

بسته‌بندی

www.iranpack.ir

ISSN 1735-4749

سال یازدهم • ۱۳۸۷ • ۲۰۰۰ تومان



برندگان مسابقه بسته‌های مقوایی اروپا



جایزه مجمع بین‌المللی طراحی iF
برگزیدگان بخش بسته‌بندی



تازه‌های بسته‌بندی شامل اخبار محصولات،
مواد، طرح‌ها و ماشین‌آلات جدید بسته‌بندی



۲۸ سال سابقه
ساخت دستگاه شریک‌پک

گزارشی به مناسبت
بیست و هشتمین سال فعالیت
شرکت شیرزاد

در ایران

گروه ارنِت معرف پتترین ماشین آلات خطوط تولید محصولات پلاستیکی، پلیمری و چاپ

Ornet

خطوط تولید و ماشین آلات

- انواع دستگاههای چاپ فلکسوگراف و روتوگراور
- دستگاههای لمینیت
- دستگاههای جانبی چاپ (برش، دوخت مرکزی و رول به رول -)
- خط تولید انواع نی آشامیدنی
- انواع بسته بندی نی صاف و عصایی
- خط تولید فیلمهای PVC شرینگ
- خط تولید تسمه های بسته بندی پلی پروپیلنی
- خط تولید تسمه های بسته بندی فشار قوی PET
- خط تولید شلنگ های خرطومی PVC
- ماشین آلات تولید بطری و ظروف PET
- خط تولید تیوبهای پلی اتیلنی برای مصارف بهداشتی، آرایشی و دارویی
- ماشین آلات تولید ورق PP, PE, PS Foam, ABS, HIPS
- دستگاههای و کیوم فورمینگ و ترموفورمینگ برای تولید ظروف یکبار مصرف



■ دستگاههای تولید فیلم یکسختی لایه

■ دستگاههای برش و دوخت کیسه های پلاستیکی خرید

مواد اولیه

■ انواع گرانول و رزین PVC

محصولات

■ انواع قطعات پلیمری از جنس وینیل و PVC برای پوشش کف، دیوارها، سقف و زوایای ساختمانها



VFK Head Corp.



web control

CIS GROUP



HYDAM INTERNATIONAL LLC

شرکت ارنِت Ornet

پوسف آباد، خیابان جهان آرا، کوچه ۴۷

پلاک ۱۷، واحد ۳، تلفن: ۸۸۲۱۴۵۱۴

www.ornetco.com

Email: info@ornetco.com

PAYAPACK

Paya Pack Sanat Co.ltd
Packaging Industries

شرکت پایاپک صنعت

ماشین آلات صنایع بسته بندی و کارتنیگ

● ماشین آلات اتوماتیک چسب زنی زیر و روی کارتن

سیستم های انتقال و جابجایی مواد اولیه و محصولات توسط انواع نقاله های رولری ساده ، موتوردار و نقاله آکاردئونی انواع چسب های OPP از نوع پایه حلال ویژه بسته بندی کارتن



ماشین چسب زنی اتوماتیک زیر و روی کارتن (سه موتوره)



ماشین فرم دهی و پرکنی اتوماتیک کارتن



نوار چسب بسته بندی کارتن از نوع OPP



نشانی: تهران - خیابان استاد مطهری - خیابان موعظاد - کوچه ۹۱ - پلاک ۱۲ - طبقه دوم - واحد ۵
تلفن: ۸۸۷۵۱۲۹۵ و ۸۸۷۵۱۳۴۲ - تلفکس: ۰۲۱-۸۸۵۰۲۵۸۴ - خدمات پس از فروش: ۸۸۷۳۸۷۲۶
www.payapack.com info@payapack.com



KHS

Filling and Packaging - Worldwide

کمپانی KHS آلمان با ۱۴۰ سال سابقه در ساخت دستگاهها و ماشین آلات مورد استفاده در خطوط بسته بندی انواع آشامیدنی ها:

• نوشابه های گازدار • آبمیوه • آب معدنی • شیر • ماءالشعیر و دیگر آشامیدنی های رایج در ظروف مختلف:

✓ بطری های شیشه ای ✓ بطری های PET ✓ قوطی (CAN) ✓ بشکه (KEG)



و اینک تجهیزات کامل خط بسته بندی انواع محصولات خوراکی و غیر خوراکی در کیسه های آلومینیومی (POUCH)

کمپانی KHS آلمان با بیش از ۴۰ خط تولید در ایران

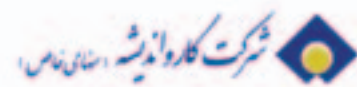
- بهنوش ایران (تهران)
- چشمه نوشان خراسان (مشهد)
- خوشگوار (کوکاکولا) مشهد
- خوش طعم اسفهان
- خوش نوش (ساری)
- خوش نوش (همدان)
- خرم نوش (خرمشهر)
- دز نوش (دزفول)
- زمزم آزادی (تهران)
- زمزم شرق (تهران)
- زمزم گرگان
- زمزم رشت
- زمزم مشهد
- زمزم اسفهان
- زمزم آذربایجان
- زمزم شیراز
- ساسان (تهران)
- فرد آذربایجان (ارومیه)
- کالی کولا (اسفهان)
- نکونوش (تبریز)
- نوشاب (تهران)
- نیشان شرق (پسی) مشهد
- شیر بیستون - کرمانشاه
- شیر پگاه ارومیه
- شیر پگاه تهران
- شیر پگاه گرگان
- شیر پگاه مشهد
- مجتمع صنایع غذایی کیلوس (ابهر)

تهران - خیابان وحید دستگردی (ظفر) ، تقاطع خیابان ولی عصر (عج)،

شماره ۳۶۱ تلفن: (۰۲۰ خط) ۸۸۸۸۰۲۹۲ فاکس: ۸۸۸۱۵۹۹

www.koa.ir

info@koa.ir





تحويل كالاى نوين



صنایع بسته بندی

TAHAVOL KALA
NOVIN Co.

www.nadipack.ir



پذیرش خدمات تمام العمر ۲۴ ساعته
24 Hour and Lifelong Services

مجموعه‌ای از خدمات مختلف
Different kinds of Services

دارای نمایندگی‌های فعال در ایران و سراسر دنیا
Worldwide Agencies

۱۴ ماه گارانتسی، ۱ ماه تعویض
14 Month Warranty, 1 Month Exchangeable

اولین تولیدکننده، واردکننده و صادرکننده انواع ماشین‌آلات بسته‌بندی و تامین‌کننده کلیه مواد مصرفی

تهران، خیابان آفریقا، خیابان ناصری، شماره ۳۸، طبقه اول، تلفن: ۰۰۶-۸۸۷۷۹۲۶۵-۰۱۲۲۰۱۲۲
1st Floor, No. 48 Nasrooy St. Adips Ave. TEHRAN-IRAN Tel: (+9821) 88779365-6 Fax: (+9821) 88773013

www.nadipack.ir



مهر پویا کارتن

مهرپویا کارتن با گامهای پویا
در مسیر صنعت سبز بسته بندی
همراه شماست

تولید انواع کارتن با چاپ چهار رنگ
تولید انواع کارتن لمینیتی و فانتزی
تولید انواع جعبه های مقوایی



تقدیس کیفیت اهدانی شرکت بوتان

تهران، بلوار آیت الله کاشانی، بین گلستان و رامین
پلاک ۲۶۲، طبقه دوم، واحد ۱۲
تلفن: ۴۴۰۰۶۲۹۰ - ۴۴۰۲۵۲۲۶
پست الکترونیک: info@mehrpooyacarton.com

Unit 12, 2nd Floor, No. 264
Ayatollah Kashani Bolv. Tehran, Iran
Tel/Fax: 0098 21 44006290 - 44045426
info@mehrpooyacarton.com
www.mehrpooyacarton.com

AZIN POLYMER

تخصصی ترین مرکز مشاوره در انتقال تکنولوژی و تهیه ماشین آلات
و خطوط تولید صنعت پلاستیک از اروپا و آسیا

ماشین آلات تایوان

خطوط تولید ورق پلاستیک		Sheet Line
ماشین آلات چاپ، لمینیت و برش رول به رول		Printing, Laminating & Slitter Machine
دستگاه تزریق پلاستیک و تولید پریفرم PET		Injection & PET Preform Line
دستگاه بطری ساز		Blow Molding Line
خطوط آمیزه کاری و مستریج		Compounding & Masterbatch Line
خطوط شکل دهی و چاپ بر روی ظروف		Thermoforming & Printing Machine
خطوط بازیافت و گرانول		Recycling & Pelletizing Line
دستگاههای تولید فیلم و دوخت کیسه		Blown Film & Bag Making Line
خطوط تولید فیلم های CPP, CPE و حبابدار		CPP, CPE & Bubble Film Line
خطوط تولید لوله، پروفیل و چوب پلاستیک		Pipe, Profile & Wood Plastic Machine
اکسترودر تک ماردون و دو ماردون		Single & Twin Screw Extruder

Taiwanese Machinery



شرکت آذین پلیمر AZIN POLYMER CO.
NO.4, 10TH FLOOR, BELLAY TOWER,
TOWER 1, HAIYUAN BUILDING, SHANGHAI
CHINA
تلفن: 021-2091 1200 FAX: 021-2091 1201
تلفن: 021-2091 1202 FAX: 021-2091 1203
تلفن: 021-2091 1204 FAX: 021-2091 1205
تلفن: 021-2091 1206 FAX: 021-2091 1207
تلفن: 021-2091 1208 FAX: 021-2091 1209
تلفن: 021-2091 1210 FAX: 021-2091 1211



شرکت ماشین سازی

خاور پرس

Khavar Press Co.

Machinery Manufacturer

پرس و فیدرهای صنایع قوطی سازی



فکس: ۰۲۶۱)۴۷۰۵۲۶۷

تلفن: ۰۲۶۱)۴۷۰۱۱۱۸-۳۸

آزادراه کرج - قزوین، کیلومتر ۵، کمالشهر

Web: www.khavarpress.ir

E-mail: info@khavarpress.ir

● نشانی مراسلات پستی:

تهران، صندوق پستی: ۱۳۱۴۵-۱۴۸۷

● نشانی دفتر ماهنامه:

تهران، خیابان سپاه، پایین تراز میدان سپاه،

جنب قنادی شیرین، پلاک ۲۲۲، طبقه دوم

تلفن: ۰۲۵۷۶۳۰۷۹۶-۷۷۶۰۷۹۶۳-۷۷۵۱۳۳۴۱ فکس: ۷۷۵۱۳۳۴۱

تلفن سیار: ۰۹۳۵۷۴۳۰۵۳۸ - ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹



www.iranpack.org

● نمایندگی اصفهان:

امیرھوشنگ زائری ۷۵ ۳۱۴ ۰۹۱۳

● امور مشترکان: راحله کسایی

● نویسندگان این شماره: رضا نورائی، مهندس

فاطمه صولت، مهندس ارسطو شهابی، مهندس

نوشین بیات، مهندس شقایق سعیدی، مهندس

هلیا ارغند، راحله کسایی

● امور مالی و اداری: زهرا مهرابی

● تدارکات: محسن رضوانی فر

● امور آگهی‌ها:

(مهرابی) ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹ (ناجی) ۰۹۳۵۹۷۰۴۷۸۰

(کسایی) ۰۹۱۹۱۲۶۳۹۲۸ (زائری) ۰۹۱۳۳۱۴۷۵۲۵

۷۷۶۰۷۹۶۳ - ۷۷۵۱۳۳۴۱

● پیش از چاپ: رایان پارس ۸۸۷۴۰۰۷۳

● چاپ جلد: فرارنگ ۸۸۳۲۰۹۲۶

● چاپ متن: رواق

مطالب منتشره بیانگر نظرات نویسندگان آنها است

و الزاما نشانگر دیدگاه این ماهنامه نیست

نقل مطالب این ماهنامه با ذکر ماخذ آزاد است

SANAT BASTEBANDI

Monthly Packaging magazine - Since 1997
No.100, 2008 - 15000 Copies

Editor in cheif: Reza Nouraei

P.O.Box: 13145-1487 Tehran, Iran

Tel: +9821 77607963 - 77513341

Fax: +9821 77512899

News Email: news@iranpack.org

Web: www.iranpack.org

Writers:

Reza Nouraei,

Fatemeh Solat,

Arastou Shahabi

Noushin Bayat, Helia Arghand

Shaghayegh Saeedi,

Raheleh Kasaei,

Maneli Nouraei Ashtiani

فهرست مطالب

۸ مردم و بسته بندی

۱۰ عصر مغزهای خلاق

۱۱ صد سال تنهایی

۱۲ فراخوان هشتمین جشنواره صنعت چاپ ایران

۱۴ اخبار

۱۴ اخبار تولیدات

۱۸ اخبار مواد

۲۲ اخبار طراحی

۳۲ اخبار ماشین آلات و تجهیزات

۳۶ ویژه روی جلد: پایداری.

گزارش ۲۸ سال فعالیت شرکت شیرزاد در صنعت شربینگ

۴۰ رویدادها و نمایشگاه‌ها

۴۲ از دروپا ۲۰۰۸

۵۲ ایران در بسته بندی رشد خواهد کرد.

گفت و گوی اختصاصی با پروفیسور رومانو، تحلیلگر چاپ

۵۸ از اینترپک ۲۰۰۸

۶۴ برترین‌های بسته بندی در جهان

۶۴ برندگان جایزه مجمع بین المللی طراحی iF بخش بسته بندی (۱)

۷۰ برندگان یازدهمین مسابقه Rro carton/ECMK

۷۶ تالیف‌ها و ترجمه‌ها

۷۶ جادوی بازی رنگ در خدمت تنوع و زیبایی (بخش نخست)

۸۲ عرضه مجدد شامپو هریال اسنسز با طراحی جدید

۸۴ ارزش‌های یافت شده در یک بسته بندی خودکار بیک

۸۶ تشکیل کمیته برچسب گذاری در اداره کل نظارت بر

مواد غذایی وزارت بهداشت، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی

۸۸ گرایش‌ها متناقض در بسته بندی

خواننده گرامی

اگر این رسانه در اختیار شما بود در آن چه می نوشتید؟

برای ماهنامه صنعت بسته بندی نامه بفرستید.

نقد و نظرات خود را در خصوص بسته بندی در ایران و بسته های خوب و بد

ایرانی اعلام کنید تا در صورت پذیرش از طریق این ماهنامه به اطلاع

مردم و دست اندرکاران برسد.

ماهنامه صنعت بسته بندی پذیرای نوشته‌ها، اخبار و تبلیغات شماست

کارمند (خانم)

زیر بسته بندی گوشت و سبزیجات دیده نمی شود.

به نظر من بسته بندی گوشت و سبزیجات فکر خوبی است، اما این نکته باید مدنظر قرار بگیرد که مواد غذایی مخصوصا فرآورده های گوشتی و سبزیجات که از حساس ترین مواد مصرفی به شمار می آیند، در هنگام خرید باید کاملا رویت شوند. در صورتی که برای بسته بندی آنها ظروف یکبار مصرف کدر به کار می رود، رنگ کدر این ظروف مانع از دیده شدن کامل این مواد می شود، و این مسئله معضل بزرگی برای خرید این قبیل کالاها به شمار می رود.

استاد دانشگاه (خانم)

ترجیح می دهم از گوشت باز استفاده کنم.

جالب است، با این که بسته بندی کالاها برای کارخانجات و تولیدکنندگان هزینه بردار است، گوشت باز گران تر است.

ولی با این حال من ترجیح می دهم از گوشت باز استفاده کنم به دلیل این که از نظر کیفیت، مرغوب تر از گوشت بسته بندی است. و به مراتب از گوشت بسته بندی خوشمزه تر است.

فروشنده لوازم آرایشی - بهداشتی (آقا)

کیفیت کالا و رضایت مشتری مهم تر از بسته بندی آن است.

مشتری های لوازم آرایشی - بهداشتی زیاد به بسته بندی این گونه کالاها اهمیت نمی دهند مگر این که با نیت هدیه دادن به دیگران تهیه شود.

در غیر این صورت برای مصرف شخصی، کیفیت، تجربه استفاده از کالا و یا تبلیغ دوستان و آشنایان، در انتخاب کالا بر بسته بندی آنها چندین برابر ارجحیت دارد و حتی تولیدکنندگان لوازم آرایشی بسته های کالاهایی که امکان هدیه دادنشان بیشتر است، را شکیل تر درست می کنند و برایشان ارزش بیشتری قائل می شوند. مانند پکیج ادکلن ها و یا ست های گوناگون لوازم آرایشی.

دانشجو (خانم)

ارزش یک بار امتحان کردنش را دارد.

بسته بندی کالاها های مختلف مخصوصا مواد خوراکی هر چه زیباتر، جذاب تر و حتی جدیدتر باشد به فروش بیشتر آن کالا کمک قابل توجهی می کند.

چون افراد را جذب می کند و به خرید آن کالا تشویق می شوند. من شخصا وقتی وارد فروشگاه می شوم، اولین چیزی که نظرم را جلب می کند، کالایی با بسته بندی جدید شکل است و حتی اگر قبلا از آن استفاده نکرده باشم، حتما تهیه اش می کنم. چون بسته بندی جذاب من را کنجکاو می کند تا کالای داخل بسته را امتحان کنم. اگر مرغوبیت کالا نیز مناسب باشد که استفاده از آن ادامه خواهد یافت، ولی در غیر این صورت ارزش یک بار امتحان کردن را دارد.

