

# www.sig.biz/combibloc

SIG Combibloc do Brasil Ltda.  
Edifício Millennium Office  
Avenida Chedid Jafet, 222, cj. 42 / Torre B  
04551-065 – São Paulo – Brasil  
www.sigcombibloc.biz  
sigcombibloc.bra@sig.biz  
Tel: +55 11 2107-6744  
Fax: +55 11 2107-6745



Edição 03/05

# sig.biz/combibloc

**Vanguarda**  
*combibloc na Austrália*

**News**  
*No estreito de Bósforo*



**Caros leitores,**

A Austrália é um dos principais mercados na Ásia pacífico. A estabilidade política e econômica aliada à boa infra-estrutura e poucas barreiras de idioma são os ingredientes essenciais para o desenvolvimento de operações bem-sucedidas no mercado australiano. Por mais de vinte anos, a SIG Combibloc está presente nessa região. Graças à Indústria Visy, nossa parceira local, pudemos nos posicionar com destaque nesse fascinante mercado. Leia como estabelecemos nossa parceria de sucesso e mais detalhes sobre essa história na reportagem principal.

Nesta edição, nós também analisamos a Turquia. Com cerca de 70 milhões de habitantes, o país passa por fortes transformações. Crescimento econômico acima da média, moeda estável e aproximação com a União Européia servem como atrativos para investimentos estrangeiros. A SIG Combibloc decidiu apostar no país, com a abertura de uma filial de vendas e marketing. Você pode descobrir mais na seção News.

A edição impressa desta revista foi adaptada para o formato on-line no site [www.sig.biz/combibloc](http://www.sig.biz/combibloc). Na Internet, as reportagens recebem conteúdo extra, como galeria de fotos, recomendações de leitura, jogos on-line, links e outras informações. Vale lembrar que a edição eletrônica da revista foi considerada um excelente veículo pelo júri da premiação Best of Business-to-Business, que classificou a SIG Biz on-line com destaque de honra. Confira você mesmo e tome a sua própria decisão.



Boa leitura da sua [sig.biz/combibloc](http://sig.biz/combibloc).

Atenciosamente

*Christian Alt,  
Diretor de Marketing e Desenvolvimento de  
Negócios para o Sudeste Asiático*

**Expediente**

[sig.biz/combibloc](http://sig.biz/combibloc), verão 2005 **Publicado por** SIG Combibloc International AG, Industriepark, CH-8212 Neuhausen am Rheinfall **Responsável pelo conteúdo** Dr Bettina Horenburg **Editores** Dr Bettina Horenburg, Attakrit Singhaseni, Matthias Enste, Brigitte Rinscheid, Luciana Galvão, Lisa Wang, Martina Loewe, Dr Isabella Claßen, RTS Rieger Team **Conceito e design** RTS Rieger Team Werbeagentur GmbH, Düsseldorf **Fotos** SIG Combibloc, Stockfood, Creatas, Mauritius, Corbis, Wolfgang Flamisch **Contato** Tel.: +41 52 674 7756, Fax: +41 52 674 8124 **Produção editorial no Brasil** Info & Design **Internet** [www.sigcombibloc.com](http://www.sigcombibloc.com).  
[sig.biz/combibloc](http://sig.biz/combibloc) é publicada em alemão, inglês, espanhol, francês, italiano, português, polonês e russo. Todos os direitos reservados. Os artigos assinados não refletem necessariamente a opinião dos editores. Nenhuma parte desta publicação pode ser reproduzida ou distribuída eletronicamente sem autorização prévia dos editores.



**Conteúdo**

**Página**

<b>Editorial e expediente</b>	<b>2</b>
<b>News</b>	
<b>Diferenciar ao extremo</b> Estréia na China: desde junho de 2005, a Jinan Jiabao Dairy oferece o leite Vitality em combifitSmall.	<b>4</b>
<b>Gasosa e livre de depósito</b> Aqua fruitmix é o nome da nova bebida refrescante da Krings Fruchtsaft. Esse refresco levemente gasoso está agora disponível na embalagem cartonada asséptica da combiblocPremium (1 litro).	<b>5</b>
<b>No estreito de Bósforo</b> A Turquia é um país dinâmico. A SIG Combibloc aproveitou a oportunidade para abrir sua subsidiária própria de vendas e marketing.	<b>6</b>
<b>Frispa em novo formato</b> A estrela do mercado alemão de sucos de frutas mudou para <i>combifit</i> . Pela primeira vez, a embalagem de 1,5 litro da combifitMagnum estréia na Alemanha.	<b>8</b>
<b>Comunicação com excelência</b> O júri do prêmio BoB classificou a revista on-line da SIG Combibloc como uma das finalistas.	<b>9</b>
<b>Capa</b>	
<b>Vanguarda australiana</b> <i>combibloc</i> firma-se na Austrália graças à uma próspera parceira local: a indústria Visy. Uma visita ao quinto continente.	<b>10</b>
<b>Cultura</b>	
<b>Alemanha à la carte</b> Apesar de tantas diferenças regionais, a culinária germânica mantém um ponto em comum: a preferência por pratos simples e saudáveis.	<b>20</b>
<b>Fatos &amp; Tendências</b>	
<b>Plantados sob o sol, envasados em embalagens assépticas</b> Considerado um dos vegetais mais populares no mundo, o tomate pode ser encontrado nas embalagens assépticas.	<b>24</b>
<b>Retrato</b>	
<b>Guardiã de vidas</b> A história de Zilda Arns: a grande dama dos projetos sociais no Brasil e fundadora da Pastoral da Criança.	<b>28</b>
<b>Meio ambiente</b>	
<b>Reserva natural de madeira</b> Graças ao projeto de manejo florestal sustentável, a Escandinávia conta com uma fonte praticamente inesgotável de madeira para fabricar embalagens cartonadas.	<b>30</b>

Nas reportagens, os ícones abaixo indicam conteúdo extra na edição on-line da revista:

- Textos
- Links
- Imagens
- Áudio
- Vídeos

# Diferenciar ao extremo

*A nova combifitSmall estréia na China com o lançamento do leite Vitality, da empresa Jiabao Dairy*



Em junho de 2005, a Jinan Jiabao Dairy lançou o seu leite Vitality, voltado para um público de jovens da província de Shandong. O novo conceito do produto, que combina leite com suco de fruta, oferece aos consumidores uma fonte natural de energia com excelente sabor. Esse novo produto é envasado na inovadora embalagem combifitSmall.

## Resposta para necessidades do mercado

Em 2004, o mercado de leite UHT na China alcançou cerca de 6,2 bilhões de litros, representando um crescimento de 40% em relação a 2003. Comparado com o de outras regiões da China, o consumo de leite na província de Shandong é maior, e a competitividade, portanto, não pára de crescer. Nesse ambiente competitivo é cada vez mais importante para os produtores de lácteos focar em diferenciação, e inovações de embalagens

são investimentos necessários para atingir este objetivo.

O formato único e exclusivo da embalagem combifitSmall desempenha papel fundamental para diferenciar o leite Vitality da concorrência, garantido seu posicionamento na categoria premium.

## Sempre um bom parceiro

A empresa Jinan Jiabao Dairy é a primeira indústria a lançar a embalagem combifitSmall na China continental. Considerada a principal marca regional da província de Shandong, a companhia processa todos os anos 300 mil toneladas de leite.

Fundada em 1998, a Jiabao mantém uma parceria com a SIG Combibloc que já dura vários anos, desde que começou a utilizar as embalagens cartonadas combiblocSmall e combiblocStandard. No caso do novo formato

combifitSmall, a filial chinesa da SIG Combibloc trabalhou em conjunto com a Jinan Jiabao desde a pesquisa e desenvolvimento do produto, plano de marketing até a seleção de fornecedores.

