



XAVIER PASCUAL, DIRECTOR DE HISPAC 2015

“LA PRIORIDAD PARA EL SECTOR FARMACÉUTICO PASA POR CONSEGUIR ENVASES QUE GARANTICEN LA CALIDAD Y LA SEGURIDAD DE LOS MEDICAMENTOS”

Del 21 al 24 de abril se celebra en el recinto Gran Via de Fira de Barcelona, Hispack, la mayor feria que la industria del envase, embalaje y la PLV celebra en España y una de las más importantes de su especialidad en Europa. Hemos hablado con su director, Xavier Pascual, para conocer cómo se presenta esta inminente edición que contará con más de 700 empresas y que cubrirá toda la cadena de valor del packaging.

La trayectoria profesional de Xavier Pascual está ligada a Fira de Barcelona, entidad a la que se incorporó en 1989 y en la que ha dirigido más de una decena de salones de diferentes sectores. Barcelonés, de 52 años, casado y con dos hijos, Pascual es un experimentado gestor ferial con formación empresarial y de marketing. Ésta será la cuarta edición de Hispack que dirige. Asimismo, es el máximo responsable de la Unidad de Negocio de Packaging & Tecnología Industrial de Fira de Barcelona donde se encuadran, entre otros, el salón Graphispag dedicado al mundo de la impresión, celebrado recientemente.

¿Con qué novedades cuenta esta decimosexta edición del Salón Internacional del Embalaje con respecto a ediciones anteriores?

La principal novedad es el enfoque. Hispack 2015 imprime un giro a su modelo ferial para conectar con los sectores de demanda tanto en la oferta comercial como en sus espacios de actividades para integrar a toda la cadena de valor del packaging. Desde el principio, hemos involucrado a los visitantes en el diseño de la feria. Hemos constituido un grupo de trabajo en el que están representados los responsables de packaging y operaciones de diferentes marcas líderes de alimentación, bebidas, cosmética o farmacia para identificar lo que estos sectores buscan en envases, embalajes, PLV, materiales, etiquetaje, procesos... De ahí que Hispack haya incorporado a su oferta comercial expositores capaces de responder a estas necesidades. Por lo tanto, en esta edición alineamos totalmente oferta y demanda. Por otro lado, para atraer diferentes perfiles profesionales vinculados al packa-

ging dentro de una misma empresa, hemos creado cuatro nuevas áreas con contenidos formativos y priorizamos los espacios de networking para propiciar el intercambio de información, experiencias y contactos entre los propios visitantes. Así tendremos la TrendPack Area con las nuevas tendencias en packaging (materiales, sostenibilidad, personalización, antifalsificación, smart packaging, etc.); PremiumPack, dedicado a los envases de gama media alta para productos gourmet, beauty y parafarmacia; Retail Area para reflexionar sobre el packaging y el marketing en el punto de venta y finalmente el Pack & Logistic Corner centrado en la gestión integral de la cadena de suministro.

¿Cuál es el perfil del visitante al salón?

¿Cuáles son las expectativas de visitas?

Por el carácter transversal del packaging, Hispack acostumbra a atraer a profesionales

de muy diversos sectores industriales y de gran consumo como alimentación, bebidas, perfumería, cosmética, farmacia, etc. Suelen ser profesionales que intervienen o toman decisiones relacionadas con la fabricación de packaging, procesos de producción y en la logística y operaciones. Estamos hablando de perfiles muy técnicos. Por eso, en esta edición queremos también presentar el salón a los profesionales del marketing, el retail, el diseño, la publicidad, las compras... El packaging tiene también una importante vertiente comunicativa, comercial y funcional que Hispack quiere dar a conocer en esta edición. Nuestras expectativas en cuanto a número de visitantes se sitúan en torno a 35.000 profesionales, un 10% internacional.

El packaging y el envasado son procesos de gran importancia para el sector farmacéutico y cosmético, en el que confluyen la necesidad de preservar la integridad del medicamento con las necesidades informativas y soluciones que permitan la trazabilidad del producto bajo una fuerte regulación. Muchas de las compañías relacionadas con el sector estarán presentes en esta edición ¿Qué áreas y/o activi-

dades del salón pueden ser las de mayor interés para el profesional de la industria farmacéutica y afines?

En Hispack hay una amplia oferta de proveedores de maquinaria de packaging y proceso para el sector farmacéutico, así como fabricantes y distribuidores de materiales y de elementos de envase y embalaje. También gana protagonismo el sector de codificación y marcaje donde pueden hallar las últimas novedades en etiquetado y en sistemas antifalsificación. Y ligado a este punto, recomiendo los contenidos de la Trendpack area, en torno a nuevos materiales sostenibles, smart packaging y protección contra la falsificación.

Para las empresas más enfocadas a parafarmacia, también resultará de gran interés Premiumpack, una zona con materiales, diseños, acabados específicos para productos de gama media-alta del sector gourmet y cosmético.

**"HISPACK 2015
IMPRIME UN GIRO
A SU MODELO
FERIAL PARA
CONECTAR CON
LOS SECTORES DE
DEMANDA TANTO
EN LA OFERTA
COMERCIAL COMO
EN SUS ESPACIOS
DE ACTIVIDADES
PARA INTEGRAR
A TODA LA
CADENA DE
VALOR DEL
PACKAGING"**

Según los datos de ediciones anteriores, ¿qué presencia tienen los profesionales de los laboratorios en Hispack? ¿Cuáles son las prioridades y demandas que este sector tiene con respecto al packaging y envasado?

En la pasada edición de Hispack, celebrada en 2012, profesionales del 70% de los principales 50 laboratorios farmacéuticos del país visitaron el salón.

La prioridad para el sector farmacéutico pasa por conseguir envases que garanticen la calidad y la seguridad de los medicamentos. Además de formatos adecuados a los tratamientos y materiales que mejoren la protección de los fármacos, se demandará, cada vez más, envases y etiquetas inteligentes que mejoren la comunicación médico-paciente. Asimismo, la industria farmacéutica pide fórmulas y sistemas que ayuden a evitar la falsificación de sus productos y que mejoren la eficiencia de la trazabilidad en su cadena logística.

¿Qué tendencias veremos en Hispack 2015? ¿Cuáles de ellas podrían tener aplicación en la industria farmacéutica?

Las empresas piden nuevos materiales; soluciones de packaging inteligente; envases de conveniencia para productos que permitan su uso o consumo en cualquier sitio y lugar; envases accesibles para diferentes consumidores como pueden ser niños o personas mayores; una nueva generación de envases activos; fórmulas de personalización de envases; sostenibilidad en toda la cadena de valor del packaging; la gestión integral de la logística para optimizar costes; un diseño práctico y mayor comunicación de marca en el packaging y la PLV. Con todo, creo que la demanda de innovación en materiales, procesos, formato y producto para optimizar costes va a seguir marcando el desarrollo de los envases y embalajes. Sin embargo, está claro que nuevos factores como la sostenibilidad van a ir ganando importancia. También se aprecia un aumento del segmento de envases y embalajes para productos de gama media-alta, lo que conocemos como premium packaging, como fórmula de diferenciación.

El sector farmacéutico irá aplicando soluciones de smart packaging, nuevos sistemas para garantizar la autenticidad del producto que el consumidor pueda reconocer, formatos de conveniencia y en el ámbito de la parafarmacia también todo lo relacionado con el envase Premium ◀