




SECTOR AGUA Y BEBIDAS

Inbesa
 Grupo Fuensanta
 Asturias, España
 » empaquetadora SMI SK 602T



■ En el norte de España, en la región de Asturias, la historia y el desarrollo económico constituyen un todo con la naturaleza de los bosques y de los lagos, con el característico paisaje de montaña y con el mar turbulento del océano. Los espacios naturales representan de hecho el orgullo de esta región autónoma, que de esta naturaleza obtiene los recursos para su desarrollo económico. Desde este paisaje sin contaminación se desarrolla el sector económico predominante: el de las aguas minerales. En esta región, de hecho, tienen sede importantes sociedades de embotellado. El Grupo Fuensanta es la sociedad

asturiana más importante en términos de facturación y representa el duodécimo productor más relevante en España, con 132,8 millones de litros embotellados en 2006, de los cuales 92,6 en la fábrica de Aguas de Fuensanta y el resto repartido entre las filiales Aguas de Orotana y Aguas de Font de L'Om. Entre 2005 y 2006, el grupo ha incrementado la producción del 7,97%, atribuyendo al Grupo Fuensanta una cuota de mercado del 2,5%. Otro grupo regional de gran desarrollo es Inbesa (Innovaciones y Bebidas), cuya mayoría es de la sociedad Aguas de Fuensanta. El



establecimiento de Galea produce una amplia gama de aguas, bebidas, sidra, zumos y otras bebidas de marca propia y de otros productores. Inbesa, que posee una participación minoritaria del Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (Idepa), ha sido la primera sociedad española en producir aguas aromatizadas y con sabor a fruta.

▪ SENSACIÓN Y VITALÍNEA packaging realizado con la empaquetadora SMI SK 602T



Arriba: el sitio web Font Vella www.fontvellasensacion.com
une las cualidades refrescantes del agua y de la fruta al ritmo de la música de los "Garglings"

El agua denominada Galea se comercializa actualmente en España y en el extranjero. Además a partir de 2005, en el establecimiento de Siero, Inbesa produce bajo la supervisión de Font Vella-Danone las aguas aromatizadas Font Vella Sensación y las aguas funcionales Vitalínea, que precedentemente se importaban desde Francia.

El establecimiento de Inbesa realizó importantes inversiones para implantar esta nueva línea de embotellado, que presupone una innovación en la oferta de agua mineral en España: se trata de hecho de un tipo de producto que por sus características se aproxima al concepto de las bebidas. Esta operación, realizada en colaboración con Font Vella (que comercializa los productos Sensación y Vitalínea), es la demostración de la importancia de Inbesa, tanto por su experiencia en el sector como por el nivel de desarrollo tecnológico alcanzado.

La nueva línea, denominada Font Vella Sensación, es un producto a base de agua complementada con aromas de fruta. La fórmula, ya



comercializada por Danone en Francia, Gran Bretaña y Alemania, ha encontrado una buena respuesta en el mercado español.

Para el embalaje de los productos Sensación y Vitalínea, la sociedad Inbesa ha decidido instalar en su línea productiva una empaquetadora en film termorretráctil SMI de doble pista, modelo SK 602 T.

Las botellas en PET de la capacidad de 1,25 l se embalan en multipack 3x2 o 2x2 en sólo film y en paquetes 4x3 o 5x3 con el soporte de una bandeja

de altura de 130 mm, que protege en mayor medida el contenido del paquete.

La inversión realizada ha resultado satisfactoria para ambas sociedades y ha permitido la producción y comercialización de esta gama de productos, que satisface un número siempre creciente de consumidores.

La instalación de la empaquetadora en film termorretráctil SMI es el resultado de una partnership que ha nacido con el origen de Inbesa, fundada en 1995 como sociedad independiente del Grupo Fuensanta. De hecho, se remontan a 1996

las primeras máquinas entregadas por SMI a la sociedad española, con posteriores inversiones en los años siguientes, entre las cuales podemos citar una empaquetadora para embalar productos en bandejas+film y una formadora de bandejas.