## Sucesso contínuo

Nos três primeiros meses de lançamento do produto, o feedback dos pontos de venda e dos consumidores tem sido excelente. Na visão deles, a embalagem combifit é considerada premium, moderna, distinta e exclusiva, que causa forte impacto nas prateleiras dos supermercados. Com o lançamento da combifitSmall, da SIG Combibloc, chega ao mercado chinês a embalagem ideal para segmentos premium, que não param de crescer. A combifitSmall permite diferenciar o produto na gôndola do supermercado, além de ser mais conveniente para o consumo fora de casa.

Mais informações estão disponíveis em nossa revista on-line:

[www.sig.biz/combibloc/news](http://www.sig.biz/combibloc/news)



# Gasosa e livre de depósito

*Aqua fruitmix é o nome da nova bebida refrescante da Krings Fruchtsaft.*

*Esse refresco levemente gasoso está agora disponível na embalagem cartonada asséptica combiblocPremium (1 litro) da SIG Combibloc. Seguindo a onda de sucesso do lançamento na Holanda, Aqua fruitmix também pode ser encontrada no mercado alemão.*



*Aqua fruitmix, o refresco levemente gasoso da Krings Fruchtsaft, está à venda tanto na Holanda quanto na Alemanha, nas embalagens cartonadas assépticas de 1 litro da SIG Combibloc – livres de depósito.*

A embalagem cartonada, vale lembrar, é 100% reciclável, o que a torna isenta do pagamento de “depósito prévio” – valor cobrado a mais na Alemanha sobre embalagens não-recicláveis e que é devolvido quando o consumidor retorna a embalagem vazia no ponto de venda.

O Aqua fruitmix posiciona-se no mercado como “uma bebida premium: água mineral com suco”, nos sabores uva verde com limão, maçã com frutas vermelhas, maçã com

pêssego (light), maçã com frutas silvestres, laranja com lima, maçã com pêssego e abacaxi com maracujá (light).

## Patenteada e livre de depósito

“A receita de Aqua fruitmix é patenteada, o que garante sua exclusividade mundial”, destaca Luit Mulder, diretor de vendas e marketing da Refresco Nord/Krings Fruchtsaft. Em 2000, a Krings Fruchtsaft, que figura entre os grandes produtores de suco de frutas e refrescos

à base de suco, tornou-se integrante da Refresco Holding (baseada na Holanda). Em 2004, Refresco Nord vendeu um montante de 320 milhões de euros. “Graças à combiblocPremium, encontramos uma solução de embalagem de alto valor para apresentar esse produto especial”, explica Mulder. Além disso, na Alemanha, a embalagem da Aqua fruitmix é oficialmente isenta do depósito obrigatório, por ser reciclável.

Mais informações estão disponíveis em nossa revista on-line:

[www.sig.biz/combibloc/news](http://www.sig.biz/combibloc/news)



# No estreito de Bósforo

*A Turquia é um país dinâmico, com cerca de 70 milhões de habitantes.*

*Em função do crescimento econômico acima da média, da estabilidade da moeda e da conciliação com a União Européia, o país tem atraído investimentos externos.*

*Neste contexto a SIG Combibloc inaugura sua subsidiária.*



*Com escritório em Istambul, a SIG Combibloc está presente no mercado turco.*

Por muitos anos, a MEDLEY Dis Ticaret Mümessillik representou a SIG Combibloc na Turquia. Após avaliação profunda do mercado, a direção da empresa decidiu instalar uma subsidiária própria, visando aproximar-se mais do mercado e dos consumidores. Desde abril deste ano, uma equipe, encabeçada por Martin P. Leuzinger, trabalha na instalação da nova unidade, localizada em Istambul, ao mesmo tempo em que define e implementa a organização na Turquia.

## Competência e continuidade

Desde outubro de 2005, a equipe da SIG Combibloc na Turquia está trabalhando totalmente a partir de seu escritório recém-

aberto em Istambul. A empresa é dirigida por Ali Suat Öz, que entrou para a SIG Combibloc no início de 2005. Nele, a SIG Combibloc encontrou um diretor-administrativo competente, que já está familiarizado com o mercado e seus consumidores. A continuidade no atendimento e apoio aos consumidores ganhou prioridade máxima na reestruturação do mercado turco. Como exemplo, a equipe de engenheiros da MEDLEY foi incorporada na nova organização.

## Ânimo

A abertura da nova subsidiária vem sendo saudada positivamente pelos clientes turcos. “Em um prazo de tempo curto, conseguimos

visitar todos os nossos clientes e lhes apresentar os planos para o futuro. Essa iniciativa tomada pela SIG Combibloc foi bem recebida porque estreita o relacionamento e facilita a troca de idéias”, destaca Ali Suat Öz. O líder do projeto, Martin P. Leuzinger, que vai direcionar as atividades de marketing futuras na Turquia, está satisfeito com os resultados iniciais. “Graças aos esforços de nossa equipe de projeto, conseguimos montar a nova organização em muito pouco tempo. Pessoalmente, estou bem impressionado com o ânimo e a atitude positiva das pessoas na Turquia. Agora que a empresa foi estabelecida, precisamos ocupar o mercado ativamente. Ainda resta muito a fazer e estou ansioso por encarar esse desafio”.



*Bósforo é o nome do estreito que liga a Europa à Ásia Menor; ele conecta o mar Negro ao mar de Mármara. A cidade de Istambul se espalha pelos dois lados do estreito de Bósforo.*



*Na fila de trás, da esq. para a dir.: Morris Toledo (engenheiro de serviços sênior), Hannes Stahl (gerente regional júnior), Martin P. Leuzinger (líder de marketing para Europa Central), Ali Suat Öz (diretor-geral), Enis Bulut (engenheiro de serviço). Na fila da frente, da esq. para a dir.: Gaye Hatip (analista de finanças), Lale Sahin (administrador de sales & office).*

## Um mercado com boas perspectivas

Até o fim do ano, resta ainda completar as atividades finais de transferência da MEDLEY para a nova subsidiária. No futuro, o mercado turco ficará a cargo de uma equipe enxuta, que deve ser ampliada gradativamente. A equipe, encarregada das vendas, do marketing e do apoio aos serviços, contará com o apoio da SIG Combibloc de Saalfelden (Áustria) e de Linnich (Alemanha).

Com população de cerca de 70 milhões de habitantes, a Turquia é um mercado grande e interessante. Nos segmentos de lácteos e sucos, o consumo per capita é de cerca de sete litros, ou seja, é significativamente inferior à média da Europa. O crescimento econô-

mico acelerado, a prosperidade crescente do país e as mudanças em seus padrões de consumo devem fazer essa cifra aumentar bastante nos próximos anos. Dependendo do segmento envolvido, o volume de embalagens assépticas alcança 70% a 80%.

A estrutura do varejo na Turquia é semelhante à do resto da Europa. Além das tradicionais lojas de rua, a maioria das grandes redes varejistas está presente e concorre pela preferência dos consumidores.

Um mercado interessante no país é o de serviço de terceirização do envase de diferentes produtos. Diversos clientes da SIG Combibloc oferecem esse serviço com sucesso há vários anos. As instalações modernas

de envase, o know-how e os anos de experiência garantem um serviço impecável. A SIG Combibloc pode, atendendo a pedidos, fornecer consultoria e apoio na implementação de conceitos de produto e desenvolvimento de design.

