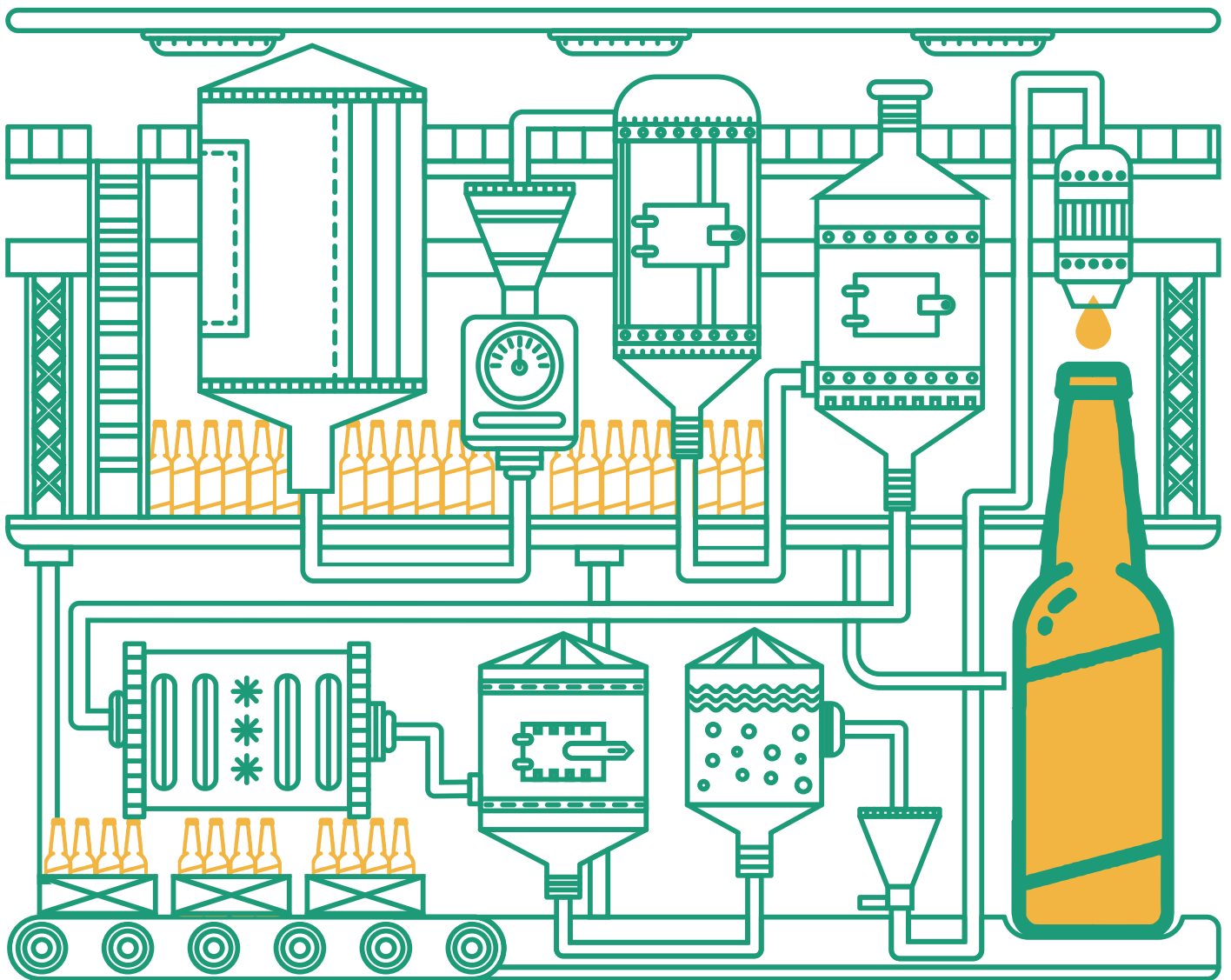


CERVEZA Y VIDRIO



Anfevi



© ANFEVI, 2018

ANFEVI- Asociación Nacional de Fabricantes de Envases de Vidrio

915 610 175

C/ General Oraá 26, 2º D, 28006, Madrid

www.anfevi.com

Anfevi



ELECCIÓN SEGURA

Packaging - Producción
Marketing - Envasado



El envase de vidrio ofrece una **imagen premium** y consigue una **conexión emocional** con los consumidores a través del diseño



