



Del 8 al 11 de mayo de 2018
www.hispack.com



El salón aborda 4 retos para el envase: sostenibilidad, experiencia de uso, automatización y logística

Hispack conecta el packaging con el proceso y la logística, promoviendo la digitalización de la industria

Confirmando el buen momento de la industria del envase y embalaje española, Hispack vuelve del 8 al 11 de mayo con más fuerza, empresas y respaldo sectorial para presentar las últimas innovaciones en packaging, proceso y logística del mercado. El salón de Fira de Barcelona reivindica el papel estratégico del packaging a la hora de transformar digitalmente la industria y dinamizar comercialmente todo tipo de sectores con la oferta de casi 800 expositores directos, un 21% más que en su última convocatoria celebrada en 2015.

Con la presencia de cerca de 1.400 marcas representadas, Hispack exhibe diferentes soluciones de packaging teniendo en cuenta todo su ciclo de vida y sus interconexiones con otros procesos productivos y con la cadena de suministro. La sostenibilidad, la mejora de la experiencia de uso de los envases, la automatización hacia la industria 4.0 y el packaging logistics son los grandes temas de esta edición.

Según el presidente de Hispack, Javier Riera-Marsá, las diferentes partes del proceso de fabricación de los productos, en las que se incluye el packaging, están cada vez más interconectadas entre sí y ligadas, además, a la cadena de suministro. “*El packaging puede ser el elemento clave en esta nueva industria para el control y la gestión de todo el proceso, desde la fabricación de un producto hasta que esté llega al punto de venta*”, asegura Riera-Marsá, quien destaca la apuesta del sector por la automatización para mejorar en eficiencia y afrontar la transformación digital.

Asimismo en Hispack se mostrarán los avances en sostenibilidad del packaging, así como soluciones de envase y embalaje pensadas para hacer la vida más fácil al consumidor. Riera-Marsá apunta “*veremos un uso mayor de materiales reciclables y biodegradables, envases más ligeros, y una clara apuesta por el ecodiseño, el reciclaje y la reutilización en el marco de la economía circular*”.

El packaging se adapta también al concepto de “conveniencia” para generar productos listos para usar y consumir en cualquier momento. En este sentido, aparecen nuevos envases y embalajes que interactúan con el producto que contienen mejorando sus propiedades, alargando su vida útil y proporcionando información al consumidor sobre el contenido y la marca fabricante.

Un salón de interés para cualquier sector

El carácter transversal del packaging convierte a Hispack en una feria de interés para fabricantes y distribuidores de alimentación, bebidas, química, farmacia, cosmética, perfumería o droguería, bienes de equipo, entre otros

Hispack reúne casi 800 expositores directos, el 25% internacionales

Con un 20% más de superficie respecto a 2015, ocupará tres pabellones del recinto

Coincidirá con el salón FoodTech Barcelona del 8 al 11 de mayo

sectores industriales y de consumo, así como para la gran distribución y el retail. La organización espera superar los 38.000 visitantes de la pasada edición, celebrada en 2015.

Hispack coincidirá de nuevo en fechas y recinto con FoodTech Barcelona, que mostrará todos los aspectos de la fabricación de alimentos. Así, los profesionales de la industria alimentaria pueden encontrar en esta doble cita ferial soluciones que van desde el ingrediente, a los procesos de producción pasando por el packaging y la llegada al punto de venta.

Más representatividad e internacionalidad

Hispack ocupará 39.000m² netos en tres pabellones del recinto de Gran Via de Fira de Barcelona, lo que supone crecer un 20% en superficie ocupada respecto a la convocatoria de 2015.

Los sectores vinculados a la maquinaria y accesorios para la fabricación de envases y embalajes, equipos de proceso, embotellado, y codificación y marcaje suponen más de la mitad de los expositores de la feria. Por su parte, las firmas de materias primas y materiales representan el 30% de los stands.

La apuesta de Hispack de incrementar la presencia de empresas de logística se ha traducido en un aumento del 16% de expositores de esta especialidad. También es destacable la creación de un sector dedicado a la automatización y digitalización en el que participan más de 40 empresas.

Además se evidencia un crecimiento del área Premiumpack, dedicada a proveedores de materiales, acabados y packaging para productos de gama alta de alimentación gourmet, bebidas, cosmética y perfumería. Empresas de PLV, de ingeniería, consultoría y servicios, asociaciones y entidades, así como firmas de recuperación y reciclaje completan la oferta comercial del salón.

Asimismo, Hispack aumenta un 14% la presencia de expositores internacionales. Después de España, el país que aporta más empresas hasta el momento a la lista de expositores es Turquía, seguido de Italia, Alemania, Francia, China, Países Bajos y Portugal. El salón incorpora este año compañías de Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Grecia, República Checa, Irán y Suecia. La cuarta parte de los expositores directos de Hispack 2018 proviene del exterior.

Hispack challenges

En medio de la zona expositiva, se construirán cuatro grandes áreas bajo la denominación Hispack challenges, en las que se desarrollarán las principales actividades formativas de acuerdo con los cuatro grandes retos definidos este año (sostenibilidad, automatización, packaging logistics y experiencia de uso). Cada una de estas áreas tendrá un programa específico de conferencias y mesas redondas en las que intervendrán ponentes de primer nivel y donde primarán la explicación de casos de éxito. En total unas 70 conferencias y mesas redondas en las que intervendrán más de 185 ponentes.

