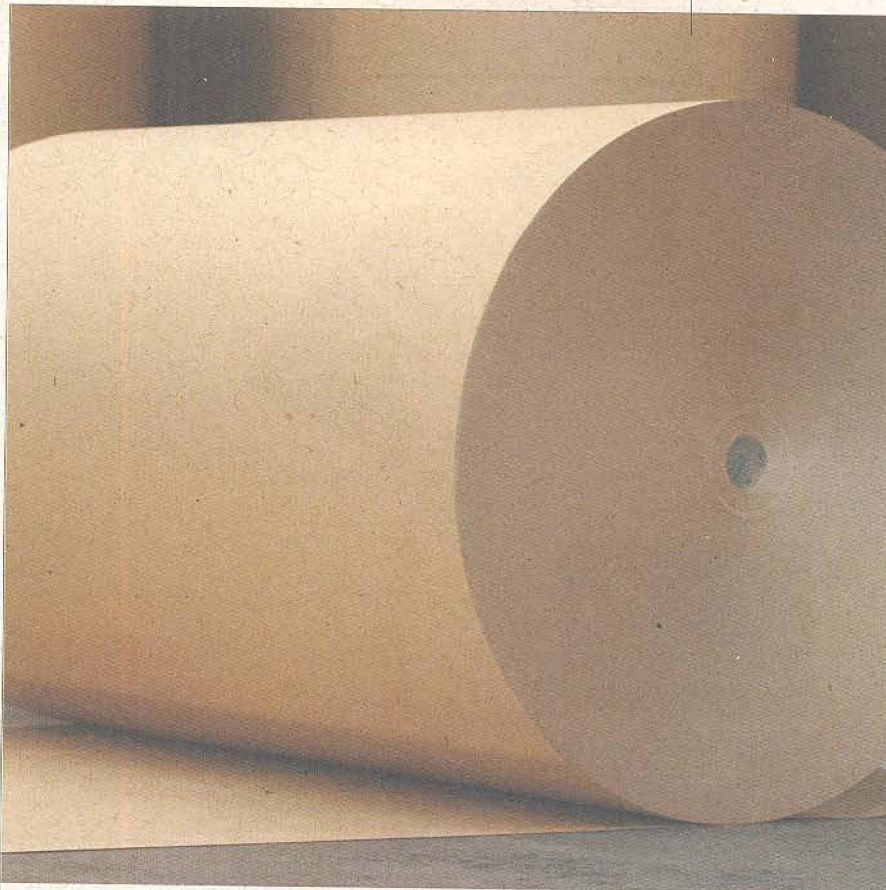
  
**Top Print**  
O Offset Pigmentado Fibria

  
**Printmax**  
O Offset Fibria

Linha de Papéis Gráficos Fibria.  
Brancura, maquinabilidade e printabilidade em papéis gráficos revestidos e não revestidos.

 **Fibria**

[www.fibria.com.br](http://www.fibria.com.br)



O País produziu 9,34 milhões de toneladas de papel em 2009

ração de receita – uma vez que o valor de US\$ 343 milhões registrado nas exportações do mês é ligeiramente superior ao de janeiro de 2008, período pré-crise.

De acordo com os números, no primeiro mês de 2010, a produção de papéis manteve os níveis do mês anterior, com produção de 822 mil toneladas em janeiro de 2010, o que representa crescimento de 9,6% em relação a janeiro de 2009, quando a produção foi de 750 mil toneladas. Para a entidade patronal do setor de celulose e papel, são números que reforçam o movimento de recuperação do setor, iniciado no segundo semestre de 2009, após instabilidade financeira mundial.

Outro indicador importante dessa recuperação são as vendas domésticas de papel, que cresceram 9,7% em janeiro de 2010, em relação a janeiro de 2009. Por tipo de produto, destaca-se a venda de papelcartão, que cresceu 41,9% em janeiro deste ano, se comparada a janeiro do ano passado. No mesmo período, a venda de papel de embalagem teve aumento de 18,6%, a de papel de impre-

sa cresceu 11,1%, e a de papéis para fins sanitários, 7,2%. Impactado pela crise financeira internacional, o setor acumulou, em 2009, perda de 11,2% na receita de exportações ante 2008.

### DAQUI POR DIANTE

Em discurso apresentado no último Congresso da ABTCP, o *ABTCP-TAPPI 2009*, realizado em outubro do ano passado, o então presidente da ABTCP, Alberto Mori, destacou que o cenário mundial indica 2010 como um ano de recuperação. “Os países desenvolvidos começam a retomar o crescimento econômico, o que permite acreditar que o desempenho da celulose no mercado internacional continuará melhorando, embora ainda de forma lenta. No caso do papel, mais dependente do mercado interno, deve se manter a mesma tendência. Uma vez que as perspectivas para a economia brasileira são otimistas, o País tem condições de se tornar um provedor de primeira linha para os principais mercados: China, EUA e Europa.

Países desenvolvidos começam a retomar crescimento, o que permite acreditar na melhoria do desempenho da celulose no mercado internacional

Outro executivo do setor, Túlio Gomes, diretor comercial da Companhia Brasileira de Papel (Ibema), acredita que os dois produtos – celulose e papel – terão comportamentos particulares em 2010. O segmento de celulose, muito dependente das exportações, ainda terá um ano difícil, pois mercados maduros como Europa e América do Norte não deverão se recuperar tão rápido quanto o necessário. Em contrapartida, a China apresentará recuperação significativa da demanda, o que será suficiente para equilibrar a equação oferta e procura do mercado global.

Quanto ao papel, os segmentos mais voltados para o mercado interno deverão apresentar boa recuperação, com expectativa de evolução igual ou um pouco superior ao desempenho do PIB, que deve crescer entre 4% e 6%. A demanda poderá inclusive ser superior ao aumento da oferta, exceção feita ao papel offset, em função da continuidade da acomodação no mercado da produção da nova fábrica da International Paper, em Três Lagoas (MS). **(RM)**

É no amanhã que vão viver as pessoas que mais importam para nós. Nossos filhos, netos e todas as gerações seguintes. Por isso, é impossível não se importar com o futuro de cada um deles.

Na Ibema, o trabalho de hoje é direcionado para que o amanhã exista repleto de natureza, biodiversidade e qualidade de vida.

## O resultado do nosso trabalho a gente deixa para o amanhã.

A mais recente conquista da empresa comprova o sucesso desta visão. A **Certificação FSC** atesta que 100% da matéria-prima utilizada pela Ibema na fabricação de seus produtos advém de material recuperado, de florestas certificadas e de outras fontes controladas que apresentam origens ambientalmente corretas, socialmente justas e economicamente viáveis. Tudo para garantir um futuro com mais qualidade de vida para todos.

### Linha de Produtos Ibema

Papelcartão para Embalagem:  
Speciala | Supera  
IbemaPack Plus | Glacia

Papéis Especiais:  
Papéis Industriais | Papel Colorido  
Monolucido | Kraft Branco  
Apergaminhado | Cup Paper  
Plena Cor | Naturale | Barilo  
Vertico | Interna

Manejo florestal responsável



A marca do manejo florestal responsável  
SGS-COC-006504  
© 1996 Forest Stewardship Council A.C.