مهندس آب (آقا)

تا به حال به یخی که کنار جاده می خرید توجه کرده اید!؟

بسته بندی یخ از ضروری ترین مسائل، در این صنعت به شمار می رود، در حالی که تا به حال به آن توجهی نشده است.

شما در نظر بگیرید، از زمان تولید تا هنگام مصرف یخ، تا چه اندازه آلودگی های مختلف این کالا را تهدید می کند. یادآوری می کنم که یخ به شکل مستقیم با دست های افراد مختلف اعم از تولیدکننده فروشنده و خریدار در تماس است. و به شکل مستقیم نیز به مصرف می رسد.

بسته بندی این کالا بسیار دشوار است و باید با دقت و ظرافت متریکال مناسبی با نظر کارشناسان مختلف، انتخاب شود و به اجرا در آید. البته بسته بندی یخ در مورد مصرف انسان ها ضروری است و در پرورش ماکیان ضرورتی ندارد.

مهندس (آقا)

آیا هزینه وزن بسته بندی را نیز باید پرداخت کنیم؟

در مورد برخی محصولات وزن کالایی که استفاده می شود با وزن کالایی که خریداری می شود مغایرت دارد. مانند شیرینی و یا کیک که از قنادی تهیه می شود. فروشنده هنگام وزن کردن و محاسبه قیمت شیرینی جعبه مقوایی ضخیمی که به عنوان بسته بندی استفاده می شود را نیز حساب کرده و هزینه اش را از مشتری می گیرد.

یا در مورد تخم مرغ های شانهای که قیمتشان با توجه به وزن کالا محاسبه می شود نیز همین طور است و روی وزن شان تخم مرغ نیز قیمت گذاشته می شود و من فکر می کنم یکی از دلایلی که مردم از بسته بندی کالاهایی که به شکل کیلویی فروخته می شود مانند سبزیجات و میوه جات استقبال نمی کنند، همین مسئله است.

نقل از روزنامه همشهری

در پوش های سفت و سخت!

بسیاری از کارخانه های تولیدکننده شیر و آبیومیه برای محصولاتی که در بطری های پلاستیکی عرضه می شوند، در پوشی از جنس آلومینیوم تعبیه می کنند که البته روی آن یک در پلاستیکی هم کار گذاشته می شود.

به این ترتیب راه هر گونه ورود و خروج هوا به بطری مسدود شده و امکان بیرون ریختن محتویات آن در حین انتقال یا فشار زیاد وجود ندارد اما گاهی این پوشش های فویلی به اندازه ای محکم پرس می شوند که باز کردن آن بسیار دشوار است و به خصوص کودکان در باز کردن در این بطری ها دچار مشکل می شوند و گاهی در صورتی که وسیله برنده در دسترس نباشد، نمی توان در این بطری ها را به سادگی باز کرد. این در حالی است که می توان از این در پوش ها را به نحوی طراحی کرد که امکان باز کردن آن برای همه وجود داشته باشد تا از اقدامات غیر بهداشتی مانند فرو کردن کلیه یا انگشت در این پوشش ها که مایع درون بطری را آلوده می کند، جلوگیری شود.

مهندس (خانم)

الزامی است که مشخصات روی بسته ها قابل رویت باشند.

مشخصاتی از قبیل وزن، نوع و به خصوص تاریخ تولید و انقضای کالا که روی بسته بندی درج می شود از مهمترین مسائلی است که مصرف کننده را در انتخاب صحیح کالای مورد نیاز خود یاری می کند. این اطلاعات در مورد کالاها های مختلف مخصوصا مواد غذایی باید خوانا باشند و در جای مناسبی قرار گیرند، تا هنگام خریداری به طور واضحی قابل رویت باشند. در صورتی که در برخی از بسته بندی ها تاریخ تولید و انقضا جایی قرار گرفتند که بسته بندی تحت پرس دستگاه قرار گرفته و از دید مشتری پنهان است.

در ضمن این اطلاعات باید جایگاه مشخصی نیز داشته باشند، زیرا هنگام خرید برخی از افراد به دلیل کمبود فرصت کافی نمی توانند وقت زیادی برای پیدا کردن اطلاعات در زیر و روی بسته بندی بگذارند.

خانه دار (خانم)

استفاده از پودر های شوینده همیشه زحمت دارند.

اکثر مواقعی که همراه کالاها های دیگر، پودر شوینده تهیه می کنم، دچار مشکل می شوم. زیرا مقداری پودر از داخل بسته بندی بیرون می ریزد و بقیه کالاها های خریداری شده را آغشته به خود می کند.

کارمند (خانم)

بازکردن بسته‌بندی سس‌های یک نفره مشکل است.

من همیشه با بازکردن بسته سس‌های تک نفره‌ای که به همراه غذاهای آماده سرد یا گرم تهیه می‌کنم مشکل دارم به دلیل این که بیشتر آنها شیار مناسبی برای بازکردن ندارند و اگر هم دارند جای مناسبی گذاشته نشده است. یعنی وقتی راه شیار را ادامه می‌دهیم، تغییر مسیر می‌دهد، یا مقداری از سس بیرون می‌ریزد و یا گوشه‌ای از آن باز می‌شود که قابل استفاده نیست. به هر حال سس‌های یک نفره برای غذاهای آماده مناسب و قابل استفاده است، فقط باید به سهولت باز کردن بسته‌هایشان توجه شود، تا رضایت مصرف‌کنندگان نیز جلب شود.

مهندس (خانم)

چرا بسته‌بندی برخی محصولات داخلی در خارج از کشور انجام می‌شود؟

وقتی کالایی در کشور ما تولید می‌شود که از کیفیت خاصی نیز برخوردار است، حتما باید قبل از صادر شدن به کشورهای دیگر، همین بسته‌بندی شود. مثل زعفرانی که ایران تولید می‌کند، بدون بسته‌بندی صادر می‌کند و در کشوری دیگر بسته‌بندی شده و به نام همان کشور توزیع می‌شود. به نظر من این اصلا عادلانه نیست که به هر دلیلی نام کشور دیگری بر روی بسته محصول کشور ایران درج شود. در صورتی که افراد زیادی برای به ثمر رسیدن آن محصول تلاش کرده‌اند.

خانه‌دار (خانم)

موادی که برای بسته‌بندی استفاده می‌شود و نوع بسته‌بندی کالاهای باید مناسب باشد.

استفاده نامناسب و نامتناسب از مواد اولیه بسته‌بندی برخی محصولات مانند مواد خوراکی در ظروفی انجام می‌شود که قابل استفاده مجدد هستند اما به دلیل نامناسب بودن دریشان نمی‌توان دوباره و برای مصارف دیگری از آنها استفاده کرد.

در نتیجه این ظروف که معمولا پلاستیکی هستند به ظروف یکبار مصرفی تبدیل می‌شوند که بازگشت آنها به طبیعت تقریبا غیر ممکن است، مانند بسته‌بندی برخی شیرها که درون قوطی پلاستیکی است. اگر درب آنها به شکل پیچی باز و بسته شود، استفاده مجدد از ظرفش امکان‌پذیر خواهد بود، در غیر این صورت به زباله تبدیل می‌شود.

استاد دانشگاه (خانم)

طرح لوگوهای بسته‌بندی شناسه کالا و تولیدکننده محصول می‌باشد.

لوگوی بسته‌بندی‌های مختلف علاوه بر این که معرف نوع و جنس کالا هستند، بیانگر شهر یا کشور تولیدکننده آن محصول نیز می‌باشند. در طراحی آرم‌های بسته‌بندی باید به تمدن، سنت، فرهنگ و حتی جغرافیای محل تولید کالا توجه شود. این خیلی مهم است که مشتریهای داخلی و مخصوصا خارجی محصولات کشورمان آگاهی و تصویری روشن‌تر از فرهنگ و اقلیم مناطق مختلف ایران توسط ارائه محصولات مناسب همراه با بسته‌بندی‌های جذاب و متناسب، پیدا کنند. به طور مثال روی بسته‌بندی کالاهای کشورهای سوئیس، آلمان و ... تصویر یا نمادی از شرایط جغرافیایی و یا پرچم کشورشان درج می‌شود. در کشور ما کالاهایی از جمله پسته، زعفران و خاویار تولید می‌شود که در نوع خود منحصر به فرد است. متصدیان این امر می‌توانند تصویری مثل گل لاله عباسی، بته جقه، و یا مناظر محل کشت و تولید این محصولات را به شکل نمادین روی بسته‌بندی‌هایشان به نمایش بگذارند.

بازنشسته (آقا)

کیفیت خوب یک کالا مکمل بسته‌بندی مناسب آن است.

درست است که استفاده از شکل و ترکیب رنگ‌های جذاب و مناسب در بسته‌بندی‌های گوناگون من را برای انتخاب و خرید کالای مورد استفاده‌ام ترغیب می‌کند، اما من زمانی مشتری دائم آن کالا خواهم شد که پس از مصرف، به تناسب کیفیت کالا و جذابیت بسته‌بندی پی ببرم. چون شخصا پس از استفاده از کالایی با کیفیت پایین، اما بسته‌بندی زیبا و شکیل، اعتماد خود را نسبت به تولیدکنندگان کالا و کارخانجات بسته‌بندی از دست خواهم داد. بنابراین کیفیت کالا، بسته‌بندی زیبا را تکمیل می‌کند و عکس آن نیز صادق است.

دانشجو (خانم)

بسته‌بندی بسیاری از کالاهای قابلیت استفاده مجدد ندارند.

برخی از کالاهای مانند خوراکی‌های مختلف، بسته‌بندی ماکارونی، شکلات و یا چیپس و ... پس از این که برای اولین بار باز می‌شود دیگر قابل استفاده نمی‌باشد، محتوای داخل بسته یا باید به طور کامل استفاده شود و یا به ظرف دیگری منتقل و نگهداری شود. بهتر است بسته‌بندی‌ها طوری تعبیه شوند که بتوان آنها را پس از بازکردن، مجدد بست تا هوا و آلودگی وارد بسته نشود و مواد غذایی باقی مانده فاسد نشود.

به نظر من در مورد مواد غذایی حفظ و نگهداری این مواد از وظایف بسته‌بندی به شمار می‌آید.

کارمند (خانم)

استفاده از سایز و اندازه‌های گوناگون در بسته‌بندی مواد غذایی ضروری است.

نه تنها من بلکه اکثر مردم ترجیح می‌دهند مواد غذایی را که مصرف می‌کنند تازه باشند. بنابراین در بسته‌بندی این گونه کالاهای باید ظرفیت و تعداد خانواده‌های مختلف را در نظر گرفت. به طور مثال من از بسته‌بندی حلواشکری که استفاده می‌کنم بسیار راضی هستم. زیرا بسته‌بندی شکیل در ظروف محکم و مقاومی انجام داده‌اند و در سایزهای مختلف به بازار ارائه می‌شود. بنابراین پس از استفاده قابلیت نگهداری مجدد کالا در بسته‌بندی خودش امکان‌پذیر است و چون متناسب با تعداد افراد خانواده تهیه می‌شود، به شکل تازه مصرف می‌شود.

کارشناس فروش ماشین‌های بسته‌بندی (خانم)

طراحی مناسب بسته‌بندی در جذب مشتری مهم خواهد بود.

از دیدگاه فنی بسته‌بندی مناسب، در حفظ و نگهداری کیفیت کالاهای مختلف، مخصوصا مواد غذایی و دارویی می‌گوشد. اما اگر بخواهم از دریچه نگاه مشتری‌ها بنگریم طرح، رنگ و برند کالاهای مصرفی نیز نقش مهمی را در انتخاب آنها ایفا می‌کنند.

البته مهم شدن یک برند با بسته‌بندی زیبا و قابل توجه ارتباط مستقیم دارد. به طور مثال، طراحی بسته‌بندی خوراکی‌های مختلف مانند پفک و چیپس و بستنی و ... مورد اهمیت اکثر مصرف‌کنندگان واقع می‌شود و طراحان باید در طراحی زیبا و جذاب این گونه بسته‌بندی‌ها نهایت سعی خود را به کار برند. من فکر می‌کنم هر چه بسته‌بندی زیباتر و پسنده‌تر باشد، برند نیز بیشتر دیده می‌شود و مورد توجه مصرف‌کنندگان قرار خواهد گرفت.



رضا نورائی
سردبیر

کامپیوترها و نرم افزارهای گرافیک و چاپ معمولاً فقط در زمینه رنگ می‌توانند کمک کنند. اما سایه‌ها و جلوه‌های متفاوتی را که بر اثر بازی نور روی یک اثر متالایز شده یا برجسته‌کاری شده ایجاد می‌شود را نمی‌توانند نشان دهند. در واقع در آینده قدرت تصور (Imagination) شکل نهایی کار و شناخت کافی از مواد و تکنیکهای امور تکمیلی عامل موفقیت پروژه‌های چاپ بسته‌بندی و تجاری خواهد بود. این موضوع در جوامع پیشرفته چیز جدیدی نیست و ایشان آمادگی پذیرفتن و اجرای آن را دارند. اما در کشورهایی نظیر ایران که هر کسی که اندکی فتوشاپ بلد است دفتر تبلیغاتی راه می‌اندازد و پروژه‌های چاپی را طراحی و نظارت می‌کند کار کمی سخت خواهد شد و رقم خسارات ناشی از اشتباهات چاپی بالاتر خواهد رفت.

آینده چاپ نیاز به انسانهایی دارد که ذهنی خلاق و خلاقیتهایی زیبا دارند. یعنی افرادی که آنچه را که وجود ندارد بتوانند در ذهن خود بسازند و ببینند و البته آن زیبا و جذاب هم باشد. یعنی وقتی به تولید رسید دقیقاً همان باشد که باید. این گونه افرادی که چنین توانایی‌هایی داشته باشند وجود دارند. بسیاری از طراحان موفق در زمینه گرافیک، معماری داخلی و طراحی صنعتی دارای چنین توان و قدرت تصویری هستند. البته همان طور که گفته شد؛ طراحان موفق شرکت‌های تولیدی اگر از ابزار چاپ برای رقابت خود استفاده می‌کنند (به شکل بسته‌بندی و بروشورهای نفیس) باید از هم‌اکنون به دنبال طراحانی باشند که بتوانند در خیال خود اثر چاپ شده را به همراه فویل‌های متالایز برجسته‌شده یا ورنی‌های براق و مات تخت یا برجسته‌موضعی ببینند. بدون نمونه‌گیری!

از چند سال پیش وارد عرصه‌ای در فن آوری چاپ شده‌ایم که امکانات نمونه‌گیری ندارد. شما تنها می‌توانید به تخیل خود یا طراحان اعتماد کرده و اقدام به صرف هزینه تولید آثار چاپی کنید.

می‌توان امیدوار بود پس از حدود بیست سال که عرصه چاپ به دلیل ظهور اسکرها و نرم افزارهای گرافیک (مانند فتوشاپ) عرصه اختلاط با هنران و بی‌هنران شده بود به دلیل نیاز به توانایی‌های زیباشناسی و خلاقیت‌های ذهنی دوباره به دست افراد خلاق و هنرمند بیفتد و به تدریج شاهد خلاقیت گرافیکی و هنری در آثار چاپی ایران باشیم.

فصل جدیدی در راه است. فصلی که بازیگران اصلی عرصه چاپ و بسته‌بندی را جا به جا خواهد کرد. به نظر می‌آید آینده چاپ در دست طراحان خواهد بود. منظور من از طراح همان کسی است که قدرت تصور و تجسم بالایی دارد و می‌تواند تصویری قابل اجرا از ذهن خود ارائه دهد. در حال حاضر اغلب افرادی که چنین توانایی دارند طراحان موفق گرافیک هستند.

رقابت در تولید آثار چاپی که غیر قابل کپی و در عین حال زیبا و جذاب باشد از یک سو و رشد فن آوری در تجهیزات و مواد چاپ از سوی دیگر باعث شده آثار غیر قابل تصویری از چاپ و پس از چاپ در آید.

انواع لاک‌ها و مرکب‌های خاص با جلوه‌های ویژه مانند Metal FX و مرکب‌های متالیک Eckart در حین چاپ نوعی سایه‌روشن‌های خاص در تصویر ایجاد می‌کنند که در رنگ‌های تیره حالت متالیک و در روشنی‌ها حالت صدفی ایجاد می‌کند.

اما در بعد از چاپ غوغایی به پا شده است. انواع ورنی‌ها (حتی ورنی‌هایی که آن قدر برجسته هستند که با آنها می‌توان شبنم روی گل‌ها یا نقش‌های روی بدن یک مار را برجسته کرد)، فیلم‌ها و لفاف‌های لمینیت، فویل‌هایی با رنگ‌ها و جلوه‌های گوناگون و امکانات برجسته‌کاری که این‌ها در آخری نسبت به گذشته تغییر چندانی نداشته‌اند.

این همه تکنیک برای اعمال تغییر در کار چاپی باعث شده آثار چاپی متنوعی تولید شود که هیچ کدام شبیه یکدیگر نباشند.

آینده چاپ، بخصوص چاپ‌های بسته‌بندی و تبلیغاتی را آثاری تشکیل می‌دهند که فقط شبیه نسخه اریز پینال خود نیستند (گاهی اصلاً نیستند) بلکه حاصل تصورات و تخیلات طراحانی هستند که یک اثر چاپی را با انواع تکنیک‌ها و مواد آمیخته و محصولی خاص ارائه کرده‌اند.

