



EMBALLAGE
WORLD PACKAGING EXHIBITION

2006 + IPA

El diseño en Dimensión Superlativa

Emballage, la feria mundial del envase y embalaje, fue realizada en París entre los días 20 y 24 del mes de noviembre de 2006.

Y, simultáneamente, tuvo lugar IPA, la exposición de tecnologías alimentarias, ambas con una cantidad de expositores y productos y una concurrencia que superaron ampliamente a las de ediciones anteriores



Reportaje a Juana Moreno Directora de EMBALLAGE 2006 + IPA

Emma Fiorentino: Nos interesa las cifras finales de la exposición. Hemos observado un salto olímpico en visitantes, en expositores, en representantes de países concurrentes, en servicios, en actividades paralelas, etc. ¿Qué nos puede aportar?

JUANA MORENO: Las cifras son elocuentes. EMBALLAGE 2006, Salón Internacional del Embalaje, que fuera creado en 1947, y que por lo tanto tiene 57 años de existencia, obtuvo, en la 37ª edición realizada en noviembre, en Paris-Nord Villepinte, Francia, cifras récord. Tuvo 2200 expositores, 53% internacionales, provenientes de 46 países y 108.054 visitantes, 38,4% internacionales. Mientras que IPA, Salón Internacional del Procesamiento de Alimentos, realizado en simultaneidad y también con frecuencia bienal, 610 expositores en 2006, 44% internacionales y 51.019 visitantes 2006, 37,8% internacionales.

Lo importante a resaltar es que el 90% de los visitantes quedaron satisfechos de la sinergia entre las 2 manifestaciones. EMBALLAGE + IPA 2006 cumplió con el objetivo por el cual hemos trabajado con pasión y quedó demostrado que es el acontecimiento mundial más completo por convocar en paralelo los procesos, la transformación, los equipos y las máquinas para envasar, los envases, embalajes y contenedores, con todos sus accesorios y complementos.

E.F.: *¿Fue satisfactoria la concurrencia de tomadores de decisiones? Encontraron significativas oportunidades de negocios? ¿Qué cifra estiman de negocios realizados en*

➤ **EMBALLAGE, una oferta organizada**

93% de los visitantes satisfechos de sus contactos con los expositores que proponen una oferta muy diversa en EMBALLAGE:

Sectores de Implantación	Area Total %
Fabricantes de Embalajes & Contenedores	
Embalajes y contenedores agro-alimentarios	7
Embalajes y contenedores cosmético / belleza	7
Embalajes y contenedores todos los productos	14
Zona etiquetas	2
Espacio Lujo	2
Total Embalajes & Contenedores	32%

Fabricantes de Equipos y Maquinaria para	%
Beverages & Liquids (proceso y envasado de líquidos)	10
El envasado alimentario	14
El envasado cosmética/belleza	8
El envasado de todo tipo de productos	10
El embalaje secundario, expedición, almacenamiento	5
Identificación, marcado, codificación, etiquetado	3
Manipulación y almacenamiento	2
Materias primas, filmes, consumibles	4
Pabellones internacionales	6
Transformación, pre-prensa, impresión	3
Total Equipos y Maquinaria	65%

Varios	%
Asociaciones, organismos, ...	1
Prensa	2
Total Varios	3%

➤ **Visitantes de todos los sectores de actividad y de todos los mercados usuarios que visitaron EMBALLAGE**

Usuarios de embalajes	63,7%
Alimentación 33% Otros bienes industriales	6,7%
Cosmética / Belleza / Lujo	6,2%
Farmacia / Salud	5,4%
Productos químicos, bienes de equipo	4,1%
Gran distribución y comercio	3,3%
Otros bienes de consumo	2,4%
Industria automotriz y varios	1,5%
Electrodomésticos, informática, telecomunicación	1,1%
Fabricantes de embalajes	27,3%
Agencias de publicidad, creación, diseño	7%
Centros técnicos...	2%

➤ **Clientes con un alto nivel de decisión**

77% de los visitantes tenían un proyecto de inversión en 2006

Funciones	
Directivos, Ingenieros	31%
PDG / DG / Gerentes	29%
Directores / Jefes de Departamento	27%
Técnicos	13%

acciones concretadas durante la expo y cuáles son las proyecciones? El extraordinario éxito de los salones en simultaneidad, ¿qué oportunidades y fortalezas brindó?

