

 **EXPOQUIMIA**
The International Chemistry Event

 **EQUIPLAST**
The International Plastics and Rubber Event

 **EUROSURFAS**
The International Surface Treatment Event

CHEMICAL NEWS


Fira Barcelona

 **EUROSURFAS**
The International Surface Treatment Event

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN
**LAS ENCUESTAS REVELAN GRAN EXPECTACIÓN
POR EL FUTURO WORLD CHEMICAL SUMMIT**
pág. 2

ENCUESTA EUROSURFAS
EXCELENTES CIFRAS DE CONTACTOS MATERIALIZADOS
pág. 5

GIAMPERO CORTINOVIS, PRESIDENTE DE EUROSURFAS
**“HEMOS TENIDO UNA EDICIÓN POSITIVA
EN SINTONÍA CON LA TENDENCIA DEL MERCADO”**
pág. 7

VALORACIÓN DE LOS GLOBAL PARTNERS DEL SALÓN
EL SECTOR SE ADAPTA PARA SUPERAR LOS TIEMPOS DIFÍCILES
pág. 9

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

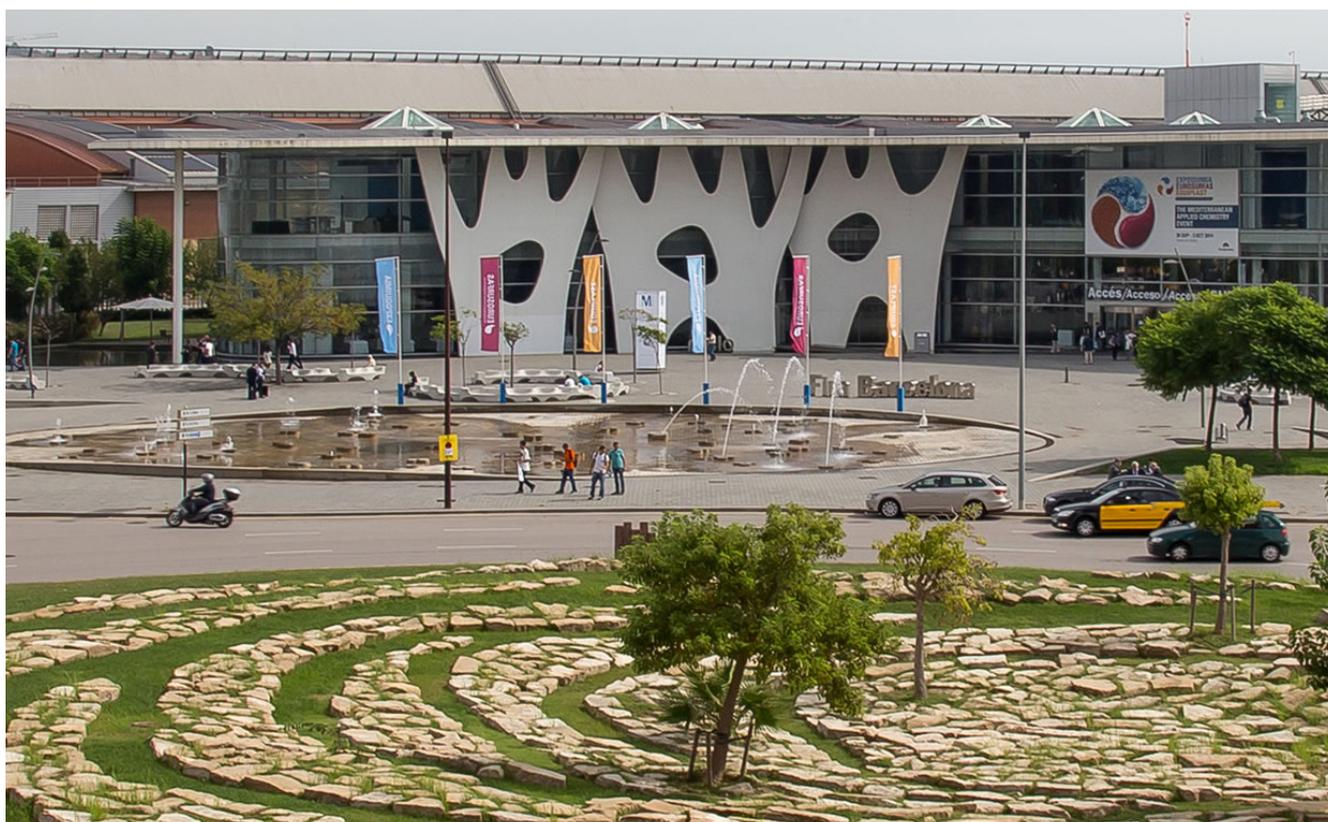
Las encuestas revelan gran expectación por el futuro World Chemical Summit

