

Hispack



SALON INTERNACIONAL
DEL EMBALAJE



Fira Barcelona

FICHA TECNICA

Denominación:	Hispack 2006, Salón Internacional del Embalaje
Edición:	Decimotercera
Carácter:	Profesional
Fechas de celebración:	Del 27 al 31 de marzo de 2006
Horario:	De 10.00 a 19.00 horas
Lugar:	Recinto Gran Vía M2 (LÍH) de Fira de Barcelona.
Organiza:	FIRA DE BARCELONA Av. Reina María Cristina s/n 08004 Barcelona Tel. 902 233 200 Fax 93 233 26 02 ñ22 99 hispack@firabcn.es www.hispack.com
Sectores de oferta:	Maquinaria y accesorios de envase y embalaje. Maquinaria y equipos de embotellado. Maquinaria para etiquetado, codificación y marcaje. Maquinaria para procesos de fabricación de productos a envasar. primas. Materiales y medios de Envase y Embalaje. Productos auxiliares. P.L.V., Publicidad en el Lugar de Venta.
Materias	
Logística.	Manipulación, almacenamiento y distribución. Medio ambiente. Recuperación, Tratamiento y Reciclaje. Empresas de Consultoría, ingeniería y serviciosafines.

Otras actividades:

- “Encuentros Hispack”, primer congreso científico - técnico de envase y embalaje
- VI Concurso Nacional de Líderes del Envase y Embalaje, Líderpack 2006. Exposición y Entrega de Premios
- V ciclo de la exposición “PACK. Historia, Memoria y Cultura del Packaging”

**Presidente del
Comité Organizador:**

Javier Riera-Marsa

**Director área salones
Industriales de Fira de Barcelona:**

Xavier Castells

DELEGACIONES INTERNACIONALES DE FIRA DE BARCELONA

ALEMANIA

Matthias Poensgen
Ludwigstrasse 5
D- 70176 STUTTGART, Alemania
Telf. 0711 669 76 60
Fax. 0711 669 76 16
messe-barcelona@copca.de

FRANCIA

Fira Barcelona France
Bcn Promotions
Gérard Escrivà
34, rue Geoffroy Saint Hilaire
F- 75005 PARIS, Francia
Telf. 01 47 07 29 39
Fax. 01 47 07 32 10
fira.france@wanadoo.fr

REINO UNIDO

Sam Carter
SMC Exhibitions Ltd
5, Frogmore Grove
Blackwater
Camberley
UK- SURREY GU17 0AJ, Reino Unido
Telf. 01276 34107
Fax. 01276 34108
scarter@dms-expo.co.uk

ITALIA

Marco Barozzi
EXPO CONSULTING
Via Riva Reno, 56
I- 40122 BOLOGNA, Italia
Telf. 051 649 31 89
Fax. 051 649 32 42
info@expoconsulting.it

PORTUGAL

João Aguas
EXPOTEC
Apartado 32
P- 2894-909 ALCOCHETE, Portugal
Telf. 212 348 016
Fax. 212 342 776
feirabcn@netcabo.pt

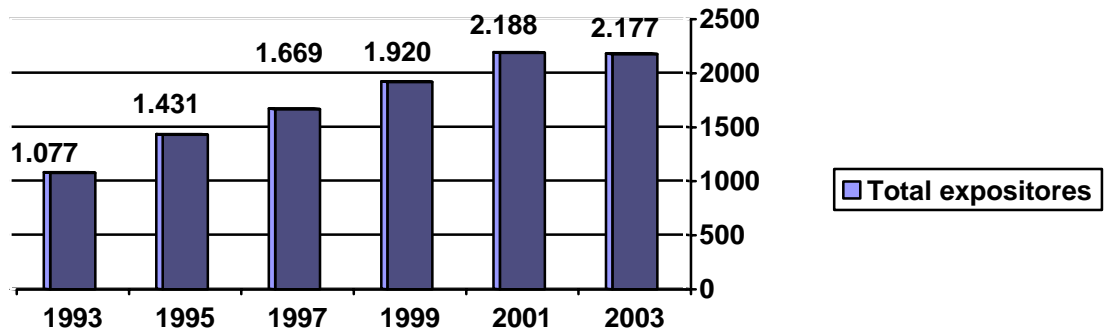
BRASIL

João Carlos Ferreira
EXPOTEC – Representação no Brasil de Fira de
Barcelona
Rua Malebranche, 99 – Ap. 81 – Vila Mariana
04116-160 SÃO PAULO – SP – Brasil
Telf. 13 38 41 11 42
Fax. 13 3841 20 28
feirabarcelona@uol.com.br

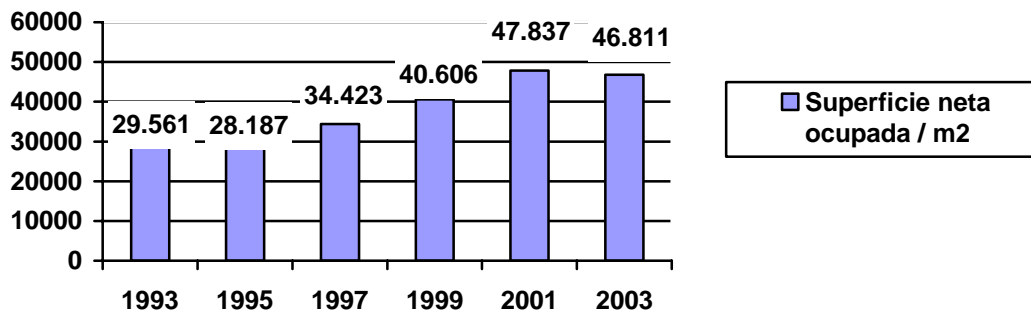
HOLANDA, BÉLGICA Y LUXEMBURGO

Martin Lindenborn
IBERIAN TRADE PROMOTION (ITP)
Postbus 5125
NL- 6802 EC ARNHEM, Holanda
Telf. (0031) (0) 26 327 22 64
Fax. (0031) (0) 26 327 03 35
fira@itrapro.com