También habrá talleres, demostraciones y exposiciones. Destacan los talleres impartidos por Eurecat sobre Design Thinking o el de realidad aumentada en packaging a cargo Supercitys); la demostración de robótica colaborativa coordinada por Leitat; la exposición de los principales proyectos de I+D en sostenibilidad en packaging desarrollados por centros tecnológicos, clústers y entidades; y una muestra de productos novedosos en cuanto a diseño de packaging y experiencia de uso a cargo de agencias y marcas, así como una exposición de proyectos de estudiantes de Elisava.

Hispack también contará con el espacio de conferencias Packaging & Shopper Marketing Zone, promovido por Graphispac Asociación, en el que se analizará el papel del packaging como elemento de marketing y ventas y su relación con el retail, así como la influencia de la tecnología gráfica en la producción de envases, embalajes y etiquetas.

El programa formativo de Hispack se complementará con otras jornadas técnicas y conferencias organizadas por asociaciones profesionales, entidades y publicaciones. Además, en el marco de Hispack tendrá lugar la ceremonia de entrega de los Premios Líderpack 2017, los más importantes galardones de packaging y PLV que se conceden en España.

Barcelona, mayo de 2018

Hispack 2018

PACKAGING, PROCESS
& LOGISTICS

Del 8 al 11 de mayo de 2018
www.hispack.com



Ficha técnica

Hispack 2018, Packaging, Process & Logistics

Fechas de celebración

Del 8 al 11 de mayo de 2018

Edición

17

Periodicidad

Trienal

Carácter

Profesional

Horario

De 9:30 a 18:30h (8-10 mayo)

De 9:30 a 18:00h (11 mayo)

Ubicación

Pabellones 1, 2 y 3

Recinto Gran Vía de Fira de Barcelona

Superficie ocupada

39.000 m² netos (*oferta comercial + actividades*)

Expositores directos

Cerca de 800

Empresas representadas

1.400

Visitantes

38.000 (*conjuntamente con FoodTech Barcelona*)

Sectores

- Materias primas.
- Materiales y medios de envase y embalaje
- Maquinaria y accesorios de envase y embalaje
- Automatización y digitalización
- Maquinaria y equipos de embotellado
- Maquinaria para el proceso de fabricación de productos a envasar
- Maquinaria para etiquetado, codificación y marcaje
- Productos auxiliares

- PLV Publicidad en el Lugar de Venta
- Logística: Intralogística, manipulación y almacenaje
- Recuperación, tratamiento y reciclaje
- Premiumpack

Hispack challenges

Conferencias, mesas redondas, talleres, demostraciones, exposiciones, networking,... en cuatro áreas

- Sustainability by Hispack
- User experience by Hispack
- Automation by Hispack
- Packaging logistics by Hispack

Otras actividades

- Packaging & Shopper Marketing Zone
- Ceremonia de entrega de los Premios Liderpack 2017
- Ceremonia de entrega de los Premios Anuarial 2017
- Acto de reconocimiento sectorial a empresas, entidades y personas
- Encuentros de negocios con compradores internacionales
- Jornadas técnicas organizadas por asociaciones, entidades y publicaciones

En coincidencia en fechas y recinto con

- FoodTech Barcelona (ingredientes, tecnología y equipamiento para la producción alimentaria)
- Livestock Forum (congreso y jornadas sobre salud animal y optimización de la producción ganadera)

Organiza

Fira de Barcelona

Colabora

Graphispack Asociación

Presidente

Javier Riera-Marsá

Director

Xavier Pascual

Contacto con prensa

Maria Dolores Herranz

Tel. 93 233 25 41

mdherranz@firabarcelona.com

Web

www.hispack.com

Fotografías

<http://www.hispack.com/images/>



 CIS: Customer Information Services

 Oficinas Hispack /
Hispack offices

 Oficinas FoodTech /
FoodTech offices

 Sala de Prensa /
Press Room



 Parking

 Sala VIP /
VIP Room - Press Corner

 BIOFILM SUMMIT /
Upper floor (CC4)

Hispack




PABELLÓN / PAVILION 1

-  **Maquinaria y accesorios de embotellado/**
Bottling machinery and accessories
-  **Maquinaria para etiquetado,**
codificación y marcaje/
Machinery for labelling,
coding and marking

PABELLÓN / PAVILION 2

-  **Materias primas. Materiales**
para envase y embalaje.
Productos auxiliares/
Raw materials. Packaging
materials. Accessory products
-  **P.L.V. Publicidad en el Lugar de Venta/**
P.O.P. Point of Purchase Advertising
-  **Premiumpack/**
Premiumpack
-  **Packaging and Shopper**
Marketing Zone/
Packaging and Shopper
Marketing Zone

PABELLÓN / PAVILION 3


-  **Maquinaria y accesorios de envase y embalaje/**
Packaging machinery and accessories
-  **Maquinaria para el proceso de fabricación**
de productos a envasar/
Machinery for manufacturing products
for packaging
-  **Logística: Intralogística, manipulación**
y almacenaje/
Logistics: Intralogistics, handling and storage

