

# Los “Nuevos Jóvenes” reavivan las marcas de calidad

Aquellos días en los que el abuelo se contentaba con enredar en el jardín y leer el periódico, interrumpiendo sus tareas sólo para degustar las comidas que preparaba la abuela desde que se casaron, ya son historia.

Hoy en día, lo más probable es que el abuelo esté viajando por el mundo siguiendo a su equipo de fútbol favorito —o incluso jugando algún partido— mientras la abuela se va de crucero con sus amigas del club de golf.

Las actuales tendencias de consumo rompen los esquemas tradicionales. Para empezar, el grupo de mayores de 50 años o los “Nuevos Jóvenes” como nos gusta llamarles en Infoil, representa una nueva generación con mayor poder adquisitivo pero menos tiempo libre, ya que trabajan más años.

A los “Nuevos Jóvenes” también les gusta experimentar y están dispuestos a pagar más por alimentos, bebidas y productos de mayor calidad que hayan demostrado ser mejores para la salud. Su ajetreada vida les lleva a consumir alimentos rápidos, como los jóvenes, pero sin sacrificar la calidad, la salud y la individualidad.

Por ejemplo, según un informe de Datamonitor, en 2004, los mayores se gastaron el 26% de los 16.100 millones de



euros del mercado europeo de precocinados. Encabezan la lista los franceses, gastándose 1.270 millones de libras en precocinados, seguidos de los británicos (1.8 millones), los alemanes (1.000 millones) y los suecos 330 millones).

Ya que el grupo de 50+ años representa el 50% de la población de Europa Occidental, conviene que los directores de marca tengan en cuenta lo siguiente:

Los “Nuevos Jóvenes” están dispuestos a pagar más por productos de marca y alimentos funcionales, como los que reducen el colesterol.

La calidad también es clave. No quieren precocinados baratos, sino disfrutar de alimentos sanos y sabrosos con un buen vino.

Los mayores también quieren tener buen aspecto y comparan el 40% de las ventas europeas de cuidados personales, más que los jóvenes, el objetivo tradicional de los esfuerzos de comercialización.

Los Nuevos Jóvenes también son golosos, según la base de datos ConsumerGraphics de Datamonitor. En Europa Occidental, los productos de confitería consumidos por los mayores de 55 años representan el 22% del valor de un mercado de 31 millones de euros. Crece la percepción de la

*Continúa en la página 2*

## En el interior

Los “Nuevos Jóvenes” 2  
- Precocinados  
- Blisters farmacéuticos

Innovación 3  
- Revolución redonda  
- Protección de marcas  
- Abre-fácil

Sostenibilidad 4  
Tecnología de plasma  
EAFA en Rusia  
Presentación de Trofeos Alufoil

## Última oportunidad para presentarse

No se pierda esta última oportunidad de presentarse al Trofeo Alufoil 2006, que premia a las soluciones europeas de envases de lámina de aluminio innovadoras, cómodas y ambientalmente responsables.

Fecha límite: 31-10-2005.

Formularios y detalles en [www.alufoil.org](http://www.alufoil.org).

## Las ventas de aluminio van bien

Las cifras de EAFA de los últimos seis meses de 2005 indican que las ventas han mantenido prácticamente las cifras del primer trimestre, con un aumento del 0,3% hasta 430.000 t. El mercado interior sufrió una ligera caída del 2% aunque las exportaciones crecieron en un 13%.

Las expectativas del sector para 2005 son que continuará un buen nivel de ventas.

Consulte las últimas estadísticas de EAFA en [www.alufoil.org](http://www.alufoil.org)



# Los Nuevos Jóvenes



Viene de la página 1

confitería como un producto de calidad para adultos, pasando de las golosinas tradicionales a chocolates de lujo para gustos adultos más sofisticados.

