

Hispack 2018. Transformando el packaging

José M. Martínez-Bouza, Salesianos de Sarriá,
Barcelona, jm.martinez@salesians.cat



Resumen

Con la presencia de cerca de 1.400 marcas representadas, Hispack presentó diferentes soluciones de packaging teniendo en cuenta todo su ciclo de vida y sus interconexiones con otros procesos productivos y con la cadena de suministro. Áreas como la sostenibilidad, la mejora de la experiencia de uso de los envases, la automatización hacia la industria 4.0 y el packaging logistics fueron los grandes temas de esta edición. Presentamos los retos más destacados que tiene el packaging de cara a su futuro a medio plazo.

Palabras Clave

Packaging; diseño estructural; ecodiseño; sostenibilidad; experiencia de usuario; procesos eficientes

Hispack 2018. Transforming the packaging Abstract

With the presence of about 1,400 brands, Hispack presented different packaging solutions taking into account throughout their life cycle and their interconnections with other productive processes and the supply chain. Areas such as sustainability, improving the experience of use of containers, the automation industry 4.0 and packaging logistics were the major themes of this edition. We present the most outstanding challenges that has the packaging for its future in the medium term.

Keywords

Packaging; sustainability; eco-design; structural design; user experience; efficient processes

Introducción

Del 8 al 11 de mayo de 2018 se celebró en Barcelona el Salón internacional Hispack 2018 organizado por Fira de Barcelona, donde el *packaging* abarcó todo el ciclo vida del envase, desde la fabricación de un producto hasta que éste llega al punto de venta. El salón hace una apuesta clara por la automatización para mejorar en eficiencia y afrontar la transformación digital del sector de envase y embalaje destacando el carácter transversal del *packaging*, lo cual hace de Hispack un sector de interés para todos los participantes de la cadena de valor: diseñadores, fabricantes de materiales, fabricantes de productos y distribuidores. Estuvieron representados sectores como la alimentación, bebidas, cosmética, farmacia y química.

Destaca el programa formativo denominado *Hispack challenges*, donde el salón desarrolló los cuatro grandes retos para esta edición: sostenibilidad, automatización, packaging logistics y user experience. Cada una de estas áreas tuvo un programa formativo propio con mesas redondas y conferencias con más de 209 ponentes. Así mismo las conferencias *Packaging & Shopper Marketing Zone* analizaron el papel del packaging como instrumento del marketing y las ventas y su relación con el retail. Papel destacado tuvo el tema de la influencia de la tecnología gráfica en la producción de envases, embalajes y etiquetas de diferentes clases.

Especial mención requieren los talleres de Design thinking y realidad aumentada, así como la exposición de proyectos de los estudiantes de Elisava y los premios Liderpack 2017, los más importantes premios de packaging y PLV que se conceden actualmente en España. En esta edición de los premios tuvieron un papel destacado en la sección de Diseño joven los estudiantes de Elisava y de Salesianos de Sarriá, donde un equipo de jóvenes diseñadores de cada escuela obtuvieron sendos galardones. De esta manera, los premios Liderpack ofrecen una oportunidad a diseñadores que aún están en periodo de formación.

La relevancia de Hispack 2018 en el campo de la comunicación gráfica es evidente debido a que los más de 2.000 metros cuadrados destacados a formación, talleres y exposiciones, el área Premium pack donde se pudieron ver proveedores de materiales y acabados específicos para envases y etiquetas de productos de alta gama en sectores como alimentación gourmet, bebidas, cosmética y perfumería. Todo ello mantiene la vigencia del packaging como producto gráfico

publicitario sin alternativa digital a día de hoy y que es el motor de la industria gráfica con un crecimiento anual sostenido de más del 10%.

Retos más destacados del packaging

Hispack 2018 presentó espacios de reflexión, conocimiento e innovación sobre los principales vectores que están transformando el packaging. Es probable que estas áreas de estudio condicionen el desarrollo del packaging a medio plazo: la sostenibilidad, la experiencia de uso, la automatización y la logística. Consideramos que es una de las áreas de mayor interés tal y como afirmó Javier Riera Marsá, Presidente del comité organizador: "...estas áreas de reflexión evidencian la necesaria transformación interna de la industria del packaging tanto en procesos como en aplicación de nuevas tecnologías y se pondrá en valor la función económica y social del envase, además de la ineludible responsabilidad del packaging con su entorno y el medio ambiente".

Diseño y sostenibilidad

Se buscaron respuestas para la preservación de recursos naturales, el uso de nuevos materiales sostenibles, procesos y aplicaciones teniendo en cuenta tanto su uso final, como su posterior reciclaje y reutilización. Esto constituye el concepto de eco diseño de los envases pensando en todo su ciclo de vida. También se habló de economía circular para promover que la optimización ecológica del packaging sea un valor fundamental del diseño para crear envases adaptados a perfiles concretos de consumidores.