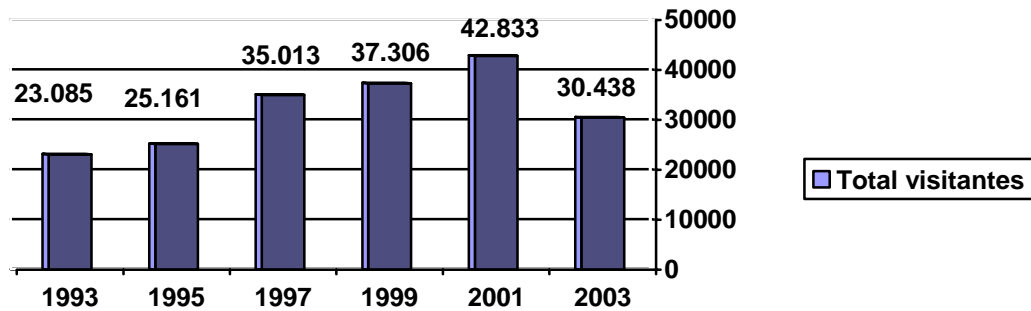
Evolución participación expositores HISPACK



Evolución superficie real stands HISPACK



Evolución visitantes HISPACK



HISPACK PRESENTA EN EL MERCADO EUROPEO ALGUNOS DE LOS CONTENIDOS DE LA EDICIÓN DEL 2006

El salón de Fira de Barcelona participa en INTERPACK para contactar con empresas, asociaciones y entidades extranjeras del sector del packaging

El Salón Internacional del Embalaje estará presente en la feria alemana en dos stands junto con AMEC-ENVASGRAF y ANAIP

La internacionalización y la apertura a nuevos mercados serán claves en el crecimiento de Hispack, a celebrar del 27 al 31 de marzo de 2006 en Gran Vía M2

El **Salón Internacional del Embalaje, Hispack**, aprovechará la celebración de Interpack en Düsseldorf (Alemania) para presentar en el mercado europeo la oferta comercial y algunos de los contenidos que conformarán su próxima edición, que se celebrará del 27 al 31 de marzo de 2006 en las instalaciones del recinto Gran Vía M2.

Del 21 al 27 de abril próximo, **Hispack** estará presente en Interpack como expositor directo junto con la Asociación Española de Fabricantes de Maquinaria para Envase, Embalaje, Embotellado y su Grafismo (AMEC-ENVASGRAF) en un stand situado en el Palacio 13 – Stand C-81 y de forma representada en el stand de la Confederación Española de Empresarios de Plásticos (ANAIP), ubicado en el Palacio 9 – Stand D-04. En ambos espacios se facilitará puntual información a visitantes y expositores sobre la mayor feria de envase y embalaje en España que extiende su zona de influencia en el sur de Europa, el área mediterránea y países latinoamericanos. La organización de **Hispack** espera realizar numerosos contactos con empresas, asociaciones y entidades extranjeras del sector del packaging, interesadas en el mercado español, uno de los que mayor crecimiento está registrando en Europa.

Según explica el presidente del Comité Organizador, Javier Riera-Marsa, “**Hispack** ha ido ganando en estos últimos años penetración internacional, tanto a nivel de expositores como de visitantes, pero, sin duda, su poder de convocatoria es aún insuficiente en relación a las demandas y necesidades del sector, y también en relación a nuestras propias exigencias”. En este sentido, la participación de **Hispack** en las ferias internacionales del sector supone una excelente forma de promoción tanto en la captación de expositores como de visitantes profesionales

Para los organizadores de Hispack, la internacionalización es uno de los principales ejes de actuación para la próxima edición del salón, de manera que Hispack sea un referente para los mercados naturales de exportación del sector y, a la vez, sea un punto de atracción de mercados potenciales que incrementen la dimensión de la feria. Por este motivo, el Salón Internacional del Embalaje está definiendo, en colaboración con las asociaciones sectoriales representadas en el Comité Organizador, los principales ejes de actuación para incrementar la presencia de empresas y profesionales extranjeros en el salón. Dentro del Comité se ha creado una comisión interna de trabajo en la que colaboran activamente ANAIP y Amec-Envasgraf, entre otras entidades, que está identificando los mercados de interés para el sector español, con el fin de llevar a cabo diferentes acciones

A falta de un año para su celebración, las principales empresas del sector en España y en mercados de influencia ya han confirmado su participación en Hispack, un salón de interés para todas las actividades económicas

El salón está trabajando en la definición de los contenidos de diversas iniciativas que forman parte de la propia identidad del salón y que pretenden mostrar las diferentes vertientes del mundo del envase y embalaje

para dar a conocer y promocionar el salón entre empresas, entidades, asociaciones sectoriales, cámaras de comercio, ferias y líderes de opinión relacionados con la industria del packaging en diferentes países. Las oficinas en el extranjero de Fira de Barcelona también trabajan en esta estrategia de internacionalización. Hispack acogerá varias misiones inversas, encuentros empresariales y la visita de numerosas delegaciones de profesionales extranjeros.

En estos momentos, las perspectivas comerciales para **Hispack 2006**, que comenzará en breve la adjudicación de espacios, son inmejorables. A falta de un año para su celebración, las principales empresas del sector en España y en mercados de influencia ya han confirmado su participación en un salón de interés para todas las actividades económicas.

Hispack ocupará 50.000m² netos en los palacios 1, 2 y 3 del recinto Gran Via M2 de Fira de Barcelona. Los sectores de actividad que estarán presentes en **Hispack** son: Maquinaria y accesorios de Envase y Embalaje. Maquinaria y equipos de embotellado. Maquinaria para etiquetado, codificación y marcaje. Maquinaria para procesos de fabricación de productos a envasar; Materias primas. Materiales y medios de Envase y Embalaje. Productos auxiliares; P.L.V. Publicidad en el Lugar de Venta; Logística. Manipulación, almacenamiento y distribución. Medio ambiente. Recuperación, Tratamiento y Reciclaje. Empresas de Consultoría, ingeniería y servicios afines.