به عبارتی دیگر چاپ چهار رنگ (CMYK) یا حتی هفت رنگ که معمولاً در خدمت تولید یک تصویر طبیعی و واقعی قرار می‌گیرد فقط مقدمه کار خواهد بود. ادامه کار به وسیله تکنیک‌هایی انجام می‌شود که موفقیت یا عدم موفقیت آنها را فقط بعد از بیرون آمدن از ماشین می‌توان فهمید.

این بسیار سخت است که بخواهیم بفهمیم یک اثر چاپی که در حین چاپ و پس از چاپ درگیر تکنیک‌ها و افکتهای ویژه متعددی مانند متالایز موضعی مات و براق، ورنی موضعی مات و براق و... قرار می‌گیرد در نهایت چه نمایی خواهد داشت.



صد سال تنهایی

ارسطو شهبایی



پ. به قولی: اگر دردم یکی بودی چه بودی؟ صحبت از گرمایش زمین و گازهای گلخانه‌ای و پیمان کیوتو و... مهندسان را به سمت مواد سبتر سوق داده است. از ذرت و شیر نارگیل بنزین تولید می‌کنند و از سیب‌زمینی برای پلاستیک‌های تخریب‌پذیر کمک می‌گیرند. حالا گروهی می‌گویند وقتی آفریقا غذا ندارد برای چه از ذرت به جای آن که به آنها بدهید، سوخت تهیه می‌کنید؟ گروه دیگر می‌گویند این مسائل اصلا ربطی به هم ندارد.

من که وقت کافی برای رسیدگی به این درگیری ندارم. شما چطور؟ ولی پیشنهاد می‌کنم به این بهانه به سایت سیب‌زمینی مراجعه کنید. سازمان ملل امسال را سال سیب‌زمینی معرفی کرده است. www.potato2008.org

الف. معمولا نوشتن برای شماره‌های ویژه در مطبوعات کار ساده‌ای نیست. نمی‌دانم چرا به یاد عید نوروز می‌افتم. پیشنهاد شده از پرداختن به مسائل همیشگی اجتناب شود: از طرفی هم سفارش می‌شود از محور اصلی دور نشویم. ابتدا جستجو کردم که آیا مجلات دنیا وقتی به شماره صد می‌رسند چه می‌نویسند و چه می‌کنند، نتیجه‌ای که قابل به عرض باشد پیدا نشد. ذهنم به سمت دیگری رفت: این درست که با گذشت صد شماره تجربه‌ای حاصل شده و دوستانی گرد هم جمع شده‌ایم ولی اگر پویایی نداشته باشیم و هر چند وقت یک بار ایده‌ای نوبه و جود نیاوریم، با کسل‌کنندگی و حشمتناکی مواجه خواهیم شد. این سرنوشت همه سیستم‌هاست.

باید مایل باشیم برای دیدن چیزهای جدید انرژی خرج کنیم، شاید حتی از قبل هم جالب‌تر باشند.

آن چه انتخاب کرده‌ام، مرور چند مورد است که تلنگرهای خوبی به فکر خسته و درگیر عادات روزمره می‌زنند. فقط اشاراتی کوتاه که فکر می‌کنم ارزش یک بار خواندن را داشته باشند:

ب. چند سال پیش شرکت بستنی‌سازی Ben and Jerry's پشتیبانی مالی پروژه‌ای در قطب جنوب در ارتباط با گرمایش زمین و کوه‌های یخی قطب را عهده‌دار شد.

گروهی از دانشمندان به خرج این شرکت بستنی‌سازی مطالعات بسیاری انجام دادند این شرکت در اواخر سال‌های ۱۹۷۰ پایه‌گذاری شده و به مرور و با پرداختن به طرح‌های تحقیقاتی، هم‌اکنون از نام‌های تجاری مطرح است. از بزرگان آن شرکت پرسیده بودند که بستنی‌سازی چه ربطی به جلوگیری از گرمایش زمین دارد؟ با وجود سازمان ملل و شرکت‌های صنعتی بزرگ و مرتبط چه جایی برای این کارهاست؟ جواب شنیده بودند: اگر یخ‌های قطب آب شوند، اکوسیستم دنیا به هم می‌ریزد، همان‌طور که اگر یخ‌های بستنی ما آب شوند، زندگی کارکنان و وضع کل شرکت ما به خطر می‌افتد و ما برای هر دو مورد خرج می‌کنیم. لطفاً بار دیگر بر آن چه خواندید تعمق کنید تا برویم سراغ چند ایده و موضوعی که از مجله TIME (شماره آخر مارچ ۲۰۰۸) گرفته شده‌اند:

می‌گویند خیلی چیزهاست که بیش از پول و سیاست، بر شکل دنیا تاثیر می‌گذارند، تعدادی از آنها که ذکر شده بود این‌گونه‌اند:

۱- منافع مشترک بین ملت‌ها: مثلا چیزی شبیه لایه ازن و بهداشت آب که همت عموم مردم دنیا را می‌طلبد و درک این که سرنوشت همه جهانیان به هم گره خورده است.

۲- پایان دوران خدمات به مشتری به شکل رودررو: با رشد خودپردازها و سیستم‌های سلف-سرویس (کلمه معادلش را نمی‌دانم!)، شکل مصرف تغییر می‌یابد و عملا واسطه‌فیزیکی بین خدمات و مصرف‌کننده حذف می‌شود.

در سال ۲۰۰۶ به ارزش ۴۳۸ میلیون دلار در باجه‌های سلف سرویس خرج شده است و این عدد در سال ۲۰۱۱ این عدد به ۱/۳ تریلیون دلار خواهد رسید.

۳- مواد و تکنولوژی آشپزخانه: به موازات رشد غذاهای حاضری، آشپزخانه‌های سنتی برخلاف آن چه انتظار می‌رفت قدرت زیادی پیدا کرده‌اند و غنی‌سازی و شیمی تغذیه به عنوان موضوعی جدی که حتی به آشپزخانه منازل وارد شود از موضوعاتی است که باید منتظر اتفاقاتی در این زمینه باشیم.

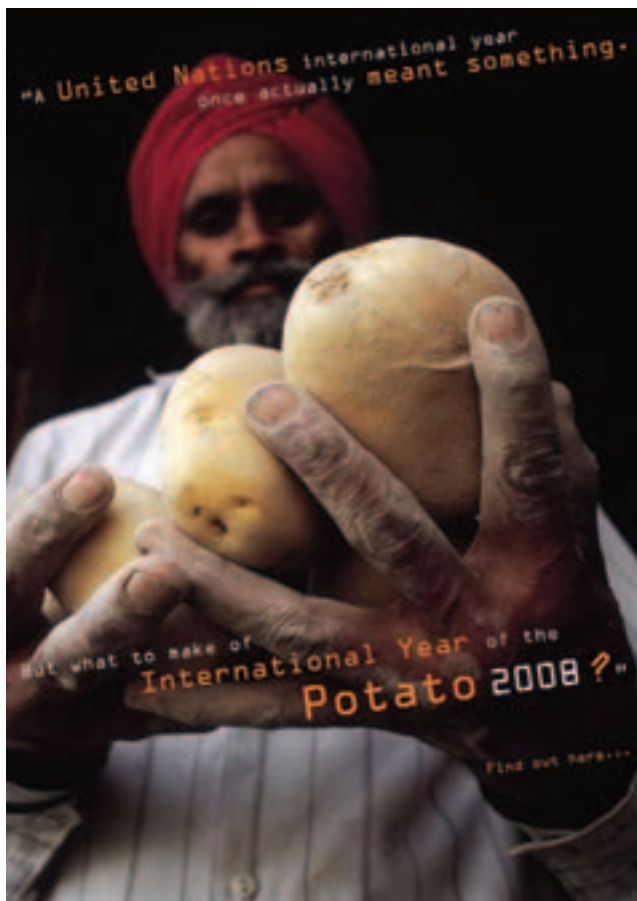
۴- مسن شدن موزون و هماهنگ جوامع همراه با افزایش طول عمر و امید به زندگی. یادمان باشد که امید به زندگی در سال ۱۹۰۰ میلادی در سطح جهان فقط ۳۱ سال بوده است.

۵- بیماری هلندی در کشورهای نفتی که باعث شده رشد اقتصادی آنها به طور شدیدی تحت تاثیر منفی نفت و درآمد حاصل از آن باشد و عوارض جانبی آن.

۶- اشتغال زنان

۷- پخش مسابقات ورزشی به طور مستقیم در سطح جهان!

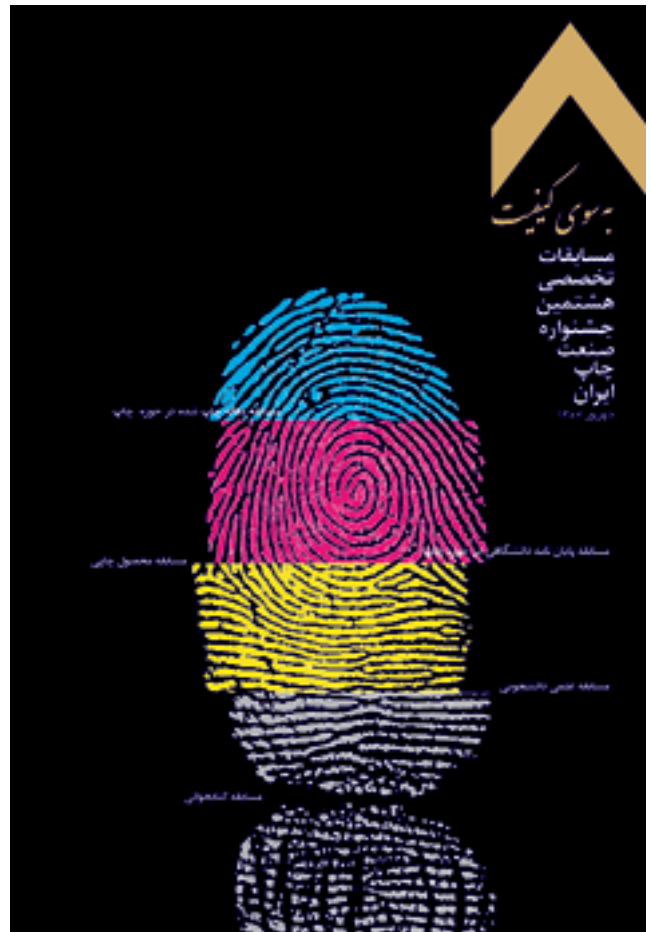
۸- مهندسی محیط زیست.



ت. عنوان نوشته این شماره برگرفته از کتاب گابریل گارسیا مارکز است که اگر نخوانده‌اید، توصیه دوستانه‌ام این است حتما بخوانید. ولی برخلاف این عنوان آن چه در این صد شماره مجله صنعت بسته‌بندی، این گروه را به جلو رانده حمایت شما بوده است که مجله را تنها نگذاشته‌اید. برای بهتر شدن بیش از پیش، لطفا نظرات خود را به ما منعکس نمایید. با بهترین آرزوها.



”به سوی کیفیت“ هشتمین جشنواره صنعت چاپ ایران فراخوان بخش مسابقات تخصصی شهریور ۱۳۷۸



مقدمه

با یاری خداوند متعال و مساعدت خانواده‌ی چاپ و همکاری مراکز علمی و آموزشی، در سال نوآوری و شکوفایی، دفتر امور چاپ معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اقدام به برگزاری هشتمین جشنواره‌ی صنعت چاپ ایران نموده است. مسابقات تخصصی جشنواره از جذاب‌ترین و پرمخاطب‌ترین بخشهای جشنواره است که امسال با شعار ”به سوی کیفیت“ برگزار خواهند شد.

توضیح این که آثار چاپی در دوره‌های قبل بر پایه روشهای مختلف چاپ (افست و فلکسو...) مورد ارزیابی قرار می‌گرفت. از آن جا که این شیوه مشکلاتی در داوری ایجاد می‌کرد و گاهی مورد اعتراض شرکت کنندگان قرار می‌گرفت و با توجه به این که اثر چاپی محصول فعالیت گروهی است و قضاوت در مورد کیفیت یک اثر به صحت عملکرد همه‌ی عوامل مؤثر در تولید آن بستگی دارد، هیأت برگزار کننده‌ی مسابقات به این جمع بندی رسید که داوری بر روی محصول نهایی صورت گیرد و مسابقه‌ی محصول چاپی با توجه به انواع محصولات چاپی که در صنعت چاپ تولید می‌شوند برگزار گردد. همچنین مسابقات دیگری نیز برای کسانی که در حوزه چاپ فعالیتهای علمی و مطبوعاتی دارند و به طور غیر مستقیم در ارتقاء سطح کیفی محصولات مؤثر هستند، طراحی شده است. به این ترتیب شمار مخاطبان بخش مسابقه افزایش یافته و امید است با مشارکت اقشار مختلف در مسابقات، حرکت ”به سوی کیفیت“ که اینک اهمیتی بیش از پیش یافته، شتاب بیشتری گیرد...

اهداف مسابقات

- شناسایی و تشویق آثار خلاقانه در حوزه‌ی چاپ و معرفی آنها به جامعه
- بسترسازی برای توجه بیشتر به آثار با کیفیت در جامعه
- ایجاد انگیزه در جوانان با ارج نهادن به کارشناسان، دانش‌آموختگان و چهره‌های موفق صنعت چاپ.

عناوین مسابقات

- مسابقه‌ی محصول چاپی
- مسابقه مقاله چاپ شده در حوزه‌ی چاپ
- مسابقه‌ی پایان‌نامه دانشجویی در حوزه‌ی چاپ
- مسابقه‌ی علمی دانشجویی
- مسابقه‌ی کتابخوانی

جوایز مسابقات

- در بخش مسابقه‌ی محصول چاپی، تندیس جشنواره و دیپلم افتخار
- در سایر مسابقات، مدال جشنواره، دیپلم افتخار و جایزه نقدی

مقررات و شرایط شرکت در مسابقات

۱- مسابقه محصول چاپی

۱/۱- محصولاتی که در مسابقه شرکت داده می شوند و جدا از هم ارزیابی خواهند شد عبارتند از:

- کتاب
- روزنامه
- مجله
- بروشور و کاتالوگ
- پوستر
- اوراق اداری
- اوراق بهادار
- بسته بندی مقوایی
- بسته بندی انعطاف پذیر
- بسته بندی فلزی
- لیبل

۳- مسابقه پایان نامه دانشگاهی در حوزه چاپ
۳/۱- فارغ التحصیلان رشته های چاپ و سایر رشته های دانشگاهی در مقاطع مختلف تحصیلی از دانشگاه های داخلی و خارجی که پایان نامه ی خود را در موضوعات مرتبط با چاپ نوشته اند می توانند با رعایت مقررات ذیل در مسابقه شرکت نمایند.
۳/۲- تکمیل فرم شرکت در مسابقه برای هر پایان نامه
۳/۳- تکمیل برچسب مشخصات و الصاق آن به پایان نامه
۳/۴- تحویل فرم تکمیل شده و پایان نامه به دبیرخانه ی مسابقه و دریافت رسید از دبیرخانه تا تاریخ ۸۷/۵/۳۰
۳/۵- پایان نامه می بایست نهایی شده و نمره ی آن دریافت شده باشد (با ارائه ی گواهی از دانشگاه مربوطه)

۴- مسابقه علمی دانشجویی

۴/۱- دانشجویان رشته های مختلف در هر مقطع تحصیلی با رعایت مقررات ذیل می توانند در این مسابقه شرکت نمایند.
۴/۲- تکمیل فرم شرکت در مسابقه
۴/۳- ارائه ی گواهی اشتغال به تحصیل از دانشگاه مربوطه
۴/۴- تحویل فرم تکمیل شده و گواهی اشتغال به تحصیل به همراه کپی شناسنامه و یک قطعه عکس به دبیرخانه ی مسابقه تا تاریخ ۸۷/۵/۳۰
۴/۵- شرکت کنندگان در مسابقه می بایست در زمینه های مرتبط با فرآیند چاپ در محدوده سوالاتی که منتشر خواهد شد اطلاعات کافی داشته باشند. (برای تهیه سوالات به سایت irprint.ir مراجعه شود)
۴/۶- مسابقه در دو مرحله تستی و تشریحی برگزار خواهد شد.
۴/۷- تاریخ و محل برگزاری مسابقه متعاقباً اعلام می گردد.

۵- مسابقه کتابخوانی

۵/۱- شرکت در این مسابقه با رعایت مقررات ذیل برای عموم آزاد است.
۵/۲- تکمیل فرم شرکت در مسابقه
۵/۳- ارسال فرم تکمیل شده به همراه کپی شناسنامه و یک قطعه عکس به نشانی دبیرخانه ی مسابقه تا تاریخ ۸۷/۵/۳۰
۵/۴- مطالعه ی کتاب "مقدمه ای بر تکنولوژی چاپ"
ترجمه ی کتاب: introduction to printing technology انتشارات فرید ۱۳۸۲
۵/۵- تاریخ و محل برگزاری مسابقه متعاقباً اعلام خواهد شد.

- انواع ساک دستی
- کارتهای پلاستیکی
- DVD و CD
- منسوجات چاپ شده
- ظروف پلاستیک چاپ شده

۱/۲- هر یک از دست اندرکاران تولید محصول چاپی اعم از سفارش دهنده یا واحدهای تولیدی پیش از چاپ، چاپ و پس از چاپ به نمایندگی از سایر عوامل تولید با رعایت مقررات ذیل مجاز به معرفی محصول چاپی به بخش مسابقه هستند.

