Anuario 2014



verallia

2014 ha sido un **año de mejora** para **Verallia España y Portugal**, como podrán constatar durante la lectura de este anuario. Con el aumento del consumo apreciamos de nuevo el dinamismo de nuestros clientes, a los cuales acompañamos, lo que nos permite encarar 2015 con ilusión y entusiasmo.

Emmanuel Auberger
Director General
Verallia España y Portugal



Gracias al éxito del programa de excelencia industrial WCM (World Class Manufacturing), 2014 ha sido un año de avance en nuestras fábricas así como en la mejora de la calidad de nuestros productos, tal como muestra la Segunda Encuesta de Satisfacción.

Ha sido también un año de innovación con el lanzamiento de **Virtual Glass®**, una herramienta pionera para facilitar el desarrollo de nuevos productos.

En diciembre se anunció que **Verallia** tendrá un nuevo accionista este verano; será un nuevo paso dentro de la larga historia que afrontamos con total serenidad.

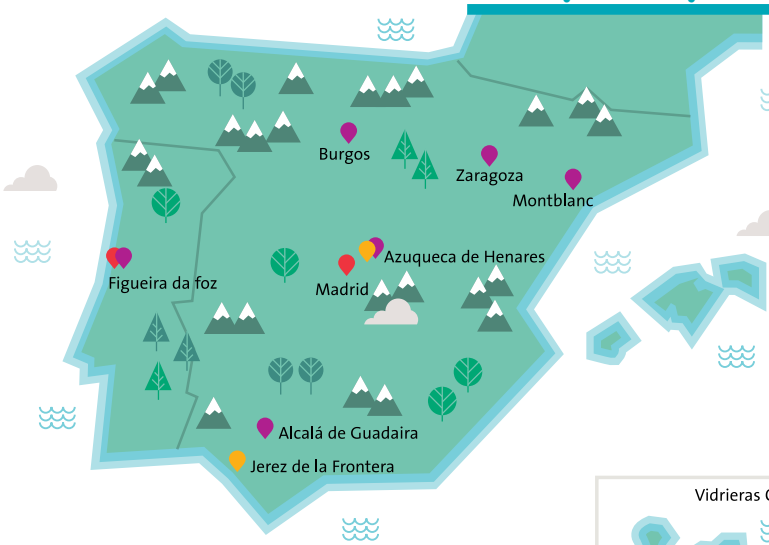
Para ello, en 2015 prevemos seguir con nuestros programas de mejora continua, inauguraremos la modernización completa de nuestra fábrica de Sevilla tras una inversión de 27 millones de euros provista de varias innovaciones en el mercado español, como es la **Flexline®**, y lanzaremos un nuevo concurso de diseño, así como multitud de nuevos productos impactantes para nuestros clientes.

1. 
2. 
3. 
4. 
5. 
6. 
7. 
8. 
9. 

10. 
11. 

1. Lanzamiento del Vidrio Fluorescente
2. El premiado Vodka N, en botella Selective Line
3. Visita de diferentes DO de Aragón a la fábrica de Zaragoza
4. Inauguración de VICSA
5. Jornada de puertas abiertas
6. Infografía de la historia del vidrio en la Feria de la Sostenibilidad de Burgos
7. 100 años de Freixenet
8. Los nuevos tarros Ecova Attitude®
9. Nuevo catálogo de espumosos
10. Premio a la Innovación. Convención Internacional Verallia
11. Feria Packaging Innovations

Verallia
España y Portugal



- Sede Social
- Centro Técnico
- Fábrica

No. 1

En ventas, la fortaleza de un líder con más de 3.000 millones de envases

En inversiones, en 2014, con más de 32 millones de euros para preparar el futuro

En capacidad productiva, con 11 hornos

En seguridad, consolidación de la tasa de accidentalidad más baja del sector

En servicio, con más de 15 colores y 1.400 modelos fabricados

En innovación, con el lanzamiento de Virtual Glass, así como más de 90 nuevas referencias cada año y la organización del Concurso de Creación para jóvenes diseñadores

VIRTUAL GLASS

La app Virtual Glass, revolución en el diseño de envases



Verallia España ha sido el primer vidriero en facilitar a sus clientes una herramienta de diseño de sus envases vestidos en 3D.