El 73% de los consumidores considera al vidrio como el material de envasado más seguro



La característica única del vidrio en términos de **diseño, transparencia, formatos colores y versatilidad** hace que sea una **herramienta de marketing esencial**



El vidrio es un material hecho con **ingredientes naturales**, principalmente arena



PREFERENCIA CRECIENTE

Venta - Distribución
Experiencia de consumo - Consumidores



Más del 85% de las decisiones de compra son inconscientes. La impulsividad psicológica sobre el vidrio supera en un 40% a otros materiales



1 de cada 2 consumidores compra más productos en vidrio que hace 3 años (vs. 2014)



Las razones principales por las que el consumidor elige vidrio son **la preservación de la calidad y la conservación del sabor**



En el lineal, el envase de vidrio consigue **el índice de atención y atracción más alto**



INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Medio ambiente - Reciclado
Sostenibilidad - Economía circular



Los envases de vidrio son **100% reciclables** infinitas veces sin perder calidad ni cantidad en el proceso



La industria europea invierte 610 millones de euros en eficiencia energética, en reducir la huella ecológica y en modernizar sus 160 plantas productivas



La industria del envase de vidrio, gracias a su reciclado integral, **cierra el ciclo productivo**



El 76% de los consumidores opinan que el vidrio es el envase más respetuoso con el medio ambiente (50% vs. 2008)



➔ ¿Sabías que...?

La cerveza y el envase de vidrio son dos sectores milenarios que juntos han sabido adecuarse a las exigencias tanto del mercado como de los consumidores.

El envase de vidrio permite satisfacer los requerimientos de las modernas líneas de llenado garantizando la máxima seguridad alimentaria. El vidrio es un material con una cualidades excepcionales como barrera física e inercia química, que además, sirviéndose del color, protege a la cerveza de las radiaciones que puedan ser perjudiciales.

➔ Los estudios demuestran que...

Químicamente inerte:

El vidrio no sabe ni huele a nada, no cede ni absorbe ninguna sustancia, preservando las propiedades originales de los alimentos y bebidas.



El envase de vidrio protege las propiedades organolépticas de la cerveza, conservando su **sabor, aroma, color y textura**.



Ingredientes naturales:

El vidrio es un material **puro e inorgánico**, que se crea a partir de materias primas naturales y abundantes en la naturaleza:



Actualmente, el principal componente para la fabricación de envases es el **vidrio reciclado**.



- Los tarros y botellas de vidrio son envases de una única capa. El vidrio es el único material de envasado que no precisa de ningún revestimiento interno (barnices, plástico...) para ser impermeable o para evitar la lixiviación o la corrosión.

Todos los envases producidos en España por las empresas asociadas a ANFEVI cumplen de sobra las diferentes normativas vigentes y pueden ser considerados **ENVASES SEGUROS**.



➔ Los expertos dicen que...

ALICIA DURÁN



Profesora de Investigación del CSIC
CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS
INSTITUTO DE CERÁMICA Y VIDRIO

El vidrio es considerado el material de referencia para envases de bebidas y alimentos. Sus características de elevada resistencia química, estanqueidad perfecta frente a los gases y alta estabilidad térmica lo convierten en el material ideal para envases. En EEUU se considera material GRAS y como tal es aceptado como referencia en seguridad alimentaria. En Europa los envases de vidrio están exentos de la obligación del registro REACH** y han superado todos los ensayos de seguridad alimentaria.*

**El vidrio es el único material de envasado considerado como "GRAS", Generalmente Reconocido como Seguro, en sus siglas en inglés, por la FDA, Administración de Alimentos y Medicamentos, agencia de gobierno de los Estados Unidos.*

***Debido a su nivel de inercia y propiedades no tóxicas, el envase de vidrio está exento del REACH. Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo al Registro, la Evaluación, la Autorización y la Restricción de las sustancias y mezclas químicas.*

ANTONIO J.FUMANAL



Maestro Cervecerero e investigador alimentario
AUTOR DE CERVEZAS CON MEDALLA DE ORO
EN EL WORLD BEER AWARD

El envase de vidrio garantiza el mínimo contacto de nuestra cerveza con el oxígeno. Su nobleza química la mantiene a salvo de interacciones dudosas. Técnicamente es una opción que se adecua perfectamente a las necesidades de conservación de la cerveza.