۱/۳- تکمیل فرم شرکت در مسابقه برای هر محصول
۱/۴- تکمیل برچسب مشخصات و الصاق آن به پشت محصول (دو نمونه)

۱/۵- تحویل فرم شرکت در مسابقه و آثار برچسب خورده به دبیرخانه ی مسابقه و دریافت رسید تحویل تا تاریخ ۸۷/۵/۳۰
۱/۶- آثار ارسالی نباید در جشنواره های گذشته ارائه شده باشند.
۱/۷- آثار ارسالی می بایست چاپ و تولید انبوه شده باشند.
۱/۸- شرکت کنندگان در مسابقه می بایست نقش خود را در تولید اثر با ارائه ی مستندات، در فرم درخواست و در برچسب مخصوص مشخص نمایند.

۱/۹- تصمیم گیری در موارد خاص بر عهده ی هیأت برگزاری مسابقه خواهد بود.
۱/۱۰- برای آثاری که به مرحله ی نهایی راه می یابند ارائه ی فایل اثر که در عملیات پیش از چاپ از آن استفاده شده و سایر مستندات الزامی است.

۲- مسابقه ی مقاله چاپ شده در حوزه چاپ

۲/۱- افرادی که مقاله آنها منتشر شده می توانند با رعایت مقررات ذیل در مسابقه شرکت نمایند.

۲/۲- تکمیل فرم شرکت در مسابقه برای هر گزارش
۲/۳- تکمیل برچسب مشخصات و الصاق آن به گزارش
۲/۴- تحویل فرم تکمیل شده و مقاله برچسب خورده به دبیرخانه ی مسابقه و دریافت رسید از دبیرخانه تا تاریخ ۸۷/۵/۳۰
۲/۵- مقاله ارسالی می بایست در فاصله فروردین ۸۳ تا مرداد ۸۷ منتشر شده باشد (ارائه مستندات الزامی است)



نشانی دبیرخانه مسابقات جشنواره:

تهران، میدان بهارستان، خیابان کمال الملک، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر امور چاپ
تلفن: ۳۸۵۱۲۸۳۹ - ۳۸۵۱۲۸۸۸

نوآوری در بسته‌بندی قهوه فوری



یک شرکت تامین خدمات تغذیه در ترکیه به نام Nazli Gida، شکل جدیدی از قهوه فوری با نام Nazo ارائه کرده است که بسته‌بندی آن در همان بسته معمولی ساشه برای قهوه فوری صورت گرفته، با این تفاوت که قهوه و شیر از شکر جدا شده‌اند و امکان انتخاب شکر و میزان آن را به مصرف‌کننده می‌دهد.

به همین دلیل این گونه بسته‌بندی قهوه فوری با عنوان Nazo 2+1 به بازار آمده است.

با این ترتیب آن دسته از دوستداران قهوه که با میزان شکر و شیرینی بسته‌های آماده قهوه فوری مشکل داشتند، به جمع استفاده‌کنندگان از این نوشیدنی پیوسته‌اند.



عرضه نوشابه‌های با طعم قهوه اسپرسو

پس از همکاری شرکت‌های از ابتدای ماه آوریل، سه نوشابه با طعم قهوه در ده کشور اروپایی، آماده عرضه به بازار شدند. این سه محصول عبارتند از: قهوه سیاه (بدون شیر) کاپوچینو (با شیر و کاکائو سیاه) لاته ماچیاتو (با شیر) این محصولات در قوطی ۱۵۰ میلی لیتری برای قهوه و در قوطی ۲۰۰ میلی لیتری برای شیر عرضه شدند.

آگاهی بیشتر:

www.thecoca-colacompany.com

کاپیتان بلک و سگ محبوبش روی بطری نوشابه



بخشی از CROWN Beverage Packaging، Crown Holdings, Inc. (NYSE: CCK) (Crown) اعلام کرده که بزرگترین پرکننده بطری نوشابه‌های غیرالکلی در آمریکا، فناوری چاپ مرغوب خود را به منظور ارائه "برند" نوشابه Black Jack Beverage، بهبود داده است.

خانواده نوشابه و چای‌های معطر، نخستین کاربرد تجاری روش چاپ با کیفیت خوب Crown در آمریکاست. این روش چاپ، از روش جداسازی خاص و چاپ صفحات با بزرگنمایی زیاد برای بهبود جداسازی نقطه‌ای و تولید بهتر جزئیات متن و تصویر استفاده می‌کند.

بطری هر نوع نوشابه، طراحی و رنگ خاص خود را دارد که نشان دهنده طعم آن است. از آنجا که صفحه پشتی هر بطری، ماجراهای "کاپیتان بلاک" و سگ محبوبش به نام "جورج" را بازسازی می‌کند، با بازکردن و نوشیدن و بطری، مقدار مشخصی از شادی و هیجان نیز با نوشیدن همراه می‌شود.

بطری‌ها با سرپیچ طلائی بسته شده‌اند و به منظور تمایز آن به هنگام فروش، از درپوش سیاه نیز استفاده شده است.

برای آگاهی بیشتر: www.crown.com



ماست نوشیدنی

با سرمایه‌گذاری دو میلیون یورویی در خطوط تولید تتراپک، در سال ۲۰۰۶ ماست نوشیدنی به بازار رومانی عرضه شد.

شرکت ZUZU که عرضه کننده این محصول جدید است، با عرضه محصول جدید در بسته بندی با طراحی خاص و لوگوی آن، در نظر داشت تا لذت خوردن را به همراه آورد. این محصول با درصد چربی مختلف، در بسته‌های ۳۳۰ گرمی با درپوش ویژه‌ای عرضه می‌شود تا قابل بازو بسته شدن باشد و بتوان باقیمانده محصول را به صورت بهداشتی نگهداری و مجدداً مصرف کرد.

آگاهی بیشتر:

www.albalact.firstwebdesign.ro



این بشکه از جنس HDPE ساخته شده که نمی‌شکند، زنگ نمی‌زند و پوشیده شده با اسلیواست. شرکت اعلام کرده که با انتخاب این بشکه، به دلیل کاهش زیاد در میزان برگشتی محصول، تحولی در کار شرکت خود به وجود آورده است.

آگاهی بیشتر: www.greif.com

دویست هزار نفر را می‌گیرد. به همین دلیل درمان و بهسازی روش دارورسانی به این بیماران اهمیت زیادی دارد.

فراموشی بیماران در استفاده به موقع از دارو، مساله مهمی است که به وسیله شرکت Valois مورد توجه قرار گرفته است.

وسیله تنفسی تحت فشار که قابلیت اندازه گیری میزان دارو را دارد، راه حلی مناسب بود ولی نمی توانست میزان باقیمانده دارو در بسته را نشان دهد. شمارنده دوز مصرفی که به روشنی و سادگی نشان می‌دهد که چند دوز از دارو باقی مانده، پیشرفت مهمی به شمار می‌رود که به کمک این وسیله جدید امکان پذیر شده است.

وسیله انتقال داروی

مبتلایان به آسم

در روز جهانی آسم، ششم می ۲۰۰۸، شرکت Valois با عرضه این وسیله جدید، به کمک بیماران مبتلا به آسم آمد. این بیماری بیش از ۳۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان را مبتلا کرده که تا ده سال آینده بر اساس آمار سازمان بهداشت جهانی، ۲۰ درصد افزایش یافته و سالانه جان بیش از



Valois
Manufactured in Belgium

تحول با بسته بندی در بشکه

شرکت بریتانیایی Oil Revolution که محصولات یک گاراژ شخصی را تولید می‌کند، در هر زمان حدود ۲۰۰۰ محصول مختلف دارد. این شرکت بشکه بیست لیتری Valérex Greifs را به عنوان ظرف اولیه محصول خود انتخاب کرده است.

شیکی و راحتی با بسته بندی جدید

Greenshoot نخستین بسته بندی سوپ تازه در بازار فرانسه است و شرکت تولیدکننده در نظر داشته تا بسته بندی این محصول، کارکردی بودن و سهولت مصرف به وسیله مصرف کننده و جلوه جدید محصول را با یکدیگر تلفیق کند و در عین حال بیشترین عمر قفسه را برای آن تامین کند.

بسته بندی جدید باید راحتی مصرف کننده، سبکی و سهولت باز کردن را تامین کرده در عین حال قابل استفاده در ماکروویو باشد.

برای تهیه این ظرف از فرایندهای کواکستروژن و گرمایشکله دهی PP/PVOH/PP استفاده شده است. این ساختار چند لایه بهترین نفوذناپذیری را برای ظرف به همراه آورده تا عمر قفسه محصول افزایش یابد.

شکل گرد ظرف، بهترین پایداری ظرف را در برابر دمای زیاد پیکردن آن، فراهم کرده و در عین حال با نگهدارنده های فنجان در اتومبیل همخوانی دارد و به همین دلیل به هنگام رانندگی نیز می تواند مورد استفاده قرار گیرد. (توجه داشته باشید که خوردن به هنگام رانندگی در ایران ممنوع است. م)

اسلیو این ظرف سطح وسیعی دارد و امکان درج تبلیغات و اطلاعات لازم را به طراح می‌دهد. شکل آن برای قفسه مناسب است و ظرف و درپوش آن در رنگ ها و تزیینات مختلف تهیه می‌شود.

یک از مسوولین شرکت می‌گوید: "ما در نظر داشتیم که محصول جدیدمان همه جا قابل استفاده باشد؛ هنگام کار، در زمان مسافرت یا استراحت."

بسته جدید به گونه ای طراحی شده که ضمن جالب بودن ظاهر، به راحتی حمل و نقل شود، حتی اگر داغ باشد.

آگاهی بیشتر: www.rpc-barriercontainers.com





بسته‌های قابل ماکروویو

شرکت Minute Snacks بسته‌بندی‌های جدید محصولات گوشتی که سریع آماده مصرف می‌شوند و در ماکروویو هم قابل مصرف هستند را به بازار عرضه کرده است. بسته‌بندی جدید با سیل کامل سطح، ظاهری مانند پوسته دوم محصول ایجاد کرده و ظاهر اولیه مواد غذایی را حفظ می‌کند که برای جلب مشتری مناسب است.

بسته مواد غذایی در فشار زیاد پاستوریزه می‌شود تا عمر قفسه طولانی‌تری داشته و خواص آن نیز حفظ شود.

در این نوع بسته‌بندی، به دلیل اینکه پخت در ماکروویو با بخار تحت فشار امکان پذیر است، گرمایش غذا در مدت یک دقیقه قابل انجام است و در صورتی که درب آن بسته بماند، غذا را تا ۲۵ دقیقه بعد نیز گرم نگاه می‌دارد.

بسته از نوع آسان باز شو بوده و غذا را می‌توان مستقیماً در همان ظرف که به صورت سینی قابل استفاده است، مورد مصرف قرار داد. برای حمل و نقل این بسته از کارتن مقوایی استفاده می‌شود.

آگاهی بیشتر: www.sealedair-emea.com



محصولات حفاظتی کشاورزی در بسته‌های جدید



شرکت RPC برای یک شرکت تولیدکننده تجهیزات و مواد حفظ بهداشت باغ، دو بسته بندی جدید اسپری کنترل علف و عصاره طبیعی گیاهان، طراحی و عرضه کرد. بطری مخصوص علف کش با نام Resolva 24H که تاثیر خود را به فاصله بیست و چهار ساعت بعد از مصرف نشان می‌دهد، با رنگ آبی و از ماده HDPE تولید شده است. طراحی بطری به صورت نامتقارن که اکنون گرایشی رو به رشد در طراحی بطری به شمار می‌رود، انجام شده است.

آگاهی بیشتر: www.rpc-raunds.co.uk

بسته بندی روزلب جدید

شرکت Risdon International روزلب منحصر بفردی طراحی کرده که دری کوچک داشته و باز بسته شدن آن به کمک یک دکمه کشویی و فقط با استفاده از یک دست قابل انجام است.

قاب روز از ABS سیاه قالب‌گیری شده است که رویه آن با UV شفاف پوشیده شده و لوگو هم بر روی آن کنده کاری شده تا در مجموع ظاهری شیک بدان ببخشد. اسلیو بسته از آلومینیوم براق روشن تهیه شده است.

در تبلیغات این محصول جدید عبارت زیر مورد استفاده قرار گرفته: "زیبایی هیچگاه آسانتر از این به دست نیامده است."

واردات، صادرات مشاور

وارد کننده انواع ماشین آلات بسته بندی و خط تولید فرآوردههای گوشتی از کمپانیهای معتبر دنیا



وارد کننده جدیدترین ماشین آلات بسته بندی اروپایی با ظرفیتهای متفاوت شامل :

- دستگاههای ترموفرمینگ همراه با قابلیت تزریق گاز، همم التوماتیک
- وکیوم داخل ظرف (تری سیلر) همراه با قابلیت تزریق گاز نیمه التومات و همم التوماتیک
- وکیوم داخل کیسه (کابینی) همراه با قابلیت تزریق گاز
- اسرچ رپر التومات و نیمه التومات



- وارد کننده انواع ماشین آلات خط تولید و عمل آوری فرآورده های گوشتی، ناگت و انواع برگرها از کمپانیهای مطرح دنیا
- ارائه کاراتمی و خدمات پس از فروش
- نصب، آموزش و راه اندازی ماشین آلات فروخته شده (بصورت رایگان)

با مدیریت مهندسان مشاور

Natureflex

شکلات پیچیده در فیلم Natureflex

برای پوشش داخلی شکلات‌های شرکت Chocolate Askinosie، از فیلم شفاف دارای خاصیت ضد بارساکن یا آنتی استاتیک که در عین حال در برابر رطوبت نیمه نفوذپذیر بوده ولی خاصیت ضد بخار آب دارد، استفاده شده است. فیلم NatureFlex NVS که برای این منظور استفاده شده، در برابر گازها و مواد معطر نفوذناپذیر است، در ضمن چاپ پذیر بوده و از نظر خواص سطحی نیز اصلاح شده است.

آگاهی بیشتر: www.innoviafilms.com



شکلات گوجی در بسته بندی Natureflex

اولین شکلات شرکت غذایی Superfood Snacks در فیلم‌های زیست محیط دوست، بسته بندی می شود. به گفته بنیانگذار شرکت، هدف آنها از انتخاب این فیلم برای بسته بندی، هماهنگی آن با دیدگاه های شرکت از نظر تجزیه پذیری و تناسب است. این نوع فیلم برای اطمینان از شرایط مناسب محصول در بسته بندی انتخاب شده است. برای این منظور فیلم متالایز NatureFlex بر روی فیلم شفاف و درخشان NatureFlex لمینیت شده است.

آگاهی بیشتر: www.ilms.com



کاربرد الیاف خرما در بسته بندی



برای خاک تبدیل می شود. آگاهی بیشتر: www.earthcycle.com

اعلام کرده که روشی را برای تبدیل ضایعات به بسته بندی دوستدار محیط زیست پیدا کرده است. بسته بندی جدید با مقررات FDA و نیازمندی های CFIA کانادا برای تماس با مواد غذایی، مطابقت داشته و در مدت کمتر از نود روز به کود مفید

الیاف خام مورد استفاده در تولید بسته بندی های شرکت Earthcycle، از الیاف درخت خرما تهیه شده است. این الیاف، زباله ناشی از کشت درخت خرما برای تولید روغن خرماست که در طول سال جمع آوری می شود. شرکت

۱۰۰ درصد از مواد باز یافتی تهیه می شود. سال گذشته، این شرکت نخستین شرکتی بود که با دریافت برچسب زیست محیطی، که نشان دهنده بی ضرر بودن محصول برای محیط زیست است، مورد قدردانی قرار گرفت. این پودر در حال حاضر در بسته بندی که برنده جایزه طراحی Eco TM Unipak شد، عرضه می شود و استفاده از مواد باز یافتی در آن، به میزان ۲۰ تا ۷۴ درصد آزاد شدن دی اکسیدکربن در محیط را کم می کند.

برای آگاهی بیشتر: www.simplywashing.com



پودر شوینده بدون صدمه به محیط زیست

پودر شستشوی شرکت Aquados از نظر مسایل زیست محیطی بسیار کم ضرر اعلام شده است؛ حتی بسته بندی آن به طور

تازه های Ciba در نمایشگاه اینترپک

می کند. مدیر بازاریابی بسته بندی بخش اروپا، افریقا و خاورمیانه شرکت می گوید: "مصرف کننده ها معمولا بسته بندی های شفاف را ترجیح می دهند؛ چون می توانند دقیق تر ببینند چه می خردند و آیا بسته بندی کاملا پر است یا نه. شفافیت، در ضمن باعث جذابیت محصول می شود، زیرا نشانه تازگی، تمیزی و قابلیت دید است. ولی در عین حال بسته بندی شفاف سبب صدمه به محتوای بسته می شود. شرکت سیبا فناوری نفوذناپذیری را عرضه کرده تا محتوای بسته بندی را محافظت کند و مانع از تغییر رنگ محصول شود."

آگاهی بیشتر: www.ciba.com/packaging

دستاوردهای شرکت در زمینه نشان دهنده های زمان - دما یا (TTI) نیز معرفی شد. یکی از تازه های شرکت، رنگ هایی است درخشان و شفاف که تاثیر آینه ای در بیننده ایجاد

محصولات جدید شرکت Ciba بر رنگ، شفافیت و حفاظت از محصولات پلاستیکی، متمرکز شده اند. در نمایشگاه برگزار شده،



نشان دهنده زمان

محصول شرکت Ciba در زمینه تکنولوژی نشان دهنده های زمان - دما که برای تمامی محصولات فاسدشدنی، قابل استفاده است، از سیستم کدگذاری رنگی استفاده می کند که در زنجیره لجستیک محصولات سرد، شرایط دمایی و زمانی متحمل شده به وسیله محصول را نشان می دهد.

