

# pro carton



Marcas: **Naturaleza – el camino seguro hacia el éxito**

Marketing: **Cartón para la próxima década**

Concursos/Diseño: **Éxito para los envases de cartón**

Eventos: **Luxe Pack**

Sostenibilidad: **Nueva Norma ISO**



**PRO CARTON**

Association of European Cartonboard  
and Carton Manufacturers

La importancia de los envases de cartón sigue creciendo a largo plazo. Las empresas líderes de productos de consumo, al igual que el comercio minorista y los fabricantes siguen centrándose en el reciclaje y la sostenibilidad del envase. Y los consumidores son muy conscientes de que el cartón es el material de envase y embalaje más sostenible, por lo que, cada vez más, son partidarios de este tipo de envase. Los envases modernos hechos de cartón no solo protegen el producto e informan a los consumidores de su contenido y usos. También proporcionan a los diseñadores una excelente base para su trabajo, la presentación de marcas y productos en el punto de venta. La competencia entre las marcas en cuanto a qué producto termina finalmente en la cesta de la compra se decide, al final, por el envase. Ningún otro material de envase ofrece oportunidades similares para el "primer momento de verdad" más que el cartón.



Esta edición de nuestra revista impresa ofrece una selección de las noticias más importantes de nuestro servicio de E-News e incluye una gran cantidad de información fundamental para el trabajo diario de diseñadores, fabricantes de cartón y envases de cartón, fabricantes de productos de marca y el comercio minorista, así como la prensa especializada.

Todos los profesionales que trabajan en estos sectores deberían mantenerse informados sobre los temas actuales. Puede encontrar informes exhaustivos de todos estos temas en inglés, francés, alemán, italiano o español en [www.procarton.com/news](http://www.procarton.com/news). Nuestros emails se publican todos los meses en estos cinco idiomas y llegan a lectores de 38 países europeos. Realmente merece la pena suscribirse al servicio de E-News de Pro Carton para obtener un conocimiento avanzado del mercado sobre el diseño y el marketing y toda la cadena de suministro.

Roland Rex, Presidente de Pro Carton

# Marcas y mercados

## Naturaleza – el camino seguro hacia el éxito

Mag. Martina Hörner es responsable de las marcas blancas del Grupo Rewe Austria desde 2002. En su cargo, su principal responsabilidad ha sido la gestión de la marca "Ja! Natürlich", probablemente la marca europea más exitosa en términos de biomarketing (Ja! Natürlich = ¡Sí! Naturalmente).



En lo que respecta a los envases y embalajes, está muy al tanto de los materiales respetuosos con el medio ambiente. Y por esa razón, los envases de cartón son los más "naturales". Esta entrevista proporciona algunos puntos destacados del éxito de "Ja! Natürlich" y una visión general de lo que depara el futuro.

## Oro negro en una caja plegable

Desde el año 2000 Nespresso se ha convertido tanto en una marca a nivel mundial como en líder de mercado de café en cápsulas – con una tasa de crecimiento medio del 30 por ciento al año. Ninguno de los otros segmentos comerciales de Nestlé podría igualar estos resultados. No hay nada más adecuado para la presentación de productos que envases de cartón.



## Atrae a (casi) todos los sentidos

El nuevo chicle de estilo de vida de CHICLES 5 dirigido a adultos de edades comprendidas entre los 18 y los 29 años ha convencido tanto al comercio como a los consumidores. El mayor fabricante mundial de chicle de nuevo ha dado a este segmento un impulso masivo. La conquista de Europa comenzó en Alemania en 2009 e incluyó el Concurso Pro Carton/ECMA. Este es uno de los relanzamientos con mayor éxito: realizado en atractivos envases de cartón.

► Más en [www.procarton.com/news](http://www.procarton.com/news)



# Tendencias de marketing

## Cartón para la próxima década

El último estudio de tendencias para 2011 de JWT Intelligence muestra un entorno positivo para el cartón – y no solo por la sostenibilidad. JWT Intelligence forma parte de la red global de JWT, una de las mayores agencias de marketing y comunicaciones del mundo.

De las 100 tendencias de este estudio, hemos seleccionado diez especialmente importantes para el marketing, el comercio y, por supuesto, los envases. En los siguientes tres escenarios tratamos de definir las correspondientes funciones de los envases de cartón.



## Integridad en medio de un océano de información



Prof. Matthias Karmasin

En la jornada informativa de la austriaca ECR (“Respuesta Eficiente al Consumidor”), celebrada el 11 de noviembre de 2010 en Viena, el Prof. Matthias Karmasin resumió el desarrollo de la comunicación de tres formas: cambios en los medios de comunicación que cambian el mundo, cambios en la comunicación que cambian el consumo y cambios en el consumo que exigen cambios en el marketing. Y, además, el envase está sujeto a nuevas funciones, que se pueden materializar perfectamente utilizando cartón.

## Los envases y la combinación de medios



Hans Georg Stolz

El panorama de los medios de comunicación ha cambiado considerablemente, al igual

que lo ha hecho el papel de los consultores de medios. Ya no se trata simplemente de poner anuncios. “En un mundo aparentemente infinito de medios clásicos y nuevos, el consultor de medios de comunicación se convierte en un colaborador indispensable que decide sobre la importancia y el uso de diferentes canales de comunicación. Y uno de estos canales es el envase, aunque no todo el mundo se ha dado ya cuenta de ello”, expresó Hans Georg Stolz, Director Ejecutivo de Pointlogic Alemania y Presidente de la Asociación del Grupo de Trabajo de Análisis de Medios (AGMA).



## Estudio de Pro Carton: ¿Son importantes los envases sostenibles?

Actitudes de los consumidores sobre los envases y la sostenibilidad: un nuevo informe, encargado a GfK por parte de Pro Carton, muestra claramente que la sostenibilidad en los envases es importante y que los consumidores están interesados y preocupados por este tema. Más del 64% de los encuestados expresaron que los envases deberían estar compuestos por materiales respetuosos con el medio ambiente y a más del 55% les pareció que los envases deberían contener la menor cantidad de plástico posible.

► Más en [www.procarton.com/news](http://www.procarton.com/news)



# Concursos/Diseño

## Diseños frescos desde Europa

### Concurso Internacional de Diseño Pro Carton 2012

El Concurso Internacional de Diseño Pro Carton es un certamen para recoger nuevas ideas de diseños aún sin desarrollar en el campo de las aplicaciones del cartón y los envases de cartón y está dirigido a estudiantes. El objetivo del concurso es descubrir en toda Europa nuevas soluciones e ideas en relación con el uso del cartón, presentarlas al público e incluso llevarlas a cabo.



En 2012 se celebrará la tercera edición de este concurso europeo. Y por primera vez no habrá etapas previas de clasificación nacionales, habrá solo una única Europa, Occidental y del Este.

## Diseños de éxito

El diseño de los envases está experimentando un boom: algo no demasiado sorprendente si tenemos en cuenta que el envase representa al producto en el punto de venta. Y es increíble lo que los envases de cartón pueden ofrecer – hemos reunido para usted algunos de los ejemplos más atractivos de los concursos europeos de diseño de envases más importantes de 2010.



## Un veloz Smart hecho de cartón

Se habían hecho muchas cosas de cartón, pero nunca un coche. Una innovadora empresa alemana ha hecho realidad lo imposible y ha dado a un Smart un chasis y un interior de cartón. El coche causó sensación



en la feria Luxe Pack celebrada en octubre de 2010 en Mónaco. Con un poco de suerte podrá verlo en una de las próximas exposiciones de envases y embalajes o en alguna presentación de Smart.



## Concurso Pro Carton/ECMA 2010

Año tras año, los participantes del Concurso Pro Carton/ECMA para envases de cartón extraordinarios se superan en términos de calidad. El Concurso de 2010 ha establecido nuevos estándares, no solo en cuanto a elegancia, sino también en cuanto a diseño y sostenibilidad. En [www.procartonecmaaward.com](http://www.procartonecmaaward.com) se pueden revivir diez fascinantes historias de éxito: diez ejemplos impresionantes de una cooperación exitosa en la cadena de suministro – con historias completas, comentarios del jurado y magníficas fotografías.

