

VAN HOUTUM



MATERIAS
PRIMAS



ECOINNOVACIÓN
PRODUCTOS



ECOINNOVACIÓN
PROCESOS

EMPRESA

SECTOR	Higiene y cosmética	Nº EMPLEADOS	200 ¹
PAÍS	Países Bajos	FACTURACIÓN	60 M€ ¹



VanHoutum

Van Houtum es una empresa familiar nacida en 1935 que suministra papel higiénico y soluciones innovadoras para una mejor higiene del inodoro. Ya en los años 60 empezó a utilizar papel reciclado y tener su propia planta de energía lo cual demuestra la sensibilidad de la empresa por la sostenibilidad. Sus productos incluyen papel higiénico, pañuelos, dispensadores y ambientadores, entre otros.^{1,2}

ESTRATEGIA APLICADA

**EL PRIMER PAPEL HIGIÉNICO DEL MUNDO PRODUCIDO BAJO
LOS CRITERIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR.**



CONTEXTO ^{3,4,5}

Más del 80% de los bosques naturales del planeta ya han sido destruidos. Mientras tanto, cada año casi **10 millones de árboles** se vierten en los inodoros o vertederos en forma de papel higiénico. El uso de **papel higiénico causa un 15% de la deforestación**, la cual es uno de los principales factores que contribuyen al **cambio climático**. Este problema, en combinación con la **creciente demanda** global de papel higiénico, hace necesario el cambio hacia alternativas a la pulpa de papel virgen (usada en el 64% de la producción de papel higiénico en Europa). La venta de papel higiénico reciclado por lo tanto constituye una oportunidad para las empresas de diferenciarse de sus competidores, aumentar su competitividad y reducir su impacto ambiental.

DESARROLLO DE LA ECOINNOVACIÓN ^{6,7,8}

Con su marca **“Satino Black”** Van Houtum produce productos relacionados con el inodoro bajo los conceptos de economía circular y sostenibilidad. El producto estrella de la marca es un **papel higiénico** de alta calidad **producido con 100% papel reciclado** procedente de residuos como cartones de bebidas. En el proceso de producción sólo se utiliza **energía verde, se recicla el agua y se prescindie de químicos dañinos**. Por último, tanto los otros productos de la línea Satino Black (toallas de papel, jabón y dispensadores) como las cajas de embalaje llevan la misma marca de calidad y están **certificados con Cradle to Cradle**. El mayor desafío para la empresa fue la comercialización a una red de distribuidores tradicionales y reacios a vender un concepto sostenible. Van Houtum afrontó ese reto con una estrategia de marketing enfocada a sus clientes finales destacando sus productos claramente de los productos de sus competidores.



**“NUESTRO ENFOQUE ES UNA COMBINACIÓN DE MARCA
Y MEDIO AMBIENTE, DE DISEÑO Y SOSTENIBILIDAD. HAY
MUCHA DEMANDA DE MERCADO PARA ESO”.** ⁹

- Bas Gehlen,
Managing Director



laboratorio
ecoinnovación



RESULTADOS PRINCIPALES

SATINO BLACK GENERA UN **CRECIMIENTO DE FACTURACIÓN** SIGNIFICANTE Y TIENE UN **MARGEN DE BENEFICIO** MUCHO MAYOR QUE LOS DEMÁS PRODUCTOS DE LA EMPRESA.^{5,6,9}

EL PAPEL HIGIÉNICO SATINO BLACK SE PRODUCE CON UN **100% DE PAPEL RECICLADO** Y LOS DISPENSADORES CON UN 100% DE PLÁSTICO RECICLADO SIN SUSTANCIAS QUÍMICAS PELIGROSAS.⁷

USO DEL **100% DE ENERGÍA RENOVABLE** HACIENDO TODO EL PROCESO DE PRODUCCIÓN **NEUTRAL EN CO₂**.^{6,7}

BENEFICIOS PARA EL MEDIO AMBIENTE



RESIDUOS

Distribución de cajas de devolución para recuperar los antiguos dispensadores de sus clientes y remanufacturarlos en un nuevo dispensador Satino Black.¹⁰



GLOBAL

El consumo de energía y agua y las emisiones producidas durante la producción están entre las más bajas del mundo. En el caso del agua llega a ser hasta 30 veces menor comparado con procesos sin reciclaje de agua.^{11,12}

AUMENTO COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL



MERCADO

El enfoque de su marca sostenible les ha dado una posición única y diferenciadora en el mercado.⁵



REPUTACIÓN

Satino Black es el primer y único papel higiénico del mundo certificado con “Cradle to Cradle”, “FSC” y “European Ecolabel”. Además, la marca ha sido premiada con el WWF Paper Award, el Red Dot Award y el Pentaward.^{7,13}



REDUCCIÓN DE COSTES Y USO EFICIENTE DE RECURSOS

Globalmente la empresa ha podido reducir sus costes en 1M de euros mediante el reciclaje de papel, el aumento de la producción, la reducción del uso de productos químicos, menores pérdidas de material y menor consumo de energía y agua.¹⁴

BENEFICIOS PARA EL CLIENTE



FUNCIONAL

Los clientes B2B disfrutan de un producto de alta calidad que les ayuda a alcanzar sus metas de sostenibilidad.

REFERENCIAS CASO PRÁCTICO: VAN HOUTUM

1 - *Van Houtum (2017) About van Houtum.*

2 - *Van Houtum (2017) Product range.*

3 - *World Watch Magazine (2010) Flushing Forests.*

4 - *National Geographic (2017) Forest Holocaust.*

5 - *TRUCOST (2014) Pilot study. Impacts of the cradle to cradle certified products program. Van Houtum Company Narrative.*

6 - *Nordic innovation (2012). Green Business Model Innovation Business case study compendium.*

7 - *Van Houtum (2017) Innovation and Quality.*

8 - *Van Houtum (2015) CSR Report.*

9 - *Tissue World Magazine (2014) Van Houtum aims to better substantial value growth in washroom solutions.*

10 - *Van Houtum (2017). Return box gives old dispensers a new lease of life.*

11 - *Van Houtum (2017) B.A.U.M. provides opportunities for Satino Black.*

12 - *Van Houtum (2017) Planet.*

13 - *Van Houtum (2017) Recognitions.*

14 - *Van Houtum (2017) CSR facts and figures*

15 - *Van Houtum (2017) Assistance in separating waste*

¿CÓMO INTERPRETAR LAS FICHAS?

