

**CAF**

**Contrato en Edimburgo**

■ Construcciones y Auxiliar de Ferrocarriles (CAF) se ha adjudicado el contrato del tranvía de Edimburgo, que incluye el suministro de 27 unidades junto con su mantenimiento durante 30 años, por un montante cercano a los 71 millones de euros. En Reino Unido, CAF ya fabricó material rodante para el Heathrow Express

**BBVA/INDITEX**

**A la cabeza de la lista de 'Top Companies for Leaders' en Europa**

■ BBVA e Inditex se han situado a la cabeza de la lista de *Top Companies for Leaders 2007* en Europa, detrás de la finlandesa Nokia. El banco, en el primer puesto junto a Nokia, y el grupo textil, en segundo, figuran por delante de compañías europeas como GlaxoSmithKline (Reino Unido), L'Oréal (Francia), Randstad Holding (Holanda), Deutsche Lufthansa (Alemania), UBS (Suiza), SAP (Alemania) y BMW (Alemania). En el estudio, hecho público ayer, han participado más de 540 compañías del mundo. Las empresas han sido seleccionadas por un panel de jueces independientes y evaluadas según distintos criterios, incluyendo prácticas de liderazgo, reputación, cultura de liderazgo, valores y rendimiento.



Etiqueta del refresco Schweppes.

ORANGINA COMPRO LA LÍNEA A BRIZARD

**Schweppes se bebe los zumos 'Pulco'**

La fábrica de Zizurkil, que no ha formado parte de la operación, seguirá elaborando los concentrados de fruta para los nuevos propietarios.

MARTECHE BILBAO

El Grupo Orangina propietario de las marcas Schweppes, TriNa o La Casera, ha adquirido al grupo Marie Brizard su línea de concentrados de fruta Pulco, cuya producción mundial se elabora en la localidad guipuzcoana de Zizurkil, así como los refrescos Sport.

La marca Pulco, presente en más de treinta países con los sabores naranja y limón, alcanza una cifra de negocio de 20 millones de euros y lidera mercados como el francés, donde cuenta con una cuota de alrededor del 90% y el español.

Fuentes del grupo Brizard explicaron que la planta (que emplea a medio centenar de trabajadores) elaborará ahora la línea Pulco para los nuevos compradores, si bien la fábrica sigue perteneciendo a Brizard. De hecho, además de los concentrados cítricos, en la planta guipuzcoana, se fabrican también el anís Marie Brizard y el patxarán Olatz. La marca Pulco se fabrica en

Zizurkil desde 1999, cuando el grupo reordenó su producción y trasladó esta línea desde el sur de Francia.

Brizard cuenta con otro centro de producción en España, en Fuemmayer (Rioja), donde están situadas las Bodegas Marqués del Puerto, que embotella y elabora vinos de crianza con la Denominación de Origen Rioja.

Con la adquisición, el grupo Orangina se consolida en

**'Made in Euskadi'**

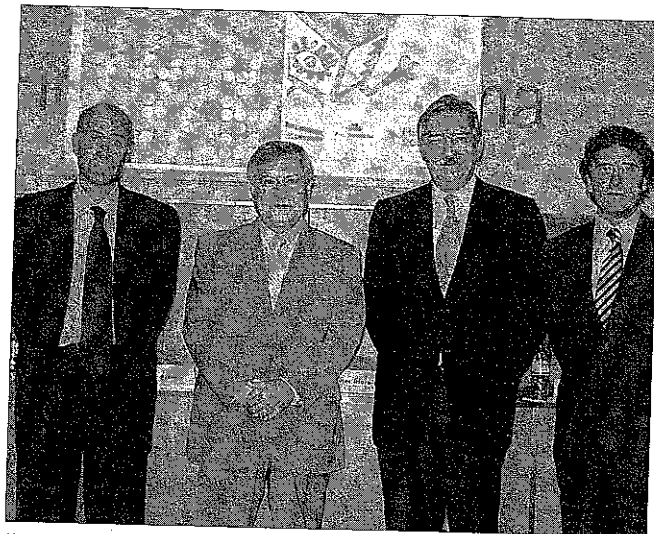
La fábrica de Zizurkil, con 40 empleados, elabora también el anís 'Marie Brizard' y el patxarán 'Olatz'

'Pulco' está presente en treinta países, con los sabores naranja y limón, y genera unas ventas de 20 millones

el segmento de bebidas naturales de frutas sin conservantes, ni colorantes. "Pulco es una marca rentable con ratios de crecimiento seis veces superiores a los del mercado", resaltó ayer su directora general, Marie-Bernard Trannoy. Esta compra se suma a la reciente adquisición del fabricante ucraniano de refrescos, zumos y aguas Rosinka.