La aplicación **Virtual Glass by Verallia** permite simular de una forma rápida y sin coste la imagen de una botella de vino, licor, aceite, cerveza... Además, al incorporar la tecnología de la realidad aumentada, la nueva imagen de su producto puede visualizarse en un entorno real, como el lineal de un supermercado.

En 2014 lanzamos la herramienta y nuestro objetivo es seguir trabajando para incrementar sus posibilidades de uso: solicitar muestras y precios así como expandir la aplicación al diseño de tarros.

Escanea este código con tu Ipad para visualizar cómo funciona la aplicación.

MÁS DE 200 BODEGAS ESPAÑOLAS YA UTILIZAN LA APLICACIÓN PARA EL DISEÑO DE SUS VINOS.

CONCURSO DE CREACIÓN VERALLIA

Verallia organiza el I Concurso de Vidrio y Creación en España

El concurso de Vidrio y Creación de Verallia, que originalmente empezó celebrándose en Francia en 2009 antes de extenderse a otros países, ya cuenta con su edición española. En su convocatoria 2013-2014, bajo el lema "Reinventa un envase en vidrio", desafió a los estudiantes de Diseño a crear botellas o tarros para alimentos y bebidas que no se hubiesen envasado nunca en vidrio y a recuperar usos de este material.

Para su estreno, el certamen contó con un mentor de excepción, Nacho Lavernia, Premio Nacional de Innovación y Diseño en 2012, quien encabezó un jurado de profesionales procedentes de diferentes áreas, todas relacionadas con el mundo del vidrio para alimentación y bebidas. Periodistas, diseñadores especializados en packaging, varios clientes y directivos de Verallia debatieron durante una jornada para escoger las propuestas más diferenciadoras.

El primer premio recayó en Pop, un envase gourmet para take away ideado por Pablo Arenzana, estudiante de la escuela ESDIR (La Rioja); mientras que Fuji y Butter Nº1, de Javier Alonso (ESDIR) y Linette Klitgaard (IED Barcelona) consiguieron el segundo y tercer galardón, respectivamente.

Tantos han sido los proyectos presentados a concurso que la segunda edición ya está en marcha, en su afán por alzarse como plataforma de los jóvenes diseñadores españoles. La posibilidad de que alguna de las ideas presentadas pueda ser desarrollada por Verallia, junto con su creador, y comercializada en todo el mundo, les aguarda.







ZARAGOZA, FINALISTA EN LOS PREMIOS EXCELENCIA EMPRESARIAL EN ARAGÓN

La fábrica de Verallia en Zaragoza ha visto reconocidas sus cualidades al quedar como finalista del Premio a la Excelencia Empresarial en Aragón 2014.

En 2013 implantó con éxito el sistema WCM (World Class Manufacturing), basado en la mejora de las competencias del personal, la innovación y la eficiencia de los procesos. Gracias a esto, la planta, que produce más de 400 millones de envases al año para clientes como La Zaragozana y las bodegas de todas las DO aragonesas, ha reducido sus costes en más de 2 millones de euros.

Además, Verallia Zaragoza afronta los próximos años con un plan de inversiones de cerca de 50 millones de euros, lo que le permitirá seguir siendo un referente vidriero en la Península. La organización del premio también tuvo en cuenta el esfuerzo dinamizador de Verallia Zaragoza en la región.





ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Verallia escucha a sus clientes

La encuesta bienal de satisfacción, que se realiza entre nuestros clientes para conocer su opinión sobre la empresa, arroja este año resultados muy positivos, con mejoras en todos los campos. Son especialmente destacables en el apartado de calidad, gracias a la aplicación rigurosa del plan de Calidad 1º.

Más de 400 clientes han respondido a las 30 preguntas de la encuesta, que engloba la actividad comercial de Verallia: calidad de producto, servicio, atención comercial, portafolio, sostenibilidad, innovación y flexibilidad.

Para mejorar los aspectos menos satisfactorios, Verallia ya ha puesto en marcha diferentes planes de acción y comunicará los avances conseguidos.

MÁS DE 400 CLIENTES RESPONDEN A VERALLIA



FLEX LINE ®

Flex Line®: flexibilidad máxima al servicio de nuestros clientes

Verallia responde a las necesidades de personalización y flexibilidad de sus clientes con un nuevo concepto: Flex Line®. Se trata de un novedoso sistema de producción para series reducidas (mínimo 50.000 unidades) en el que ha invertido Verallia Sevilla, con el fin de fabricar varios productos en la misma línea simultáneamente.