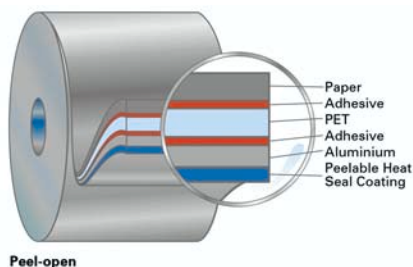
“La nueva generación de gente mayor tendrá más expectativas” dice David Yielding, director de Ricability, un grupo de consumidores independiente que se centra en consumidores mayores y discapacitados y avisa que “lo último que quieren es que les recalquen su vejez con ‘productos especiales’, que también son caros de desarrollar”. Yielding y otros estiman que la clave del éxito con este grupo es el diseño inclusivo.

Si las predicciones se confirman, el grupo de mayores de 50 llegará a ser más importante que el mercado joven, aunque es un grupo difícil de engañar con trucos y productos de calidad inferior. El reto para los fabricantes y comerciantes es satisfacer sus deseos de salud, comodidad y lujo.

## Seguro y fácil para los mayores

Los blisters farmacéuticos deben ser seguros para los niños, según Alcan Packaging, cuya tapa para blisters GUARDLID a prueba de niños ofrece seguridad y comodidad.

El complejo con base de aluminio de GUARDLID incorpora una película de poliéster o de poliamida orientada y papel, ofreciendo la resistencia a la perforación y facilidad de apertura que precisan las normativas de la UE y EE.UU.



Alcoa ofrece un gran surtido de complejos para tapas a prueba de niños, tanto en la variante de despegar, como en la de despegar y empujar y mantiene haber inventado el primer material de cierre de envases blister a prueba de niños.

Se aprovechan unas fuerzas de enlace, producto de una cuidadosa ingeniería, para proporcionar las características de apertura deseadas.

## Tapas prácticas para precocinados

Novelis OHLER Packaging Systems ha creado una práctica tapa de lámina de aluminio para precocinados que resulta tan fácil de abrir para los mayores de 50 años como para el resto de los consumidores.

La nueva Comfort Lid tiene cuatro grandes lengüetas para abrir la tapa y se ha desarrollado con información de la GGT (Sociedad Alemana de Tecnología Geriátrica).

La GGT representa un creciente segmento de mercado de mayores de 50 años y trabaja para el sector alimentario.

El modelo anterior

tenía dos lengüetas pequeñas, en un lado corto y un lado largo de la bandeja. La nueva tapa tiene cuatro, una por cada lado, lo que hace más fácil quitarla con un sólo movimiento y evitar el contacto con los alimentos calientes.

La nueva tapa, normalmente de 48 µm, ha sido probada en hogares y centros geriátricos donde se ha comparado con el modelo anterior. La mayoría de los participantes confirmaron que la nueva tapa era mucho más fácil de abrir. Además, el nuevo modelo se adapta a la maquinaria de cierre existente.



## Los mayores prefieren los blisters farmacéuticos

Los cambios en el segmento de mayores han creado la necesidad de mejorar la facilidad de apertura de los envases farmacéuticos. Por ejemplo, la asociación de investigaciones técnicas Pharma Packaging Study de Faraday Packaging Partnership ofrece interesantes resultados sobre los envases preferidos por los consumidores:

- el 50% prefiere envases blister.

- el 33% prefiere tapones de empujar y girar.
- el 16% prefiere tapones de apretar y girar.

Los envases blister van a generar el mayor crecimiento mundial de todos los envases farmacéuticos, con un aumento anual de la demanda del 6,6% hasta 4.900 millones de dólares en 2007. Según un informe de Freedonia, el mercado europeo occi-

dental será especialmente importante a raíz de una legislación que obliga a utilizar envases unitarios para medicamentos con receta expandidos directamente a pacientes en la UE.

El informe muestra que, entre otras razones, el crecimiento de estos envases se debe a su adaptación a dosis unitarias, que pueden mejorar la seguridad y el cumplimiento y proteger contra el fraude.