HISPACK CHALLENGES



-  **Área Sostenibilidad/**
Sustainability Area
-  **Área Experiencia de uso - Industria Gráfica/**
User Experience Area - Graphic Industry
-  **Área Automatización/**
Automation Area
-  **Área Packaging logistics/**
Packaging logistics Area

FOODTECH


PABELLÓN / PAVILION 4


-  **TECNO CÁRNICA. Maquinaria, tecnología, equipamiento y suministros para la**
industria cárnica y afines/
Machinery, technology, equipment, and supplies for the meat and meat products industry

PABELLÓN / PAVILION 5

-  **TECNO ALIMENTARIA. Maquinaria y tecnología para la industria alimentaria en general/**
Machinery and technology for the food and beverage industry at large
-  **TECNO INGREDIENTES. Productos alimentarios intermedios para la industria alimentaria/**
Intermediate food products for the food and beverage industry

ZONA DE ACTIVIDADES / ACTIVITIES AREA

 **IBC. International Business Centre (P/H 4-6)**

 **IMP. Innovation Meeting Point (P/H 4-6)**

 **INGRENOVA. Exposición de los productos alimentarios intermedios más innovadores/**
Exhibition of the most innovative intermediate food products

 **BIOFILM SUMMIT**
Upper floor (CC4)

Hispack

FOODTECH
BARCELONA


Fira Barcelona

Del 8 al 11 de mayo de 2018

www.hispack.com / www.foodtech-barcelona.com

Alimentaria  Exhibitions

Las dos ferias suman 1.100 expositores directos y esperan superar los 38.000 visitantes

Hispack & FoodTech Barcelona exhiben la fuerza del packaging y las tecnologías para la alimentación

Del 8 al 11 de mayo, Hispack & FoodTech Barcelona serán un enorme centro de negocio, conocimiento y *networking* para las industrias del packaging y de la tecnología para la alimentación, que comparten importantes sinergias y que son determinantes en la innovación de las marcas. En su cuarta edición conjunta en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona, ambas ferias reunirán cerca de 1.100 expositores directos de 30 países. Se espera superar la cifra de 38.000 visitantes, un 10% internacional, registrada en la última edición celebrada en 2015.

La suma de Hispack & FoodTech Barcelona la convierte en una de las principales plataformas de tecnología, maquinaria y packaging de Europa para la industria de alimentación y bebidas, principal consumidor de elementos de envases y embalajes.

Los casi 1.100 expositores directos suponen la presencia de 2.000 firmas representadas que ocuparán cinco pabellones del recinto de Gran Vía, esto es, 55.000m² netos de exposición, y ofrecerán al profesional de la alimentación una visión completa del ciclo de vida del producto alimentario, desde el ingrediente hasta los equipos y tecnologías para todas las fases del proceso de fabricación, pasando por el envase y embalaje, la logística o su llegada al punto de venta.

Todo el ciclo de vida del envase

Más concretamente, Hispack –que aporta 800 expositores directos– concentrará materiales, tecnología, procesos, logística y soluciones para la fabricación y uso de todo tipo de envases y embalajes en cualquier sector industrial y de gran consumo –no sólo en la alimentación–, así como elementos de Publicidad en el Lugar de Venta.

La sostenibilidad, la mejora de la experiencia de uso de los envases, la automatización hacia la industria 4.0 y el packaging logistics serán los grandes temas de una edición, que reivindica el papel estratégico del packaging en la industria y en la economía. En este sentido, Hispack contará con cuatro grandes áreas de actividades en las que tendrán lugar 70 conferencias y mesas redondas con la participación de más de 185 ponentes para debatir estos cuatro vectores que están marcando el desarrollo del packaging, una industria que mueve en España más de 20.000 millones de euros anuales.

Ocuparán 55.000m² netos en cinco pabellones del recinto de Gran Vía

El 35% de los expositores y el 10% de los visitantes serán internacionales

Ambos salones han invitado 500 compradores, delegados y misiones comerciales de 15 países

Hispack también incluirá jornadas de asociaciones y entidades sectoriales y la entrega de los Premios Líderpack, los más importantes de España en packaging y PLV.

Maquinaria, tecnología e ingredientes

Por su parte, FoodTech Barcelona con más de 270 expositores directos exhibirá maquinaria, tecnología y equipos para la industria cárnica y alimentaria general, así como los últimos desarrollos en ingredientes y productos alimentarios intermedios. En la actualidad, según datos de AMEC, estos sectores facturaron 769 millones de euros en 2017 para dar servicio a las empresas de la industria alimentaria, que en España alcanzaron una cuota de producción de 96.400 millones de euros ese año, según Fiab.

FoodTech Barcelona distribuirá su oferta comercial en tres grandes salones, Tecnocárnica, TecnoAlimentaria y TecnoIngredientes, y acogerá actividades como la Barcelona Biofilm Summit, cumbre internacional en la que expertos en seguridad alimentaria afrontarán uno de los mayores desafíos para la industria alimentaria: el control de bacterias que se adhieren en las superficies en las que se manipulan los alimentos y su eliminación con tratamientos eficaces. Se calcula que sólo en Europa cerca de 23 millones de personas sufren enfermedades causadas por los biofilms, según datos del centro tecnológico AINIA.

