



El mercado del smart packaging alcanzará los 48 billones de dólares en 2026

Pick&Pack presentará del 8 al 10 de febrero en IFEMA Madrid las últimas tecnologías que están revolucionando los envases y embalajes

El Congreso Nacional de Packaging 4.0 también abordará la importancia del diseño del packaging como estrategia de marketing y ventas

Madrid, 24 de enero 2022. – La sostenibilidad es uno de los principales retos del sector del packaging, pero también lo es la **digitalización** y la introducción de nuevas tecnologías en los envases y embalajes. Realidad Virtual y Aumentada, visión artificial, 3D Printing, IoT... Las aplicaciones de la tecnología al packaging son diversas y van en aumento. De hecho, según un reciente informe de Mordor Intelligence, el mercado del smart packaging ya mueve 38 billones de dólares a nivel mundial, y se espera que alcance los 48 billones en 2026. Además, la industria farmacéutica y el sector cosmético son los sectores que lideran la aplicación de soluciones de smart packaging.

En este contexto, el creciente uso de tecnologías en los envases y embalajes será uno de los temas centrales del **Congreso Nacional de Packaging 4.0**, que tendrá lugar **del 8 al 10 de febrero en el marco de Pick&Pack**. Expertos como **Agustín Sancho**, director de negocio de Advance Manufacturing Technologies, **Jose Racionero**, managing director de AIS Vision Systems, **Begoña Hernández de Aguirre**, CMO de Abax Innovation Technologies y **José Acebrón**, robotics área manager de GTD, darán a conocer las aplicaciones y oportunidades presentes y futuras de la industria 4.0 en el sector del envase y embalaje.

Tintas inteligentes que reaccionan ante variaciones de temperatura o exposición lumínica, sensores NFC para el escaneo con el móvil de las etiquetas de los productos, o realidad aumentada para ofrecer información adicional, son algunas de las tecnologías que ya se están utilizando en el packaging. **Lorena Rodríguez**, de Aimplas, **Víctor Borrás**, marketing de Knauf Industries, **David Alfonso**, director comercial de Trebol Group Providers, y **Adrià Llacuna**, Project director de MarketAAD, explicarán como aplicar el uso de las nuevas tecnologías en el packaging.

Estrategias de diferenciación y personalización del packaging

Los envases y embalajes se están transformando con la introducción de nuevas tecnologías, pero también con el objetivo de ofrecer un packaging más personalizado y que llame la atención de los consumidores. Muchas veces, en la compra de un producto, el envase o packaging juega un papel muy importante en las compras por impulso, pudiendo influir en la decisión de compra. De hecho, según el informe Global Packaging Trends 2020 de Mintel, la innovación en materiales reciclables será una de las tendencias que marcará el diseño del packaging en la próxima década.

PICK&PACK es un evento de:

NEBEXT
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS



Además, un estudio de Nielsen afirma que los artículos con un etiquetado sencillo y transparente consiguen un 4,3% más de ventas. Ante esta situación, el sector del packaging debe innovar para ofrecer nuevos envases y embalajes acorde a las demandas de los consumidores.

El Congreso Nacional de Packaging 4.0 también abordará las estrategias de diferenciación y personalización del packaging para captar la atención de los consumidores en un mercado con elevada competencia. **Álvaro Quintanilla**, director de diseño y desarrollo de producto de Loop New Business Models, y **Susana Barasoain** gerente de Functional Print Cluster y la Plataforma Tecnológica 3NEO, analizarán la importancia de que el envase sea funcional y que también llame la atención de los consumidores a nivel estético. Además, compartirán los factores clave para lograr una verdadera diferenciación del packaging en el sector de la alimentación.

Además del alimentario, otro de los sectores en los que el packaging juega un papel fundamental es en el cosmético. **Henar Langa**, comunicación y PR de Laboratorios Phergal, **Josep Casas**, CEO y Fundador de Naturitas, **Ana Palencia**, directora de comunicación de Unilever España, y **Marta Soler**, CEO de PharmexCare, explicarán como las nuevas marcas de productos naturales aplican la personalización en el packaging cosmético.

Ahora bien, si hay un público que realmente se deja llevar por el diseño del packaging en la decisión de compra, son los niños. El packaging infantil es clave a la hora de incentivar las ventas, pero muchas veces este público pasa desapercibido por los directores de marketing. **Anna López**, directora de Kids Cluster, y **Xavier Lesauvage**, fundador y managing partner de Connociam Consulting, desvelarán las tendencias en packaging para las principales categorías del mercado “family & kids”.

PICK&PACK es un evento de:

NEBEXT.
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS