

NOTÍCIAS DA LATA

BOLETIM INFORMATIVO DA ABRALATAS

ANO 16 - Nº 83

CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL
SETOR BATE RECORDE DE VENDAS EM 2018 E
CRESCER 8,5%

Alumínio é para sempre.



FRENTE PARLAMENTAR

Deputados e senadores retomam debate sobre estímulo econômico ambiental

p. 3

TRIBUTAÇÃO VERDE

Pioneira, Santa Catarina cria programa que incentiva práticas sustentáveis

p. 4

EXPECTATIVA POSITIVA

Fabricantes de latinhas investem em inovação e em novas unidades para atender demanda crescente

p. 10

Esta edição começa com boas notícias para o setor de latas de alumínio e para os brasileiros. O consumo da embalagem mais sustentável do país cresceu nada menos do que 8,5% em 2018, com a venda de 26 bilhões de unidades. Isso significa que, em média, cada brasileiro consumiu 125 latinhas no ano passado.

Considerando as vantagens dessa embalagem para o consumidor, os números apenas confirmaram algo que era perceptível. Já há alguns anos, o crescimento das vendas de latas tem sido muito superior ao aumento do volume de vendas de cerveja no país. Atualmente, a lata representa mais da metade das embalagens de cerveja envasada no Brasil. Boa parte disso é porque ela é mais prática, gela rápido, não quebra e protege mais o sabor da bebida do que qualquer outra opção.

Mas há também a questão da sustentabilidade. O consumidor – cada vez mais – busca produtos com baixo impacto ambiental. O elevado índice de reciclagem das latas de alumínio para bebidas, mais de 97%, significa menos emissão de CO₂ e menos poluição nas ruas, nos rios, nos mares.

O consumidor já sabe, mas pode – e deve – ser ainda mais estimulado a optar por produtos que causem o menor dano ambiental possível. O chamado consumo sustentável. Esse é um assunto para a Frente Parlamentar pela Criação de Estímulos Econômicos para a Preservação Ambiental, que retomará seus trabalhos ainda neste mês de março, para levar ao Congresso Nacional o debate sobre políticas públicas para promoção do desenvolvimento econômico sustentável, de olho no impacto ambiental da produção e do consumo.

Um dos caminhos, a Tributação Verde, foi pioneira e corajosamente implantada no Estado de Santa Catarina. Tem recebido o apoio da população, como informa nesta edição o Secretário da Fazenda, Paulo Eli. O livro “Transição para uma Nova Ética Tributária”, lançado pela Abралatas, serviu de subsídio para essa iniciativa, como declarou o Secretário.

São passos iniciais, mas que constituem alicerces sólidos para as mudanças que defendemos. Se o bem ou o serviço que polui mais tem o mesmo tratamento tributário que seus concorrentes que causam menor dano ambiental, o sinal que o Estado dá é que o impacto ambiental não é considerado na formulação das políticas públicas. Não é isso que queremos.

RENAULT CASTRO

Presidente Executivo da Abралatas



Foto: Diego Bresani



Foto: Divulgação

CARNAVAL E SUSTENTABILIDADE

Pelo segundo ano consecutivo, a fabricante de latinhas Ball aproveitou o carnaval para falar de sustentabilidade com consumidores e foliões. Além de atuar nas redes sociais com informações sobre consumo consciente, reciclagem e educação ambiental, a campanha #VADELATA contou com o apoio de parceiros e organizou a gestão de resíduos recicláveis de grandes festas brasileiras. Só na Sapucaí (Rio de Janeiro-RJ) e no Galo da Madrugada (Recife-PE), por exemplo, as ações da Campanha resultaram no recolhimento de cerca de 80 toneladas de latinhas. Neste ano, o slogan da campanha carnavalesca foi “Quem curte natureza e diversão, cai na folia de latinha na mão”.

“O objetivo da ação foi propor uma reflexão sobre escolhas de consumo e mostrar, de forma descontraída, quais são os benefícios da embalagem mais amiga do meio ambiente: a latinha de alumínio”, explica a gerente de Comunicação e Relacionamento com as Comunidades da Ball Embalagens para Bebidas América do Sul, Thaís Moraes.

