

ACTA

En Barcelona, Recinto Montjuïc, Palacio nº 8, Sala Príncipe, de Fira de Barcelona, a 7 de Octubre de 2026.

PREMIOS LIDERPACK, EDICIÓN 2026, ORGANIZADOS POR GRAPHISPACK ASOCIACIÓN Y EL SALÓN HISPACK DE FIRA BARCELONA.

Reunidos en sesión de Jurado, los miembros que lo componen proceden a evaluar la totalidad de trabajos presentados en las distintas categorías previstas en las Bases del Concurso, una vez comprobado que todos ellos se ajustan a todas las Condiciones de Participación.

Después de las deliberaciones correspondientes, el Jurado ha otorgado 51 premios en Packaging y 20 PLV-Popai Spain Award y a título de consideración especial, 2 galardones como 'Lo mejor del Concurso' o 'Best in Show', y 3 premios especiales del Jurado (2 en Sostenibilidad y 1 en Reutilización).

Además también se han otorgado 18 premios en la categoría de Diseño Joven, a estudiantes procedentes de 12 universidades/centros de formación.

El Presidente del Jurado
Julio Berdún

El Secretario del Jurado
Ignasi Cusí

PACKAGING

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE BEBIDAS



Coto de Ibedo
LIDL Supermercados

En Coto de Ibedo el paisaje del Ribeiro se hace vino y se dibuja en la etiqueta: las formas suaves recortadas reinterpretan el curso del río que vertebra la D.O. y condiciona su clima, sus suelos y el carácter de sus blancos. Ese troquel crea un perfil cambiante que deja asomar el vino y su brillo dorado, evocando frescor, profundidad y calma atlántica. El conjunto transmite una elegancia serena, contemporánea, que habla de paisaje y de origen antes incluso de servir la primera copa.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE BEBIDAS



Lord Nelson Tés Premium
LIDL Supermercados

Esta gama de té se inspira en el universo de la perfumería para convertir cada infusión en una experiencia sensorial. Como una colección de fragancias, cada variedad tiene su propio carácter, aroma y color, construyendo un pequeño ritual alrededor del té. Las ilustraciones botánicas, los marcos y la composición cuidada aportan elegancia y delicadeza, mientras los tonos diferenciados ayudan a reconocer cada sabor. Un diseño que invita a elegir el té casi como se elegiría un perfume: por intuición, por aroma y por el momento que apetece vivir.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE BEBIDAS



Infusiones Lord Nelson pastelería
LIDL Supermercados

Esta colección de infusiones convierte cada taza en una pequeña escapada sensorial.

Sabores golosos, especiados, cítricos y frutales conviven en una familia pensada para descubrir combinaciones inesperadas sin perder cercanía. Las ilustraciones aportan un tono desenfadado y reconocible, mientras cada variedad construye su propio universo de color, aroma y carácter.

Desde turrón, panettone o galleta hasta jengibre con cúrcuma, mango o cítricos, la gama invita a elegir el momento, dejarse llevar y encontrar una infusión para cada estado de ánimo.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE BEBIDAS



Caja para botellas con protección extensible
RAJA España

Diseñada para el envío de botellas de vino, cava o aceite, esta caja combina una estructura exterior de cartón de doble canal con una protección interior extensible.

El sistema se adapta a la botella, limita sus movimientos y la mantiene separada de las paredes de la caja para protegerla durante la manipulación y el transporte.

La protección interior es de una sola pieza, lo que facilita la colocación de las botellas y hace más ágil la preparación de los envíos. Disponible para una, tres o seis botellas, permite ajustar el embalaje al pedido.

Tanto la caja como su protección son de cartón y pueden depositarse en el circuito habitual de reciclaje de este material.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE ALIMENTOS



La oveja de principio a fin
DOMERCO & PLAESA | ANTALIS

Un packaging con forma de oveja que protege, transporta y comunica el origen del queso, convirtiendo el envase en una experiencia de marca memorable.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE ALIMENTOS



MonoPP barrera con tinta blanca
ENPLATER

Este envase flexible resuelve uno de los grandes retos del embalaje alimentario: cómo conseguir una barrera al oxígeno de alto nivel sin recurrir a laminados de distintos materiales. Lo hemos logrado con una estructura monomaterial de polipropileno que incorpora la tecnología CIRKIT OXYBAR WHITE, capaz de aplicar en una sola pasada tanto la barrera como la tinta blanca de fondo.

Así se elimina la necesidad de laminados met-PET o met-OPP y se sustituyen estructuras con PVdC o EVOH, sin necesidad de invertir en nueva maquinaria.

El resultado es un envase que sella con la misma fiabilidad que las soluciones multicapa tradicionales, pero que al ser monomaterial se recicla en un único flujo, cumpliendo ya con los criterios de diseño circular que marcará el reglamento europeo de envases (PPWR).

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE ALIMENTOS



MonoPE Alta Resistencia **ENPLATER**

Los envases multicapa como PA/PE o PET/PE llevan años siendo la solución habitual para proteger alimentos que exigen mucha resistencia mecánica, como piezas cárnicas, quesos o platos congelados, pero son difíciles de reciclar por mezclar materiales distintos. Se ha desarrollado una alternativa monomaterial de polietileno que iguala esa resistencia a la punción y al impacto, algo especialmente exigente cuando el producto es graso, tiene bordes cortantes o pesa mucho. El envase incorpora además un sistema de barrera al oxígeno y la humedad totalmente compatible con los flujos de reciclaje de PE, lo que permite llevar a estos sectores un nivel de protección que hasta ahora solo ofrecían estructuras con PA o PET. Y sigue funcionando en las condiciones reales de uso: aguanta un sellado exigente, es apto para calentamiento en microondas y mantiene su estabilidad mecánica durante el transporte y la manipulación.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE ALIMENTOS



Puzzle. La solución modular de Ecoocel **GRUPO TAV FOOD**

Un solo envase, múltiples posibilidades .

Revolucionamos el envasado sostenible con el primer sistema modular adaptable, diseñado para dividir y personalizar el espacio de tus alimentos según tus necesidades en un solo contenedor. Una solución altamente innovadora que unifica múltiples productos en un único envase, optimizando el transporte, preservando las texturas y eliminando el uso de empaques individuales innecesarios. Bandeja termosellable MAP para alargar la vida útil del producto. Arquitectura Flex Space :Sistema de tabiques interconectables que permite configurar el interior del envase en dos o tres compartimentos según la combinación de alimentos, adaptándose a cada receta o porción.

Aislamiento Multi Taste: Separadores con tecnología de sellado Ecoocel que evitan la transferencia de jugos, salsas y humedades entre ingredientes, garantizando la máxima frescura de cada componente. Optimización All in One: Sustituye la necesidad de comprar o utilizar múltiples envases secundarios para un solo menú o pack promocional, reduciendo el volumen de residuos y simplificando la logística comercial. 100% Reciclable cada componente, desde la base hasta las divisiones móviles, se desecha íntegramente en el contenedor azul (papel y cartón).

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE ALIMENTOS



Soria by Ecoocel
GRUPO TAV FOOD

La revolución del envase: una tecnología que desengrasa y simplifica la cocción.

Transformamos la experiencia de disfrutar de unos torreznos tradicionales mediante la primera bandeja sostenible con tecnología de desengrase activo y cocción directa en Air Fryer. Su innovador diseño con inserto y elevaciones en la base que crea una cámara que absorbe la grasa sobrante, elimina la necesidad de manchar y garantiza un acabado ultra crujiente en minutos. Diseño Air Fry Ready Fabricado con fibras naturales termoresistentes de Ecoocel, capaces de soportar el flujo de aire caliente de la freidora de aire sin degradarse, alterar el sabor del alimento ni emitir residuos plásticos. Tecnología Fat Drain: Sistema de desengrase activo con compartimento extraíble: retira la grasa sobrante durante la cocción para ofrecer un producto más ligero, crujiente y listo para consumir. Sistema Cook & Serve: Funciona como contenedor de transporte, bandeja de horneado en la Air Fryer y plato de presentación. Al retirar el compartimento inferior con la grasa sobrante, la bandeja superior queda lista para servir. 100% Reciclable Al terminar de usarlo, deposítalo directamente en el contenedor azul para darle una segunda vida a través del reciclaje de papel y cartón.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE ALIMENTOS



Olisone Primera Cosecha
LIDL Supermercados

Primera Cosecha convierte el origen y la excelencia del AOVE en una experiencia de marca sobria y contemporánea. El negro profundo, los detalles dorados y una composición depurada construyen un código premium que pone en valor el producto desde el primer contacto. La botella estilizada y el vidrio oscuro refuerzan su carácter cuidado y exclusivo. Un pequeño libro incorporado al cuello amplía el relato del packaging: mediante un código QR, permite acceder a información sobre la trazabilidad del aceite y la cosecha 2025-2026, conectando diseño, origen y transparencia en una misma experiencia.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE ALIMENTOS



Pastisseria Sala, coca de llavaneres
Mr. Ripley

Como parte del rebranding de Pastisseria Sala, fundada en 1867, desarrollamos un nuevo sistema de packaging para una elaboración especialmente ligada a su historia: la Coca de Llavaneres, cuya receta original nació en la propia Pastisseria Sala y se ha convertido en uno de sus productos más reconocidos.

El reto que nos planteamos fue crear un packaging a la altura de ese legado, trasladando la nueva identidad de Sala a una experiencia física capaz de combinar tradición y contemporaneidad. La solución parte de una caja de estética limpia y rotunda que protege el producto y que, al abrirse, revela una segunda función: el propio envase se despliega y se transforma en la bandeja desde la que presentar, servir y compartir la coca.

Internamente lo definimos como nuestro “caballo de Troya”: el packaging no termina su recorrido al llegar a casa ni se desecha al abrirlo. Acompaña al producto hasta la mesa y permanece allí durante el momento más importante de la experiencia: cuando la coca se presenta y se comparte. De esta manera, la identidad de Pastisseria Sala llega también a la mesa y permanece visible ante todos los comensales. El sistema se completa con una pieza exterior con asa que permite agrupar varias cajas y facilitar su transporte, manteniendo una imagen unitaria y reconocible. Así, el packaging deja de ser únicamente un contenedor para convertirse en parte del ritual de consumo y en un soporte de marca que acompaña a un producto histórico desde la pastelería hasta la mesa.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE ALIMENTOS



ESTUCHE CUBO GALLETAS
GRAFOPACK, S.A.U.

4 + B.UV Brillo + UV Mate Fondo automatico con dos solapas superiores con fuelle.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE FARMACIA Y PARAFARMACIA



Eye Health de la marca farmacéutica
Interapothek

EDUARDO DEL FRAILE

Interapothek es la marca farmacéutica líder en España y distribuye sus productos a minoristas en más de 40 países. El objetivo era que el diseño fuera directo y gráfico, logrando que los clientes se identificaran con el envase. Cada gama adquiere sus propias características a lo largo de los diferentes conjuntos de envases. Nuestros diseños se convierten en una forma de personalizar cada línea y, de esta manera, mantener un estilo distintivo en cada segmento de la marca Interapothek. Nuestro estudio ha crecido junto con esta marca, trabajando y potenciando su potencial durante más de dieciocho años. Creo que nuestros diseños para Interapothek han proporcionado un entorno muy propicio para comprender el mundo del embalaje y observar cómo las decisiones gráficas influyen en el éxito del producto.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE FARMACIA Y PARAFARMACIA



BIDÓN DE CARTÓN CON VISOR DE NIVEL
FATECSA

El Bidón de Cartón con Visor de Nivel aporta una solución funcional para complementos alimenticios, preparados en polvo, granulados y materias primas. Sus ventanas de inspección permiten comprobar visualmente la cantidad disponible sin necesidad de abrir el envase, reduciendo manipulaciones innecesarias y favoreciendo unas condiciones de uso más higiénicas y seguras. Al limitar las aperturas destinadas únicamente a verificar el nivel, el sistema contribuye asimismo a una mejor conservación del contenido y a reducir su exposición al ambiente y el riesgo de contaminación durante su utilización.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE FARMACIA Y PARAFARMACIA



Funda Dosis Unitaria Hospitalaria
Ángel Rubén Pérez Riñón

La Funda de Dosis Unitaria Hospitalaria constituye un dispositivo de acondicionamiento secundario y dispensación farmacéutica concebido bajo rigurosos criterios de ecodiseño para optimizar la gestión, la trazabilidad y la administración segura de medicamentos sólidos orales en entornos sanitarios. Concebida desde su origen como una solución basada en materiales sostenibles, su estructura laminar plegable está fabricada a partir de cartón celulósico monomaterial reciclado y de alta reciclabilidad, sustituyendo de forma directa el reenvasado tradicional en bolsas plásticas de un solo uso por un sistema ergonómico que reduce drásticamente la huella ambiental del hospital. Esta propuesta alberga el blíster recortado de la industria de manera eficiente, manteniendo integradas sus propiedades de origen, protegiendo la unidad de medicación y optimizando el ciclo de vida del packaging sin generar residuos de plástico innecesarios.