Satisfacción generalizada tanto entre los expositores como entre los visitantes de Expoquimia, Equiplast y Eurosurf. Altos porcentajes de contactos materializados y casi un 90% de intención clara de regresar en la próxima edición. Y también han sido bien valoradas las jornadas y congresos celebrados en el marco de los tres salones.

Los datos provienen, por una parte, de las más de 550 encuestas realizadas *in situ* a profesionales visitantes durante la celebración conjunta de Expoquimia, Equiplast y Eurosurf el pasado mes de octubre en Barcelona y, por otra, del cuestionario online realizado en los días posteriores al evento y en el que han participado más de 300 expositores de los tres salones.

GRAN DIVERSIDAD DE PROCEDENCIAS Y PERFILES PROFESIONALES

Entre los más llamativos destacan la variedad tanto de procedencias como de perfil profesional de los visitantes, y las altas valoraciones tanto de los expositores hacia sus potenciales clientes y viceversa, como ante las opciones



que se despliegan con la futura transformación de este evento en el World Chemical Summit.

PERFIL DEL VISITANTE

En relación al cargo profesional de los visitantes entrevistados, sobresalen los perfiles técnicos y de dirección. En concreto, se registró un 21,3% de ingenieros y técnicos, un 20,4% de directivos y un 15,5% de mandos intermedios. También es notable la presencia de comerciales, empresarios y personal investigador y, ya en menor medida, operarios, profesores y estudiantes de titulaciones relacionadas con el sector.



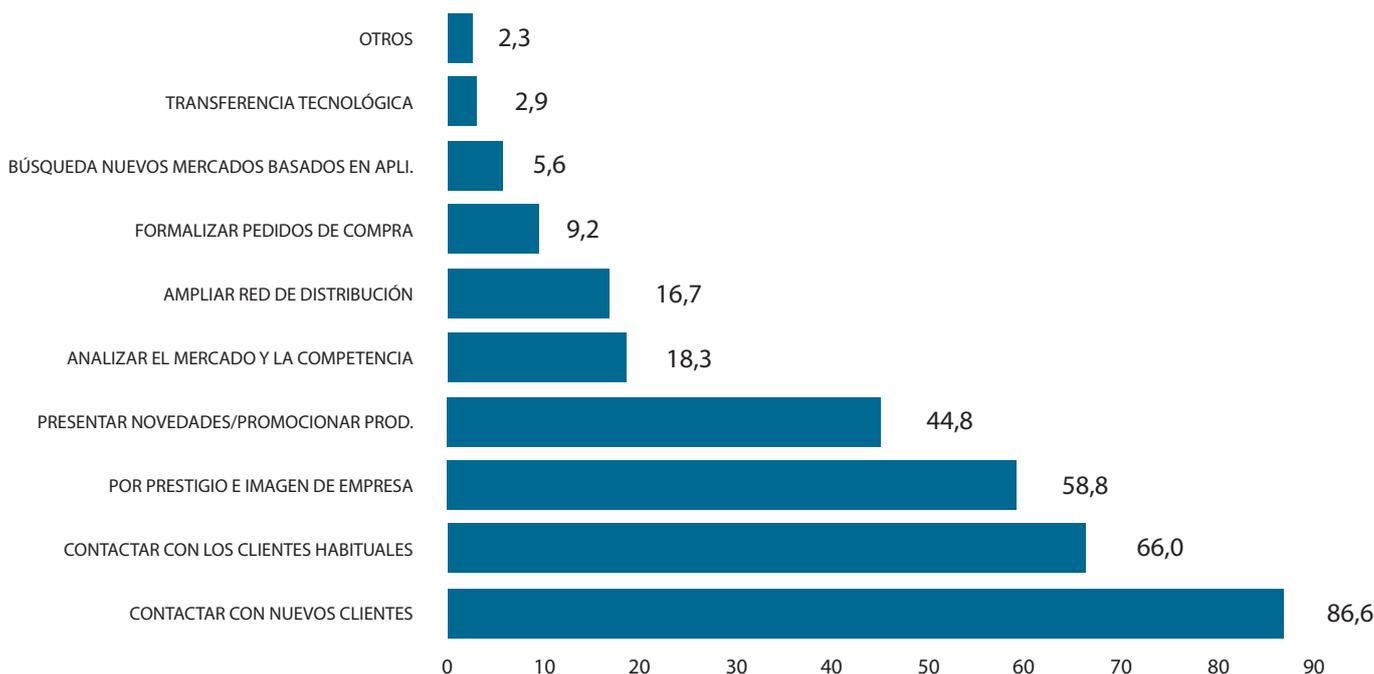
Por lo que se refiere a los sectores de actividad de los visitantes, y como no podía ser de otra manera dada la magnitud y multiplicación de enfoques de este evento, ha habido una fuerte presencia de profesionales directamente relacionados con la química en sentido amplio, pero también de manera más concreta con el área de plásticos, farmacia, alimentación, automoción o maquinaria, entre muchos otros.