Paralelamente el salón está trabajando en la definición de los contenidos de diversas iniciativas que forman parte de la propia identidad del salón y que pretenden mostrar las diferentes vertientes del mundo del envase y embalaje. De este modo, está prevista la revisión, actualización y ampliación del **Libro Blanco del Envase y Embalaje**, una obra de referencia dentro del sector de nuestro país. También tendrá lugar la celebración en el marco de **Hispack** de un **Encuentro internacional de carácter científico y tecnológico**, centrado en los últimos desarrollos en materiales barrera para envases y embalajes. El programa de las sesiones, coordinado por Ramon Català, del Instituto de Agroquímica y Tecnología de los Alimentos (CSIC) de Valencia, incluirá diferentes ponencias pronunciadas por reconocidos expertos nacionales y extranjeros. Asimismo, **Hispack 2006** convocará la sexta edición del **Concurso Nacional de Líderes de Envase y Embalaje, Líderpack**. Estos premios de reconocido prestigio en el sector permiten a los trabajos ganadores representar a España en los WorldStars, galardones que concede la World Packaging Organization. Finalmente, Hispack ampliará su ciclo de exposiciones "**PACK. Historia, Cultura y Memoria del Packaging**" con una nueva muestra dedicada monográficamente a historiar la relación del envase y embalaje con la industria de la alimentación y los hábitos alimenticios de los consumidores. Esta exposición cultural se incluirá en el programa del Año de la Alimentación, la Cocina y la

*El salón prevé
superar los
35.000 visitantes
profesionales*

Gastronomía que se celebra en Cataluña de marzo de 2005 a marzo de 2006.

El salón, que prevé superar los 35.000 visitantes, se propone revalidar su crecimiento como la primera manifestación profesional y económica del sector del packaging en nuestro país y ganar peso como salón de referencia en el calendario ferial europeo de esta especialidad.

Hispack es un salón de Fira de Barcelona, la entidad organizadora de salones industriales y profesionales líder en España y una de las cuatro primeras de Europa en número de eventos.

HISPACK CRECE CON LA AMPLIACION DEL NUEVO RECINTO GRAN VIA M2 DE FIRA DE BARCELONA

El Salón Internacional del Embalaje espera reunir a más de 2.600 empresas en su decimotercera edición

Hispack ocupará los palacios 1, 2 y 3 del recinto Gran Via M2 de Fira de Barcelona

La mayor disponibilidad de espacio permitirá a Hispack revalidar el crecimiento espectacular registrado en la última década

Desde 1993 hasta el 2001 Hispack ha aumentado un 62% su superficie neta y un 103% el número de empresas participantes

De carácter estrictamente profesional y periodicidad trienal a partir de su próxima edición, el **Salón Internacional el Embalaje de Barcelona, Hispack**, celebrará su decimotercera convocatoria del 27 al 31 de marzo de 2006. La organización del salón espera reunir a más de 2.600 empresas representadas en los palacios 1, 2 y 3 del recinto Gran Via M2 de Fira de Barcelona.

La mayor disponibilidad de espacio gracias a la reciente inauguración de los palacios 3 y 4, –que entraron en funcionamiento el pasado mes de febrero– permite a **Hispack** continuar con la línea de crecimiento de los últimos años. Ambos pabellones, gemelos en estructura, distribución y superficie, cuentan con las últimas instalaciones tecnológicas y los más avanzados sistemas de seguridad, además de todos los servicios que ofrece Fira de Barcelona a expositores y visitantes. Entre los dos suman 40.500m² brutos de superficie de exposición comercial que añadidos a los 76.000m² brutos de los pabellones 1 y 2 ofrecen a **Hispack** la posibilidad de ocupar hasta 116.500m².

De momento, la organización ha reservado los palacios 1, 2 y 3, teniendo a su disposición también el palacio 4, si la solicitud de espacio por parte de las empresas expositoras requiriese su empleo.

Como se recordará, la edición de **Hispack 2003** se celebró, por primera vez, en el recinto Gran Via M2 de Fira de Barcelona. Entonces, Hispack ocupó 76.246 metros cuadrados brutos (47.424 metros cuadrados de superficie neta), y registró una participación de 2.177 empresas, procedentes de 32 países. Este cambio de ubicación llevó asociada una mejora en la sectorización de la oferta y en la calidad de servicio tanto a expositores como a visitantes.

Sin embargo, en el 2003 el salón que organiza Fira de Barcelona vio momentáneamente detenido su crecimiento por falta de suficiente espacio de exposición. Aún así **Hispack** mantuvo prácticamente las mismas dimensiones de la edición del 2001. Esa eventualidad en cuanto al espacio se ha visto ahora resuelta gracias a la ampliación del recinto Gran Via M2, por lo que **Hispack 2006** podrá revalidar los incrementos de superficie ocupada y participación de expositores registrados en la última década. Desde 1993 hasta el 2001 **Hispack** ha aumentado un 62% su superficie neta y un 103% el número de empresas participantes.

En estos momentos el ritmo de contratación de espacio se ajusta a las previsiones de la organización. Las principales marcas del

Las principales marcas del sector del envase y embalaje en España y sus mercados de influencia ya han reservado su espacio en Hispack 2006

La organización del salón está cuidando especialmente la sectorización de la oferta para facilitar la visita a los profesionales que acudan al salón

Los cuatro pabellones están diseñados para la celebración de ferias industriales

Hispack abrirá un Centro de Atención al Visitante Extranjero para coordinar la visita de las delegaciones internacionales

sector del envase y embalaje en España y sus mercados de influencia ya han reservado su espacio en Hispack 2006. A partir del próximo 2 de mayo, se iniciará la adjudicación de espacio y el envío de los contratos de participación a los expositores de la última edición del salón que cuentan con reserva preferencial de metros de exposición. La adjudicación de espacio para las nuevas empresas expositoras –que también están reservando superficie–, se realizará a partir del 15 de septiembre.

