

Seur invierte 40,5 millones en su nueva plataforma de Barcelona

El presidente de Seur, Manuel Valle, inauguró ayer la nueva plataforma de la compañía en la zona de actividades logísticas (ZAL) de Barcelona, que ha supuesto una inversión de 40,5 millones de euros. La nueva plataforma es la segunda de mayor extensión de la empresa, con 16.400 metros cuadrados y tiene una capacidad para clasificar 14.000 paquetes por hora.

Blanquerna se incorpora al grupo cooperativo catalán Clade

La Fundación Blanquerna anunció ayer su incorporación al grupo cooperativo Clade. Blanquerna es una de las instituciones fundadoras de la Universidad Ramon Llull. En el curso 2006-2007 obtuvo unos ingresos de 32 millones de euros y cuenta con 585 empleados. Clade agrupa varias cooperativas como Abacus, La Fageda y Grup Qualitat, entre otras.



Los seguidores podrán comprar productos del **Cavallino Rampante**.

Ferrari abre en El Prat su primera tienda europea fuera de Italia

Ferrari, gracias al acuerdo alcanzado con el Grupo Áreas, inauguró ayer en el aeropuerto de El Prat su primera tienda en Europa fuera de Italia. Ferrari cuenta con 16 tiendas en todo el mundo, con una facturación de más de 25 millones, y pretende abrir 40 puntos de venta en cinco años. A la inauguración asistió el piloto catalán de la escudería roja Marc Gené.

GUERRA DEL FÚTBOL

Mediapro rechaza emitir el Villarreal-Barcelona pese a la oferta de AVS

Madrid. El Espayol-Real Madrid ha reabierto la guerra del fútbol. Tanto Sogecable como La Sexta anuncian que emitirán el partido que se disputa el sábado a las 22.00. Sin embargo, Audiovisual Sport (AVS), titular de los derechos televisivos, ha establecido que el partido en abierto sea el Villarreal-Barça. Ante la negativa de La Sexta a difundir este encuentro, AVS ha ofrecido la señal a todas las cadenas para el sábado a las 22.00 horas, en cumplimiento de la Ley 21/1997 de Emisiones y Retransmisiones deportivas.

Audiovisual Sport recordó que da cumplimiento así a las medidas cautelares contempladas en el auto dictado por el Juzgado de Primera Instancia número 36 de Madrid el 8 de octubre. Unas medidas que son de aplicación esta temporada pese al recurso en apelación de Mediapro, según AVS.

AVS dispuso que el Espayol-Real Madrid se jugará a las 20.00 y su señal se distribuyera a través de Digital + de los operadores de cable. Mientras, la LFP colocó el partido a las 22.00 para su emisión por La Sexta.

TECNOLOGÍA

Philips homenajea a Javier Ramiro en la víspera de su jubilación

El actual presidente cederá el puesto a Antonio Duato, hasta ahora responsable de Iluminación. El relevo será el 1 de noviembre.



Javier Ramiro, presidente de Philips Ibérica.

A. LORENZO

Madrid. Javier Ramiro, actual presidente de Philips Ibérica, recibió anoche el homenaje de sus compañeros y allegados en una cena en la que se recordó sus 35 años en la multinacional. A falta de una docena de días para su jubilación, Ramiro repasó de forma entrañable algunos de los momentos vividos en una compañía que ha visto crecer desde dentro y fuera de España. De hecho, Ramiro desempeñó puestos de alta responsabilidad en Benelux, Países Nórdicos y América Latina antes de regresar a España, en 1988, para asumir las riendas de la organización en la península Ibérica.

Los que conocen de cerca a Ramiro destacan su capacidad de trabajo, su serenidad para afrontar las dificultades y el talento, siempre animoso, con el que contagia de optimismo a todos sus equipos. En su ideario de gestión también soniza su convicción por el trabajo bien hecho.

BEBIDAS

Coca-Cola desea repetir el éxito de 'Nestea' con un nuevo café frío

La multinacional se une a la italiana Illy con objeto de superar a Pepsi y Starbucks

E. ÚRIZ / L. CECILIA

Madrid. El mayor fabricante de bebidas del mundo, Coca-Cola, desea afianzar su posición en los mercados de cafés y tés listos para tomar. A su clásica alianza con Nestlé, que ha dado lugar a *Nestea*, se suma ahora la alcanzada con el productor italiano de café Illy. El café frío listo para tomar de Coca-Cola e Illy, cuyo nombre aún está por determinar, comenzará a comercializarse en 2008, primero en Italia, Grecia y Alemania y después en el resto del mundo. En marzo, Coca-Cola rompió su acuerdo con Nestlé para elaborar bebidas a base de café, y sólo mantienen una alianza en tés.

