

Hispack 2018

PACKAGING, PROCESS
& LOGISTICS

.....
8 - 11 de mayo
Barcelona



Fira Barcelona

www.hispack.com

#hispack    



SER O NO SER

Hispack

2018

PACKAGING, PROCESS
& LOGISTICS

Índice

Ser o no ser	4
Ocho sectores de demanda alrededor del packaging	6
Hispack aborda los grandes retos del packaging	8
Todo el ciclo del packaging en Hispack	10
Un ecosistema único	12
Las cifras avalan el éxito del salón	14
Así valoran Hispack sus protagonistas	16
La innovación envuelve Hispack	18
Barcelona: cosmopolita, innovadora y global	19
Hispack & Foodtech	20
Cómo participar	21

1.

Hispack 2018:

SER O NO SER

En un momento de cambio constante sin precedentes, el packaging se ha convertido en un elemento imprescindible, presente en todas las esferas de la vida. Un **elemento central** que define la esencia de los productos, crea nuevas experiencias para los consumidores y activa la economía y la industria.

8

**SECTORES
DE DEMANDA**

dinámicos
e innovadores

+

4

**GRANDES
RETOS**

que definirán
el futuro

+

**El ciclo de vida
completo
del packaging**

desde los materiales
hasta el reciclaje



1 ECOSISTEMA
ÚNICO

para llevar al packaging
a nuevos horizontes



2.

Ocho sectores de demanda

alrededor del packaging

Hispack es un salón transversal que atrae a grandes sectores de demanda. Todos ellos son motores de innovación y están en permanente proceso de transformación



ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS

La alimentación y las bebidas son los principales sectores de demanda del salón. Son sectores que cambian constantemente para **adaptarse a las tendencias y los hábitos de consumo** de los consumidores y potenciar la **venta**. La innovación forma parte del ADN de la industria alimentaria y **el packaging es uno de los grandes ejes del proceso de transformación**.



QUÍMICA

La industria química ha sido tradicionalmente el sector non-food más importante de Hispack, por detrás del alimentario, tanto para el almacenamiento de materias primas como para el producto acabado. Con retos importantes en **sostenibilidad** y seguridad, el sector mira hacia el **packaging para encontrar nuevas soluciones**.



COSMÉTICA Y PERFUMERÍA

La cosmética y la perfumería son el ámbito que más creció en asistencia en la pasada edición de Hispack. En un sector en que el envase es tan importante como el producto en sí, el packaging debe reinventarse constantemente y buscar de forma permanente la **excelencia** y nuevos materiales que, además de ser funcionales, sean **capaces de sorprender**.



DROGUERÍA

La funcionalidad, la dosificación y la conservación del producto son claves en este sector, uno de los grandes consumidores de packaging. La **sostenibilidad** es uno de los grandes retos de este sector, que necesita **crear impacto** en el lineal de venta, además de ofrecer una **experiencia de uso satisfactoria** a un cliente cada vez más exigente.



PHARMA

El sector farmacéutico es el tercero en asistencia en Hispack y afronta, además, nuevos retos en el punto de venta y desafíos en cuanto a la **creatividad y la innovación**. Este es un sector muy específico, con procesos de producción, envasado y logística de productos altamente sensibles. Sus estándares de **calidad** son muy exigentes y su impacto en el packaging, muy alto.



BIENES INDUSTRIALES

Este es uno de los sectores non-food más importantes para Hispack. A pesar de ser un packaging invisible, es esencial para el funcionamiento logístico del sector. La necesidad de **optimizar costes y ser eficientes** sin renunciar a la calidad y la seguridad obliga a innovar constantemente para mejorar el transporte y almacenaje.



RESTO DE SECTORES NON-FOOD

Este es un sector con un gran potencial, que vive un nuevo momento en que crece la importancia del e-commerce, con las oportunidades y retos que esto plantea. El packaging debe ofrecer soluciones innovadoras para conseguir que todo sea empaquetable.

3.

Hispack aborda los grandes retos del packaging



SOSTENIBILIDAD

Materiales biodegradables, ecodiseño, optimización de recursos, economía circular... Son conceptos que demuestran que empresas, legisladores y consumidores están pasando a la acción en el ámbito de la sostenibilidad. Del mismo modo, la industria del packaging se adapta **para ganar eficiencia y minimizar su impacto ambiental** en toda la cadena de producción.



DIGITALIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN

Desde los sistemas de recolección y análisis de datos en el proceso de producción hasta los sensores inteligentes, los avances digitales están **transformando** la vida de los profesionales del packaging. El sector se reinventa con **nuevas herramientas** para mejorar el proceso productivo, la gestión de la calidad y el mantenimiento industrial, además de abrir un mundo de posibilidades para el consumidor.