Em 2018, as campanhas de conscientização realizadas pela Ball durante o carnaval e a Copa do Mundo abordaram o tema “Quem torce pelo mundo bebe na latinha”. Na época, os consumidores puderam trocar suas latas usadas por mudas de árvores. Cerca de dez hectares de Mata Atlântica foram reflorestados, calcula Thaís. Segundo a gerente da Ball, o movimento Vá de Lata vem se popularizando cada vez mais na indústria, por meio de parcerias com clientes em suas ativações de marca, contato com influenciadores e lançamento de novos produtos.



EXPEDIENTE

Boletim da ABRALATAS

Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alumínio » SCN Qd. 01, Bloco F, Ed. America Office Tower, Salas 1608 a 1610, CEP: 70.711-905, Brasília-DF

Tel/Fax: (61) 3327-2142

E-mail: abралatas@abралatas.org.br

Presidente do Conselho de Administração: Wílmар Arinelli

Presidente Executivo: Renault de Freitas Castro

Assessoria: Guilherme Caniello

Projeto Gráfico: Frisson Comunicação

Jornalista responsável e Redação: Cláudio Tourinho e Sival Neto

Revisão: Fátima Campos

Tiragem: 3.500 exemplares

Impressão: M2 Gráfica e Editora

ASSOCIADOS



AFILIADOS



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



Twitter: [www.twitter.com/abралatas](https://twitter.com/abралatas)



LinkedIn: Abралatas



Facebook: Abралatas



YouTube: Canal Abралatas



www.tributacaoverde.org.br



Parlamentares retomam debate sobre Tributação Verde

FRENTE RENOVADA

Instalada no fim de 2018 na Câmara dos Deputados, a Frente Parlamentar pela Criação de Estímulos Econômicos para a Preservação Ambiental (Frente Parlamentar da Economia Verde) definiu sua primeira agenda do ano. Um encontro público nessa Casa na tarde de 26 de março marcará o início dos trabalhos da Frente e reunirá congressistas, especialistas no assunto e convidados de diversos setores da economia e do meio ambiente. Eles irão sinalizar os próximos passos desse foro de discussão que aborda questões ligadas à Tributação Verde e ao aperfeiçoamento da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).

O tributarista Everardo Maciel, ex-secretário da Receita Federal, fará palestra seguida de debate sobre estudo encomendado pela Abralatas e publicado no terceiro volume da coleção da Abralatas, “Transição para uma Nova Ética Tributária: a sustentabilidade como objetivo econômico”.

Sob a presidência do deputado Arnaldo Jardim, o evento apresentará também a nova composição da Frente Parlamentar, que contará com senadores a partir deste ano, adianta o presidente executivo da Abralatas, Renault Castro. “Devido a sua importância e relevância,

não só para o meio ambiente, mas para a economia, a Frente se tornou mista, contando agora com integrantes das duas Casas do Congresso”, afirma Renault.

Esse foro democrático nasceu com o intuito de debater com diversos setores da sociedade as propostas de utilização de mecanismos econômicos para a proteção do meio ambiente, privilegiando uma economia circular. “O debate é necessário para que haja uma mudança no paradigma e na formulação de propostas que unam desenvolvimento econômico e preservação dos recursos naturais”, acrescenta o executivo da Abralatas.



SANTA CATARINA!

Estado é pioneiro na implantação da Tributação Verde

A Tributação Verde começa a despontar no cenário nacional como alternativa para a solução de desequilíbrios mercadológicos ambientais e tributários. Seus princípios miram não só o cuidado com a natureza, mas também o desenvolvimento econômico atrelado a melhorias na qualidade de vida da população. A soma desses benefícios bastou como justificativa para que o Governo de Santa Catarina lançasse, logo nos primeiros dias do ano, um programa de equilíbrio das contas públicas com essas características.

A medida prevê corte de incentivos fiscais para itens que causam mais danos ambientais relativos. Em contrapartida, cria incentivos para práticas sustentáveis. “Trata-se de uma medida prevista na Constituição Federal de 1988, no artigo 170, em defesa de práticas sustentáveis”, ressalta o secretário de Fazenda do Estado, Paulo Eli (foto), ao justificar uma medida que não é novidade no papel, mas precisa ser implementada na prática.

O modelo adotado pelo estado catarinense é o mesmo defendido pela Abralatas, que desde 2014 publica estudos e reúne especialistas e sociedade civil em eventos voltados para o debate sobre a viabilidade de implementação da Tributação Verde. Os esforços resultaram, juntamente com o apoio de 27 entidades representativas, na instalação na Câmara dos Deputados da Frente Parlamentar pela Criação de Estímulos Econômicos para a Preservação Ambiental (veja matéria na página 3).