Mais informações estão disponíveis em nossa revista on-line:

[www.sig.biz/combibloc/news](http://www.sig.biz/combibloc/news)



# Frispa em novo formato

*A estrela do mercado alemão de sucos de frutas mudou para combifit.*

*Pela primeira vez, a embalagem de 1,5 litro combifitMagnum estará no mercado alemão.*

Fundada em 1999, na cidade de Hessian Friedberg, a Frispa já ocupa a liderança no mercado de sucos da Alemanha. O sucesso se deve à ação integrada de análise de mercado, expertise e criatividade. A Frispa sempre se preocupou em desenvolver combinações inovadoras de sabores para bebidas. Ingredientes bem selecionados, processados de forma perfeita, garantem a alta qualidade de todos produtos da sua linha.

Os sucos da Frispa estão disponíveis nos sabores laranja, pêra, maçã, tutti-fruti, uvas vermelhas e brancas. Os sucos naturais são extraídos das frutas diretamente nos países onde são cultivadas e logo depois embarcados diretamente para a Alemanha. Lá, a bebida é esterilizada e passa por um rigoroso controle de qualidade, garantindo um *shelflife* longo.

A empresa também atua no segmento de bebidas sazonais. No verão, a Frispa disponibiliza bebidas refrescantes à base de chá: vermelho, verde, pêssego (iced-tea) e *rooibus* (um tipo de planta originária da África do Sul). No inverno, é a vez de ponche não-alcoólico.

## A marca ganha em formato

Graças ao alto nível de diferenciação alcançado com a *combifit*, a Frispa passou a envasar toda a sua linha de produtos no formato *combifit*. Como consequência, a linha completa de produtos premium da Frispa ganhou novo apelo de consumo.

Todos os sucos são envasados na elegante embalagem de 750 ml *combifitPremium*.

Entretanto, as bebidas sazonais (inverno e verão) e os sabores mais populares, como laranja, maçã e pêra, também são distribuídos na embalagem tamanho família de 1,5 litro *combifitMagnum* – sendo a Frispa a primeira empresa da Alemanha a envasar nesse formato.

Por outro lado, o *Frispaccio*, última novidade da Frispa, está à venda no formato *combifitPremium*. O produto é um verdadeiro



coquetel italiano de verduras e pode ser apreciado de três formas: gelado (como bebida refrescante), quente (na forma de sopa) ou como tempero para salada.

Mais informações estão disponíveis em nossa revista on-line:

[www.sig.biz/combibloc/news](http://www.sig.biz/combibloc/news)



# Comunicação com excelência

*O prêmio BoB classifica anualmente os destaques em Business-to-Business na Alemanha.*

*As melhores soluções em comunicação disputam essa premiação.*

*Neste ano, a SIG Combibloc foi uma das finalistas.*

Desde 1997, a Associação Alemã de Mídia seleciona as melhores soluções em criatividade e conceito nos meios de comunicação. O prêmio BoB, dividido em oito categorias, é considerado um dos mais importantes entre os formadores de opinião. A premiação congrega os principais segmentos de comunicação e marketing, que hoje representam mais de 50% do total investido em publicidade na Alemanha.

## Altamente recomendável

Neste ano, o júri foi composto por representantes de empresas, agências e universidades. No total, foram 238 concorrentes para 28 prêmios. A agência RTS Rieger Team

Düsseldorf inscreveu a revista on-line da SIG Combibloc na categoria Multimídia. Desde abril de 2004, o site [www.sig.biz/combibloc](http://www.sig.biz/combibloc) é uma extensão eletrônica da revista impressa, que oferece, além da publicação em formato eletrônico, outros serviços como galeria de fotos, animações tridimensionais, receitas, jogos on-line, críticas de livros, links, notícias e reportagens sobre ambiente e nutrição.

## Entre os melhores

O júri considerou a revista on-line como bem produzida e de conteúdo interessante, classificando-a entre as finalistas. A SIG Combibloc ficou surpresa com a colocação e avaliou a decisão pela publicação on-line

como positiva e acertada. Mais importante que a premiação, a empresa considera a aprovação dos leitores que navegam pelo website da revista como fator determinante para manter a publicação.



*Na esquerda, o certificado.*

*À direita, a apresentação que foi ao júri.*

*Vale a pena conhecer o website.*

Mais informações estão disponíveis em nossa revista on-line:

[www.sig.biz/combibloc/news](http://www.sig.biz/combibloc/news)



# Na vanguarda australiana

*Há muitos anos, a economia australiana está em franco crescimento. Somente na década passada, o desenvolvimento anual foi em média de 4% – e a última recessão aconteceu há quase 15 anos. Essas razões encorajaram a SIG Combibloc a iniciar suas atividades no continente ao lado de uma próspera parceira local: Indústrias Visy.*





Em 1948, a indústria Visy foi fundada em Melbourne (Austrália). Desde 1969, a empresa é dirigida por Richard Pratt, filho dos fundadores.

Com ambiente propício de estabilidade política e econômica, a Austrália é, sem dúvidas, um lugar privilegiado na região Ásia-Pacífico. A impressionante infra-estrutura e as poucas barreiras de idioma formam a combinação perfeita para investimentos bem-sucedidos no mercado.

#### O parceiro local

Na Austrália, a indústria Visy é a empresa líder no segmento de embalagens, trabalhando com uma linha básica bastante completa: latas de alumínio para bebidas, garrafas PET, latas de aço para alimentos e caixas de papelão. Dentro desse espectro, a Combibloc é a parceira quando se trata de alimentos e bebidas.

A Visy é uma empresa privada, comandada pelo dinâmico Richard Pratt. Graças a ele,

a Visy, que começou em Victoria (Austrália) como uma fabricante de caixas de papelão com apenas 200 funcionários, se tornou um império, empregando mais de sete mil funcionários e com vendas superiores a 3 bilhões de dólares australianos.

#### Parceria com perspectivas

A Visy, a partir de sua primorosa unidade localizada em Broadmeadows (norte de Melbourne), fabrica toda a produção da Combibloc para a Austrália e Nova Zelândia. Instalada em 1982, a primeira linha de produção da SIG Combibloc tem se desenvolvido desde então.

Com a parceria da Combibloc e Visy, a impressão gráfica das embalagens se tornou única, brilhante e perfeita. Esse resultado exclusivo é alcançado pela técnica de imprimir diretamente na embalagem e depois proteger a estampa com uma lâmina de polietileno. Dessa forma, garante-se que a qualidade da impressão será preservada desde a fábrica até as prateleiras dos pontos de venda.

#### Impressão brilhante

A impressão de alta qualidade, que garante maior visibilidade na prateleira, é uma das razões do sucesso de venda da *combibloc*. Alguns dos principais produtos que se utilizam da tecnologia Combibloc na Austrália são So Good Soy (linha de bebidas), Nippy (sucos e leite aromatizados), Whiskas (leite para gato), Campbell's (sopas), Just Juice (sucos) e Prima (sucos). "Trabalhamos em conjunto com nossos clientes para entender suas necessidades. A partir daí, a Combibloc elabora excelentes novidades



na Austrália”, explica Martin Brown, gerente de marketing para leite e suco da Visy. “Por novidade, entenda soluções criativas que despertem o desejo de compra.”

#### O que os australianos bebem?

Os australianos bebem, em média, 700 litros de bebidas por ano. Desse total, a maior parcela é composta por refrigerantes, leite fresco, café, suco, água, cerveja e vinho. Ao contrário de muitas partes do mundo, o mercado de leite é dominado por produtos refrigerados. Entretanto, com o desenvolvimento do *branding* e das estratégias de posicionamento o leite UHT está consolidando sua posição no mercado australiano.