EXPERIENCIA DE USO

La clave para que un consumidor repita su compra puede estar, además de en las propiedades y la calidad del producto, en la experiencia de uso del envase que lo contiene. Que esa experiencia sea positiva o negativa está relacionada con técnicas de **convenient packaging, smart packaging, mass customization o personalización**, tendencias que marcarán el futuro del consumo.



PACKAGING LOGÍSTICO

Los costes de transporte, manipulación y almacenamiento están directamente relacionados con el envase y el embalaje. Es necesario adoptar un enfoque logístico integrado desde el diseño del envase primario hasta el punto de venta para **optimizar el tiempo, el coste y la eficiencia** en toda la cadena. Una nueva forma de pensar y desarrollar el packaging.

4.

Todo el ciclo del packaging en Hispack

Hispack se propone liderar la transformación de la industria, que evoluciona junto con los cambios que vive nuestra sociedad

Con una oferta que cubre todo el ciclo de vida del packaging, desde la materia prima hasta su reciclaje, Hispack ofrece **soluciones globales** en un momento en el que el intercambio de conocimiento y el trabajo en equipo entre todos los eslabones de la cadena de valor es clave. Nuestro objetivo es que los profesionales del packaging puedan obtener una **visión completa** del sector y a la vez impulsar la innovación para dar forma al futuro del packaging.



Sectores de oferta Hispack 2018



MATERIAS PRIMAS. MATERIALES PARA ENVASE Y EMBALAJE. PRODUCTOS AUXILIARES.



MAQUINARIA PARA EL PROCESO DE FABRICACIÓN DE PRODUCTOS A ENVASAR.



MAQUINARIA Y ACCESORIOS DE ENVASE Y EMBALAJE.



MAQUINARIA Y ACCESORIOS DE EMBOTELLADO.



MAQUINARIA PARA ETIQUETADO, CODIFICACIÓN Y MARCAJE.



LOGÍSTICA: INTRALOGÍSTICA, MANIPULACIÓN Y ALMACENAJE.



AUTOMATIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN.



PLV, PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA.



RECUPERACIÓN, TRATAMIENTO Y RECICLAJE.



EMPRESAS DE CONSULTORÍA, INGENIERÍA Y SERVICIOS.



REVISTAS TÉCNICAS Y PUBLICACIONES.



ASOCIACIONES Y ORGANISMOS OFICIALES.



PREMIUMPACK

5.

Un ecosistema único

Innovación, industria y mercado convergen en Hispack, que se convierte, más allá del propio salón, en el gran conector que permite activar el cambio:



CONECTA

■
producto, marca
y consumidor.

■
problemas
y soluciones.

■
crea conexiones
inteligentes a lo
largo de todo el
proceso logístico.

■
el prototipo con
el modelo de
negocio.

■
las personas
con las cosas.

■
lo establecido
con la
innovación.

■
distintos
sectores.

■
distintos
agentes.

El packaging es **nuestra razón** de ser y el centro de nuestro **ecosistema**, que tiene contacto constante con el mercado a través de nuevos espacios:

Hispack

El gran punto de encuentro en el que ver novedades, conocer y vivir nuevas experiencias. El momento que pone en valor, cada tres años, todos los avances del sector.

PACK
EXPERIENCE
by Hispack

Un programa dinámico de eventos y actividades orientadas a promover el networking de forma permanente.

 **LiderPack**
PACKAGING & POPAI AWARDS

El reconocimiento al sector a nivel nacional y mundial. Un premio de prestigio que reconoce el esfuerzo en innovación.

PackLab

Un nuevo espacio de innovación en el que resolver los grandes retos a los que se enfrenta el sector.

6.

Las cifras avalan

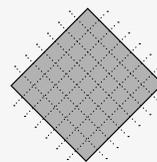
el éxito del salón



EXPOSITORES

605

+7,6% RESPECTO A
LA EDICIÓN ANTERIOR



31.010m²
SUPERFICIE



1.226
EMPRESAS REPRESENTADAS



+200
PONENCIAS



VISITANTES

38.079
+8% RESPECTO A LA
EDICIÓN ANTERIOR



10%
VISITANTES **INTERNACIONALES**
+32% RESPECTO A LA EDICIÓN ANTERIOR



LOS LÍDERES NOS ELIGEN

El **63%** de las grandes compañías nacionales y multinacionales de los sectores clientes de la industria del packaging que más facturan en España vienen a buscar proveedores a Hispack.

