



DOSSIER DE PRENSA

eDelivery Barcelona Expo & Congress 2018

**Del 5 al 7 de junio de 2018
Pabellón 8, Recinto Montjuic-Plaza España de Fira de Barcelona**

BARCELONA

Índice

- **Ficha Técnica** **p. 3**

- **eDelivery Barcelona 2018** **p. 4-7**
 - eDelivery Barcelona Expo & Congress **p. 4-5**
 - Los líderes del sector estarán presentes **p. 5**
 - “Tecnología, la gran revolución de la entrega”, título del eDelivery Barcelona Congress **p. 5-6**
 - #The Retailer Club, una firme apuesta por el Networking **p. 6**
 - Startup Connection Hub, la zona dedicada a las startups **p. 6-7**

- **Informe Económico** **p. 8-14**
 - Un sector que representa el 2,1% del PIB **p. 8**
 - El eCommerce facturó 25.354 millones de euros en España en 2017, un 22,2% más que el año anterior **p. 8-9**
 - En 2017 la distribución urbana de mercancías creció un 12,5% impulsada por el eCommerce **p. 9**
 - Las compras online, un 11% del total **p. 10**
 - El 40% de los paquetes se entregarán en un plazo de dos horas en 2028 **p. 11**
 - El 70% de los compradores online exige flexibilidad en la entrega **p. 11-12**
 - Un 95% de las compañías aún no ha digitalizado su cadena de suministro **p. 12-13**
 - El auge del ecommerce dispara un 7% la construcción de parques logísticos en España **p. 13-14**
 - El e-commerce genera la mitad de los contratos de alquiler de plataformas logísticas en España **p.14**

- **El Organizador: El Consorci de la Zona Franca de Barcelona** **p. 15-16**

FICHA TÉCNICA eDelivery Barcelona 2018

Denominación:	eDelivery Barcelona Expo & Congress
Organizador:	Consorti ZF Internacional, S.A.U.
Lugar de celebración:	Recinto de Montjuic-Plaza España de Fira de Barcelona. Pabellón 8 Avda. Reina Maria Cristina s/n 08004 Barcelona
Carácter:	Profesional
Ámbito:	Internacional
Periodicidad:	Anual
Edición:	Segunda
Fechas:	Del 5 al 7 de junio de 2018
Horario Expositores	De 08:00h a 20:00h
Horario Visitantes:	Del 5 al 6 de Junio de 09:00h a 19:00h. 7 de Junio de 09:00h a 18:00h
Empresas participantes:	50
Sectores representados:	Logística Operaciones Nuevas tecnologías Software Soluciones de e-logistics Sistemas de manipulación Soluciones de pago y servicios de privacidad y legal Consultoría

eDelivery Barcelona Congress & Expo 2018

Los operadores logísticos y empresas de transporte urgente se han visto obligados a modificar su modelo de negocio y a adaptarse a los nuevos hábitos de compra con el auge del eCommerce, un sector que en 2017 alcanzó los 25.354 millones de euros de facturación. El eCommerce está obligando a replantear las cadenas de suministro tradicionales y está generando una serie de retos y problemas a los que hay que dar respuesta. En este contexto se celebrará la segunda edición de **eDelivery Barcelona**, el gran evento que pondrá el foco de atención en la entrega y la logística como claves del éxito del eCommerce y la multicanalidad. Como ya sucedió en su anterior convocatoria **eDelivery Barcelona** unirá sinergias con la celebración del SIL 2018, la Feria Líder de la Logística, Transporte, Intralogística y Supply Chain de Sur de Europa.