Tradicionalmente, a embalagem *combibloc* de 1 litro é a preferida para envasar sucos. Contudo, o surgimento das embalagens PET, de maior volume, afetaram as vendas de embalagens cartonadas de 1 litro. “Nós percebemos esse problema e reagimos rápido. Graças à flexibilidade das linhas *combibloc*, criamos uma série de embalagens de diferentes volumes”, afirma Martin Brown. Como exemplo, ele cita a embalagem para lanches rápidos, que teve boa aceitação nas cantinas escolares

devido à facilidade de abertura por crianças. “A flexibilidade de volume das linhas *combibloc* permite segmentar facilmente os consumidores. A embalagem de 150 ml CB7, por exemplo, é perfeita para crianças pequenas, enquanto as embalagens maiores, de 200 e 250 ml, são ideais para pré-adolescentes.”

A tendência global de preocupar-se com a saúde e com o bem-estar também está em voga na Austrália. Por isso bebidas derivadas de soja e arroz, que substituem o leite, estão em alta naquele continente. Lá é possível ainda encontrar muitas marcas de bebida de soja light e produtos com pouco açúcar e gordura. Para esses novos produtos, a Combibloc garante embalagens modernas, bem impressas e que asseguram maior visibilidade e distinção nas prateleiras dos pontos de venda.

#### Suco de frutas Berri

Considerada a maior produtora de sucos da Austrália, com 50% do mercado, a Berri é cliente da Visy há muito tempo. Sucos de frutas gelados e produtos longa vida são alguns dos produtos da empresa.

A Berri começou a funcionar em 1945, na região sul da Austrália, quando um grupo de agricultores se organizou para plantar frutas que serviriam de alimento para as tropas que lutavam na Segunda Guerra Mundial. Depois da guerra, a marca se tornou um sucesso tanto no mercado interno quanto para exportação. Depois, em 1961, surgiu a cooperativa de sucos de fruta Berri, que logo estabeleceu filiais em toda Austrália.

A Berri envasa suas principais marcas da linha de produtos Just Juice e Prima com a SIG Combibloc. A flexibilidade de formato do sistema *combibloc* garante à Berri embalagens



*Paisagem peculiar: no deserto de Pinnacles, localizado ao norte de Perth, o chão é coberto por inúmeros pilares de pedras sedimentares com mais de 30 mil anos.*

*O leite para gatos da Whiskas é um dos produtos disponíveis no mercado australiano envasado em combibloc.*



*A empresa de sucos de frutas Berri, a maior da Austrália, confia na combibloc para envasar a marca Prima.*



de 150/200/250/300 ml para consumo individual e de embalagens de 1 litro para consumo doméstico. A Prima está disponível no formato de 250ml e é direcionada especificamente para lanches durante o dia. A Just Juice é apresentada em vários tamanhos, incluindo-se o conveniente pacote de seis embalagens (150 ml cada), que atende ao mercado consumidor formado por crianças de 3 a 7 anos de idade. “A conveniência do pacote permite ao consumidor armazenar seu sabor preferido”,

afirma o gerente da marca Prima.

Sucos de frutas –até mesmo os de frutas exóticas– preparados na hora estão à venda na maior parte dos restaurantes e bares da Austrália, o que ocasionou o aumento de 15% no consumo desse produto premium. O crescimento expressivo recebeu até mesmo um nome próprio: fenômeno Juice Bar.

Junto a esse fato, cresce também a tendência de cuidar da saúde e se preocupar com o corpo, o que abriu oportunidades para se

desenvolverem bebidas específicas como a Multi V, da Berri.

A saborosa Multi V oferece benefícios para saúde e é rica em vitaminas e nutrientes essenciais (vitaminas A, C, E, cálcio, fibra e ácido fólico). “Na conveniente embalagem de 250 ml da SIG Combibloc, a Multi V é uma bebida saudável para o consumo rápido durante o dia”, destaca o gerente da marca.



Aborígine (do latim, “ab origine” significa “desde o começo”) é o nome dado aos habitantes nativos da Austrália.

### Sopa Campbell's

A sopa Campbell's da Austrália, subsidiária da matriz dos EUA, opera desde 1964. Localizada no belo vale Goulburn, a Campbell's é uma empresa na vanguarda da inovação, que se utiliza dos diferentes formatos de embalagens oferecidas pela Combibloc.

Tradicionalmente, na Austrália as sopas são envasadas em latas. Entretanto, a Campbell's desenvolveu a linha de sopas de verduras Velish, que é envasada nas embalagens *combibloc*. Não é surpresa, portanto, que a sopa Velish da Campbell's tenha se tornado o destaque das prateleiras, já que as cores brilhantes da estampa dão maior evidência à embalagem, enquanto que a técnica de envase garante que a sopa esteja o mais fresca possível.

A sopa Velish da Campbell's no formato



À esquerda: sopa e caldo da Campbell's australiana.

Acima: leite de soja da Sanitarium, uma das líderes australianas na produção de alimentos. Produtos naturais envasados em *combibloc*.

*combibloc* está à venda na Austrália e Nova Zelândia. Fácil de armazenar, abrir e transportar, a sopa atende a demanda por alimentos saudáveis nas refeições fora de casa. A sopa Velish da Campbell's começou a ser produzida em 2000 e já ocupa 6% do mercado de sopas prontas. Cathy Zeppieri, diretora de marketing da Campbell's, acredita que a Combibloc agregou valor ao produto, atribuindo maior competitividade e destaque na prateleira. “A sopa Velish da Campbell's é a única marca de sopa no formato *combibloc* à venda na Austrália. Isso garante à Campbell's uma vantagem competitiva nas prateleiras, graças à diferenciação visual. A qualidade da sopa assegura ainda que o sabor do produto atenda à expectativa do consumidor por uma deliciosa, fresca e saborosa sopa de verduras.”

### Caldo concentrado

Como regra, os caldos concentrados são vendidos em cubos, porém existe uma variante líquida, pouco utilizada. Mas a Campbell's está revitalizando esse segmento ao introduzir o caldo concentrado Real líquido, que está mudando a forma como os australianos cozi-

nam. Disponível nos sabores carne, galinha, verduras e peixe, o caldo concentrado Real também apresenta uma versão com sal reduzido. Isso é prova de que, mais uma vez, as propriedades organolépticas do sistema de envase asséptico da Combibloc ajudam a desenvolver um produto superior, envasado em uma embalagem esteticamente agradável.

“Desde o lançamento do caldo concentrado líquido da Campbell's, em 1989, várias marcas lançaram produtos concorrentes, todos em embalagens assépticas”, afirma Cathy Zeppieri, diretora de marketing da Campbell's. “Os consumidores e fabricantes reconhecem a qualidade que a embalagem da SIG Combibloc agrega aos seus produtos. Isso é muito importante quando os consumidores buscam caldo concentrados que transmitam valores como ‘verdadeiro’ e ‘fresco’, como é o caso do Real”, diz Zeppieri.

### Produtos inovadores: a empresa Sanitarium Health Food

Bebidas que substituem o leite, como as que são produzidas à base de soja e arroz, estão em alta na Austrália, país que também acompanha a tendência mundial de consumir produtos saudáveis. É justamente nessa área que a Sanitarium, considerada uma das maiores produtoras de alimentos da Austrália, está causando grande impacto com as embalagens *combibloc*.

A filosofia da Sanitarium é “uma vida melhor pela melhor alimentação” e está presente em toda linha de produtos da empresa. Com mais de 100 anos de experiência na indústria de FMCG (do inglês, bens de consumo de alto giro), a Sanitarium se orgulha de oferecer aos consumidores seus dois objetivos principais: “prover produtos saudáveis que



*Up & Go Energize: bebida para café da manhã fabricado pela Sanitarium.*

melhoram o bem-estar e oferecer informações nutricionais de fácil compreensão”.