La organización del salón está cuidando especialmente la sectorización de la oferta para facilitar la visita a los profesionales que acudan al salón. La oferta de Hispack 2006 incluirá los siguientes sectores: Maquinaria y accesorios de Envase y Embalaje. Maquinaria y equipos para embotellado. Maquinaria para etiquetado, codificación y marcaje. Maquinaria para procesos de fabricación de productos a envasar; Materias primas, Materiales y medios de Envase y Embalaje. Productos auxiliares. P.L.V., Promoción de ventas y Diseño. Logística. Manipulación, almacenaje y distribución. Medio ambiente, Recuperación, Tratamiento y Reciclaje. Empresas de Consultoría, ingeniería y servicios afines.

Servicios de calidad

Los cuatro pabellones del recinto Gran Vía M2, construidos hasta la fecha, han sido diseñados para facilitar a los expositores la circulación y movilidad de sus mercancías, reduciendo considerablemente el tiempo de montaje y desmontaje de las ferias industriales. Los pabellones disponen de la última tecnología aplicable al mundo ferial.

El recinto de Gran Vía dispone de un **Centro de Información y Servicios** destinado a resolver y agilizar las gestiones entre Fira de Barcelona y sus clientes. En el centro se atienden de forma personalizada todas las demandas de información, compra, pago y facturación de servicios de expositores y visitantes. Los expositores del salón podrán hacer llegar a **Servifira** cualquier petición en relación con el material necesario para la instalación de su stand u otros servicios como mobiliario, jardinería, instalaciones eléctricas, telefonía, informática, vigilancia, audiovisuales, etc.

También existe un **Centro de Negocios** donde se facilitan una serie de servicios a los profesionales del sector tales como: despachos para reuniones, servicios de secretaría (teléfonos, fax, fotocopiadoras, ordenadores, etc...), además de acceso a Internet. Durante Hispack se habilitará un **Centro de Atención al Visitante Extranjero**. Desde allí se atenderán las demandas de información y servicios de los profesionales internacionales y se coordinarán las agendas de las misiones comerciales invitadas y se programarán los encuentros empresariales.

El recinto cuenta además con 19 salas de reunión de entre 10 y 200 plazas y un auditorio con capacidad para 465 personas. Los expositores pueden reservar estos espacios para sus actos de empresa a través de las oficinas del salón.

*El recinto cuenta
con 35
establecimientos
dedicados a
servicios de
restauración*

Fira de Barcelona ofrece un servicio de **autobús lanzadera gratuito**, que conecta permanentemente tanto el aeropuerto como la Plaza España con el emplazamiento Gran Vía. Para los expositores y visitantes que se desplacen con vehículo privado, el recinto cuenta con un total de **2.920 plazas de aparcamiento**.

Fira de Barcelona ha querido cuidar especialmente los **servicios de restauración** del recinto de Gran Vía. A ambos lados de los diferentes pabellones, se encuentran distribuidos numerosos establecimientos con la oferta gastronómica más variada. La intención es que nadie tenga que moverse del recinto para efectuar sus comidas durante la celebración de las ferias. Actualmente, el emplazamiento Gran Vía cuenta con un total de 3.695 plazas de restauración repartidas en 35 bares y restaurantes. Con toda esta red de establecimientos, Fira de Barcelona, a través de su división Gastrofira, pretende hacer más agradable la estancia de expositores, técnicos y visitantes en el recinto.

*A comienzos del
2008, Fira de
Barcelona tendrá
el recinto más
relevante y
atractivo de
Europa por su
arquitectura y
urbanismo*

El nuevo recinto

De todos es sabido que Fira de Barcelona continúa con las obras de ampliación de sus instalaciones en el emplazamiento Gran Vía M2. En estos momentos se están construyendo otros dos nuevos pabellones, así como de la espina central que interconectará todos los palacios. A comienzos del 2008, la entidad ferial catalana tendrá el recinto más moderno de Europa y, sin duda, el más relevante y atractivo por su arquitectura y urbanismo. El proyecto del arquitecto japonés Toyo Ito, ganador del concurso internacional de ideas para la ampliación del actual emplazamiento de Gran Vía, combina la espectacularidad y el respeto al medio ambiente con una eficiente y creativa respuesta a las necesidades de espacio de Fira de Barcelona, imprescindibles para seguir siendo una institución altamente competitiva y crecer de acuerdo con las demandas de espacio planteadas por la organización de salones.

HISPACK 2006 PROMUEVE LA REVISION, ACTUALIZACION Y AMPLIACION DEL LIBRO BLANCO DEL ENVASE Y EMBALAJE EN ESPAÑA

**TAYLOR NELSON
SOFRES es la
empresa
encargada de la
compilación y
análisis de los
datos del sector
del packaging**

***Sin la estrecha
colaboración con
las asociaciones
sectoriales y las
principales
empresas del
sector, el Libro
Blanco sería
impensable***

***Ésta será la
tercera edición de
esta obra de
referencia,
imprescindible
para conocer la
realidad actual de
la industria
española del
envase y
embalaje***

El **Salón Internacional del Embalaje** y el Departament d'Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya editarán, con motivo de la celebración de **Hispack 2006**, una nueva versión –revisada, actualizada y ampliada– del *Libro Blanco del Envase y Embalaje en España*. Esta obra ofrece una visión macroeconómica del sector del packaging en nuestro país, englobando los diferentes subsectores productores en función de los materiales empleados, además de la maquinaria. La empresa TAYLOR NELSON SOFRES, gracias a la colaboración de las asociaciones, entidades y principales empresas del sector, se encarga de la compilación y análisis de los datos de la industria del envase y embalaje para poder elaborar esta importante radiografía sectorial. El objetivo de esta obra, que llega así a su tercera edición, es ayudar a las empresas a implementar nuevas y eficaces estrategias comerciales, a partir del conocimiento del momento actual y de las tendencias de futuro que se vislumbran en el seno de esta industria.

La excelente acogida dispensada a esta publicación por parte del sector y la falta de bibliografía especializada convierten el Libro Blanco en una herramienta imprescindible para conocer la industria española del envase y embalaje, la incidencia de la normativa medioambiental en la actividad de las empresas, la gestión de la calidad, la inversión tecnológica, la I+D+I, el asociacionismo y la participación ferial, o el marketing y el diseño, etc.