Las líneas Flex Line® están equipadas con un feeder especial que permite producir gotas de vidrio de peso variable, así como con máquinas de visión artificial capaces de clasificar las botellas. De esta manera, Verallia se pone en la vanguardia de la tecnología para ofrecer la máxima flexibilidad. En los próximos meses ofreceremos más información sobre las nuevas instalaciones.

ECOVA ATTITUDE® PARA TARROS

Ecova Attitude®, también en alimentación

Verallia, pionera en diseño sostenible, incrementa su oferta de la marca Ecova con una colección de tarros para alimentación. Concepción de envases innovadores que minimizan el impacto ambiental ('eco') mientras maximizan el valor del contenido percibido por los consumidores ('va'). Optimización sin renunciar a la imagen, a la funcionalidad y al óptimo comportamiento del tarro en las líneas de los clientes. Los envases Ecova suponen una reducción del impacto medioambiental a través de toda la cadena de suministro, con un producto 100% reciclable, respeto a la estética y a los estándares técnicos.

Los tarros Ecova Attitude® son más competitivos en coste y eficientes con el medio ambiente respecto a su versión tradicional. En 2014 Verallia ha lanzado 6 tarros Ecova a los que en breve se irán incorporando más productos.

De esta forma, Verallia se diferencia con soluciones innovadoras más adaptadas a la realidad de los clientes, con diseños atractivos, un enfoque eco responsable y la aportación de valor.



ANFEVI Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

En cuestiones de seguridad alimentaria, los españoles prefieren el vidrio



Según un estudio realizado por FEVE (Federación Europea de Envases de Vidrio) y presentado por Friends Of Glass, los españoles son los consumidores europeos que muestran mayor preocupación por la seguridad alimentaria (un 80%). El trabajo, que pone especial atención a la percepción del consumidor sobre el vidrio, también demuestra que la mayoría de los consumidores europeos - el 75%- considera que éste es el material de envasado más seguro para alimentos y bebidas. Una cifra que aumenta hasta el 77% en el caso de alimentación para bebés.

A la hora de elegir entre los distintos tipos de envase existentes, el 57% de los consumidores europeos se decanta por los de vidrio por encima de cualquier otro. En España, esta cifra es del 51%. Estos datos demuestran, además, que nuestra percepción es "coherente con los conocimientos científicos actuales", en palabras de Miguel Porta, experto en Toxicología y Catedrático en Medicina Preventiva y Salud Pública de la Universidad Autónoma de Barcelona, según los cuales "el vidrio es el único material inerte y, por lo tanto, el más saludable".



FRIENDS OF GLASS CON MADRES BLOGUERAS

Madres, blogueras y concienciadas. La influencia de las madres blogueras es enorme: algunas de ellas cuentan con más de 400.000 seguidores. Algo que no pasa desapercibido para el movimiento **Friends of Glass**, con el que Verallia colabora activamente. Así, el pasado mes de octubre, invitó a las más influyentes a participar en una acción acompañadas de sus hijos. En ella, **Friends of Glass** les explicó las ventajas del vidrio frente a otros materiales de envasado, con la ayuda de la doctora en nutrición Belén Rodríguez y del chef Iker Erauzkin. Las bloggers no dejaron de twittear el evento, usando el hashtag **#yoelijovidrio**.

CRECEMOS EN LAS REDES

Verallia España redobla su presencia en las principales redes sociales. Su página de Facebook ya cuenta con **1.500 seguidores** y desde 2014 también está activo en Twitter; por otra parte, el blog **Mis Botellas de Vidrio**, dedicado enteramente al diseño y la sostenibilidad, ya ha superado los 400 seguidores en muy poco tiempo.



EL VIDRIO ESTÁ DE MODA

Varias televisiones autonómicas han querido conocer de cerca las cualidades y el proceso de fabricación del vidrio. Tanto nuestra fábrica de Sevilla como las de Azuqueca, Burgos y Canarias han sido el **escenario para realizar reportajes** de divulgación emitidos, entre otros canales, por RTVE Castilla y León (programa Hecho en Castilla y León), Castilla La Mancha TV (Ancha es Castilla) y Antena 3 Canarias. Algunos de estos reportajes pueden visionarse en Youtube.