



Renova renueva el concepto de **higiene**

El centro logístico de Torres Novas en Portugal.



Pañuelos de papel, servilletas de papel, papel toalla o papel higiénico... Renova es el líder en el mercado portugués de la higiene. Desde siempre, el Grupo subraya su diferencia transformando simples productos de papel en productos de cuidado para el cuerpo: papel higiénico con loción, papel toalla coloreado, etc. Resultado, la marca es hoy reconocida por su modernidad, su irreverencia y sus innovaciones. Último avatar de su creatividad, Renova lanzó en mayo de 2005 el primer papel higiénico negro... ¡Un “must have”!

Creada en 1939 en Portugal, Renova nació de la industria papelera. Desde el 1958, el Grupo se orienta hacia el mercado de la higiene. Anticipando las expectativas del mercado, los productos Renova evolucionan al cabo de los años. En Portugal la gama ya comprende pañuelos en estuche, servilletas de papel, rollos de papel toalla y productos de higiene femenina.

de almacenamiento de 24 000 pallets (18 m de altura), con un sistema de gestión dirigida de las tareas, extremadamente innovador. Para Renova, la logística es un factor estratégico: en efecto, la proporción volumen/valor de los productos de papel es muy alta. Además, la llegada de Renova al mercado francés aumentó su



Última campaña de publicidad, un poco desfasada...

“Para Renova, el respeto por el medio ambiente es un medio privilegiado para asegurar un crecimiento sostenible y garantizar un desarrollo coherente con nuestra filosofía”.

Aterrizó en Francia en el 2002, donde Renova logró rápidamente hacerse notar por los clientes y consumidores con productos innovadores como el papel higiénico con loción o los papeles toallas coloreados o incluso con una campaña publicitaria desfasada firmada “El placer de estar limpio”. El éxito fue tal que la marca está hoy presente en más del 50 % de la distribución francesa. Y 130 000 consumidores potenciales le son fieles.

Medio ambiente, calidad, seguridad/salud
“Para nuestro Grupo, el respeto por el medioambiente es un medio privilegiado para asegurar un crecimiento sostenible y garantizar un desarrollo coherente con nuestra filosofía”, asegura Luis Saramago, director de marketing. Es esta mentalidad la que ha llevado a Renova a desarrollar una política medioambiental, concretada en la obtención de la certificación ISO 14001. En el 2004, Renova fue incluso la primera empresa del sector en obtener la “Triple Certificación Integrada”: Medio ambiente, Calidad y Seguridad/Salud. *“Nuestros clientes reconocen la calidad de nuestro servicio y nuestra flexibilidad”,* continúa Luis Saramago. Renova emplea a 700 colaboradores que se reparten entre las dos plantas y el centro logístico de Torres Novas en Portugal, así como las direcciones comerciales de Lisboa, Madrid, París, Bruselas y Luxemburgo. El Grupo ha realizado importantes inversiones, principalmente a nivel de la producción, de la formación y de la logística, con la apertura de un nuevo almacén en Torres Novas, operativo desde abril de 2005, uno de los más modernos de Europa. Se trata de un almacén con una capacidad

de cobertura geográfica y, al mismo tiempo, la complejidad de su distribución: larga distancia y tiempos de tránsito cada vez más cortos ocasionan inevitablemente costes adicionales de distribución. *“Es para hacer frente a este nuevo desafío que hemos confiado el transporte y la logística de nuestros productos a un operador logístico como el Grupo Norbert Dentressangle, explica Luis Saramago. Nuestras exigencias de servicio, muy elevadas, están hoy satisfechas. Y contamos con nuestro socio para apoyarnos en nuestro desarrollo europeo, especialmente en Bélgica y Luxemburgo.”*



Conocido por su modernidad, su irreverencia y sus innovaciones, Renova lanzó en mayo de 2005 el primer papel higiénico negro.

Norbert Dentressangle embala para Renova

Desde el 2002, Norbert Dentressangle acompaña a Renova en el mercado francés. Para responder al nivel de exigencia de sus clientes franceses, Renova ha confiado sus operaciones de transporte y de logística a un experto.

Objetivo: *asegurar un desarrollo sin riesgo, con un alto nivel de calidad de servicio. En el menú de las soluciones propuestas por el Grupo: cargas completas, multistop, grupage con cross-docking, etc. Todo ello con la garantía de respeto a las necesidades de los clientes:*

- *envíos fraccionados,*
- *respeto a las ventanas horarias,*
- *horarios estrictos*

Resultados: *los productos de Renova llegan a más del 50 % de los puntos de venta franceses, en particular con una implantación especialmente exitosa en los almacenes de nuestros diferentes clientes distribuidores.*

Para Renova, su socio Norbert Dentressangle asegura de 30 a 60 expediciones al mes.