Estructuralmente, la invención está configurada por dos solapas de doble capa articuladas entre sí mediante un sistema de plegado y cierre limpio que mantiene la cartera perfectamente ensamblada durante todo el circuito logístico. La primera solapa cuenta en su cara frontal externa con un hueco de alojamiento adaptado al blíster, provisto de un troquelado flexible por el que sobresale el alvéolo sin sufrir presiones ni deformaciones. En esta misma cara se dispone la información impresa fija del medicamento, incluyendo el principio activo, la dosis, la vía de administración, las alertas gráficas para medicamentos peligrosos o de apariencia similar y un marcaje en Braille normalizado para su identificación táctil.

En la cara posterior de esta primera solapa se ubica una ventana de ocultación resguardada por un trepado protector que cubre la lámina de aluminio del blíster, acompañada de un área informativa con alertas de conservación y un código Navilens o QR que permite la lectura auditiva del prospecto por voz mediante el smartphone del paciente. Por su parte, la segunda solapa organiza la información asistencial y digital del tratamiento de forma funcional y segura. Su cara frontal interna expone en la zona superior los datos visibles de ubicación rápida, como la planta hospitalaria, el Número de Historial Clínico y la fecha de nacimiento del paciente.

Justo debajo, una zona confidencial resguarda el nombre y apellidos completo tras un mecanismo de apertura por trepado de seguridad, el cual permanece cerrado hasta el momento de la administración a pie de cama para garantizar el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos.

En el interior de esta segunda solapa se aloja de manera oculta un chip pasivo RFID o NFC programable y reescribible desde el Servicio de Farmacia Hospitalaria, cuya capa de datos confidenciales se encuentra encriptada para lectura exclusiva mediante los terminales autorizados del personal sanitario.

La cara posterior externa de la segunda solapa se reserva para la imagen corporativa del centro hospitalario y áreas de patrocinio institucional.

En su funcionamiento global, el dispositivo articula una propuesta de valor integral que une la prevención de errores de medicación al facilitar el protocolo de verificación de los cinco correctos de enfermería, la optimización de los tiempos de preparación mediante el manipulado preimpreso en plano, y un modelo de accesibilidad universal que devuelve la autonomía al paciente.

Toda esta arquitectura responde a un proceso respetuoso con el medio ambiente y a una estrategia de economía circular en bucle cerrado que no solo elimina el plástico de un solo uso en la dispensación diaria, sino que facilita el fácil desensamblado del envase para la correcta separación de residuos tras su consumo, permitiendo además la logística inversa y recuperación física del chip NFC para su posterior borrado magnético y reutilización continua a coste cero y con cero desperdicio electrónico dentro del hospital..

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE ELECTRÓNICA, IMAGEN Y SONIDO



eLapHug
DS SMITH

Generar más valor utilizando menos recursos fue el principio que inspiró el desarrollo de esta solución. Diseñada para responder a las necesidades de los servicios de reparación de portátiles, permite gestionar múltiples formatos de equipo mediante una única referencia, simplificando la operativa, optimizando los procesos y garantizando la máxima protección del producto. La propuesta se materializa en un desarrollo fabricado íntegramente en cartón corrugado que integra todos los elementos necesarios para la protección del producto. Su diseño incorpora sistemas de sujeción y separación que mantienen el portátil inmovilizado durante el transporte, así como un compartimento específico para accesorios como el cargador, evitando cualquier interacción que pueda comprometer la integridad del producto. La innovación reside en su capacidad para concentrar múltiples funcionalidades en un único elemento. Este enfoque permite eliminar la necesidad de añadir materiales auxiliares de protección y reduce significativamente la complejidad del montaje del embalaje, favoreciendo una operativa más ágil, homogénea y eficiente.

Su implantación genera beneficios directos en toda la cadena de suministro: optimiza la gestión de inventario, reduce las necesidades de almacenamiento, agiliza la preparación de los envíos y minimiza el riesgo de errores operativos. Asimismo, contribuye a disminuir incidencias asociadas al transporte, mejorando la calidad del servicio y la experiencia del cliente final. Si bien el objetivo inicial era resolver una necesidad operativa y logística, el diseño de la solución incorpora beneficios adicionales en términos de eficiencia de materiales y reciclabilidad.

Su fabricación íntegra en cartón corrugado favorece una utilización más eficiente de los recursos.

El resultado es una solución que genera una operativa estandarizada, eficiente y fiable, aportando valor tangible al cliente y demostrando que la innovación más efectiva es aquella que simplifica sin renunciar a la propia funcionalidad.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE ELECTRÓNICA, IMAGEN Y SONIDO

Embalaje para Cuadros Eléctricos
en Exportación Marítima



Embalajes para cuadros eléctricos en
exportación marítima

DS SMITH Tecnicarton

Los armarios de cuadros eléctricos que se exportan a Estados Unidos por vía marítima pesan entre 700 y 800 kg, y hasta ahora viajaban sujetos únicamente con film sobre un palet de madera, con esquineras de espuma EPS a modo de protección y un retráctilado como cierre final. Era, en la práctica, un sistema de contención pensado para cargas mucho más ligeras: no fijaba la posición del armario ni absorbía los golpes propios de una travesía marítima, y las piezas llegaban a destino movidas de su sitio y con daños visibles.

El nuevo diseño aborda el problema desde la sujeción, no desde el relleno.

Un fondo de cartón automontable se instala sobre el palet de madera y fija el armario por sus cuatro lados desde el primer momento del montaje. Encima de la pieza ya colocada se añade una cruz de cartón que, al separarla de las paredes exteriores, genera una cámara de aire lateral capaz de absorber los impactos horizontales del transporte.

Como base, una espuma separable —pensada para desmontarse sin quedar pegada al cartón— amortigua vibraciones y evita rayaduras. El conjunto se cierra dejando caer sobre él una caja con solapas, asegurada con solo dos flejes. En destino, un puente grúa levanta la caja y el resto se separa a mano, sin herramientas. Sostenibilidad Desaparecen el retráctilado plástico y la espuma EPS adherida a la estructura, dos elementos difíciles de separar en el punto de destino. En su lugar, el embalaje es en su mayor parte cartón, y la única pieza de espuma que se conserva se ha diseñado expresamente como componente independiente, de modo que se retira sin dejar restos pegados al cartón y cada material sigue su propio circuito de reciclaje.

Funcionalidad

Al fijar la posición del armario desde los cuatro lados, el embalaje deja de depender de que el operario envuelva bien la pieza con film: la sujeción está en la propia estructura.

El montaje se reduce a cuatro pasos fijos —fondo, cruz, base de espuma y caja— cerrados con dos flejes, frente al proceso más artesanal de envolver y retráctilar.

Y por tratarse de piezas que no se pueden mover a mano, el desmontaje en destino se ha resuelto pensando en un puente grúa, de forma que levantar la caja sea el único paso necesario antes de acceder al armario.

Innovación

La pieza clave del diseño es la cruz de cartón: no cumple una función decorativa ni de refuerzo puntual, sino que su geometría —al mantener el armario alejado de las paredes de la caja— crea por sí sola una cámara de aire que actúa como amortiguador lateral, sin necesidad de espumas ni rellenos añadidos en los costados.

Además de proteger, sirve de referencia visual para colocar la caja superior en su posición exacta antes del flejado.

Experiencia de marca

Un armario envuelto en film sobre un palet transmite, antes de nada, provisionalidad.

La nueva estructura, cerrada y ordenada, comunica un trato acorde al valor de un equipo eléctrico industrial.

Y hay un efecto menos visible pero igual de relevante: al reducirse los daños en tránsito, se reducen también las incidencias y reclamaciones típicas de una exportación marítima, lo que refuerza la confianza del cliente en el proveedor desde el momento en que recibe la mercancía.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE ELECTRÓNICA, IMAGEN Y SONIDO



GPS CATTLE TRACKING DEVICE **SMURFIT WESTROCK**

Este proyecto desarrolla una solución de protección monomaterial fabricada íntegramente en cartón ondulado para dispositivos GPS de seguimiento ganadero y sus accesorios. Mediante una única pieza troquelada multifuncional, el sistema protege el dispositivo principal, la antena, los herrajes y la documentación, eliminando la necesidad de espumas u otros materiales de acondicionamiento. La solución simplifica el montaje, reduce la complejidad operativa y mejora la reciclabilidad al estar compuesta por un único material. Además, la optimización dimensional del embalaje mejora la paletización, permitiendo una distribución más eficiente.

Frente al concepto inicial, el nuevo diseño reduce un 50% el consumo de cartón ondulado, con un ahorro estimado de 1.790 m² de material y 0,69 toneladas de CO₂ al año, manteniendo un elevado nivel de protección durante el transporte.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE SALUD Y BELLEZA



Calendario de Adviento Yves Rocher 2026 **DURERO PACKAGING**

Calendario de Adviento de 24 productos, concebido sobre una base octogonal con 24 aperturas que permiten acceder individualmente a cada producto.

El diseño se inspira en la gama de Yves Rocher para Navidad 2026, un universo visual basado en las antiguas librerías y el pueblo bretón de La Gacilly.

Está concebido en cartón reciclado, y su formato compacto se consigue mediante una estructura interior compartimentada, diseñada para optimizar al máximo el espacio y disponer cada producto de forma precisa, orientado hacia su puerta correspondiente.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE SALUD Y BELLEZA



Kit Duo&Trio Yves Rocher Noël 26
DURERO PACKAGING

Estuche para 2 o 3 productos inspirado en la gama de Yves Rocher para Navidad 2026, un universo visual basado en las antiguas librerías y el pueblo bretón de La Gacilly.

Su diseño en forma de clásico libro, combina una tapa con lomo curvo y un cuerpo tipo cajón, con cavidades adaptadas a cada producto.

La propuesta se presenta en azul para Bois de Myrtilles y granate para Miel de Poire.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE SALUD Y BELLEZA



Natulim_Ker_Starter Kit
MIRALLES CARTONAJES, S.A.

Lanzamiento KIT Champú sistema "refill" + DISPENSADOR.

El diseño estructural, con un mínimo uso de material, permite una visibilidad total del producto para una buena comprensión de su funcionamiento = Dispensador + Lata RECAMBIO

La lata (champú) queda elevada la lata para darle la misma importancia que al dispensador.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE PRODUCTO PARA EL HOGAR



TUBO PAPEL 100% TERMOSELLABLE INPAPER

Tubo de papel 100%, termosellable, en formato bobina para embalaje de rellenos de cojín y almohadas en líneas automáticas de alta productividad.

PREMIO LIDERPACK PREMIUM PACK



Vincle 1919 AL MARGEN BRANDING & PACKAGING

Una cooperativa es un pacto de unión entre las familias que conforman la misma. El diseño de la marca y envase nace de vuestra tierra. En las tierras altas de Les Garrigues, donde el viento peina los bancales de piedra seca, el tiempo se mide en generaciones. Aquí, el silencio de la montaña solo se rompe con el sonido de la recogida “a vuelo”. Vincle nace de la necesidad de proteger lo que es de verdad. Es el nexu invisible que une la mano del agricultor con la copa del árbol, y las raíces del olivo con el alma de quien trabaja la tierra. No es solo aceite de oliva; es un compromiso adquirido bajo el sol y el cierzo. Cada botella lleva impresa nuestra identidad: una huella que es, al azar de sus líneas, el mapa de nuestro paisaje y la prueba de nuestro esfuerzo. Cuando abres una botella de Vincle, entras a formar parte de nuestra comunidad.

Te vinculas a una forma de vivir que se niega a desaparecer.

Somos hijos de la piedra y del vuelo.

Somos Vincle: Lligats a la terra.

LLIGATS A LA TERRA

Elegimos la huella de un payés como símbolo principal.

Porque nuestro aceite no es industrial, tiene nombres y apellidos.

La huella es nuestra firma, el rastro táctil de nuestro esfuerzo en los bancales.

La etiqueta está formada por tres capas de papel: la primera es la piedra seca que nos sostiene, la segunda es el olivar de altura que cuidamos, y la tercera somos nosotros, la Cooperativa de L'Albí, el vínculo que hace que todo este mundo se mantenga en pie.

Estas etiquetas son las primeras del sector del aceite de oliva realizadas sobre el nuevo papel antigrasa Olea Grease Protect FSC Libre de PFAS que no transfieren disruptores hormonales al consumidor.