La innovación y la tecnología alimentaria protagonizarán las conferencias, mesas redondas y jornadas del área Innovation Meeting Point, donde también se entregarán los premios FoodTech Innova y FoodTech Emprende; y en el espacio Triptolemos FoodTechtransfer tendrán lugar reuniones entre profesionales de la industria e investigadores de las principales universidades españolas y centros tecnológicos.

Alianza para la internacionalización

Como en anteriores ediciones, Hispack & FoodTech Barcelona continúan apostando por la internacionalización, promoviendo oportunidades y contactos comerciales con profesionales de diferentes países que puedan dar origen a nuevas exportaciones para el packaging y la tecnología española para la industria alimentaria. Para ello ambas ferias comparten un plan común de internacionalización que gestiona AMEC a través del cual asisten delegaciones empresariales y misiones comerciales inversas que aportarán 500 compradores procedentes de Argelia, Chile, Marruecos, Perú, Túnez, México, Colombia, Polonia y Turquía, así como distribuidores e importadores de maquinaria. Asimismo, hay previstas misiones comerciales inversas con de 30 empresas de Argentina, Irán, India, Indonesia y Tailandia. Por su parte, Fira de Barcelona ha promovido la visita de una representación institucional y de empresas de Cuba.

Paralelamente, Hispack & FoodTech Barcelona impulsan un programa de compradores internacionales para seleccionar e invitar a más de 70 compradores de 12 países con proyectos de inversión concretos en equipos, maquinaria o tecnología para la industria alimentaria, de proceso, etiquetaje o packaging, así como materiales o elementos de envase y embalaje. A través de este programa asistirán profesionales de Australia, Chile, Colombia, Costa de Marfil, Costa Rica, India, México, Países Bajos, Perú, Sudáfrica, Túnez y Turquía, quienes vendrán con entrevistas agendadas, por parte de la organización, con empresas expositoras. Con estas acciones se prevén mantener más de un millar de entrevistas de negocios con los expositores que tendrán lugar en el International Business Center (IBC), ubicado en el Pabellón 4 del recinto de Gran Vía.

Livestock Forum

Hispack & FoodTech Barcelona coincidirán entre los días 8 y 10 de mayo con Livestock Forum, un congreso y unas jornadas sobre la reducción del uso de antibióticos en las explotaciones ganaderas y sobre el estado de la avicultura en nuestro país respectivamente.

Los visitantes de cada salón podrán acceder al resto de eventos con el mismo pase.

Barcelona, mayo de 2018



Del 8 al 11 de mayo de 2018
www.hispack.com



Se centrarán en la sostenibilidad, la experiencia de uso, la automatización y el packaging logistics

Hispack crea cuatro áreas para entender los retos que están transformando el packaging

Hispack 2018 ha creado cuatro espacios de reflexión, conocimiento e innovación sobre los principales vectores que están transformando el packaging y que marcarán su desarrollo a medio plazo: la sostenibilidad, la experiencia de uso, la automatización y el packaging logistics. En estas grandes áreas denominadas "Hispack Challenges" se concentrarán las conferencias y actividades imprescindibles de la feria. En total cerca de 70 sesiones en las que participarán 185 ponentes, además de talleres, demostraciones, exposiciones o tours guiados.

El director de Hispack, Xavier Pascual, destaca el "salto cualitativo" que se aprecia este año en el programa de actividades de la feria como resultado del "trabajo colaborativo de diferentes representantes de la cadena de valor del packaging para dar respuesta a las necesidades planteadas por los sectores de demanda y también por perfiles profesionales muy diversos".

Por su parte, el presidente del comité organizador de Hispack, Javier Riera-Marsá, señala que estas áreas de actividades "evidencian la necesaria transformación interna de la industria del packaging tanto en procesos como en aplicación de nuevas tecnologías y se pondrá en valor la función económica y social del envase, además de la ineludible responsabilidad del packaging con su entorno y el medio ambiente".

Sostenibilidad

Mediante una quincena de conferencias y mesas redondas, este espacio sobre la sostenibilidad en packaging planteará respuestas para la preservación de recursos naturales, el uso de nuevos materiales, procesos y aplicaciones teniendo en cuenta tanto su uso final, como su posterior de recuperación y reintroducción en el sistema. Se tratarán temas relacionados con la mejora de la seguridad alimentaria y la vida útil de los productos para combatir el desperdicio. También se hablará de materiales sostenibles, de ecodiseño y economía circular, del tratamiento y valorización de residuos, de certificación y fuentes de suministro alternativas, así como de digitalización y nuevos modelos de negocio.

El área incluirá además tres exposiciones en las que se explicará la certificación de los materiales de packaging, se exhibirán los proyectos de I+D del programa LIFE de la Comisión Europea que impacten en el packaging, y se mostrarán soluciones y materiales sostenibles desarrollados por centros tecnológicos.

Experiencia de uso

Esta área estará dedicada a destacar la optimización de la experiencia de uso del packaging para que las marcas seduzcan, interactúen y fidelicen al consumidor a través del envase. Las conferencias y mesas redondas versarán sobre seis grandes ejes: el diseño estructural del envase; las

El salón destinará más de 2.000 m² netos a actividades formativas y de networking

Se celebrarán 70 sesiones en las que participarán 185 ponentes

Habrá también demostraciones, talleres y exposiciones

aplicaciones de la impresión; estrategias de branding; experiencias e interacción a través de los envases inteligentes; neuromarketing y diseño centrado en el consumidor; y la construcción de la experiencia Premium en productos de alimentación y de perfumería y cosmética.

