



## Norgraft incorpora nuevos vehículos

## *Norgraft incorpore nouveaux véhicules*

La logística es un apartado que las empresas no deben descuidar. En NORGRAFT somos conocedores de esta premisa y por este motivo lo tenemos muy en cuenta a la hora de reinvertir beneficios. Fruto de esta filosofía empresarial acabamos de adquirir dos nuevos vehículos, con los que ampliamos el servicio de entrega a nuestros clientes.

Una flota más amplia significa un mejor y más rápido transporte, independencia, y a su vez, una imagen de calidad. Y es que en NORGRAFT calidad se traduce en el mejor de los servicios, desde que se recibe un pedido hasta que éste llega a manos de sus receptores.

La logistique est un domaine que les entreprises ne doivent pas négliger. A NORGRAFT, nous connaissons cette prémisse et nous la prenons en compte au moment de réinvestir des bénéfices. A titre d'exemple de cette philosophie entrepreneuriale, nous venons d'acquérir deux nouveaux véhicules qui nous permettent d'agrandir notre service de livraison à nos clients.

Un parc de véhicules plus grand signifie un transport plus rapide et meilleur. A NORGRAFT, la qualité se traduit par le meilleur des services, depuis la réception de la commande jusqu'à son arrivée aux mains de ses destinataires.





# Norgraft refuerza su área logística incorporando nuevos vehículos

NORGRAFT PACKAGING acaba de ampliar su flota de vehículos propia incorporando dos nuevos tráilers, mejorando así en calidad y rapidez el servicio de entrega a sus clientes.

“No vale con producir a tiempo, hay que entregarlo también a tiempo”. Esta afirmación sirve para recordar que el factor transporte está reconocido como uno de los componentes esenciales dentro de la cadena de producción y distribución de cualquier producto. No sirve de nada fabricar a un ritmo vertiginoso sino se da salida, de la misma forma, a esas producciones.

En mercados muy competitivos los plazos de entrega son muy estrictos. Entregar tarde una mercancía puede suponer la pérdida de un cliente, además de una mala imagen para la misma dentro de su sector. Por ello, para que todo salga a la perfección es necesario que exista una correcta coordinación de todas las actividades y elementos que intervienen dentro de la logística de la empresa.

En NORGRAFT se hace un gran esfuerzo por mejorar todos y cada uno de los apartados que existen en la empresa y el de la logística se tiene muy en cuenta. Por este motivo acabamos de incorporar dos nuevos y modernos tráilers, que se unen a su actual flota. Con esta incorporación, y con las que se prevén en el futuro, desde la empresa se quieren asumir los estrictos cumplimientos de entrega a sus clientes, ampliando y mejorando el servicio final, que a su vez sirve para afianzar la imagen de calidad con la que cuenta en el sector del embalaje.

Además del servicio propio de entrega en NORGRAFT, y debido a su amplio volumen de trabajo, se siguen trabajando con agencias de

transporte. Sin embargo una de sus expectativas es ir asumiendo cada vez mayores compromisos de reparto y entrega, ya que nadie mejor que la propia empresa para exigirse el cumplimiento estricto de los plazos.

## CLIENTES EUROPEOS

En la actualidad NORGRAFT cuenta con una amplia cartera de clientes, tanto españoles como europeos, destacando principalmente el mercado francés. Al tratarse de mercados exteriores el transporte presenta necesidades más complejas, tanto de distancias como de exigencias reglamentarias, por lo que es necesario que el departamento de logística opere a la perfección.

Este es otro de los motivos por los que desde NORGRAFT se quiere reforzar y mejorar, en la medida de la posible, el servicio de transporte, para que ningún impedimento haga que sus clientes, tanto extranjeros como nacionales, queden descontentos con sus servicios.

El transporte, dentro de la cadena logística, es uno de las piezas más importantes, tanto por los costes, ya que se estima que puede suponer hasta un 30% del total del gasto dedicado a la logística, como por la enorme importancia que supone para los clientes el cumplimiento de los plazos de entrega. Con esta medida NORGRAFT vuelve a reforzar su posición de liderazgo dentro del competitivo mercado de las artes gráficas.

