

Hispack 2015 calienta motores

Alimarket Envase

Hispack afronta su próxima edición, que tendrá lugar del **21 al 24 de abril de 2015** en el recinto Gran Via de Fira de Barcelona, con un doble reto: plasmar en su oferta y actividades las necesidades y tendencias en innovación que marcan el desarrollo de nuevos envases y embalajes y contribuir a que las empresas del sector encuentren en la feria contactos y oportunidades para exportar tanto a países de la Unión Europea como a mercados en crecimiento, principalmente del **Área Mediterránea y Latinoamérica**.

Con la presencia prevista de **620 expositores directos** (y unos **24.500 m² ocupados**), el salón incidirá en tecnología, procesos, sostenibilidad, nuevos materiales, smart packaging, personalización, logística y PLV, entre otros ámbitos, como ejes de lo que será el mundo del E+E a corto y medio plazo. Hispack -que cubrirá, toda la cadena de valor del packaging-, se ha volcado en añadir a su oferta empresas expositoras que presenten soluciones innovadoras para la fabricación de packaging, tal como han demandado varias firmas de alimentación, bebidas, perfumería, cosmética o farmacia que visitan la feria.



El presidente del comité organizador de Hispack, Javier Riera Marsá, afirma que se ha buscado involucrar a los visitantes desde el principio y mejorar la eficacia y el retorno de la feria: "hemos consultado a los sectores compradores de packaging qué quieren encontrar para podérselo ofrecer. Somos conscientes que la demanda de innovación en materiales, procesos y producto para optimizar costes, ser sostenibles y vender más en el lineal marcarán esta próxima edición".

En este sentido, Hispack incorpora dos nuevas zonas de oferta comercial. La primera de ellas es el '**TrendPack Area**', donde expondrán empresas con soluciones de envases sostenibles, inteligentes, multicanal, convenientes o personalizables que quieran contactar con responsables de packaging y negocio, I+D+I y marketing de empresas de múltiples sectores que buscan dar valor añadido y diferenciar su producto mediante el embalaje.

El segundo espacio es '**PremiumPack**', una zona dedicada al packaging para productos de alta gama para cosmética y perfumería, bebidas, alimentación gourmet o joyería. Este espacio responde a la previsión de una mayor demanda de embalajes que aporten exclusividad y glamour a los productos de lujo. Un crecimiento que la consultora británica Smithers Pira sitúa en un 4,4% anual en el próximo lustro.

80% ya contratado

A falta de seis meses para su celebración, Hispack cuenta ya con la presencia confirmada de **338 empresas de 15 países** (Alemania, Bélgica, China, Corea del Sur, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Taiwán y Turquía), que han reservado el **80% de la superficie prevista**.

Por sectores, el de maquinaria y accesorios de envase y embalaje es el que registra por el momento mayor participación, seguido de materias primas y materiales de envase y embalaje y de equipos de etiquetado, codificación y marcaje. También se aprecia un crecimiento del sector de logística y manipulación, así como el de PLV.

Hispack se celebrará simultáneamente con la feria de tecnología alimentaria Bta. Sumando la oferta comercial de ambas ferias, se prevé la participación directa de más de 1.100 empresas y la visita de **35.000 profesionales**.

Dado que la industria de alimentación y bebidas es el principal sector consumidor de packaging, Hispack & Bta. suman sinergias para mostrar las diferentes fases del producto alimentario, desde el ingrediente hasta el proceso de fabricación, pasando por el envase y embalaje o su llegada al punto de venta. Esta alianza, como se ha demostrado

en las últimas tres ediciones, no supone un freno para que el resto de grandes sectores compradores de packaging (cosmética, perfumería, farmacia, química, automoción, electrodomésticos, hogar, etc.) acudan a Hispack en busca de soluciones de proceso y packaging para ser más competitivos.

Sigue la internacionalización

Además de referente para la industria del packaging y dinamizador de las ventas en España y Portugal, Hispack es una excelente plataforma para contactar con nuevos compradores tanto de países europeos como del área mediterránea y Latinoamérica. En este sentido, el salón se ha propuesto ampliar las oportunidades de exportación para sus expositores y, junto a Bta., está desarrollando programas de promoción en diez países (Marruecos, Túnez, Turquía, Argelia, Brasil, Colombia, México, Chile, Perú y Venezuela). Asimismo, se está trabajando en la organización de misiones inversas y encuentros de negocios entre delegaciones de profesionales y empresas expositoras a partir de la selección de medio centenar de invitados con poder de compra procedentes de Rusia, India, Azerbaiyán, Kazajstán, Angola, Ghana y Sudáfrica.

Finalmente, Hispack también se convertirá en el centro neurálgico de conocimiento, networking, debate, formación y tendencias en torno al mundo del packaging y la PLV gracias a sus diferentes espacios de actividades. Así, el salón que organiza Fira de Barcelona en colaboración con Graphispack Asociación, refuerza el '**Pack&Logistic Corner**', un área de breves conferencias donde los expertos presentarán casos de éxito, buenas prácticas e innovaciones. Se tratarán cuestiones de diseño, logística, e-commerce, distribución, materiales, procesos, PLV o branding, entre otras.

Asimismo, Hispack prepara un proyecto específico para mostrar aplicaciones y novedades vinculadas al fenómeno tecnológico del '**Internet of Things' (IoT)**' que permite la interconexión digital entre internet y objetos cotidianos como pueden ser los envases. Además, impulsadas por entidades sectoriales se celebrarán diferentes jornadas técnicas, conferencias y seminarios y se entregará los **Premios Líderpack**, un referente internacional gracias a su conexión con los WorldStar, que reconocen el mejor packaging "made in Spain".

[Titulares Última Edición Impresa](#)

[Últimas noticias del sector](#)