Como complemento, esta área incluirá una muestra histórica de productos para ver la evolución de los envases; un taller basado en la metodología “design thinking” para pensar soluciones vinculadas a la experiencia de uso del packaging; demostraciones de la aplicación de realidad aumentada en los envases y embalajes; una exposición de productos innovadores en las categorías de impresión, premium, convenience y smart packaging, así como casos de éxito en branding; y una muestra de proyectos de diseño realizados por estudiantes. Los contenidos de esta área relacionados con la impresión de packaging han sido coordinados por el salón Graphispag.

Automatización

El área dedicada a la automatización busca que las empresas usuarias de soluciones de packaging entiendan cómo evolucionar hacia el modelo de empresa digital a través de sus operaciones de envase y embalaje y cuáles son las tecnologías para conseguirlo.

Aquí se llevarán a cabo casi una decena de conferencias, mesas redondas en torno a casos de éxito y presentaciones de novedades tecnológicas. Las ponencias clave explicarán la hoja de ruta para digitalizar los procesos de packaging; las tecnologías para dotar de flexibilidad a las operaciones y los imprescindibles para conseguir un ecosistema de packaging digital robusto (ciberseguridad, protocolos, estándares, etc.).

Packaging Logistics

Con importantes sinergias con el área de automatización, el packaging logistics quiere visualizar la importancia del envase y embalaje en toda la cadena de suministro, desde los centros de producción hasta el punto de venta y de consumo. Los contenidos que se tratarán en las conferencias estarán relacionados con la trazabilidad y la optimización del seguimiento y control de los productos vía el packaging inteligente; la robótica colaborativa; el almacén 4.0 con procesos y operaciones Smart; las tendencias y cambios normativos en la estabilidad de cargas; la logística urbana y entregas en el last-mile de la cadena y las claves del packaging para el comercio electrónico.

Como actividades complementarias habrá una exposición de novedades y tecnología para las operaciones intralógicas inteligentes, así como un taller sobre metodologías de planificación y gestión de la cadena de suministro.

Asimismo, tanto el área de packaging logistics como la de automatización compartirán un espacio de divulgación de la oferta de centros tecnológicos con productos y servicios para la digitalización industrial y su aplicación en los ámbitos de la automatización, la logística, la manutención y la cadena de suministro.

Packaging & Shopper Marketing Zone

Fuera de los Hispack challenges, la feria contará con un espacio promovido por Graphispack Asociación en el que se analizará el papel del packaging como elemento de marketing y ventas en el retail. A través de una veintena de conferencias se analizará, por ejemplo, el impacto del packaging en el momento de la compra, la disposición del establecimiento para captar la atención del consumidor o cuestiones de neuromarketing. Paralelamente se presentarán casos reales que mostrarán cómo el proceso gráfico puede resultar determinante en la producción de un packaging a través de nuevos materiales y tintas, etiquetas, procesos de impresión, personalización, etc.

El programa formativo de Hispack se complementará con otras jornadas técnicas y conferencias organizadas por asociaciones profesionales, entidades y publicaciones.

Barcelona, mayo de 2018



Del 8 al 11 de mayo de 2018
www.hispack.com



Ejes de cada una de las áreas que marcarán el programa de conferencias de Hispack 2018

Los grandes temas de los Hispack Challenges

Hispack Challenges es un espacio abierto para conocer la innovación y las tendencias a partir del debate, los casos prácticos y las demostraciones, y muy especialmente de las ponencias a cargo de expertos de referencia en los ámbitos de la sostenibilidad, la experiencia de uso, la automatización y el packaging logistics. Estos son los grandes ejes temáticos que marcarán las conferencias de cada una de las cuatro áreas que visualizarán los desafíos que tiene por delante el packaging.

SUSTAINABILITY: Por un packaging más sostenible

- Soluciones para mejorar la seguridad alimentaria
- Nuevos materiales y aplicaciones sostenibles
- Ecodiseño y economía circular
- Tratamiento y valorización de residuos
- Certificación y nuevas fuentes de suministro
- Digitalización y nuevos modelos de negocio sostenibles

USER EXPERIENCE: El consumidor es el objetivo

- Diseño estructural de la experiencia de uso
- Aplicaciones de la impresión en el packaging
- Estrategias de branding
- Experiencia e interacción del Smart packaging
- Neuromarketing y diseño centrado en el usuario
- Experiencia Premium en los sectores de alimentación y perfumería

AUTOMATION: Tecnología para optimizar recursos

- Digitalizar: Hoja de ruta hacia la industria del packaging 4.0
- Flexibilizar: Máxima eficiencia a partir del conocimiento para responder a retos como materiales avanzados, tiradas reducidas o continuos cambios de formato
- Consolidar: Estándares, interoperabilidad o seguridad para construir un entorno de packaging digital e implementar operaciones inteligentes de envase y embalaje
- Inspirar: Nuevas arquitecturas, procesos y tecnologías aplicables a los procesos de packaging para construir entornos de producción innovadores y competitivos.