آگاهی بیشتر: www.onvu.com



برنده بیستمین جایزه نوآوری Dupont در بسته‌بندی

UniPak Eco که جایزه نوآوری در بسته‌بندی به آن تعلق گرفته، صد درصد از مواد بازیافتی تهیه شده و قابل بازیافت است. در عین حال مانند سایر محصولات شرکت Superfos از نفوذناپذیری زیادی برخوردار است. از آنجا که این محصول صد درصد از مواد بازیافتی تهیه شده، تخمین زده شده است که حدود ۷۴ درصد از میزان دی اکسید کربن آزاد شده در محیط را کاهش می‌دهد. این گام بزرگی در این زمینه به شمار می‌رود و شرکت آمادگی خود را برای ادامه راه در مسیر سبز اعلام کرده است.



بسته‌بندی سبز برای قهوه

دوستداران قهوه، طعم خوب انتظار دارند، طرفداران محیط زیست، زباله کمتری انتظار دارند، صاحبان "برند" هر دو را می‌خواهند به اضافه طرح گرافیک قوی و هزینه کم. شرکت PJ's Coffee مدعی است که با ارائه بسته‌های جدید قهوه خود به همه این درخواست‌ها پاسخ مناسبی داده است.

طرح هفت رنگ روی بسته به وسیله لیزر کنده کاری شده و با استفاده از چاپ گراور و به صورت مات چاپ شده است. ساختار سه لایه بسته، از پلی استر، فویل و پلی اتیلن تشکیل شده است. برای تولید این کیسه، در مقایسه با ساختار قبلی چهار لایه، ۱۰ درصد مواد کمتر و ۱۵ درصد انرژی کمتر استفاده شده و در ضمن ۱۰ درصد کربن کمتر در محیط آزاد شده است. این شرکت با اعلام این پیشرفت، خبر داد که در آینده در نظر دارد به سمت بسته بندی بدون فویل قدم بردارد تا از میزان کربن آزاد شده در محیط، به میزان ۵۰ درصد کم شود.

آگاهی بیشتر: www.pjscoffee.com



بطری و درب بطری با PP جدید



PP جدید با شفافیت بسیار زیاد برای ظروف اکستروژن-دمشی و نیز نوع دیگری از این ماده با خواص ارگانولیپتیک اصلاح شده برای درب بطری نوشابه، در کنار نوع مناسب فیلم با کارایی بسیار خوب، در نمایشی از تولیدات شرکت Borealis به نمایش گذاشته شد. بنا به اظهار مسوولین شرکت،

نوع قالب گیری دمشی این ماده با نام Borclear RB507MO، شفافیتی بی نظیر برای بسته‌بندی مواد غذایی و لوازم آرایشی ایجاد می‌کند و به صاحبان "برند" امکان متمایز شدن در بین محصولات رقیب می‌دهد.

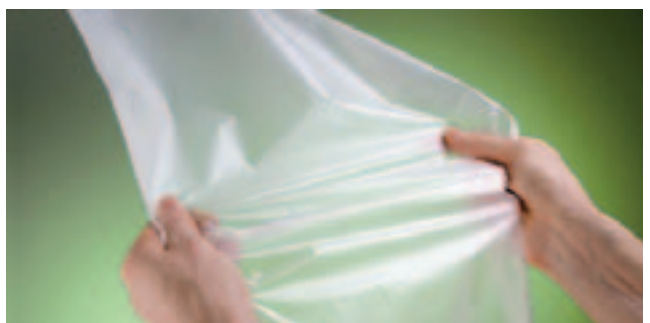
نوع Borclear RB709CF، بیشترین شفافیت و بهترین ویژگی آب‌بندی را دارد و نوع Borclear RB707CF برای کاربردهای قابل سترون کردن طراحی شده است.

انواع RE906CF BorPure به گونه ای طراحی شده‌اند تا برای بسته‌بندی مواد غذایی، فیلم‌های پزشکی و بسته‌بندی DVD مناسب باشد.

نوع RE450MO آخرین نوع در سری محصولات این شرکت است که برای بازار درب بطری طراحی شده است. در این نمایش، بسیاری انواع دیگر از محصولات شرکت با ویژگی‌هایی از قبیل سیلان خوب، ضد بار ساکن، خواص بهینه مکانیکی و برافیت خوب و کاهش میزان درهم پیچیدگی محصول معرفی شده‌اند.

افزایش ظرفیت تولید پلاستیک تجزیه پذیر

شرکت BASF برنامه‌های خود برای گسترش قابل توجه تولید پلاستیک تجزیه پذیر را اعلام کرده است. طبق این برنامه، ظرفیت تولید Ecoflex از ۱۴ هزار تن به ۶۰ هزار تن در سال می‌رسد. در عین حال، این شرکت تصمیم دارد ظرفیت آمیزه‌سازی Ecoviro را افزایش دهد. این ماده حاوی ۴۵ درصد وزنی از ماده تخریب پذیر PLA است. از این مواد در ساخت کیسه حمل مواد، لایه روکش داخلی قوطی، فیلم مالچ برای مصارف کشاورزی، فیلم محافظ پوشش غذا و سایر موارد، استفاده می‌شود. برای آگاهی بیشتر: www.basf.com



بسته‌بندی خشکبار

قوطی مستحکم کامپوزیت، از لایه‌های آلومینیوم بسیار نازک تشکیل شده که با پلاستیک خاصی روکش شده و به عنوان لایه داخلی قوطی عمل می‌کند و نقش لایه نفوذناپذیر را ایفا می‌کند. رفتار این قوطی از نظر نفوذناپذیری مشابه لایه فلزی آن است. عمر قفسه محصول در این قوطی ۱۸ ماه است و به دلیل قابلیت سیل مجدد آن، عمر ماندگاری باقیمانده محصول در قوطی افزایش می‌یابد.



فروش شکر در قوطی کامپوزیت

مصرف کنندگان شکر با مشکل ریزش آن از بسته‌های کاغذی، آشنا هستند و پس از خرید از فروشگاه، به محض رسیدن به منزل، آن را در شکر دان خالی می‌کنند. پس چرا شکر را در همین شکر دان ها به فروش نمی‌رسانند؟ قوطی های کامپوزیت برای شکر و دیگر محصولات مشابه، در مقایسه با بسته بندی های استاندارد دیگر، پایدارتر و مطمئن تر است و آب بندی بهتری تامین می‌کند. مزیت مهم قوطی کامپوزیت، انتخاب درب آن است؛ با انتخاب صحیح نوع درپوش، شکر را می‌توان تازه و به مقدار دقیق مورد نظر، مصرف کرد. درب قوطی از دیسک گردنده تشکیل شده که برای شکرپاشی و دربندی مجدد، به منظور جلوگیری از چسبیدن دانه های شکر که رطوبت پذیر هستند، طراحی شده است. همچنین لیبل ۳۶۰ درجه آن، امکان طراحی و تبلیغات مناسبی را برای تولیدکنندگان، فراهم کرده که تا پایان مصرف قوطی، پیش چشم مصرف کننده باقی خواهد ماند.

آگاهی بیشتر: www.packtech-india.com



قوطی کامپوزیت و امکانات جدید بسته‌بندی

شرکت آلمانی Weidenhammer که تامین کننده معتبر بشکه های کامپوزیت، لوله های لوکس و ظروف پلاستیکی IML در اروپاست، قوطی های کامپوزیت جدید خود را در نمایشگاه اینترپک معرفی کرد. قوطی کامپوزیت بیضی شکل که محصول ویژه این شرکت در نمایشگاه بود، دارای ویژگی هایی از قبیل پایداری شکل، حفظ بو و تازگی مواد در بسته سیل شده، امکان نصب لیبل به صورت دلخواه، آسان پاره شو و قابل بسته شدن دوباره و در عین حال دارای قابلیت نگهداری آسان در قفسه و امکانات گسترده تشویق و تبلیغ محصول است.

شکل تازه این ظرف، توجه مشتریان را به خود جلب می‌کند و درپوش لولایی آن سبب متمایز شدن بسته در مقایسه با سایر رقبا می‌شود. این ظرف برای محصولات حجیم مناسب است و می‌تواند برای مصرف، روی میز قرار گیرد.



Evocan محصولی رو به رشد

نوشابه های فوری مثل کاپوچینو، دانه قهوه، اسنک های شور، شیرینی و محصولات تنباکو در قوطی های جدید کامپوزیت Evocan قابل عرضه هستند. در آینده در نظر است تا برای پودر شیر، سرلاک، بیسکویت و محصولات دیگر هم از این قوطی ها استفاده شود.

لایه آلومینیومی چاپ شده، پایداری ابعادی مناسبی به قوطی می‌دهد و سبب می‌شود تا هنگام اولین باز شدن، خطر پارگی کمتری برای بسته به وجود آید. این لایه به صورت یکپارچه بدون باقی گذاشتن لبه های تیز، قابل برداشتن است. حلقه پلاستیکی دولا روی لبه خارجی قوطی، علاوه بر زیبایی ظاهر آن، سبب می‌شود تا درپوش سر جای خود محکم باقی مانده و پس از اولین باز شدن، یعنی پس از باز کردن لایه پاره شدنی رویی، محتویات قوطی تازه باقی بماند.





شرکت آذین چاپ البرز

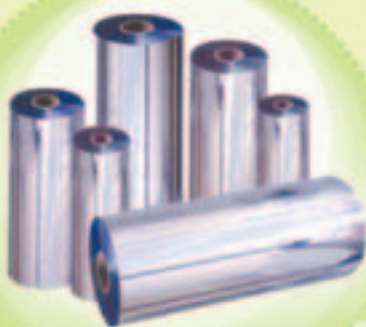
اولین و مدرن ترین مجموعه تخصصی تولید فیلم P.V.C شرینگ و چاپ انواع لیبل های رول و برش خورده P.V.C شرینگ

با دستگاه کنترل چاپ و دوخت (INSPECTION MACHINE)

در ایران

با دستگاه چاپ روتوگراور هفت رنگ

برترین برگزیده جشنواره
صنعت چاپ ایران
(در چاپ روتوگراور)



فیلم PVC شرینگ



لیبل PVC شرینگ



لیبل PVC شرینگ

چاپ ، لمینه و کلدسیل انواع لفافهای بسته بندی و لیبل های رول OPP و انواع فیلم های OPP- P.V.C- PP- PE- PET ، فویل های آلومینیومی و انواع کاغذهای رول



لفاف و لیبل OPP

دفتر تهران: تلفکس: ۰۲۱۶۶۰۱۶۹۴۴-۶۶۰۳۶۸۵۰

کارخانه: قزوین، شهرک صنعتی کاسپین/ صندوق پستی: قزوین ۳۱۴۱-۳۴۱۸۵-۷، تلفن: ۰۲۸۲۲۸۴۸۱۶۴-۷، فاکس: ۰۲۸۲۲۸۴۸۱۶۷

www.azinchap.com / Email: info@azinchap.com

دیگر نگران چاپ و بسته بندی محصولات خود نباشید . با ما مشورت نمایید.

عطر پودر قهوه تازه را همراه با سهولت مصرف قهوه فوری با یکدیگر تلفیق کرده است.

این بسته با ظاهر چشمگیر و طرح معکوس خود، از جنس PP چند لایه تهیه شده است. لایه نفوذناپذیر آن بیشترین حفاظت را در برابر محصولات حساس به اکسیژن فراهم کرده و در طول عمر قفسه، بوی قهوه تازه را حفظ می‌کند. این بسته‌بندی به منظور تامین راحتی بیشتر مصرف‌کننده طراحی شده و مصرف‌کننده می‌تواند

بسته‌بندی قهوه مایع

نخستین قهوه فوری غلیظ شده به شکل مایع، در بسته‌بندی جدید ۳۳۰ میلی لیتری به وسیله شرکت Tchibo به بازار معرفی شده است. این محصول جدید،

پودر آرایشی در ظرف دهان گشاد PETG

Beauty Packaging & Laboratories SeaCliff، بسته‌بندی زیست محیط دوست جدیدی برای پودر آرایشی طراحی کرده است.

در قسمت بالایی، درب بدون اصطکاک با واشر پلی اتیلن که مانع از نشت پودر می‌شود و در قسمت پایین، طراحی اصلاح شده مناسب پودر نرم بسیار ریز در نظر گرفته شده است. جنس بسته از PETG انتخاب شده تا دوستانه محیط زیست و قابل بازیافت باشد و پس از تولید نیز به وسیله سنبلاست کاری، ظاهری یخزده به آن داده شده است.

آگاهی بیشتر:

www.seacliffpackaging.com



برنده جایزه بسته‌بندی Dupont ۲۰۰۸



ولی سیستمی که به وسیله شرکت Gaplast توسعه یافته، با استفاده از کواکسترون - قالب گیری دمشی تولید می‌شود و بطری، کیسه و آب بندی آن در طی فرایندی واحد تولید می‌شوند. با این ترتیب، تا ۵۰ درصد صرفه جویی در انرژی به همراه ۶۰ درصد افزایش کارایی به دست آمده است. ضخامت دیواره کیسه داخلی ۱۰۰ تا ۲۰۰ میکرومتر و از جنس Surlyn است.

این کیسه همزمان با بدنه خارجی بطری از جنس پلی پروپیلین تولید می‌شود. یک جنبه دیگر این بطری، مصرف حداقل مواد در تولید

شرکت Gaplast یکی از برندگان جایزه بسته‌بندی دوپونت در سال ۲۰۰۸ است. فناوری کیسه در بطری که به وسیله این شرکت ثبت شده، برای تولید بطری ۱۰۰۰ میلی لیتری ماده ضد عفونی‌کننده و عملکرد بدون هوای آن، در میان ۸۰ طرح از اروپا، آمریکا و آسیا موفق به دریافت این جایزه شد. بر اساس رای ژوری، دلایل اصلی این انتخاب، کاربرد مسوولانه منابع و استفاده بهینه از انرژی در تولید بوده است.

این گونه بطری‌ها معمولاً از چهار قسمت که به طور جداگانه تولید می‌شوند، تشکیل شده است.

است؛ طراحی بهینه و استفاده از کمترین ضخامت دیواره، کاهش اندازه بطری و در نتیجه کاهش هزینه مواد و حمل و نقل و کاهش اثرات زیست محیطی ناشی از تولید و کاربرد و دفن آن را به همراه داشته است. آگاهی بیشتر: www.gaplast.com

اسلیو زیست محیطی شرکت Sleever

های PET را تغییر چشمگیر داده است. با استفاده از اسلیو‌هایی که دانسیته کمتر از یک دارند، بطری‌ها را می‌توان به PET قابل استفاده برای مواد غذایی بازیابی کرد. آگاهی بیشتر: www.sleever.com

Biosleever، آخرین ابتکار شرکت Sleever International، بسته بندی کاملاً زیست تخریب پذیر و قابل کمپوست است؛ این بسته بندی از مواد (پلی لاکتیک اسید) تهیه شده است. خانواده جدید TPE-G، وضعیت بازگردانی بطری



روش جدید چاپ درهای فلزی

کافی برای تحمل فرایند شکل دهی ساخت درب و سفتی کافی برای صدمه ندیدن در مراحل حمل و نقل، به کارگیری درب و فرایند و نگهداری بسته را دارد.

آگاهی بیشتر: www.crowncork.com



صاحبان "برند" با استفاده از جوهر مخصوص و فینیش خارج درب خواهند توانست محصولات غذایی و نوشابه‌های خود را از دیگران متمایز سازند.

فینیش جدید شرکت Inc. Crown Holdings، دارای تالوفلزی و لاک خاصی است که با پیچاندن درب بسته، تغییر رنگ می‌دهد. فینیش می‌تواند شرایط پاستوریزه کردن و در برخی موارد فرایند پرکردن سترون‌سازی را ضمن حفظ نمای درب و محتوای بسته تحمل کند. مواد جدید، انعطاف پذیری

بسته بندی پوشش شده با بیوپلیمر

شرکت Hutamaki برای بستنی و محصولات غذایی سرد مثل ماست، بسته‌بندی‌های کاغذی پوشش شده با بیوپلیمر را معرفی کرده‌است؛ بسته بندی های گروه BioWare.

فنجان‌های کاغذی که از دو سو پوشش دارند، کارایی مشابه کاغذ روکش شده با PE داشته و درز کناری آنها با مواد تجزیه پذیر زیستی روکش شده تا بیشترین ایمنی برای غذا تامین شده و در عین حال از مهاجرت تغییر رنگ میوه به مقوا در ناحیه درز جلوگیری شود.

ظروف بستنی و در پوش‌ها، از کاغذ یک طرف پوشش شده تهیه شده‌اند که استحکامی مانند ظروف پوشش شده با PE دارند. استفاده از کاغذ، امکان چاپ دلخواه و تبلیغات با کیفیت بسیار عالی را در اختیار می‌گذارد.

ظروف BioWare به طور کلی از گیاهان تجزیدپذیر تهیه می‌شوند و پس از دفن در محیط زیست، به آب و دی‌اکسید کربن و مواد آلی تجزیه می‌شوند. کل زنجیره تولید و دفن ظرف باید کمترین تاثیر را بر محیط زیست داشته باشد.