No sirve de nada fabricar a un ritmo vertiginoso sino se le da salida rápida

Un rythme de fabrication vertigineux n'a de sens que si la marchandise s'écoule vite.



NORGRAFT a parié sur sa branche de logistique. Norgraft apuesta por su área logística.

## Norgraft renforce son domaine logistique en incorporant de nouveaux véhicules

NORGRAFT PACKAGING vient d'augmenter sa flotte de véhicules d'entreprise en incorporant deux nouveaux trailers pour améliorer la qualité et la rapidité du service de livraison aux clients.

“Produire à temps ne suffit pas, il faut aussi livrer à temps”. Cette affirmation sert à rappeler que le facteur transport est reconnu comme un des éléments Essentiels dans la chaîne de production et de distribution de n'importe quel produit. Un rythme vertigineux de production est inutile si les productions ne sortent pas au même rythme.

travail, l'entreprise a encore recours à des agences de transport. Cependant, un de ses projets est d'assumer à chaque fois davantage d'engagements de distribution et de livraison car personne n'exigera plus que la propre entreprise le respect strict des délais.

## Clients européens

Dans des marchés très compétitifs les délais de livraison sont très stricts. Livrer tard une marchandise peut représenter la perte d'un client et une mauvaise image de l'entreprise dans son secteur. C'est pourquoi, pour que toute la démarche soit parfaite, il doit exister une coordination correcte de toutes les activités et les éléments qui interviennent dans la logistique de l'entreprise.

Aujourd'hui, NORGRAFT a un ample portefeuille de clients, espagnols et européens parmi lesquels le marché français a une place importante. Comme il s'agit de marchés extérieurs, le transport a plus de contraintes, tant dans les distances qu'au niveau d'exigences réglementaires. Cela demande au département de logistique de réaliser un travail parfait.

NORGRAFT réalise un grand effort pour améliorer tous les domaines de l'entreprise et celui de la logistique est fortement pris en compte. C'est le motif pour lequel nous venons d'incorporer deux trailers nouveaux et modernes à notre flotte actuelle de véhicules. Avec cette incorporation et celles prévues pour le futur, l'entreprise veut assumer les exigences strictes de livraison aux clients en élargissant et améliorant le service final qui servira à son tour à renforcer l'image de qualité qu'elle a dans le secteur de l'emballage.

C'est un des autres motifs pour lesquels NORGRAFT veut renforcer et améliorer, dans la mesure du possible, le service de transport, pour qu'aucune contrainte ne provoque le mécontentement de ses clients nationaux ou de l'étranger.

Le transport, dans la chaîne logistique, est un des jalons les plus importants autant pour son coût que l'on estime pouvoir représenter jusqu'au 30% du total de la dépense dédiée à la logistique que pour l'énorme importance que suppose pour les clients le respect des délais de livraison. Avec cette mesure NORGRAFT veut renforcer sa position de leader dans le marché compétitif des arts graphiques.

En plus du service particulier de livraison de NORGRAFT et à cause du volume de

# El envase de cartoncillo como soporte de marketing

A la hora de escoger envases de cartoncillo para la comercialización y distribución de los productos hay muchos factores que los clientes tienen en cuenta, y que lo han convertido, a lo largo del tiempo, en el material idóneo para la mayor parte de los embalajes.



Se trata de una materia prima que se caracteriza esencialmente por su versatilidad y manejabilidad, permitiéndole adoptar muchas formas y tamaños, y convirtiéndolo así en un material idóneo para productos promocionales.

Además permite imprimir completamente y por igual en toda la superficie, obteniendo unos resultados de calidad de impresión excelentes. Esta calidad de impresión hace posible que los mensajes sean más claros y nítidos y que el consumidor identifique más rápidamente los productos. De esta forma son más elevadas las probabilidades de que el consumidor ante una elección se decante por el producto más familiar.

Por otra parte es un material que permite ver los resultados con rapidez, y llevar a cabo los cambios que se precisen también en poco tiempo. El cartoncillo es además un material fuerte, lo que posibilita la creación de envases para multitud de productos.