Telefone: (41) 3240-7400

E-mail: [marketing@ibema.com.br](mailto:marketing@ibema.com.br) • [www.ibema.com.br](http://www.ibema.com.br)



# Papel panorâmico

*A presença do papel passa despercebida aos olhos do consumidor mediano, ainda não possuidor do nível de esclarecimento encontrado em determinados nichos. Com o açúcar, por exemplo, não é assim. O senso comum já está mais evoluído. Todos sabem algo sobre a diferença de qualidade entre branco e mascavo, que um “é muito mais químico [sic]” do que o outro. Mas e a informação sobre reciclagem de papel? O que é um papel reciclado? Como é feito? A partir de quais matérias primas? Se a reciclagem do lixo nem sempre é eficaz, por que seria diferente com o papel? Enfim, esta é apenas uma ilustração do quanto ainda existe para ser aprendido pela sociedade, empresas incluídas, na construção de uma consciência mais ampla sobre o setor de papel e celulose.*

*Talvez, aliás, seja esta a palavra que melhor resume a série de artigos a seguir, que discutem temas como o que apresentamos acima: consciência. Sobre os produtos, sobre a cadeia produtiva, sobre a presença do papel nas sociedades, sua evolução ao longo da história. Enfim, todos os textos de cer-*

*Sociedade está entrelaçada ao papel de maneira intrínseca; últimos anos assinalam haver ainda muito a ser criado e compreendido pelo setor produtivo neste segmento*

*ta forma debatem o futuro do papel, sob um viés atual, mas ancorado em muita experiência. Porque as figuras escolhidas para esta compilação têm vivências tão diversas quanto gerenciar grandes empresas do setor, comandar editoras independentes ou presidir associações nacionais e internacionais. Trata-se de um panorama exclusivo que a revista ANAVE traz nesta edição.*

*Urgências como a crise financeira ou os grandes eventos que o calendário 2010 carrega não são deixados de fora. Otimismo e atenção são nuances que permeiam os textos. Se por um lado 2009 passou com alívio generalizado, o início deste ano tem embutida outra mensagem: quem não se atualizar ou não tiver sensibilidade para perceber as mudanças macro e micro, nas esferas social, política e econômica, ficará para trás. E sofrerá mais as consequências das velozes transformações que o século XX impôs, ainda não plenamente compreendidas neste início do XXI.*

*Por isso a análise histórica também se faz necessária. E está em um dos textos des-*

*ta coletânea, que costura a evolução do papel, desde o século XIX até o presente, com as questões financeira e ambiental, até apresentar um conceito de sustentabilidade. Elemento chave não só no setor papelero, esse aspecto extrapola o politicamente correto e se torna premente, em qualquer atividade humana. O consumo cresce. Com raras exceções, tudo está sendo produzido mais e mais, inclusive papel e celulose.*

*Variações acontecerão, mas o montante está aumentando. Sim, é um alívio para muitos comprovar que as previsões apocalípticas sobre a extinção do papel diante das mídias digitais não passam de alarmismo. Mas dizer que o setor pode descansar tranquilo é exagero. Fato é que as soluções apresentadas à sociedade têm sido importantes e conquistam responsabilidade crescente. Não conhecemos um mundo sem papel, mas certamente esse produto tem assumido e ainda irá tomar formas inesperadas.*

*Faoze Chibli, editor*

# O futuro do papel

Por Carlos A. Farinha e Silva\*

As mudanças que observamos, se desenvolverem na ordem econômica mundial, e conseqüentemente, na sociedade global, têm afetado o universo papelero com uma intensidade raramente vista em períodos anteriores. Alguns dos motores mais significativos dessas transformações têm sido:

- A migração de capacidades produtivas entre regiões do mundo desenvolvido para as regiões em desenvolvimento
- O aumento do poder aquisitivo de grandes massas de população, integrando-as aos circuitos consumidores, especialmente nas regiões asiáticas, e nomeadamente na China
- A revolução digital
- O aumento da consciência ambiental
- Novas tecnologias, novos materiais

Um aspecto imediatamente aparente é o aumento da percepção da existência de dois grupos de papéis que são afetados de maneira muito diferenciada pelos fatores acima, onde o papel desempenha funções de natureza diversa:

- Grupo de papéis de uso estrutural: embalagens, sanitários e alguns papéis especiais. Neste grupo, que inclui o papelão ondulado, papel cartão, higiênico, toalhas, papéis dielétricos, etc., o papel é utilizado como meio de suporte e contenção

- Grupo de Papéis de Uso Gráfico: papéis para imprimir e escrever, papéis para impressão. Este

Grupo tem como principal função servir como mídia de comunicação.

Considerando diferentes cenários de aumento da demanda, o consumo global de papel e cartão em 2025 deverá atingir entre 480 a 540 milhões de toneladas. Um cenário de crescimento médio aponta para um consumo de 500 milhões de toneladas, com uma taxa anual de crescimento de 1,5 % ao ano. Esse crescimento se concentra nos países em desenvolvimento, atingindo um crescimento maior nos países asiáticos.

A transferência dos meios de produção de bens de consumo, como eletro-eletrônicos e brinquedos, para as regiões em desenvolvimento foi acompanhada pelo aumento da produção local de embalagens. Isso e o aumento do poder aquisitivo das populações dos países em desenvolvimento justificam, em grande parte, as taxas elevadas de crescimento previstas para essas regiões. Na Índia, o crescimento anual está previsto ultrapassar mais de 5 % ao ano, partindo, porém, de um patamar baixíssimo de consumo per capita atual. A saturação dos mercados nos países desenvolvidos, somada a um conjunto de outros fatores, apontam para taxas de crescimento negativas.

A previsão das estimativas globais de crescimento para os diferentes tipos de papéis e cartões torna mais evidente a existência dos dois grupos apontados acima, afetados pelos fatores citados de maneira bem distinta. Fica bastante evidente o impacto distinto que fatores como a evolução/revolução digital causam nos dois grupos de papéis: as funções de comunicação e armazenamento de dados e informações, básicas para os papéis de uso grá-



fico, têm sido deslocadas pela informação e estocagem digitais, impactando negativamente fontes importantíssimas de receita, como publicidade e marketing.

Os papéis para impressão, com destaque para o papel para jornal, há tempos já vêm apresentando taxas globais de crescimento negativas, apesar de avanços tecnológicos como a diminuição de gramaturas e novos modelos de apresentação, distribuição e venda. Em algumas regiões geográficas, essa tendência pode ser até revertida, porém as novas gerações tendem a pular etapas. Haja vista a disseminação do telefone celular em alguns países da África sub-sahariana, sem o estabelecimento prévio de uma rede de telefonia fixa.

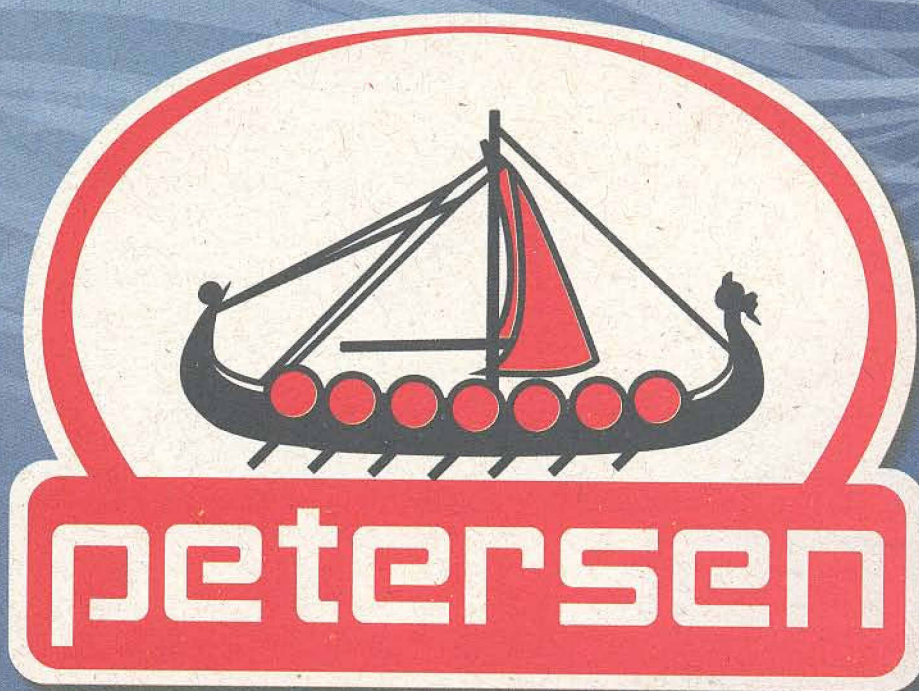
Essa tendência tende a se acentuar, com exceção de nichos onde a mídia impressa tem uma conotação lúdica, como revistas especializadas e livros de alto valor, tipo "coffee table books". A comunicação efêmera, de curta duração, e a estocagem e tratamento de grande número de dados, definitivamente tenderão a ser digitais. Alguns papéis de imprimir e escrever continuarão se beneficiando com a explosão das impressoras de uso doméstico.

Por outro lado, a globalização, os aumentos do comércio internacional e do poder aquisitivo de grandes

massas populacionais tendem a aumentar o consumo do grupo de papéis estruturais. Até o crescimento das vendas pela internet aumenta a quantidade de embalagens. Nesse caso, a concorrência se origina no uso alternativo de outros materiais, como o plástico. Esse segmento deve se esforçar para se reinventar, apresentar soluções criativas e, sobretudo, potencializar a sua característica de material ecologicamente correto.

Os papéis sanitários parecem beneficiar-se com praticamente todos os fatores em jogo, especialmente com o aumento da qualidade de vida nas regiões em desenvolvimento. Por enquanto, o uso de materiais alternativos não parece representar uma ameaça, abrindo espaço para o uso crescente de celulose de mercado de eucalipto. Em resumo, o mercado global de papel e cartão continua crescendo. A diferenciação de taxas de crescimento entre tipos de papel e entre regiões, o uso de materiais e mídias alternativas, exigem uma atenção redobrada das empresas do setor, caso pretendam assegurar a sua atuação com rentabilidade sustentada.

\*Carlos A. Farinha e Silva é vice presidente da Pöyry Tecnologia Ltda.



**Desde 1928 atendendo o segmento de papéis gráficos  
para o Estado do Rio Grande do Sul**

**PETERSEN REPRESENTAÇÕES LTDA**

Rua Almirante Câmara, 122 - Bairro Tristeza - Porto Alegre - RS - CEP 91920-450  
tel / fax: (51) 3222 8833 / (51) 9973 9966 - e-mail: peteresenrepres@terra.com.br

# O fim do mundo e dos livros

Por Fabio Arruda Mortara\*

Profecias apocalípticas têm surgido paralelamente às previsões de extinção de determinadas mídias em detrimento de outras; a realidade, no entanto, se mostra diferente

O filme "2012", uma superprodução de 200 milhões de dólares, sob a batuta especializada em catástrofes do diretor Roland Emmerich, e alguns livros sobre a Profecia Maia para o fim do mundo têm movimentado com vigor a indústria do entretenimento. O tema também é sucesso global nos jornais, revistas, rádio, TV e internet. Com seriedade, ironia, chacota, viés científico, enfoque metafísico, apelo supersticioso ou mera diversão, o assunto vem ocupando toda a ampla e diversificada mídia desta era da informação.

O planeta já sobreviveu a numerosos vaticínios sobre a sua extinção, passando incólume por várias datas fatídicas, apontadas por Nostradamus, cientistas, místicos, pergaminhos misteriosos, achados arqueológicos e textos religiosos. A calamidade da vez é a Profecia Maia, baseada no calendário dessa fantástica civilização pré-colombiana, que prevê a tragédia final no dia correspondente a 21 de dezembro de 2012. Como, à época, a Terra estará alinhada ao Sol e ao centro da Via Láctea, especula-se sobre uma alteração do campo magnético, que provocaria imensos tsunamis, erupções vulcânicas e violentos terremotos.

Os presságios sobre o fim dos tempos têm instigante analogia com outra previsão intermitente na trajetó-

ria da humanidade: a extinção de determinadas mídias, ante o surgimento de outras. Até hoje, porém, nenhuma dessas profecias se concretizou. Da mesma forma que a linguagem escrita, surgida há cerca de cinco mil anos na Mesopotâmia, não acabou com a fala, única forma de comunicação dos homens desde a pré-história, a imprensa de Gutenberg, há cerca de quatro séculos e meio, não extinguiu as cartas manuscritas; jornais, livros e revistas não acabaram devido ao surgimento do rádio; todas essas mídias e mais o cinema não sucumbiram ao advento da televisão, contrariando os rumores catastróficos difundidos durante tanto tempo.

A predição da vez quanto às mídias é relativa à comunicação gráfica, mais especificamente no tocante ao livro. Na recente Feira de Frankfurt, a maior do mundo no gênero, já se estabeleceu até mesmo o ano no qual ele acabará: 2018! A partir de então, haveria somente o e-book, já comercializado em todo o mundo, inclusive no mercado brasileiro. Não há dúvida de que o livro digitalizado é irreversível, como se pôde notar na edição 2009 daquele evento, na qual 361 expositores, ou 5% de um total de 7.373, o incluíram em seu mostruário. Porém,

isto não significa o fim do impresso. Sempre haverá público para todas as modalidades dentre os quase sete bilhões de terráqueos.

Seria redundante e até ingênuo por parte das editoras, indústrias gráficas e amantes da palavra impressa, negar ou resistir ao avanço do e-book. Tampouco é desnecessário discorrer sobre as vantagens do livro de papel, sua magia, preço, peculiaridades inerentes às artes gráficas e outros diferenciais. O importante é ter consciência de que o mercado da comunicação e do entretenimento tem espaço para todas as mídias. Cabe a cada uma delas desenvolver-se, agregar novas tecnologias, ampliar sempre a sua qualidade e se adequar às demandas de uma civilização cada vez mais inquieta e dependente da informação.

Felizmente, todos têm sido eficazes no enfrentamento desses desafios. No cinema, só a pipoca e o insubstituível encanto da telona são os mesmos. Imagem e som digitais, três dimensões e poltronas confortabilíssimas ajudam a seduzir os espectadores. O rádio, incansável prestador de serviços, atingiu níveis excepcionais de qualidade, como, aliás, puderam perceber alguns milhões de brasileiros no apagão de novembro de 2009, quando essa mídia foi decisiva para informar, orientar e tranquilizar a população. Os livros estão cada vez mais bonitos, bem

impressos, com diagramação atrativa e capas instigantes e irresistíveis. Suas tiragens, graças à tecnologia da impressão digital, que também não extinguiu o offset, adaptam-se às mais distintas demandas, títulos e mercados. O mesmo aplica-se a jornais e revistas.

Ouso, assim, fazer mais um vaticínio, em meio aos tantos que, vira e mexe, permeiam o inconsciente coletivo: se a Terra sobreviver à Profecia Maia em 2012, claro, o livro impresso não acabará em 2018! Afinal, sua extinção seria o fim do mundo da maneira como o conhecemos, à medida que sucumbiria o universo lúdico da tinta sobre o papel, no qual a humanidade convive há séculos, de maneira muito íntima, com sua história, cultura, literatura, ciência e todo o conhecimento que a permitiu sair das cavernas e conquistar o cosmo!

\*Fabio Arruda Mortara é presidente da Regional São Paulo da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf) e da Associação Latino-Americana de Artigos para Livraria e Papelaria (ALALP)

## Papel & Cia

5 anos aliando qualidade, oportunidades e soluções em papéis e cartões.

### CARTÕES

duplex . vitaprint  
triplex . vitabianco

sólido . vitasolid  
100% reciclado . vitacarta

### AUTOADESIVOS

(acrílico e hot-melt)  
folhas . bobinas . etiquetas

### PAPÉIS IMPORTADOS

(couché e lwc)

  
**Papirus**

  
**COLACRIL**  
SOLUÇÕES DE ALTA QUALIDADE EM AUTO-ADESIVOS

  
Elof Hansson

Dema Comércio e Representação de Papéis Ltda. + 55 (11) 2914-6005

# Sobra marketing, falta qualidade

Por Geraldo Ferreira\*

Consumidores ainda não exigem o quanto deveriam das empresas em relação ao uso de papel reciclado, produzido sem parâmetros bem definidos

Usar papel reciclado virou moda no Brasil. Já faz algum tempo que muitas empresas e instituições tentam se valorizar junto ao cliente ao usar uma grande quantidade de papel reciclado, para uso interno e para a comunicação com seus clientes. Levantam a bandeira do consumo consciente de papel para se destacarem como empresas responsáveis socialmente. Como marketing, a ação é uma excelente tacada. Os bancos costumam usar desse artifício para reverter a fria imagem dos que apresentam exorbitantes margens de lucro a cada ano. Outros grandes grupos econômicos fazem o mesmo. O uso do papel reciclado virou sinônimo de boas práticas ambientais.

Mas pouca gente sabe que parte considerável do papel reciclado que hoje circula no País não tem a qualidade que deveria. E o desconhecimento do consumidor brasileiro sobre o assunto deu abertura para que os fabricantes não se preocupem em investir na qualidade

desse material. A indústria se concentra em criar uma ampla variedade de produtos, os clientes consomem sem critério para fazer marketing e o consumidor muitas vezes usa um papel de má qualidade. Uma forte indicação vem dos fabricantes de impressoras e das gráficas, que chegam a desaconselhar o uso de papel reciclado.

A falta de informações claras sobre a qualidade do papel reciclado é prejudicial ao consumidor. Por exemplo: sabe aquele tom amarelado que costumam ter os papéis reciclados? Ele é proveniente de um corante e não necessariamente resultante do processo industrial de reciclagem. O papel reciclado pode ser tão branco como uma folha de sulfite convencional. É uma percepção distorcida. O mercado pede essa coloração para chamar a atenção do consumidor final ao fato de que aquele papel é reciclado.

A desinformação do consumidor também é culpa da falta de um padrão de qualidade para os papéis recicla-

dos. Não existe no Brasil um órgão que regule e fiscalize a produção desse tipo de papel, o que faz com que as indústrias locais tenham total autonomia na confecção e, pior, na coleta de matéria-prima. Sem acesso às informações verdadeiras, não há como garantir que o uso de material reciclado seja feito de maneira apropriada. Quem paga é o consumidor, que simplesmente fica sujeito a confiar no discurso do fabricante. Também não há como comprovar que as aparas, matéria-prima para produção desse tipo de papel, são provenientes de fontes seguras e compostas de materiais de qualidade.

Claro que este cenário não é visto somente no Brasil. O excesso de marketing do papel reciclado tem prejudicado consumidores em muitos países. Recentemente, cinco fabricantes japonesas de papel, entre elas grandes indústrias como a Nippon, admitiram fraude na produção de reciclados. A maioria delas admitiu que utilizava uma porcentagem menor de material reciclado do que o anunciado em seus produtos, uma delas há mais de dez anos. A notícia caiu como uma bomba no mercado japonês de papel e grandes clientes dessas indústrias já anunciaram que vão parar de trabalhar com tais linhas de produtos. O presidente da Nippon, por sua vez, pediu demissão.

Para evitar que um escândalo desses aconteça no Brasil, é preciso que o próprio mercado reveja sua posição e crie uma estrutura para fiscalizar os papéis reciclados em toda a cadeia produtiva. Para começar, garantindo que as aparas sejam de boa qualidade, com a definição de um sistema de coleta apropriado. Também é preciso analisar o processo produtivo das indústrias e avaliar amostras que chegam ao consumidor final. Os produtos avaliados que estiverem dentro das especificações receberiam um selo de qualidade, garantindo ao consumidor que ele não está sendo enganado.

A informação gera um consumidor consciente e mais exigente. Quando aprender, saberá também reconhecer um bom produto em mãos - aquele que apresenta os benefícios da reciclagem de papel. Ao dar preferência aos produtos de proveniência segura, vai contribuir para as ações que agridem menos o meio ambiente e coibir o uso de gato por lebre.

\* Geraldo Ferreira é diretor geral da Cathay, empresa coligada à Asia Pulp & Paper (APP) no Brasil

SENGÉS PAPEL E CELULOSE LTDA

**SENGE**

**Papel Kraft Pardo em bobinas  
Acabamento Monolúcido (35 a 100g/m<sup>2</sup>)  
ou Natural (80 a 300g/m<sup>2</sup>)  
Fone: (11) 3572-6250 / Fax (11) 3572-6253**

# Um ano de boas expectativas, mas de muita cautela

Por Luiz Aubert Neto\*

Otimismo, esta é a mensagem que temos para passar neste início de ano

Apesar de 2009 ter sido um ano de instabilidade, com quedas vertiginosas no faturamento (de % em relação a 2008), queda nas exportações, na carteira de pedidos e fechamento de milhares de postos de trabalho, temos a expectativa de que 2010 será um ano promissor. Alguns fatos não deixam dúvidas: em 2010 o PAC vai ter que andar. O Projeto Minha Casa – Minha Vida, a Copa do Mundo em 2014, as Olimpíadas de 2016, o Pré-Sal e outros investimentos já iniciados nas áreas de hidro-energia, etanol, transportes, modernização de portos, energia eólica, mineração, construção naval, novas refinarias e plantas de petroquímicas, gerarão investimentos de centenas de bilhões de reais.

A linha FINAME PSI (Programa de Sustentação do Investimento), prorrogada até 31/06/2010, com juros fixos de 4,5% ao ano, zero de entrada, dois anos de carência, até 10 anos para pagar e com possibilidade de financiamento adicional de até 30% em capital de giro, contribuirá, sobremaneira, para a retomada do nível de atividades do setor de máquinas e equipamentos.

Só por esses fatores chegamos à conclusão de que esse é o momento de acreditarmos em nossas empresas, de investirmos em aumento de capacidade, novas tecnologias, novas máquinas e novos processos, fomentando a cadeia produtiva, em um ciclo capaz de gerar novos negócios e fazer a engrenagem da economia girar. Entretanto, algumas questões estruturais merecem atenção e censo de urgência, sob pena de a indústria nacional ficar

totalmente à margem das oportunidades que surgirão durante o ano de 2010.

De nossa parte, continuaremos lutando em busca da desoneração total dos investimentos, de melhores taxas de juros e de um câmbio mais justo. Pois, somente com essas três variáveis, temos uma perda de competitividade que pode chegar até 50% frente aos nossos concorrentes internacionais. É importante alertar que a produção nacional de máquinas, equipamentos e componentes vem sendo, assustadoramente, substituída por importados, ou seja, estamos perdendo mercado.

Os números mostram que a participação nacional no fornecimento das máquinas que são consumidas no País vem caindo ano a ano. A participação nacional no ano de 2005 era de 62,2% e hoje é de apenas 55,1%. Isso mostra claramente o processo de desnacionalização que está ocorrendo no Brasil. Se por um lado as expectativas são boas, por outro temos que ficar atentos e continuar atuando para que os investimentos que serão realizados possam resultar, efetivamente, em reais oportunidades para a indústria nacional, com geração de empregos e riquezas para o País. O momento é de otimismo, mas também de muito trabalho e cautela. Portanto, que venha 2010, com todas as suas oportunidades e desafios! Bom ano a todos!

\*Luiz Aubert Neto é presidente da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq)

# Lwarcel Celulose

## Compromisso com a sustentabilidade



Marca do manejo florestal responsável

SCS-FM/COC-093P  
SCS-COC-000835

© 1996 Forest Stewardship Council A.C.