JUANA MORENO: IPA & EMBALLAGE son ferias internacionales y los resultados cualitativos son excelentes, los de las encuestas, expositores y visitantes destacan el alto nivel de negocios.

Si cada feria tiene una oferta específica, la sinergia de las dos es una fuerza y una característica muy nuestra y reconocida por todos.

Fue satisfactoria la concurrencia de tomadores de decisiones pues encontraron importantes oportunidades de negocios cuya cifras superan ampliamente llegando a considerarse récord. Los eventos paralelos también resultaron relevantes, entre otros el ya admirado congreso internacional de diseño de packaging Pack Vision.

E.F.: ¿Cómo definiría a EMBALLAGE/IPA frente a otras exposiciones internacionales? Referencia a este proceso evolutivo. Sinergias y motivaciones, ilusión, compromiso, etc.

JUANA MORENO: El concepto de IPA y EMBALLAGE reúne la oferta más completa desde los equipos para el procesado hasta el envasado para las industrias, entre otras la de la alimentación. La idea de reunir en un mismo ámbito dos salo-

nes internacionales y complementarios fue simplemente genial, hoy en día muchas ferias están tomando nuestra actividad como ejemplo.

Sin embargo no olvidemos la oferta multisectorial de EMBALLAGE caracterizada por la presencia de los sectores de maquinaria y envases, organizada especialmente para mercados usuarios, como ser belleza, salud, bienes de consumo, productos industriales y otros segmentos vitales que también justifican, plenamente, el viaje a París.

E.F.: Al mencionar el congreso internacional de diseño de packaging Pack Vision nos abre la puerta a consultarle sobre tendencias, ¿cuáles fueron las sobresalientes?

JUANA MORENO: EMBALLAGE siempre tuvo un alto puntaje, diría sobresaliente en cuanto al aspecto prospectivo. Estos resultados positivos se logran a través de estudios de mercado, concursos internacionales y hoy en día a nuestro congreso Pack Vision ya se lo considera imprescindible, tanto por contenidos como por objetivos cumplidos. Se sabe que el marketing de cada producto se apoya sobre el diseño y recursos del packaging para incrementar las ventas y enriquecer la dinámica de la empresa, que es un motor fundamental de su economía. A través del congreso aportamos soluciones e ideas todas sobresalientes. Ya estamos pensando en un nuevo concepto, único, exclusivo, súper interesante y gratuito, del congreso a realizarse en el año 2008.

E.F.: Hemos observado una extraordinaria convocatoria de periodistas, que ha superado a algunas otras exposiciones consagradas. ¿Resultó positiva esta iniciativa?

JUANA MORENO: La prensa internacional resulta ser nuestro mejor abogado, despierta el interés de sus empresas nacionales para visitar ferias tan importantes como la nuestra a través de sus revistas. ¡Tener la oportunidad para nosotros de recibir a los líderes de la prensa es una ocasión única para saludar al mundo del EMBALLAGE!

E.F.: ¿Cuáles son a su criterio los temas preocupantes sobre el medio ambiente dentro de los ámbitos que le incumben a las dos exposiciones?

JUANA MORENO: Este es un tema fundamental para todos los usuarios de todos los rubros convocados. Esta última edición de EMBALLAGE 2006 ha dejado claro que tanto los proveedores de equipos como los de envases ya integran la problemática medioambiental en su filosofía de trabajo y en la respuesta con soluciones concretas y eficientes. Desde la más mínima concepción del producto hasta el desarrollo de los más complejos, en cada etapa no se deja de analizar el impacto al medio ambiente, consecuencias y compatibilidad con factores legales. Nuestro Trends Area ha destacado entre otras innovaciones una máquina totalmente reciclable, plásticos biodegradables, tal el caso de las materias primas de origen del almidón de maíz o de otros vegetales, que los convierten en biodegradables.

Para el año 2008, la feria tratará este tema como prioridad vital para el desarrollo de las empresas del sector. Hoy en día es temprano para revelar todas nuestras propuestas para los visitantes de 2008, pero estamos elaborando un programa imprescindible y complementario para todo comprador.

Obviamente toda empresa de América Latina encontrará la mejor y más innovadora tecnología visitándonos del 17 al 21 de noviembre de 2008, aquí en París.