A marca So Good da Sanitarium, por exemplo, tem causado forte impacto no mercado australiano. A linha de produtos à base de soja So Good, nas embalagens *combibloc*, é fabricada a partir de soja não-modificada geneticamente, cujos grãos são garantidos pelo processo chamado de “preservação da identidade”. Nele, cada estágio da semente, do produtor até o supermercado, é rigidamente controlado para assegurar que grãos modificados geneticamente não se misturem aos naturais.

#### Acabamento perfeito

Para dar suporte às novidades da Sanitarium, a Visy disponibiliza sua nova tecnologia que dá um acabamento metálico à embalagem. Nesse sistema, uma película PET im-

pressa e metalizada é aplicada no lado de fora da embalagem, dando uma aparência brilhante e prateada à estampa da embalagem. Com isso, consegue-se um produto que chama mais a atenção nas prateleiras.

A técnica é aplicada nas embalagens das bebidas Up and Go Energize para certificar uma aparência “cool” de bebida energética. Kim Marks, gerente de marca da Up and Go, afirma que “o acabamento metálico da nova Up and Go Energize fica formidável na prateleira. Com ele, conseguimos chamar mais atenção dos consumidores e diferenciar os produtos dos da linha Up and Go normal. Ou seja, envasamos um produto premium em uma embalagem premium”.

#### Análise de especialista

A SIG Combibloc desempenha papel importante no mercado australiano de embalagens. A Combibloc está presente em grande parte dos lares australianos e hoje é considerada parceira fundamental na busca de soluções inovadoras para embalagens. De caldos concentrados e sopas a sucos e bebidas energéticas, os australianos acolheram positivamente as mudanças das embalagens *combibloc*. A dedicação da empresa Visy em desenvolver novos produtos encontra na SIG Combibloc o respaldo para melhorar a embalagem *combibloc*. Às duas, juntas, o futuro reserva uma gama de possibilidades para desbravar novos mercados, onde a embalagem dos alimentos signifique um desafio diferente a cada dia.

Mais informações estão disponíveis em nossa revista on-line:

[www.sig.biz/combibloc/title](http://www.sig.biz/combibloc/title)



*Na Austrália, as instalações da indústria Visy ficam em Sidney, Melbourne, Brisbane e Tumut. Nos EUA, a fábrica localiza-se em Staten Island (Estado de Nova York).*





Refeição na Bavária: joelho de porco com “pastel” de batata

## Alemanha à la carte

*Localizada na região central da Europa, a Alemanha assistiu, no decorrer de sua história, a diversas transformações políticas e geográficas, passando de um conglomerado de Estados independentes a uma sociedade federalista moderna. A culinária do país é um reflexo acurado de todo esse processo.*

Graças à sua localização, a Alemanha tende a absorver influências culturais, inclusive culinárias, dos países vizinhos e a mesclá-las com a sua própria. Em grande parte, a cozinha alemã sofre mais influência da Europa central. Isso pode se comprovar nos alimentos típicos presentes no dia-a-dia dos alemães, como o pepino em conserva e o chucrute.

### Especialidades regionais

Existem outros pratos representantes dessa influência: o *knoedel*, uma espécie de pastel de batata típico da Bavária, se originou na República Tcheca; já o *goulash*, de natureza húngara, é bastante popular em todo o país. A Suíça e a Áustria, por sua vez, exercem grande influência na culinária da região da Swabia (sudeste).

Mas não são apenas os países da Europa central que interferem na cozinha alemã. No norte da Alemanha, por exemplo, a culinária

é dominada por pratos à base de carne, batata e raízes, resultado das influências escandinava, polonesa e russa. Já a culinária típica dos estados de Saarland e Baden-Württemberg (região sudoeste) apresenta diversos elementos da cozinha francesa. O presunto da floresta negra e o patê de lúcio (um tipo de peixe comum em rios e lagos da Europa) são alguns representantes dessa influência.

Entretanto, como regra, não é fácil precisar a origem dos pratos típicos alemães. O “escalope vienense de vitela”, por exemplo, resultado da miscigenação da cozinha alemã e austríaca, é considerado por muitos como o maior representante da culinária germânica, apesar do nome de “vienense”.

### Identidade própria

No meio de tanto sincretismo, muitas regiões da Alemanha ainda preservam suas pró-

prias tradições culinárias. A região de Westfália (perto da fronteira com a Holanda) é renomada por sua grande variedade de frios e lingüiças, que são quase sempre acompanhados de *pumpernickel* (espécie de pão integral preparado com centeio). Na costa dos mares do Norte e Báltico, por outro lado, proliferam pratos típicos à base de peixe. Isso sem contar o *spatzle*, uma espécie de macarrão típico da Swabia.

Outra região com pratos genuinamente alemães é a Bavária, que conta com clima temperado e solo fértil –elementos essenciais para garantir que a culinária seja bastante variada e saborosa. O incrível *schweinshaxen* (joelho de porco), típico da região, é considerado um símbolo nacional.

O leite e seus derivados também desempenham papel importante na culinária do sul da Alemanha, onde deliciosos queijos são preparados nas regiões próximas aos Alpes.



O cream cheese, conhecido na Bavária como “Obatzter”, é servido com cebolinha e pretzel

Apesar das diferenças regionais, todos os pratos apresentam algo em comum: simplicidade e sabor.

#### Carne na Alemanha

As carnes suína, bovina ou de frango são as mais consumidas em toda a Alemanha. Em menor número, destaca-se a carne de cavalo, que é considerada uma iguaria em algumas regiões.

Uma das formas mais freqüentes de comprar carne é a lingüiça. No total, são mais de 1.500 tipos diferentes de lingüiça no país, desde a saborosa *ahle worscht* (da região de Kassel) até a *zeppelinwurst* (lingüiça de fígado, batizada por um açougueiro de Frankfurt em homenagem ao famoso dirigível Zeppelin). Igualmente popular é a *weisswurst* (lingüiça branca) de Munique, servida temperada com a mostarda doce da Bavária, acompanhada de *pretzels* e cerveja.

Outro prato famoso que é preparado com carne é o cozido com batatas, considerado uma das grandes especialidades alemãs.

Cada região tem a sua receita própria. Para fazer o legítimo, cozinha-se carne bovina ou suína bem devagar, em fogo baixo, com verduras, batatas ou arroz. A origem do prato data da época em que havia pouco dinheiro, mas as famílias eram numerosas. Naquele tempo, as donas de casa aproveitavam para deixar o prato cozinhando enquanto lavavam a roupa ou realizavam a colheita.

#### Tubérculos fabulosos

A batata é o vegetal preferido dos alemães. Acredita-se que tenha sua origem na Bolívia ou no Peru, de onde chegou à Europa, via Espanha e Inglaterra, na metade do século 16.

Nos períodos de pobreza e fome dos séculos 17 e 18, a batata se mostrou como uma verdadeira benção. Frederico o Grande, rei da Prússia no século 18, entretanto, enfrentou muitos obstáculos para persuadir os agricultores do valor nutritivo do alimento, que era simplesmente desprezado. Para convencer seus súditos, ele guardava os estoques de batatas

sob vigilância dos soldados, o que levou as pessoas a acreditarem que o tubérculo realmente tivesse algum valor. Finalmente, em 1756, ele obrigou o plantio da batata por decreto. Hoje nenhuma refeição na Alemanha pode ser concebida sem batatas, que são servidas como prato principal ou acompanhamento. Elas são usadas ainda para fazer saladas, cozidos, assadas, fritas ou douradas.

#### Apenas pão

Um dos principais alimentos dos alemães é o pão. Os mais de 300 tipos diferentes de pães (desde o famoso branco até os mais escuros, de cereais integrais) comprovam a importância dele na dieta alemã.

O pão na Alemanha é preparado no forno a partir da farinha de centeio. Para obter a farinha, o grão de centeio é prensado antes de passar pelo moinho. Esse processo garante ao pão a maciez e o forte sabor. Um dos pães mais famosos é o *pretzel*, originário da Bavária e que é consumido a toda hora pelos alemães.



Saúde! A cerveja é a bebida nacional dos alemães



Um pouco mais? Strudel de maçã com creme de ovos é servido à tarde, acompanhado de café

#### Bebidas

A cerveja é a bebida nacional da Alemanha. Existem aproximadamente 1.800 cervejarias espalhadas pelo país, que produzem mais de 5 mil tipos de cervejas.

Até hoje, a cerveja segue o processo de fermentação do “Decreto de Pureza”, publicado pelo príncipe Wilhelm IV da Bavária em 1516. De acordo com esse decreto, apenas malte de cevada, lúpulo e água podem ser usados para produzir a cerveja, já que a levedura ainda era desconhecida naquela época.

O vinho também faz parte da preferência alcoólica dos alemães. O país é o mais setentrional da Europa onde se cultiva a uva e, apesar da localização geográfica, as terras favoráveis e o clima propenso das margens dos rios Reno e Moselle facilitam o cultivo. Foi justamente essas regiões que os romanos escolheram para introduzir os primeiros vinhedos, por volta do ano 200 d.C. Atualmente, um total de 16 regiões de cultivo de vinho estão catalogadas.

Outra bebida típica é o *schnapps*, nome

genérico para designar o destilado produzido a partir de grãos de centeio, trigo ou cevada. Como regra, o *schnapps* é ingerido puro e gelado e serve de acompanhamento da cerveja.

Não se podem deixar de lado os licores produzidos a partir de cereja, ameixa, damasco, framboesa e groselha negra. O licor à base de fruta mais famoso de todos é o *kirschwasser* (literalmente, água de cereja).

#### Pronto para o café?

Entre as bebidas não-alcoólicas, destaca-se o café, que foi introduzido na Alemanha no fim do século 17. No país, é mais freqüente alguém ser convidado para um café (ou melhor, café e bastante bolo), a ser chamado para almoço ou jantar. A bebida é consumida a toda hora, tanto na primeira refeição do dia como para acompanhar uma fatia de bolo no final da tarde. Até hoje, é comum o hábito das mulheres realizarem encontros matinais, um delicioso costume para apreciar café e jogar conversa fora. Para os amantes do chá, a região de Friesland

(próxima à Holanda) oferece uma grande variedade de aromas.

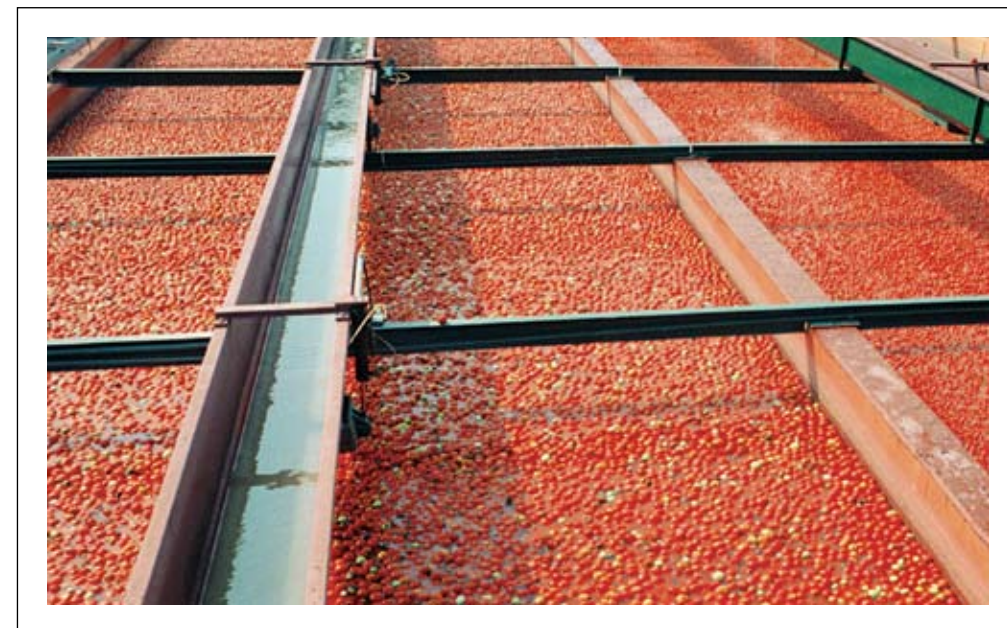
Para acompanhar o café ou chá, os pratos preferidos são os bolos e tortas. Os sabores dependem da época do ano. No verão, por exemplo, a ameixa e o morango são populares para preparar a massa. Já no inverno, é comum saborear o delicioso Christstollen, um bolo gigante de frutas secas e nozes.

A variedade de receitas para preparar bolos e tortas é enorme. Algumas delas, como o bolo Floresta Negra e o *strudel* de maçã, se tornaram mundialmente famosos.

Mais informações estão disponíveis em nossa revista on-line:

[www.sig.biz/combibloc/cultures](http://www.sig.biz/combibloc/cultures)





*Somente tomates totalmente amadurecidos são envasados nas embalagens.*

## Plantados sob o sol, envasados em embalagens assépticas

*Trazido do México por navegadores espanhóis em 1520, o tomate, que era chamado de “tomatl” pelos astecas, conquistou a Europa. Apesar de ser classificado na botânica como fruto, do ponto de vista da culinária ele é considerado um dos “legumes” mais famosos do mundo. Entre os derivados de tomate de maior destaque encontram-se os molhos envasados em embalagem cartonada asséptica.*

Até hoje, mais de mil espécies diferentes de tomates foram cultivadas. Os pigmentos vermelhos do fruto maduro são benéficos à saúde. Entre os minerais presentes, o principal é o potássio, que contribui para o bom funcionamento do sistema circulatório e reduz a pressão sanguínea.

### **Naturalmente saudável**

Os tomates são ricos em vitaminas A, C e E, substâncias antioxidantes que contribuem para a redução de risco de formação de coágulos

nas artérias e fortalecem o sistema imunológico. Além disso, contêm vitaminas do complexo B, que melhoram a pele, os cabelos, a visão, os músculos e a digestão. O licopeno, outra substância antioxidante presente no tomate, forma-se durante o processo de amadurecimento do tomate verde. Pesquisas científicas comprovam que o licopeno ajuda na redução de radicais livres, protegendo as paredes celulares. Acredita-se que essa substância seja uma arma eficaz contra o câncer e ajude a reduzir riscos de problemas cardíacos.

### **De julho a outubro**

No verão, época de frutas e vegetais, os consumidores podem desfrutar de uma dieta variada e saudável. Na Europa, a temporada de tomates frescos é entre julho e outubro. Fora desse período, o fruto é cultivado em estufas ou em hidrocultura, de onde é colhido ainda não totalmente maduro para ser distribuído aos consumidores.

Os tomates são considerados “células de energia solar” porque quanto mais luz recebem e mais maduros estão na hora da coleta,



Em todo o mundo, o extrato de tomate é a base para deliciosas receitas.



Na forma de molhos ou sopas, os produtos à base de tomate nas embalagens cartonadas são a opção saborosa e de qualidade para cozinhar.

melhor seu sabor e valor nutricional. Está cientificamente comprovado que o aroma do tomate, resultado de uma mistura de açúcar e sal e de pelo menos outras 400 substâncias voláteis, depende basicamente do clima no qual ele é cultivado. Por isso o método de cultura, a espécie e a origem do fruto desempenham papel secundário no sabor final. A falta de gosto é, portanto, resultado da pouca luz solar e da colheita antecipada.