PACKAGING LOGISTICS: El packaging que mejora la eficiencia de la cadena de suministro

- Smart packaging: Trazabilidad, seguimiento y control de los productos
- Intralogística: Integración de robots colaborativos
- Almacén 4.0: operaciones inteligentes y sistemas eficientes de mantenimiento
- e-Pack: packaging logistics para el comercio electrónico
- Logística urbana, micrologística, sistemas de entrega asíncrona y last mile
- Tendencias y cambios en la estabilidad de cargas



Del 8 al 11 de mayo de 2018
www.hispack.com



El sector del envase y embalaje facturó 20.000 millones de euros en 2016, según un informe de Hispack

La industria del packaging española alcanza la mejor cifra de negocio de la última década

Con una facturación de más de 20.000 millones de euros en 2016, la industria española del envase y el embalaje ha alcanzado la mejor cifra de negocio de la última década, recuperando el nivel anterior al impacto de la crisis económica, según el informe sectorial realizado por el salón Hispack de Fira de Barcelona con motivo de su nueva edición. Este volumen de negocio es un 12,44% mayor que en 2013 (datos del anterior estudio de la feria) presentando un ritmo de crecimiento anual del 4,15% para el periodo 2013-2016.

En España, la industria del packaging cuenta con más de 2.100 empresas que emplean a 73.535 trabajadores. Los subsectores que más han aumentado el número de compañías en el trienio analizado son el de maquinaria, envases metálicos y plásticos. La especialidad que más personas emplea es el sector de plásticos para packaging con 19.000 trabajadores.

Por facturación, los subsectores líderes son el cartón ondulado (4.867 millones de euros) y el plástico (4.708 millones de euros), que representan más del 47% de la cifra de negocio agregada del sector, y crecen a un ritmo del 22 y 17% respectivamente entre el 2013 y 2016. Le siguen, por este orden, el sector del papel, los envases metálicos, la maquinaria para packaging, la madera, el vidrio y el cartón.

La buena marcha de la industria española del packaging se ve reflejada en las altas expectativas que ha despertado la celebración de Hispack, que reúne a 800 expositores directos, un 20% más que en la pasada edición celebrada en 2015.

Para el presidente del comité organizador de Hispack, Javier Riera-Marsá, “La industria del packaging española ha consolidado su recuperación, ya que ha logrado mantener un crecimiento sostenido en los últimos ejercicios gracias a un mayor dinamismo de la demanda en el mercado interno”.

Por otro lado, las exportaciones son un importante motor para el crecimiento del sector y resultaron decisivas en los años de la crisis, alcanzando incrementos por encima del 5% en tres ejercicios consecutivos (2013-2015). En 2016, las ventas en el exterior de la industria del packaging subieron un 1,6% por valor de casi 3.000 millones de euros.

Riera Marsá asegura “Las empresas españolas de la industria del packaging tienen un buen posicionamiento en el exterior, sobre todo en Europa, nuestro principal mercado, ya que hemos conseguido un buen equilibrio entre la calidad, el precio y la tecnología e innovación que ofrecemos. Pero a la vez es necesario, seguir explorando nuevos mercados y afianzando relaciones con países emergentes y con aquéllos que ofrecen nuevas oportunidades comerciales”.

De hecho, Hispack contribuye a este fin ya que atrae a través de sus programas de compradores a empresarios y profesionales con proyectos concretos de países latinoamericanos y del área mediterránea. Este año, Hispack conjuntamente con Foodtech ha invitado a 500 compradores internacionales a participar en encuentros de negocios con los expositores de ambas ferias que tendrán lugar del martes 8 al viernes 11 de noviembre en el recinto de Gran Via de Fira de Barcelona.

Barcelona, mayo de 2018



Del 8 al 11 de mayo de 2018
www.hispack.com



La Industria 4.0 y la Economía Circular son los ejes de desarrollo del sector del envase

Las claves para el futuro del packaging: Eficiencia en los procesos, diseño y sostenibilidad

Hispack dará, una vez más, las claves para entender el futuro de la industria del packaging. Con cuatro grandes áreas de conferencias y actividades en las que participarán más de 185 ponentes tendrán lugar más de 70 sesiones para analizar los retos que tiene ante sí el packaging en cuanto a la mejora de la eficiencia de los procesos producción y de la logística, en sostenibilidad y en diseño y usabilidad.

Según el informe ‘The robots are ready. Are you?’ de Deloitte, el 53% de las empresas ya ha hecho alguna inversión en sistemas de robotización para mejorar sus procesos de producción. El packaging es uno de los sectores que más está apostando por la automatización de las diferentes fases de fabricación y la aplicación de inteligencia artificial. La Industria 4.0, tal y como se le conoce, promete aumentar los ratios de la productividad, mejorar el retorno de la inversión y garantizar una monitorización exhaustiva de todo el proceso. Este últimos es, precisamente, el punto más desarrollado hasta la fecha.

“La principal inversión en sistemas de automatización en la actualidad es para soluciones que garantizan que el producto sale bien”, explica el responsable de negocio y desarrollo de mercados de Aimplas, Sergio Giménez. “Hay más implementación en línea de sistemas de control, capaces de monitorizar todo el proceso y generar avisos si hay problemas”.

