



A lata entra em campo

Embalagem usa tecnologia no rótulo e “veste” uniforme para participar das comemorações do torcedor

p. 4

CURIOSIDADES

Latas para Copa estimulam colecionadores

p. 3

ATUALIDADE

As cervejas mais consumidas nos 32 países do mundial

p. 6

EVENTOS

FIFA Fan Fest ganha reforço de catadores em Natal

p. 11



RENAULT CASTRO
Diretor Executivo da Abralatas

Um evento internacional como a Copa da FIFA atrai a atenção do mundo sobre tudo o que acontece no país. São bilhões de olhos atentos aos jogos, mas recebendo informações sobre nossa cultura, nossa gente, nossos costumes, e também sobre nossos produtos, nossa capacidade criativa, nossa sustentabilidade. Ou seja, estaremos no centro do mundo.

A lata de alumínio para bebidas brasileira, campeã mundial de reciclagem desde 2001, já vestiu a camisa da Copa. Nesta edição mostramos que a indústria de bebidas aproveita desta vantagem da embalagem – utilizar rótulos personalizados para cada evento – para entrar no clima do Mundial.

Não é a toa que o primeiro trimestre de 2014 apresentou crescimento de 18% sobre as vendas de latinhas do mesmo período do ano passado, o que representa quase um bilhão de unidades vendidas a mais.

A lata ocupa seu espaço em todos os países da Copa. Fizemos, nas páginas centrais, um “torneio” com as cervejas mais vendidas em cada um dos competidores. Neste “campeonato” não há derrotados. A embalagem mais sustentável do planeta estará nas mãos de torcedores de todo o mundo, acompanhando as emoções de cada jogada, vibrando com suas seleções.

No ritmo da Copa

A sexta edição da Revista da Lata, lançada este mês, tem como foco, claro, a Copa do Mundo de Futebol. A publicação anual da Abralatas apresenta a expectativa do setor de bebidas e embalagens sobre o consumo durante o evento e conta como as cidades-sedes do mundial se prepararam para fazer a coleta seletiva da Copa.

Como todo ano, a publicação traz uma verdadeira seleção de articulistas. O “capitão” deste time é o ministro do Esporte, Aldo Rebelo, que fala sobre as ações para tornar o evento mais sustentável. A festa da torcida é o foco do jornalista esportivo Paulo Vinícius Coelho, o PVC.

O crescimento do mercado de cervejas especiais no Brasil ganhou um comentário especial nesta edição. Um artigo da premiada *sommelier* Tatiana Spogis, aponta mitos e verdades sobre o uso da lata para cervejas.



Disponível para download em www.abralatas.org.br

Expediente

Boletim da ABRALATAS - Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alta Reciclabilidade » SCN Qd. 01, Bloco F, Ed. America Office Tower, Salas 1608 a 1610, CEP: 70.711-905, Brasília-DF » Tel./Fax (61) 3327-2142 » E-mail: abralatas@abralatas.org.br » **Presidente:** Carlos Medeiros » **Diretor Executivo:** Renault de Freitas Castro » **Assessoria:** Guilherme Canelo » **Projeto Gráfico:** Frisson Comunicação » **Jornalista Responsável:** Cláudio Tourinho » **Redação:** Eduardo Cunha » **Foto de Capa:** Nick El-Moor e Rodrigo Viana » **Tiragem:** 3.000 exemplares » **Impressão:** Gráfica Supernova.



Associados Fabricantes:



Afiliação:



A coleção como esporte

Maiores colecionador de latas de cerveja da América do Sul aposta no título do Brasil e quer guardar latas especiais do mundial



O esporte – especialmente o futebol – ganha cores e emoções diferentes quando “embalado” em uma lata para bebidas. São imagens que chamam a atenção nas gôndolas dos supermercados e nas mãos dos torcedores. A criatividade e o colorido dos rótulos estimulam colecionadores, que guardam em suas coleções momentos emocionantes de cada edição da Copa do Mundo de futebol. Coincidência ou não, foi justamente no ano do frustrante mundial realizado no Brasil, em 1950, que começava o acervo do maior colecionador de latas para bebidas da América Latina. Viajando pela China, Saul Jampolsky comprou a primeira lata de sua coleção. O que chamou sua atenção foi uma cerveja com rótulo vermelho e desenho de um dragão dourado. Até então, não havia no Brasil latas importadas.