Visitantes Hispack

4,08
SATISFACCIÓN DEL
VISITANTE
(SOBRE 5)

El impacto de Hispack



114.363.090
IMPACTOS EN LA AUDIENCIA
GLOBAL



296.041
VISITAS A LA PÁGINA WEB
(3 meses previos al salón)



2.348
FANS EN
FACEBOOK



2.733
FOLLOWERS
EN TWITTER



1.418
CONTACTOS
EN LINKEDIN

7. Así valoran Hispack sus protagonistas



María Elisa Cortiñas, Gerente (Temflor, Argentina)

“En Argentina estamos lejos de la tecnología que vemos aquí. Hemos hecho muchas entrevistas y todas han sido provechosas, ya que nos hacen pensar en nuevas soluciones. Los acabados, la productividad, y la versatilidad de la maquinaria que hay aquí son excelentes. Es nuestra primera vez en España y nos llevamos una impresión muy buena impresión”.



Mario Gorena, Director (Productora de Bocados Cárnicos, México)

“Hispack 2015 ha sido excelente. Sin duda ha sabido responder a todas las demandas del sector y me ha permitido encontrar nuevas soluciones que se adaptan a las necesidades de mi empresa y de la industria cárnica de México”.



Fran Carreras, Profesor de Marketing Digital (ESADE)

“Es espectacular que tengamos en Barcelona un salón como este. He visto a gente de todo el mundo que trabaja en sectores poco transparentes para el usuario final. La gente no sabe lo que hay detrás del packaging, de la logística, etc. y para mí que no soy del sector, verlo en primera fila ha sido muy interesante. Vengo aquí a disfrutar”.



Teresa Sebastià, Responsable de diseño y desarrollo de servicios (Ecoembes)

“El packaging es el vehículo con el que llevamos nuestro producto al mercado y es nuestra mejor tarjeta de presentación. Un packaging premium no tiene por qué ser insostenible. En Hispack, hemos asesorado a las empresas del sector premium para fomentar el conocimiento de este desarrollo sostenible”.



Martin Vom Stein, (The Shopsumer Institute)

“En Hispack el visitante recibe una visión muy global y amplia de las tendencias tecnológicas que puede aprovechar para innovar y diferenciarse respecto a la competencia”.

8.

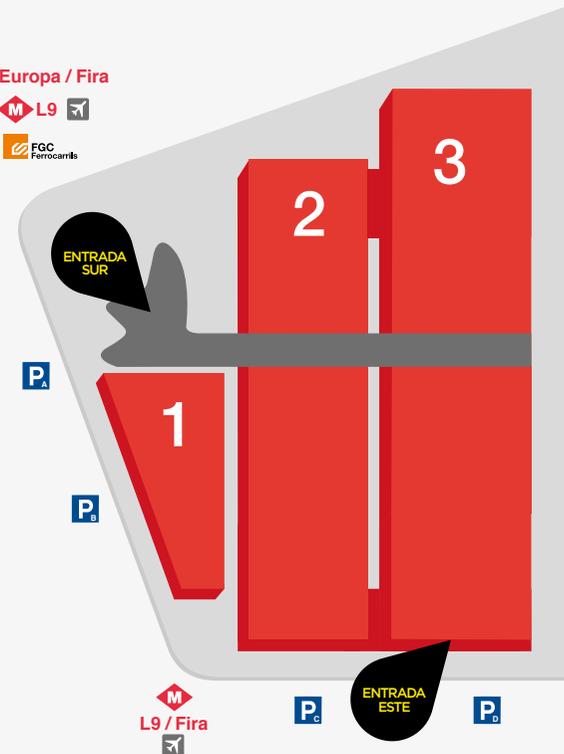
La innovación envuelve

Hispack

Este evento se celebra en uno de los más grandes y modernos recintos feriales de Europa

Un recinto **innovador en diseño y funcionalidad** que apuesta por la sostenibilidad. Sus ocho pabellones, conectados por una pasarela que canaliza la circulación de los visitantes, cuentan con las más avanzadas prestaciones técnicas y logísticas. Gran Via alberga grandes salones como Mobile World Congress, Smart City Expo, Expoquímica o Alimentaria, entre otros.

Europa / Fira



9.

Barcelona: cosmopolita, innovadora y global

Barcelona es una ciudad abierta que atrae talento, inversiones, innovación y propuestas culturales de vanguardia

Alrededor de la capital catalana se ha desarrollado una de las mayores áreas metropolitanas de Europa, por lo que se ha consolidado como un destacado núcleo empresarial y motor económico de la Europa mediterránea, muy relacionado con el mercado comunitario, América Latina y el Medio y Lejano Oriente. El reconocimiento internacional de la **marca Barcelona** y la admiración en todo el mundo hacia la ciudad hacen de ella el lugar ideal para celebrar **Hispack**, un salón que comparte con la ciudad valores clave como la innovación, la sostenibilidad y su carácter global.