Este desarrollo tecnológico no solo se ve reflejado en las plantas de producción, sino que también conlleva ventajas para el consumidor final, gracias a la aplicación de soluciones inteligentes. “Elementos como la fecha de caducidad de los alimentos antes se hacían por estadística, y eso iba en contra de su aprovechamiento. Sin embargo, ahora existen soluciones de packaging que permiten conocer visualmente el estado del producto en tiempo real”, indica Giménez.

La innovación también está siendo clave para mejorar la eficiencia en la logística. La aplicación de simples etiquetas inteligentes permite conocer en tiempo real la ubicación y el estado de los productos, mejorando así su control desde su salida del almacén, pasando por el transporte y llegada al punto de venta.

La responsable de investigación de superficies funcionales e inteligentes de ITENE, Núria Herranz Solana, considera que la industria debe desarrollar innovaciones asumibles y que respondan a una legislación en evolución: “No podemos hacer aplicaciones inteligentes muy caras para productos de bajo valor añadido, pero quizás para un producto de alta gama sí podemos invertir en soluciones de gran calidad para su embalaje, ya que el impacto sobre el precio final no será tan alto”.

Diseño y sostenibilidad

Sergio Giménez, por su parte, identifica otros retos para el futuro del packaging. “Primero, la seguridad alimentaria y la elaboración de envases que aguanten en microondas y hornos, por ejemplo; después, el aprovechamiento de residuos para generar materiales sostenibles; en la misma línea, el desarrollo de la Economía Circular, que hará que la optimización ecológica del packaging sea igual de prioritaria que el diseño; y, finalmente, la creación de envases convenientes, cada vez más adaptados a perfiles concretos de consumidores”. En definitiva, diseño y sostenibilidad.

Para el director de sostenibilidad de Eurecat, Miquel Rovira, “el packaging es una de la industrias más innovadoras en sostenibilidad”. El experto considera que las compañías deben aplicar sistemas

de ecodiseño en el proceso de concepción de sus envases. “Hay que pensar en todo el ciclo vital de lo que estamos fabricando, teniendo en cuenta los materiales que utilizamos, la energía consumida y la vida posterior de esos materiales”.

Para Rovira, en los últimos años se ha producido un cambio en la mentalidad de los productores de envases en relación a la concienciación medioambiental. “Antes, pensar en procesos sostenibles era una opción adoptada desde la responsabilidad empresarial. Hoy es una necesidad, ya que hemos disparado el consumo y queremos mantener nuestro nivel de vida”.

En este sentido, Rovira considera que la aplicación del modelo de Economía Circular tendrá una importancia crucial, especialmente en el mantenimiento de las materias primas. “Al ritmo de consumo actual, muchos materiales corren peligro de desaparecer, por lo que su precio tenderá a dispararse. La Economía Circular plantea alternativas que permitirán mantener estos precios a niveles razonables”.

El experto de Eurecat explica que la tecnología y el desarrollo normativo serán esenciales para la universalización del modelo de Economía Circular dentro del packaging, pero no tanto como las exigencias de los consumidores. “Lo realmente importante es que el cliente empieza a valorar y a reclamar soluciones responsables con el medioambiente; la sostenibilidad es ya un elemento primordial en la decisión de compra”, sostiene.

Barcelona, mayo de 2018



Del 8 al 11 de mayo de 2018
www.hispack.com



En el acto, que tendrá lugar el 10 de mayo, recibirán su galardón un total de 29 trabajos

Hispack acoge la ceremonia de entrega de los Premios Líderpack 2017 de packaging y PLV

Los 29 ganadores de los Premios LiderPack 2017 –los galardones más importantes de envase, embalaje y Publicidad en el Lugar de Venta (PLV) de España– recogerán su trofeo el próximo 10 de mayo en el marco de Hispack. Los trabajos premiados son ejemplo de la innovación que mueve a la industria del packaging y la PLV y destacan por aspectos como el empleo de materiales y procesos sostenibles, el ahorro de costes, la funcionalidad y experiencia de uso, el diseño y la potencia de la imagen gráfica, así como las mejoras introducidas en la cadena logística y la distribución.

Este año se han concedido 22 galardones en la especialidad de packaging, cinco en el apartado de PLV y dos en "Diseño Joven", la categoría reservada a estudiantes. Entre todas las propuestas ganadoras, el jurado ha otorgado la distinción "lo mejor del concurso" a dos trabajos: el *sleeve* para decorar las botellas de "mojitos Karibeño" y el camión de cartón de PLV de la cerveza Carlsberg. Las categorías que recibieron mayor número de candidaturas fueron las de packaging para bebidas y packaging para alimentos.

El jurado eligió, asimismo, once trabajos que han representado a España en los WorldStar for Packaging 2018, el certamen mundial más importante de envase y embalaje. Los nueve envases españoles que resultaron premiados en esta competición internacional podrán verse en Hispack en el área de actividades Packaging & Shopper Marketing Zone que coordina Graphispack Asociación.

Se trata de L'Amphore, una botella de vino construida con vidrio y arcilla; una bandeja compostable que minimiza los desechos alimentarios; el *sleeve* de "Mojitos Karibeño"; una caja sanitaria de cartón con arena para gatos el pack de bienvenida de Estrella Galicia 0,0 para el Premio de España de MotoGP.; la caja de las zapatillas Munich "my way" convertible en un cajón; "Bottelo", un envoltorio con función de cubitera para transportar botellas; "Insdinceutics Flavo-C Ultraglican", un estuche con ampollas monodosis de sérum facial; y "Cryovac Sealappeal PSF Zal", un film para termoformar o termosellar bandejas de frutas y hortalizas.