User experience

El desarrollo de esta área consistió en la optimización de la experiencia de uso del packaging para aumentar el rendimiento persuasivo de los envases y hacer que las marcas seduzcan, interactúen y fidelicen al consumidor a través del envase. Las conferencias y mesas redondas analizaron seis grandes ejes: el diseño estructural del envase; las aplicaciones de la impresión; estrategias de branding; experiencias e interacción a través de los envases inteligentes; neuromarketing y diseño centrado en el consumidor; y la construcción de la experiencia Premium en productos de alimentación, de perfumería y cosmética. El taller basado en la metodología "design thinking" para pensar soluciones vinculadas a la experiencia de uso del packaging; demostraciones de la aplicación de realidad aumentada en los envases y embalajes; una exposición de productos innovadores en las categorías de impresión, así como

casos de éxito en branding constituyeron una de las áreas más interesantes para los profesionales del diseño y la comunicación gráfica.

Packaging y logística

En este apartado se analizaron las sinergias con el área de automatización para visualizar la importancia del packaging en toda la cadena de suministro, desde los centros de producción hasta el punto de venta y de consumo. Los contenidos que se analizaron más destacados por su importancia para el diseño fueron la trazabilidad y la optimización del seguimiento y control de los productos mediante el packaging inteligente; la logística urbana y entregas en el lastímeme de la cadena y las claves del packaging para el comercio electrónico.

Packaging & Shopper Marketing Zone

Este espacio formativo analizó el papel del packaging como elemento de marketing y ventas en el retail. A través de una veintena de conferencias se estudiaron temas tan importantes para los estudiantes y profesionales del diseño como el impacto del packaging en el momento de la compra, la disposición del establecimiento para captar la atención del consumidor o cuestiones de neuromarketing. Paralelamente se presentaron casos reales que evidenciaron la importancia del proceso gráfico y como éste puede resultar determinante en la producción de packaging a través de nuevos materiales y tintas, etiquetas, procesos de impresión, personalización, etc.

Premios liderpack 2017 de packaging y plv

Estos premios constituyen los galardones más importantes de envase, embalaje y Publicidad en el Lugar de Venta (PLV) de España. Los trabajos premiados son ejemplo de la innovación en el diseño de packaging y PLV y destacan por aspectos como el empleo de materiales y procesos sostenibles, el ahorro de costes, la funcionalidad y experiencia de uso, el diseño y la potencia de la imagen gráfica, así como las mejoras introducidas en la cadena logística y la distribución. Este año se han concedido 22 galardones en la especialidad de packaging, cinco en el apartado de PLV y dos en

“Diseño Joven”, la categoría reservada a estudiantes. Destaca esta categoría por ser una ventana abierta a los futuros profesionales.

Los ganadores de esta categoría fueron:

- Levitate, un innovador embalaje para transportar mermeladas de manera práctica y segura presentado por cuatro alumnos de la Escuela Salesianos Sarriá de Barcelona,
- La Val, una línea de productos de cosmética natural para una cadena hotelera cuya imagen minimalista evoca elixires mágicos y preparados de plantas con poderes curativos y regenerativos, diseñada por tres estudiantes de Elisava.

Conclusiones

Los beneficios y logros más destacados de Hispack 2018 son los siguientes:

1. Lo que se ha podido ver y aprender sobre la conexión del packaging con los procesos de producción y la logística que permiten promover la digitalización de la industria.
2. Destacar una vez más el carácter transversal del packaging es muy importante para reunir en un mismo espacio a fabricantes, distribuidores, diseñadores, publicistas, especialistas en marketing, ventas, branding. Es decir, todos los profesionales que intervienen en el ciclo de vida de un envase.
3. El packaging es un sector vivo en continua transformación y mejora continua en los procesos de diseño y de producción de envases.
4. La industria del packaging en nuestro país tiene una de las mejores cifras de negocio y proporciona estabilidad a los casi 20.000 profesionales que agrupa.
5. Destacar las claves para el futuro del packaging: el alto grado de eficiencia en los procesos de producción, el diseño y la sostenibilidad.
6. Finalmente, destacar que Hispack es uno de los Salones internacionales más importantes para la formación de los futuros diseñadores en las áreas de packaging y branding por su elevado grado de innovación e investigación para el desarrollo de nuevos mercados. Así como una posible ventana de oportunidades para los diseñadores que aún están en su periodo de formación.

Referencias bibliográficas

Hispack 2018, Packaging, Process & Logistics.
www.hispack.com

Fotografías

<http://www.hispack.com/images/>