que supone encontrar a las principales empresas del sector en un mismo lugar y la potencialidad a la hora de encontrar nuevos proveedores, hacer networking y recibir información de calidad que les ayudará en sus futuras decisiones de compra. Y afirman que el resultado ha sido muy positivo en estos aspectos, más incluso que en ediciones anteriores.

Entre los objetivos primordiales de los visitantes destacan la posibilidad de conocer nuevos productos, servicios o tendencias, la ocasión

OBJETIVO: CONTACTAR CON NUEVOS CLIENTES

Por lo que respecta a los expositores de los tres salones, prácticamente todos coinciden en afirmar que su objetivo principal es contactar con



Principales objetivos de los expositores del salón

nuevos clientes. Así lo afirman el 86,6% de los entrevistados, mientras que el 66% también comparten el interés en contactar con sus clientes habituales. Otros de los puntos destacados son los efectos positivos que la participación en este salón suponen para la el prestigio y la imagen de sus empresas, la presentación de novedades o promoción de productos, y la posibilidad de ampliar su red de distribución.

En términos generales, los expositores de Expoquimia, Equiplast y Eurosurf han valorado positivamente -y mejor que en pasadas ediciones- la calidad de los visitantes a los tres salones. Se muestran satisfechos además con la presencia registrada de profesionales de perfil técnico y de los departamentos de producción y comerciales, y considerarían deseable que aumentara el número de participantes más vinculados a los departamentos de I+D. Estas sensaciones positivas se han concretado ya en un 58,8% de contactos materializados.

PROCEDENCIA VARIADA

Los resultados reflejan una elevada presencia de profesionales de Catalunya y del resto de España, pero también la diversidad de expositores extranjeros. En concreto, y por lo que se refiere a expositores el 60,1% procedían de Catalunya, el 27,5% del resto de España, en especial de las comunidades de Madrid, Valencia y el País Vasco, y 12,4% del resto del mundo, sobre todo de Italia, Alemania, Francia y Portugal.

La procedencia de los visitantes es muy similar, con un 60% de Catalunya, el 29,1% del resto de España y casi el 11% de otros países, con porcentajes elevados de Portugal, Alemania e Italia.