Son etiquetadas manualmente sobre una botella modelo Sofio con un diseño muy especial de formas sinuosas precintada con una etiqueta que nos comunica el lema creado para la Cooperativa de L'Albí.

Se presenta en un estuche expositor de dos piezas forrado con papel Sirio color Cacao con efecto smooth decorado con un delicado estamping verde en la tapa con la marca y un efecto de reserva brillo UVI que aporta textura y el concepto de la piedra del muro seco que representa la comarca de Les Garrigues.

PREMIO LIDERPACK PREMIUM PACK



CONTES DE PARFUM - Timeless Cities
collection Packaging
GARROFÉ

Timeless Cities continúa el viaje iniciado con Cities, explorando esta vez ciudades legendarias que ya no existen como las conocimos, pero cuyo legado permanece vivo en nuestro imaginario. Cada fragancia revive una ciudad a través de una interpretación evocadora, donde historia, fantasía y perfume se encuentran.

El packaging combina profundos tonos azul noche con acabados oro y cobre, creando una identidad sofisticada, misteriosa y atemporal. Las ilustraciones, creadas con el trazo personal de una prestigiosa artista especializada en ilustración narrativa, reinterpretan la arquitectura, los símbolos y la esencia de cada lugar, convirtiéndose en protagonistas del diseño. El resultado es una colección donde ilustración, color y acabados construyen un universo visual propio, transformando cada perfume en un objeto de deseo que conecta creatividad, elegancia y storytelling.

PREMIO LIDERPACK PREMIUM PACK



UNOde50 Locker Box
PROMOCEAN SPAIN, S.L.

Una colección premium de packaging para joyería de UNOde50, inspirada en la icónica caja de la marca con forma de taquilla. El proyecto abarcó todo el proceso, desde el concepto y el prototipado hasta la producción final. Las cajas, fabricadas en papel, combinan un acabado gomoso y agradable al tacto con un asa de plástico reciclado, reinterpretando uno de los elementos más reconocibles de la marca para convertirlo en una experiencia de packaging única y memorable.

PREMIO LIDERPACK PREMIUM PACK



THE PACKAGING DISSIDENCE
ANÓNIMA

EL RETO.

El mercado de la perfumería está dominado por fórmulas de éxito replicables: celebridades como prescriptoras, campañas aspiracionales y un imaginario visual que oscila entre la seducción y el glamour. La diferenciación auténtica, aquella que nace de un posicionamiento conceptual sólido y que se traslada de manera coherente a cada punto de contacto de la marca, es, hoy, inusual en la perfumería. Así, el reto consistía en construir una marca de perfumería de autor con un territorio reconocible, sin depender de celebridades, clichés visuales del lujo o del precio como único signo de exclusividad. El packaging debía expresar esa posición por sí mismo y, al mismo tiempo, organizar una gama capaz de crecer y construir una percepción de valor acorde con una propuesta de gama media-alta.

LA SOLUCIÓN. DOS OBJETOS, UN MISMO SISTEMA PREMIUM.

A través del packaging, convertimos el concepto de “disidencia olfativa” en un sistema físico formado por dos piezas que funcionan de manera independiente, pero que forman un sistema de diseño indisoluble:

- El frasco, que oculta simbólicamente al personaje que inspira cada fragancia.
- La caja, que lo presenta mediante un retrato, un código gráfico propio y una narrativa.

EL FRASCO: LA REENCARNACIÓN DE UNA RARA AVIS EN VIDRIO.

El diseño del frasco se concibió como una obra escultórica inspirada en una figura clásica cubierta por una máscara y una tela. Sus relieves reproducen pliegues de seda y generan una tensión perceptiva entre la rigidez del vidrio y la suavidad de la forma. El tapón, con su silueta inconfundible, actúa como la "coronación" que eleva cada frasco a la categoría de rara avis y dota de alma el conjunto. En la parte inferior, un anillo con el nombre de la marca en relieve ancla la fantasía del diseño a la solidez de la casa de perfumes. Pero la máscara y la tela que envuelven el frasco no son solo un recurso estético, son una metáfora: ocultan al personaje. La única forma de descubrirlo realmente es ponerse el perfume.

EL CAJA: LA PRESENTACIÓN, EXPERIENCIA Y VALOR PERCIBIDO.

El packaging secundario lo concebimos como una caja de resonancia visual y táctil que amplifica la esencia del perfume y el carácter del personaje que representa. Así, el embalaje se convierte en parte de la experiencia premium del producto. En el centro situamos un retrato transgresor de cada personaje que actúa como el epicentro de un campo de fuerza capaz de alterar su entorno inmediato.

SEGUNDO USO Y VOCACIÓN DE PERMANENCIA.

El retrato aparece enmarcado. Una decisión que responde a una doble intención: por un lado, enaltece al personaje. Por otro, otorga a la caja un segundo uso: el de elemento decorativo. Como un cuadro que el consumidor puede exponer una vez descubierto el frasco. Una segunda vida que prolonga su utilidad más allá de la función protectora inicial.

MATERIALES, COLOR Y ACABADOS AL SERVICIO DEL CONCEPTO.

Cada decisión técnica se tomó en función de una sola pregunta: ¿es coherente con el posicionamiento? Así, el resultado es un sistema en que forma, material, color y textura no son elementos decorativos, sino componentes de un lenguaje coherente que construye valor premium en todos los niveles de la marca.

La propuesta cromática se articula a través de dos expresiones opuestas, que no solo diferencian las dos colecciones, sino que permiten que el mismo packaging comunique mensajes radicalmente diferentes:

El negro. Colección "Obscurios": personajes atrayentes, pero de naturaleza oscura. El uso del negro mate absorbe la luz y convierte el frasco en un objeto de misterio y sofisticación.

El blanco. Colección "Luminaris": personajes que, con su luz, iluminan la oscuridad. El blanco puro actúa como un lienzo que refleja la luz y resalta la delicadeza y la pureza de las formas.

En el acabado, buscamos la traducción material del concepto. Utilizamos barniz UVI selectivo de alto relieve sobre fondo mate. Esta técnica genera un efecto doble: visual, por el contraste entre el brillo de las ondas y la sobriedad del fondo, y háptico, al deslizar los dedos por la superficie, el usuario siente físicamente la "fuerza" que emana del personaje.

UN SISTEMA PREMIUM DISEÑADO PARA ESCALAR.

El packaging se ha creado pensando en la expansión de la marca/negocio. Cada nuevo personaje (perfume) puede entrar fácilmente en este sistema con su propio retrato, su propia narrativa e identidad visual, dentro de un código de marca reconocible desde el primer contacto. La continuidad de esta arquitectura permite crecer manteniendo una percepción de gama coherente.

CIRCULARIDAD.

En este proyecto, hemos abordado la circularidad desde el diseño para la permanencia. El valor del packaging no termina cuando se consume la fragancia: el frasco está concebido para conservarse como objeto coleccionable y la caja puede mantenerse como pieza expositiva.

De este modo, ambos elementos prolongan su vida útil más allá de sus funciones iniciales de contener, proteger y presentar el producto.

En definitiva, resolvemos el reto de diferenciación convirtiendo una idea de marca en forma, textura, color, narrativa y sistema: un packaging concebido no solo para contener cada fragancia, sino para hacer visible y notoria la identidad que representa y para convertir el valor de marca en una experiencia premium tangible.

PREMIO LIDERPACK PREMIUM PACK



LINDT PACK TOKYO STYLE CHOCOLATE - PRESENTATION PACK **GARROFÉ**

Presentation Pack para Lindt Tokyo Style, Matcha & Strawberry chocolate, inspirado en la esencia contemporánea y sofisticada de Tokio y en el ritual sensorial del matcha. Se desarrolla mediante una caja estructurada en distintos niveles y aperturas, generando una experiencia de descubrimiento progresiva. Su diseño combina una estética minimalista y cuidada con una gama cromática representativa del matcha y la fresa, incorporando motivos gráficos y patterns inspirados en el universo visual japonés.

A nivel estructural, la apertura de la caja revela un abanico desplegable que acompaña el descubrimiento del producto, aportando dinamismo, sorpresa e inmersión. El resultado es un unboxing experiencial y memorable, que conecta al consumidor con el sabor, la inspiración y el carácter premium de Lindt.

PREMIO LIDERPACK PREMIUM PACK



Pack Cultura Theatre: un packaging con doble vida **GALERÍA GRÁFICA, S.L.**

El Pack Cultura Theatre transforma un packaging para fotografías en un escenario de juego reutilizable, ofreciendo una segunda vida al envase y convirtiendo la entrega del producto en una experiencia memorable. Inspirado en el clásico cuento de El Cascanueces, el packaging presenta las fotografías en un pequeño teatro que, una vez abierto, permite montar personajes e interactuar con ellos, convirtiendo un simple contenedor en un elemento lúdico, decorativo y emocional. Su principal valor diferencial reside en combinar protección, presentación y entretenimiento en una única solución. Además de conservar las fotografías, el envase invita al usuario a seguir disfrutando de él una vez finalizada su función inicial, prolongando su vida útil y reforzando el vínculo con el recuerdo de la sesión fotográfica.

Cerrado, funciona como un elegante marco expositor; abierto, se convierte en un teatro donde dar vida a la historia.

El cuidado diseño gráfico y estructural potencia esta experiencia mediante un acabado en CMYK + 2 pantones, combinación de barnices mate y brillo, cold stamping dorado, ventanas troqueladas, ilustraciones exclusivas y cortinas textiles cosidas a mano que recrean la estética de un teatro clásico. El conjunto se completa con postales y calendarios a juego, creando un packaging diferenciador que aporta un alto valor percibido y trasciende la función tradicional del envase.

PREMIO LIDERPACK PREMIUM PACK



TRADICIÓN Y SOSTENIBILIDAD **CODINTEC**

La tradición de este producto concentra el saber hacer de más de 170 años de historia, manteniendo el escudo de la ciudad de Vic como símbolo de identidad territorial. Se ha rediseñado la etiqueta con material de cartulina FSC, incluyendo estampación, relieve en seco, tintas de baja migración para realzar la estética y calidad del producto. El envoltorio del producto con papel y presentado con un estuche de madera noble hace que sea un producto de alta calidad, originalidad, con materiales sostenibles para buscar un balance estructural que ayude al cliente a distinguir el embutido de Casa Riera Ordeix del resto.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN



Bastidor para Placas Solares **ALFILPACK**

El proyecto consiste en el desarrollo y diseño de un sistema bastidor específico para el transporte optimizado de placas solares de grandes dimensiones para múltiples referencias.

El objetivo principal es transformar la logística de distribución mediante una arquitectura de embalaje/transporte que garantice la máxima eficiencia en la ocupación del volumen de carga, manteniendo la integridad física del producto durante toda la cadena logística.

Diagnóstico de la Problemática

- Ineficiencia en la densidad de carga: La necesidad de transportar las placas solares en posición horizontal limitaba la capacidad de apilamiento a una sola altura, provocando un bajo aprovechamiento del volumen útil disponible en los vehículos de transporte (camiones/contenedores).
- Costes logísticos elevados: El bajo rendimiento por viaje incrementaba los costes de flete y la huella de carbono asociada al transporte por unidad de producto.
- Riesgo de estabilidad e integridad: La disposición horizontal convencional exigía soluciones complementarias de fijación para evitar desplazamientos, rozamientos y posibles microfisuras en los paneles durante el tránsito.

Solución Técnica Desarrollada

- Configuración de soporte vertical: Diseño de un bastidor adaptado que aloja las placas solares en posición vertical, optimizando la huella en planta (footprint) y permitiendo contener mayor número de placas, de esta manera, reduciendo el coste del transporte.
- Inmovilización y protección estructural: Estructura que fija mecánicamente cada panel de forma estable, absorbiendo vibraciones y evitando fricciones intersuperficiales durante el tránsito y las operaciones de carga/descarga. Esto permite minimizar las incidencias y reducir la tasa de rotura buscando objetivo 0%.
- Optimización y escalabilidad logística: Incremento directo del coeficiente de llenado del vehículo de transporte, reduciendo el número de expediciones necesarias y mejorando la fiabilidad operativa sin comprometer la seguridad del producto. Todo ello reduce significativamente los costes de transporte. Composición del bastidor para placas solares
- Base: El elemento estructural inferior constituye la base de apoyo y anclaje del conjunto, proporcionando la estabilidad necesaria para su correcto funcionamiento. En esta pieza se fijan los elementos de sujeción vertical, encargados de transmitir las cargas y garantizar la unión estructural entre los diferentes componentes.
- Estructura: En los elementos verticales, se procederá a la instalación de los travesaños horizontales. Estos componentes desempeñan un papel fundamental, ya que proporcionan la rigidez necesaria al conjunto, distribuyen de manera uniforme los esfuerzos y aumentan la estabilidad estructural. Esto, permite integrar todos los elementos en un único bloque compacto y resistente, reduciendo posibles deformaciones y garantizando un comportamiento sólido y seguro de la estructura durante su funcionamiento.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN



Sistema reusable y ligero en cartón ondulado **ALFILPACK**

El proyecto aborda la aplicación de la ingeniería de embalaje para el diseño y desarrollo de una solución técnica optimizada en cartón ondulado, destinada al transporte y logística de componentes críticos (inversores eléctricos y cargadores).