SMI ha sido capaz de responder a las mutaciones del mercado que Inbesa y las otras sociedades del grupo Fuensanta han debido enfrentar, proponiendo distintas soluciones que han puesto de manifiesto los aspectos tecnológicos y de asistencia técnica.



Mercado del agua: Sanpellegrino cierra el año con el récord de un billón de botellas



■ En Ruspino de San Pellegrino Terme (Bérgamo), cerca de la sede productiva de SMI, ha sido festejado el nuevo récord productivo de la fábrica local de agua y de bebidas del grupo Sanpellegrino-Nestlé Waters Italia: más de un billón de botellas producidas en 2007 entre agua mineral y bebidas.

En términos históricos, el bergamasco es el primer establecimiento del grupo Sanpellegrino-Nestlé Waters: se remonta a 1889, cuando fue fundada la Sociedad Anónima Terme de San Pellegrino. A

día de hoy, Sanpellegrino-Nestlé Waters representa una importante realidad económica, un indiscutible protagonista en el sector de la hostelería italiana en el extranjero y un cliente de prestigio para el grupo SMI. Del billón de botellas producidas, más del 70% está destinado a la exportación, confirmando la vocación internacional de la empresa. Ya en 1900, en el primer año de actividad de la sociedad, las exportaciones representaban más del 16% de la producción y ya en 1907 el agua Sanpellegrino



INBESA
 INNOVACIÓN
 DE BEBIDAS S.A.

■ Grupo Sanpellegrino

Sanpellegrino-Nestlé Waters Italia es la realidad más grande y significativa en el campo del beverage sin alcohol en Italia, líder en el mercado italiano de las aguas minerales y segunda en el mercado de las bebidas. En el sector de las aguas minerales Sanpellegrino opera con las marcas internacionales S. Pellegrino y Acqua Panna, las marcas nacionales Levissima, Nestlé Vera y S. Bernardo y las aguas minerales regionales Pejo, Recoaro, Claudia y Nestlé Vera S. Rosalia. En el mercado de las bebidas, en cambio, Sanpellegrino Spa está operativa con las marcas Sanpellegrino (naranjadas, limonadas y otras bebidas gaseosas), Chinò (quinas), Sanbitter (aperitivos sin alcohol), Belthè (té frío), Recoaro y Vera. En 2006 Sanpellegrino ha facturado alrededor de 900 millones de Euros. Sus productos están presentes en más de 100 países a través de delegaciones y distribuidores repartidos en los cinco continentes.

se encontraba en Nueva York, Shangai, Calcuta, Sydney y Lima. Actualmente, entre las grandes aguas minerales italianas la de San Pellegrino Terme es la única que consigue exportar al extranjero la mayor parte de su producción (hasta un 86%).

Los valores de la cultura italiana, como elegancia, distinción, "saber vivir" y "convivialidad", han puesto el sello al éxito del agua mineral Sanpellegrino en el sector de la hostelería italiana en el extranjero. Asimismo, la botella de agua mineral con la estrella roja se ha hecho un prestigioso embajador de la pequeña ciudad de San Pellegrino Terme, de la cual lleva el nombre a los 120 países a los que se exporta. En las 10 líneas de producción del establecimiento de Ruspino,

además de la célebre agua mineral y de los aperitivos, se producen también las bebidas Sanpellegrino en los formatos de vidrio y lata. Además, el grupo Sanpellegrino tiene 8 unidades productivas fuera de Bérgamo, para la producción de bebidas en PET y de otras aguas minerales como Levissima, Nestlé Vera, Recoaro, Claudia, S. Bernardo, Acqua Panna y Pejo. Sin embargo, el establecimiento Sanpellegrino en Ruspino representa el sello de identidad del grupo, en términos de resultados productivos y en términos de desarrollo de proyectos orientados a la protección del territorio. A lo largo del último año, gracias a una revisión de los procesos empresariales y de las relaciones con los proveedores, se han reducido del 15% los derroches de agua

en los procesos productivos y del 6% el consumo energético y el impacto ambiental del "packaging". Además, se ha derivado al ferrocarril el 30% del transporte de las mercancías, con el objetivo de llegar al 50% dentro de tres años.

