

MARÍA JOSÉ NAVARRO MUÑOZ-COBOS, directora general de Easyfairs Iberia

“CREEMOS QUE AHORA SÍ HAY UNA CONCIENCIA DE LA IMPORTANCIA DEL DISEÑO DEL ENVASE”

¿Qué objetivos tiene Empack este año, en su undécima edición?

Siempre con la industria del envase y embalaje y la vanguardia en la industria, este año Empack busca reafirmarse como el mayor evento del sector. La única feria en España en la que participan todos los eslabones de la cadena del packaging: desde los fabricantes hasta los diseñadores. Es, en ese sentido, el evento más completo y capaz de ofrecer una visión 360 de lo que está pasando en el sector; de cómo los key players abordan los retos actuales; y, sobre todo, de cuál es el futuro.

Seguiremos siendo, también este año, ese punto de encuentro y de generación de nuevas alianzas y negocios entre profesionales y empresas del sector.

¿Qué previsiones hay en cuanto a número de asistentes, expositores, etc?

El año pasado recibimos a más de 11.400 visitantes y participaron 430 empresas en el evento, pero este año el evento ha crecido aún más, celebrándose por primera vez en dos pabellones de Feria de Madrid. Teniendo lugar en lunes y martes, ofrecerá a los profesionales la oportunidad de empezar la semana de una forma diferente y enriquecedora: podrán venir con sus equipos, reunirse, conectarse y hacer networking.

¿Cuáles son las principales novedades que podremos encontrarnos este año?



La amplia oferta expositiva del salón pone al alcance del visitante los últimos productos e innovaciones de las principales empresas del sector. Nuevos laminados, materiales biodegradables, maquinaria de sellado y envases que aúnan diseño y ventajas funcionales más optimizadas son sólo algunos ejemplos de todos los productos que tendrán cabida en el salón.

En lo referente a las ponencias de las que pueden disfrutar los profesionales que nos visitan, en la sala Empack, en la mañana del lunes, Edurne Pasabán, alpinista española, hablará de cómo enfrentar retos personales y profesionales. Ideal para comenzar la semana con una buena dosis de motivación.

En Packaging Innovations, los contenidos de las salas estarán orientados principalmente a las temáticas de perfumería, bebida y alimentación.

En la primera jornada, en horario de mañana, Irene Gisbert, perfumista y CEO de Ainea Perfums y Càmil Castellà, Co-Founder y Marketing Executive de Aktiva Design studio impartirán un workshop que permitirá a los participantes crear su propia fragancia y aprender el proceso creativo que hay detrás de un storytelling. El día 13 por la mañana, Elisa Rica-Escuder, Purchasing Director de LVMH IBERIA, ofrecerá una ponencia sobre *Sostenibilidad en el lujo*.

El salón acogerá nuevamente una muestra de packaging ganadores del concurso internacional Pentawards, así como un ciclo de conferencias ofrecidos por algunos de los premiados. Entre los ponentes de las Pentawards Conference, se encuentran líderes del diseño como Paco Adín, de Supperstudio, Eva Minguella, de Elisava, Beatriz Suárez, de Estudio Maba, Carles Anadón de SeriesNemo y Gonzalo Yáñez, del estudio YG Design de Argentina, entre otros. También participará Borja Manso, Marketing Manager de Cruzcampo at Heineken.

En Logistics presentaremos por primera vez un congreso especializado en logística con ponencias de alto nivel: el

Logistics Congress. Serán jornadas de formación -privadas y de acceso exclusivo- en las que participarán empresas punteras.

Por otro lado, tendremos un showroom renovado en el que se recreará el proceso completo del e-commerce, desde que un usuario hace clic en "comprar" hasta que recibe el producto.

Dentro del packaging, ¿cuáles son las industrias que estarán más representadas en Empack 2018?

Dentro del área de exposición, estarán representados todas las empresas claves del sector. Uno de los puntos más fuertes de la feria es que —justamente— hace posible reunir a todos los actores con productos, servicios, datos y conocimientos complementarios. Como resultado, ofrecemos la más completa radiografía de la industria del consumo.

Empack se ha erigido como el único evento nacional de referencia del sector del envase y el embalaje. ¿Cuál es el estado de salud actual del packaging en España?

Vemos con optimismo el sector. Hace unos años hablamos de que era notorio un cierto estancamiento de España respecto a otros países europeos. Sin embargo, las propuestas de los expositores y participantes en la feria nos dan evidencias de que esto ha cambiado. Aunque aún falta un importante camino por recorrer, seguimos ganando mucho en creatividad, innovación y materiales alternativos. Creemos que ahora sí hay una conciencia de la importancia del diseño del envase y de las principales tendencias: personalización, envases más respetuosos con el medio ambiente, más funcionales y, sobre todo, más

creativos, con mensajes que conectan con el consumidor.

¿Cuáles son los principales retos que debe afrontar el sector?

Como tema estrella, la gestión de los plásticos. En Empack 2018 presentaremos soluciones novedosas y claves al respecto, y abordaremos la problemática con un debate.