La iniciativa surge a partir de las necesidades directas expresadas por el cliente: optimizar la cadena logística global, reducir el peso total del embalaje y agilizar los tiempos de montaje y embalado en planta. Para dar respuesta a estas exigencias, la solución se ha estructurado bajo un enfoque de economía circular y embalaje reusable, priorizando la ligereza, la sostenibilidad ambiental y la máxima protección del producto en sus flujos logísticos internos y externos.

Diagnóstico de la Problemática

- Tiempos de embalado elevados: Los sistemas convencionales imponían procesos de manipulado complejos y lentos, penalizando la eficiencia en las líneas de embalado y la gestión de pedidos. Al transportarse en horizontal, se pierde mucho espacio en la Logística o hay que sobreembalar para soportar el apilamiento, y mayor manipulado al tener que levantar la puerta para su uso.
- Exceso de peso tara: La utilización de embalajes pesados incrementaba el coste de transporte e impactaba negativamente en la ergonomía de manipulación por parte de los operadores.
- Inexistencia de un ciclo de reutilización: La falta de una solución diseñada explícitamente para múltiples usos generaba un volumen innecesario de residuos tras un único envío, incrementando el coste total de posesión (Total Cost of Ownership).
- Gestión de residuos compleja: La dificultad para segregar materiales al final de su vida útil dificultaba su posterior reciclaje y gestión administrativa medioambiental.

Solución Técnica Desarrollada

El departamento técnico ha desarrollado un sistema de embalaje reusable en cartón ondulado de alta resistencia, diseñado como un kit modular que maximiza la protección, acelera el montaje y garantiza una larga durabilidad.

A. Selección e Ingeniería de Materiales

Para equilibrar ligereza y alta resistencia estructural, se han seleccionado combinaciones específicas de canal de cartón según las solicitudes mecánicas de cada elemento.

B. Características Clave y Rendimiento Operativo:

- Reutilización y Economía Circular: Todos los componentes exteriores e interiores han sido concebidos técnicamente para garantizar un mínimo de 10 usos (bajo condiciones adecuadas de manipulación), reduciendo drásticamente el coste por envío y el impacto ambiental.
- Optimización en Kit (Servido a 4 piezas): Aunque la solución completa se compone de un kit de 7 piezas, algunas de ellas se entregan pre-montadas, reduciendo el conjunto efectivo a solo 4 piezas manipulables. Esto minimiza los tiempos de embalado, agiliza el almacenamiento de stock y optimiza la preparación de pedidos.
- Protección de Componentes Críticos: Los posicionadores interiores fijan con precisión el inversor eléctrico, absorbiendo vibraciones e impactos durante la logística interna o el transporte.
- 100% Reciclable y Sostenible: Al estar fabricado íntegramente en cartón ondulado, se facilita la gestión final del residuo tanto para el usuario como para la administración al término de su vida útil, reduciendo notablemente la huella de carbono y el peso logístico.

•La puerta se transporta vertical, se optimiza al máximo en el transporte, se reducen los tiempos de manipulación, puesto que se suministra en la posición que más tarde se coloca en el inversor, se reducen drásticamente los tiempos de manipulación.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN

CARRY BOX

La caja de cartón convertible en cesta.



CARRY BOX CAPSA PACKAGING

Dentro de la logística de las empresas, muchas veces se utilizan bandejas de plástico o cartón que no protegen del polvo los productos que se encuentran almacenados o que no son fácilmente apilables. También empresas de delivery que necesita apilar cajas o distribuir productos delicados, e incluso plegar y almacenar las bandejas una vez vacías, pueden tener problemas con su packaging actual. Para cubrir la demanda de todos estos productos, hemos creado la caja de cartón convertible en cesta de montaje rápido CarryBox, que son ideales para el transporte y apilamiento de productos en formato cesta. Estas cajas nacen de la necesidad de ayudar y facilitar el trabajo a los operarios con una herramienta resistente y funcional. Por este motivo, nuestras cajas brindan una serie de prestaciones que impulsan la eficacia de los envíos y funciones también las funciones de almacenaje. Las cajas CarryBox cuentan con el sistema opcional de tapa incorporado, que permite transportar las cajas tanto abiertas (en modo cesta) como cerradas (en modo caja). Es importante destacar que el cierre que incorpora la tapa no necesita cinta adhesiva, de modo que es muy fácil acceder al contenido sin deteriorarla y es muy útil para optimizar la preparación de pedidos y el almacenado de los productos. Las cajas CarryBox se convierten en cesta o en caja, de modo que se pueden usar de dos maneras. Por un lado, en forma de cesta, lo cual es ideal para productos de tamaño grande o mediano que sobresalen de los bordes de la caja. Por otro lado, la caja se puede quedar cerrada y es muy recomendable usarla con productos de bajo tamaño y con mayor autonomía de conservación. Esta modalidad protege los productos porque la caja va totalmente cerrada. No obstante, las dos modalidades de uso son eficaces y son muy fáciles de intercambiar, así que puedes usarlas según la necesidad que tengas. Finalmente, gracias a su doble fondo automático, la caja CarryBox también es muy fácil de plegar y almacenar sin que ocupe espacio extra en tu almacén.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN



GEOSAC CLIMESA

GEOSAC es un contenedor flexible inteligente que incorpora tecnologías digitales de impresión y trazabilidad para registrar tanto su ubicación como la información del envase y de su contenido. Fabricado íntegramente en rPET procedente del reciclaje de botellas, GeoSAC ofrece un alto nivel de trazabilidad y está diseñado específicamente para la recogida de residuos de obra en entornos urbanos. Cada contenedor combina una superficie de comunicación de alta calidad fotográfica con una identidad digital única, que puede materializarse mediante una matrícula, un código de barras o un código QR. Esta identificación permite realizar el seguimiento del contenedor durante todo su recorrido, desde el punto de venta hasta la obra y, posteriormente, hasta el centro de tratamiento. Además, facilita la solicitud de recogida de forma rápida y sin necesidad de realizar llamadas. De este modo, GeoSAC ayuda a las empresas de recogida a gestionar y optimizar su flota en entornos urbanos, mejorando el control, la trazabilidad y la eficiencia de todo el proceso.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN



CAJA ISOTEMICA 100% CARTON ONDULADO FONT PACKAGING GROUP

2ECO+ nace con un objetivo: conseguir que un embalaje isotérmico pueda fabricarse, utilizarse y reciclarse siguiendo el mismo circuito que un embalaje convencional de cartón ondulado.

La solución está fabricada íntegramente a partir de materiales de base papel y cartón ondulado e incorpora un papel aislante que permite mantener un rango de temperatura controlada de +2 °C a +8 °C durante hasta 24 horas.

Mediante la incorporación de una faja aislante suplementaria, su autonomía térmica puede ampliarse hasta 48 horas, adaptándose a diferentes necesidades de transporte de productos termosensibles. Uno de los principales elementos diferenciales de 2ECO+ está en su concepción logística.

El embalaje se suministra plegado, reduciendo significativamente el volumen ocupado durante el transporte y el almacenamiento frente a soluciones isotérmicas rígidas.

De esta forma, permite optimizar el espacio logístico y reducir las emisiones de CO₂ asociadas al transporte y manipulación del embalaje.

Su diseño monomaterial simplifica también el final de vida.

Una vez utilizado, 2ECO+ puede incorporarse al circuito habitual de recogida y reciclaje del papel y cartón, evitando procesos específicos de separación y gestión asociados a soluciones isotérmicas que combinan materiales de distinta naturaleza.

Esta concepción responde a los principios de diseño para el reciclaje establecidos por el Reglamento Europeo de Envases y Residuos de Envases (PPWR), que impulsa envases diseñados para facilitar su recogida, clasificación y reciclaje dentro de los flujos de materiales existentes.

Además, 2ECO+ es totalmente personalizable en dimensiones e impresión, permitiendo adaptar la solución tanto a las necesidades térmicas y logísticas del producto como a la identidad gráfica de cada cliente.

Con 2ECO+ hemos desarrollado una nueva manera de entender el embalaje isotérmico: prestación térmica, eficiencia logística y reciclabilidad integradas en una solución de cartón ondulado concebida desde su origen para simplificar todo su ciclo de vida.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN



Papel nido de abeja alveolar en caja dispensadora
RAJA ESPAÑA

Este sistema reúne papel de protección con estructura alveolar y una caja dispensadora lista para colocar en el puesto de embalaje.

Al estirarse, el papel forma una malla tridimensional que se adapta a productos de distintas formas, los envuelve y ayuda a amortiguar los impactos y a limitar su movimiento dentro del paquete.

Sus celdas se entrelazan, por lo que en muchas aplicaciones permite envolver el artículo sin cinta adhesiva.

El formato dispensador facilita la extracción del papel sin instalar equipos adicionales y resulta adecuado para puntos de venta y negocios con cadencias medias de preparación.

El papel está fabricado con kraft 100% reciclado.

PREMIO LIDERPACK SAVE FOOD



SPICE WORLD Fresh and Peeled Garlic Doypack
(Bolsa con Válvula)
FLEXOMED

Doypack desarrollado para el envasado de dientes de ajo frescos y pelados, diseñado para preservar el producto y facilitar su conservación y uso por parte del consumidor. El elemento diferencial del envase es la incorporación de una válvula, especialmente diseñada para ayudar a mantener las condiciones adecuadas en el interior del envase y conservar el ajo en buenas condiciones durante más tiempo. El formato Doypack proporciona una solución práctica y manejable, adaptada a un producto fresco que requiere unas condiciones de conservación específicas.

La válvula permite gestionar las condiciones internas del envase, contribuyendo a mantener la calidad del producto y reducir su deterioro prematuro. De esta manera, el packaging adquiere un papel activo en la conservación del alimento, ayudando a prolongar su vida útil y reducir el desperdicio alimentario, convirtiéndose en una solución especialmente adecuada para la categoría Save Food.

PREMIO LIDERPACK SAVE FOOD

DIVINO IMPERIAL SECURE FRESH CUALIN QUALITY, S.L.



La inspiración detrás de Divino Imperial SecureFresh nace de una experiencia cotidiana que todos conocemos: la emoción de recibir un paquete, tirar de la tira de apertura y descubrir por primera vez lo que hay en su interior. Esa sensación de expectativa, autenticidad y descubrimiento que ha popularizado el comercio electrónico fue el punto de partida para desarrollar una nueva experiencia de consumo en la categoría de productos frescos.

Nuestro objetivo fue trasladar al lineal la experiencia del “unboxing”, creando un envase que genere una conexión emocional inmediata con el consumidor desde el primer contacto. Al igual que ocurre al abrir un paquete de Amazon, el usuario interactúa con un sistema de apertura intuitivo y seguro que convierte un gesto cotidiano en una experiencia memorable y diferencial.

La tecnología SecureFresh no solo protege el producto, sino que preserva la calidad excepcional de nuestros tomates, ofreciendo una experiencia premium desde el primer momento. Su innovador sistema de cierre mantiene la frescura, el sabor y la textura como el primer día, garantizando que el consumidor disfrute del producto en sus mejores condiciones. Uno de los elementos más innovadores del envase es su doble sistema de cierre.

El primer cierre garantiza la inviolabilidad del producto, permitiendo al consumidor verificar que el contenido no ha sido manipulado desde el momento del envasado hasta su apertura. Esta característica responde a una demanda creciente de seguridad y confianza por parte de clientes y consumidores. Una vez abierto, entra en funcionamiento un segundo sistema de cierre que proporciona una segunda vida útil al envase, permitiendo volver a cerrarlo de forma cómoda y eficaz. Esta funcionalidad facilita la conservación doméstica del producto y contribuye directamente a la reducción del desperdicio alimentario, favoreciendo un consumo gradual sin comprometer la calidad. Además, el diseño SecureFresh ayuda a reducir la deshidratación natural del tomate, minimizando la pérdida de humedad durante la distribución y la exposición comercial. Como resultado, se mejora la vida útil del producto, se mantiene durante más tiempo su apariencia fresca y atractiva y se optimiza su presentación en el lineal, aumentando su atractivo para el consumidor y reduciendo las mermas en toda la cadena de valor.

La sostenibilidad es otro de los pilares fundamentales del proyecto.

El envase está fabricado con cartón 100 % reciclable y procedente de fuentes sostenibles, combinado con una película de celulosa, ofreciendo una solución responsable con el medio ambiente sin renunciar a la funcionalidad ni a la protección del producto. Con Divino Imperial SecureFresh, hemos creado mucho más que un envase. Hemos desarrollado una solución que integra experiencia de usuario, seguridad alimentaria, sostenibilidad, conservación, reducción del desperdicio e innovación en un único concepto.

PREMIO LIDERPACK SAVE FOOD



HIERBAS AROMÁTICAS-GROOTS **ALCAMPO**

Hierbas aromáticas frescas "cultivamos lo bueno" con packaging sostenible: con bandeja de cartón FSC - 100% reciclable y film de PET y LDPE termosellado. 85% menos de plástico

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE MISCELÁNEA



VITASAC **CLIMESA**

VITASAC es un contenedor flexible con un liner interior intercambiable que permite reutilizar el cuerpo exterior una y otra vez. Después de cada uso, únicamente se desecha y sustituye el liner, que es la parte que está en contacto directo con el producto, mientras que el exterior puede seguir utilizándose de forma segura y sin riesgo de contaminación. El cuerpo exterior, fabricado en tejido y donde se concentra la mayor parte del material y del valor del contenedor, se reutiliza ciclo tras ciclo. El liner, por su parte, se sustituye en cada uso y se gestiona a través de su propio circuito de reciclaje. De este modo, VITASAC garantiza la higiene de cada carga y reduce significativamente la generación de residuos: en lugar de desechar el contenedor completo, solo se reemplaza la parte interior.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE MISCELÁNEA



Circular Sierra Nevada Sostenible **PLÁSTICOS HITA, S.L.**

La estación de esquí de Sierra Nevada (Granada) recibe miles de visitantes diarios, lo que generaba un flujo constante de residuos plásticos de un solo uso en un entorno natural protegido de alta montaña. El viento y las dificultades logísticas de recogida en altura incrementaban el riesgo de dispersión de residuos. Ante la futura prohibición del PPWR (proyectada para el 1 de enero de 2030) sobre el uso de envases de un solo uso para alimentos y bebidas consumidos in situ en el sector HORECA, la estación de esquí y nuestra empresacolaboraron para pilotar una transición anticipada y mitigar el impacto ambiental y económico de la gestión de residuos. Nuestra empresa diseñó y desarrolló una gama personalizada de envases PET reutilizables para el canal de restauración de la estación de esquí, compuesta por: Jarra de cerveza, vaso para café y bandeja de comida para los restaurantes.

PREMIO LIDERPACK AL MEJOR PACKAGING DE MISCELÁNEA



WOW PROYECT **SMURFIT WESTROCK**

El embalaje desarrollado para la bicicleta infantil WOOM WOW! transforma la experiencia tradicional de desempaquetado en un momento de juego, descubrimiento e interacción. Diseñado y producido en cartón ondulado impreso en flexografía de alta calidad, el envase destaca por su fuerte impacto visual en el punto de venta y durante la entrega al consumidor, convirtiéndose en un elemento más de la experiencia de marca. La principal innovación reside en la interacción entre producto y embalaje. Gracias a su diseño estructural específico, la bicicleta emerge de forma progresiva durante el proceso de apertura, generando un efecto sorpresa que convierte el desempaquetado en una experiencia memorable tanto para los niños como para sus familias. Más allá de su función de protección y transporte, el embalaje ha sido concebido bajo criterios de economía circular y diseño para la reutilización. Los elementos interiores de cartón empleados para inmovilizar y proteger el producto pueden transformarse posteriormente en obstáculos de entrenamiento, piezas de juego o un photocall temático, extendiendo la vida útil del material y fomentando la interacción infantil una vez abierto el producto. La solución integra protección, comunicación, sostenibilidad y entretenimiento en una única propuesta de packaging. El resultado es una experiencia de marca diferenciadora que comienza antes incluso del primer uso de la bicicleta, generando valor añadido a través del diseño estructural y gráfico del embalaje, de manera que éste forma parte del mismo producto comercializado. Unboxing the woom WOW — The First Self-Balancing Bike for Babies & Toddlers.

PREMIO LIDERPACK INNOVACIÓN EN PROCESOS DE PACKAGING Y/O MAQUINARIA

rPS Food

COEXPAN – GRUPO LANTERO



“rPS Food, la innovación que cierra el ciclo del packaging alimentario” rPS Food nace para dar respuesta a uno de los grandes retos de la industria del packaging alimentario: transformar la circularidad en una realidad industrial, segura, escalable y preparada para las nuevas exigencias regulatorias.

Durante años, recuperar un envase usado ha sido solo el primer paso.

El verdadero desafío ha sido conseguir que ese material pueda volver a convertirse en un nuevo envase alimentario, manteniendo la calidad, la seguridad, la trazabilidad y el rendimiento que exige el mercado.

Esa es precisamente la innovación que propone rPS Food: una solución basada en reciclado mecánico de poliestireno post-consumo apto para contacto alimentario, dentro del marco establecido por el Reglamento (UE) 2022/1616, que permite incorporar contenido reciclado en envases FFS y termoformados, incluso hasta un 100 %, en función de las necesidades de cada aplicación. La tecnología se apoya en un proceso controlado de selección, clasificación, trituración, lavado, preparación y descontaminación del material procedente de sistemas europeos de recogida selectiva. Gracias a una avanzada etapa final de selección de escamas, se alcanza una pureza de rPS del 99,9 %, clave para garantizar una calidad estable y reproducible.

El resultado es una materia prima reciclada de alto valor, con control interno sobre la cadena de suministro y la trazabilidad del material, diseñada para ofrecer a marcas y envasadores una alternativa circular sin renunciar a prestaciones clave: misma velocidad de línea, misma vida útil del producto y compatibilidad con las máquinas existentes. rPS Food es, además, una solución drop-in: no requiere inversión adicional ni cambios complejos en los procesos productivos del cliente, lo que facilita su adopción industrial y acelera la transición hacia envases con menor impacto ambiental. Su contenido de rPS es flexible y adaptable: permite avanzar desde porcentajes alineados con los requisitos de la PPWR hasta soluciones con mayor contenido reciclado que pueden ayudar a anticiparse a la normativa, reducir el uso de material virgen, disminuir la huella de carbono y, al mismo tiempo, activar posibles incentivos fiscales.

Pero su mayor valor está en lo que hace posible: que un vaso de yogur pueda volver a ser un vaso de yogur.

Una circularidad auténtica, de envase a envase, que transforma el residuo en recurso y demuestra que el poliestireno puede formar parte de un modelo más sostenible cuando existe tecnología, control y colaboración a lo largo de toda la cadena de valor.

Para las marcas, rPS Food representa una oportunidad para diferenciarse con una propuesta tangible de sostenibilidad, reforzar la confianza del consumidor y posicionarse como referentes en innovación responsable, sin comprometer la calidad, la eficiencia ni la seguridad alimentaria.

rPS Food es una respuesta industrial al futuro del packaging: una solución que combina tecnología, rendimiento, sostenibilidad y viabilidad productiva para cerrar el ciclo del poliestireno alimentario y acelerar la transición hacia envases más sostenibles.

PREMIO LIDERPACK INNOVACIÓN EN PROCESOS DE PACKAGING Y/O MAQUINARIA



Full Barrier Doypack monomaterial PP y PE **FLEXOMED**

El Grupo Armando Álvarez planteó a nuestra empresa el reto de diseñar y confeccionar dos soluciones Doypack para presentar en la feria Interpack, utilizando sus nuevas estructuras monomateriales de alta barrera. Estos monomateriales, una auténtica novedad mundial, han sido desarrollados específicamente para la confección de bolsas Doypack. Su estructura combina una capa exterior no soldable y resistente a altas temperaturas con una capa interna de muy baja temperatura de soldado, permitiendo obtener sellados precisos y bolsas de altas prestaciones. El principal reto del proyecto fue adaptar estas innovadoras estructuras al proceso de confección, combinando prestaciones térmicas aparentemente contrapuestas y garantizando la correcta formación del envase. A ello se suma la tecnología de barrera, que aporta la protección necesaria para ampliar sus posibilidades de aplicación en packaging flexible. El desarrollo se materializa en dos soluciones: Full PP Barrier, basada íntegramente en polipropileno, y Full PE Barrier, basada íntegramente en polietileno. Ambas permiten avanzar hacia estructuras monomateriales de altas prestaciones, simplificando la composición del envase y favoreciendo su reciclabilidad sin renunciar a las exigencias técnicas de fabricación y protección del producto. La impresión digital completa el proyecto, aportando elevada calidad gráfica, flexibilidad y capacidad de adaptación, demostrando que las nuevas estructuras monomateriales pueden combinar innovación técnica y sostenibilidad con las posibilidades del packaging digital. El resultado es una nueva generación de Doypacks que integra innovación material, alta barrera, dificultad técnica de confección e impresión digital en una solución de packaging flexible de altas prestaciones.

PREMIO LIDERPACK INNOVACIÓN EN PROCESOS DE PACKAGING Y/O MAQUINARIA



Cajas Casarajo. Impresión híbrida sobre kraft crudo **GRUPO LA PLANA**

Innovación en impresión Híbrida.

Este resultado tan llamativo se ha obtenido imprimiendo primero un fondo blanco en flexografía, y digital encima. Con ello logramos zonas claras de imagen sobre papel oscuro.

PREMIO LIDERPACK INNOVACIÓN EN PROCESOS DE PACKAGING Y/O MAQUINARIA



FIBRE SEAL **SMURFIT WESTROCK**

FibreSeal es un tratamiento superficial innovador aplicado sobre papel que permite el termosellado en caliente manteniendo la reciclabilidad convencional del material. La tecnología ha sido desarrollada para responder a la creciente demanda de soluciones basadas en fibra que puedan procesarse en equipos habitualmente destinados a materiales plásticos, facilitando la transición hacia envases más sostenibles. El tratamiento proporciona una excelente capacidad de sellado a altas velocidades de producción, garantizando la integridad del envase y la eficiencia de las líneas de envasado. Además, ofrece una elevada resistencia al desgarro y al estallido, permitiendo su utilización en aplicaciones que requieren una combinación de resistencia mecánica y facilidad de procesado. Al tratarse de una solución basada en papel, FibreSeal™ admite impresión de alta calidad tanto sobre papeles blancos como marrones, convirtiéndose en un soporte ideal para estrategias de branding y comunicación de marca.

Su apariencia natural y su versatilidad gráfica permiten desarrollar envases atractivos sin renunciar a los requisitos funcionales del proceso industrial. La solución está especialmente orientada a aplicaciones de envase primario que no requieren barreras frente al oxígeno o la humedad. Además, es compatible con numerosas líneas de envasado existentes originalmente diseñadas para materiales plásticos, requiriendo únicamente ajustes operativos de parámetros, lo que minimiza las inversiones necesarias para su adopción industrial. FibreSeal™ facilita así la sustitución de estructuras complejas por una alternativa basada en fibra, reciclable y preparada para las exigencias productivas de la industria moderna.

PREMIO LIDERPACK E-COMMERCE

2in1® e-Flex

La caja e-commerce con interior regulable

- Cierre multifunción único y sensorial
- Sistema Flex: Regula su capacidad interior
- Menos espacio y más protección
- Cierre autoadhesivo, seguro y rápido
- Protección contra el ruido y protección frente a golpes
- Mayor resistencia



2in1® E-Flex

CAPSA PACKAGING

Uno de los mayores retos para las compañías que se dedican a la venta online es acertar con la caja ideal a pesar de tener distintos productos con tamaños variables y no depender de excesivas referencias de cajas, ya que, a mayores referencias, necesitas mejor gestión logística y capacidad de almacenaje.

Para este 'mix de productos' hemos creado la caja de cartón ideal: la caja e-commerce regulables 2in1® e-Flex.

Esta caja resulta muy útil para las empresas que venden productos con tamaños muy variados.

El diseño y la fabricación de estas cajas es especial.

Además de contar con una sola pieza de cartón ondulado en vertical, lo cual concede una continuidad entre las tapas y las paredes de la caja, las cajas incluyen dos solapas adicionales en el interior, que permiten regular su capacidad. Este sistema recibe el nombre de Sistema Flex y es muy eficaz porque reduce el espacio útil y a la vez sujeta el producto o los productos.

Este sistema elimina la necesidad de incluir material de embalaje para relleno y/o protección y se ahorran costes innecesarios.

El Sistema Flex, se adapta a varias opciones de producto y tamaños.

Es decir, una misma referencia de caja funciona para enviar productos diferentes de tamaño bajo.

Las solapas se pueden quitar o doblar gracias al punteado de rasgado y permite generar cavidades de distintos tamaños con gran facilidad.