## La revolución redonda

Los visitantes de interpack 2005 ya han visto la nueva Cyclero de Huhtamaki Ronsberg, presentada como una revolucionaria nueva generación de envases flexibles multicapa.

Según la empresa, el reto era desarrollar un envase flexible con base de lámina de aluminio sin las desventajas de los envases convencionales de hojalata, vidrio o cartón. La nueva Cyclero (la revolución redonda) es el resultado de un intenso trabajo de desarrollo y cooperación con fabricantes de maquinaria especializados. La base, el cuerpo y el cierre son los principales componentes.



Las múltiples combinaciones posibles permiten ofrecer un producto a medida. La base

puede ser flexible o rígida, con o sin barrera, mientras que el cuerpo está hecho de una combinación de 3 o 4 capas. El aluminio es el material de barrera preferido de Cyclero para producir un complejo de OPP(o PP)/aluminio/PP con un grosor de 100-200 µm, según las exigencias de la aplicación. Se pueden usar varios procesos para envasar el producto: asépticos, en caliente, con esterilización, etc.

El cuerpo redondeado es estable, cómodo de sostener y se puede apretar, funcionando igual que una botella o una lata. Es fácil de abrir y volver a cerrar, tiene propiedades de barrera y, especialmente, ofrece protección higiénica gracias a su abertura para beber. El envase también resulta más ecológico con menos material y peso que una botella o una lata. Las aplicaciones son prácticamente ilimitadas sirviendo para precocinados, meriendas o bebidas isotónicas.



## Laca de termosellado

Hueck Folien y Honeywell han desarrollado una laca de termosellado para los envases blister de empujar que ofrece una larga vida de producto y un aspecto atractivo.

La nueva laca, que permite ofrecer las mismas propiedades en las tapas y en los fondos, ha sido desarrollada para su uso con el Aclar INTM de Honeywell y puede estar en contacto directo con el producto. Cumplen con todos los requisitos farmacéuticos y está homologada por la FDA.

El amplio espectro de sellado de la nueva laca (180-250°C) garantiza un rendimiento óptimo de proceso a alta velocidad en todo tipo de máquinas (sellado por placa o rodillo).

## Marca de agua antifraude

La lámina de aluminio de seguridad Cpl es una nueva solución para productos farmacéuticos y de parafarmacia desarrollado por Teich AG.

La lámina Cpl es una excelente solución para cantidades medianas o grandes de producto y consiste en una lámina personalizada de aluminio cuya superficie ha sido tratada mecánica-



mente para ofrecer el efecto óptico de una "marca de agua de seguridad". No se pueden eliminar las imágenes sin destruir el material, lo que lo protege contra la manipulación o copias ilegales.

El concepto se basa en una tecnología especial de laminación que produce diferencias de textura nanométricas. Las imágenes pueden funcionar de forma visible o invisible, e incorporarse a cualquier material de envasado que contenga aluminio, como envases blister, bolsitas o tiras de aluminio. El grosor del aluminio no se ve afectado por esta tecnología y el proceso de transformación es idéntico al de la lámina normal.

## Recto y fácil de abrir

Terolen es un nuevo complejo de aluminio fácil de rasgar introducido por Huhtamaki que se abre en línea recta. Es adecuado para varios complejos con base de poliolefinas en aplicaciones como bolsas erguidas, envases tipo almohada, bolsas selladas por tres o cuatro lados, bolsas con fondo cuadrado o flow wraps.

El consumidor no tiene más que aplicar un ligero esfuerzo para conseguir un corte recto. El material ofrece una buena resistencia al punzonamiento y una mayor transparencia.