Sessenta e quatro anos depois, o Brasil sedia pela segunda vez uma Copa do Mundo de futebol. E de lá para cá a coleção de Saul aumentou consideravelmente. Atualmente conta com 35 mil latas, sendo cerca de 150 delas com temas relacionados ao esporte. A mais antiga sobre Copa é do mundial do México de 1970. O curioso foi que as latas foram compradas numa viagem à Alemanha e justamente a seleção alemã não autorizou o uso da imagem de seu time nas latas. Mas há ainda embalagens da Copa da Espanha (1982), dos Estados Unidos (1994), da Copa América da Bolívia (1997), da França (1998), Copa América do Paraguai (1999), entre outras.

Natural de Santos (SP) e torcedor do alvinegro praiano, Saul aponta, claro,

o Brasil como favorito. Mas sabe que há fortes concorrentes ao título: Argentina, Itália e Alemanha. E o torcedor/colecionador já está de olho nas latas especiais para esta Copa. “Já saíram as latas especiais de alguns refrigerantes, mas infelizmente ainda não tem das cervejas. Mas quando sair comprarei”, prometeu.

No dia 12 de junho a seleção brasileira estreia contra a Croácia em São Paulo. Apesar de costumar assistir aos jogos do Santos no Pacaembu, Saul já adiantou que desta vez não irá assistir nenhum jogo do mundial nos estádios. “Prefiro assistir em casa com a família e amigos”, revelou. E para quem tem alguma dúvida Saul deixa claro o que vai beber durante os jogos, “uma loira bem gelada”.



Vestindo a camisa

Latinhas de refrigerante e de cerveja trocam de “uniforme” para a Copa

As principais marcas de refrigerante e cerveja do país já vestiram a camisa para entrar em campo durante a Copa do Mundo FIFA 2014. Novas embalagens foram lançadas especialmente para o mundial, aproveitando toda a potencialidade da lata para bebidas com impressões em diversas cores, imagens, fotos e efeitos especiais. Tudo em tamanhos e formatos adequados para cada ocasião de consumo.

A Ambev trouxe novidades nas latas da cerveja e do guaraná Antarctica. O refrigerante alterou o *layout* de suas latas de 350ml. As embalagens têm estampa que remete ao uniforme da seleção brasileira, patrocinada pela marca. Estilizadas nas cores verde e amarela, as latas têm os números das camisas dos jogadores. As latas dos patrocinados do Guarana, Neymar e Bernard, têm os autógrafos dos

jogadores. As embalagens são amarelas com os números verdes, exceto as dos goleiros, que são verdes com os números amarelos. “Acreditamos na paixão do povo brasileiro pelo esporte. Vestir as latinhas reforça nosso comprometimento com o futebol neste momento de torcida pela seleção”, explicou o diretor de marketing do Guarana Antarctica, Thiago Zanettini.

As latas da cerveja Antarctica também ganharam um toque especial para a Copa do Mundo. A artista gráfica Joana Lira desenvolveu artes inéditas para decorar as embalagens da cerveja. As latinhas ganharam rótulos divertidos, com predominância das cores azul, verde e amarelo, além de desenhos de um famoso cenário carioca: os arcos da Lapa. As estampas estão disponíveis nas latas de 269ml (*sleek*) e de 350ml. “Essa é a quarta parceria com

artistas para decorar nossas latas, que já receberam a arte de nomes como Zivaldo, o pernambucano J. Borges e o caricaturista Lan. Agora estamos muito felizes em levar o trabalho da Joana Lira para os nossos consumidores”, declarou Felipe Cerchiaro, gerente de comunicação da Antarctica.