Ganadores en packaging

- L'Amphore, de Javier Garduño - Estudio de diseño. Packaging construido con vidrio y arcilla molida mezclada con cera para contener un vino único elaborado en tinajas de barro.
- Strike Wine, de Javier Garduño - Estudio de diseño. Alegoría de vistosas botellas de vino forradas con un *sleeve* y cerradas con lacre sintético blanco que recrean un juego de bolos.
- "Mojitos Karibeño", de Overlar. *Sleeve* impreso en flexografía con tintas de alto brillo que forra una botella con forma de coctelera
- Bottelo, de Smartbag. Un original y práctico envoltorio protector con forma de cubitera para transportar botellas de vino o cava,
- Bolsas Natur Green. Bolsas doypack texturadas con efecto papel para sales y semillas ecológicas.
- Bolsa rabbitos, de Flexomed. Bolsa opaca impresa totalmente en blanco con textos en negativo para destacar el contenido del producto.
- "Burgo de Arias Trío" de ITC Packaging. Con forma ovalada y lisa, que permite además un fácil desmoldeo del producto con 0% de desperdicio de queso, y que en su fabricación utiliza un 15% menos de plástico.
- "Chocolcuras", de Supperstudio. Envase para trufas que cambia de imagen con solo girar la tapa y en el que el uso del color y *namings* aporta notoriedad y presencia en el punto de venta.

- Casa Sendra, de Codintec. Etiqueta impresa para elaborados cárnicos que destaca la calidad de este producto gourmet.
- Bandeja compostable de OneWorld Packaging. Fabricada con celulosa y laminada con film natural que proporciona óptimas barreras alimentarias similares a las bandejas de CPET y PP, minimizando los desechos de comida. Resistentes a la humedad y el agua, y aptas para horno y microondas
- Abaco de F. Faiges, envase para la gama de aceites de oliva virgen extra (AOVE) que incorpora un exclusivo tapón anti-goteo para alinear la dosis exacta de forma fácil y limpia. Es ligero, reciclable y de forma económica.
- Mattblack with Cordón Negro de Freixenet, de Sleever International. Un *sleeve* con decoración de fiesta que aporta un *look* de lujo y glamour a la botella de cava.
- Insdinceutics Flavo-C Ultraglican, de Durero Packaging. Un pack de gráfica clara y elegante formado por un estuche en el que la presentación de las ampollitas tiene un efecto “pop up” para sorprender al usuario, facilitando el acceso a las monodosis.
- Pallet-Box de Cartonajes Lantegi. Un pallet que evita retenciones en el embalado en las líneas de producción continuas;
- Delivery Box, de Flexomed. Una caja estanca e isotérmica para la venta por internet y envíos a domicilio de productos frescos y congelados
- SRP Freskibo, de SaicaPack. Un embalaje secundario para el transporte y colocación de producto fresco en el lineal de refrigerados
- Cryovac Sealappeal PSF Zal de Sealed Air Packaging. Se trata de un film retráctil de alta pelabilidad diseñado para aplicaciones de termoformado o termosellado de bandejas de productos de cuarta gama.
- Caja sanitaria de arena para gatos de Cartonajes Internacional;
- Contenedor Ecobox de Cartonajes Lantegi con capacidad de hasta 1,1m³ para alojar alimentos envasados o a granel.
- La caja de zapatillas deportivas Munich “my way” de Berneda, utilizada en el envío on-line y fabricada por Miralles Cartonajes, que se convierte en prácticos cajones para almacenar zapatos en el armario
- El Welcome Pack Estrella Galicia 0,0 ideado como obsequio para los invitados de la marca cervecera al Gran Premio de España de MotoGP que destaca por su modo de apertura presentado por AC Pack y Grupo 76 Publicidad y Creatividad;
- Bekinsale, un pack reutilizable que actúa como un cajón apilable que incluye cinco accesorios de moda, diseñado por Manifiesto.

Ganadores en Diseño joven

- Levitate, un innovador embalaje para transportar mermeladas de manera práctica y segura presentado por cuatro alumnos de la Escuela Salesians Sarrià de Barcelona,
- La Vall, una línea de productos de cosmética natural para una cadena hotelera cuya imagen minimalista evoca elixires mágicos y preparados de plantas con poderes curativos y regenerativos, diseñada por tres estudiantes de Elisava.

Ganadores en PLV

- Camión de Carlsberg, fabricado por Indigo Brand & Retail, S.L. en cartón de fácil montaje presente en muchos hipermercados españoles
- Expositor de suelo Halloween de Mars presentado por Tot Display, que interactúa con el consumidor final, provocando un “susto” cuando éste mete la mano en la cartela;
- Delimitador Volumétrico de Danone para destacar en la zona del lineal donde se ubica el pack de yogures;
- Pódium cilíndrico para el perfume CH L’Eau, obra de Adaequo; para destacar el producto en la tienda PLV para tienda,
- Expositor de sobremesa para los interruptores y pulsadores “Mureva Styl”, fabricados por Novoprint.

Barcelona, mayo de 2018