## PeeliCan sirve la captura del día

PeeliCan, un sistema completo de cierre para la industria conservera del pescado, ofrece una alternativa moderna, limpia y cómoda a las latas convencionales de anilla abre-fácil. Desarrollado en exclusiva para la suiza Alupak AG, el desarrollo de Alcan Packaging Rorschach y Alcan Packaging Singen consta de:

- recipientes y tapas de aluminio (a

uno o cuatro colores)

- y un concepto de máquina modular (llenado, sellado por ultrasonidos y sistema integrado de control de calidad).

Las especificaciones para el recipiente y la tapa imprimibles coinciden con los de la aplicación.

Alupak AG ha desempeñado un papel clave en el desarrollo de la nueva tecnología de llenado y sellado.



## Innovadora iniciativa de reciclado

Alcoa Aluminio se ha unido al gigante Tetra Pak, la papelera Klabin y la ingeniería TSL Ambiental para inaugurar en Piracicaba (Brasil), la primera instalación del mundo de reciclado de envases de cartón de líquidos usando tecnología de plasma.

La tecnología de plasma permite la separación completa de los componentes de aluminio y plástico. Este innovador proceso es una mejora importante en el reciclado de envases de cartón para líquidos, que hasta ahora separaban el papel pero no el aluminio del plástico.

El proceso de plasma proporciona otra opción de reciclado, que permite devolver los tres componentes a la cadena de producción como materia prima. Por ejemplo, Alcoa, que suministra la lámina fina de aluminio a Tetra Pak para fabricar envases

asépticos, utiliza el aluminio reciclado para producir más lámina.

La nueva instalación de plasma puede procesar 8.000 toneladas al año de plástico y aluminio, lo que corresponde al reciclado de 32.000 toneladas de envases asépticos aproximadamente. Durante la recuperación de materiales, la emisión de contaminantes es mínima, ya que se realiza en ausencia de oxígeno, sin combustión y tiene una tasa de eficiencia energética cercana al 90%

“Este proyecto sintetiza lo mejor que puede ofrecer la sostenibilidad en cooperación, innovación tecnológica, mejoras ambientales y desarrollo social. Alcoa está orgullosa de participar en la puesta en marcha de esta tecnología pionera” dijo Franklin Feder, presidente de Alcoa Latin America.



## Noticias

### Momentos de orgullo para los ganadores



Los ganadores del Trofeo Alufoil 2005 recibieron sus premios durante interpack 2005 en el stand de EAFA. Aquí, el consejero delegado de Impress Group, Francis Labbé, recibe un Trofeo de manos de Ingrid Mühlböck, presidente de Relaciones Públicas de EAFA, y Stefan Glimm, director ejecutivo de EAFA (izda.).

### EAFA apoya los envases de lámina en Rusia

EAFA ha apoyado unas jornadas sobre el Aluminio en los Envases integrados en Alumpack 2005, un evento celebrado en junio en Moscú, en el marco de Rosupack, la mayor feria rusa de envasado.

Los asistentes escucharon las pre-

sentaciones de Wilson Nicholl, de Nicholl Food Packaging, vicepresidente del Grupo de Recipientes de EAFA y Guido Winsel, director de Lámina de EAFA, sobre la industria de los envases de aluminio y las oportunidades de crecimiento en los mercados internacionales.

### “Ecoalternativa” sensata

Un estudio británico reciente sugiere que la inclusión de latas y hojas de metal en los programas de recogida selectiva puede aportar grandes beneficios económicos.

El estudio, financiado por el Departamento de Comercio e Industria (DTI) del Reino Unido y realizado por la Dra. Julia Hummel de Eco Alternatives, analizó el impacto económico de incluir envases metálicos (latas de alimentos y bebidas de acero y aluminio y hoja de aluminio) en los programas de recogida selectiva de residuos domésticos.

El estudio concluye que los beneficios son probables si se incluye el metal en estos programas.

Paul Martin, consejero delegado de Alupro (Organización de Reciclado de Envases de Aluminio) indicó que el estudio ha demostrado que, incluso a niveles muy bajos, la recuperación de metales puede reducir los costes globales de recogida y reciclado de residuos.