El comercio electrónico se ha convertido en una realidad constante en nuestras vidas y su evolución parece ya imparable. Estamos ante un canal de venta donde el cliente tiene el poder, tiene al alcance una gran cantidad de información y elige dónde y cuándo quiere el producto. Esta nueva realidad ha obligado a las empresas a adaptarse a ella. Por un lado, han tenido que incrementar sus canales de reparto, pues **la distribución de mercancías creció un 12,5% en 2017 impulsada por el eCommerce hasta alcanzar los 239,58 millones de toneladas**, según datos del Ministerio de Fomento. Por otro lado, **un 70% de los compradores online exige flexibilidad en la entrega**, lo que conlleva una serie de retos para las empresas como son el de la rapidez que sea compatible con un precio asequible. Las empresas logísticas son conscientes de estos retos. Según un estudio de Zebra Technologies Corporation, **el 40% de ellas afirma que podrá realizar la entrega en un plazo de dos horas para el año 2028**. Es más, el 78% de las compañías de logística espera entregar los pedidos el mismo día de cara a 2030.

El incumplimiento en los plazos de entrega y la entrega de pedidos incorrectos son los dos principales problemas que señalan los clientes del eCommerce. Fallar en uno de estos dos aspectos puede significar la pérdida de un cliente, toda una fatalidad tratándose de un entorno tan competitivo.

En la actualidad muchas empresas ofrecen diferentes tipos de servicios de transporte: envíos a domicilio, envíos en 24 horas, entregas en menos de 2 horas, entregas en tienda, recogida en puntos de conveniencia, casilleros con clave en estaciones y aeropuertos... Al mismo tiempo, sea cual sea el método de entrega, el cliente quiere estar informado en todo momento y durante todo el proceso del estado de pedido. Todo

ello obliga a las empresas a conseguir un partner que ofrezca una experiencia de compra global por medio de la integración de los canales de comunicación y los canales logísticos. El mejor escenario para encontrar las mejores soluciones que le ayuden a tener éxito en su estrategia multicanal o en su negocio ecommerce, donde al mismo tiempo se discutirán y debatirán los aspectos claves del sector será eDelivery Barcelona, que tendrá lugar del 5 al 7 de junio, en el pabellón 8 del recinto Montjuic-Plaza España de Fira Barcelona.

Los líderes del sector estarán presentes

eDelivery Barcelona contará con una zona de exposición que contará con la participación de empresas de logística, operaciones, nuevas tecnologías, software, soluciones de e-logistics, sistemas de manipulación, consultoría, soluciones de pago y servicios de privacidad y legal. Entre las empresas más destacadas que ya han confirmado su participación cabe destacar a **DHL, Correos, Stuart, MRW, Celeritas Transporte y Logística, Correos Express, Grupo Actúa (BTS + Actúa), Banco Sabadell, DS Smith, SSI Schaefer, Total Wine Pack, Setroc Manufacturas Metálicas, Ecoscooting, Goodman, Nubalia Cloud Computing, Pstyle by Practics, Scoobic, Torrot, CITET, Vanderlande, Recshipping by Nektria, Be Electrics, Alfil Logistics o StrongPoint**, entre otras.

“Tecnología, la gran revolución de la entrega”, título del eDelivery Barcelona Congress

Del 5 al 7 de junio **eDelivery Barcelona** también acogerá un Congreso de primer nivel que contará, entre sus más de 50 speakers, con las voces más autorizadas del sector que nos acercarán casos de las empresas más exitosas en la implantación de su negocio digital como es el caso de **Bauhaus, Ametller Orígen, Dia, FNAC, Worten, Decathlon, Bon Área, Deliveroo, Grupo Cortefiel, Casa Viva, Westwing, Pisamonas, Electrocosto, Stuart, IBM, Privalia, StylePsychology, Piensaymascotas o Swarovski**.

Blanca Sorigué, Directora General de eDelivery Barcelona explica que ***“eDelivery Barcelona Congress pondrá relieve especial en el futuro de las entregas en el eCommerce como factor determinante en la satisfacción de la experiencia de compra del consumidor”***. Sorigué añade que ***“el programa de eDelivery Barcelona Congress será impresionante y contará con sesiones sobre innovación y últimas***

tendencias en entregas, última milla y operaciones, comercio global y transfronterizo, blockchain y ciberseguridad, operaciones de entregas, omnicanalidad, atención al cliente y picos de demanda, la revolución del fulfillment...”.