Sin embargo, si se prefiere mantenerlas, estas se pueden imprimir por una sola cara y lograr el efecto de impresión de manera interna y externa.

Así, conseguimos otro ahorro económico y mayor experiencia de compra.

Además del sistema Flex, las otras 4 solapas libres nos permiten incluir nuestro patentado sistema de cierre multifunción 2in1® que permite hacer envíos seguros y almacenar los contenidos de forma práctica y limpia, además de evita los posibles intentos de hurtos, lo cual logra una inviolabilidad del contenido.

Estas cajas son perfectas para el mundo e-commerce.

En concreto, están dirigidas al sector industrial, farmacéutico, cosmético, tecnológico, textil, artes gráficas, alimentación; que cuentan con un alto 'mix de productos' de bajo tamaño.

Para contrarrestar gastos en múltiples referencias, puedes optar por las cajas e-commerce regulables con cierre adhesivo 2in1® e-Flex y así aprovechar una misma referencia para el envío de productos variados.

PREMIO LIDERPACK E-COMMERCE



From Lab to Field_ExoLactate_GEL_B2C **MIRALLES CARTONAJES**

Lanzamiento Nuevo producto de geles para uso deportivo, con distribución exclusiva en canal e-commerce. El sistema obtura por tramillado, sirve tanto en la caja grande (para asegurar la integridad del producto en envío), como en la pequeña (para dar la percepción de algo único y especial para ti). El unboxing combina obtura con mensaje para tu nueva "misión" en tu actividad deportiva. La lengüeta de la caja pequeña se puede re-utilizar; ya que una vez desprecintada, permite abrirla y cerrarla tantas veces se quiera.

PREMIO LIDERPACK ETIQUETAJE Y DECORACIÓN DE ENVASES



Orumia **AL MARGEN BRANDING & PACKAGING**

Orumia nace como una marca líquida, elegante y con una profunda conexión con la naturaleza. Tanto el aceite de aguacate como el vinagre de manzana son de producción ecológica, y el envase refleja esa pureza. Dos productos que se comercializan en el canal online y en tiendas especializadas, donde buscábamos un posicionamiento gourmet pero con un precio muy contenido. Mantenemos la etiqueta principal limpia, enfocando toda la atención del consumidor en la marca, la denominación exacta y el origen del producto. Destacan los troqueles y formas de las etiquetas que insinúan sutilmente el origen del fruto. La etiqueta del aceite de aguacate se ha realizado con una técnica en la que utilizamos un polipropileno transparente "No label look" que no deja burbujas en su colocación, combinado con un papel antigrasa Tintoretto Gesso greaseproof que van montados en el mismo soporte del rollo y se colocan de una sola vez. Este material no label look nos permite simular una serigrafía con oro líquido de relieve en la decoración y blanco en la marca sobre la botella. El Collarín como elemento de comunicación: Para mantener la pureza del frontal, desplazamos los "plus" del producto, el storytelling y el segundo idioma al collarín del envase. Este diseño de etiqueta ayuda posicionar el producto como una marca gourmet de calidad que se separa de todos los aceites de aguacate y vinagres de manzana del mercado creando una conexión con el consumidor a través de la decoración en su etiqueta.

PREMIO LIDERPACK ETIQUETAJE Y DECORACIÓN DE ENVASES



PANOT GAUDÍ - Cavas Hill
GRÁFICAS VARIAS, S.A.

PANOT GAUDÍ es una nueva imagen de producto con un concepto creativo claro; Barcelona en la forma y Penedès en el origen. El punto de partida es el “panot”, la emblemática baldosa que forma parte del paisaje urbano de Barcelona y que se ha convertido en uno de sus símbolos más reconocibles, se utiliza como hilo conductor que conecta dos territorios; Barcelona, como símbolo de diseño, cultura y creatividad, y el Penedés, como origen de unos cavas donde el tiempo y la crianza adquieren un papel protagonista enlazando la tradición vitivinícola de esta región con la creatividad, la arquitectura y el carácter cosmopolita de la ciudad.

Una etiqueta concebida para destacar en el lineal, aportar valor en el canal gastronómico y proyectar una imagen premium en los mercados nacionales e internacionales, conectando con un consumidor que valora el diseño, el origen y la autenticidad.

PREMIO LIDERPACK ETIQUETAJE Y DECORACIÓN DE ENVASES



Ginebra SA TUNA
GRÁFICAS VARIAS, S.A.

Sa Tuna Gin sigue es la historia de tres jóvenes que creyeron en una idea, en su territorio y en el deseo de hacer las cosas a su manera.

Empezó como un proyecto de Bachillerato y se convirtió en un desafío hasta que el 2022 abrieron su propia destilería en Forallac y lanzaron esta ginebra al mercado.

Hoy en día ya están presentes en más de 250 restaurantes, 7 de ellos con estrellas Michelin.

PREMIO LIDERPACK PET (mascotas)



NaturCanin Doypack 500gr
(Zip+Af+Laser+Cantos redondos)
FLEXOMED

Doypack de 500 g desarrollado específicamente para alimentación de mascotas, diseñado para combinar protección del producto, facilidad de uso y una experiencia de consumo cómoda para el usuario.

El formato incorpora cierre ZIP y sistema de apertura fácil, permitiendo abrir y cerrar el envase de forma sencilla y conservar el producto entre usos.

Su formato compacto facilita además la manipulación y almacenamiento en el hogar.

La incorporación de una ventana permite visualizar directamente el producto, mientras que los cantos redondeados y el acabado Soft Touch aportan un mayor confort de manipulación y una percepción cuidada del envase.

El formato Doypack permite además desarrollar una misma solución estructural para diferentes variedades y referencias, facilitando la creación de una familia de productos coherente y reconocible. Una solución de packaging para alimentación animal en la que funcionalidad, conservación, ergonomía y atractivo visual se integran en un único formato.

PREMIO LIDERPACK DIGITAL PACKAGING



Identidad digital para cada botella de vidrio reutilizable (MynVision)

Myneral Labs

El sector de bebidas gestiona millones de botellas de vidrio retornable sin conocer con precisión cuántas veces se reutiliza cada una.

MynVision, desarrollado por nuestra empresa e integrado en producción junto a Coca-Cola Europacific Partners y otra empresa, permite sustituir esas estimaciones por datos verificables de cada envase. El Proyecto conecta la fabricación de la botella, su lectura en las líneas de producción y la gestión de su historial. Se graba un código Data Matrix en el vidrio durante la fabricación, conforme al estándar CETIE.

Los equipos de visión artificial de MynVision leen y verifican ese identificador en los puntos de lectura y vinculan los registros a una misma botella. Coca-Cola Europacific Partners ha gestionado la integración del sistema en producción y su aplicación al circuito retornable.

Cada botella adquiere así una identidad digital propia y un historial que permite conocer sus llenados, seguir su recorrido por los puntos de lectura y registrar su salida de circulación.

El software de MynVision transforma estos datos en información para gestionar el parque de envases y planificar su reposición.

La innovación reside en hacer trazable cada botella sin etiquetas, chips ni materiales añadidos.

El único cambio en el envase es un código grabado que permanece durante toda su vida útil.

El equipo de MynVision se integra en las líneas existentes y funciona dentro del sistema de retorno actual, sin requerir una reorganización de las líneas ni un cambio en la operativa del embotellador. Nuestra empresa fabrica su hardware en España.

Conocer el uso real de cada botella permite tomar decisiones mejor fundamentadas sobre su continuidad en circulación, su retirada y la compra de envases nuevos.

Alargar la vida útil de los envases y reducir las pérdidas y la reposición puede disminuir el consumo de vidrio nuevo, la energía y las emisiones asociadas, además de generar ahorro para el embotellador. MynVision aporta una base medible para mejorar la eficiencia del modelo retornable.

El Proyecto nació en Barcelona, en el programa de innovación de Coca-Cola, y se lanzó en Alemania con Coca-Cola Europacific Partners y otra empresa.

El sistema funciona en la planta de Bad Neuenahr y se ha ampliado a una segunda planta en Lüneburg. Ha recibido el German Packaging Award 2026 en la categoría Digitalización.

La colaboración reúne tres capacidades esenciales: la fabricación del envase identificado, la tecnología que reconoce cada botella y la integración industrial que permite utilizar esos datos en producción.

El resultado es una solución aplicada al mercado que convierte la botella retornable en un activo digital trazable.

Producto físico presentado: Se presentan botellas con el código Data Matrix grabado en el vidrio, iguales a las utilizadas en producción y actualmente en circulación en el mercado alemán.

Las imágenes que acompañan la candidatura documentan el equipo de lectura MynVision, su integración en producción y el historial digital de una botella.

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



Luna Bloom
Caya Achón Cuenca
Escuela Superior de Diseño de Aragón

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



Luxury Jewel Case
Lara Valls y Cristina Alexandra Ienasescu
Universitat Jaume I

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



Eco-Roll
Valeria Rendón y Valeria Leopardi
Universitat Politècnica de València (Campus d'Alcoi)

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



Expositor Palotes, disfruta con Damel
**Alejandra Hong Rodríguez, Marina Urbaneja,
Ana Reoyo y Martín Romero**
Universidad de Valladolid

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



El Paloclope
**Celia Sáez, María Burgaleta, Fernando Leal y
Paula Ramos**
Universidad Politécnica de Madrid

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



La torre de Damel
**Miguel Herrera, Jorge Lasa, Octavio Sánchez y
Yolanda Jiménez**
Universidad Politécnica de Madrid

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



C-Bag

**Alba Martínez, Blanca Nevares, Blanca
Rodríguez-Tabernero e Inés Sánchez**

Universidad de Valladolid

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



C-Bagg

**Lucas Used, Álvaro Marco, Marcos Romero y
Guille Toledo**

Universidad de Zaragoza

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



De bolsa a semillero: una segunda vida florece

Luciana Oliver

CEU Cardenal Herrera

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



Fracta

Iñaki Aldazabal, Saioa Pérez, Amaia Resano y Lorea Zaballos

Mondragon Unibertsitatea

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



Airfry Ready

Elsa De Miguel, Paula Gómez y Adriana González

Universidad de Valladolid

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



AERIS

Ane Pelayo, Garazi Portillo y Yaiza Zuazo

Mondragon Unibertsitatea

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



Eco-Stand

Ana Moreno, Blanca Domínguez, Carmen Peribáñez y María Vela

Universidad de Zaragoza

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



Eco-Packaging Envolvente

Gisela Mészáros Ferrer

Universitat Politècnica de Catalunya

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



fold-0

Isaac Rojas Nogueira

EASD Valencia

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



Dosificador de Creatina

Carlos Fuente y David Fernández

Escuela Superior de Arte Principado de Asturias

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



Tapón dosificador

Laura Delgado

Escuela de Arte León Ortega

PREMIO LIDERPACK DISEÑO JOVEN



Tapa para bote premium reutilizable

Michael Faulring

CEU Cardenal Herrera

PLV

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE BEBIDAS



BARRICA GONZALEZ BYASS
POP TEAM DISPLAY

Expositor de suelo, para ubicar botella de producto, buscando la calidad y origen del mismo y su icono de producto premium pero en un expositor temporal.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE BEBIDAS



Expositor Cervezas GRAN VIA
PRIMERA LINEA VISUAL (GRUPO LA PLANA)

Expositor de cervezas diseñado y fabricado para nuestro cliente Cervezas GRAN VIA.

La idea era crear un expositor temporal muy vistoso, funcional, económico, totalmente reutilizable y reciclable para campañas de promoción. Este expositor está fabricado en cartón FSC impreso con tintas ecológicas con la característica más importante que nos pedía nuestro cliente, que se pudiera enviar desmontado y que el sistema de montaje fuera muy rápido en el punto de venta. Es un expositor muy vistoso, resistente y versátil ya que al tener una visión 360 del producto y de su imagen acompañado con la forma de la cerveza, hacen de él un elemento que no deja indiferente a ningún comprador que pase cerca de él.

Por su estructura permite hacer composiciones de islas en el punto de venta pudiendo llenar el espacio comercial asignado para la marca de la mejor manera posible. Es un elemento que el cliente puede almacenar en un espacio muy reducido que le permite ir llevando a cada punto de promoción los expositores necesarios para cada promoción que quieran realizar de una forma muy ágil y eficaz, requerimientos imprescindibles para poder estar presente el punto de venta.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE ALIMENTOS



Expositor Möller's
dgé-plv

Este expositor de sobremesa combina exposición y glorificación, realzando el atractivo diseño de la botella. Su disposición a 180° garantiza que el producto se muestre siempre frontalmente, mientras destaca el espacio destinado al díptico que permite ampliar la información y reforzar la comunicación de marca.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE ALIMENTOS



RULETA PROMOCIONAL FLORA
KLINGELE EMBALAJES IBERIA, S.L.