ESTUDIOS

Informe sobre los materiales de envasado y su potencial impacto en la salud humana, por Dieter Schrenk MD, Doctor y Profesor de Química Alimentaria y Toxicología - Technische Universität Kaiserslautern, Alemania. abril 2014.

Estudio de la migración de elementos de envases de vidrio hacia los alimentos, de acuerdo a la Normativa Europea relativa al Contacto entre el Vidrio y los Alimentos - Instituto de Cerámica y Vidrio, noviembre 2017.

➔ ¿Sabías que...?

La característica única del vidrio en términos de diseño, transparencia, formatos, colores y versatilidad hace que sea una herramienta de marketing esencial.

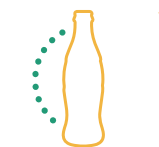
La industria del vidrio ofrece tanto envases estándares como diseños exclusivos al tratarse de un material moldeable, con posibilidad de integrar gráficos, texturas, serigrafías o impresión directa sobre la botella, permitiendo materializar las creaciones de los diseñadores más vanguardistas y otorgando a cada cerveza una personalidad propia. Un envase de vidrio innovador y distintivo crea una diferenciación de marca y hace que un producto destaque en el lineal.

➔ Los estudios demuestran que...



El envase es parte del producto:

El impacto psicológico del envasado en la percepción del producto, se conoce como **transferencia de sensación** (ver Spence & Piqueras-Fiszman, 2012).



El diseño importa:

Ciertos formatos de envasado adquieren un "estado icónico" y se convierten en lo que se conoce como **moldes de imagen** (ver Spence, 2016) como por ejemplo, la botella de Coca Cola.



Una botella dice mucho:

El efecto visual, sonoro y sensitivo que provoca el envase indicará al consumidor los posibles atributos del producto (Krishna y Morrin, 2008).

Los participantes de una cata de cerveza calificaron el **sabor significativamente mejor en botella que en lata**

Margen favorable a la botella en cuanto a la **percepción de calidad**.



• Así mismo, el estudio apoya la decisión de las empresas que como parte de su promoción destacan el uso del vidrio sobre otros materiales de envasado.



➔ Los expertos dicen que...

JOKIN ARREGI



Socio Fundador y Director de SERIESNEMO

EMPRESA ESPECIALIZADA EN EL DISEÑO DE BRANDING Y PACKAGING

Que el proceso de fabricación de envases de vidrio se haya industrializado puede dar la impresión errónea de un marco de diseño limitado. Sin embargo, hay un gran espacio aún por explorar en las cervezas que en muchos casos siguen sin romper determinadas convenciones. La combinación de nuevas tecnologías, formas, texturas, color y recursos decorativos es infinita. Lo visto en otras categorías de bebidas -espírituosos, licores, refrescos e incluso vinos espumosos- se trasladará pausadamente, a través de fases de madurez y evolución, también a este sector, en el que, más pronto que tarde, veremos nuevas propuestas en las que ya se está trabajando, con diferentes códigos frente al consumidor. En definitiva, un escenario futuro emocionante, con el vidrio, material noble, sostenible y eternamente contemporáneo como gran protagonista.

ENRIQUE SOLAESA



Presidente de CELCE

CLUB ESPAÑOL DE COLECCIONISMO CERVECERO

Desde el año 2000 soy presidente de un club de coleccionismo cervecero con más de 300 miembros, y coleccionista de objetos cerveceros desde hace casi 40 años. Lo que me introdujo en este mundillo fue la vistosidad de las botellas. Esta afición, derivó en pasión por probar nuevas marcas y tipos de cerveza, y en investigar y leer todo lo relacionado con esta bebida milenaria.

Yo siempre he preferido la botella de vidrio, por su atractivo, por su variedad y por cómo se la puede vestir, ya sea con etiqueta, serigrafía, relieve o el más reciente "sleeve". Esta infinidad de posibilidades hace única cada botella. Una colección nos cuenta las peculiaridades de cada región, el carácter de cada cerveza y en general la historia de la sociedad. Una historia que la cerveza seguirá contándonos a través de este envase.

→ ¿Sabías que...?

La distribución moderna precisa de productos que “se vendan solos”. En este terreno el vidrio cuenta con atributos muy importantes.