► Más en [www.procarton.com/news](http://www.procarton.com/news)



# Eventos

## Lujo en envases de cartón

Imaginación, creatividad, calidad y estilo, todos estos aspectos estuvieron presentes en la reciente feria Luxe Pack celebrada entre el 20 y el 22 de octubre de 2010 ([www.luxepack.com](http://www.luxepack.com)). Esta exposición ha sido diseñada para mostrar lo mejor en envases y embalajes para los mercados de lujo; cada año, se celebra merecidamente en Mónaco y reúne a los mejores

productores de envases y embalajes que muestran lo que pueden conseguir. Fue interesante ver que, en los envases diseñados para las estanterías de los establecimientos, hubo poco plástico con una primacía de expositores que mostraron envases de cartón y la mayor parte de estos presentaron orgullosos los beneficios medioambientales de sus ideas y diseños de envase y embalaje.

► Más en [www.procarton.com/news](http://www.procarton.com/news)



# Sostenibilidad

## Una norma única para todos

En febrero de 2011, el Presidente de Pro Carton, Roland Rex, y el Profesor Universitario Dr. Wolfgang Wimmer de la Universidad Técnica de Viena, así como el coordinador del grupo de trabajo ISO 14067, el Dr. Klaus Radunsky, se reunieron en Viena para debatir los desarrollos sobre las próximas huellas de CO2 de los productos. Pro Carton está convencido de que la nueva norma ayudará a posicionar el cartón aún más como material sostenible para envases y embalajes.

La huella de CO2 de los productos determina la cantidad total de emisiones de gases de efecto invernadero que se pueden atribuir a un producto durante su ciclo de vida completo. La Organización Internacional de Normalización (ISO) está actualmente trabajando en la nueva norma ISO 14067 para la huella de CO2 de los productos para poder cuantificar y dar a conocer las emisiones de gases de efecto invernadero de los productos y servicios en forma de norma mundial. Se espera un documento definitivo para mediados de 2012. Importantes empresas internacionales han expresado su interés, ya que han reconocido que los mercados son sensibles a las nuevas estrategias climáticas y que la huella de CO2 de los productos se convertirá, por tanto, en un argumento de venta.

## Salvar la alimentación: la protección gana

Cálculos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) sugieren que entre el 20% y el 75% de los alimentos de algún modo se han perdido. Muchos se podrían salvar mediante la iniciativa "Save Food". Junto con la FAO, Düsseldorf Fair celebrará un congreso sobre este tema como parte de la exposición de Interpack 2011. Los envases de cartón, al ser la forma de envase más sostenible y la preferida por los consumidores, ya realizan una contribución importante al garantizar que los productos alimenticios llegan a los consumidores en perfectas condiciones y se pueden manipular con el debido cuidado en los hogares, declara el Presidente de Pro Carton, Roland Rex.



## Unilever se compromete con la obtención sostenible de envases de papel

Unilever recientemente ha publicado una política de obtención sostenible de envases de papel y cartón como parte de su compromiso para duplicar el tamaño de la empresa, al mismo tiempo que reduce su impacto medioambiental.



La política define el ambicioso objetivo de la empresa de trabajar con sus proveedores para obtener el 75 por ciento de sus envases de papel y cartón de bosques gestionados de manera sostenible o de materiales reciclados en 2015, llegando al 100 por cien en 2020.



**Asuntos Públicos:  
Envases de cartón y huella de carbono**

# Los bosques: base de vida



En Europa, una estrategia de gestión forestal sostenible para producir papel y cartón conlleva el cultivo de bosques y mantiene o aumenta las reservas de carbono forestal, lo que ayuda a mitigar el cambio climático. Para celebrar las acciones humanas sobre la gestión sostenible de los bosques de todo el mundo y para concienciar a la gente sobre la gestión sostenible y el desarrollo en los bosques, las Naciones Unidas han declarado 2011 el "Año Internacional de los Bosques". Que la industria europea del cartón y los envases de cartón realiza una contribución positiva a la sostenibilidad de los bosques quedó demostrado el año pasado mediante un estudio científico que señaló que el uso de envases de cartón y la fabricación de cartón en Europa fomentan la gestión forestal sostenible y el secuestro de carbono en los bosques y que esto se puede relacionar directamente con la medición de la huella de carbono de los envases de cartón.



Estudios recientes muestran que la medición de la huella de carbono y la facilidad de reciclaje son las cuestiones que se consideran más importantes a la hora de medir el impacto medioambiental de los envases. Los envases de papel y cartón, con una estructura de recuperación y reciclado perfectamente consolidada, también tienen una buena historia medioambiental que contar en lo que respecta a las huellas de carbono.