La Ruleta Promocional Flora es una propuesta de PLV diseñada para transformar una promoción puntual en una experiencia de marca memorable.

Su estructura vertical, coronada por una gran ruleta interactiva, convierte el expositor en un auténtico foco de atención, capaz de atraer al consumidor desde la distancia y generar participación inmediata. No solo actúa como elemento visual diferenciador, sino que introduce un componente lúdico que incrementa la interacción del público y favorece la recordación de la campaña.

Se consigue la complicidad con el consumidor y deja una buena experiencia y recuerdo en su memoria. Su facilidad de transporte, sumado a un montaje sencillo y la combinación de vistosidad, funcionalidad promocional y compromiso con la sostenibilidad convierte a esta ruleta en una solución especialmente eficaz para acciones temporales, lanzamientos, concursos o campañas de activación en tienda.

En definitiva, se trata de una pieza que demuestra cómo el packaging y el PLV pueden ir más allá de la mera exhibición del producto para convertirse en una herramienta estratégica de comunicación, participación y diferenciación de marca.

POPAI SPAIN AWARD | SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE ALIMENTOS



DISPLAY VIEIRA 26 **SMURFIT WESTROCK**

Desarrollado para la promoción de las almendras recubiertas Vieira, este PLV de gran formato (1200 x 800 x 2500 mm) ha sido concebido para maximizar la visibilidad de la marca y del producto en el punto de venta, combinando una elevada capacidad de exposición con un diseño estructural altamente diferencial.

La arquitectura multinivel permite una presentación ordenada y accesible de múltiples referencias, optimizando la reposición y facilitando la compra.

Su diseño destaca por ofrecer una doble identidad visual: gracias a la combinación de estructura y grafismo, el expositor muestra una apariencia completamente diferente según se observe desde el lado largo o desde el lado corto.

El uso de gamas cromáticas diferenciadas genera el efecto visual de estar ante dos PLV distintos, aumentando su capacidad de atracción y multiplicando los impactos sobre el consumidor.

La comunicación gráfica de 360° reproduce la identidad de la campaña “A Tradição É O Que Fazes Dela”, incorporando elementos decorativos inspirados en las almendras y recursos digitales como códigos QR que enriquecen la experiencia de marca.

El resultado es una solución PLV de gran impacto visual que combina capacidad expositiva, diferenciación estética, notoriedad de marca y funcionalidad comercial, convirtiéndose en un auténtico punto focal dentro del establecimiento.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE FARMACIA Y PARAFARMACIA



Campaña FOTOPROTECCION VERANO ISDIN ADAEQUO

Expositor de sobremesa fabricado en cartón, diseñado para la campaña de verano de ISDIN y destinado a reforzar la visibilidad de la gama de fotoprotectores en el punto de venta.

El expositor presenta una estructura compacta y estable, con una composición a tres niveles que permite mostrar el producto de forma destacada y facilitar su identificación por parte del consumidor. La gráfica combina los colores corporativos naranja y azul, junto con imágenes de ambiente veraniego, playa y protección solar, creando una comunicación visual fresca y atractiva.

La parte frontal incorpora una imagen de impacto de la campaña, acompañada de los productos ISDIN y mensajes relacionados con la protección solar. La base está decorada con un efecto de agua y paisaje costero, reforzando la asociación con el verano. El expositor está pensado para colocarse sobre mostradores, lineales o zonas promocionales de farmacia, ocupando poco espacio y facilitando la exposición ordenada de los productos.

Características principales:

- Fabricación en cartón ligero y resistente.
- Impresión gráfica a todo color y de alta calidad.
- Diseño específico para la campaña ISDIN Verano.
- Formato compacto y fácil de colocar en farmacia.
- Comunicación visual orientada a destacar la protección solar.
- Espacio frontal y superior destinado a la exposición de producto.
- Imagen de campaña integrada en la estructura del expositor.
- Montaje y manipulación sencillos.
- Solución promocional concebida para generar visibilidad y presencia de marca en el punto de venta

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE FARMACIA Y PARAFARMACIA



RITUALS INTUITIA BASKIAT

Espacio Rituals – Intuitia Limited Edition - Una isla de descubrimiento para una colección especial

El proyecto nace con el objetivo de crear un espacio promocional de alta visibilidad para Rituals, destinado a presentar y potenciar en el punto de venta su colección Intuitia Limited Edition. El reto consistía en desarrollar una implantación capaz de destacar dentro de un entorno comercial especialmente competitivo y saturado de estímulos, manteniendo al mismo tiempo los códigos de elegancia, cuidado y sofisticación propios de Rituals. La propuesta debía funcionar como espacio de exposición y venta, pero también como un elemento capaz de generar atracción a distancia, invitar al consumidor a acercarse y favorecer el descubrimiento de los diferentes productos de la colección.

La idea: crear un universo propio dentro del punto de venta

El concepto nace de la identidad visual de Intuitia y de su lenguaje cálido, ornamental y sofisticado.

En lugar de plantear un mueble promocional convencional, se concibe una isla de marca abierta y envolvente, capaz de ser descubierta desde cualquier dirección. Una gran plataforma circular delimita visualmente el espacio y sobre ella se distribuyen diferentes volúmenes expositivos, creando una composición dinámica y reconocible. La geometría circular elimina la idea de una única fachada: el consumidor puede aproximarse, recorrer el conjunto y descubrir el producto desde distintos ángulos. Todo el espacio se convierte en escaparate.

El cartón como material protagonista

Uno de los aspectos diferenciales del proyecto es la utilización del cartón como material principal para la construcción de gran parte de los elementos de la implantación. Su elección responde tanto a criterios funcionales como creativos. La ligereza del material facilita la producción, manipulación, transporte, montaje y posterior retirada de una instalación temporal, mientras que sus posibilidades constructivas permiten desarrollar diferentes geometrías, alturas y volúmenes dentro de un mismo sistema expositivo. Pero el reto iba un paso más allá: conseguir que una estructura realizada principalmente en folding/DD transmitiera una percepción premium acorde con el universo Rituals. Para ello, el material se transforma mediante gráfica y acabados cuidadosamente trabajados. Los tonos champagne, dorados suaves, verdes oliva y neutros cálidos dialogan con el packaging de Intuitia y consiguen que la percepción final trascienda la naturaleza del soporte. Las superficies de acabado metálico y reflectante interactúan con la iluminación del establecimiento y contribuyen a generar una percepción sofisticada sin recurrir a una presencia visual excesiva. Así, el cartón no se oculta como solución constructiva, sino que se utiliza como herramienta de diseño capaz de generar arquitectura efímera, comunicación y exposición de producto simultáneamente. Arquitectura de producto Sobre la plataforma circular se construye una composición formada por mesas, cilindros y volúmenes verticales de diferentes alturas, realizados principalmente en cartón y diseñados específicamente para organizar las distintas referencias de la colección. La gran mesa central actúa como núcleo de exposición, mientras que los elementos satélite amplían la superficie disponible y generan diferentes puntos de atención. El espacio inferior se aprovecha además para integrar producto de reposición de forma ordenada, combinando la dimensión estética con las necesidades operativas del punto de venta. Las distintas alturas aportan ritmo visual y permiten que producto y packaging formen parte activa de la composición. Un elemento icónico visible a distancia Presidiendo la instalación se encuentra una gran pieza vertical inspirada en el universo gráfico de Intuitia Limited Edition. Su silueta ornamental rompe deliberadamente con las geometrías circulares del mobiliario y funciona como elemento de reconocimiento y atracción a distancia. Integrada en la propia estructura expositiva.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE FARMACIA Y PARAFARMACIA



Floorstand Tiritas® – Aprender, jugar y descubrir en el punto de venta **BASKIAT CREATIVA**

Floorstand Tiritas® – Aprender, jugar y descubrir en el punto de venta

El proyecto nace de una necesidad muy concreta de la marca: desarrollar un floorstand capaz de ir más allá de la exposición de producto. El objetivo era crear un elemento de aproximadamente un metro de altura que permitiera albergar entre 40 y 50 unidades de producto mediante ganchos, pero que, al mismo tiempo, incorporara un componente didáctico e interactivo dirigido al público infantil. El reto consistía en transformar un soporte tradicional de PLV en una pequeña experiencia dentro del punto de venta: un elemento capaz de atraer la atención de niños y niñas, despertar su curiosidad y favorecer la interacción con la marca, sin perder en ningún momento su función comercial. La idea: convertir las Tiritas® en parte del juego

El concepto creativo surge del propio universo del producto.

Las Tiritas® infantiles dejan de entenderse únicamente como un elemento asociado a una pequeña herida para convertirse en algo cercano, amable y divertido. La propuesta incorpora un componente interactivo y didáctico que invita al niño o la niña a observar, identificar y relacionar las diferentes Tiritas® y sus diseños con los personajes y elementos representados en el expositor. De esta forma, el producto pasa a formar parte de una pequeña dinámica de descubrimiento y asociación. Con ayuda del velcro incorporado en las representaciones de Tiritas®, el niño/niña podrá colocar fácilmente donde considere las Tiritas®. Diseño, funcionalidad y material El floorstand está fabricado principalmente en cartón, un material que permite combinar las necesidades estructurales del expositor con una amplia superficie de comunicación gráfica. Su utilización permite desarrollar una solución ligera, optimizada para el transporte y la implantación en el punto de venta, además de ofrecer una gran versatilidad formal y de personalización mediante impresión. El diseño aprovecha las posibilidades constructivas del cartón mediante diferentes planos, volúmenes y refuerzos, creando una estructura visualmente atractiva y funcional. Los laterales triangulares contribuyen a proporcionar estabilidad al conjunto y, al mismo tiempo, se integran en el universo gráfico de la selva. Al tratarse de un elemento concebido para atraer la atención y fomentar la interacción directa de niños y niñas, la seguridad y la estabilidad fueron también aspectos relevantes durante su desarrollo. Por este motivo, la estructura interior incorpora un refuerzo de madera que aporta mayor peso y solidez al conjunto, mejorando su estabilidad frente a posibles empujes, contactos o manipulaciones durante la interacción. La estructura incorpora además una zona equipada con ganchos para albergar aproximadamente entre 40 y 50 unidades de producto, integrando capacidad comercial, comunicación e interacción en una única pieza.

Un diseño pensado para dos públicos

Uno de los aspectos fundamentales del proyecto fue conseguir que el floorstand funcionara simultáneamente para dos tipos de usuario. Para el niño debía resultar accesible, divertido y despertar la curiosidad. Para el adulto, debía comunicar claramente la gama, facilitar la identificación del producto y mantener una presentación ordenada y comprensible. Esta doble lectura condiciona tanto la arquitectura del expositor como su comunicación gráfica: la parte funcional presenta y dispensa el producto, mientras que la parte visual construye una historia alrededor de él.

De expositor a experiencia El resultado es un floorstand de cartón que busca convertir un elemento funcional de PLV en un pequeño punto de experiencia de marca. Producto, estructura, comunicación e interacción conviven en una misma pieza. La exposición comercial se integra dentro de una narrativa visual que invita al niño a acercarse, observar, descubrir y participar, mientras la marca consigue una presencia diferencial en el punto de venta.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE FARMACIA Y PARAFARMACIA



Expositor Aliviflex
dgé-plv

Este expositor de cartón destaca por su original estructura, que permite presentar el producto de forma atractiva y diferente desde prácticamente 360°.

Su amplia superficie de comunicación y la distribución por niveles facilitan la categorización visual de las distintas gamas, creando una exposición clara, dinámica y de gran impacto.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE ELECTRÓNICA, IMAGEN Y SONIDO



EXPOSITOR SOBREMESA FONTINI
ADAEQUO

Expositor de sobremesa Fontini — Presentación de interruptores artesanales

El proyecto nace de la necesidad de presentar y poner en valor la nueva gama de interruptores de diseño artesanal de Fontini, creando un elemento de PLV capaz de trasladar al punto de venta los valores que definen el producto: diseño, tradición, calidad y atención al detalle. La propuesta se materializa en un expositor de sobremesa compacto y de estética depurada, concebido para que los propios interruptores sean los protagonistas. Su estructura inclinada facilita la visualización y permite presentar diferentes modelos y acabados en una misma superficie, ofreciendo al usuario una lectura clara de la colección y favoreciendo la interacción directa con las piezas. El expositor está fabricado principalmente en PMMA, un material que permite conseguir superficies limpias, precisas y resistentes, acordes con el posicionamiento de la marca. Cada interruptor se integra mediante posicionadores realizados específicamente para cada pieza, lo que exige un trabajo especialmente riguroso de mecanizado, ajuste y acabado para garantizar una presentación perfectamente ordenada. Como complemento funcional, el conjunto incorpora un cajón lateral también realizado en PMMA, destinado al almacenamiento y dispensación de flyers e información comercial. De esta manera, la exposición física del producto se acompaña de un soporte informativo sin interferir en la composición principal. El diseño apuesta deliberadamente por la sobriedad formal y una gráfica mínima, generando un fondo neutro que realza las distintas geometrías, materiales y acabados de los interruptores. La disposición de las piezas permite apreciar tanto los modelos de inspiración tradicional como las propuestas más contemporáneas, reforzando la riqueza de la colección. El resultado es un elemento de PLV en el que diseño, precisión técnica y funcionalidad trabajan conjuntamente. Un expositor con personalidad propia que no compite con el producto, sino que lo enmarca y lo valoriza, transmitiendo una imagen de calidad, artesanía y elegancia coherente con el universo Fontini.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE SALUD Y BELLEZA



ANIMACIÓN SUMMER RABANNE ADAEQUO

Para los espacios en los centros El Corte Inglés, se precisa una animación con las promociones de Perfumes de Verano.