Na seguinte entrevista concedida à Abralatas, o secretário Paulo Eli conta mais detalhes sobre o programa adotado pelo estado.

POR QUE SANTA CATARINA OPTOU PELO MODELO DE TRIBUTAÇÃO VERDE PARA EQUI-LIBRAR SUAS CONTAS?

Paulo Eli - A Tributação Verde é um novo paradigma econômico. Os produtos devem refletir no preço os impactos que causam para serem produzidos não apenas monetariamente, mas em uma conjuntura macroeconômica. Nosso propósito é estimular o desenvolvimento econômico verdadeiramente sustentável, valorizando iniciativas exitosas ecologicamente corretas e que não causam danos à saúde e à sociedade como um todo.

ALGUMA MEDIDA PRÁTICA JÁ FOI ADOTADA?

Paulo Eli - O projeto de Tributação Verde em Santa Catarina prevê a divisão dos produtos em duas tabelas: uma verde e outra vermelha. Na primeira estarão os artigos de produção incentivada; já na segunda, os que causam danos ao meio ambiente e não terão benefícios fiscais.

O primeiro ato foi a publicação do Decreto nº 1.866/2018, revogando benefícios fiscais no âmbito do ICMS para os agrotóxicos. O Brasil é o maior consumidor de agrotóxicos do mundo. A média nacional é de 7,3 litros de defensivos por pessoa ao ano. Produtos proibidos na Europa são os campeões de venda no país e ainda recebiam incentivos fiscais. A revogação desses benefícios é uma medida para que tenhamos o uso mais controlado dos produtos, muitos dos quais trazem inúmeros malefícios tanto à saúde quanto ao meio ambiente.

O SENHOR TEM CONHECIMENTO DO TRABALHO SOBRE TRIBUTAÇÃO VERDE DESENVOLVIDO PELA ABRALATAS?

Paulo Eli - Conhecemos o trabalho da Abralatas e a parabenizamos por excelentes iniciativas. Um exemplo é o livro “Transição para uma Nova Ética Tributária”, organizado pela associação e que foi de suma importância na construção da política de Tributação Verde em Santa Catarina.

HÁ ALGUM DISPOSITIVO RELACIONADO A EMBALAGENS NAS TABELAS VERDE E VERMELHA?

Paulo Eli - Sim, a nova política de Tributação Verde deve garantir tratamento diferenciado às iniciativas exitosas também relacionadas às embalagens.

QUAIS OS MAIORES DESAFIOS PARA QUE A TRIBUTAÇÃO VERDE ATINJA SEU OBJETIVO EM SC?

Paulo Eli - As mudanças devem ser gradativas para que sejam efetivas. Ponderamos os prós e contras antes de tomar qualquer atitude. Recebemos apoio da sociedade e estamos implantando um novo modelo, acreditando que a proposta deve ser vista como um bem coletivo. Como estado inovador e diligente no que diz respeito aos recursos naturais em sua totalidade, Santa Catarina mais uma vez sai na frente, sempre com responsabilidade.

POR QUE É IMPORTANTE INCENTIVAR A PRODUÇÃO LIMPA? QUE BENEFÍCIOS SÃO ESPERADOS COM A MUDANÇA?

Paulo Eli - A produção limpa é um avanço para toda a sociedade. Não podemos mais incentivar produtos que causam danos aos recursos naturais e à saúde pública. A adoção de tratamento diferenciado para produtos sustentáveis já conta com o apoio da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), órgão composto por 36 países. Como uma das maiores economias do mundo, o Brasil precisa estar atento às novas tecnologias e adotar políticas públicas que favoreçam alternativas limpas e mais baratas, que não prejudiquem o meio ambiente.

NÃO TEME QUE ALGUNS SETORES DEIXEM O ESTADO EM BUSCA DE ALÍQUOTAS MENORES APÓS PERDEREM INCENTIVO E PAGAREM TAXAS MAIS ALTAS?

Paulo Eli - Santa Catarina já possui uma das menores alíquotas de ICMS do país, 17%. Não criamos nenhuma taxa, apenas retiramos os incentivos de produtos que causam danos à sociedade e daremos incentivos aos produtos que são ecologicamente corretos. Acreditamos que a compensação virá no longo prazo.

A PROPOSTA ESTÁ SOFRENDO REAÇÕES DO SETOR AGRÍCOLA. COMO ESTÃO LIDANDO COM ISSO?