EL TRIUNFO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

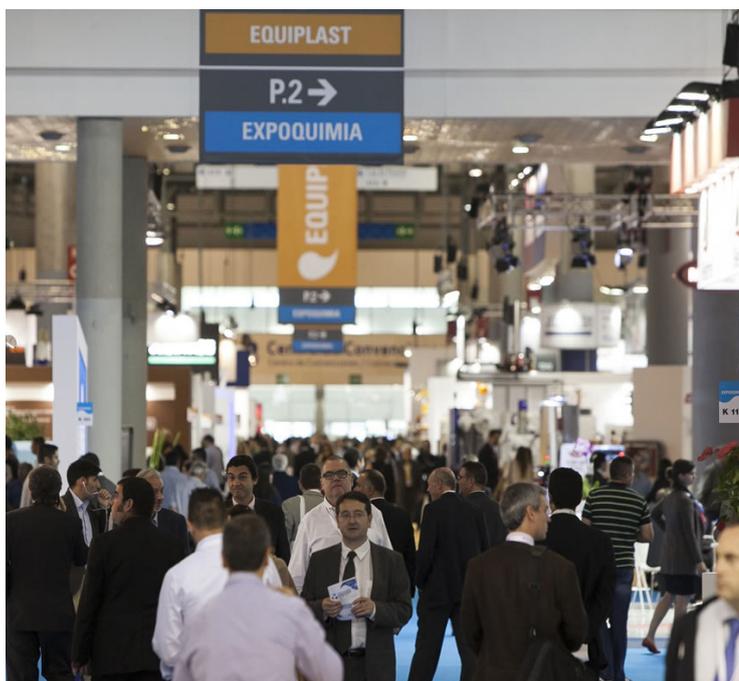
En esta pasada edición de Expoquimia, Equiplast y Eurosurf ha destacado la predominancia de la comunicación digital a la hora tanto de difundir como de recibir información sobre el evento. Así, los expositores han anunciado de su participación en el salón sobre todo a través

de e-mailing y sus propias páginas web, sin descartar por ello métodos más tradicionales como las redes de ventas, anuncios en prensa o correo ordinario.

Por su parte, entre los visitantes resulta muy importante el uso de las redes sociales a la hora de informarse sobre el sector, tanto mediante Facebook como Google+, LinkedIn y Twitter. Aún así, también ha sido el e-mailing el principal medio de comunicación a la hora de obtener información sobre Expoquimia, Equiplast y Eurosurf, y es notable el porcentaje de profesionales que directamente afirman considerar su visita al salón "como una tradición".

ALTA VALORACIÓN DEL WORLD CHEMICAL SUMMIT

Uno de los datos más positivos de la encuesta realizada entre los expositores de los tres salones se refiere a la posibilidad de futuro de convertirse en el World Chemical Summit y alcanzar así la relevancia de un evento de referencia mundial. No sólo esta opción despierta el interés, sino que más del 80% de los expositores y hasta el 93,3% de los visitantes entrevistados creen que Barcelona podría ser la sede adecuada para la que sin duda sería la cita más importante del sector.