En estos momentos, el comité asesor del Libro esta definiendo las líneas maestras de esta tercera edición, así como los nuevos contenidos que ofrecerán un análisis más cualitativo de la realidad y los retos del sector del packaging en nuestro país. En breve, el equipo investigador de la empresa consultora que redacta el Libro se pondrá en contacto con los principales agentes sectoriales para comenzar la recopilación de datos.

ENCUENTROS HISPACK DE CARACTER CIENTIFICO-TECNOLOGICO: ULTIMOS DESARROLLOS EN MATERIALES BARRERA

*El investigador
del CSIC Ramón
Catalá coordina
los contenidos de
este congreso*

*Las ponencias
serán
desarrolladas por
los científicos y
técnicos
nacionales e
internacionales
más cualificados
en la materia*

*La muestra se
incluye en el
programa del Año
de la
Alimentación, la
Cocina y la
Gastronomía que
se celebra en
Cataluña de
marzo de 2005 a
marzo de 2006*

En esta edición, **Hispack** acogerá un congreso científico que será un punto de encuentro entre investigadores y técnicos para presentar y debatir los últimos avances en materiales barrera aplicados a la tecnología de envases y embalajes. El programa de las sesiones contará con la participación como ponentes de importantes expertos nacionales e internacionales relacionados con la I+D en la industria del packaging.

En estos encuentros se presentarán diferentes ponencias que abarcarán todos los aspectos relacionados con los materiales barrera. Las ponencias serán seleccionadas previamente por una comisión asesora dirigida por el investigador del Instituto de Agroquímica y Tecnología de los Alimentos (CSIC) y miembro del Comité Organizador de Hispack, Ramón Catalá.

Este congreso se dirige básicamente a investigadores y técnicos de empresas fabricantes y usuarias de materiales y de envases y embalajes, así como a instituciones académicas.

LA EXPOSICION CULTURAL DE HISPACK DOCUMENTA LA EVOLUCION DEL PACKAGING EN LA ALIMENTACION

Hispack 2006 ampliará su ciclo de exposiciones del espacio “**PACK. Historia, Cultura y Memoria del Packaging**” con una nueva muestra dedicada monográficamente a historiar la relación del envase y embalaje con la industria de la alimentación y los hábitos alimenticios de los consumidores. Esta exposición cultural se incluirá en el programa del Año de la Alimentación, la Cocina y la Gastronomía que se celebra en Cataluña de marzo de 2005 a marzo de 2006.

El espacio “**PACK. Historia, Cultura y Memoria del Packaging**”, inaugurado en 1997, persigue proyectar la importancia del envase y embalaje en la vertiente social y cultural. Hasta el momento, este espacio ha albergado cuatro exposiciones. La primera de ellas contenía una selección de los doce envases más célebres de la historia reciente del consumo español. En 1999, se mostraron los avances más significativos en el mundo del envase durante el siglo XX. En 2001 se exhibieron “6 colecciones de packaging” provenientes de varios museos españoles y entidades privadas, para descubrir el creciente valor del envase en el mundo del coleccionismo; y en 2003 se optó por destacar la presencia del packaging en el arte contemporáneo.

HISPACK 2006 CONVOCA LOS PREMIOS LÍDERPACK, EL ÚNICO PASAPORTE ESPAÑOL PARA LOS WORLD STARS

*Los Premios
Líderpack se
conceden en
diferentes
categorías en los
apartados de
packaging y PLV*

Con motivo de su próxima edición, **Hispack**, en colaboración con la Asociación Graphispack, convoca la sexta edición del **Concurso Nacional de Líderes de Envase y Embalaje, Premios Líderpack**, el más acreditado galardón que la industria del packaging y la PLV conceden en España, y el único que posibilita a los envases españoles participar en el concurso mundial de los WorldStars.

Las empresas españolas interesadas en participar pueden presentar al concurso envases realizados entre marzo de 2003 y el 2005.

*El salón ha
potenciado la
categoría de
diseño joven en la
que participan
diferentes
escuelas de
nuestro país*

Los **Premios Líderpack** se conceden en diferentes categorías. En la especialidad de packaging se premian las siguientes modalidades: Envase o embalaje flexible (en papel, film plástico o complejo); Envase o embalaje semi-rígido o rígido en cartoncillo; Envase o embalaje rígido en cartón ondulado (o microcanal); en vidrio; en metal; en madera; y en plástico; Sistema de dosificación, encapsulado, cierre o apertura de cualquier tipo de envase o embalaje; Etiqueta, sistema de etiquetado y/o marcaje y codificación (con o sin elementos electrónicos de lectura, recuento, antirrobo y seguimiento logístico); Embalaje y/o sistemas de transporte (unidades de agrupación de la cadena logística, almacenamiento y/o procesos de paletizaje de envases y embalajes); Familia de productos de una misma marca (en distintas formas, tamaños, capacidades y materiales listos para su presentación en el lineal como productos de consumo); Diseño y comunicación gráfica; y Diseño joven. En el apartado de Publicidad en el Lugar de Venta se premian las siguientes categorías: Material permanente para Alimentación y Bebidas; Material Temporal para Alimentación y Bebidas; Material Permanente para Perfumería, Cosmética, Farmacia, Parafarmacia, Higiene personal y Limpieza; Material temporal para Perfumería, Cosmética, Farmacia, Parafarmacia, Higiene personal y Limpieza; Material permanente para Electrónica, Informática, Audiovisión, Telefonía y Línea Blanca y Marrón; Material temporal para Electrónica, Informática, Audiovisión, Telefonía y Línea Blanca y Marrón; Material permanente para Servicios, Cultura, Deporte, Ocio y Moda; Material temporal permanente para Servicios, Cultura, Deporte, Ocio y Moda; y Diseño Joven.

*El acto de
entrega de
premios y la
exposición de
los trabajos
ganadores
tendrá lugar
durante la
celebración de
Hispack 2006*

La organización del certamen renovará también los miembros del jurado para dar cabida a nuevos profesionales de prestigio en el área del diseño de envases, tecnología y comunicación.