Quem também lançou uma campanha especial para o mundial da FIFA foi a Coca-Cola. Com o tema “Junte Todo Mundo”, o refrigerante trouxe para o Brasil latinhas com o nome da marca escrito em 11 línguas diferentes, além da versão clássica. Colecionáveis e em edição limitada, as latinhas já podem ser encontradas no mercado desde o início de maio.

A marca Coca-Cola estará estampada nas novas latas em árabe, aramaico, bengali, coreano, hebraico, hindi, inglês, japonês, mandarim, russo e tailandês. A ação mundialmente inédita faz parte do





grande convite que a Coca-Cola faz em sua campanha “Junte Todo Mundo” na Copa. “Queremos juntar o mundo todo no Brasil durante a Copa, celebrar a união dos povos e fazer dessa a Copa mais inclusiva da história”, afirma Michel Davidovich, vice-presidente e diretor geral da Coca-Cola Brasil para a Copa do Mundo FIFA Brasil 2014.

A Brahma, cerveja oficial da Copa do Mundo, está revelando a sua “Seleção Especial”, que faz uma série de homenagens à Copa do Mundo e à Seleção Brasileira. A linha limitada em embalagens de alumínio traz uma bebida produzida com cevada plantada, cultivada e colhida na Granja Comary, centro de treinamento da seleção brasileira em Teresópolis na região serrana no Rio de Janeiro.

O projeto incluiu o desenvolvimento de embalagens com *design* moderno e

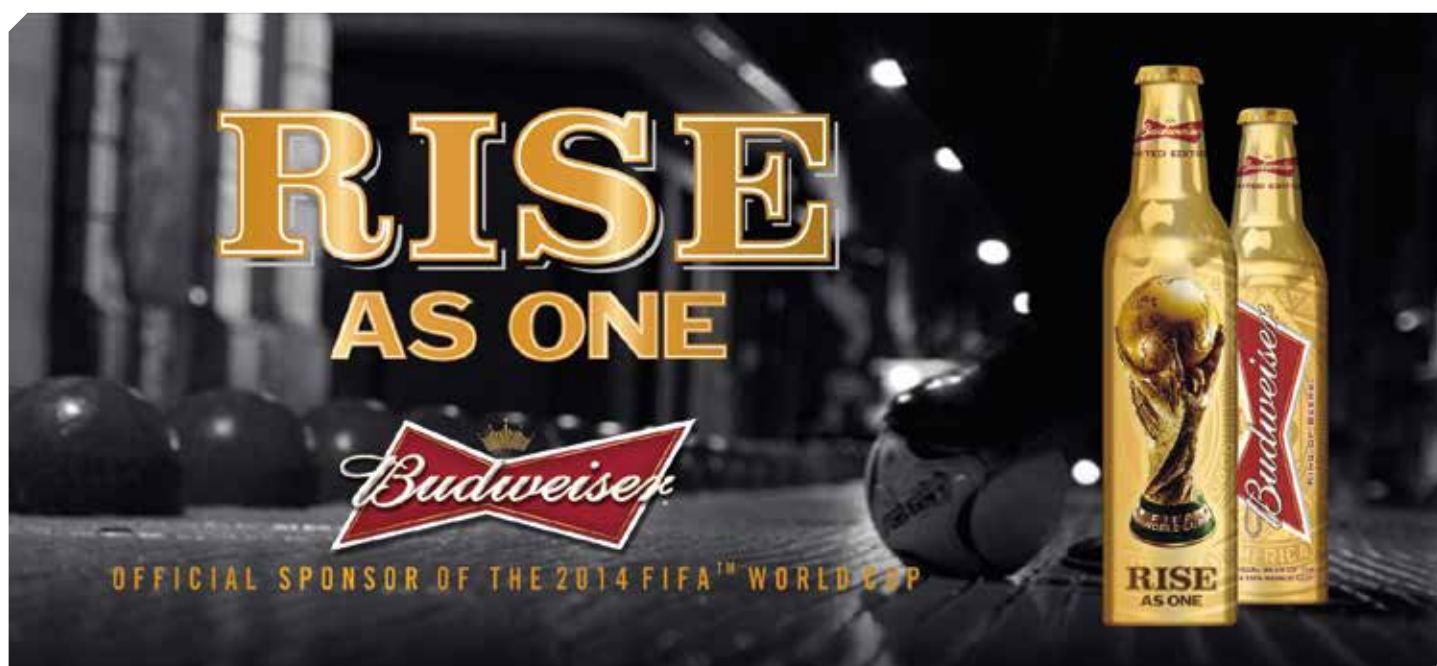
sofisticado, que deixam de lado o tradicional vermelho da marca, substituído pelo preto. Elas trazem ainda sutis linhas verdes e amarelas, como uma homenagem à chegada da Copa do Mundo ao Brasil. Luiz Felipe Scolari, técnico da seleção e embaixador do projeto, assina as garrafas de alumínio.