ENCUESTA EUROSURFAS

Excelentes cifras de contactos materializados

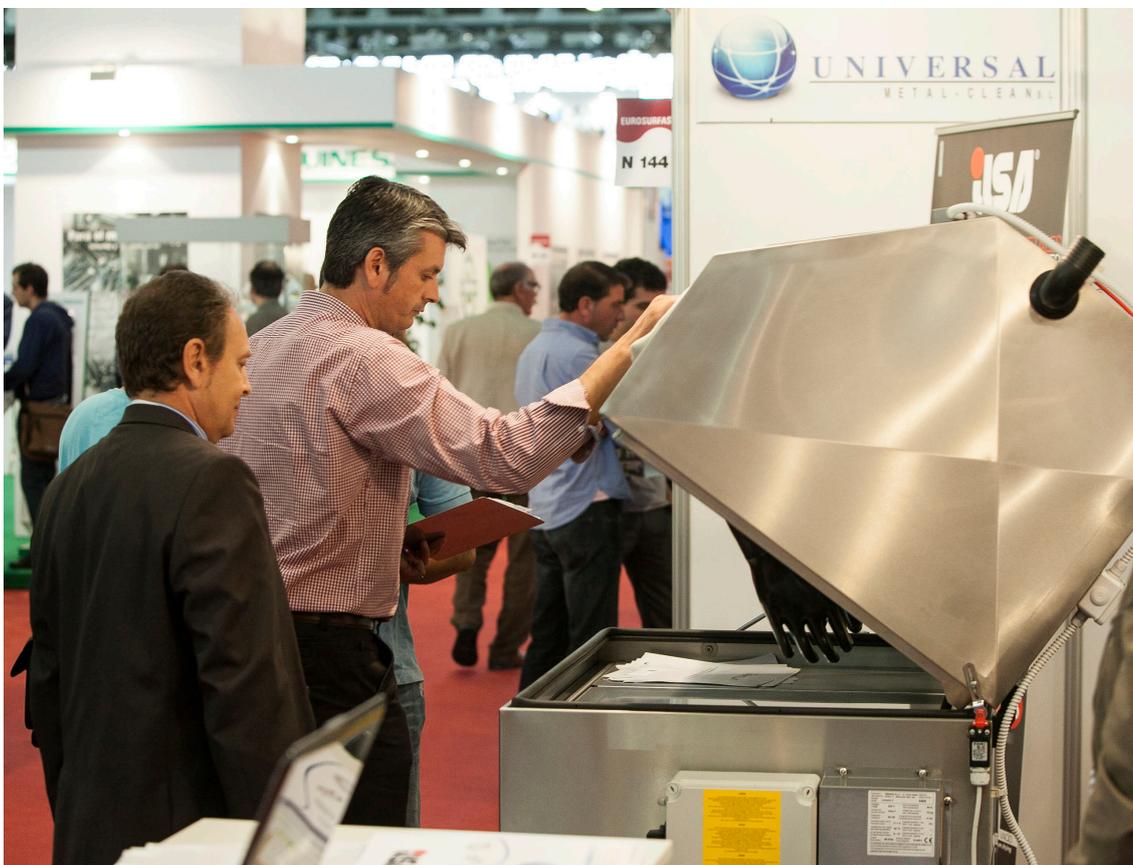
Los datos son claros: la gran mayoría de participantes repite y piensa regresar en las próximas ediciones. La calidad y la cantidad de los expositores son algunos de los aspectos mejor valorados y el salón ha ofrecido oportunidades para los profesionales de todos los subsectores de actividad dentro de este campo.

Así lo indican las encuestas de satisfacción realizadas tanto durante la celebración del salón como en los días posteriores incluyeron a un total de 23 expositores y 102 visitantes de Eurosurf.

BUENA VALORACIÓN DE LA CANTIDAD Y CALIDAD DE LOS EXPOSITORES

SECTORES DE ACTIVIDAD

Como no podía ser de otro modo, la gran mayoría de expositores de Eurosurf correspondieron a empresas dedicadas al tratamiento de superficies en su conjunto. También destacó la participación de empresas especializadas en equipos y preparación de superficies previa a la aplicación de productos.



El subsector de pinturas y barnices también contó con una presencia notable, y completa la variedad de subsectores un pequeño conjunto de expertos en hardware y software específicos para el sector.

ALTA CALIDAD DE VISITANTES Y CONTACTOS

La mayoría de los expositores encuestados han considerado en que la calidad del perfil del visitante ha resultado igual o incluso superior respecto a la pasada edición del salón. Y saben de lo que hablan, no sólo porque son representantes de las firmas más importantes del sector, sino porque para un 69,6% esta era como mínimo su segunda participación, y muchos de ellos han mantenido su presencia desde hace varios años.