Paulo Eli - Tivemos conversas com o setor e explicamos o ponto de vista do Governo. A modernização deve estar presente em todos os segmentos, inclusive no setor agrícola. Todos estão tendo que se adequar. O que queremos é cuidar da saúde pública e é incoerente dar incentivo fiscal a produtos que causam mais danos que benefícios. Não estamos restringindo a utilização dos defensivos, apenas retiramos os incentivos.

JÁ HÁ REAÇÃO DA POPULAÇÃO COM RELAÇÃO À MEDIDA?

Paulo Eli - Por parte da população, temos recebido apoio e comentários extremamente positivos. As pessoas estão cada vez mais conscientes e preocupadas tanto com sua saúde quanto com a saúde do meio que as cercam.

MAIS ESPAÇO

Consumo de latas de alumínio cresce 8,5% em 2018 e amplia participação no mercado de cerveja

Cada vez mais atraentes e adaptadas a momentos de consumo, as latas de alumínio para bebidas conquistaram ainda mais espaço na mesa dos brasileiros. Números divulgados pela Abralatas indicam crescimento de 8,5% nas vendas em 2018, um índice quatro vezes maior que o estimado pelos produtores de cerveja e sete vezes maior quando comparado ao Produto Interno Bruto (PIB) do ano passado. Ao todo, foram 26 bilhões de unidades vendidas pelos associados da Abralatas – Ardagh, Ball, CanPack Brasil e Crown Embalagens. Os números registram um recorde para o setor, com previsão de mais crescimento em 2019.

Além de ter sido um ano de Copa do Mundo, tradicionalmente marcado por comemorações e maior consumo de bebidas frias, o aumento nas vendas se explica também pela ampliação no mercado de cerveja – a maior parte envasada hoje em latinhas –, e pelo fato de muitos fabricantes de bebidas optarem pela lata de alumínio em detrimento do vidro e do plástico, por exemplo.



“

A lata de alumínio vem sendo utilizada cada vez mais pelos produtores de chás, energéticos, sucos, água de coco etc.

“

A empresa investiu mais de R\$1 bilhão no Brasil desde 2015

”



WILMAR ARINELLI
Presidente da Crown Embalagens

”



PAULO DIAS
Presidente da CanPack Brasil

“Houve substituição das embalagens de vidro, *long neck* e vidro retornável, pelas latas de alumínio em vários segmentos. Isso explica em grande parte esse crescimento do nosso setor, uma vez que o mercado de bebidas não apresentou resultado semelhante em 2018”, explica Renault Castro, presidente executivo da Abralatas. Segundo o Sindicato Nacional da Indústria de Cerveja (Sindicerv), que reúne empresas responsáveis por 80% da produção de cerveja no país, o aumento estimado para o setor em 2018 é de cerca de 2%.

Outro fator que alavancou as vendas da latinha foi o crescimento exponencial do setor de cervejas artesanais. Segundo o

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), 2018 registrou o surgimento de 210 novas fábricas dessa bebida. Isso significa que, a cada dois dias, uma cervejaria abriu as portas. Em busca da preservação do sabor da bebida, muitos estão apostando no envasamento em latinhas.

O ano encerrou com um total de 889 fábricas em todo o país, aumento de cerca de 23% em relação a 2017. De acordo com a U.S. Aluminum Association, em 2002, apenas uma cervejaria artesanal na América do Norte utilizava latas de alumínio. Hoje, mais de 500 cervejarias produzem 2 mil variedades de cervejas em latas naquele continente.

“

A Ball tem desenvolvido um amplo trabalho em tecnologias de impressão

”



CARLOS PIRES
Presidente da Ball

Carlos Eduardo Pires, presidente da Ball na América do Sul, explica que o crescimento no setor de latas se deve também à expansão no mercado de bebidas prontas como vodca e chá. “Ambas as categorias também apresentaram crescimento no mercado de latas. A Ball, atenta à realidade e necessidades do mercado e de seus clientes, tem desenvolvido um amplo trabalho focado em tecnologias de impressão que permitam velocidade para volumes menores e formatos variados de latas, que abrem espaço para o posicionamento dessas novas categorias de produtos”, explica Pires.