10. Hispack & Foodtech



Hispack se celebra conjuntamente con Foodtech Barcelona, feria Internacional de maquinaria, tecnología e ingredientes para la industria alimentaria.

La suma de ambos salones genera una de las principales plataformas comerciales para la industria alimentaria en Europa. Junto con Hispack, Foodtech Barcelona mostrará todo el ciclo de vida del producto alimentario: desde el ingrediente hasta el envasado final.



11. Cómo participar

ESPACIO LIBRE (desde 29 m²)

De 29 a 49 m²
175 €/m²

De 50 a 99 m²
170 €/m²

De 100 a 200 m²
165 €/m²

Más de 200 m²
160 €/m²

Hasta 28 m² es obligatorio contratar la modalidad Stand Pack.

Derechos de inscripción: 500 €

Seguro obligatorio: 63 €



STAND PACK STANDARD (desde 16 m² hasta 40 m²)

Servicios incluidos

- 4 tickets bar
- 1 plaza de parking
- 100 invitaciones electrónicas
- Limpieza previa a la inauguración
- Wifi gratuito

* Derechos de inscripción no incluidos: 500 €

Participación

- Espacio 16 m²
- Tasa industria
- Potencia eléctrica
- Seguro obligatorio

3.695 €

IVA NO INCLUIDO

STAND PACK BUSSINES (desde 20 m² hasta 40 m²)

Servicios incluidos

- 4 tickets bar
- 1 plaza de parking
- 100 invitaciones electrónicas
- Limpieza previa a la inauguración
- Wifi gratuito

* Derechos de inscripción no incluidos: 500 €

Participación

- Espacio 20 m²
- Tasa industria
- Potencia eléctrica
- Seguro obligatorio

4.995 €

IVA NO INCLUIDO



STAND PACK PLUS (desde 20 m² hasta 40 m²)

Servicios incluidos

- 4 tickets bar
- 1 plaza de parking
- 100 invitaciones electrónicas
- Limpieza previa a la inauguración
- Wifi gratuito

Participación

- Espacio 20 m²
- Tasa industria
- Potencia eléctrica
- Seguro obligatorio

6.268 €

IVA NO INCLUIDO

* Derechos de inscripción no incluidos: 500 €



STAND PACK PREMIUM (desde 40 m² hasta 70 m²)

Servicios incluidos

- 1 bandeja diaria de bollería (24 piezas)
- 2 plazas de parking
- 200 invitaciones electrónicas
- Limpieza previa a la inauguración
- Wifi gratuito

Participación

- Espacio 40 m²
- Tasa industria
- Potencia eléctrica
- Seguro obligatorio

13.941 €

IVA NO INCLUIDO

* Derechos de inscripción no incluidos: 500 €



STAND PACK GOLD (desde 40 m² hasta 70 m²)

Servicios incluidos

- 1 bandeja diaria de bollería (24 piezas)
- 2 plazas de parking
- 200 invitaciones electrónicas
- Limpieza previa a la inauguración
- Wifi gratuito

Participación

- Espacio 40 m²
- Tasa industria
- Potencia eléctrica
- Seguro obligatorio

14.061 €

IVA NO INCLUIDO

* Derechos de inscripción no incluidos: 500 €

EVENT PARTNER (desde 60 m²) **3.950 €** IVA NO INCLUIDO

	Presalón	Durante el Salón	Postsalón
VISIBILIDAD ELEMENTOS PROMOCIÓN DEL SALÓN			
Logo en la guía del visitante (exclusivo partners y colaboradores)		•	•
Logo en la página web. Home 2º Nivel (exclusivo partners y colaboradores)	•	•	•
Logo en el mapa virtual de la app (exclusivo partners)		•	
Logo indicando ubicación en el plano de los caballetes del pabellón (exclusivo partners)		•	
Mención y seguimiento en redes sociales	•	•	•
Logo en la memoria postsalón (exclusivo partners y colaboradores)			•
Lona veneciana de 2 caras en pabellón (prioridad en elegir ubicación)		•	
NETWORKING			
Invitaciones electrónicas	300		
Invitaciones VIP	15		
Acceso a la Sala VIP		•	
SERVICIOS AÑADIDOS			
Prioridad en el mostrador de atención al cliente	•	•	•
Prioridad en la resolución de incidencias	•	•	•
Envío de sobre de bienvenida (pases, parking...)	•		
Plazas de parking		5	
Acceso al recinto durante el montaje y desmontaje (5 horas diarias)	•		•
RESTAURACIÓN			
1 bandeja de desayuno diario		•	

No incluye: Stand, espacio ni seguro obligatorio.



Fira Barcelona

www.hispack.com

#hispack    



**PARTICIPA en
Hispack y
muestra tu
VALOR AÑADIDO
al mercado.**