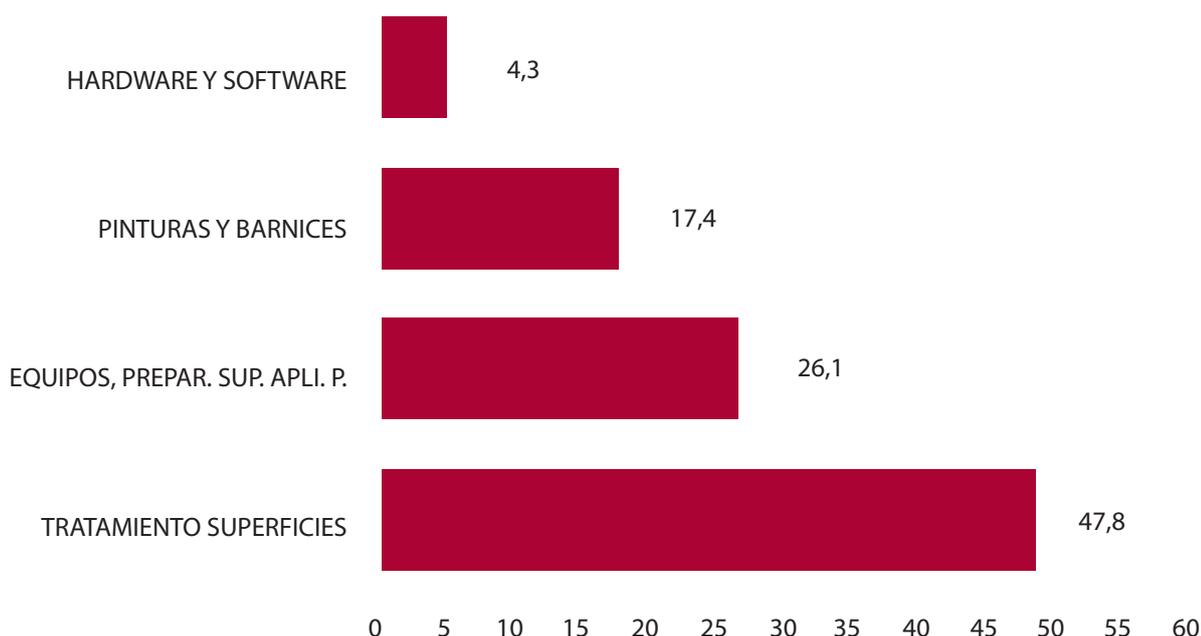
En consecuencia, se muestran satisfechos con los contactos realizados, aunque desearían un mayor grado de internacionalización entre los asistentes al salón. Por lo que se refiere al porcentaje de contactos ya materializados, la cifra alcanza el 60,9% entre los expositores de Eurosurf.



ASPECTOS MÁS VALORADOS Y DETALLES DE LA VISITA

Por parte de los profesionales visitantes al salón, los aspectos mejor valorados han sido la calidad y cantidad de los expositores, la variedad de la oferta y la atención recibida por parte del personal de Fira. La gran mayoría, el 70,4%, ya habían participado en ediciones anteriores.

La mayoría de estos visitantes dedicaron un día (41,2% de los casos) o dos días (18,6%) –que coincidieron con miércoles y jueves, los dos días centrales– y visitaron entre 5 y 25 stands. Y la satisfacción es evidente cuando más del 88% afirman con rotundidad que tienen intención de regresar para la próxima edición.



GIAMPERO CORTINOVIS, PRESIDENTE DE EUROSURFAS

“Hemos tenido una edición positiva en sintonía con la tendencia del mercado”

El presidente del Comité Organizador de Eurosurf, Giampiero Cortinovis, hace una valoración de la última edición del salón en la que se reunieron un destacado número de empresas y asociaciones de la industria del tratamiento de superficies.

¿Qué balance hace de la última edición de Eurosurf?

Podemos decir que ha sido una edición positiva, en sintonía con una tendencia del mercado en la que se está notando que la industria vuelve a necesitar nueva maquinaria o bien sustituir procesos algo desfasados con tecnología de última generación para poder competir en todos los mercados.

Eurosurf forma parte, junto con Expoquimia y Equiplast, del Encuentro de la Química Aplicada del Mediterráneo, que quiere transformarse en un futuro no muy lejano en el World Chemical Summit, ¿cómo valora esta iniciativa? ¿Cree que es factible?

Eurosurf nace para la aplicación de las tecnologías que la industria química en general ha desarrollado desde siempre. Creemos que Eurosurf, como parte de Expoquimia y Equiplast debe estar reflejada en el World Chemical Summit. Indudablemente, la iniciativa es interesante y no veo dificultades para que no sea factible.



Giampiero Cortinovis nació en Bérgamo (Italia) en 1947 y es licenciado en Ciencias Químicas. Posee una amplia experiencia en el sector del tratamiento de superficies, al que se incorporó en 1970 a través de la compañía italiana Rotofinish. Esta empresa fundó en 1972 su filial Tecnofinish Ibérica con sede en Barcelona, de la que Cortinovis fue nombrado director en 1973.