ISO 14001

BUREAU VERITAS  
Certification



Uma empresa do Grupo Lwart

[www.lwarcel.com.br](http://www.lwarcel.com.br)

# Mensageiros da sustentabilidade

Por Alfried Karl Plöger\*

A partir da revolução industrial, ao longo de todo o século 19 e quase até o final do século 20, a humanidade preocupou-se tão somente com a produção desenfreada, superestimando a capacidade de o Planeta assimilar a exploração ilimitada dos recursos naturais e o poder dos ecossistemas de se reciclarem ante a devastação. Somente algumas mentes mais lúcidas anteviam a armadilha em que se estava convertendo o modelo quase irresponsável de desenvolvimento. Uma delas era o filósofo, paleontólogo e teólogo francês Pierre Teilhard de Chardin. Em "O futuro do homem", coletânea de textos escritos entre 1920 e 1952, ele já discutia a questão da sobrevivência.

E esse futuro previsto pelo pensador chegou. Felizmente, a consciência sobre a sustentabilidade não é mais o alerta isolado de alguns cientistas e pesquisadores. Trata-se de desafio assumido por parte expressiva dos empresários, trabalhadores e organismos multilaterais, dentre eles instituições que, há algumas décadas, ninguém imaginaria que estivessem hoje dedicadas à equação da sobrevivência.

Exemplo emblemático dos riscos e do indispensável comprometimento com os preceitos do desenvolvimen-

to sustentável encontra-se em recente estudo do Banco Mundial, intitulado "Desenvolvimento com Menos Carbono - Respostas da América Latina ao Desafio da Mudança Climática". O documento contém importante alerta: "Se os líderes nacionais demonstrarem visão de futuro poderão evitar a armadilha de sacrificar a sustentabilidade ambiental em favor das necessidades macroeconômicas de curto prazo e se beneficiar das oportunidades para enfrentar as questões associadas às mudanças climáticas. Em particular, políticas e programas destinados à abordagem dos problemas urgentes de hoje podem ser formulados e implementados sob uma perspectiva de longo prazo".

O Banco Mundial, contudo, assim como a ONU, o Fundo Monetário Internacional e a FAO (Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação), não está preocupado apenas com as mudanças climáticas. De modo muito correto, aliás, todos veem a questão de maneira mais ampla e holística, focando, também, o uso racional dos recursos naturais, a recuperação e preservação de biomas e ecossistemas, a oferta de energia e de alimentos, conforme preconizam os preceitos relati-



vos à criação do Dia Mundial do Meio Ambiente, comemorado em 5 de junho. A data foi recomendada em Conferência das Nações Unidas sobre o tema, realizada em 1972, em Estocolmo, na Suécia.

As preocupações dos organismos multilaterais quanto a todas as vertentes da sustentabilidade podem ser sintetizadas na observação do presidente do Banco Mundial, Robert B. Zoellick, quanto à necessidade urgente de se reagir às ameaças da devastação, do aquecimento terrestre e da escassez de alimentos e energia. Numa releitura do que dizia Teilhard de Chardin, salientou ser necessário construir as bases para maximizar a oportunidade e a esperança para todos no longo prazo.

O universo corporativo, obviamente, não pode ficar alheio a esse movimento voltado à sobrevivência (com dignidade e um mínimo de qualidade de vida) da presente civilização. Todos têm de fazer a sua parte. É com essa meta que foi criado o Prêmio Abigraf de Responsabilidade Socioambiental, cuja primeira edição foi a de 2009. A cerimônia de entrega dos prêmios aos vencedores realiza-se no Dia Mundial do Meio Ambiente, 5 de junho. É uma resposta consistente da indústria gráfica brasileira ao desafio da sustentabili-

dade, estimulando todo o setor - composto por 20 mil empresas e empregador de 200 mil trabalhadores - às boas práticas da produção limpa e ao exercício da chamada cidadania empresarial.

A indústria gráfica, como integrante da cadeia produtiva da comunicação, tem particular responsabilidade na difusão de uma consciência universal sobre a importância do voluntariado e dos procedimentos corretos nos aspectos social e ambiental. Livros, jornais, revistas, cadernos, manuais de distintos produtos, embalagens e numerosos outros impressos interagem no dia a dia com todos os cidadãos. Que sejam, cada vez mais, portadoras da mensagem da sustentabilidade e da sobrevivência digna da presente civilização.

\*Alfried Karl Plöger é ex-presidente da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf), membro do conselho diretor da Melhoramentos e vice-presidente da Associação Brasileira das Companhias Abertas (Abrasca)



A marca do manejo florestal responsável

Cert. no. SGS-COC-096917  
©1996 Forest Stewardship Council A.C.

A FOREST PAPER é uma empresa convertidora de papéis que há mais de 18 anos trabalha com papéis cartão Duplex de origem sustentável Klabin e com o KNRevita – papel kraft da REVITA



**FOREST PAPER**

Telémaco Borba-PR  
Fone 55 42 3271-8100  
www.forestpaper.com.br



A REVITA é uma empresa que comercializa celulose reciclada a partir da ação socioambiental correta de reciclar embalagens Longa Vida



Cada tonelada de embalagens longa vida reciclada...



...gera 700 kg de celulose reciclada.



**REVITA**

Telémaco Borba-PR  
Fone 55 42 3273-2331  
www.revita.ind.br

# Por que as revistas não morrerão

Por Maria Rodale\*

Ler uma revista pode ser comparado a um encontro romântico. Há surpresas em cada página que é virada

Passo mais tempo do que a maioria das pessoas pensando se as revistas sobreviverão ou não, pois minha família é proprietária de alguns títulos. Já fui a conferências que debatiam a sobrevivência das revistas. Sou torpedeada por consultores tentando me convencer de que revistas estão à beira da morte e, portanto, preciso de seus serviços imediatamente senão as consequências serão gravíssimas. Bem, realmente acho que e-readers, Kindles e iPhones irão fazer, e de certa maneira, já fazem, parte de nossas necessidades de leitura e, especialmente, informação. E a Rodale Inc. está alinhada com estas coisas assim como todo mundo.

No entanto, falando por experiência própria, tenho percebido algo ultimamente. Quanto mais eu uso a tecnologia, (e eu não saio deste computador...), mais eu quero ler uma revista. Mas o que eu quero agora não é a mesma coisa de cinco anos atrás. Francamente, quero uma coisa nova. Quero ser surpreendida e ficar encantada. Quero relaxar e não ter que decidir para qual página eu vou. Quero ver fotos. Quero deitar no sofá e não ter uma tela incandescente me encarando. Quero ser inspirada. É como ir a um encontro romântico, mas sem a preocupação de me arrumar.

Tudo começou com a minha nova revista favorita, Garden and Gun. A primeira vez que ouvi falar sobre essa revista, em uma conferência de revistas, achei que era uma piada. Eu comprei um exemplar e fiquei completamente viciada. É uma revista de lifestyle Sulista. Não sou Sulista e nem quero ser. Mas elas acertaram. Elas me mostram coisas que eu nunca iria pensar em procurar sozinha. Com as suas imagens, elas me levam a lugares aonde eu nunca iria, mas que eu gosto de olhar. Já dobrei várias orelhas de páginas depois de descobrir lugares que eu gostaria de visitar, livros que eu gostaria de comprar ou lojas onde gostaria de fazer compras (online). Tem um exemplar de Garden and Gun aberto, aqui, ao lado do meu computador. Vou reservar um quarto em

um hotel que achei na revista (E não direi qual hotel, pois quero primeiro conseguir uma reserva).