**"UN BUEN PACKAGING
—HOY— ES AQUEL QUE LA
GENTE QUIERE FOTOGRAFIAR Y
COMPARTIR. EL FUTURO PASA
POR IR ADIVINANDO CUÁL ES EL
SIGUIENTE PASO Y CÓMO LLEVAR
ESA CONEXIÓN AL SIGUIENTE
NIVEL"**

Por ejemplo, el envase alimentario sigue siendo un reto para el sector. El 35% de los alimentos se tiran y, de este porcentaje, el 10% aún está envasado, es decir, que se tiran y ni siquiera han sido abiertos. Por ello, las aplicaciones tecnológicas para hacerlos más inteligentes y activos son la apuesta de la industria para mantener los productos más frescos y seguros durante un mayor período de tiempo. Quizás en donde tenemos un mayor camino por recorrer ahora es en cuanto a materiales y envases inteligentes. Por otro lado, el e-commerce se ha convertido en el sector con mayor crecimiento en España y eso implica grandes retos en cuanto a optimización de envase, embalaje, etiquetado, impresión, logística, transporte y packaging.

En los últimos tiempos, están surgiendo nuevas tendencias en el packaging orientadas a clientes más exigentes. Ya no basta sólo con envases y embalajes llamativos. Ahora, también se pide que, por ejemplo, sean ecológicos...

Sí, de hecho, en las ferias presentaremos un informe exclusivo con las principales tendencias en el mundo del packaging que ha preparado la agencia CoolHunting Group, en el que se habla —por ejemplo— del concepto de innovación sostenible. Cada vez más, los consumidores buscan productos que sean responsables con el medio ambiente. El zero waste y la economía circular son conceptos a la orden del día. Ya no representan una opción para las marcas sino una obligación para con una audiencia cada vez más exigente. Los usuarios cada vez valoran más y mejor a las marcas que respetan el medio ambiente y hacen una gestión transparente.

¿El futuro del sector pasa por ahí, por hacer embalajes cada vez más dirigidos o personalizados?

Es el presente del sector. El futuro del packaging pasa por lo que se esté haciendo hoy y por las demandas actuales del consumidor. Los consumidores de hoy piden creatividad, humor, sorpresa y valores. Quieren identificarse con los productos que compran y los envases son parte activa de ese proceso de comunicación con el consumidor. El diseño del packaging se centra cada vez más en conectar con la audiencia, hablarles en su idioma y ayudarles a co-crear su marca personal a través de lo que comparten en sus redes sociales. Un buen packaging —hoy— es aquel que la gente quiere fotografiar y compartir. El futuro pasa por ir adivinando cuál es el siguiente paso y cómo llevar esa conexión al siguiente nivel.

Entonces, se puede decir que el nuevo paradigma de la experiencia de cliente ha impactado de lleno en el packaging...



“EN EMPACK, LABEL&PRINT, PACKAGING INNOVATIONS Y LOGISTICS 2018, LOS ASISTENTES PODRÁN LLEVARSE ESTA VISIÓN TAN COMPLETA DEL SECTOR Y DISFRUTAR DE LOS CONTENIDOS Y LAS SOLUCIONES ESPECIALIZADAS”

El packaging de hoy y del mañana es el packaging de las experiencias. Las marcas que triunfan hoy son las que lo han entendido. Los consumidores no buscan sólo un producto o satisfacer una necesidad. Cada vez buscan más la experiencia que les puede ofrecer un producto frente a otro y, cuando el contenido es parecido, es el diseño de packaging lo que puede marcar la diferencia. Se trata de un relato completo construido en el envase y dirigido a

enamorar al consumidor, a brindarle ese plus que está buscando.

Y esto, como es lógico, afecta a toda la cadena de suministro, que también ha tenido que transformarse en un contexto de industria 4.0 y tecnologías digitales...

Las empresas que adopten nuevas tecnologías para mejorar sus procesos, que se interesen en monitorizar e interconectar toda su cadena de suministro y que además emprendan el camino hacia un modelo de economía circular con soluciones sostenibles tendrán una ventaja competitiva de creación de valor para la industria, porque todo parece indicar que estos cambios no tienen marcha atrás y perdurarán en el tiempo. Por eso es necesario que todos los sectores de la

industria colaboren cada vez más entre sí y estén preparados a lo que viene. La tendencia en el sector va hacia el desarrollo de envases y embalajes más ligeros y flexibles, estos se perfilan como aliados de la economía circular por su capacidad de reciclaje, de ahorro energético y de costos durante su transportación.

En Empack, Label&Print, Packaging Innovations y Logistics 2018, los asistentes podrán llevarse esta visión tan completa del sector y disfrutar de los contenidos y las soluciones especializadas. Desde Easyfairs, que organiza más de 200 salones en 19 países y con eventos consolidados como puntos de encuentro de referencia en diferentes sectores, estamos orgullosos de seguir contribuyendo a mejorar la industria, los negocios y, por tanto, la sociedad ◀