“

Em 2018, a Ardagh consolidou sua posição no mercado brasileiro ao inaugurar sua primeira fábrica de tampas para latinhas

”



JORGE BANNITZ
Presidente da Ardagh

O presidente da Crown Embalagens, Wilmar Arinelli, atribui ainda os bons resultados do setor a grandes eventos como a Copa do Mundo e as Eleições. “Além disso, a lata de alumínio vem sendo utilizada cada vez mais pelos produtores de chás, energéticos, sucos, água de coco etc.”, conclui.

Para Paulo Dias, presidente da CanPack Brasil, os resultados foram melhores do que o esperado. Ele lembra que a empresa investiu mais de R\$ 1 bilhão no Brasil desde 2015. “Foi um investimento significativo, visando atender ao potencial de crescimento do mercado brasileiro. Depois de 2017 e 2018, vimos que foi uma sábia decisão, tomada no momento certo”, avalia.

“

Houve substituição das embalagens de vidro pelas latas de alumínio em vários segmentos

”



RENAULT CASTRO
Presidente Executivo da Abralatas

Já a Ardagh, em 2018, consolidou sua posição no mercado brasileiro ao inaugurar sua primeira fábrica de tampas para latinhas, localizada em Manaus (AM). A unidade torna a empresa autossuficiente em relação à sua produção de tampas para complementar as latas produzidas nas suas unidades em Jacareí (SP) e Alagoinhas (BA).

O presidente da empresa, Jorge Bannitz, conta que a nova unidade abriga equipamentos de produção de última geração. A capacidade inicial de 4 bilhões de tampas por ano chegará, em julho de 2019, a 5,4 bilhões, em atendimento à crescente demanda do mercado brasileiro.

EMBALAGENS MODERNAS

A lata é sem dúvida uma excelente opção de embalagem para o mercado de bebidas, pois oferece múltiplos tamanhos, diversas opções de cores e efeitos especiais de impressão, preserva o sabor, protege o produto da ação da luz, gela mais rápido, além de ser altamente reciclável. “Seu crescimento é reflexo do reconhecimento desses atributos pelo consumidor”, explica o executivo da Abralatas.

Renault acrescenta que existe uma demanda por produtos diferenciados, e a lata acompanha o processo de modernização da indústria, ao contrário de outros tipos de embalagens, que mantiveram, de uma forma geral, um perfil clássico ao longo de suas histórias.

“Apesar de estar há cerca de 60 anos no mercado mundial, a lata sempre foi vista como uma embalagem moderna. Está em constante evolução”, destaca o presidente da Abralatas ao lembrar que os novos formatos entram no mercado para atender à demanda dos fabricantes. Exemplo recente desse processo é o lançamento da lata X-Sleek 410 ml, formato exclusivo sul-americano lançado pela Ball.

A lata também passou a ser vista como uma excelente oportunidade de envase para a exposição de marcas dos clientes, sendo uma opção muito versátil para campanhas promocionais. As possibilidades de tecnologia de impressão fazem com que essa embalagem seja um excelente canal de comunicação das marcas, já que os rótulos ganham mais expressão artística e podem receber recursos como realidade aumentada, leitura de QR Code, tinta UV que brilha no escuro ou termocrômica, que muda de cor quando a bebida está gelada.



O aplicativo Natal Coca-Cola – disponível para sistemas Android e IOS – dá acesso a um conteúdo exclusivo, em realidade aumentada, estrelado pelo famoso urso polar e sua família. Basta a pessoa escanear as embalagens temáticas de Coca-Cola e Coca-Cola Sem Açúcar para ver quatro histórias com os personagens.

EXPECTATIVA PARA 2019



Enquanto o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) em 2019 é estimado na casa dos 2%, o aumento nas vendas de latas de alumínio para bebidas, segundo expectativa da Abralatas, ficará na faixa dos 5%, similar ao crescimento no consumo de cerveja, como estima o sindicato do setor.

Os fabricantes de latinhas já se prepararam para o aumento da demanda e das exigências do mercado por novidade. A CanPack Brasil, por exemplo, informa que há em sua sede, na Polônia, um departamento que trabalha constantemente na busca por inovações. “Nesse momento, há vários projetos sendo testados e lançados na Europa. Nosso objetivo é trazer todas essas inovações e melhorias para o mercado brasileiro, sempre em parceria com nossos clientes”, explica o

presidente da empresa, Paulo Dias. Ele também ressalta que o principal objetivo para 2019 é estabilizar as linhas de produção para garantir o pleno atendimento da demanda dos seus clientes.