E também tem a revista People. Não tenho tempo para ficar checando websites com notícias de celebridades todos os dias. E não me importo o suficiente para procurar ativamente por tal informação (apesar de que devo confessar meu fascínio por histórias de adultério envolvendo pessoas como Tiger Woods e aquele governador com a amante brasileira). Quando a minha revista People chega às sextas feiras, não quero ser incomodada por ninguém durante os 30 minutos que eu levo para ler a revista. Este é o meu momento e não se esqueça disso!

Se eu realmente quero saber sobre o que acontece no mundo, bem, eu ouço o rádio - NPR e BBC Newshour. Mas eu ouço rádio somente quando estou no carro e não é sempre que isso acontece. Então eu me garanto assinando The Economist e a New York Review of Books. Essas revistas me ajudam a preencher as lacunas - ou melhor ainda - essas revistas me ensinam coisas que eu achava que não queria ou precisava saber.

A Internet é a tecnologia que permite às pessoas buscarem coisas. Adoro e sou totalmente a favor disso. Mas às vezes quero que as coisas me encontrem. De vez em quando, me canso de ficar olhando, digitando e procurando e quero simplesmente sentar no meu sofá confortável e me surpreender quando eu viro a página. É por isso que eu acredito que as revistas não morrerão.

\*Maria Rodale é CEO e presidente da Rodale Inc., editora e companhia multimídia norte-americana

Fonte: [www.rodale.com/](http://www.rodale.com/) / [www.mariasfarmcountrykitchen.com](http://www.mariasfarmcountrykitchen.com)

Tradução: Isabela Rosito (Associação Nacional de Editores de Revistas - ANER)

# QUANDO VOCÊ TEM A LINHA MAIS COMPLETA DE PAPÉIS, TODO MUNDO RASGA ELOGIOS. E SÓ ELOGIOS.

Suzano. A única  
com toda a sua linha de papéis  
certificada FSC  
(Conselho de Manejo Florestal).



Chicago Climate Exchange

The mark of responsible forestry

SW-COC-001386

©1996 Forest Stewardship Council A.C.

Ultra Polen

COUCHÉ  
SUZANO  
290g

Alta Alvura  
ORIGINAL  
AL CALINO

RECICLATO  
SUZANO

Papelcartão  
SUZANO

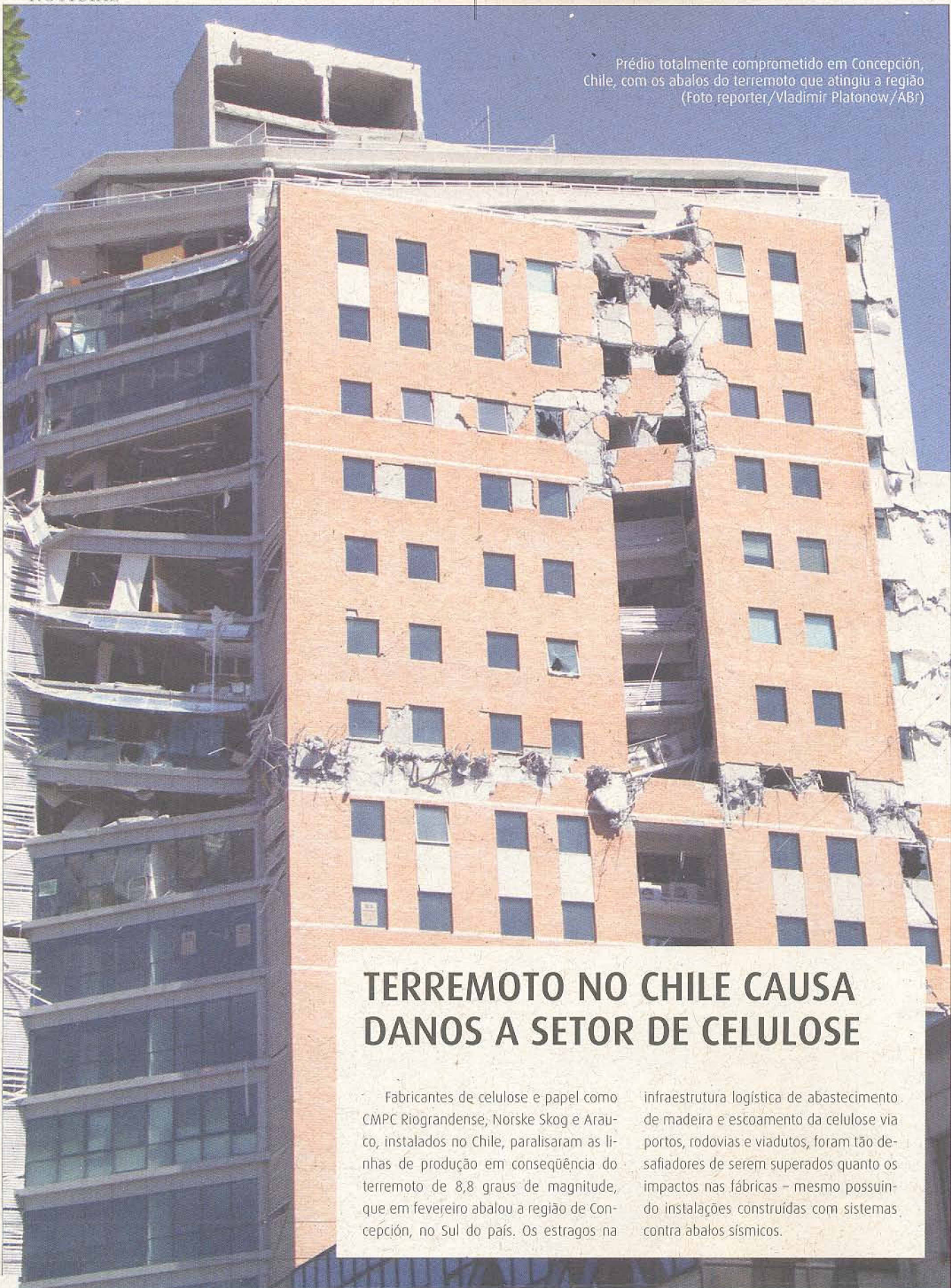
Paperfect

Жromma



**SUZANO**  
PAPEL E CELULOSE

Prédio totalmente comprometido em Concepción, Chile, com os abalos do terremoto que atingiu a região  
(Foto reporter/Vladimir Platonow/ABr)



## TERREMOTO NO CHILE CAUSA DANOS A SETOR DE CELULOSE

Fabricantes de celulose e papel como CMPC Riograndense, Norske Skog e Arauco, instalados no Chile, paralisaram as linhas de produção em consequência do terremoto de 8,8 graus de magnitude, que em fevereiro abalou a região de Concepción, no Sul do país. Os estragos na

infraestrutura logística de abastecimento de madeira e escoamento da celulose via portos, rodovias e viadutos, foram tão desafiadores de serem superados quanto os impactos nas fábricas – mesmo possuindo instalações construídas com sistemas contra abalos sísmicos.

## FIBRIA E SUZANO ELEVAM PREÇO DA CELULOSE

A partir de maio, Fibria e Suzano Papel e Celulose elevarão novamente o preço da *commodity* em 50 dólares por tonelada. O aumento aplicado pelas fabricantes atingirá US\$ 920 por tonelada na América do Norte, US\$ 890 na Europa e US\$ 850 na Ásia. Os preços subiram 27% comparados ao início do ano – três aumentos de US\$ 30 por tonelada em janeiro, fevereiro

e março, e um aumento de US\$ 50 em abril. A portuguesa Altri também elevará os preços para US\$ 50 por tonelada na mesma data. Os aumentos se justificam dentro de um cenário de forte demanda e redução de oferta por conta de terremotos no Chile e da greve nos portos da Finlândia, fatos que prejudicaram os maiores produtores de celulose do mundo.