En 1991, la compañía alemana Rösler adquirió la totalidad del grupo Rotofinish, dando lugar a Rotofinish Rösler, con sede en Rubí (Barcelona) donde Cortinovis fue nombrado director general. Rotofinish Rösler dio paso posteriormente a Rösler España. El presidente de Eurosurf es miembro del comité organizador del salón desde hace varias décadas y su empresa ha sido una expositora desde 1973.

Bajo su punto de vista, ¿qué elementos del salón cree que son mejorables para la edición de 2017?

Seguimos pensando que el marketing es la vía más idónea para que la información llegue lo más lejos posible y por esto creemos que la acción en este campo se debe iniciar con bastante tiempo de antelación, de manera que nos sea posible modificar por el camino, en caso necesario, la imagen que queremos transmitir.

¿Cree que Eurosurfás ha servido para ayudar al sector a obtener mejores resultados económicos?

En estos momentos es muy difícil valorar los resultados de esta última edición de Eurosurfás. Los proyectos son siempre a largo plazo y veremos durante los dos próximos años si se materializan.

En este sentido, ¿cree que el sector está viendo la luz al final del túnel? ¿En qué situación se encuentra? Y, ¿cómo cree que será la evolución del sector en estos próximos tres años?

La respuesta a estas dos preguntas es que el sector está experimentando ligeras mejoras aunque el final del túnel está aún bastante lejos. En los próximos 2 años se deberían reco-

“EL FINAL DEL TÚNEL PARA EL SECTOR TODAVÍA ESTÁ LEJOS, AUNQUE EN 2 AÑOS SE DEBERÍAN RECOGER LOS RESULTADOS DEL TRABAJO ACTUAL”

ger finalmente los resultados del trabajo que se está haciendo ahora.

Por último, ¿por dónde pasa el futuro del sector tanto a nivel nacional como internacional?

El futuro de nuestro sector pasa obligatoriamente por la evolución de los negocios que nuestras empresas pueden efectuar en los mercados internacionales. La crisis que hemos vivido y que aún estamos viviendo ha reestructurado bastante todo el sector y el mercado nacional se ha visto claramente redimensionado.

En España, tenemos el sector del automóvil que indudablemente arrastrará el resto de la industria nacional, mejorando aún más la actual situación en la que nos encontramos. Las grandes inversiones se verán probablemente fuera de nuestras fronteras en ámbitos geográficos como Asia y Rusia, pero para nosotros deberá ser prioritario el mercado de habla hispana.



VALORACIÓN DE LOS GLOBAL PARTNERS DEL SALÓN

El sector se adapta para superar los tiempos difíciles

Desde Chemical News hemos querido saber las impresiones en primera persona de algunos de los participantes en el salón, más allá de las cifras y las estadísticas. Por eso hemos pedido a los Global Partners de Eurosurf as que nos dieran su opinión sobre esta última edición. Para ello hemos planteado tres preguntas sobre su propia experiencia. Y estas han sido sus respuestas.

JUAN SERRET
Technical Customer Service &
Functional Coatings Manager de Henkel Ibérica



1. ¿Qué valoración hace de su participación en el salón?

Una valoración francamente positiva por la respuesta en el número de visitantes y el interés detectado en los mismos en nuestros nuevos lanzamientos; constatando una vez más la capacidad de adaptación del sector para superar los tiempos difíciles con nuevos proyectos y nuevas ideas.

2. ¿Cree haber logrado los objetivos planteados?

Nuestro principal objetivo era aprovechar el punto de encuentro del sector que representa el salón como caja de resonancia de nuestros nuevos productos, desarrollos y tecnologías; así como pulsar con los visitantes el estado del mercado y su visión del futuro. En este sentido, por la cantidad y calidad de los visitantes, se cumplieron nuestras expectativas del salón.

3. Teniendo en cuenta que el salón se celebra cada tres años, ¿piensa que los contactos establecidos en esta edición pueden concretarse en un incremento en su volumen de negocio hasta la próxima edición?

Eso esperamos y en ello estamos trabajando desde el día siguiente a la finalización del salón.