No cabe duda del papel cada día más relevante de la distribución en la comercialización de los productos. La sección de cervezas ha ido creciendo a lo largo de los años, ofreciendo un gran abanico de posibilidades. El contar con un envase atractivo, que capte la atención del consumidor y le traslade a la vez imagen de calidad y confianza, es una clara ventaja. La botella de vidrio ofrece dichas cualidades y destaca notablemente respecto a otros materiales, convirtiéndose en un aliado fundamental a la hora de darse a conocer y destacar en el lineal.

→ Los estudios demuestran que...

- Lo que opina el consumidor es diferente a lo que realmente siente, lo que le emociona y lo que finalmente hace, esto es lo que se conoce como **índice de divergencia**.

+85%

de las decisiones de compra son inconscientes y con base emocional

+50%

se toman en el propio punto de venta.

Esta impulsividad psicológica sobre productos envasados en vidrio, **supera en un 40%** a otros materiales

- El cerebro procesa y trabaja en imágenes, convirtiendo al envase en un factor clave, especialmente en cuanto a **diseño diferenciador y a la confianza que transmite**.

En el lineal, el envase de vidrio consigue **el índice de atención y atracción más alto**.



La cerveza envasada en vidrio genera una **activación emocional positiva con mayor impacto visual**.

- En el subconsciente el envase de vidrio es asociado a material **más natural (saludable), prestigio y de calidad**.



→ Los expertos dicen que...

JUAN GRAÑA



CEO de Neurologica

NEUROMARKETING E INVESTIGACIÓN DE CONDUCTAS DEL CONSUMIDOR

Mediante las técnicas de neuromarketing descubrimos algo que sin dejar de ser esperado no dejó de sorprendernos por lo claro y evidente en sus resultados. Lo primero, que la cerveza en vidrio destaca con respecto a otros materiales tanto a nivel de atracción visual como en la generación de emociones más positivas y mayor deseo de consumo. Pero además de ello, el vidrio lleva implícito un hábito de consumo social muy consolidado. Ello está muy relacionado con la percepción de mayor valor, calidad y confianza del producto que este material provoca emocionalmente. Este hecho favorece una mayor interacción social relacionada con el hábito de consumo de la cerveza: influye mucho en los constructos mentales, vivencias y las experiencias del consumidor."

M^a PAZ GONZÁLEZ



Birra y Paz

TIENDA ESPECIALIZADA EN CERVEZAS NACIONALES Y DE IMPORTACIÓN

Si bien el vidrio siempre ha formado parte de nuestra vida cotidiana, a raíz de abrir Birra y Paz ha pasado a ser un elemento protagonista:

- Las botellas alineadas con sus diferentes tamaños, etiquetado y diseño ejercen un altísimo poder de seducción. Hace unos días una señora me decía: “Yo no soy una bebedora de cerveza, no es algo que me guste, pero viendo todas las que tenéis en la tienda y lo llamativas que son me entran ganas de probarlas todas”.
- A través de los apasionados y nutridos foros de coleccionistas de botellas, etiquetas y chapas, los envases de vidrio se han convertido en un elemento unificador y socializador.
- Almacenamos las botellas que quedan vacías en las catas para que los cerveceros puedan reutilizarlas, alargando así su vida útil.

➔ ¿Sabías que...?

La industria del envase de vidrio brinda su apoyo a una plataforma de consumidores dedicada a concienciar sobre un estilo de vida sostenible y saludable con el vidrio.

Desde 2014, Friends of Glass ha interactuado con más de 90 millones de europeos que han leído y compartido contenido de interés en redes sociales sobre los beneficios del vidrio. Más de 215.000 personas forman parte de esta comunidad. En España se han realizado diferentes acciones online y offline con blogueros, Ayuntamientos, ONGs, personalidades famosas e influencers.

➔ Los estudios demuestran que...

- Una abrumadora mayoría de consumidores **(84%) quiere contar con la opción en vidrio de sus productos favoritos**. Casi la mitad de ellos (42%) están dispuestos a pagar más por dicha opción. El 70% de los encuestados indican que es "muy probable" o "probable" que comprasen más productos en vidrio si eso ayudara a aumentar las opciones en vidrio.



- El **94% de los consumidores** apuntan a la **preservación de la calidad como la razón principal** a la hora de comprar cerveza en vidrio.



