

REMITIDO



## García de Pou

# Calidad y sostenibilidad en material para Hostelería

Con más de 6.000 productos en stock, García de Pou es un referente en material para Hostelería y Restauración. Una empresa cuya política de respeto medioambiental crece año tras año, apostando por la sustitución de los productos plásticos por otros materiales respetuosos con la naturaleza. Prueba de ello es su nuevo catálogo 2018-2019, con más de 300 nuevos productos, la mayoría de ellos ecosostenibles.

Cada año el catálogo de García de Pou crece en todos los sentidos, no solo en cantidad sino también en calidad. Este año, de forma muy significativa también en sostenibilidad, un firme compromiso de esta empresa que progresivamente viene cobrando mayor fuerza en sus nuevos productos.

García de Pou cada vez fabrica con materias primas más sostenibles y va ampliando, por ejemplo, su **gama de artículos fabricados con kraft natural**: las nuevas toallitas refrescantes CITRON son una versión de las clásicas pero están hechas con papel kraft, por lo que tienen color "natural" en lugar de blanco. Además, se utiliza la fibra de bambú, más sostenible, para las **servilletas ECO BAMBOO**: 100% biodegrada-

bles, ecológicas, renovables, reciclables y compostables. Con material reciclado, se han creado asimismo los diseños de mantelinas y servilletas *Nairobi* y *Maya*. Igualmente son novedades en el catálogo las servilletas 40x40 *Natura*, la servilleta *Canguro* y el mantel *Tú y yo* de la misma línea, de color kraft natural, ampliando además la oferta de canutillos de papel con colores kraft, negro y surtido, que sustituyen a los clásicos de plástico. Con material reciclable, García de Pou consigue evitar el gran impacto medioambiental que produce el plástico.

La empresa cuenta con el presti-

gioso certificado ECOLABEL en la mayoría de servilletas de tissue blancas, monocolor y recicladas. Entre los productos ecológicos que fabrica están las toallitas enrolladas, las toallitas ensobradas y también las toallas secamanos *Flush-Linen*, que son 100% *flushable*, 100% biodegradables, 100% de origen natural, sin aglutinantes químicos, compostables. En el caso de las servilletas de un solo uso *Like-Linen*, fabricadas con materia prima y tintas compostables, la combinación de viscosa y celulosa hace que sean mucho más resistentes, suaves al tacto y que parezcan de tela. Una novedad en esta

**El nuevo catálogo incluye numerosos productos fabricados con materias primas más sostenibles o reciclables**

ble hecha de caña de azúcar, alternativa al plástico. Y en sintonía con el creciente gusto por el estilo asiático, se ha incluido en este catálogo más variedad de productos de bambú: unos actuales porta menús con opción de clip o goma elástica negra, cajas para bufet, palillos chinos en acabado oscuro y una estera de bambú enrollable para preparar el mejor sushi. Por su parte, la línea "Areca", vajilla de hoja de palma, se continúa desarrollando con más formatos, incluyendo una bandeja con porta copas ideal para los eventos de pie.

También se ha ampliado el número de **food markers** de cartulina y madera, con las opciones *Gluten Free* y *Lactose Free*. Además, para los que practican el veganismo o los que prefieren consumir productos de proximidad, se incorporan los marcadores *Vegan 100%* y *Km 0*, prácticos para señalar la comida en el bufet.

Dada la proliferación de alergias e intolerancias alimentarias, la normativa obliga a los establecimientos a informar al consumidor sobre el contenido de alérgenos en alimentos y bebidas. Pensando en facilitar esta tarea, se han diseñado unas etiquetas adhesivas informativas de contenido alérgico.

El nuevo catálogo presenta además **blondas de papel kraft** natural con troquelado ornamental, ideales para presentar tartas, cupcakes y todo tipo de repostería o pastelería, y más incorporaciones en la gama de cestas *American Style*: nuevas cestas de acero inoxidable para presentar comidas, con tarrinas para salsas, que se suman a los modelos de conos y cestas ya existentes en acero y hierro forjado de la misma línea de estilo americano, muy adecuadas para establecimientos de comida rápida. Y, puesto que cada vez usamos más especias y salsas para acompañar los platos, se ha creado una nueva cesta para condimentos, que dispone de un asa para facilitar su transporte entre mesas.

línea es COTTAGE, con un diseño más rústico y nuevas medidas.

García de Pou también presenta en su catálogo una **nueva línea de cucuruchos, barquillas y conchas para hamburguesas fabricadas con cartón ondulado**, llamada ONDULATTO, que confiere al producto un diseño más natural. Y del mismo modo son nuevas las alternativas de embalaje orientadas a los CASH & CARRY: COMBO.

En la misma línea de sustitución de productos plásticos por productos respetuosos con el medio ambiente, García de Pou presenta **novedades en PLA, madera, cartón y bambú**. La firma propone la nueva línea de productos (vasos y cubiertos) fabricados con PLA, el bioplástico con mayor madurez en el mercado que se obtiene a partir del almidón de maíz y la yuca. Se trata de un material biodegradable y compostable, de elegante apariencia, fuerte y robusto, apto para alimentación y para congelación. En el mismo sentido de responsabilidad ambiental, se ha incrementado la serie de madera. Dentro de los artículos de un solo uso, destaca el set de cubiertos en funda Kraft, las nuevas barquillas de hojuela y palos para polos artesanos. En artículos de uso prolongado, señalar las nuevas propuestas de cajas para bufet. En cartónaje, se han introducido nuevas referencias en papel kraft, como el *bagel scoop*, la caja automontable para porción de pastel con ventana y la funda *roller* para bocadillo.

De igual forma, se ha ampliado la **gama "Bionic" de vajilla desecha-**



**GARCIADEPOU**

www.garciadepou.com

## 30 años de arte en la portada

Como cada año, desde hace ya más de treinta, García de Pou ha encargado a un artista reconocido la portada de su catálogo anual. En esta ocasión es el pintor e ilustrador Leonard Beard quien ha hecho los honores, como ya lo hiciera en 2015, puesto que lo hace por segunda vez. Tal como él mismo explica, la imagen de la portada

contrapone la inmensidad de un espacio abierto con el pequeño universo de un food-truck y sus personajes. "Me interesó la idea de extremos, de reflejar hasta qué lugar remoto podrían llegar los productos elaborados por García de Pou y mostrarlo de una manera poética, atractiva y a la vez potente", explica Beard, añadiendo que su creación se encuen-

tra "en la línea de una 'road movie' norteamericana con aires ampurdaneses". Para Leo Beard, esta iniciativa de encarar las portadas a un artista -otros años ilustraron el catálogo de García de Pou Javier Mariscal o Forges-, "dota a la empresa de un sello de calidad característico y a la vez muestra un destacable compromiso cultural".

