



La Doria.

SECTOR FOOD
La Doria
 Grupo La Doria S.p.A.
 Salerno, Italia
 >> empaquetadora multipack SMI MP 200

■ Es un Grupo líder en la producción y comercialización de derivados del tomate, legumbres y pasta enlatadas, zumos, bebidas de fruta y otros productos complementarios y está presente en las más importantes cadenas de la Gran Distribución y del Discount, tanto en Italia (29% de la facturación) como en el extranjero (71% de la facturación), especialmente en Norte Europa. El Grupo es el primer productor italiano de legumbres enlatadas y el segundo productor de derivados del tomate y zumos de fruta. La empresa, desde siempre particularmente pendiente de las exigencias de sus clientes, gracias a su experiencia de

más de cincuenta años y a su elevada flexibilidad es capaz de satisfacer casi cada tipo de necesidad, mediante la personalización de recetas, packaging y servicio. Para proponer un "packaging" innovador y de impacto, que represente de la mejor manera las marcas del grupo, la Doria confía en la experiencia de SMI.

■ Los centros productivos

La instalación histórica del grupo se encuentra en Angri (Salerno), desde donde la familia Ferraioli empezó su actividad en el lejano 1954. Allí se producen tomate, legumbres, zumos de fruta, macedonia y pasta



enlatadas. En la instalación de Sarno (Salerno) se producen conservas de tomate, salsas preparadas en vidrio, zumos de fruta, té en botellas de PET y embalajes metálicos para las exigencias productivas del grupo. En Sarno se han instalado líneas de embalaje a la vanguardia. Es reciente la instalación de una línea para producir pulpa de tomate confeccionada en el formato de 390 gr en *combisafe*[®] (nuevo packaging de cartón retortable). Además, La Doria utilizará la misma línea para lanzar por primera vez en Italia la producción de legumbres biológicas. Los demás centros de producción del grupo se encuentran en Fisciano (Salerno), Faenza (Ravenna) y Lavello (Potenza). En la fábrica de Fisciano se producen tomates pelados y pulpas biológicas principalmente destinados a los mercados exteriores como Japón, los países escandinavos y Gran Bretaña. En Faenza se producen los purés de fruta, mientras que la instalación de Lavello está dedicada a la producción de los grandes formatos destinados al catering, además de los purés de fruta.

▪ CONOCER EL TOMATE: un producto muy importante para la economía italiana

El tomate es uno de los ingredientes principales de la cocina italiana. Gustoso, genuino, digerible, tiene pocas calorías y es rico en vitaminas y sales minerales, como por ejemplo el potasio: todas características que han determinado su enorme éxito.

La utilización del tomate, o de sus derivados, está tan difundida que parece imposible imaginar que la pizza, la pasta y muchos otros platos hayan nacido y vivido durante un largo tiempo sin su presencia, así como parece raro que el tomate no haya nacido en la cuenca del Mediterráneo, sino en Sudamérica, en las regiones tropicales y subtropicales de Perú y de Ecuador, y sólo en tiempos relativamente recientes se haya hecho un alimento fundamental de la cocina italiana.

Según algunos estudiosos, el nombre inglés "tomato" deriva del idioma azteca "xitomate" o "zitomate", mientras según otros de "tomati", nombre con el cual algunas poblaciones indígenas del México llamaban a los frutos de la planta de tomate de los cuales se alimentaban. En el siglo XVI el tomate, inicialmente considerado una planta medicinal, entró en la cocina italiana, se le atribuyó el nombre de "manzana de oro" o "pomo de oro" y fue empleado sobretodo para engalanar los balcones.

Dentro de poco, se asistiría al advenimiento de la industria de la transformación del tomate, que aún hoy representa una de las más importantes realidades de la economía italiana.

El mercado italiano de los derivados del tomate ha conocido en los últimos años una fuerte diversificación de la oferta y hoy los productos que componen la gama del tomate se pueden subdividir en concentrados, pelados, puré de tomates, pulpa, salsas preparadas y tomate en cerezas de Pachino.

El proceso de diversificación ha involucrado también a las industrias del embalaje, que deben estar siempre listas para ofrecer a los clientes del sector las maquinarias que satisfagan las más amplias necesidades del mercado.



El otro embalaje.

Más allá de la lata y del vidrio



■ Las estrategias de La Doria tienen como objetivo el reforzamiento de su posición y la innovación del producto con nuevos formatos y packaging. Desde 1995 hasta hoy, SMI ha sido capaz de comprender las evoluciones del mercado y suministrar a La Doria el tipo de máquinas de embalaje secundario capaces de satisfacer las exigencias productivas del momento. En los establecimientos de la sociedad, de hecho, resultan instaladas 14 máquinas de embalaje de diferente tipo (formadoras de bandejas, empaquetadoras en film termorretráctil de media y alta velocidad y empaquetadoras con faja envolvente), para responder a las solicitudes de un packaging innovador y cautivador, que siempre llame la atención de los usuarios. Por lo que respecta en concreto a las empaquetadoras con faja envolvente, recientemente se ha instalado una MP 200 para la elaboración de las conservas de tomate en confecciones *combisafe*[®] de 390 gr. El producto se embala en multipack 1x2, 1x3 y 2x2 con una imagen cautivadora, de fuerte impacto visual. Además, los paquetes realizables con las empaquetadoras MP son fáciles de manejar, abrir