“A paixão pelo futebol e pela cerveja nunca estiveram tão juntas. Plantamos cevada na Granja Comary, local que abriga a Seleção Brasileira há quase três décadas, para criarmos uma cerveja especial para o mundial no Brasil. Queremos que o torcedor brinde com a nossa garrafa, que é inspirada na história do futebol brasileiro”, revelou Bruno Cosentino, diretor de marketing da Brahma.

Outra cerveja que também patrocina a Copa é a Budweiser. A empresa lançou recentemente nos Estados Unidos uma

série especial Copa do Mundo com uma garrafa de alumínio. Batizada de “Rise as One” a campanha traz embalagens exclusivas para o torneio. A garrafa de alumínio estampa o troféu da Copa. A edição limitada será comercializada simultaneamente em mais de 40 países, e será a principal embalagem para divulgação da marca até o final da Copa do Mundo.

“O futebol traz orgulho regional e rivalidades ferozes, mas também junta os fãs do esporte em todo o mundo uma vez a cada quatro anos, através da paixão compartilhada”, disse Andrew Sneyd, vice-presidente Global da Budweiser. “Com essa campanha, a Budweiser celebra o esporte favorito no mundo e inspira as pessoas a celebrar os momentos que nos unem como uma comunidade global”, concluiu o executivo.



Copa das Cervejas

A Copa do Mundo FIFA de 2014 reunirá no Brasil os melhores jogadores e as 32 principais seleções do planeta. Todos representam uma nação, um sonho, um objetivo e, é claro, uma cerveja. A maior paixão nacional não poderia deixar de vir acompanhada de outra, por isso resolvemos fazer a seleção das principais cervejas dos países que disputarão a tão sonhada taça.

Seguindo o mesmo critério da divisão por grupos, escolhamos as mais populares cervejas em lata de cada nação para representar suas seleções.

Para os bons entendedores, os “comentaristas” do copo e da lata, se o critério da Copa do Mundo fosse tradição, as semifinais teriam, provavelmente, Alemanha, Bélgica, Estados Unidos e Inglaterra. O Brasil, que iniciou produção de cerveja na segunda metade do século XIX, provavelmente ficaria de fora da busca pelo título com essas tradicionais escolas cervejeiras.

Mas como futebol se resolve em campo e cerveja se bebe fora das quatro linhas vamos, sem mais delongas, conhecer cada grupo e a “Seleção da Lata” da nossa Copa do Mundo das Cervejas.

GRUPO A



Brasil



Skol

A Skol é uma cerveja clara, com aroma refinado e sabor leve e suave. É a marca referência em eventos, jovem, ousada, irreverente e inovadora: foi a primeira cerveja em lata de alumínio do país e a pioneira no tamanho de 473ml. Por tudo isso é a líder em preferência e vendas no Brasil. Possui 4,7% de álcool.



Croácia



Ožujsko

Estilo **Bohemian Pilsener** tem 5% de álcool. É a líder no mercado croata de cervejas.



México



Corona

Estilo **Standard American Lager** com 4,6% de álcool.



Camarões



Beaufort

Cerveja com sabor leve e 4,6% de álcool. Para se manter economicamente saudável, a companhia utiliza milho local ao invés de cevada importada na fabricação da cerveja.

