

L'empresa ha llançat al mercat la segona generació de la marca Maturi

# Plasticband, de Granollers, exporta el 90% de màquines d'embalatge

Granollers

EL 9 NOU

L'empresa Plasticband, de Granollers, dedicada a la producció i comercialització de fleix per a embalatge i màquines d'embarcar, ha aconseguit exportar fins al 90% de la seva producció de maquinària. Segons la companyia, els principals mercats són el Japó, els Estats Units, França, Alemanya i els països de l'Est. La recent adquisició dels drets de la històrica marca de maquinària d'embalatge de palets Maturi ha permès potenciar les vendes, segons fonts de la companyia.

"L'atonia del mercat espanyol i la poca inversió de les empreses d'aquí en valor afegit ens ha permès poder centrar-nos en el mercat europeu i internacional, on en el sector de l'embalatge podem ser competitiu", ha explicat el director general de Plasticband, Jordi Guimet.

La firma de Granollers, fundada l'any 1978 per les famílies Guimet i Sisó, ha fet renéixer la marca Maturi, que restava inactiva des de fa 10 anys amb tecnologia actual i un projecte de recerca i desenvolupament propi. Ara acaba de llançar al mercat la segona generació de la màquina fleixadora Maturi



Plasticband exporta fins a un 90% de les màquines d'embarcar que fabrica a Granollers

Kanban, que permet optimitzar els costos d'embalatge amb una inversió un 30% inferior que amb sistemes tradicionals. Segons els responsables de Plasticband, la nova màquina, que es presentarà a la fira internacional de l'embalatge Hispack 2012, permet que les empreses puguin reduir costos i temps de fleixat fins a un 70%, a la vegada que guanyen espai al magatzem, ja que es tracta d'una màquina mòbil que posa el fleix als palets desplaçant-se a través d'uns rails.

La línia Maturi, amb dos models al mercat i produïda

íntegrament a la planta de Plasticband de Granollers amb tècniques de fabricació *lean manufacturing* (tècniques per reduir terminis i costos de fabricació), la mateixa que fa servir la firma japonesa Toyota, respon a una nova línia de negoci iniciada a principis d'aquest any.

La marca Maturi, que aquest any compleix els 50 anys, continua sent capdavantera en el mercat de les màquines del sector de l'embalatge, amb un prestigi al qual s'ha sumat el disseny conceptual i l'experiència

de Plasticband. La firma de Granollers té més de 2.000 referències que comercialitza a més de 40 països. Les exportacions suposen actualment el 35% del total de la facturació de l'empresa, que se situa en els 5 milions d'euros anuals.

En 30 anys d'història, Plasticband ha esdevingut una empresa pionera en la producció sostenible gràcies al seu producte ecoband. També és l'única del sector amb una producció 100% sostenible gràcies a l'ús d'energia fotovoltaica. Té una plantilla de 27 treballadors.

El grup de Decathlon tanca l'any 2011 amb un augment de vendes del 8,8%

Mollet del Vallès

El grup d'articles esportius Oxlane, al qual pertany la cadena Decathlon, que té la botiga més gran de l'Estat a Mollet, va facturar un total de 6.500 milions d'euros l'any passat, un 8,8% més que en l'exercici anterior. L'augment se suma al que ja havia tingut l'any 2010, en què les vendes van créixer un 9,9%. Segons fonts de la companyia, l'any passat es van obrir un total de 68 punts de venda nous en 16 països, amb la qual cosa el grup ja arriba a 679. La majoria dels nous establiments, 62, van ser de Decathlon, que ja suma 594 botigues. La majoria dels nous punts de venda es van obrir a França (11) i Espanya (8).

Els botiguers de les Franqueses clouen la campanya "Deixa't estimar"

Les Franqueses del Vallès

L'Associació de Botiguers, Comerciants i Professionals de les Franqueses finalitza aquest dissabte la campanya "Deixa't estimar", que vol fidelitzar els clients als establiments adherits i premiar-los, amb motiu de la diada de Sant Jordi, amb un sopar per a dues persones. Des del 14 de març i fins aquest mateix divendres, les botigues reparteixen butlletes als clients i aquest dissabte es farà el sorteig del premi.

## El negoci de les passejades

Un veí de Palautordera crea una empresa de visites turístiques

Sant Celoni

Laia Coll

L'empresa Passejades amb Història, creada per Josep Maria Pascual, de Santa Maria de Palautordera, ha guanyat el premi a la millor empresa de nova creació en la primera edició dels Premis Sant Celoni d'Emprenedoria i Empresa. Passejades amb història ofereix visites culturals a particulars i a grups escolars pel Baix Montseny i també per ciutats com Girona i Barcelona.

Pascual, de 34 anys i llicenciat en Història de l'Art i guia turístic, va impulsar l'empresa fa un any amb la certesa que "és un projecte amb bona acceptació i ara cal veure si és viable a llarg termini" i amb la intenció de poder dedicar-se a allò que

realment li agrada i amb la voluntat de trobar estabilitat en la seva vida professional.

L'emprenedor afirma que ha pogut tirar endavant el projecte perquè la inversió era mínima -només calia invertir en algun material didàctic com la impressió de fotografies i algun tríptic- malgrat les moltes hores de dedicació de lectura i recerca per preparar les diferents visites. "M'agrada aportar imatges de petits detalls durant les visites i que tot el que explico estigui basat en la certesa", diu Pascual, que per a aquesta temporada de primavera-estiu vol ampliar el nombre de visites culturals ofertes fins al moment i que l'empresa es consolidi.

Durant el primer any, Pascual afirma que ha passat un nombre important de gent

per les visites guiades, malgrat que la tardor i l'hivern han estat els mesos més fluïdos perquè el temps no acompanya. A l'hora del balanç, es mostra satisfet de com li han anat les coses en el primer any, que "és un dels més complicats per la dificultat que suposa donar-se a conèixer. Un dels objectius de fer visites culturals fora de la zona és engrescar la gent perquè vingui a conèixer el Baix Montseny", diu.

Al marge del negoci, Pascual diu que vol promoure l'interès per conèixer la història i la cultura que hi ha més a prop i potenciar els valors de conservació del patrimoni cultural i natural de la zona del Baix Montseny. Aquestes qualitats són les que el jurat dels premis va valorar molt positivament a l'hora



J.M. Pascual va rebre un dels premis d'Emprenedoria de Sant Celoni

de decantar-se per aquesta empresa com la millor de nova creació.

Els premis Sant Celoni d'Emprenedoria i Empresa han estat impulsats per l'Ajuntament de Sant Celoni amb la col·laboració de l'Associació d'Emprenedors del Baix Montseny, PIMEC-Vallès Oriental, la UBIC Sant

Celoni i el Cercle Econòmic i Social Baix Montseny amb l'objectiu de promoure l'emprenedoria.

Els premis es continuaran organitzant dos cops per any i en les properes edicions es vol ampliar l'organització i el suport d'altres administracions i ajuntaments del Baix Montseny.