آگاهی بیشتر: julian.cabell@gb.hutamaki.com



مقدار مورد نظر خود را با فشردن والوسیلیکونی آن مصرف کند. کافی است به مقدار یک تا دو قاشق از محتویات قوطی را در یک فنجان آب داغ ریخته و آن را هم بزنید؛ قهوه آماده است. محتویات بطری برای ۵۰ دفعه کافی است. روی بدنه بطری نیز به طور کامل با اسلیو پوشانده شده است.

آگاهی بیشتر: info@rpc-kutenholz.de

اعجاز در غرفه لوازم بهداشت شخصی آقایان

کارایی و زیبایی بسته‌بندی محصولات بهداشت شخصی آقایان در غرفه شرکت RPC در نمایشگاه اینترنتی پک ۲۰۰۸، با محصولات مختلف به نمایش گذاشته شد. این شرکت که نامی آشنا در لوازم بهداشت شخصی خانم‌ها به شمار می‌رود، تصمیم گرفت تا "برند" خود را در بخش محصولات بهداشت شخصی آقایان نیز گسترش دهد.

متخصص بسته‌بندی حاضر در غرفه توضیح داد: "این غرفه نیاز به بسته‌بندی داشت که تمایزی آشکار هم در مقایسه با محصولات رقیب و هم در مقایسه با محصولات ویژه خانم‌ها داشته باشد. به همین دلیل ما نیاز به طرحی داشتیم که تصویری از قدرت مردانه ایجاد کند و نیز مقدار درست و دقیقی از محصول در زمان مصرف آزاد کند."

برای این منظور، اندازه‌های مختلف این نوع بسته‌بندی مورد آزمایش قرار گرفتند تا بهترین انتخاب برای الزامات خاص پنج محصول مختلف صورت گیرد. برای رنگ بسته‌بندی این محصولات، از طلایی صدفی استفاده شد که به روش سیلک اسکرین در سه رنگ چاپ شده بود تا نمایشی چشمگیر برای محصولات خاص آقایان در غرفه ایجاد کند.

آگاهی بیشتر: www.rpc-wiko.de





طراحی Lumen برای بسته‌های "با شخصیت"

به دلیل بسته‌بندی خلاقانه و جالبی که به وسیله آژانس Lumen انجام گرفته، Bounduelle برنده جایزه بازاریابی و نوآوری در بخش غذای کنسروی شد. بسته‌بندی با تاکید بر جنبه‌های مثبت محصول، گرایشی جوان پسندانه و مدرن را نشان می‌دهد. آگاهی بیشتر: www.bounduelle.it

نوآوری در صنعت نوشیدنی

به گونه‌ای طراحی شده که حجم مورد نیاز رنگ، عطر، ویتامین، مواد معدنی، ادویه یا هرگونه افزودنی دیگر را می‌توان با آن مورد استفاده قرار داد.

بازار مورد استفاده برای این وسیله جدید شامل صنعت نوشابه، لبنیات، مواد دارویی و غذایی، وسایل بهداشت شخصی، محصولات مورد استفاده در منزل و کشاورزی است. آگاهی بیشتر: www.gizmo.co



شرکت بسته بندی Gizmo یک نوآوری منحصر بفرد در صنعت بسته بندی را به ثبت رسانده است.

Gizmo یک وسیله تحت فشار است که داخل درب ظرف قرار می‌گیرد و به محض باز شدن آن؛ یک ماده فعال، رنگ یا عطر را در داخل ظرف تزریق کرده و با آن مخلوط می‌کند.

مکانیزم عمل به این صورت است که با باز شدن در ظرف، فشار درون آن تغییر می‌کند و سبب به کار افتادن جت تزریق ماده افزودنی به داخل محصول می‌شود و در نتیجه تغییر رنگ، تغییر بو و عطر محصول اتفاق می‌افتد.

از آن جا که ماده افزودنی درست هنگام مصرف به محصول اضافه می‌شود، عمر قفسه محصول افزایش یافته و میزان افزایش ماده نیز به صورت دقیق انجام می‌شود.

سیستم Gizmo همراه یک محفظه تحت فشار تزریقی است که هماهنگ با طراحی‌های مختلف در ظرف می‌تواند عمل کند. این محفظه

جایزه Alufoil-Trophy برای PeeliCan

Peelican به دلیل نوآوری در سیستم بسته‌بندی خود، برنده جایزه 2008 Alufoil Trophy شده است. این نوع بسته‌بندی جدید، جایگزین بسته‌های دارای حلقه کششی است که برای بسته‌بندی ماهی استفاده می‌شد. با این طراحی جدید، بسته‌های آلومینیومی دارای عمق زیاد، وارد بازارهای جدیدی خواهند شد. یکی از مشکلاتی که دستگاه پرکن با آن روبروست، دقت پرشدن و اطمینان از تمیزی حلقه دور در و درپوش ظرف است. فناوری آب بندی اولتراسونیک بدون هیچ مشکلی برای آب بندی این ظروف استفاده می‌شود. مزایای اصلی این ظرف، عبارتند از: وزن کم، قابلیت انبارش به دلیل شکل خاص آن و روش بازکردن راحت. آگاهی بیشتر: www.alupak.com



این ظرف در سه اندازه مختلف عرضه شده است که ته آنها شفاف بوده و درپوش و سینی آنها به رنگ سبز است. از ویژگی‌های دیگری که برای ظرف معرفی شده، این است که برای ماکروویو، ماشین ظرفشویی و استفاده در فریزر، ایمن است. طراحی ظروف نگهدارنده، از نوع "آسان یاب" است؛ یعنی درپوش آن به ته ظروف دیگر می‌چسبید. در نتیجه برای مصرف‌کنندگان، انبارش و سازماندهی غذا در کابینت آشپزخانه، آسان است. آگاهی بیشتر: www.newellrubbermaid.com



ظرف نگهداری غذا تا ۳۳ درصد بیشتر

هر آمریکایی سالانه، ۲۵۰ دلار میوه و غذای فاسدشده را دور می‌ریزد. معرفی این ظرف نگهداری به مصرف‌کننده کمک می‌کند تا ضایعات مواد غذایی، کاهش پیدا کند، در هزینه‌ها صرفه‌جویی شود و زندگی سالم تری با افزایش عمر محصولات تا ۳۳ درصد بیشتر، فراهم شود.

در واقع ارائه این محصول، نشان دهنده تمایل مصرف‌کنندگان نسبت به افزایش مصرف میوه و سبزی تازه، شامل غذاهای ارگانیک و غذاهای محلی است. "در حالی که بسیاری از آمریکایی‌ها در برابر افزایش قیمت خواربار، مقاومت می‌کنند، سالانه مقدار قابل توجهی میوه و سبزیجات، فاسد می‌شود. ما این محصول را طراحی کرده‌ایم تا راه حلی ساده و عملی برای حداکثر افزایش عمر محصول و صرفه‌جویی در هزینه‌های خانه به وجود آید."

رطوبت و اکسیژن دو عاملی هستند که به سرعت سبب کهنگی محصول می‌شوند. ظرف نگهداری، دارای درپوش با امکان تصفیه است که به محصول اجازه تنفس می‌دهد و همچنین دارای یک سینی است که غذا را دور از دسترس رطوبت نگه می‌دارد.

کیپسول چای آلومینیومی

شرکت آلمانی - سوئیسی Alupak در نمایشگاه اینترپک ۲۰۰۸ با همکاری شرکت TEEWERK Easytea International Ltd. کنسانتره چای مایع را در بسته بندی آلومینیومی معرفی کرد.

مسئولین شرکت با شعار "تکان بده، بازنکن، پرکن و لذت ببر" معتقدند "عرضه این محصول، تجربه جدیدی از نوشیدن چای را برای دوستداران چای به همراه می آورد و کیفیت خوب چای مورد استفاده، آن را به صورت سرد نیز قابل استفاده ساخته است." بسته بندی های دیواره بلند آلومینیومی این محصول جدید، با حفاظت آن در برابر نور و هوا، طعم و کیفیت چای را برای مدت حداقل یک سال حفظ می کند. همچنین حمل و نقل آن ایمن بوده و حتی ضمن حرکت نیز می توان آن را نوشید و می تواند همراه سفر خوبی برای دوستداران چای به شمار رود. چای Verity هم اکنون با سه طعم مختلف به بازار معرفی شده است.



فیلمی برای لفاف پیچی و سیل محصولات مختلف

فیلم های شرینگ پلی اولفینی شرکت Cryovac به کمک بازار وسایل مختلف آمده اند. این فیلم ها به دلیل قابلیت پیچیدن و سیل کردن قطعاتی با اشکال غیر متعارف و کوچک و بزرگ، مثل کیت رنگ آمیزی، لوازم حمام، قفسه بندی و غیره، کاربردهای گسترده ای در بازار به دست آورده اند. استحکام فوق العاده خوب فیلم و مقاومت در برابر پارگی و تقلب، این محصول را برای محصولات خانگی و حجیم مناسب ساخته است. رول این فیلم ها دو یا سه برابر فیلم های پلی اولفینی معمولی است که ضرورت تعویض رول را کاهش می دهد.
آگاهی بیشتر: www.sealedair-emea.com



صندوق زرد برای جلب توجه بیشتر

وسيله يك شرکت طراحی "برند" به نام Rowe Brand Design London & Wren انجام شده است. آگاهی بیشتر: www.browary-piast.com.pl

رنگ غیر عادی صندوق بسته بندی نوشابه، به دیده شدن بهتر محصول در مغازه کمک می کند. در ضمن این بسته بندی، به طور مستقیم به لیبل محصول که Piast است، اشاره می کند. این طرح به

راه حل ضد سرقت با Cryovac

تگ های SmartPak برای تماس مستقیم با مواد غذایی مورد تایید قرار گرفته اند و داخل کیسه های شرینگ Cryovac و در مرحله ساخت، قرار می گیرند و بنابراین احتمال دستکاری محصول کاهش می یابد. برداشتن این تگ ها بدون پاره کردن تمامی بسته امکان پذیر نیست.

این تگ ها به راحتی در مرحله فرایند و بسته بندی می تواند مورد استفاده قرار گیرند و هنگام خروج کالا از فروشگاه، در صورتی که بهای آن پرداخت نشده باشد، علامت هشدار را به صدا در می آورند. آگاهی بیشتر: www.sealedair.com





نوشابه‌های کم‌کالری

نوشابه‌های جدید شرکت Ocean Spray با داشتن فقط ۳۵ کالری در هر 250 میلی لیتر، نوشابه مناسبی برای کسانی است نیاز به شمارش کالری خوراک و حفظ رژیم غذایی خود دارند. این نوشابه‌ها با چای سبز و عصاره گیلاس تهیه شده و در دو رنگ مختلف با نام‌های Cranberry Lift و Raspberry Cranberry Lift عرضه شده‌اند.

یک شاخه گل

یک ماه و چند روز پیش، ۲۵ خرداد، روز گل و گیاه بود. بی‌مناسبت ندیدیم که گوشه‌نگاهی به طراحی بسته‌بندی آنها بیاندازیم. شرکت ژاپنی "سنگ، کاغذ، قیچی" محصولی را که هم بسته‌بندی و هم هستند نمایشی است را برای بسته‌بندی گل‌های تازه با نام tu-tu به بازار عرضه کرده است. این محصول شامل یک گلدان کوچک یک حفره‌ای (از جنس کاغذ بازیافتی) درون استوانه ای (از جنس PET بازیافتی) است که گل را در جابجایی و محل نمایش از آسیب حفظ می‌کند. این محصول برای اولین بار در سال ۲۰۰۷ در هفته طراحی توکیو (Design Tide 2007) به نمایش درآمده است.



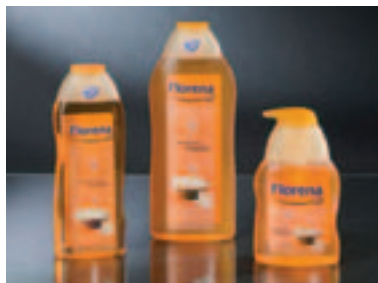
این بسته‌بندی در گروه بسته‌های دوستدار محیط زیست که sustainable نامیده می‌شوند دسته‌بندی شده و از سری محصولات آماده برای نمایش (RTD) است. از نکات جالب آن، امکان عرضه و فروش یک شاخه گل به تنهایی و به زیبایی است.

نوشابه‌های "برند" برنده



شرکت Berry که برنده جایزه بهترین "برند" جدید یا جایزه نوآوری در نوشابه در سال ۲۰۰۷ است، با آب میوه‌های یک لیتری مارک Berry به تقاضای بازار برای نوشابه‌های جدید پاسخ داده است. با همکاری مرکز تحقیقاتی قلب انگلستان، این نوشابه‌ها دارای مقدار آنتی‌اکسیدان زیاد است و برای حفظ رنگ و مواد غذایی آن پاستوریزه شده است.

طرح جدید RPC برای محصولات بهداشتی



طرح‌های جدید بطری محصولات بهداشتی شخصی شرکت Florena که به وسیله شرکت RPC ارائه شده، بر پایه اجزای محصولات طبیعی از قبیل روغن زیتون، آلوئه‌ورا و آپریکات تهیه شده است. این بطری‌ها از PP و PET بسیار شفاف و با استفاده از رنگی تهیه شده‌اند تا از سایر محصولات متمایز باشند.

آگاهی بیشتر: www.rpc-kutenholz.de

دو جایزه Liderpack برای شرکت Ecopack



دو جایزه در بخش "دانش آموزی" مسابقه به شرکت Ecopack زیر عنوان‌های بهترین "طرح جوان" و بهترین "نمایش" تعلق گرفت. این طرح، یک جعبه برای باتری است که راه حلی هوشمندانه برای مشکل نگهداری باتری‌های مصرف شده در خانه، ارائه کرده است و مصرف‌کننده می‌تواند به راحتی آنها را به محل بازیابی برساند. این جوایز در بیست و هفتم مارس در اتاق خبر بارسلون به برندگان اهدا شد. آگاهی بیشتر: www.procartonspain.com

بسته‌بندی و لیبل نو

بازار نوشیدنی، یکی از رو به رشدترین بخش‌های بازار است. drinks. Bottlegreen با معرفی بطری‌ها و نوشابه‌های جدید خود، می‌کوشد موقعیت خود را در این بازار تثبیت کند. لیبل این بطری‌های نوشابه به سمت طرح‌های دستی گرایش یافته است.



Men Perfect که نوعی رنگ موی آقایان است، در بسته‌بندی جدید و خلاقانه به بازار عرضه شده است.

اپلیکاتور رنگ آن با استفاده از دو ماده مختلف (TPE و PP) و با روش قالب گیری تزریقی دو جزئی ساخته شده است.

طبق اظهار مسوولین شرکت، محصول داخل بسته‌بندی به دلیل وجود سوراخ روی هر دکمه اپلیکاتور، ساده و قابل استفاده سریع است.

بسته‌بندی رنگ موی آقایان



پالت مقاوم از مواد بازیافتی



شرکت IPS با همکاری شرکت Goplasticpallets.com پالت جدیدی برای بازار انگلستان معرفی کرده است. این پالت به رنگ آبی، از مواد صدهم درصد بازیافتی تهیه شده است و با قابلیت بارگیری ۱۲۵۰ کیلو بار، سطحی تمیز و ساختاری با دوام داشته و سطح آن به راحتی تمیز می‌شود که برای صنعت بسته‌بندی و تهیه مواد غذایی مهم است. آگاهی بیشتر: www.goplasticpallets.com



بسته‌بندی غذای دوست محیط زیست

شرکت ایتالیایی 'Packaging' Friendly Food این جعبه بسته‌بندی غذا را به بازار معرفی کرده که قابل استفاده در ماکروویو و فریزر بوده و در برابر نشتی نیز مقاوم است.

این جعبه با نام Away Box، Take، برای انواع غذاها، شامل ماکارونی، سالاد، برنج، سوپ و همینطور بیسکویت و شکلات، مناسب اعلام شده است. استفاده از مقوا برای بسته‌بندی اولیه و ثانویه غذایی، انتخابی بدون بحث است؛ سبکی، ارزانی و قابلیت چاپ همه نوع طرح و لوگو و کارهای تبلیغاتی، آن را به ماده‌ای مناسب برای بسته‌بندی تبدیل کرده است. استفاده از خطوط پرکن پر سرعت، زمان توقف تولید را کاهش داده و استفاده از الیاف طبیعی تجدید پذیر، مقوا را بهترین انتخاب بسته‌بندی از دیدگاه زیست محیطی ساخته است.

بسته‌بندی جدید کاربردی



هوای گرم، از صدمات ناشی از نور خورشید و از شن و باد در کنار دریا یا هنگام دو چرخه سواری محافظت کنند. قوطی‌ها، بوی مخصوص شیرینی و لیبل‌های مختلف دارند ولی آنچه بین همه این بسته‌ها مشترک است، وجود نوار بالای قوطی است که در واقع تاکیدی است بر فرایند تولید دستی و قدیمی این شیرینی‌ها.

شرکت Wawel تولیدکننده و متخصص تولید شیرینی‌های سخت، تعداد محدودی از خطوط تولید محصولات مورد توجه مردم را برای فروش عرضه کرده است. پس از سالها تجربه، این شرکت اکنون شیرینی‌های سنتی خود را در قوطی‌های فلزی جدید و زیبا ارائه کرده است. این قوطی‌های محکم بسته شده، می‌توانند شیرینی‌ها را در

نوشیدنی مخصوص کودکان



First Juice، نوشابه‌های خاص بچه‌ها و کودکان شش تا بیست و چهارماهه را با بسته‌بندی‌های جدید به بازار آمریکا معرفی کرده‌است. این نوشیدنی‌ها، دارای میزان کم شکر بوده و پیش از بازکردن در بطری، نیازی به نگهداری در یخچال ندارند. بطری این نوشیدنی‌های ارگانیک دارای عصاره سبزیجات، قابل بازیافت بوده و در برابر نشتی مقاوم است.



