



www.aluminium-closures.org aporta información exhaustiva sobre este tipo de cierre

El cierre de aluminio gana mercado y busca el apoyo del sector vinícola

- En los últimos diez años el número de cierres de aluminio para vino creció rápidamente hasta alcanzar los cerca de 4.000 millones de unidades en 2011.
- La nueva campaña "Aluminium Closures - Turn 360°" divulga la preservación del sabor, la sostenibilidad y la eficiencia en costes de este sistema de cierre.

Madrid, 26 de noviembre de 2012. El cierre de aluminio ofrece numerosas ventajas en cuanto a la preservación del sabor y la calidad de los vinos, pero también aporta mejoras en cuanto a sostenibilidad, facilita el reciclaje, genera eficiencia de costes y diseño y aporta comodidad al usuario. Por ello, los principales fabricantes de cierres de aluminio han desarrollado la campaña paneuropea "Aluminium Closures - Turn 360°", que se inaugura hoy.

Organizada por la Asociación Europea del Papel Aluminio (EAFA), la novedosa campaña se inicia con la puesta en marcha del portal multilingüe www.aluminium-closures.org, diseñado especialmente para aumentar la conciencia general sobre los beneficios del cierre de aluminio. Se trata de una campaña divulgativa que proporciona información útil y fácil de entender sobre la alternativa inteligente y económica que, frente a otros sistemas, supone el cierre de aluminio.

Como explica Franco Bove, Presidente del EAFA Closures Group, "*el cierre de aluminio es un 'sello de calidad', no sólo desde el punto de vista de la conservación del sabor, sino también desde el punto de vista de la sostenibilidad, la comodidad y la eficiencia de costes. Este es el mensaje clave de la campaña de comunicación que ponemos hoy en marcha*".

La campaña ha sido específicamente diseñada para hacer llegar a las personas responsables de la toma de decisiones en el sector vinícola las excelencias de este tipo de cierre y la tendencia alcista del cierre de aluminio de alto rendimiento. En los últimos diez años, el número de cierres de aluminio para vino en todo el mundo ha tenido un crecimiento exponencial hasta alcanzar los cerca de 4.000 millones de unidades en 2011.



"Existe una cada vez mayor conciencia de las muchas ventajas y propiedades del cierre de aluminio para mejorar la calidad, tanto en la propia industria como en sectores como el diseño y la comercialización de productos. Con el amplio contenido y la convincente exposición de datos de la campaña 'Aluminium Closures - Turn 360°' estamos sentando las bases para una revaloración objetiva e insoslayable de la apuesta por este tipo de cierre, verdaderamente sostenible en todos los aspectos", asegura Bove.

Una amplia selección de imágenes de tapones de aluminio está disponible en www.aluminium-closures.org/es/galeria-mediatica

Adicional informaciones:

Guido Aufdemkamp

EAFA Director Communication

Acerca de la campaña "Aluminium Closures - Turn 360°":

La campaña "Aluminium Closures - Turn 360°" ha sido lanzada por los principales fabricantes europeos de cierres de aluminio y tapones de rosca miembros de la Asociación Europea del Papel de Aluminio (EAFA) y apoyada por los fabricantes de láminas y hojas de aluminio para cierres. Los miembros de EAFA representan más del 80% de la producción mundial de cierres de aluminio para vino.

Acerca de la EAFA:

La Asociación Europea del Papel Aluminio (*European Aluminium Foil Association*) es el organismo internacional que representa a laminadores y fabricantes de cierres de aluminio, recipientes, papel aluminio de hogar y todo tipo de envases flexibles. Sus más de 100 empresas asociadas tienen sus sedes en el oeste, centro y este de Europa. Fundada en 1974, tiene sus raíces en asociaciones que datan de la década de 1920.