GRUPO B



Espanha

**Estrella Galicia**

Estilo **Premium American Lager** e do tipo **pilsen**, tem 4,7% de álcool.



Holanda

**Heineken**

Possui versão especial de trigo, mas a principal é feita de cevada. É do estilo **pilsen** e tem 5% de álcool.



Chile

**Cristal**

Lager com 4,2% de álcool, não possui aromas frutados.



Austrália

**Foster's**

Mais famosa marca australiana de cerveja. **Lager** leve com gosto de malte acentuado e 4,9% de álcool.

GRUPO C



Colômbia

**Costeña**

Estilo **lager**, tipo **pilsen**, elaborada com malte e lúpulo balanceados que lhe dão característica doce e encorpada, com deliciosas notas amargas e aromas de lúpulo muito suaves. Contém 4% de álcool.



Grécia

**Alfa Hellenic**

Do tipo **lager**, possui 5% de álcool. Embora não tenha tradição internacional, pertence ao grupo da cerveja holandesa Heineken.



Costa do Marfim

**Laurentina preta**

Estilo **dunkel** é considerada por muitos a melhor cerveja africana. Sabores de malte torrado médio, lembrando chocolate ao leite e café fraco. Tem teor alcoólico de 5%.



Japão

**Kirin Ichiban Shibori**

Popular entre os japoneses por seu sabor leve e alta concentração alcoólica de 5,5%.

GRUPO D



Uruguai



Patricia

Do estilo **lager** e tipo **pilsen**, possui espuma cremosa e consistente, caracterizando-se pelo uso de maltes e lúpulos nobres em seu processo de produção. Seu sabor apresenta um amargor fino, porém distinto e marcante. Possui 5% de álcool.



Costa Rica



Imperial

Estilo **lager** é uma das cervejas mais vendidas na Costa Rica. Produzida com cereais não-maltados, possui 4,6% de álcool.



Inglaterra



London Pride

Cerveja tipo **Ale Premium** Clássica é suave e de sabor complexo. Possui base de malte diferenciada complementada por um rico balanço com sabores de lúpulos variados. É bastante encorpada com um saboroso tom de frutas. Possui 4,7% de álcool.



Itália



Dreher

Uma das mais vendidas na Itália, a **lager** tem 4,7% de álcool e cor amarelo ouro. O amargor é baixo e seco, não possui aroma e gostos complexos.

GRUPO E



Suíça



Feldschlösschen premium

Do estilo **lager** e do tipo **pilsen** é clássica e refrescante, bem equilibrada e brilha uma coloração loira clara. Possui notas de lúpulo delicadamente amargas e um aprazível sabor. Possui 4,8% de álcool.



Equador



Club Premium

Cerveja clara do estilo **lager** e do tipo **pilsen**, com teor alcoólico de 4,4%. É a primeira cerveja **premium** do Equador.



França



Kronenbourg 1664

A famosa cerveja francesa ganhou, em 2004, prêmio de melhor cerveja do mundo no "Brewing Industry International Awards". **Pilsen** do tipo **lager**, possui 5% de álcool.



Honduras



Barena

Cerveja **pilsen** de sabor balanceado. Teor alcoólico de 4,6%.

GRUPO F



Argentina



Quilmes

Do tipo **lager** e com coloração clara, tem 4,9% de álcool.



Bósnia Herzegovina



Jelen

Do tipo **lager**, pesada e fortemente amarga, é a cerveja mais vendida no país.



Irã



Delster

A Behnoushiran é uma cervejaria pioneira no Irã, mas após a revolução iraniana em 1979 eles foram obrigados a produzi-la sem álcool.



Nigéria



Legend

Marca nacional e popular, possui 7% de álcool.

GRUPO G



Alemanha



Erdinger Weissbräu

Cerveja de trigo **premium** com levedura fina e tradicional maturação. É uma cerveja leve, viva, muito aromática e refrescante, de sabor incomparável, clássica entre as cervejas de trigo. Possui 5,3% de álcool.



Portugal



Sagres

Cerveja **pilsen** de cor dourada, medianamente encorpada e com leve amargor. Possui 5% de teor alcoólico.