آب معدنی در بطری ورزشی

طرح این بطری آب با هدف جلب توجه جوانان فعال انجام شده‌است. ظرفیت بطری ۰/۷۱ و درب آن از نوع بکش/فشار بده است.

Kinga PieniDska نخستین آب معدنی لهستانی است که با روش اسلیو کامل به بازار عرضه شده‌است. لیبل بطری، ورزش‌های مختلف را نشان می‌دهد.

آگاهی بیشتر: www.hbn.pl

دو نوشابه ورزشی جدید

شرکت Nutrend، تولیدکننده معتبر نوشابه‌های ورزشی و رژیمی برای علاقه‌مندان به ورزش در کشورهای چک و اسلواکی، دو نوشابه ورزشی جدید به بازار معرفی کرده‌است.

دو نوشابه ۷۵ میلی لیتری Isodrinx و Carntin به وسیله درب های ۲۸ میلیمتری Seaquist Closures و Original Sport cap به همراه والوهای سلیکونی SimpliSqueeze تجهیز شده‌اند.

Isodrinx نوشابه غیر الکلی است که با چهار طعم مختلف پرتقالی، لیمویی، گریپ فروت و سیب عرضه شده‌است.

Carntin نیز با چهار طعم مختلف پرتقالی قرمز، لیمویی، نارگیلی و چای سبز به همراه elderberry عرضه شده‌است.

بطری‌های PET با طرحی که برای در دست گرفتن راحت هستند، اسلیوهای نیمه شفاف دارند که اجازه می‌دهند تا رنگ نوشیدنی داخل بطری دیده شود.

والو SimpliSqueeze، هنگام فشردن بطری، محتوای داخل بطری را رها می‌سازد و به محض برداشته شدن فشار، دوباره بطری را آب بندی کرده و احتمال نشتی را کاهش می‌دهد.

طراحی درب بطری به گونه‌ای انجام شده‌است تا با استفاده از یک دست بتوان آن را باز کرد و در نتیجه هنگام حرکت نیز قابل استفاده باشد.

آگاهی بیشتر: www.seaquistclosures.com



نوشابه ورزشی برای موتورسوارها

شرکت ایتالیایی Fluids Pty Ltd. Hazadous از بطری ۵۰۰ میلی لیتری PET که به وسیله شرکت Amcor طراحی شده‌است، استفاده کرده و محصولات خود را به بازار آمریکا معرفی کرده‌است. مدیریت این شرکت به دلیل همکاری خود با Hazardous Sports Co. توانسته علامت خطر بیولوژیکی را بر روی این بطری به چاپ برساند. لیبل تمام بدنه این بطری، دارای نوار شفاف در تمامی طول بطری است که حجم مایع باقیمانده در بطری را در هر لحظه نشان می‌دهد و ورزشکار می‌تواند میزان مصرف نوشابه را ارزیابی کند.



بسته‌بندی مدل کانگورو برای مقابله با فراموشی

ماده آماده سازی و مرحله پیش آماده سازی به وسیله آرایشگر فراموش شده یا در جایی جا بماند، پیشگیری می‌شود. مزایای دیگر این نوع بسته‌بندی، حمل و نقل و انبارش آسانتر و با صرفه تر دو بسته است.

این بسته‌بندی به وسیله TricorBraun برای یک نوع مواد آرایشی دو مرحله ای مو شامل ماده اصلی و ماده مخصوص آماده سازی، طراحی شده‌است. با استفاده از این طرح به دلیل جاگذاری بسته کوچکتر در درون بسته بزرگتر و اصلی، از این که



طرح پاپ کورن برای دوستداران فوتبال



برای دوستداران فوتبال، به ویژه مسابقات قهرمانی اروپا، طرحی جدید برای بسته بندی پاپ کورن، عرضه شده است. کیسه سبز با نوشته زرد رنگ چاپ شده "Popcorn" و عکسی از فوتبال و رنگ های پرچم لهستان که برای تبلیغ تیم ملی استفاده شده است، کلیات این طرح هستند. آگاهی بیشتر: www.hbn.pl

درب فعال

درب فعال SmartSeal FLEX هنگام نوشیدن نوشابه داخل بطری، باز شده و بلافاصله پس از آن بسته می شود. ویژگی این درب که به ثبت هم رسیده، این است که نشستی نوشیدنی را کنترل کرده و برای مصرف در حال حرکت مناسب است. (توجه: نوشیدن هنگام رانندگی در ایران ممنوع است.م)



این نوع درب که برای نوشیدنی های بدون گاز مناسب است، برای بسیاری از انواع فینیش های بطری در دسترس قرار دارد و نمونه آن با پرکردن فرم و ارائه اطلاعات مورد نیاز، از سوی فروشنده، قابل ارسال است.



چاپ رنگی روی شیشه های دارویی

چاپ به روش انتقال حرارتی، راهی جدید برای چاپ چند رنگ روی بسته های شیشه ای داروست. شرکت Gerresheimer با معرفی این روش در نمایشگاه اینترتیک، روشی با صرفه و با کیفیت برای صنعت داروسازی معرفی کرده است. این روش چاپ، به غیر از امکان چاپ لوگو به صورت چندرنگ، برای بیماران، پزشکان و داروسازان، امکان راهنمایی بهتری فراهم می کند.



دستورعمل های مصرف، تاریخ مصرف و انقضای مصرف، بارکد و حتی کالبراسیون بسته بندی دارو به صورت چند رنگ قابل چاپ است که در نتیجه مصرف دارو را برای بیماران، راحت تر می سازد. روش چاپ اسکرین که پیش از این مورد استفاده قرار می گرفت، فقط برای چاپ تک رنگ مناسب بود، و برای هر رنگ اضافی باید از یک مرحله خشک کن استفاده می شد.

آگاهی بیشتر:

b.lingenberg@gerrsheimer.com

وسیله حمل بطری خالی

ظاهر خوب، حمل مناسب بدون صدمه و قابلیت استفاده برای بطری های خالی و دربندی ضد تقلب، مواردی بودند که در دستور کار طراحی سبد مناسب حمل بطری قرار گرفتند.

با عرضه این بسته بندی / وسیله حمل، شرکتی که این وسیله را سفارش داده بود توانست حجم فروش خود را هر سال سه برابر افزایش دهد. میزان بطری برگشتی نیز از ۱۰ درصد به ۶۰ درصد رسیده که شرکت قصد دارد آن را به ۸۰ درصد برساند.



شیشه بهترین انتخاب برای حفظ طعم و کیفیت NUTELLA است که با این طرح به صورت یک یادگاری به یادماندنی از این مسابقات درآمده است.

NUTELLA برای فوتبال دوستان

با ورود به جرگه فوتبال دوستان، شرکت NUTELLA طرحی جدید برای شیشه‌های حاوی این کرم معروف معرفی کرده است که به ویژه برای دوستداران فوتبال که پیراهن تیم‌های ملی مورد علاقه خود را می‌پوشند، جالب است.

شیشه ۸۵۰ گرمی Nutella به نوعی طراحی شده که نمایی مشابه یک بازیکن فوتبال را شبیه‌سازی می‌کند. طرح اولیه به دلیل اسلیمی که شانه‌ها و تمامی بطری را می‌پوشاند، تاثیر چشمی قوی به بیننده می‌بخشد.



طرح جدید بسته‌بندی فیلتر آب

بسته‌بندی جدید باید مشخصات سه نوع فیلتر مختلف شرکت Mettem-Technologies را پوشش می‌داد.

عمومیت یافتن مباحث مربوط به زندگی سالم و پخش نمایش هلی در مورد مشکلات ناشی از تصفیه آب در بین مردم، در نتیجه تبلیغ استفاده از فیلتر آب، مصرف‌کنندگان روسیه را نسبت به استفاده از فیلتر آب، بسیار علاقه‌مند کرد و در نتیجه رقابت شدیدی بین تولیدکنندگان به وجود آمد.

شرکت Mettem-Technologies برای تبلیغ محصول خود ناچار بود تا "برند" خود را از دیگر رقیب‌ها متمایز ساخته، در مورد عملکرد و مزایای آن به مصرف‌کننده توضیح کامل بدهد و در ضمن تفاوت سه نوع فیلتر خود را مشخص سازد.

تصاویر سه بعدی ساختار چند لایه فیلتر به همراه توصیف سیستم سه مرحله ای تصفیه آب و نیز تاییدیه موثر بودن فیلتر، باید به وسیله بسته بندی جدید محصول نشان داده می‌شد.

با ارائه این بسته بندی جدید، طراح معتقد است "اطلاعات مورد نیاز مصرف کننده و جنبه‌های زیبایی شناختی بسته بندی رعایت شده است." انواع مختلف فیلتر این شرکت، با پس زمینه های رنگی مختلف نشان داده شده اند.



سیستم نازل بدون هوا برای MEGA

پمپ و خنثی شدن فشار، پیستون، محصول را بدون کاربرد هوا دنبال می‌کند. همین نکته عدم تماس با هوا، کاهش مصرف مواد نگهدارنده را نیز به دنبال خواهد داشت. تمامی این سیستم از پلاستیک تهیه شده و به وسیله اتیلن اکساید و تابش گاما استرون شده است.

سیستم بدون هوا برای بسیاری محصولات مناسب است؛ کرم‌ها، لوسیون‌ها، ژل‌ها و انواع محصولات آرایشی که به شکل امولسیون عرضه می‌شوند، با استفاده از این سیستم، سالمتر، بدون نشستی و بادوام بیشتر به دلیل عدم تماس با هوا، نگهداری خواهند شد.

به مناسبت کنگره 2008 Pharmapack؛ شرکت Mega چندین کاربرد سیستم‌های افشانه بدون هوا که با همکاری آزمایشگاه‌های معتبر دارویی توسعه یافته است را به نمایش گذاشت.

استفاده از این سیستم، ضمن حفاظت از محصول، آسانی و روانی و دقت مصرف به وسیله مصرف کننده را نیز به همراه می‌آورد.

محصول Mega که با اینگونه سیستم عرضه می‌شود، دارای ۴۰ درصد الکل بوده، و بدین ترتیب در برابر خشک شدن هم حفاظت می‌شود. در اثر خلا در داخل محفظه



نارضایتی والدین از بسته‌بندی شیر خشک

قوطی و کیسه در جعبه برای بسته بندی شیر بچه، مورد انتقاد والدینی قرار گرفته که خواستار سهولت کاربری بسته بندی آن بودند. در بسته بندی جدید در پوش ضد تقلب، غشای آسان باز شو، قاشقی که همراه برگه اطلاعات بر روی غشا قرار داده شده و ابزار برداشتن پودر به میزان دقیق، ابتکاراتی بودند که به کار گرفته شدند. این نوآوری ها سهم بازار را از ۵ به ۲۰ درصد رساندند. این بسته بندی چندین جایزه مهم در اروپا را به خود اختصاص داده است.



کاسه بزرگ از PP

به دنبال درخواست زیاد برای کاسه بزرگی از جنس PP شفاف برای محصولات که بتوانند به وسیله ماکروویو و بخار گرم شوند، این کاسه به وسیله Plus Pack معرفی شده است.



جایزه سالیانه "استارپک" برای Easypack

از بیست و دوم ماه می، Easypack با برنده شدن دو جایزه در مسابقه سالیانه "استارپک"، بسته‌بندی جدید خود را به میدان آورده است. در این مسابقه، بزرگترین و مطرح‌ترین صاحبان "برند" بسته‌بندی شرکت می‌کنند. این نوع بسته‌بندی، نوعی نوآوری برای نقطه فروش به شمار می‌رود که در آن از بسته‌بندی کروگیت و نمایشی خلاقانه استفاده کرده است.



بسته‌بندی چای میوه‌ای، در بخش "آماده برای مصرف و نمایشی و جامع" جایزه طلا را به خود اختصاص داد. همچنین این بسته‌بندی، در بخش "توسعه فنی" نیز به دلیل استفاده از ماده Corrulex، جایزه برنز را دریافت کرد. هیئت داور این نوع بسته‌بندی را به این ترتیب توصیف کرد: "ساده، راحت برای استقرار به دلیل مقسم‌های داخلی، و محصولی که همیشه در جلوی بسته‌بندی به نمایش گذاشته خواهد شد."

چای سبز در بسته‌بندی شفاف



لیمو، جین سینگ، نعنا و یاسمین با طعم چای سبز خالص تلفیق شده تا نوشیدنی‌هایی سرشار از زندگی و طعم طبیعی عرضه شود.
آگاهی بیشتر: www.lipton.com.tr

سبز روشن، علامتی از سلامتی است و می‌کشد تا توجه مصرف‌کننده را به مزایا و خواص مفید آب خالص، برگ چای و آنتی‌اکسیدان‌های طبیعی جلب کند. در چای‌های جدید، طعم

شرکت لیپتون، چای سبز با طعم و بسته‌بندی جدید به بازار ترکیه معرفی کرده است. این سری جدید با نام "سبز شفاف" به بازار عرضه شده است. بسته بندی براق جدید، با رنگ

آگهی مزایده عمومی

شرکت تولیدی مواد غذایی و الکل بیدستان در نظر دارد

مقدار ۱۲۵ تن گرانول P.V.C ویژه تولید فیلم شریک لیبل خود را از طریق مزایده به فروش برساند.

متقاضیان می‌توانند جهت بازدید به محل کارخانه واقع در کیلومتر ۱۰ جاده قدیم قزوین کرج

مراجعه و یا با تلفن ۰۲۸۲-۲۳۲۲۸۳۱-۷ تماس حاصل نمایند.

«ضمناً هزینه درج آگهی به عهده برنده مزایده می‌باشد».



موسسه صنعتی رضوان

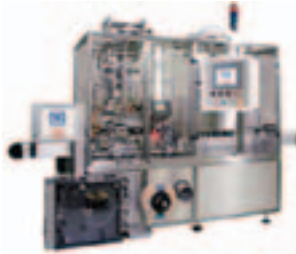
سازنده فسه های خشکن در ابعاد و اندازه های مختلف (۱۰۰×۲۰۰)، (۱۰۰×۱۵۰)

جهت خشکن کردن تمام سطوح جایی و جسی از قبیل: کافه، نظارت، سردخانه، سردخانه و قوطی

کاشانی ۴۹۷۳ - ۵۵۳۱ - ۱۳ ۷۵ ۲۱۶ ۴۹۱۲

آخرین پیشرفت‌های Sleever در اینترپک

تمامی اخبار جدید شرکت به اطلاع علاقه‌مندان رسید.
آگاهی بیشتر: www.sleever.com



شرکت Sleever International که در زمینه اسلیوهای تزئینی، شرکتی معتبر به شمار می‌رود، در اینترپک ۲۰۰۸، آخرین پیشرفت‌های خود را به نمایش گذاشت.

Powersleeve® Evoluti on IV که آخرین ماشین اسلیوگذاری این شرکت است، با سرعت سی هزار BPH کار می‌کند.

همچنین در کنفرانسی که به وسیله متخصصین این شرکت در روز دوشنبه ۲۸ آوریل برگزار شد،

نسل جدید ماشین‌های فرم-فیل-سیل

شرکت Hassia Redaton با معرفی ماشین‌های جدید سری ۳۰۰ و ۵۰۰ Flexibag، نسلی جدید از ماشین‌های فرم-فیل-سیل ساشه با ابعاد کوچک و کارایی زیاد را معرفی کرده است.

مشخصات فنی و قابلیت‌های این ماشین عبارتند از:

Si 500	Si 300	مشخصات ساشه
۵۰۰	۳۰۰	بیشترین عرض (mm)
۲۰۰	۲۴۰	بیشترین طول (mm)
۱۰۰۰	۶۰۰	بیشترین عرض فیلم (mm)
۸۰۰	۶۰۰	بیشترین قطر قرقره (mm)
۱۵۲	۷۶	قطر مرکز قرقره (mm)

آگاهی بیشتر: www.hassia-redatron.de



The new Generation
Compact in size.
High performance.

ماشین جدید کپسول پرکنی

ضایعات محصول کاهش پیدا می‌کند. ماشین همچنین دارای امکانات شستشو در محل (WIP) یا تمیزکاری در محل (CIP) است و با فعال کردن سیستم شستشو به صورت تماسی، نازل‌های فشارقوی، داخل ماشین را با اسیدهای قوی، سود سوزآور و آب بدون نمک، می‌شویند.
آگاهی بیشتر:

www.boschpackaging.com



شرکت Technology Bosch Packaging سری ماشین‌های خود را برای فرایند مواد آلاینده گسترش داده است.

در ماشین جدید HiProTect GKF، از آنجا که ارتباط بین اپراتور و مواد، قطع شده است، نیاز به ماسک، لباس‌های محافظ گران قیمت و دیگر تجهیزات ایمنی وجود ندارد.

به وسیله این ماشین می‌توان پودرها، قرص‌ها، مایعات و حتی ترکیبی از این مواد را فرایند کرد. کنترل ۱۰۰ درصدی با کنترل وزن خام و وزن کل، به صورت آماری، کیفیت محصول نهایی را تضمین می‌کند. کمترین تغییر در وزن محصول، به قسمت پرکن گزارش شده و به این ترتیب، توقف خط و

KHS بسته‌بندی Pouch

بسته‌بندی پوچ (Pouch) در بخش بسته‌بندی غذا، نوشابه و حتی بخش غیرغذایی، محبوبیت روزافزونی دارد. این محبوبیت به دلیل چندین عامل است: شیک بودن بسته‌بندی، مناسب بودن برای بسته‌های تکی و خانوادگی از مهمترین دلایل محبوبیت و گسترش این نوع بسته‌بندی است.