En el campo del marketing ocupa un lugar más que destacado, siendo una de las herra-

José Ramón Nieto  
Director Comercial

mientas que más ayuda en el éxito promocional. Si se parte de la base de que sólo un 31% de las compras que se realizan habitualmente se hacen de forma racional, o lo que es lo mismo, que están previstas de antemano, y el resto, un 69%, se deciden en el mismo establecimiento a la vista de los productos\*, se puede deducir la importancia que tiene el envase. La mayor parte de las decisiones que se toman habitualmente en la elección parten de la visión o mensaje que nos transmite su envoltorio, por lo que ayuda de forma importante al consumidor.

Respondiendo a las crecientes necesidades de los departamentos de Marketing en NORGRAFT ofrecemos un amplio abanico de posibilidades promocionales, como la introducción de cd's en los estuches (visibles a través de una ventana plástica de polipropileno, cromos, etc..) o la impresión de textos y códigos numéricos en cada estuche (numeración para sorteos, denominaciones de origen etc.,..)

Otra característica promocional que se otorga al envase es la de "ennoblecimiento del producto".

Según varios estudios\* genera una sensación de mayor calidad e incluso parece que eleva la categoría del mismo. Muchos clientes, en especial los que fabrican productos de mayor coste, invierten mucho en su envase, convirtiéndolos en su seña de identidad y diseñando auténticos regalos para la vista del consumidor.

\* (Investigación de mercado realizada por POP AI, Point of Purchase Advertising Institute)

Su versatilidad y manejabilidad lo convierten en un material idóneo para productos promocionales

Sa versatilité et sa maniabilité en font un matériel parfait pour des produits de promotion

## L'emballage de carton comme support de marketing

Au moment de choisir des emballages en carton pour la commercialisation et la distribution de produits, les clients prennent en compte de nombreux facteurs, ces mêmes facteurs qui en ont fait le matériau parfait pour la plupart des emballages.

Il s'agit d'une matière première qui se caractérise surtout par sa versatilité et son maniement facile qui lui permettent d'adopter des formes et des tailles multiples et en font le matériau par excellence pour des produits de promotion.

Il faut ajouter que ce matériau accepte l'impression sur toute sa surface avec des résultats de qualité d'impression excellents. Cette qualité de l'impression apporte des messages clairs et nets et permet au consommateur d'identifier plus vite les produits. Il en découle plus de probabilités que le consommateur se décide pour le produit qui lui est le plus familier.

Par ailleurs, c'est un matériau qui permet de voir des résultats rapides et permet aussi de réaliser les changements nécessaires en peu de temps. Le carton est en outre un matériau fort ce qui rend possible la création de récipients pour une multitude de produits.

Dans le domaine du marketing, ce produit est en toute première place comme outil qui aide le plus au succès d'une promotion. Si nous partons de la base que seul le 31% des achats réalisés habituellement se font de manière rationnelle ou, ce qui revient au même, qu'ils sont prévus à l'avance, et que le reste, un 69% sont décidés dans l'établissement au vu des produits\*, nous pouvons déduire rapidement l'importance du contenant. La plupart des décisions prises habituellement au moment du choix partent de la vision ou du message que transmet l'emballage, une grande aide pour le consommateur.

Répondant aux besoins croissants des départements de Marketing, NORGRAFT offre un vaste éventail de possibilités promotionnelles, telles que l'introduction de CDs dans les étuis (visibles à travers une fenêtre plastique de polypropylène, des images, etc..) ou encore l'impression de textes et de codes numériques sur chaque étui (numération pour tirages au sort, labels d'origine, etc.).

Une autre caractéristique promotionnelle qui est reconnue au récipient est celle de l'ennoblement du produit\*. D'après plusieurs études\* il génère une sensation de meilleure qualité et il semble même élever la catégorie du produit. De nombreux clients, en particulier ceux qui fabriquent des produits plus coûteux, investissent beaucoup dans leurs emballages, en font ainsi en leur signe d'identité et les transforment en véritables cadeaux pour le regard du consommateur.

\* (Etude de marché réalisée par POPAI, Point of Purchase Advertising Institute)