Gana



Star

Do tipo **pilsen** é fabricada a partir de milho e malte de sorgo. Tem 5% de álcool.



EUA



Budweiser

A Bud, como é carinhosamente chamada, é a cerveja mais vendida do mundo desde 1957. Do tipo **lager**, tem 4,9% de álcool.

GRUPO H



Coréia do Sul



Hite Beer

É do tipo **pilsen**, tem coloração amarelo ouro e apresenta 4,5% de álcool.



Bélgica



Stella Artois

Cerveja **premium** de sabor balanceado e marcante. A cevada é importada e considerada a melhor do mundo. O lúpulo, do tipo Saazner, vem da República Tcheca e, da Bélgica, vem a levedura. Possui 5,2% de álcool.



Rússia



Bajitnka

De cor caramelo escuro e sabor de malte macio com alguma amargura, a bebida apresenta algumas peculiaridades, como o uso de grande quantidade de açúcar não fermentável, o que dá à cerveja sabor adocicado e influencia na formação de espuma. Possui 5,2% de álcool.



Argélia



Tango

Líder de vendas no país, a cerveja do tipo **pilsen** pertence ao grupo holandês da Heineken. Possui teor alcoólico de 4,7%.



Coleta na Copa

Abralatas apoia catadores de Natal durante o mundial



Quando a bola rolar nos gramados brasileiros, outras coisas estarão em jogo, além do título mundial de futebol. Em Natal (RN), por exemplo, o Movimento Nacional dos Catadores de Materiais Recicláveis (MNCR) já se prepara para um aumento significativo no volume coletado de latas de alumínio para bebidas, o que vai garantir um adicional na remuneração mensal. Além da quantidade de turistas brasileiros e estrangeiros que prometem aquecer a economia da capital do Rio Grande do Norte, também haverá a FIFA Fan Fest, festividade realizada em todas as cidades-sede do mundial. Segundo estimativas da prefeitura, cerca de 20 mil pessoas passarão por dia no evento que será realizado próximo à Fortaleza dos Reis Magos, na Praia do Forte.

Mas para o representante do MNCR em Natal, Severino Lima (foto), o público presente na FIFA Fan Fest será bem maior. E este otimismo pode ser comprovado pelo aumento de quase 40% no número de catadores de materiais recicláveis. Atualmente a cooperativa emprega 138 catadores e já estão sendo contratados mais 50 para a Copa do Mundo. “Já começamos a contratar antes mesmo de os jogos começarem. Queremos que os

novos colaboradores já se entrem com a nossa equipe que trabalha unida como uma família”, declarou Severino Lima.

Para dar suporte a todo esse batalhão de quase 200 catadores que trabalharão durante a Copa, em especial na FIFA Fan Fest, a Abralatas já firmou compromisso de apoiar esses trabalhadores. “Além da parte esportiva e das celebrações nos eventos que acontecem no país, não podemos esquecer daqueles que garantem a limpeza e a correta destinação dos resíduos gerados nessas atividades”, afirmou o diretor executivo da Abralatas, Renault Castro.

A Abralatas já apoia os catadores de Natal em outros importantes eventos da cidade, como o carnaval fora de época (Carnatal) que ocorre todos os anos no mês de dezembro. “Esse apoio é fundamental. A Abralatas nos enxerga e nos reconhece como trabalhadores e não como coitadinhos. Estamos muito satisfeitos com mais essa parceria”, reconheceu Severino Lima.

A cooperativa, que atualmente conta com o apoio de três caminhões cedidos pela prefeitura de Natal, receberá para a Copa mais três veículos, sendo dois da prefeitura e outro de uma parceria com o Banco do Brasil.