El acto de entrega de premios y la exposición de los trabajos ganadores tendrá lugar durante la celebración de **Hispack 2006**.

Asimismo, los ganadores de un primer premio en las modalidades del apartado de “packaging” concursarán automática y gratuitamente bajo el patrocinio de **Hispack**, en la edición 2006 del **Concurso World Stars for Packaging**, que organiza la World Packaging Organisation, WPO. Este certamen mundial acoge aquellos trabajos que hayan sido galardonados previamente en su país de origen en el único concurso oficial reconocido por la WPO, que en el caso de España son los **Premios Líderpack**. Habitualmente los envases españoles suelen conseguir excelentes resultados en este concurso internacional. En la última edición en la que participaron empresas españolas, correspondiente al año 2003, ocho de los doce trabajos presentados consiguieron un World Stars.

LA EXITOSA TRAYECTORIA DE HISPACK, UN SALÓN CON MAS DE 20 AÑOS DE HISTORIA

El salón ha celebrado doce ediciones, erigiéndose en la feria líder del sector español y en una de las cuatro primeras ferias europeas de esta especialidad

La mejora de la internacionalidad o la potenciación de la vertiente científico-tecnológica son los nuevos objetivos de Hispack

El salón quiere ser un referente imprescindible para los mercados naturales de exportación del sector del packaging español

Hispack encuentra sus orígenes en las primeras convocatorias organizadas en Valencia y Barcelona en 1954 con la idea fundamental de propagar las nuevas técnicas del envase y embalaje, considerando que de esta divulgación se derivaban bienes para el mayor y mejor comercio interior y, en especial, para la exportación. Durante varias ediciones, concretamente desde 1966 a 1981, el sector del envase y embalaje estuvo integrado dentro del **Salón Monográfico e Internacional de las Artes Gráficas, Envase y Embalaje, Graphispack**, organizado por Fira de Barcelona, hasta adquirir en 1983, ya como **Hispack, Salón Internacional del Envase, Embalaje y Embotellado**, carácter específico e independiente y periodicidad bienal.

Desde esa fecha, el salón ha celebrado doce ediciones, erigiéndose en la feria líder del sector español y en una de las cuatro primeras ferias europeas de esta especialidad. Por su enclave geográfico –el Salón se celebra en la ciudad de Barcelona–, el certamen posee una sólida y fuerte incidencia en todo el ámbito mediterráneo, así como en la península ibérica y los países latinoamericanos.

Nuevos objetivos

Por su cambio de periodicidad –que pasa a ser trienal–, la disponibilidad de mayor espacio que ofrece la ampliación del recinto de Gran Vía M2, y sus nuevos objetivos como la potenciación de la vertiente científica y tecnológica o el impulso de la internacionalización del salón, **Hispack** afronta un nuevo período de su ya larga y exitosa trayectoria. El **Salón Internacional del Embalaje** tiene una gran oportunidad para revalidar una vez más ese continuado crecimiento que ha hecho de **Hispack** una de las grandes ferias españolas. El salón que organiza Fira de Barcelona con la colaboración de la Asociación Graphispack cuenta con sólidas bases para afrontar el futuro, además de con la fuerza y el respaldo unánime de un sector de enorme proyección.

Uno de los principales ejes de actuación para la edición del 2006 es potenciar al máximo la internacionalización del salón. De todos es sabido que la internacionalización de las ferias españolas no es fácil. Se trata de un proceso a largo plazo, que exige importantes recursos. Desde el Comité Organizador de **Hispack** se pretende convertir el salón en un referente imprescindible para los mercados naturales de exportación del sector, pero también para aquellos mercados potenciales que pueden contribuir al crecimiento de la feria.

Hispack se convertirá en un foro internacional ineludible para el debate científico del sector, prestigioso por sus contenidos y por sus participantes

Hispack adquiere la dimensión de un foro activo, dinámico y plural, capaz de acelerar las dinámicas del proceso de crecimiento sectorial

Hispack cuenta con el apoyo del sector español del envase y embalaje a través de sus más importantes empresas, entidades y asociaciones profesionales, representadas en el Comité Organizador

En este sentido, para aumentar la presencia internacional en el salón, Fira de Barcelona a través de sus delegaciones en el extranjero va a dedicar parte de sus esfuerzos a cumplir este objetivo ya para esta próxima edición de **Hispack** que se celebrará en el 2006. La organización del salón prestará una gran atención y tratará de invertir el máximo de los recursos posibles en ese objetivo de internacionalización, potenciando y optimizando además los trabajos de la Comisión interna del Comité Organizador encargada de fijar la estrategia de promoción internacional.

Paralelamente, otra de las grandes metas del salón para la edición del 2006 es complementar la identidad y oferta del salón con nuevos valores añadidos. En este sentido, desde el Comité Organizador de **Hispack** se pretende **potenciar la vertiente científica del salón**, un aspecto determinante para el futuro de las empresas y de sus profesionales. **Hispack** acogerá un encuentro en el que la industria del envase y el embalaje, no sólo española sino también internacional, estudiará y analizará con el máximo rigor los aspectos técnicos, tecnológicos y científicos que soportan su producción actual y determinan sus futuras tendencias. De este modo, **Hispack** se convertirá en un foro internacional ineludible para el debate científico del sector, prestigioso por sus contenidos y por sus participantes.

Múltiples aportaciones al sector del envase y embalaje

La aportación de un salón como **Hispack** es polivalente y va mucho más allá de la esfera estrictamente comercial. Resulta una excelente plataforma de ventas pero, al mismo tiempo, es también un observatorio –utilísimo para vislumbrar tendencias de futuro, nuevas tecnologías, nuevos materiales, etc...–, un marco de diálogo, una fuente de información, un termómetro de la actividad, una escuela de formación, un punto de encuentro. En suma, adquiere la dimensión de un foro activo, dinámico y plural, capaz de acelerar las dinámicas del proceso de crecimiento sectorial.

