



Marcas de cerveja e pães se unem no combate à Covid-19

Ambev, Bimbo Brasil, Heineken e Wickbold produzirão toneladas de pães feitos com malte para comunidades vulneráveis



Desde o início da pandemia, diversas empresas realizaram parcerias com o objetivo de potencializar iniciativas no combate à pandemia do novo coronavírus. Uma das mais recentes foi a união entre a Ambev e a Bimbo Brasil, empresa de panificados, na produção de 540 mil fatias de pão – feitas com maltes de cevada usados na produção da cervejaria – destinadas às comunidades vulneráveis das cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Gravataí, locais onde ambas as empresas têm fábricas.

A iniciativa que acontecerá a partir da segunda-feira, 22, beneficiará cerca de 680 entidades do banco de alimentos Mesa Brasil Sesc e da Central Única das Favelas (Cufa), que destinarão os pães para famílias dessas comunidades.

“Conseguir utilizar um ingrediente essencial das nossas cervejas, como o malte de cevada, para fazer pão mostra como a inovação e o impacto social caminham juntos. Precisamos fazer o que está ao nosso alcance para ajudar e continuaremos buscando novas maneiras de colaborar”, afirma Carla Crippa, vice-presidente de relações com a sociedade da Ambev.

O objetivo da parceria é diminuir os efeitos econômicos causados pela pandemia e auxiliar pessoas que estão passando por dificuldades no momento. “Acreditamos que a união de esforços, principalmente de grandes empresas, pode levar muitos benefícios para a população e contribuir no combate à Covid-19”, comenta Alfonso Argudín Álvarez, diretor geral da Bimbo Brasil.

Outra empresa de cerveja que se uniu a uma de pão para criar uma iniciativa de combate ao novo coronavírus foi a Heineken. Em parceria com a Wickbold, a companhia lançou o projeto “Fornada do Bem”, que doará dois milhões de fatias de pães feitos com malte da cervejaria às famílias em situação de vulnerabilidade. As doações acontecerão a partir de julho, no estado de São Paulo, por meio da ong Banco de Alimentos.

A Heineken doou cerca de três toneladas de malte para a iniciativa. A Wickbold teve que adequar sua linha de produção para atender às demandas do projeto, que visa a fabricação de 40 toneladas do produto. “Estou otimista em ver a postura solidária de tantas empresas e sinto que esse momento tem sido de profunda reflexão para o entendimento de que há um papel fundamental do setor privado na construção de uma sociedade menos desigual”, comentou Pedro Wickbold, diretor da companhia, em comunicado.