#The Retailer Club, una firme apuesta por el Networking

En **eDelivery Barcelona Expo & Congress** el **networking** y los contactos estarán más presentes que nunca. Por ello **eDelivery Barcelona** ha creado el **#The Retailer Club**, un espacio donde las empresas participantes del evento pondrán contactar con CEOs, COOs, CIOs, eCommerce Managers y Logistics & Supply Chain Managers de los principales Retailers y e-tailers a través de Speed Datings y Networking Lunch. Empresas como **Abacus, Bicimarket.com, Calzado de Protección, Gocco, Inditex Logística, La Sirena Alimentación Congelada, Lupo Barcelona, GM Food Ibérica, Mascoteros Digital Factory, Zooplus, AKI Bricolaje, Beauty at Home, Bricor El Corte Inglés, Caprabo, Caramelo, Carrefour, Casa Viva, Electrocosto, IMC Toys, Intersport, Intropia, Lidl, Makro, Mango, Worten, Privalia, Pull & Bear España, Querol, Tous & Tous Complements, Toys R Us** ... son sólo algunas de las empresas que forman parte de **#The Retailer Club**.

Startup Connection Hub, la zona dedicada a las startups

eDelivery Barcelona contará con una zona de exposición dedicada a Startups. Se trata del **Startup Connection Hub**, un espacio que presentará la oferta de empresas disruptivas con soluciones que impactan en la logística y Supply Chain del eCommerce. **Startup Connection Hub**, que cuenta con el patrocinio del Ayuntamiento de Barcelona y Banco Sabadell y la colaboración de La Salle Technova, permitirá a este tipo de empresas presentar sus soluciones creativas e innovadoras delante de corporaciones de todo el mundo, inversores y corporate ventures. También podrán mostrar sus proyectos innovadores en un Pitch de 5 minutos delante de clientes, proveedores, inversores, potenciales partners y, en general, una audiencia internacional especializada.

En la presente edición se ha lanzado una “call” a 650 startups internacionales a la que han respondido más de 60 startups, de las cuales se han seleccionado a 5 de ellas para participar gratuitamente en eDelivery Barcelona. Al mismo tiempo, éstas 5 startups también son las empresas finalistas que optarán a conseguir el Premio a la Mejor Startup de eDelivery Barcelona, patrocinado por Banco Sabadell, y que se entregará durante el

acto de clausura de la Feria el jueves 7 de junio a mediodía. Las startups seleccionadas han sido las siguientes: **ChainGo, Elioport, Freightalia, Manzaning y Outvio.**

Entre las Startups finalistas encontramos propuestas muy disruptivas e ingeniosas. **ChainGo** ofrece soluciones basadas en la tecnología blockchain enfocada al transporte marítimo de mercancías. **Elioport** presenta una flota de robots terrestres de autocarga y descarga para solucionar el problema de la entrega de la última milla. Freightalia, por su parte, permite a los transitarios enviar cotizaciones a sus clientes en tiempo real. La plataforma de **Manzaning** permite la digitalización del pequeño comercio y de proximidad haciéndolos competitivos frente a las grandes superficies o players on line. Por último, **Outvio** presenta una plataforma donde cualquier tienda online puede integrarse, sin tener que desarrollar un software a medida, y enviar a todo el mundo, con precios bajos, con seguimiento de pedidos unificado en un mapa y tiempo real, con estadísticas de su negocio y con devoluciones automáticas.

Informe Económico

El presente informe se ha elaborado a partir de datos extraídos de prestigiosos estudios, informes y artículos que se han ido publicando a lo largo del año en distintos medios de comunicación.

Un sector que representa el 2,1% del PIB

Según el informe “Sociedad Digital en España en 2017” de la Fundación Telefónica, el sector del comercio electrónico contribuye en 2,1% al PIB, cifra que incluye empresas comerciales y la logística implicada en las entregas.