O presidente da Crown Embalgens, Wilmar Arinelli, também tem boas previsões. “Esperamos uma melhor performance da economia com crescimento de consumo. Sem dúvida, o mercado de bebidas deve seguir essa mesma tendência e continuar puxando o crescimento da lata de alumínio. Para atender a essa crescente demanda, a Crown decidiu investir em uma nova fábrica na região Centro-Oeste do país, que iniciará produção no final deste ano.”

A Ball espera colher os frutos da estratégia seguida em 2018, que mostrou a lata como a embalagem mais



sustentável do planeta. O presidente da empresa, Carlos Eduardo Pires, diz que a expectativa é de um crescimento alinhado com 2018. “Em 2019, o foco da Ball estará em consolidar investimentos que foram realizados, em especial no nosso mercado latino-americano”, afirma.

Para 2019, o presidente da Ardagh, Jorge Bannitz, acredita que o Brasil seguirá com a tendência de crescimento da demanda por bebidas em lata, que após um período de crise política e econômica, voltou a crescer em 2018. As vantagens dessa embalagem a transformaram na alternativa mais eficaz por um produto sustentável e conveniente para os hábitos de consumo modernos. “Estamos preparados para atender este desafiador mercado, que deverá demandar investimentos importantes para a nossa indústria”, afirma.

A Novelis, empresa líder no setor de laminados de alumínio para o segmento de embalagens, espera repetir o bom desempenho de 2018, que teve alta de 15,7%. Segundo Augusto Nogueira, vice-presidente Comercial da Novelis América do Sul, a corporação anunciou investimento de R\$ 650 milhões na fábrica de Pindamonhangaba, interior de São Paulo.

“A expansão da principal unidade da Novelis na América do Sul beneficiará os setores de latas para bebidas e de especialidades, com o aumento da capacidade de produção de chapas em 100 mil toneladas/ano e da capacidade de reciclagem em 60 mil toneladas/ano. A expansão elevará a capacidade total da maior fábrica da América Latina para cerca de 680 mil toneladas/ano e a de reciclagem para 450 mil toneladas/ano”, detalha o representante da empresa.

Genuinamente brasileira

Nem tão fina como a *Sleek* e nem tão larga quanto a *Standard*. O novo modelo de lata de alumínio desenvolvido pela Ball é inovador e diferente de todos os padrões já existentes no mercado mundial. Batizada de *X-Sleek* 410 ml, o recipiente foi elaborado com exclusividade para a cerveja Colorado, que passou recentemente a ser comercializada também em latinhas. A inovação também fica por conta da impressão especial em HD (*High Definition*) e da aplicação de verniz fosco em seu rótulo, o que atente à expectativa por um produto *Premium*. De acordo com o diretor de Engenharia da Ball, Claudemir Coelho, a *X-Sleek* 410 ml é uma criação 100% brasileira.



Quase 1L pra viagem

O restaurante da cervejaria Hofbräuhaus, de Belo Horizonte (MG), passou a oferecer todos os seus estilos de cervejas envasadas na hora em latas de 710 ml. Isso permite que o consumidor leve sua bebida artesanal para casa. As opções disponíveis são a Lager, do estilo Munich Helles; a de trigo, do estilo Weissbier; e a escura, do estilo Dunkel. A bebida dura até cinco dias na geladeira. Após aberta, o consumo deve ser imediato.

Artesanal e radical

A Cervejaria Dama, de Piracicaba (SP), anunciou sua entrada no mercado de latas com o lançamento da linha Adventures Series. O primeiro dos quatro rótulos do projeto é a Adventures Series #1. A Dama Surf, como também está sendo chamada, é uma Triple IPA com 9,5% de teor alcoólico e 40 IBU. Na base de grãos estão presentes cevada, trigo e aveia. A comercialização da cerveja artesanal é feita em lata de 473 ml, com estampa moderna e colorida que remete a um dos esportes aquáticos mais radicais, o surf.



Suco e chá na lata

A Danone Waters Brasil acaba de lançar a marca 4U, que tem dois sucos gaseificados e dois sabores de chás. As bebidas são envasadas em latas de alumínio no formato *Sleek* de 269 ml (sucos) e de 310 ml (chás). As embalagens possuem *design* vibrante, acabamentos em tinta especial e imagens coloridas. O suco gaseificado True 4U está disponível nos sabores Uva Branca e Frutas Cítricas. Já o chá Tea 4U traz os sabores Chá Preto, Hibisco com Frutas Silvestres e Capim-limão com Frutas Cítricas.