■ Las sociedades del grupo

Pertencen al grupo La Doria las sociedades LDH y EUGEA. LDH (La Doria Ltd) es una sociedad inglesa, activa en la comercialización de derivados del tomate y de la fruta, de legumbres, de atún y salmón enlatados y de otros productos. La sociedad representa el brazo operativo de la cabeza del grupo en Gran Bretaña y provee directamente a las grandes cadenas de la distribución inglesa sin valerse de intermediarios. A día de hoy, LDH se precia de posiciones de mercado considerables sobretodo respecto a los derivados del tomate y de la fruta con marca private labels. Eugea Mediterranea SpA, ubicada en Lavello (Potenza), es una sociedad activa en la producción de derivados del tomate y purés de fruta.



■ LA DORIA EN CIFRAS

En 2007 La Doria ha registrado una facturación consolidada de más de 406,6 millones de euros, realizada por el 29% en el mercado doméstico y por la parte restante en los mercados internacionales, en particular en el Norte de Europa.

Las ventas se componen por el 27,5% de la línea fruta, por el 29,6% de la línea «roja» y por el 19,3% de la línea legumbres, hortalizas y pasta enlatadas. «Otras ventas» (relativas sobretudo a productos comercializados por la controlada LDH - La Doria Ltd) generan el 23,6% de la facturación.

El 85% de las ganancias del grupo dependen de productos "private labels" vendidos sobretudo en el extranjero (entre las grandes cadenas distribuidoras figuran clientes como Sainsbury, Tesco, Aldi, Hahold, Danske Supermarket, Carrefour, Auchan, Coop Italia, Conad, PAM, ICA, etc.); el restante 15% de las ganancias deriva de productos con marca La Doria, Vivi G y La Romanella, comercializados casi exclusivamente en el mercado italiano en la fórmula "copacking".

La Doria produce para algunas de las principales marcas italianas e internacionales, entre las cuales citamos Star, Santarosa-Unilever, Coca Cola, Heinz, Mutti y Kagome.

y almacenar y garantizan una óptima protección del producto, gracias también a la posibilidad de aplicar aletas exteriores de contraste.

La empaquetadora MP 200 satisface plenamente las exigencias productivas de la línea, cuya velocidad nominal es de 14.400 bph.

La Doria ha elegido proponer *combisafe*[®] para responder al cambio de las costumbres de adquisición del consumidor, que prefiere envases nuevos,

de elevada practicidad, de fácil apertura y con una fuerte imagen de calidad y frescura. El nuevo envase embalado por la MP 200 es fuertemente innovador, garantiza una elevada calidad del producto y se propone como una alternativa a las tradicionales latas en banda estañada y a los tarros de vidrio. Con el *combisafe*[®] La Doria quiere también ofrecer a la Gran Distribución un packaging que presenta indudables beneficios logísticos, como la optimización del espacio



LA DORIA

en las estanterías y de los costes de transporte y almacenaje.

La gama de productos propuestos por La Doria en *combisafe*[®] comprenderá, además de los derivados del tomate, las legumbres, las sopas, las salsas preparadas y los platos precocinados en diferentes formatos.

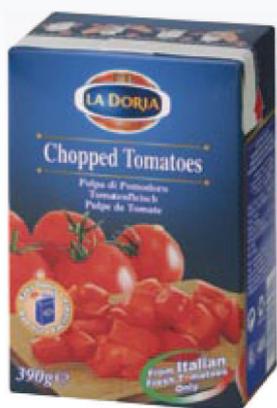
Las ventajas de este nuevo packaging son numerosas, tanto para el productor como para los consumidores.



combisafe[®]

Ventajas para el productor

Ventajas para los consumidores



1. Captura la atención del consumidor: su embalaje con un alto impacto visual hace el producto atractivo, favorece el acto de compra emocional y es fácilmente reconocible en las estanterías.

2. Ofrece beneficios logísticos: optimiza no sólo los costes logísticos (+80% de productos por cada pallet respecto al vidrio y +15% respecto a la lata), sino también el espacio en las estanterías (+50% de espacio en las estanterías: 12 *combisafe*[®] respecto a las 8 latas estándares) y es más fácil de sobreponer y almacenar.

3. Se caracteriza por un elevado grado de flexibilidad en términos de volumen (desde 200 hasta los 500 gr) y de gama de productos.

1. Packaging práctico, rápido y conveniente: puede ser conservado en frigorífico sin trasvasar el producto, se puede cerrar parcialmente y no deja olores. Una vez utilizado, puede ser comprimido y ocupar poquísimo espacio en la papelera de los residuos, y ser reciclado con el papel en la gestión de la recogida selectiva.

2. Packaging seguro y fácil de abrir: presenta una apertura a tirón, no necesita el empleo de abrelatas y no presenta riesgos de rotura (como los tarros de vidrio) o de herirse.

3. Es un material ecocompatible que satisface la exigencia de los consumidores de respetar al medioambiente, incluso después del consumo.