Se recrea un cartel (en piramide) y un carrito simulando un puesto "típico" de heladerías.

Al ser promocional y de poco tiempo en el punto de venta, se utiliza en un gran porcentaje de cartón como material principal, para los detalles más característicos, como el manillar o ruedas, se utiliza metal y plástico.

De esta forma se consigue una recreación perfecta con aire fresco y veraniego.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE SALUD Y BELLEZA



Expositor en forma de botella del producto ABC

ALTAVIA IBÉRICA

Expositor de suelo fabricado íntegramente en cartón de alta resistencia, diseñado estructuralmente para replicar a gran escala la silueta icónica del envase de la gama BLONDME de Schwarzkopf Professional.

Esta pieza de comunicación visual difumina la frontera entre un mueble expositor funcional y un impactante corpóreo publicitario gigante, logrando un reconocimiento de marca inmediato en el punto de venta.

Su acabado en tonos beige y dorado transmite una estética limpia, prémium y profesional que atrae la atención del cliente desde cualquier ángulo. Incorpora una hornacina central abierta que integra el espacio de exposición dentro del propio cuerpo de la botella, permitiendo albergar los productos reales de forma protegida y destacada.

Una solución ecoamigable, ligera y de gran presencia escénica para dinamizar el espacio comercial

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE SALUD Y BELLEZA



EXPOSITOR MINI TRAVEL BOBBI BROWN ADAEQUO

Expositor Bobbi Brown – Travel Minis Cuando el propio expositor cuenta el concepto de producto

El proyecto nace con un objetivo muy concreto: crear un expositor para presentar la gama de productos Bobbi Brown en formato viaje, consiguiendo que el consumidor comprendiera de forma inmediata y visual el principal beneficio de la colección: productos compactos, prácticos y pensados para viajar contigo. El reto consistía en ir más allá de una presentación convencional de producto y desarrollar un elemento capaz de comunicar el concepto “Travel Minis” incluso antes de leer el mensaje de campaña. La idea: convertir el expositor en una maleta. La inspiración surge directamente del contexto de uso del producto: el viaje. A partir de esta idea se diseña un expositor cuya arquitectura reproduce los códigos visuales de una maleta de viaje. Su silueta, el cuerpo acanalado, el asa superior y el pequeño pasaporte incorporado como detalle gráfico construyen una asociación inmediata y reconocible. De esta forma, continente y contenido comparten un mismo lenguaje: los productos de viaje se presentan dentro de una pieza que también parece preparada para viajar. La solución permite comunicar el concepto de manera sencilla, directa y memorable, transformando una necesidad funcional de exposición en un pequeño ejercicio de storytelling aplicado al punto de venta.

La impresión 3D como recurso de diseño Uno de los elementos diferenciales del proyecto es la utilización de tecnología de impresión 3D para la fabricación del cuerpo que recrea la maleta.

Esta tecnología permite reproducir con precisión su característica superficie acanalada, aportando volumen, textura y profundidad al conjunto. El objetivo no era simplemente incorporar una gráfica que evocara una maleta, sino conseguir una representación tridimensional reconocible, reforzando la sensación de estar ante un objeto real reinterpretado como expositor. La impresión 3D se convierte así en una herramienta al servicio del concepto creativo, permitiendo trasladar los códigos formales de un objeto cotidiano al lenguaje de la PLV.

Una combinación de materiales al servicio del concepto

Para completar el expositor se combinan diferentes materiales seleccionados en función de las necesidades estructurales, funcionales y estéticas de cada componente. El cuerpo principal de la maleta se realiza mediante impresión 3D, mientras que para la base, los estantes, las bandejas y los elementos visuales se emplean materiales plásticos, consiguiendo superficies limpias, resistentes y adecuadas para la exposición continuada del producto. El asa superior se fabrica en metal, reforzando tanto la estabilidad del elemento como el realismo de la representación de la maleta.

La combinación de impresión 3D, plástico y metal permite construir una pieza sólida y funcional, pero también cuidar los pequeños detalles que hacen reconocible el concepto y mantienen la estética premium asociada a Bobbi Brown. Arquitectura pensada para el producto La estructura se organiza verticalmente en diferentes niveles para optimizar la capacidad de exposición y estocaje sin renunciar a una presentación clara y ordenada.

Las bandejas transparentes permiten contener y organizar las distintas referencias manteniendo una elevada visibilidad del packaging. La transparencia reduce además el peso visual de los elementos funcionales, haciendo que sean el producto, el color rosa y la propia silueta de la maleta los que concentren la atención. La base negra actúa como elemento de contraste e incorpora la identidad Bobbi Brown, mientras que la combinación de negro, rosa y acabado metálico establece una jerarquía visual clara y coherente con el universo de la marca. Los detalles completan la historia

El concepto se refuerza mediante pequeños elementos que aportan una segunda lectura al expositor. El pasaporte situado en la parte superior, el asa, las estrías de la maleta y el mensaje “Travel Minis” funcionan conjuntamente para construir la narrativa.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE SALUD Y BELLEZA



LUMINOUS_Nivea_Beiersdorf
MIRALLES CARTONAJES S.A.

Expositor de suelo, para toda la gama de productos Nivea antimanchas.

El objetivo es resaltar el producto mediante un gran marco metálico, que consiga llevar la vista “eye catching” a toda la gama de producto bien organizado por categorías y referencias.

Diseño estructural mono material, con acabados metalizados en el marco glorificador.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE SALUD Y BELLEZA



Dolce & Gabbana Light Blue - GWP Cooler Bag
2025

PROMOCEAN SPAIN, S.L.

La bolsa isotérmica promocional de Dolce & Gabbana Light Blue 2025 combina una imagen de marca sofisticada con una funcionalidad práctica y reutilizable.

Su exterior está confeccionado íntegramente con tejidos de RPET, combinando el estampado Capri in Love con lona blanca de RPET.

Para garantizar un buen aislamiento térmico, incorpora una capa de espuma de PE de 3 mm con acabado de film de aluminio. El diseño se completa con asas blancas, una cremallera en color plata metalizado y un tirador personalizado de Dolce & Gabbana Beauty.

El resultado es un artículo promocional reutilizable que combina funcionalidad, calidad y una fuerte presencia de marca.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE PRODUCTO PARA EL HOGAR



Display triangular para isla de Moulinex
ALTAVIA IBÉRICA

Expositor PLV fabricado en una estructura híbrida de cartón y PET transparente, diseñado específicamente para ubicarse sobre un palet de producto en el lineal. Pese a no ser una pieza de gran formato, su logrado diseño consigue un impacto visual sobresaliente que destaca de inmediato en la zona de exposición.

La base trapezoidal en el distintivo color rojo de Moulinex funciona como un llamativo reclamo corporativo, mientras que la trasera en PET transparente aporta una gran ligereza visual sin recargar el conjunto.

En el centro, un potente troquelado técnico recrea la forma icónica de la cuchilla Powelix Technology, combinando acabados metalizados y gráficos con sensación de movimiento. El resultado es una solución vanguardista, dinámica y tecnológica, perfecta para estructurar y poner en valor la agrupación de producto en cabeceras o islas.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE PRODUCTO PARA EL HOGAR



Expositor Fischer Mundial
dgé-plv

Este Floorstand de cartón inspirado en el mundial pretende recordar en sus estanterías las graderías de un estadio de fútbol, la campaña de Fischer incluye el regalo del balón de fútbol del mundial integrado en el expositor si compra el producto premiado.

Una de las grandes dificultades que desentrañó este proyecto fue la capacidad y resistencia que debía cumplir el mueble al viajar completamente cargado de producto de Fischer y llegar indemne al punto de venta.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE MISCELÁNEA



GLORIFICADOR FINE SCENTS **ADAEQUO**

Glorificador Fine Scents — El perfume convertido en objeto editorial

El proyecto nace para la presentación y testeo de una nueva fragancia Fine Scents, con el objetivo de crear un elemento de PLV que fuera más allá de la exposición convencional del producto y aportara una experiencia visual vinculada al universo sofisticado de la marca. La propuesta toma como punto de partida la forma de un libro abierto, convirtiendo el glorificador en un soporte narrativo donde producto e imagen conviven en una misma composición. En una de sus páginas, el frasco de perfume queda perfectamente integrado y destacado; en la página opuesta, un visual de campaña completa la presentación y contextualiza el universo de la fragancia. Para conseguir el máximo realismo, la estructura se desarrolla mediante tecnología de impresión 3D, reproduciendo con precisión el volumen, las proporciones y los detalles característicos de un libro. La propia construcción incorpora un posicionador específico para alojar el frasco, consiguiendo que este forme parte de la composición de manera natural y mantenga una presencia protagonista. Uno de los aspectos clave del diseño es su capacidad de actualización. El visual gráfico puede sustituirse fácilmente gracias a un sistema de fijación mediante imanes, permitiendo adaptar el expositor a diferentes imágenes de campaña o mensajes sin necesidad de modificar la estructura principal. La inclinación del conjunto facilita además su utilización como glorificador de sobremesa, ofreciendo una correcta visibilidad tanto del perfume como de la comunicación gráfica y favoreciendo el acercamiento y testeo del producto en el punto de venta. El resultado es una pieza que combina impacto visual, funcionalidad y narrativa, transformando la presentación de una fragancia en una composición editorial tridimensional. Un glorificador con personalidad propia, concebido para captar la atención, poner en valor el producto y reforzar su carácter premium.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE MISCELÁNEA



Display modular libros_ Editorial CASALS **MIRALLES CARTONAJES, S.A.**

Sistema modular que permite colocar desde 1 hasta 12 módulos, en función del espacio específico de cada Punto de Venta, dando una gran versatilidad con una única unidad de producción.
La disposición "angular" permite una mayor visibilidad del producto por parte del consumidor final.
Misma estructura con múltiples impresiones, en función de cada título.

POPAI SPAIN AWARD AL MEJOR PLV DE MISCELÁNEA



Tótem Arena CEVICA **PRIMERA LINEA VISUAL (GRUPO LA PLANA)**

Tótem de Arena Experiencial diseñado y fabricado en colaboración con nuestro cliente SUMMUMSTUDIO para CEVICA. Se trataba de crear un elemento experiencial para diferentes puntos de promoción en los que era necesario generar "expectación" y "curiosidad" al comprador a la vez que una experiencia que consiguiera crear imagen de marca. Es una estructura permanente compuesta de 2 piezas en chapa lacada recubiertas con cerámica, metacrilato e iluminación. La pieza superior va dejando caer lentamente arena sobre la parte inferior iluminada y permite al comprador tocar la arena, pudiendo hacer formas y dibujos a la vez que esta misma arena va drenando hacia abajo. Todo este conjunto permite dar al cliente una experiencia única en todos los sentidos ya que está viendo el producto que quiere comprar a la vez que está distraído tocando la arena, escuchando como cae y viendo como drena hacia abajo.

Todo esto acompañado por la iluminación debajo de la arena hace de ello una experiencia que no deja indiferente al comprador.

EL JURADO

Presidente

Julio Berdún - MARKEM-IMAJE

Jurados

Àlex Govern - MORILLAS

Sergio Giménez – AIMPLAS

Carlos Aguilar - LUCIANO AGUILAR

Claudia Aguilar - LUCIANO AGUILAR

Eva Minguella - ELISAVA

Jordi Quera - ESAGRAF

M^a Dolors Herranz - FIRA DE BARCELONA

M^a José Hernández - INTEREMPRESAS

Pere Becerra – COMEXI

Marc Florensa - REVISTA VENTA DE PERFUMERÍA Y COSMÉTICA

Montse Castillo - REPAQ

Secretario

Ignasi Cusí – GRAPHISPACK ASOCIACIÓN/AESPACKAGING