## MASISA INAUGURA FÁBRICA DE CHAPAS DE MADEIRA NO RS

Empresa chilena Masisa, interessada em triplicar os negócios no Brasil, inaugurou em Porto Alegre (RS) a segunda fábrica de chapas de madeiras. A nova unidade é capaz de produzir anualmente 750 mil metros cúbicos de chapas MDO – elaboradas a partir de partículas obtidas no processamento de toras, “cavacos”, serragem ou pó de madeira. A com-

panhia pretende adquirir 40 mil hectares para plantio de eucalipto e pinus, que servirão de matéria-prima para os próximos quatro anos. A Masisa prevê alcançar US\$300 milhões em vendas anuais no mercado local. As negociações estão em andamento e as primeiras aquisições podem ser concluídas nos próximos meses.

## RIGESA PRETENDE EXPANDIR PRODUÇÃO DE PAPEL

A fabricante de papel Rigesa, subsidiária brasileira do grupo norte-americano MeadWestvaco Corp. (NYSE: MWV), está realizando estudos de análise de viabilidade da expansão da produção de papel da unidade de Três Barras (SC). Em fase inicial, esta ação integra a estratégia de crescimento da empresa em mercados

emergentes. Segundo a Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa), a Rigesa ocupa a quinta posição no ranking de fabricantes de papel do País, com quatro fábricas de embalagens de papelão ondulado, duas fábricas de papel, uma de embalagens ao consumidor e duas fábricas de embalagens de papel cartão.

## MARCA HISTÓRICA

Próxima de completar cinco anos em atividade, a Veracel Celulose atingiu a marca de produção acumulada de cinco milhões de toneladas de celulose. Para a empresa, que mantém a celulose 100% certificada, alcançar tal nível representa a superação dos desafios de implantação de um projeto sustentável na região, sem precedentes industriais de grande porte.

De acordo com o diretor industrial da Veracel, Walter Martins, esse resultado se deve “à experiência e capacitação dos nossos profissionais, aliada, entre outros fatores, ao projeto bem conceituado, comissionamento bem executado e a equipamentos de última geração”. O projeto, instalado na região de Eunápolis, na Bahia, é responsável pela geração de mais de três mil vagas de empregos permanentes na região.

## PRÊMIO DE IMPRESSÃO

O Grupo Sinar Mas, que controla a Asia Pulp & Paper (APP) – uma das maiores empresas de papel e celulose do mundo –, lança o Concurso Sinar Mas Award que premia trabalhos de impressão de altíssima qualidade, produzidos com os papéis da APP. O objetivo é fornecer serviços mais profissionais aos clientes; incentivar as gráficas globais a proporcionar ampla comunicação e cooperação; aplicar extensivamente os mais modernos materiais e tecnologia de impressão; e promover a divulgação de informações entre clientes. O concurso proporcionará a exibição de alta tecnologia nos processos de impressão, de maneira a aumentar a credibilidade e a influência social dos participantes. Além de conquistar a atenção do público e de outras empresas das áreas gráfica e editorial.



Presidente confere celulose produzida enquanto é acompanhado pelos executivos da empresa (Cristiano Sant'Anna/Indiafoto.com)

## LULA VISITA UNIDADE DA FIBRIA EM TRÊS LAGOAS

A unidade da Fibria localizada em Três Lagoas (MS) comporta a maior fábrica de celulose com uma única linha de produção do mundo. Inaugurada oficialmente em fevereiro, recebeu a visita do presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva. Com in-

vestimento de R\$3,8 bilhões, a unidade foi construída por aproximadamente dez mil trabalhadores, seguindo conceitos do eco-design, que permitem a implantação de processos produtivos mais limpos e garantem um ambiente de trabalho agradável e

seguro. A fábrica está em funcionamento desde março do ano passado, mas na época Lula não pôde comparecer à cerimônia inaugural. Em sua visita, além de conhecer as instalações do complexo industrial, Lula discursou para os trabalhadores da Fibria.

## SETOR DE C&P ENCERRA TRIMESTRE EM ALTA

O setor de celulose e papel conclui o primeiro trimestre de 2010 com resultados superiores aos registrados no período pré-crise financeira internacional e com indicativos de curva crescente de produção e comercialização durante o ano. As vendas de celulose alcançaram crescimento de 13,1% sobre o mesmo

período de 2009, enquanto as exportações do insumo aumentaram 19,1%. Os resultados das vendas de papel também foram significativos comparados ao ano passado. Em março, as vendas de papel cartão cresceram 37,8% sobre o mês de fevereiro e 40% em relação ao primeiro trimestre de 2009.

(Banco de imagens / Stora Enso)

## VARIEDADE EM PAPÉIS

### PAPÉIS E CARTÕES

DE 20 A 1700G/M<sup>2</sup>  
EM BOBINAS E FOLHAS

### DUPLEX

BRANCO, MARROM, ECOLÓGICO,  
MIOLO, CAPA E TESTLINER

CREPADO  
BRANCO I  
BRANCO II  
NATURAL  
MONOLÚCIDO

STRONG  
SEMIKRAFT  
KRAFT OURO  
SEDA

## PAPÉIS RECICLADOS E ECOLÓGICAMENTE CORRETOS

## PAPÉIS ESPECIAIS SOB CONSULTA

**WM**  
PAPÉIS E  
CARTÕES

Rua Rio Branco, 246 · Jd. Santa Maria  
Santana de Parnaíba – SP · CEP 06529-170  
tel (11) 5181-2484 · fax (11) 5181-1523

[www.papeisecartoes.com.br](http://www.papeisecartoes.com.br)

## PORTUCEL EM MOÇAMBIQUE

Nova unidade da Portucel será instalada em Moçambique com investimento de 2,3 milhões de dólares até 2025, segundo o CEO da empresa, Pedro Moura. Uruguai, Brasil e Angola também foram cogitados para receberem a fábrica, mas Moçambique apresentou algumas vantagens, como, por exemplo, apresentar maior facilidade em definir a posse da terra, conforme afirma Moura. As exportações da nova unidade serão destinadas principalmente para os mercados asiáticos e o mapa do investimento já está quase delineado.

“Os primeiros dois ou três anos vão servir para a primeira fase de ensaios, para a escolha do material vegetal, bem como a prova do seu potencial produtivo”, afirma Pedro Moura. Este investimento fará a Portucel abrir o capital de sua empresa para parceiros de Moçambique, que poderão ficar com até 30% da empresa. Após 2025, a Portucel estima continuar a investir anualmente 48 milhões de dólares em Moçambique.

O Governo de Moçambique deu autorização provisória para direito ao uso e aproveitamento de terra, relativo a uma área de 173.327 hectares na Província da Zambézia, destinada à silvicultura, assim como um conjunto de benefícios associados a eventuais investimentos industriais que a Portucel venha a desenvolver no país. A mesma Resolução inclui o direito ao uso e aproveitamento de área adicional de 220 mil hectares, na Província de Manica, logo que concluídas as formalidades em curso.

O Grupo está na fase final de conclusão de um ciclo de fortes investimentos, entre os quais se destacam a nova fábrica de papel em Setúbal – cuja produção teve início no terceiro trimestre de 2009 – e também as três novas centrais de produção de energia. Isso além de uma nova turbina a vapor para a central de cogeração de energia à base de biomassa, em Figueira da Foz, que iniciará a produção no segundo semestre de 2010.

## SUZANO RECEBE DUAS CERTIFICAÇÕES DA BRC

Sistema inglês de gestão voltado para o segmento varejista, o British Retail Consortium (BRC) concedeu à Suzano Papel e Celulose duas certificações pelos produtos *Consumer Products* [produtos ao consumidor] e *Storage and Distribution* [armazenagem e distribuição]. Ao obter as certificações, a Suzano garante o atendimento às normas exigidas na produção, armazenamento e distribuição dos produtos em questão. A Suzano é a primeira empresa do mundo a conseguir ambos os certificados para produto de consumo fora do setor alimentício.

De acordo com o gerente de estratégia e marketing da Unidade de Papel da Suzano, a conquista é mais uma ação na busca contínua da empresa pela excelência e competitividade. “Estes dois certificados trouxeram à Suzano um novo cliente e muitas possibilidades de conquistar novos mercados”. O certificado, exigido pela maioria das distribuidoras britânicas e algumas européias, assegura que os critérios da qualidade e segurança descritos na norma são atendidos por empresas que pretendem fornecer seus produtos para o Reino Unido.

## US\$15 BILHÕES DEVEM SER INVESTIDOS EM SETOR DE C&P

Os sinais de recuperação da economia mundial e o aumento da demanda na China impulsionaram as indústrias de celulose a anunciar a retomada de projetos de novas fábricas a partir do segundo semestre de 2010. Estes planos estavam paralisados desde o início da crise econômica no final de 2008, segundo a presidente da Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa), Elizabeth Carvalhaes.

No primeiro bimestre deste ano, a indústria registrou os mesmos níveis de produção e vendas do período pré-crise, mas ainda sofre para ganhar rentabilidade com o real valorizado e a demanda ainda em recuperação na Europa. Antes da definição das datas das operações, as empresas começaram a comprar terras para a retomada do plantio, afirma Carvalhaes. A presidente prevê ainda a confirmação de US\$15 bilhões em investimentos nos próximos cinco anos.

## GRUPO VOTORANTIM RECEBE PRÊMIO “DEAL OF THE YEAR”

A Latin Lawyer, uma das principais publicações internacionais especializadas em mercado jurídico, concedeu ao Grupo Votorantim o prêmio “Deal of the Year”, pela fusão entre a VCP e a Aracruz, união que resultou no nascimento da Fibria, como a

mais importante do mercado de celulose. A publicação americana elege anualmente as operações de destaque da América Latina. E, para premiar a companhia, utilizou critérios como tamanho da operação, inovação e impacto.





## KLABIN ANUNCIA INVESTIMENTO PARA 2010

De acordo com previsão, em 2010, a Klabin deve investir aproximadamente R\$ 400 milhões. Já no primeiro trimestre do ano, os investimentos atingiram a soma de R\$ 46 milhões, dos quais 52% foram alocados na Unidade de Negócios Florestal, para manutenção das florestas existentes. A companhia já havia encerrado esse mesmo período (1º trimestre) com receita líquida de R\$ 844 milhões, resul-

tado 17% superior ao apurado em igual período do ano passado e 5% superior ao último trimestre. No mercado interno, a receita líquida foi de R\$ 629 milhões, 27% a mais do que no mesmo período do ano passado, e estável em relação ao 4º trimestre de 2009.

Enquanto isso, a empresa revela um plano de longo prazo para a instalação de uma nova planta de celulose de escala mundial, com capacidade entre 1,3 a 1,5 milhão de

toneladas por ano, o que elevaria sua capacidade de produção da matéria-prima para 3,2 milhões de toneladas ao ano. Além disso, a empresa aponta para novo patamar de crescimento, com a instalação de uma nova máquina de cartão revestido, que também deve elevar a capacidade para 1,2 milhão de toneladas anuais, e a de papéis e embalagens da Klabin para 2,6 milhões.



VOCÊ JÁ PODE TER SEGURADO ESTA MESMA EMBALAGEM ANTES...  
E A RESPONSABILIDADE É TODA NOSSA.

**Comprando produtos com a certificação FSC, você está apoiando o uso responsável dos recursos florestais.**

Esta revista que está em suas mãos e não apenas as embalagens feitas com papelcartão Bonet, pode voltar à fábrica novamente. Isto faz parte de um ciclo industrial com base na reciclagem, cuja base de produção são as "aparas": papéis provenientes de gráficas, aparistas e cooperativas de catadores, que encaminham toneladas de material reciclável de volta à Bonet, onde ela é reinserida no processo produtivo.

A Bonet recebeu o selo FSC (Forest Stewardship Council), a mais importante certificação do mundo no setor. A reutilização de materiais recicláveis é apenas um dos muitos pontos que garantiram a adequação de toda a empresa às normas FSC, ajudando a construir um futuro melhor para as próximas gerações. A Bonet sempre trabalha com respeito à natureza, evitando os impactos de suas atividades no meio ambiente e permitindo ao consumidor consciente, a opção de um produto que não degrada seu ecossistema e que contribui para um melhor desenvolvimento social e econômico do país.

**Bonet Madeiras e Papéis presente em seu cotidiano**

[www.bonetsc.com.br](http://www.bonetsc.com.br)



**BONET**  
DIVISÃO PAPEIS

## SUSTENTABILIDADE GARANTIDA PARA PRÓXIMA DÉCADA

A Suzano Papel e Celulose, uma das maiores produtoras integradas de celulose e papel da América Latina pretende ampliar as plantações de eucalipto em 2010. A empresa, que cultivará mais de 145 milhões de mudas ao longo do ano na composição da base florestal, suprirá suas unidades indus-

triais em operação e também o novo ciclo de crescimento que permitirá à companhia alcançar na próxima década capacidade anual de produção de 7,2 milhões de toneladas de celulose. Em 2009, a Suzano plantou aproximadamente 73 milhões de mudas de eucaliptos em áreas apropriadas.

## STORA ENSO REDUZ CUSTOS E ELEVA LUCRO

O Grupo Stora Enso – maior produtor de papel e papelão da Europa – alcançou lucro de 102 milhões de euros no primeiro trimestre de 2010, devido à redução dos custos e à recuperação do mercado. No mesmo período de 2009, o fabricante obteve prejuízo líquido de 36 milhões de euros (câmbio atual), levando a com-

panhia a adotar um plano de contenção que incluía a demissão de dois mil trabalhadores. Fruto da fusão entre a companhia sueca Stora e a finlandesa Enso, em 1998, o Grupo emprega atualmente 27 mil funcionários e possui 88 unidades de produção distribuídas em mais de 35 países.


## CARTA DE PRINCÍPIOS DA BRACELPA

Com o intuito de difundir os princípios que integram e orientam as estratégias de negócio e de desenvolvimento sustentável das empresas de celulose e papel no Brasil, a Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa) desenvolveu e lançou em abril sua própria Carta de Princípios. O documento, re-

sultado da análise e sistematização das políticas de meio ambiente, sustentabilidade e responsabilidade social das empresas associadas, está sendo distribuído para executivos, autoridades e formadores de opinião. Leia a carta em: [www.bracelpa.org.br/bra/cartaprin.pdf](http://www.bracelpa.org.br/bra/cartaprin.pdf)

(Banco de Imagens / Stora Enso)



- ASSESSORIA DE IMPRENSA
- MÍDIA TRAINING
- GESTÃO E PREVENÇÃO DE CRISES
- GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS
- PROJETOS DE RELAÇÕES COM STAKEHOLDERS
- \* PUBLICAÇÕES CUSTOMIZADAS
- PROJETO GRÁFICO E EDITORIAL 
- REVISTAS E JORNAIS
- BOLETINS - NEWSLETTERS
- LIVROS

Transformamos sua ideia em pauta e você em notícia. A RS Press é uma agência especializada em comunicação empresarial com mais de 10 anos de experiência em assessoria de imprensa e no desenvolvimento de produtos editoriais. Acesse nosso site e descubra como converter conteúdo em notícia.

(11) 3875-5627 / 3875-6296  
[www.rspress.com.br](http://www.rspress.com.br)

RS  
PRESS

**anave**

[www.anave.org.br](http://www.anave.org.br)