En la actualidad, no existe ningún acuerdo sobre el modo de calcular una huella de carbono, por lo que, mientras tanto, la industria del papel y el cartón ha desarrollado un enfoque para los productos a base de papel conocido como el Marco de Trabajo de la CEPI (su desarrollo fue supervisado por la organización general de la industria: la Confederación Europea de Industrias del Papel). El Marco de Trabajo de la CEPI consta de 10 áreas (conocidas como los "Ten Toes" [los diez dedos de los pies]), que forman los límites para un análisis del ciclo de vida de la cuna a la tumba (cradle to grave):

Los **Toes 1 y 2** tratan sobre la materia prima forestal de los envases de cartón

y analizan las reservas de carbono forestal y el carbono en el producto.

Los **Toes 3 del 7** se ocupan de las emisiones fósiles de los procesos de producción.

La industria ha determinado la huella de carbono media de toda la producción de envases de cartón en Europa como de 964 kg (2009) de dióxido de carbono (y equivalentes) para cada tonelada

## Huella de carbono de los envases de cartón

**Secuestro de CO2 y emisiones de gases de efecto invernadero desde los bosques hasta el tratamiento de residuos**



media de cartón que se transforma. La huella de carbono de los envases de cartón se ha reducido en un 7% en 3 años.

Los **Toes 8, 9 y 10** Los últimos tres Toes tienen lugar después de salir de la planta transformadora de envases de cartón y no son tan sencillos de medir para la industria. Para el Toe 8, la fase de Uso, el resultado es 0, ya que no se requiere energía externa para abrir y utilizar un envase de cartón. Para los Toes 9 y 10, se utilizan normalmente medias europeas o nacionales.

Las industrias de productos forestales, incluida la industria de envases de cartón, poseen atributos exclusivos para aportar al debate sobre la medición de la huella de carbono: las propiedades de su materia prima renovable – fibra de madera de bosques gestionados de manera sostenible.

**Los árboles absorben y almacenan carbono y esto se puede medir en términos de carbono biogénico.**

Cuando las fibras de madera se transforman en envases de cartón, el carbono sigue almacenado en el producto. Cuando los envases de cartón se reciclan y se utilizan para hacer otros papeles o envases, el carbono se queda retenido durante aún más tiempo.

**En el Marco de Trabajo de la CEPI, los atributos de la materia prima se tienen en cuenta en el Toe 1 (Reservas de carbono forestal). Para ver si se**



**podría medir este beneficio y dar valor al Toe 1, Pro Carton respaldó a su asociación colaboradora la ECMA (la Asociación Europea de Fabricantes de Envases de Cartón) en un estudio realizado por el Instituto Sueco de Investigación Ambiental IVL<sup>1</sup>, acerca de la relación entre el carbono biogénico y los envases de cartón.**

El estudio de IVL sugiere un vínculo entre el consumo de envases de cartón y la captación y almacenamiento de carbono en los bosques, del modo siguiente:

- La gestión forestal sostenible es fundamental para un alto secuestro de carbono (captación y almacenamiento) en los bosques, ya que los bosques que se gestionan de un modo activo eliminan carbono de la atmósfera a un ritmo mucho mayor que los bosques no gestionados
- Existe un vínculo beneficioso entre la demanda de envases de cartón por parte del mercado y el secuestro de carbono
- El secuestro neto de carbono en los bosques (eliminaciones de la atmósfera) para la media de toda la producción de envases de cartón en Europa asciende a -730 kg de carbono biogénico por cada tonelada de envases de cartón



Mientras que no se resuelva esta cuestión, Pro Carton cree que a los envases de cartón se les debería atribuir el secuestro de carbono de su materia prima en el cálculo de su huella de carbono. El Toe 1 debería introducirse en la ecuación. Si se reconociera el carbono biogénico relacionado con su materia prima frente al dióxido de carbono emitido durante el ciclo de vida de los envases de cartón, la deducción del carbono biogénico eliminado de la atmósfera del carbono fósil emitido daría lugar a una huella de carbono muy baja:

**De la cuna a la puerta (cradle to gate): 234 kg CO<sub>2</sub>/tonelada**

De la cuna a la tumba (cradle to grave): 397 kg CO<sub>2</sub> / tonelada

► Más en [www.procarton.com/news](http://www.procarton.com/news)