- #1** Preservación de calidad
- #2** Conservación del sabor
- #3** Seguridad alimentaria

El 85% de los consumidores recomendaría productos en vidrio a sus familiares y amigos

- El 82% de consumidores europeos piensan que para que haya más bebidas en vidrio en los lineales deben ser las marcas quienes "deberían hacer más".



➔ Los expertos dicen que...

KAREN DAVIES



Representante de
Friends of Glass España
CONSUMIDORES A FAVOR DE LOS ALIMENTOS
Y BEBIDAS EN VIDRIO

Los consumidores son más exigentes en cuanto a calidad y seguridad alimentaria, al tiempo que se han vuelto más conscientes de la necesidad de adquirir hábitos de consumo respetuosos con su salud y la del medio ambiente. Es por esto que nuestros mensajes y el hashtag #YoElijoVidrio reciben tan buena acogida. Nuestra comunidad crece y es cada vez más activa.

IVÁN RODRÍGUEZ CABEZUDO



Gerente de Baden Baden
CERVECERÍA ESPECIALIZADA FUNDADA EN 1985

Soy un gran amante de la cerveza, de ahí que tenga un local totalmente orientado a este producto. A mis clientes también les gusta la cerveza y confían en mi conocimiento, recomendaciones y habilidad para servirla. Vendo mucha cerveza de barril, pero en el caso de la envasada en vidrio la sirvo frente al cliente y le dejo la botella en la mesa, para que pueda examinar el envase, su etiqueta y las características, y también para que se sirva el resto, convirtiéndose en parte activa de este ritual que es disfrutar de una cerveza.

ESTUDIOS

Encuesta Insites 2014 y 2016 a 17.000 consumidores de 11 países europeos: Alemania, Austria, Croacia, Eslovaquia, España, Francia, Italia, Polonia, Reino Unido, República Checa y Suiza.

Encuesta Europea sobre Packaging, TNS. Informe Final, septiembre 2010.

➔ ¿Sabías que...?

Las empresas vidrieras fueron pioneras en el reciclado, poniendo en marcha en 1982 un sistema para el vidrio que ha servido de modelo para el resto de materiales.

El vidrio es 100% reciclable, infinitas veces, sin pérdida de calidad ni cantidad, pudiendo convertirse de nuevo en envase, y no en otro objeto que finalmente termine en el vertedero.

El uso de casco de vidrio en los hornos en sustitución de materias primas vírgenes es un aspecto fundamental. Gracias a ello, se han podido alcanzar significativas reducciones en la energía requerida para fabricar nuevos envases, minimizando la intensidad de emisiones de CO₂ y reduciendo el consumo de recursos naturales.

Además, el vidrio es reciclable y también reutilizable; una solución de envasado versátil para que el mercado de la cerveza dé respuesta a lo que demanda el consumidor.

➔ Los estudios demuestran que...

- La industria vidriera española está preparada para introducir en sus hornos **tanto vidrio como los ciudadanos depositen en los contenedores**.

- Pero es importante destacar que los niveles de utilización de casco de vidrio están condicionados por la oferta de este material.



La industria agroalimentaria española es **netamente exportadora de sus productos**, por lo que la disponibilidad de casco es relativamente menor que en otros países europeos.



A pesar de esta situación, **los niveles de sustitución de materias primas por casco de vidrio crecen continuamente**, siendo en estos momentos el **componente mayoritario en la fabricación de vidrio**.

El 76% de los consumidores dicen que el vidrio es el envase más respetuoso con el medio ambiente (50% vs. 2008)



El uso del vidrio ha subido al 65% (del 58%) en los últimos 2 años

ESTUDIOS

Informe Contribución Económica, Social y Ambiental del Sector del Vidrio en España, CIMAS, noviembre 2017

Encuesta Insites 2014 y 2016 a 17.000 consumidores de 11 países europeos: Alemania, Austria, Croacia, Eslovaquia, España, Francia, Italia, Polonia, Reino Unido, República Checa y Suiza.

➔ Los expertos dicen que...