El eCommerce facturó 25.354 millones de euros en España en 2017, un 22,2% más que el año anterior

El sector del eCommerce está imparable. Si el año 2015 registró un volumen de negocio de los 20.013 millones de euros, en 2016 fue de 24.185 y en 2017 ha llegado a alcanzar los 25.354 millones de euros de facturación, según el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información.

Esta cifra supone un 2,1% del Producto Interior Bruto español, una cifra importante pero que todavía se encuentra por debajo de los niveles de los países europeos como Gran Bretaña (7,2% del PIB), Dinamarca (4,9%) o Finlandia (3,9%). Las expectativas apuntan a que España seguirá los pasos de sus vecinos europeos y el volumen de facturación de comercio electrónico continuará creciendo, tal y como ha venido haciendo de manera constante en los últimos años. Especialmente si tenemos en cuenta que el gasto medio por comprador se ha incrementado también hasta alcanzar los 1.954 euros, según los datos del Observatorio Cetelem sobre eCommerce 2017.

Según este estudio, los sectores de actividad que obtuvieron mayores ingresos con el comercio electrónico fueron los relacionados con el turismo como las agencias de viaje y operadores turísticos, que obtuvieron un 14,2% y el transporte aéreo que obtuvo un 11,7%. Le siguieron las prendas de vestir (6%), los espectáculos artísticos, deportivos y recreativos (4,6%) y el marketing directo (5,4%).

Los motivos por el que el volumen de comercio electrónico continúa creciendo son el precio, las promociones y ofertas (75,3%) y la comodidad (68,6%). Para los detractores

del comercio electrónico, el principal motivo por el que que no compran online es la preferencia por ver el producto en tienda (74,2%).

El mercado extranjero preferido por los españoles para sus compras online es el de la Unión Europea. Un 94,8% de operaciones realizadas en el exterior fue a países pertenecientes a la Unión Europea, mientras que el mercado de Estados Unidos está perdiendo relevancia pues se ha visto reducido de un 3,4 al 2,9% de las operaciones.

En 2017 la distribución urbana de mercancías creció un 12,5% impulsada por el eCommerce

El incremento en el movimiento de mercancías que genera el comercio electrónico dentro de los núcleos urbanos se dejó sentir en los volúmenes de distribución urbana a lo largo de 2017 y de manera especial al final del pasado ejercicio. Según las cifras del Ministerio de Fomento, el movimiento intramunicipal de mercancías alcanzó en 2017 un volumen total de 239,58 millones de toneladas, lo que significa un incremento de un 12,49% con relación a 2016 y que, además, supone un dato que coloca a este segmento del transporte cómo el que mejor ha evolucionado a lo largo del pasado ejercicio.

Estos volúmenes reflejan, por un lado, la consolidación de la recuperación económica que lleva a un mayor consumo en los grandes núcleos de población, lo que implica mayores necesidades de transporte, mientras que, por otro lado, también dan cuenta de los importantes volúmenes de mercancía que mueve el comercio electrónico. En este sentido, fue especialmente significativo el aumento del volumen de mercancía que se movió dentro de las ciudades en el cuarto trimestre de 2017, período en el que se juntaron fechas clave para el reparto de e-commerce como el 'Black Friday', el 'Cyber Monday' y la campaña navideña, y que ascendió a un total de 65,75 millones de toneladas, un 26,09% más que entre octubre y diciembre de 2016, así como un 1,39% más que en el período que va de julio a septiembre de 2017.

Las compras online, un 11% del total

El 11% de las compras que realizamos en España son online, según los resultados del "eShopper Barometer", informe realizado por SEUR y DPDgroup. Esta cifra está muy cerca de la europea, donde las compras online suponen un 11,3% del total. Encabeza

la lista el Reino Unido, con un 13,7% de las compras, seguido de Alemania con un 13,5%.

Con respecto al producto preferido, el eShopper Barometer apunta que, a la hora de comprar online, la categoría reina es la moda. Representa un 48% de las compras que se realizaron en España en el último año, seguido de los productos de belleza con un 38% y tecnología con un 36%. Como novedad con respecto al año pasado, el informe subraya la entrada dentro de los “top ten” de los productos frescos y bebidas, que representan un 18% de las compras online en España.