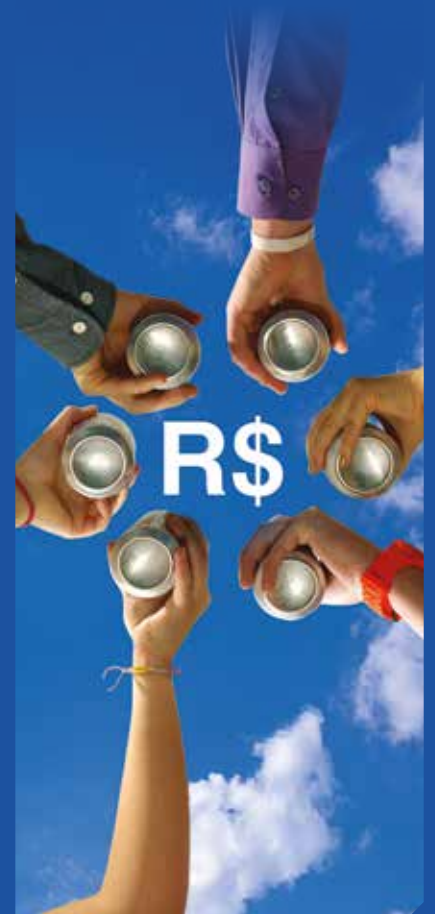
TRIBUTAÇÃO SUSTENTÁVEL

CICLO DE DEBATES



ABRALATAS 2014 Tributação Sustentável

O Ciclo de Debates Abralatas 2014 já tem data e local definidos. O evento acontecerá no dia 10 de novembro, em São Paulo, na Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), e abordará o uso da tributação sustentável como indutor de maior conscientização do consumidor brasileiro.



É o suco

A Empresa Brasileira de Bebidas e Alimentos (Ebba) apresentou recentemente novas embalagens para o Maguary Seleção – Suco de Uva Tinto, produto *premium* da marca. A bebida passa a ser acondicionada em lata de alumínio para bebidas de 255ml e já vem pronta para o consumo.



Abre e fecha

O energético Vulcano lançou um kit promocional para o mundial, o “Vulcano Copo Turbinado”. São duas latas abre-e-fecha de 458ml e um copo de vidro personalizado. O kit chega ao mercado em edição limitada. A tecnologia abre-e-fecha é pioneira no Brasil. O produto foi lançado em novembro do ano passado e tem embalagem prática, que permite que a lata seja aberta e fechada de forma simples e rápida, sem perda de qualidade e da carbonatação da bebida.

Cores das seleções

A Brasil Kirin lança uma nova coleção de latas da Devassa One. São embalagens em cores diferentes – vermelho, branco, preto, verde, amarelo e azul – que, juntas, podem ser utilizadas para criar objetos e decorar a casa com as cores das seleções preferidas do consumidor. A nova coleção está disponível em três tamanhos diferentes, 269ml, 350ml e 473ml, podendo ser comprada separada ou em *packs* com cores sortidas. A embalagem foi desenvolvida pela Latapack-Ball.



Inovação na impressão

O tradicional Guaraná Cruzeiro, criado em 1948, chega ao mercado em lata e com uma novidade. A lata em formato *sleek* de 270ml é a primeira a utilizar a tecnologia *Editions Super Premium*, desenvolvida pela Rexam. Essa tecnologia permite a impressão simultânea e em larga escala de até 24 desenhos diferentes em um mesmo paleta, ao mesmo tempo, e por uma mesma linha de envase. A lata conta com aplicação de verniz fosco que confere um toque sofisticado à embalagem. São 24 imagens antigas de pessoas e de algumas capitais do país, além da cidade de Leme (SP), onde o guaraná foi criado.

Água com gás em lata

A francesa Perrier, marca *premium* de águas da Nestlé, escolheu o momento da Copa do Mundo FIFA 2014 para trazer ao Brasil um grande lançamento, a nova Perrier *Slim Can*. A novidade une praticidade a um *design* jovem e sofisticado. Segundo o fabricante, o formato mais fino da nova embalagem preserva as bolhas da gaseificação e prolonga o tempo de refrescância.



Homenagem a seleções

A cerveja gaúcha Polar faz homenagem às oito seleções que jogarão na primeira fase da Copa em Porto Alegre. As latas são personalizadas com a bandeira de cada país – Holanda, Austrália, França, Honduras, Argentina, Nigéria, Argélia e Coreia do Sul.