La *joint venture* al 50% con Illy permitirá a Coca-Cola expandirse en un mercado, el de los cafés listos para beber, valorado en unos 10.000 millones de dólares (7.050 millones de euros) en todo el mundo y que, en los últimos cinco años, viene creciendo un 10% en todos los países excepto en Japón —donde ha alcanzado el pico de demanda—.

El presidente y consejero delegado de Coca-Cola, Muhtar Kent, ha señalado que su compañía aportará su enorme "experiencia en creación de marcas y en distribución", mientras que Illy contribuirá con su gran "conocimiento del negocio del café".

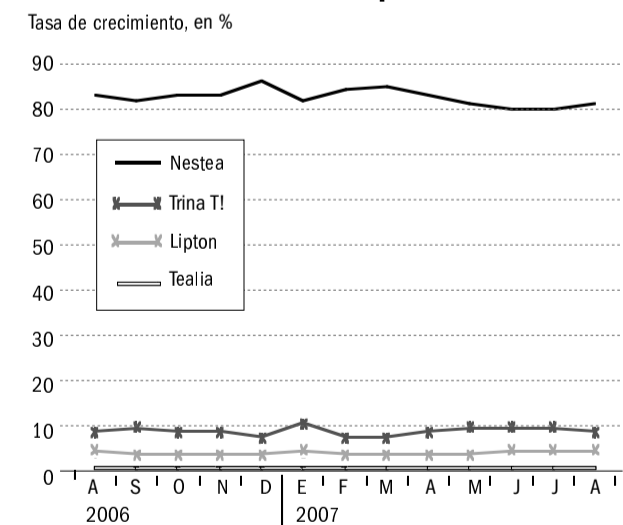
A falta de los últimos detalles, el acuerdo entre Coca-Cola e Illy sigue la estela del alcanzado por Pepsi y Starbucks, aunque lo supera en proyección. Pepsi y Starbucks venden juntos marcas como *DoubleShot*, *Frappuccino* e *Iced Coffee* de momento sólo en Norteamérica —ahora piensan trasladar su contrato también a China—. Coca-Cola e Illy lanzarán su producto en todo el mundo.

El catálogo de tés y cafés listos para beber de Coca-Cola está compuesto por *Envigga*, *Nestea*, *Georgia*, *Hajime*,



Muhtar Kent, presidente y consejero delegado de Coca-Cola, pretende lanzar el producto en todo el mundo en 2008. BLOOMBERG

Mercado de té frío en España



LA GACETA

Cafe Zu, *Marocha Chaba no Ko* y *Sokenbicha*. En España, sólo está presente con *Nestea*, aunque está haciendo una prueba piloto para dar a conocer su bebida a base de café *Coca-Cola Black*. Las bebidas sin gas tienen una importancia cada vez mayor para el grupo, con posiciones destacadas también en zumos, bebidas para deportistas y aguas.

El café de Illy se vende en más de 50.000 locales y sirve al día seis millones de tazas —Coca-Cola sirve al día unos 1.400 millones de bebidas—.

Según fuentes de Coca-Cola, tanto ella como Illy son líderes en sus sectores, además de que, por casualidad, los logos de las dos son de color rojo y blanco.

El año pasado, Coca-Cola lanzó en Canadá el sistema

NESTLÉ CAMBIA SU CÚPULA DIRECTIVA

La multinacional helvética Nestlé anunció ayer la designación de Paul Bulcke como nuevo consejero delegado a partir de abril de 2008.

A su vez, el actual director financiero de la compañía, Paul Polman, reemplazará a Bulcke como vicepresidente ejecutivo de la región americana a partir de febrero de 2008.

Nestlé incrementó sus ventas en los nueve primeros meses del año hasta 78.711 millones de francos suizos (47.092 millones de euros), lo que supone un 9% más que el año anterior. No obstante, el grupo espera un crecimiento orgánico más débil en el último trimestre, debido a que el encarecimiento de las materias primas les obligará a elevar los precios de venta, sobre todo, de lácteos y helados.

Far Coast Concept Store, que ofrece una variedad de cafés y tés en paquetes individuales en restaurantes y otros lugares de ocio. El acuerdo con Illy es similar al que la multinacional de bebidas firmó en 1993 con Nestlé para el lanzamiento del té frío *Nestea*. Según Coca-Cola, *Nestea* es líder en té frío en España, con una cuota del 80%.

España es el negocio más rentable de la *joint venture* en Europa, y aporta el 50% del beneficio total. *Nestea* crece un 15% anual y vende unos 100 millones de litros, mientras que el mercado del té ha evolucionado un 20% de agosto de 2006 a agosto de 2007, con un valor de 242,3 millones de euros. *Nestea*, que cuenta también con la marca *V&T*, tiene que competir con marcas como *Trina T!*, de Schweppes; *Tealia*, de Leche Pascual; el té de San Benedetto, y *Lipton* de Pepsi.