JOSÉ MANUEL NÚÑEZ-LAGOS



Director General de ECOVIDRIO

SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN DE LOS ENVASES DE VIDRIO

La tasa de reciclado de envases de vidrio en España supera el 70%, más de diez puntos por encima de las exigencias de la Unión Europea. Sin embargo, no está en el ADN de Ecovidrio conformarnos. Seguiremos trabajando para lograr el 100% de reciclado y contribuir de esta forma al desarrollo sostenible de nuestra sociedad, según los principios de Economía Circular.

JACOBO OLALLA MARAÑÓN



Director General de Cerveceros de España

ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE CERVEZA

De entre las medidas que la industria cervecera lleva a cabo para minimizar los residuos de envases y su impacto, el reciclado del vidrio es la primera. El que de un envase usado nazca otro con exactamente las mismas características, permite cerrar el ciclo de la forma más natural, lo que sintoniza a la perfección con el sentir de nuestra industria. Además el vidrio también cuenta con la opción de reutilizable que se adecúa perfectamente a la hostelería.

➔ ¿Sabías que...?

La industria del envase de vidrio, gracias a su reciclado integral, cierra el ciclo productivo, pudiendo considerarse como paradigmática dentro del modelo de economía circular.

Este hecho ha merecido el reconocimiento de la Fundación COTEC, que en el primer "Informe sobre la situación y evolución de la Economía Circular en España", señala a ANFEVI (Asociación Nacional de Fabricantes de Envases de Vidrio) dentro de los 'Actores y Buenas Prácticas'.

➔ Los estudios demuestran que...

- **La industria invierte 610 millones de euros cada año en descarbonatación, eficiencia energética y actualización de sus 160 plantas en la UE**, correspondiente al 10% del coste operativo y de mantenimiento anual.



30%

Las botellas de vidrio son un 30% más ligeras que hace 20 años.

- La industria vidriera trabaja en aligeramiento de envases para ayudar a productores y distribuidores a conseguir **ahorros en coste y producción sostenible.**



En los últimos 30 años **las emisiones de CO2 de la industria vidriera española se han reducido en un 50%** y desde 2011, **su consumo de agua se ha reducido en un 30%.**



75% de estas materias primas y subproductos se obtienen en un radio de **300km**

9 de cada 10

toneladas

de materias primas proceden del territorio nacional

El 72%

de los envases se venden en el mercado nacional

- En 2016 la contribución directa de la industria sobre las finanzas públicas (Estado, Autoridades Regionales y Locales; así como el sistema de Seguridad Social) ha alcanzado los **102 millones de euros.**



Más de 124 millones de euros se han destinado a salarios de los empleados indefinidos que representan el 89% de los contratos. La industria cuenta con **2,887 empleos directos, con 15 años de antigüedad media de los contratos, más del doble de la media nacional.**

ESTUDIOS

Informe Ernst & Young, 2015

Informe Contribución Económica, Social y Ambiental del Sector del Vidrio en España, CIMAS, noviembre 2017

➔ Los expertos dicen que...

BEGOÑA VALLEJO

Socia-Directora de CIMAS

CONSULTORA ESPECIALIZADA EN SOSTENIBILIDAD



Como consultora, me gustaría destacar que el sector del vidrio es uno de los más claros ejemplos de economía circular con los que me he encontrado. No sólo porque el material con el que se trabaja es 100% reciclable, sino también porque se ha adoptado esta estrategia en todas las etapas del proceso; desde el uso eficiente de recursos naturales y de energía, el diseño más sostenible del producto, la adopción de las mejores técnicas para la reducción de las emisiones, y el compromiso con los consumidores para un uso y gestión adecuada al final de la vida del producto. Sin olvidar su compromiso con la creación de empleo y desarrollo económico a nivel local. En definitiva, porque ha entendido la economía circular como un todo, que abarca: producto, proceso y políticas.

JUAN MARTÍN CANO

Secretario General de ANFEVI

ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE ENVASES DE VIDRIO



Mi dilatada experiencia me permite decir que el aspecto en el que más ha evolucionado la industria del envase de vidrio es una mayor sensibilidad hacia el mercado y el medio ambiente. Circunstancia que ha permitido una apertura del sector, trabajando en estrecha colaboración con todos los componentes de la cadena de valor, en proyectos en cuyo centro están las necesidades de la sociedad y el respecto al entorno. Este hecho es el pilar en el que se sostienen las magníficas relaciones de la cerveza y el envase de vidrio, una simbiosis con visión compartida.

Anfevi