Otro factor que tiene en cuenta el eShopper Barometer en la elaboración de su estudio es cuál es el dispositivo preferido por los usuarios para realizar sus compras online. La conclusión es que los ordenadores portátiles siguen siendo los favoritos para realizar estas compras, pues representan un 61% del total, seguidos de los ordenadores de escritorio (52%), smartphones (39%) y tablets (25%).

La opción de entrega a domicilio es la preferida por el 81 por 100 de compradores online en Europa, si bien hay otras vías que van ganando nuevos adeptos como las taquillas inteligentes o las tiendas de paquetería o minoristas. Con respecto a la experiencia del cliente, el estudio afirma que un 85% de los compradores consideran que su última compra fue fácil y el 75% quedaron satisfechos con la experiencia. Los motivos que propician la compra son los procesos de entrega y devolución gratuitos, con un 94%, la transparencia sobre el coste con un 91% y las descripciones detalladas, con un 90%.

Pese a que lo normal se realizar compras en el país de residencia, una tendencia a tener en cuenta es que un 20,5 por ciento de los eShoppers españoles ha utilizado webs extranjeras, un porcentaje por encima de la media europea (19,2%). Las razones por las que está creciendo esta tendencia es para contar con mejores ofertas y disponibilidad de productos específicos.

El 40% de los paquetes se entregarán en un plazo de dos horas en 2028

Un estudio de Zebra Technologies Corporation revela que el 78% de las compañías de logística espera entregar los pedidos el mismo día de cara a 2030 y el 40% anticipa la entrega en un plazo de dos horas para el año 2028. Además, el 87% de los encuestados

pretende externalizar las entregas o utilizar una red de conductores que eligen completar un pedido específico para 2028.

Por otra parte, el documento señala que el 76% de los minoristas encuestados usa el inventario de la tienda para completar los pedidos online, y el 86% planea implementar la compra online con recogida en tienda el próximo año. En este sentido, los retailers están invirtiendo en la modernización de las tiendas para funcionar como centros de pedido online y reduciendo el espacio de venta para acomodar las devoluciones y recogidas del comercio electrónico.

Asimismo, el 87% de los encuestados comentan que aceptar y administrar los productos devueltos es un desafío. A este respecto coinciden en destacar que el aumento en la entrega gratuita y rápida se corresponde con un aumento en las devoluciones, una costosa preocupación que los minoristas luchan por administrar eficientemente a través de diferentes modelos de compra. Por ello, siete de cada diez ejecutivos encuestados están de acuerdo en que cada vez más comercios minoristas convertirán las tiendas en centros que se ajusten perfectamente a las devoluciones. Más del 60% que actualmente no ofrece envíos o devoluciones gratuitos planea realizar entregas en el mismo día, mientras que el 44% subcontratará la gestión de devoluciones a un tercero.

El 70% de los compradores online exige flexibilidad en la entrega

Siete de cada diez consumidores online exige entregas flexibles, según el último WorldPanel de Kantar sobre las preferencias del consumidor de eCommerce. Para adaptarse a esta exigencia, muchos comercios han comenzado a ofrecer servicios de entrega rápida, pero este modelo plantea una serie de retos.

El primero reto que plantea el WorldPanel de Kantar es el de la rapidez y fiabilidad, pues cinco de cada diez consumidores consideran elemental poder recibir su pedido en una hora. El segundo a tener en cuenta es el del coste, que ha de ser asequible, pese a la complejidad de la entrega flexible. Otro reto es el de la conveniencia, pues ocho de cada diez hogares le dan prácticamente la misma importancia a las facilidades a la hora de recibir sus productos que al precio y la calidad de éstos. Otro reto a tener en cuenta es el de la transparencia y comunicación, donde el consumidor pueda conocer el estado de su pedido con un tracking seguro y en tiempo real.