#### Combibloc: uma boa solução

Para aproveitar os nutrientes valiosos desse fruto popular também no período de inverno, os consumidores contam com uma boa alternativa ao tomate fresco. A resposta está nos tomates processados em HTST (do inglês: alta temperatura, curto período de tempo) e envasados nas embalagens cartonadas.

A SIG Combibloc desenvolveu a tecnologia que permite envasar, em embalagens cartonadas, alimentos com pedaços. A tecnologia é a mesma usada para leite, sucos, água e vinho e preserva da mesma forma as vitaminas, o sabor e a qualidade.

O método de sucesso começou a ser adotado em 1985, quando sopas contendo partí-

culas de até nove milímetros de tamanho eram envasadas assepticamente. Naquela época, isso já anunciava uma pequena revolução na indústria de embalagens de alimentos. Naquele mesmo ano, os primeiros produtos à base de tomate nas embalagens *combibloc* foram lançados no mercado. Agora embalagens assépticas de alimentos podem comportar pedaços de até 15 milímetros e também fibras de até 40 milímetros de comprimento (por exemplo, broto de soja e cebola). Esses pedaços podem ocupar até 50% do volume total da embalagem.

#### Vários sabores

Foi justamente no segmento de molhos de tomate que a SIG Combibloc ampliou e desenvolveu sua tecnologia. Tudo começou na Itália e na Alemanha, com a estréia das primeiras embalagens de extrato de tomate, que foram logo seguidas pelas embalagens com polpa de tomate.

Logo depois, o sistema da SIG Combibloc se desenvolveu para garantir o envase de fibras e pedaços de alimentos. Para tanto, a máquina sela a embalagem acima do nível do produto, logo após ele ter sido completamente

envasado, garantindo que o alimento não impeça a vedação total e segura da embalagem.

Graças a essa tecnologia, foram lançados extratos de tomate com temperos e pedaços de verduras (alimentos de alta acidez), seguidos pelo molho de tomate com pedaço de carne (baixa acidez). Hoje em dia, a linha de molhos prontos para servir disponibiliza uma grande variedade de opções, ideais para massas e pizzas.

#### Direto da horta

Apenas tomates completamente maduros são selecionados para o envase. Logo após a colheita, eles são processados com cuidado para garantir a maior shelf life. No caso das frutas importadas, elas são envasadas em sistemas assépticos diretamente nos países onde são colhidas.

O termo “asepsia”, aqui utilizado, tem sua origem na medicina. A palavra serve para designar o método capaz de destruir microorganismos prejudiciais que se multiplicam nos alimentos.

O sistema asséptico SIG Combibloc é mais vantajoso do que a esterilização convencional porque, ao contrário do que ocorre nesta, o conteúdo e a embalagem são esterili-

zados separadamente.

Na SIG Combibloc, os alimentos são ultra-aquecidos por um curto período de tempo e logo depois são resfriados, no processo conhecido por HTST. Paralelamente, acontece a assepsia da embalagem, que será envasada com o alimento que passou pela esterilização HTST. É importante destacar que todo o processo ocorre em uma área completamente esterilizada.

O processo HTST e o envase asséptico garantem que praticamente todas as vitaminas e minerais necessários para uma dieta saudável sejam preservados.

Na esterilização convencional, ao contrário, as bactérias são destruídas após o envase do alimento. Por isso demora-se mais para aquecer e resfriar o alimento e a embalagem, danificando-se as vitaminas e minerais.

Já o processo HTST é menos agressivo: dependendo do tamanho, volume e viscosidade da polpa do tomate, a fase de ultra-aquecimento dura de 30 segundos a aproximadamente 3 minutos (com temperatura de cerca de 105°C a 120°C). Dessa forma, o aroma, o sabor, as vitaminas e a pigmentação natural são conservados por longos períodos, sem a



Hoje em dia, produtos à base de tomate podem ser envasados com pedaços de 15 a 40 milímetros (como broto de soja ou cebola) nas máquinas da SIG Combibloc.

necessidade de refrigeração ou de conservantes artificiais.

#### Uso flexível

As máquinas de envase da SIG Combibloc, fabricadas especificamente para alimentos, garantem que produtos de alta viscosidade ou com pedaços sejam adicionados a produtos líquidos, tudo em uma única embalagem. Graças à tecnologia de envase em duas fases, garante-se que as características individuais de aquecimentos de cada alimento sejam respeitadas. Ou seja, produtos distintos são processados individualmente, em máquinas separadas, antes de serem envasados na embalagem esterilizada.

Dependendo do tipo de alimento, é possível ainda criar barreiras de esterilização (ar esterilizado ou vapor) já que as máquinas de envase são projetadas para atender essa demanda. Até mesmo alimentos de alta e baixa acidez podem ser envasados juntos no mesmo equipamento. Além de produtos viscosos ou em pedaços, as máquinas de envase da SIG Combibloc podem envasar líquidos. Para tanto, bastam algumas alterações (como válvulas, sistema de bombeamento e limpeza).

#### Comprovado cientificamente

Um estudo da Cornell University (Nova York, EUA) demonstrou que o tomate se torna mais saudável quando aquecido por um curto período de tempo. Quando esquentado com uma pequena quantidade de óleo, o licopeno –que já foi mencionado acima como um dos mais eficientes agentes antioxidantes – se torna mais disponível. No aquecimento, o licopeno é liberado das células de tomate e se converte em um estado de fácil absorção pelo corpo humano. De acordo com essa pesquisa, o nível de licopeno é quase dobrado. Essa é mais uma prova de que, mesmo no inverno, é possível manter uma dieta saudável, graças às embalagens assépticas.

Mais informações estão disponíveis em nossa revista on-line:

[www.sig.biz/combibloc/factsandtrends](http://www.sig.biz/combibloc/factsandtrends)



# Guardiã de vidas

*Natural de uma família de 13 filhos, criada em um pequeno vilarejo colonizado por alemães, encravado no interior de Santa Catarina, a pequena Zilda Arns não imaginava que o destino lhe reservava a importante missão de salvar vidas.*



*A médica Zilda Arns, fundadora do maior movimento para salvar a vida de crianças, se tornou exemplo no Brasil e no mundo.*

Em meados da década de 1930, Gabriel Arns era um esforçado agricultor que cuidava da fábrica familiar de queijos e laticínios. Enquanto ele trabalhava, sua esposa, Helena Steiner Arns, além de ser uma aplicada dona de casa, dedicava grande parte de seu tempo para tratar dos doentes do povoado onde viviam. Foi ela um grande exemplo para a pequena Zilda. À base de medicamentos caseiros, preparados a partir de plantas medicinais, a sra. Arns tornou-se popular no vilarejo por curar doentes utilizando-se de ervas e sebo de carneiro.

As visitas que fazia com a mãe aos doentes inspiraram a 12ª filha daquela família a tornar-se médica e ajudar os pobres. Por isso, aos 19 anos, Zilda mudou-se para Curitiba, onde iniciou os estudos de medicina, especializando-se mais tarde em sanitária.

Tudo parecia bastante “normal” em sua vida. Casada com o namorado que conheceu na faculdade, mãe de cinco crianças, ela já havia criado uma família. “Mas não sentia que havia completado meu desejo de infância de viajar pelo mundo e dar assistência médica para famílias carentes”, recorda Zilda. Esse sonho tornou-se mais distante com a morte precoce do marido –quando ela tinha 42 anos–, fato que exigiu sua completa dedicação aos filhos.

Em 1982, um de seus irmãos, o cardeal Dom Paulo Evaristo Arns, procurou-lhe para propor uma idéia; Zilda estava com 49 anos, e seus filhos haviam terminado os estudos.