La contribución de **Hispack** no es un razonamiento teórico, está avalada y comprobada por los resultados prácticos obtenidos hasta el momento en doce ediciones monográficas –**Hispack 2006** constituirá la decimotercera edición– y veintidós años de existencia, en los que ha sido siempre punto de referencia ferial del sector. En momentos de confusión o de crisis, el certamen ha demostrado la potencialidad y la dinámica del sector del embalaje español, su capacidad para superar los malos momentos y, además, la fuerza de su identidad y la eficacia de su acción. No en vano el **Salón Internacional del Embalaje** cuenta con el apoyo del conjunto del sector español del envase y embalaje a través de sus más importantes empresas, entidades y asociaciones profesionales, representadas en el Comité

Organizador de **Hispack** que preside en la actualidad Javier Riera-Marsa.

Hispack ha ido incorporando nuevas propuestas de tipo histórico, cultural, sociológico, o económico a la exhibición estrictamente comercial

Los Premios Líderpack, el Libro Blanco o el espacio de la exposición cultural PACK forman parte de la identidad del propio salón

Desde la perspectiva de la unidad sectorial y de sus correspondientes ventajas, el papel jugado por **Hispack** en estos últimos años ha sido importante. Como expresión de las necesidades y del carácter del propio sector, el salón ha contribuido a fortalecer esa unidad, a través de acercar posturas, buscar consensos, defender intereses comunes... Una labor intangible y difícil de medir, pero no menos esencial en el crecimiento homogéneo y permanente de un sector.

Promotor de los beneficios y la cultura del packaging

En los últimos años, con la progresiva incorporación de nuevas propuestas de tipo histórico, cultural, sociológico, o económico a la exhibición estrictamente comercial del certamen, **Hispack** se propone completar su oferta y cobertura sectorial, asumiendo aspectos y actuaciones complementarias al proceso técnico-comercial del envase y el embalaje y convirtiéndose en un instrumento de reflexión de cara al envase del futuro y a su evolución mercadológica. Estas iniciativas se han instituido, como decíamos, en un rasgo más de la identidad del certamen.

En esta línea de acción se enmarca, por ejemplo, la convocatoria en 1995 de la primera edición del **Concurso Nacional de Líderes del Envase y Embalaje, Líderpack**, unos galardones que han consolidado su prestigio nacional e internacional y constituyen una de las mejores cartas de presentación para las innovaciones y aportaciones producidas por las empresas españolas del sector a favor de las diferentes áreas de la industria que utilizan el packaging y la PLV. Asimismo, bajo el auspicio de Hispack, los ganadores de un Premio Líderpack pueden participar directamente en los WordStars, el concurso de packaging más importante del mundo. Hasta la fecha los envases españoles han cosechado más de una veintena de premios WorldStar.

Otra de las iniciativas de Hispack que persigue proyectar la importancia del envase y embalaje en la vertiente social y cultural es el **espacio de exposición denominado “Pack. Historia, Memoria y Cultura del Packaging”**, inaugurado en 1997 que hasta el momento ha albergado cuatro exposiciones. La quinta, en Hispack 2006, estará dedicada a documentar la evolución del packaging en la alimentación.

Cabe destacar también la aportación de Hispack a la industria del envase y embalaje y, aglutinando esfuerzos se erige como fuente sectorial con la publicación en el 2000 del **Libro Blanco del Envase y Embalaje en España** realizado en colaboración con el Departament d'Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya. Se trata de un completo y actualizado estudio que

analiza los diferentes subsectores que conforman la industria del envase y embalaje española, la normativa medioambiental, el asociacionismo, el marketing y el diseño. En definitiva, una herramienta que Hispack pone al servicio de las empresas del sector para implementar nuevas y eficaces estrategias comerciales. Con motivo de la celebración de Hispack 2003, se presentó una actualización de esta obra bibliográfica con el fin de incluir datos económicos más recientes y ofrecer un análisis más fiable de las tendencias que van a marcar el futuro de esta industria en los próximos años. **Hispack 2006** ofrecerá una versión actualizada, revisada y ampliada de esta obra.

En julio de 2003, Hispack adoptó una periodicidad trienal para dar respuesta a las necesidades del sector y adaptarse al calendario internacional de salones de packaging

Periodicidad trienal

El Comité Organizador de **Hispack** acordó en julio de 2003 que el salón adoptara una periodicidad trienal –en vez de bienal como hasta ahora– con el fin de adaptarse a los cambios de la industria del envase y embalaje; dar respuesta a las necesidades del sector; y adecuarse al calendario internacional de salones de su especialidad.

La dilatada cadencia de presentación de novedades, sobre todo en maquinaria; los cambios producidos en el propio sector; las demandas de las empresas para poder rentabilizar al máximo su participación ferial; y el calendario internacional de salones de envase y embalaje motivaron la decisión de variar la periodicidad de **Hispack**.

Al igual que sus homólogos europeos Interpack (Düsseldorf); Total (Birmingham) e Ipack-ima (Milán), **Hispack** se celebrará cada tres años, lo que permitirá a las compañías europeas planificar y compaginar su asistencia –como expositor o visitante– a las ferias del sector en función de sus necesidades comerciales, evitando duplicidades o solapamientos de años.

FIRA DE BARCELONA, SALONES INDUSTRIALES REFERENTES EN EUROPA

Más de 30.000 empresas expositoras y cerca de 3.500.000 de visitantes pasan cada año por los recintos de Fira de Barcelona

La influencia de los salones de Fira de Barcelona se extiende por Europa, el área mediterránea y América Latina

Fira de Barcelona desarrolla su actividad en dos recintos feriales integrados en la ciudad: Montjuïc y Gran Vía M2

El proyecto de ampliación del recinto Gran Vía M2 es obra del arquitecto japonés Toyo Ito

Desde su creación hace casi cien años, **Fira de Barcelona** ha experimentado un notable crecimiento, consolidándose como el organizador de ferias profesionales e industriales más importante de España y uno de los cuatro primeros de Europa en número de eventos. Del total de salones organizados por Fira de Barcelona –más de setenta–, doce son referentes en Europa, y ocupan las primeras posiciones en los calendarios feriales europeos de sus respectivos sectores económicos.