Un 95% de las compañías aún no ha digitalizado su cadena de suministro

Un informe realizado por DHL, ‘La digitalización y las cadenas de suministro ¿Dónde estamos y qué está por venir?’, revela que las nuevas tecnologías y soluciones se están desarrollando a un ritmo acelerado y afectan a las industrias en múltiples frentes, con cadenas de suministros que luchan por mantenerse al día. La encuesta global, que se ha realizado a cerca de 350 profesionales del área de cadena de suministro y operaciones de empresas de diferentes sectores, revela que el 95% de los encuestados no está aprovechando al máximo los posibles beneficios de reducción de costes que la información -física y analítica- puede ofrecer.

‘La digitalización y la cadena de suministro ¿Dónde estamos y qué está por venir?’ es un informe elaborado por **Lisa Harrington, presidenta de IHarrington Group LLC** y comisionado por DHL con el objetivo de conocer cómo está lidiando la industria con el entorno que plantea el aumento de digitalización en las cadenas de suministro. La **robótica, la inteligencia artificial, la realidad aumentada, el blockchain, el big data** o los **sensores** son solo algunas de las tecnologías que han modificado las cadenas de suministro tradicionales y que las empresas deberían integrar en sus operaciones y estrategias de cadenas de suministro.

Los encuestados han calificado el análisis de big data como la solución de información más importante; el **73% asegura que su compañía está invirtiendo en esta tecnología**, por delante de aplicaciones basadas en la **nube (63%)**, el **Internet de las cosas (54%)**, modelos **blockchain (51%)**, **aprendizaje automático (46%)** o **economía compartida (34%)**. La importancia del hardware físico se ha centrado en la robótica, según el **63% de los encuestados**, superando a la **inteligencia artificial (40%)**, la **impresión en 3D (33%)**, y la **realidad aumentada y los drones (28%)**.

Las empresas han comenzado a analizar la situación, y así, **un 39% de los encuestados asegura que sus empresas están desarrollando una o más soluciones de información de análisis, aunque tan solo el 31% está haciendo lo**

mismo en aplicaciones físicas. Las razones de esa lentitud son sintomáticas de los escenarios tradicionales de cambio organizacional. En cuanto a aplicaciones de tecnología de hardware, el 68% señala que la fiabilidad es la principal preocupación, mientras que el 65% muestra una resistencia al cambio en su organización, seguido de un insuficiente rendimiento de la inversión (64%). Comparativamente, para soluciones de información y análisis, el 78% de los encuestados han informado que los silos organizacionales y sistemas heredados han sido los principales impedimentos, seguidos de la falta de experiencia especializada en talento (70%).

El auge del ecommerce dispara un 7% la construcción de parques logísticos en España

A finales de 2017 se encontraban en funcionamiento 152 parques logísticos en España, habiéndose inaugurado una veintena de nuevas instalaciones en los últimos cuatro años. La superficie total de los parques se aproximó a los **60 millones de metros cuadrados.** Estas son algunas conclusiones del Informe Especial “Parques Logísticos” publicado recientemente por el Observatorio Sectorial DBK de INFORMA. La buena coyuntura y el dinamismo de la demanda de servicios logísticos, en buena medida derivado del auge del comercio electrónico, se están traduciendo en mayores necesidades de infraestructuras adecuadas.

Cataluña y Madrid, comunidades autónomas con mayor número de instalaciones, concentran además la mayor parte de las últimas inauguraciones. Así, 13 de las 17 aperturas realizadas en el período 2015-2017 se localizan en estas dos zonas. La superficie total de los parques aumentó casi un 10% en dicho período, hasta los 58,7 millones de metros cuadrados. Por su parte, la superficie edificable era de 28,4 millones de metros cuadrados, cifra que se incrementó en cerca de 3 millones de metros cuadrados.