Dom Paulo acabara de voltar da Suíça,

onde participara de um debate sobre a miséria. Naquele país, durante uma conversa informal com James Grant, então secretário-executivo do Unicef, o cardeal recebeu sugestões para a Igreja combater a situação da mortalidade infantil no Brasil. Quando retornou, Dom Paulo procurou sua irmã e lhe contou sobre a conversa. Em pouco tempo, nascia a Pastoral da Criança, uma organização ecumênica apoiada pelo Unicef, que une fé e vida no acompanhamento de crianças, famílias e gestantes carentes.

## Água, sal e açúcar

Para a primeira experiência, foi escolhido o município de Florestópolis, no Paraná, onde o índice de mortalidade infantil chegava a 127 mortes a cada mil crianças nascidas vivas –a média brasileira é de 27,5. Lá, a médica pediatra e sanitarista capacitou líderes comunitários para visitar as famílias carentes e ensinar princípios básicos de higiene e cuidados com a nutrição dos filhos.

“A desnutrição infantil, causada em grande parte por diarreia, é a principal causa de mortes dos bebês”, diagnostica Zilda. Nas cidades do interior do Brasil, quando havia posto de saúde, não raramente faltava soro para hidratar-las. Para solucionar a falta do medicamento, a médica desenvolveu uma fórmula simples para salvar as crianças: o soro caseiro, preparado em um copo de água, com uma colher de açúcar e uma pitada de sal. A mistura funcionava, mas o Ministério da Saúde criticou a idéia porque não seria “cientificamente comprovada”.

Com ótimos resultados nesse município, onde a mortalidade infantil foi reduzida a 28 por mil após um ano de atividades, a médica sanitarista apresentou a experiência aos bispos do Brasil, reunidos em Assembléia Geral. Com o apoio, a Pastoral da Criança foi sendo expandida pela Igreja, por meio de sua organização e de sua abrangência a todos os 27 estados brasileiros.

A fórmula simples da médica continuou a salvar vidas e logo recebeu o apoio da Sociedade Brasileira de Pediatria. Em pouco tempo, o Ministério da Saúde reconheceu o mérito da invenção da médica do interior.

Hoje, presente em 36.422 comunidades organizadas em bolsões de pobreza e miséria de 3.757 municípios, a Pastoral da Criança registrou, durante todo o ano de 2004, uma taxa de mortalidade infantil de 14,5 mortes para cada mil nascidos vivos. São mais de 1,8 milhão de crianças e 83 mil gestantes acompanhadas todos os meses em ações básicas de saúde, nutrição, educação e cidadania, sem distinção de cor, raça, credo religioso ou político. “Não fazemos proselitismo, entre nossos educadores contamos com evangélicos e mulçumanos. O importante é salvar vidas”, destaca a médica, que já foi indicada quatro vezes para o Prêmio Nobel da Paz. Com o trabalho de mais de 242 mil voluntários, a Pastoral da Criança leva orientação e solidariedade a mais de 1,3 milhão de famílias pobres - tudo isso pela ínfima quantia de R\$ 1,18 por pessoa.

Reconhecida por sua eficiência, a entidade está servindo de modelo para países da África: Angola, Moçambique e Guiné-Bissau; Ásia: Timor-Leste e Filipinas; e América Latina: Paraguai, Peru, Bolívia, Venezuela, Argentina, Chile, Colômbia, Uruguai, Equador e México. Em muitos países, como Angola e Guiné-Bissau, os primeiros treinamentos foram dados pela própria Zilda. “Meu pai me dizia que eu deveria ser professora, de minha mãe veio o exemplo de curar os doentes. Somei os dois e me considero hoje uma médica-educadora e, mais que tudo, cidadã”, conclui.

Mais informações estão disponíveis em nossa revista on-line:

[www.sig.biz/combibloc/portrait](http://www.sig.biz/combibloc/portrait)



*A Pastoral da Criança, fundada por Zilda Arns, cuida de 1,8 milhão de crianças apenas no Brasil.*

# Reserva natural de madeira

*A embalagem cartonada é composta por aproximadamente 75% de celulose na forma de papel cartão com espessura de 0,4 mm. As fibras especiais requeridas para a produção das embalagens cartonadas origina-se nas florestas escandinavas, onde, graças ao projeto de manejo florestal sustentável, pode-se contar com uma fonte praticamente inesgotável de madeira.*



*Na Escandinávia, as madeiras devem assegurar o replantio das árvores utilizadas.*

A celulose é uma matéria-prima renovável. Garantida em abundância pela própria natureza, está presente na madeira e nas plantas e representa a maior reserva natural de matéria-prima no mundo. A madeira é capaz de substituir as fontes de combustíveis fósseis e não-renováveis, como o carvão, gás natural e óleo cru, atendendo às demandas das economias modernas de mercado.

## Princípio da sustentabilidade

A madeira que dá origem às fibras de celulose utilizadas na fabricação das embalagens cartonadas é coletada, principalmente, nas florestas escandinavas. Os fornecedores das lâminas de papel cartão da SIG Combibloc estão comprometidos em realizar um manejo florestal sustentável dos pontos de vista ambiental e social. O princípio de sustentabilidade



*O processo de recuperação florestal pode ocorrer de forma natural ou pelo plantio de sementes e mudas.*



*Na Escandinávia, região rica em florestas e lagos, a madeira é uma fonte infinita de matéria-prima.*

é o modelo que prevê benefícios para desenvolvimentos voltados para um futuro melhor.

Os escandinavos também seguem esses princípios na exploração da celulose. As madeiras da Escandinávia, após o corte da árvore, garantem a recuperação da floresta, quer seja de modo natural, pelo plantio de mudas ou de sementes.

Com a ajuda de sistemas de monitoramento certificados, a SIG Combibloc garante que toda a madeira utilizada na fabricação do papel cartão tenha origem em áreas de reflorestamento. O sucesso deste modelo é fácil de demonstrar: hoje, a região conta com uma reserva florestal comparável com a que tinha no início do século 20.

## Papel cartão mais leve

A madeira obtida de árvores como o pinheiro, o abeto e a bétula é utilizada na produção das lâminas de papel cartonado. Após o corte e a laminação do tronco, a madeira é tratada em uma solução especial para que a lignina, substância responsável pela rigidez da fibra de celulose, se separe. O resultado é uma celulose escura, fibrosa e bastante resistente.

Na produção do papel, utiliza-se o máximo possível de matérias-primas renováveis.

Na última década, o papel-cartão se tornou 23% mais leve. Isso foi possível graças à constituição trifásica da lâmina: bétula, abeto e, entre elas, uma camada intermediária de celulose CTMP –um tipo de celulose que passa por tratamento químico e mecânico para garantir maior rendimento, resistência e leveza. Por isso, com o mesmo volume de celulose, é possível produzir mais embalagens cartonadas.

## Reciclagem simples

Nos países onde existem sistemas de coleta seletiva e processamento de resíduos sólidos, as embalagens cartonadas têm sido reaproveitadas há anos nas usinas de papel. A reciclagem do papel é feita em *pulpers* (liquificadores enormes), onde ocorre a mistura das aparas (pedaços de papel) e água. Depois, o resultado segue para a linha de produção. A fibra reciclada é usada na fabricação de bobinas, caixas dobráveis e papel ondulado. Apenas no ano passado, na Alemanha, por exemplo, 153.500 toneladas de papel laminado foram recicladas. O uso desse material minimiza

o uso da matéria-prima original proveniente das florestas. É importante destacar que o polietileno e o alumínio também são reciclados. Assim, pode-se afirmar que a embalagem cartonada é totalmente reciclável. Por isso, na Alemanha, a embalagem cartonada é classificada como ecologicamente correta.

Mais informações estão disponíveis em nossa revista on-line:

[www.sig.biz/combibloc/environment](http://www.sig.biz/combibloc/environment)