El grupo Orangina, con 2.000 empleados, incrementó el año pasado un 7% su cifra de negocio, que fue de alrededor de 900 millones de euros. El 85% de las ventas se concentró en Francia y España.

El grupo tiene su origen en la adquisición, por parte de los fondos de capital riesgo Blackstone y Lion Capital del negocio europeo de bebidas de la antigua Cadbury Schweppes por 1.850 millones de euros. Tras la compra, los fondos rebautizaron el negocio como grupo Orangina e incluye marcas como La Casera, Pink Fish, TriNa o la propia Orangina.



Xavier Pascual (Hispack), Josep Arcas (BTA), Xavier Riera-Marsà (Hispack) y Víctor Pascual (BTA), ayer

SALONES PARA EL SECTOR ALIMENTARIO Y EL EMBALAJE

**Fira de Barcelona une las maquinarias de Hispack y BTA**

EXPANSIÓN, Barcelona

Fira de Barcelona ha dado un nuevo impulso a su apuesta por los salones para profesionales, con la decisión de celebrar conjuntamente los certámenes Hispack y BTA (Barcelona Tecnologías de la Alimentación), a partir de 2009. La iniciativa pretende crear una plataforma que reúna en un mismo espacio la mayor oferta del mercado relacionada con la maquinaria para el envase y embalaje; y de maquinaria y tecnología para la industria alimentaria.

La unificación del calendario de celebración de los dos salones no supone, según Fira de Barcelona, una fusión, ya que cada feria mantendrá su propia personalidad y organización. Sin embargo, se ha considerado conveniente el cambio, ya que los principales clientes de las empresas que exponen en BTA (las empresas de alimentación) son también los mayores compradores de envases y embalajes, la especialidad de Hispack.

Los responsables de los salones explicaron ayer que las sinergias entre ambas ferias situarán a Hispack y BTA "en un referente para la industria alimentaria europea". Concretamente, la nueva plataforma se situará entre las tres mayores ferias del sector en Europa, al ofrecer soluciones en maquinaria que abarcan toda la cadena de producción: desde el ingrediente hasta el packaging.

Las dos ferias sumarán una superficie de 85.000 metros cuadrados en mayo de 2009

La primera edición conjunta de Hispack y BTA se celebrará entre el 11 y el 15 de mayo de 2009, en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona. Los salones reunirán una oferta de 3.500 empresas, que ocuparán una superficie de 85.000 metros cuadrados netos repartida entre seis pabellones.

Se prevé la visita de 60.000 profesionales, el 10% de ellos extranjeros. El objetivo es que este porcentaje se incremente en las siguientes ediciones, ya que uno de los principales retos de la unificación del calendario es potenciar la dimensión internacional de las dos ferias.

Hispack & BTA se celebrará cada tres años. Lo que supone mantener la periodicidad que hasta ahora tenían los dos salones por separado. En principio, estaba previsto que la duodécima edición de BTA tuviera lugar en 2008, coincidiendo con Alimentaria. Ahora, se ha pospuesto un año para poder estrenar el nuevo formato en 2009. La feria de maquinaria para la alimentación está organizada por Alimentaria Exhibitions, una empresa conjunta entre Fira de Barcelona y la multinacional Reed Exhibitions. Hispack se celebra en colaboración con la asociación Graphispac.

**Fin de semana de mascotas Las caravanas, a punto**

Desde ayer, Fira de Barcelona acoge la celebración de Sizo, el salón destinado a los profesionales del sector de los animales de compañía. Mañana, se sumará al evento el Festival de la Mascota, abierto al público general. Según un informe económico elaborado por Fira de Barcelona con motivo de la celebración de Sizo, el negocio vinculado a los animales de compañía en España movió en 2006 alrededor de 700 millones de euros. El 72% de este volumen correspondió a la venta de productos de alimentación y el resto se reparte entre accesorios, higiene y salud. Las principales empresas de comida para gatos y perros en España son Affinity Petcare (cuota del 25%), Nestlé (9,5%) y Masterfoods (8,8%).

La institución ferial de la capital catalana dará a conocer hoy los detalles de la nueva edición del salón internacional del Caravanning, que se celebrará a partir del próximo sábado, 29 de septiembre. Durante nueve días, la feria presentará las últimas novedades del sector de las autocaravanas, caravanas, bungalows y camping, con la participación de un total de 135 expositores directos y 360 indirectos. El certamen se celebrará en los pabellones 2 y 3 del recinto de Gran Vía, y espera superar los 55.000 visitantes de la última edición. El salón, que se ha convertido en el mayor de su sector en el sur de Europa, incorpora este año diversas actividades participativas como un circuito de conducción de vehículos y una exhibición de saltos con kayak.