Tras el repunte del año 2016, en el que dos de los cuatro parques inaugurados eran de gran tamaño, en 2017 se retomó la tendencia de reducción de la superficie media que se venía registrando en los años anteriores. En 2017 se contabilizaban cerca de 386.500

metros cuadrados por parque, mientras que la superficie edificable media disminuyó hasta los 186.500 metros cuadrados.

El e-commerce genera la mitad de los contratos de alquiler de plataformas logísticas en España

El e-commerce se ha convertido en el auténtico revulsivo del negocio inmo­logístico español. Según CBRE España, casi el 50% de los contratos de alquiler de naves logísticas corresponden ya a actividades relacionadas con el comercio electrónico y las previsiones sugieren que este negocio continuará espoleando la actividad logística en los próximos años.

Desde la consultora tienen claro que si hay un sector inmobiliario que atraviesa un nuevo ciclo, ese es el logístico, donde la irrupción del e-commerce ha tenido repercusiones muy positivas. El negocio online ha permitido que en apenas cinco años la inversión captada por el sector logístico se haya multiplicado por diez, pasando de unos 200 millones de euros en 2012 hasta situarse en casi 2.000 millones en 2017, según los datos aportados por la consultora. Los expertos consideran fundamental que el sector inmo­logístico continúe reaccionando a las nuevas necesidades del e-commerce, que requiere de amplios espacios en las afueras de las ciudades, pero también de centros de distribución urbana.

EL ORGANIZADOR: EL CONSORCI DE LA ZONA FRANCA DE BARCELONA

El Consorci de la Zona Franca de Barcelona (CZFB), primer consorcio instituido en España (1916), es una entidad pública de dinamización económica, que opera principalmente en el área metropolitana de Barcelona.

Su actividad principal es gestionar el Polígono Industrial de la Zona Franca y de su Zona Franca Aduanera, así como administrar sus activos y favorecer la proyección internacional de Barcelona, Cataluña y España en los sectores ferial, logístico e inmobiliario. Para ello, dispone de más de 12.000.000 m² de suelo industrial y urbano, en distintas fases de realización.

Su misión corporativa es propiciar el progreso social y la creación de empleo, a partir de la implantación industrial y logística, el desarrollo empresarial y de escenarios para la actividad económica, y la transferencia tecnológica. En cada ciclo histórico ha contribuido al crecimiento económico y social con iniciativas pioneras.

Los organismos rectores de la entidad están formados por representantes de las principales entidades del ámbito económico de Barcelona, representantes del Ayuntamiento de Barcelona y del Gobierno de España: las decisiones plenarios son un reflejo de su espíritu de concertación público-privada.

El Consorci de la Zona Franca, cuyo actual Delegado Especial del Estado es Jordi Cornet, tiene un protagonismo destacado en el potencial económico de la ciudad de Barcelona y su área metropolitana.

La capital catalana es el núcleo de la región metropolitana: 2.500 km², cerca de 5.000.000 de habitantes, el 10% de la población española. Su dinámica y diversificada economía genera el 19% del PIB y de las exportaciones españolas (Barcelona en cifras).

Como plataforma de aterrizaje empresarial de dicha conurbación, el Consorci gestiona el gran Polígono Industrial de la Zona Franca, con 6.000.000 m² y casi 300 empresas instaladas: una plataforma productiva global, cuyas naves industriales y logísticas cuentan con una conectividad privilegiada, gracias a su fácil acceso al puerto, el aeropuerto, los enlaces viarios internacionales y a la principal estación ferroviaria de mercancías.

Además, el Consorci es un promotor inmobiliario público con fuerte protagonismo en el área barcelonesa, donde desarrolla oficinas y edificios singulares, que generan riqueza y actividad empresarial; y regenera zonas urbanas para mejorar el urbanismo y la calidad de vida de sus habitantes.

Creadora de espacios para la economía productiva y la transferencia tecnológica, dentro y fuera de la ciudad de Barcelona, también refuerza la proyección de la economía local mediante eventos empresariales internacionales punteros, como la feria inmobiliaria Barcelona Meeting Point (BMP) y la logística Salón Internacional de la Logística y de la Manutención (SIL).