<sup>1</sup> Instituto Sueco de Investigación Ambiental IVL: "Huella de carbono de los envases de cartón en Europa – metodología de la huella de carbono y secuestro de carbono biogénico"  
Resumen de Pro Carton: "Envases de cartón y huella de carbono"  
Disponible en: [www.procarton.com](http://www.procarton.com) Sostenibilidad / Medio ambiente / Huella de carbono



## Pro Carton: marketing aún más sostenible

Pro Carton es la Asociación de Fabricantes Europeos de Cartón y Envases de Cartón y tiene el objetivo de fomentar el cartón y los envases del mismo material como medio de envase equilibrado desde un punto de vista ecológico y económico. Pro Carton opera en toda Europa e informa a toda la cadena de envases y embalajes así como a los clientes sobre los últimos desarrollos en la industria y los mercados. Pro Carton también patrocina el "Concurso Pro Carton/ECMA" y encarga estudios sobre temas específicos.

Objetivos:

- fomentar el uso del cartón y los envases de cartón
- posicionar el envase como herramienta de marketing clave
- presentar las cajas de cartón como la opción de envase más sostenible
- convertirse en la plataforma de conexión en red para todos los colaboradores de la cadena de suministro y en la fuente de información preferente para las cuestiones relacionadas con los envases
- tener siempre presentes las necesidades y soluciones de nuestros colaboradores de la cadena de suministro

Los principales grupos objetivo son propietarios de marcas, minoristas y diseñadores, así como colaboradores de la cadena de suministro: usuarios, transformadores y fabricantes de cartón, además de personas influyentes en los medios y la legislación.

Los mensajes clave: el cartón y los envases de cartón son la opción de envase más sostenible, poseen un alto potencial creativo y son clave en el punto de venta – el eslabón perdido entre el consumidor y el producto.

## Noticias sobre envases y diseño

Las E-News de Pro Carton son un servicio de información actualizada: puede visualizar en segundos un resumen de temas relativos al marketing, el diseño y los envases. Un solo clic le llevará a ejemplos prácticos, entrevistas con expertos, informes de congresos, estudios de mercado, análisis competitivos y mucho más. Esta edición impresa del boletín informativo de Pro Carton se publica anualmente como un "Resumen" para referencia y archivado.

**Dese de alta AHORA en este servicio en [www.procarton.com](http://www.procarton.com) y recibirá de dos a tres noticias actuales cada mes de forma gratuita.**

El servicio de E-News le ofrece importantes ventajas: a menudo recibirá primero noticias de última hora y podrá después adaptar su estrategia a largo plazo a los nuevos desarrollos. Solo se obtienen ventajas: unos 8.000 lectores de 38 países europeos ya se han beneficiado de esta experiencia. Y, por cierto, las sugerencias para nuestro servicio de E-News son siempre bienvenidas, puede enviar un email a:

**Suzanne E. McEwen**

Directora de Marketing y Comunicaciones

[mcewen@procarton.com](mailto:mcewen@procarton.com)

**Jennifer Buhaenko**

Directora de Asuntos Públicos

[buhaenko@procarton.com](mailto:buhaenko@procarton.com)



Suzanne McEwen



Jennifer Buhaenko

## Próximamente en 2011 los temas siguientes:

- Informe sobre Interpack
- Entrevistas de expertos
- Resúmenes de congresos
- Estudios de mercado
- Tendencias de marketing
- Historias de casos de marketing
- Sostenibilidad
- Concursos 2011



**PRO CARTON**

Association of European Cartonboard and Carton Manufacturers

Postfach 36, 1020 Wien  
Telefon und Fax + 43 /1/ 218 69 18  
[office@procarton.com](mailto:office@procarton.com), [www.procarton.com](http://www.procarton.com)

### Pie editorial

**Editor:** Pro Carton, Suzanne McEwen – Directora de Marketing y Comunicaciones, [mcewen@procarton.com](mailto:mcewen@procarton.com), Jennifer Buhaenko – Directora de Asuntos Públicos, [buhaenko@procarton.com](mailto:buhaenko@procarton.com), Pro Carton c/o AC Fiduciaire SA, Todistrasse 47, P.O. Box 1507, 8027 Zürich, Suiza **Diseño:** W&W Grafik & Design