Fira de Barcelona acoge todos los años a más de 30.000 empresas expositoras y a cerca de 3.500.000 de visitantes, mayoritariamente profesionales, que representan a todos los sectores industriales y de comercio.

Elemento clave para la economía catalana y española, Fira de Barcelona ha centrado buena parte de sus esfuerzos en los últimos tres años en acrecentar la influencia de sus salones en Europa, el área mediterránea y América Latina.

Dos recintos

Fira de Barcelona desarrolla su actividad en dos recintos feriales: el espléndido e histórico recinto de Montjuïc construido en 1929 con motivo de la Exposición Universal de Barcelona y renovado constantemente (cuenta con un Palacio de Congresos y su superficie total es de 115.000 m² brutos) y el moderno recinto de Gran Vía M2 (L'H), en funcionamiento desde 1995, formado, en la actualidad, por cuatro pabellones con una superficie total de 116.500m² brutos.

Los recintos feriales de Montjuïc y Gran Vía M2 (L'H) se encuentran próximos al aeropuerto, al puerto y a la estación central de tren de Barcelona. Los transportes públicos (metro y autobuses) permiten llegar a las instalaciones de Fira de Barcelona cómodamente y desde cualquier punto de la ciudad.

La ampliación del recinto de Gran Vía M2 (L'H)

Para anticiparse a las necesidades de crecimiento de los salones y hacer frente a los retos de competitividad, en julio de 2002 se aprobó la ampliación del emplazamiento ferial de Gran Vía M2 (L'H) hasta los 240.000m², con la determinación de convertirlo en uno de los más eficientes desde el punto de vista tecnológico.

El recinto de Gran Vía M2, una vez finalizado, tendrá un total de 240.000 m² dispuestos en 6 pabellones feriales, de los que cuatro están ya en funcionamiento

Los edificios del recinto reproducen formas orgánicas, en los que la ligereza, la luz, los elementos naturales y el respeto por el medio ambiente son determinantes

Se fijó como horizonte de finalización del recinto de Gran Vía el año 2007. Entonces, la superficie total bruta de Fira de Barcelona –es decir, la suma de los dos emplazamientos– será de 340.000 m², la segunda mayor de Europa. Las obras de ampliación requerirán una inversión de 470 millones de euros.

Para definir el entorno ferial y sus edificios más representativos, como son las puertas feriales, el auditorio, y todo el perímetro del recinto, Fira de Barcelona convocó un Concurso Internacional de Arquitectura con el fin de conseguir un diseño de calidad, representatividad y utilidad en consonancia con el prestigio arquitectónico y urbanístico de Barcelona y su área metropolitana. El proyecto presentado por el arquitecto japonés Toyo Ito y su equipo resultó ganador.

El proyecto de Toyo Ito

El recinto de Gran Vía, una vez finalizado, tendrá un total de 240.000 m² dispuestos en 6 pabellones feriales –de los que cuatro funcionan ya a pleno rendimiento–, además de un auditorio con capacidad para 2.000 personas y más de 7.000 plazas subterráneas de aparcamiento. Las zonas verdes situadas en el conjunto del recinto ferial superarán las 4 hectáreas. El recinto que integrará dos estaciones de las líneas 2 y 9 del Metro estará perfectamente conectado con el recinto de Montjuïc (en la actualidad existe un servicio de autobús lanzadera gratuito durante los días de feria).

Como novedad, un edificio en forma de espina central de más de un kilómetro recorrerá todo el recinto y hará accesibles todos los espacios. Visto desde el aire tendrá el aspecto de un río serpenteante y facilitará a los visitantes el desplazamiento de la manera más cómoda posible. En su tejado habrá un pequeño estanque de agua con luces como las de los acuarios.

El recinto contará con **tres puertas feriales: la de Amadeu Torner**, un gran edificio con una monumental cúpula de alto valor simbólico; **la del Paseo de la Zona Franca** con un vestíbulo y una zona verde de más de dos hectáreas en forma de plaza semisoterrada que dará acceso al gran auditorio. Habrá, además, un singular y transparente edificio corporativo; **la de Gran Vía de les Corts Catalanes**, con dos torres gemelas que albergarán oficinas y un hotel de 114m de altura y 28 pisos. Cada piso de la torre del hotel, de 325 habitaciones, tendrá una forma distinta.

Las fachadas de los lados norte y sur del recinto (calle Ciències y calle Foc) se realizarán con elementos naturales: zonas verdes con vegetación y agua.

En definitiva, se trata de un conjunto de edificios de formas orgánicas, en los que la ligereza, la luz, los elementos naturales y

Fira de Barcelona cuenta con un equipo de más de 300 profesionales que trabajan para garantizar el mejor servicio a los expositores y visitantes que participan en de cada uno de sus salones

Barcelona es una ciudad dinámica y acogedora y cuenta con una moderna infraestructura hotelera. La oferta comercial, lúdica y cultural es otro de los atractivos de la capital catalana

el respeto por el medio ambiente son determinantes. Una característica común a todas las soluciones propuestas es el uso racional de la energía y el esfuerzo por eliminar los impactos medioambientales, apostando por la sostenibilidad.

Calidad en el servicio

Fira de Barcelona cuenta con un equipo de más de 300 profesionales que trabajan para garantizar el mejor servicio a los expositores y visitantes que participan en de cada uno de sus salones. La entidad ferial catalana apuesta por la calidad en la atención al cliente y la eficiencia a la hora de facilitar información y gestionar la contratación de espacio y los diferentes servicios que ofrece.

Barcelona

Barcelona, capital de Cataluña, es en la actualidad una ciudad dinámica y acogedora que se ha consolidado como uno de los grandes centros económicos y de negocios de la Europa Mediterránea.

Barcelona respira arte, contrastes, convivencia de culturas, lo que le aporta una magia difícil de encontrar en otro lugar. La ciudad dispone de una moderna infraestructura hotelera y brinda una oferta comercial, lúdica, cultural y turística de primer orden.