علاوه بر این، می‌توان سیستم‌های مناسب مثل آب بندی خاص یا وسیله بازکردن راحت را برای آن تعبیه کرد. این نوع بسته‌بندی، فضای کمی اشغال می‌کند که عامل مهمی از دیدگاه لجستیک است.

با معرفی سیستم جدید بسته‌بندی CMP به وسیله شرکت KHS، این شرکت خود را به عنوان تامین‌کننده این نوع دستگاه بسته‌بندی به صورت کلیدگردان معرفی کرده است.

خروجی سیستم جدید، شصت تا دویست و پنجاه پوچ به ابعاد ۹۰ میلی‌متر عرض، ۱۰۰ میلی‌متر طول و ۲۰۰ یا ۲۵۰ میلی‌متر ارتفاع در دقیقه است. بسته‌بندی سایر اندازه‌ها نیز امکانپذیر است. بیشترین تعداد کارتن پر شده از پوچ‌ها در دقیقه، ۳۰ کارتن است.

آگاهی بیشتر: www.khs.com



Combisleeve دو ماشین در یکی

۲۵ تا ۱۵۰ میلیمتر طراحی و سایر فیلم‌ها با ضخامت‌های ۳۰ تا ۷۵ میکرومتر را می‌تواند مورد استفاده قرار دهد.

آگاهی بیشتر: www.sleeve.com



در پاسخ به نیاز بازار، "دو ماشین در یکی" برای بسته‌بندی‌های کوچک با حجم از سه تا ۸۰ میلی لیتر مناسب محصولات سلامتی و زیبایی، به وسیله شرکت Sleever به بازار آمد.

در ماشین جدید جای گذاری و شریک اسلیو در یک ساختار فشرده انجام می‌شود.

سرعت این ماشین با استفاده از سیستم شریک مادون قرمز / هوای داغ و سیستمی برای اسلیوگذاری بدون خطا، تا هیجده هزار واحد در ساعت می‌رسد.

این ماشین به ویژه برای ظروفی با ابعاد ۱۶ تا ۷۵ میلیمتر قطر و ارتفاع

نصب شناساگر فلزی در خط تولید ماکارونی

می‌تواند مبنای این آلودگی باشد. نتایج این بازرسی ثبت می‌شود تا سیستم بازرسی و کنترل کیفیت تولید تکمیل شود.

آگاهی بیشتر:

www.sesotec.co.uk



یک شرکت آلمانی متخصص تولید ماکارونی، روزانه صد تن ماکارونی تولید می‌کند. بخش مهم سیستم کنترل کیفی خط تولید، سیستم شناساگر فلزی D/GENIUS S+S VARICAN است که در انتهای خط برای بازرسی نهایی ۸۰ بسته در دقیقه از محصول نصب شده است.

آلودگی فلزی در هر نقطه‌ای از خط تولید ممکن است اتفاق بیفتد؛ یک پنجره شکسته، یک پرده اختلاط صدمه دیده، ساییدگی قطعات فلزی ماشین تولید یا خطای اپراتور



کل این شرکت چنین اعلام کرده که تا به حال ۸۶ خط پرکن اسپتیک در آمریکا نصب شده و محصولاتی همچون محصولات لبنی و محصولات دارویی را می‌توان با اطمینان با این خط پر کرد.

آگاهی بیشتر:

www.procomac.it

باز یافت محلول استریل کردن و آب شستشوی سیستم، به منظور کاهش ضایعات است. همچنین برخی نوآوری‌ها در این سیستم وجود دارد که شامل استفاده از عایق میکروبیولوژیکی به جای "اتاق سفید" می‌شود. مدیر

شرکت ایتالیایی GEA Procomac، متخصص فناوری پرکردن اسپتیک بطری PET، تاییدیه FDA برای سیستم پرکردن اسپتیک نوشابه‌های با اسیدیته کم را دریافت کرد. سیستم ارائه شده به وسیله این شرکت، شامل

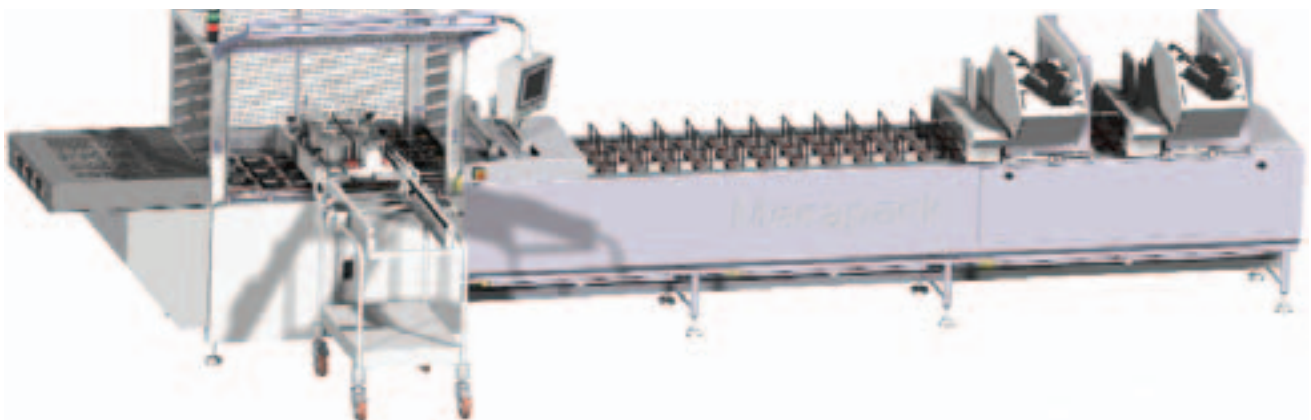
فناوری جدید اسپتیک

سیل کن مقوا در نمایشگاه اینترپک

– مکانی برای جمع شدن کثیفی وجود ندارد.
– امکان بازرسی چشمی محصول تمام شده به دلیل نوع قرار گرفتن آن در خط تولید وجود دارد.
– سرعت: بیش از ۲۰ دور بر دقیقه
– ۳۰۶ یا ۹ بسته در هر سیکل
آگاهی بیشتر: m.wils@mecaplastic.com

رواداری ± 2 درجه سانتیگراد امکان پذیر می‌کند.
– سیستم بارگذاری محصول، قطعات متحرک ندارد و نیازی به تعمیرات پیدا نمی‌کند.
– با استاندارد ایمنی اروپا مطابقت دارد.
– سینی ابزار آسان برای استفاده دارد.
– محافظ‌ها و پوشش‌ها به نحوی طراحی شده‌اند که کارایی تمیز کردن افزایش یابد.

شرکت Mecaplastic در نمایشگاه اینترپک ۲۰۰۸ ماشین آب بندی خودکار سینی با ساختار ساندویچی را به نمایش گذاشت. ویژگی‌های این دستگاه عبارتند از:
– عدم نیاز به تعویض ابزار به دلیل ساختار آب بندی بونیورسال (همه کاره)
– سیستم سردکن با آب که کنترل دما را با



بسته‌بندی لوازم پزشکی

پوشش‌ها به صورت دستی یا خودکار به ماشین خورنده می‌شوند. برش و تا کردن بسته معمولاً به طور خودکار انجام می‌شود و بیشترین طول محصول ۱۵ میلی‌متر است. این ماشین همراه با تجهیزات آزمایش ترکیب‌دهی و نشتی، تکمیل می‌شود. آگاهی بیشتر: www.medical-engineering.co.uk



ماشین بسته‌بندی RDM 4SS با سرعت ۱۵۰ دور بر دقیقه می‌تواند لوازم پزشکی را مطابق با استاندارد تولید ارقام پزشکی ISO 13485:2003 بسته‌بندی کند. در معرفی این ماشین چنین اعلام شده که سیستم کنترل جدید Siemens Simotion PLC، دستگاه را دارای سیستم اطلاع رسانی سریع ساخته و استفاده از آن را بسیار آسان کرده است.

تعویض طول پوچ (Pouch) راحت و آسان صورت می‌گیرد و علائم خطر به طور آشکار و واضح نشان داده می‌شود.

بزرگترین ماشین دسته‌بندی

می‌تواند روی این دستگاه نصب شود. وسایل اضافی دیگری نیز بر روی این دستگاه قابل اضافه شدن هستند تا دستگاه برای سایر موارد نیز قابل استفاده باشد. آگاهی بیشتر: www.key.net



شرکت Key Technology، دستگاه دسته‌بندی کننده با سطح اسکن دو متر عرضه کرده است که با صرفه‌جویی در فضای اشغالی، تولید بیشتری دارد. دستگاه Manta می‌تواند ضایعات و مواد خارجی ۲۷ تن در ساعت سبزی و میوه را بازرسی کرده و آنها پاکسازی کند. این دستگاه، بیشترین تعداد مدول فرایند تصویر را داشته و تصویری با بزرگنمایی زیاد بر روی قابی با ظرفیت بیشتر و وسیعتر ارائه می‌کند. تا هشت دوربین مادون قرمز یا نور معمولی و دو حسگر لیزری

لوازم جانبی تولید شرکت BOBST

برنامه ریزی به صورتی انجام می‌شود تا خط به طور پیوسته کار کند. قسمت بارگذاری برای تمامی فرایندهای چاپ فلکسو و دای کاترهای SPO Autoplaten شرکت، مناسب است. آگاهی بیشتر: www.bobstgroup.com



خطوط نیمه و کاملاً خودکار مختلف، از بارگذاری تا پالت‌کننده که خطوط چاپ و دای کات را تکمیل می‌کنند، به وسیله شرکت BOBST ارائه می‌شود. در صورتی که از پالت استفاده نشود، خوراک دهنده خودکار، بار را متمرکز کرده و با استفاده از ابزارهای مکانیکی، کل بار را جداسازی کرده و تا آخرین قسمت آن، به صورت بسته‌هایی به ابعاد حداکثر ۴۰ تا ۲۵۰ میلی‌متر تقسیم می‌کند. اگر از پالت استفاده شود، پالت خالی، بیرون کشیده شده و پالت بعدی، بارگذاری می‌شود.

تازه‌های Sidel در اینترپک

گرم، که تا ۴۰ درصد کمتر مواد مصرف می‌کند. فناوری آلودگی زدایی پریفرم خشک Predis، که مواد شیمیایی کم و بدون استفاده از آب مصرف می‌کند. سه روباتی که بر روی یک نقاله لایه‌های بسته‌بندی PET را آماده می‌کنند. آگاهی بیشتر: www.sidel.com



شرکت Sidel که یکی از معتبرترین عرضه‌کنندگان خط کامل بطری پرنکی است، در غرفه‌ای به وسعت ۱۰۰۰ مترمربع در نمایشگاه اینترپک ۲۰۰۸، تازه‌ترین راه حل‌های بسته‌بندی خود، از طراحی بطری تا پالت کردن را عرضه کرد. در این نمایشگاه، نوشابه‌های حساس در مرکز توجه قرار داشت. علاوه بر ایمنی محصول، تأثیر زیست‌محیطی بسته‌بندی، نقشی فزاینده یافته است و کاهش مصرف مواد، انرژی، و مواد شیمیایی، مساله مهم کارشناسان این صنعت است. بخشی از تازه‌های این شرکت عبارتند از: - بطری بسیار سبک با وزن ۹.۹

ایده خوب از یک تکنسین چاپ



مهندسی که ماشین‌های چاپ را تعمیر می‌کند، با پی بردن به کمبود فضای ذخیره برای برخی از ماشین‌های چاپی که تعمیر می‌کند، شروع به طراحی کابینت‌های ذخیره‌سازی مناسب این

ماشین‌ها کرد و به دلیل محبوبیت و کاربردی بودن این کابینت‌ها، با تاسیس شرکتی، طراحی و ساخت آنها را آغاز کرد. او دریافت که چگونه می‌توان با کمک طراحی، در فضای اطراف هر ماشین چاپ و ملزومات آن صرفه‌جویی کرد. کابینت‌های Custmo، ساماندهی قطعات، مواد و ابزار را امکان پذیر می‌سازد. تاکنون هشت مدل مختلف از این کابینت‌ها طراحی و ساخته شده‌اند.

تازه‌های Hudson در نمایشگاه اینترپک

محصولات بهداشتی و بسیاری کاربردهای دیگر، می‌توان مصرف کرد. برای آگاهی بیشتر: www.hudsonsharp.com



شرکت Hudson، تولیدکننده تجهیزات تولید فیلم‌های پلاستیکی در نمایشگاه اینترپک ۲۰۰۸، سیستم درهای بسته‌بندی به صورت زیپ دار با قابلیت باز و بستن مجدد را عرضه کرده است. شرکت اعلام کرده است که از این ابتکار با صرفه برای فیلم‌های مورد استفاده در flow wrap عمودی و Pouches، بسته‌بندی خودکار نان و

با خرید، نصب و راه اندازی تجهیزات و قالبهای کارخانه آلمانی: ایران، قطب تولید قوطی‌های فانتزی در منطقه



آن چه که حتی به فکر تولیدکنندگان ایرانی نمی‌رسید این بود که آن همه قوطی فلزی متنوع که برای صنایع چای و بیسکوئیت و شکلات و امثال آن توسط چند شرکت معتبر آلمانی تولید می‌شد حالا در ایران تولید شود. حتی شاید خود آلمانی‌ها نیز دیگر به آن قوطی‌ها دسترسی نداشته باشند.

امسال در نمایشگاه اینترنتی آلمان جای یکی از قوطی‌سازان بزرگ آلمان که معروف‌ترین قوطی‌های فلزی جهان را تولید می‌کرد خالی بود. دلیل این غیبت برای ایرانیان می‌تواند جالب باشد.

با هوشمندی اصغر فلاح مدیر شرکت تهران حلب، درست در زمانی که آمریکاییان در حال خرید این شرکت بزرگ آلمانی و انتقال بخش زیادی از ماشین‌آلات آن به آمریکا بودند تعدادی از خطوط قوطی‌سازی و چاپ نیز توسط این مدیر ایرانی با قیمت مناسب خریداری و به ایران منتقل شد. از جمله تجهیزات منتقل شده به ایران صدها عدد قالبهای قوطی‌سازی شرکت آلمانی است که از این پس پشتوانه‌ای قوی برای صنعت بسته‌بندی فلزی در ایران خواهد بود.

در میان قالبهای موجود قالبهای پیچیده‌ای چون قالب قوطی‌های شکلات merci است که به صورت ستاره هشت پر می‌باشد.

همچنین ماشین چاپ چهار رنگ KBA که به همراه این مجموعه به ایران منتقل شده با عمری کمتر از یک سال و کیفیتی بسیار بالا قدرت رقابت کشور را در عرصه صادرات کالا در بسته‌های فلزی افزایش زیادی داده است. گفتنی است از هم‌اکنون واسطه‌های کشورهای همسایه برای جلب همکاری شرکت ایرانی و انجام سفارشهای کشورهای منطقه توسط آن به دست و پا افتاده‌اند.

برگزاری مراسم روز جهانی طراحی صنعتی

همگام با سایر کشورهای جهان و به مناسبت نخستین روز جهانی طراحی صنعتی، مراسم میهمانی در فرهنگسرای دانشجو واقع در پارک شفق برگزار شد. بیش از ۳۵۰ نفر از طراحان صنعتی، اساتید دانشگاهها و دانشجویان رشته طراحی صنعتی در این مراسم حضور داشتند.

روز ۲۹ JUNE برابر با نهم تیرماه به ابتکار (ICSID) انجمن بین‌المللی جوامع طراحی صنعتی) و به مناسبت پنجاهمین سالگرد تاسیس این انجمن، روز جهانی طراحی صنعتی نامیده شد. استقبال جهانی از این روز و برگزاری جشنها، کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌های متعدد در تمامی جوامع طراحی صنعتی حاکی از اهتمام عمومی بررساندن این هنر - صنعت به جایگاه حقیقی خود میباشد.

کانون آزاد طراحان صنعتی ایران (Iran Independent Institute of Industrial Designers) 4ID، نیز در راستای اهداف حرفه‌ای و علمی خود و به منظور همگامی با سایر جوامع طراحی صنعتی دنیا، اقدام به برگزاری این میهمانی نمود.



نخستین مجمع عمومی انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق برگزار شد

آخر تیرماه مصادف با نخستین مجمع عمومی انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق بود. انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق در شکل جدید خود در مرداد ۱۳۸۶ به ثبت رسید. این انجمن که اکنون نزدیک به شصت عضو دارد از جمله معهود تشکلهای مربوط به بسته‌بندی است. انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق متعلق به تولیدکنندگان ورق کارتن است و هزاران واحد تبدیل ورق کارتن نمی‌توانند عضو این انجمن باشند.

نخستین مجمع عمومی انجمن فوق با سخنان علیقلی حسنی اعظمی مدیرعامل انجمن و مدیر کارتن میهن آغاز شد و پس از سخنان وی حاضران به قرائت گزارش هیئت مدیره گوش فرا دادند.

گفتنی است هیئت مدیره انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق به جز اعظمی تشکیل شده است از: علی کرامتی مدیر کارتن توحید به عنوان رئیس هیئت مدیره، رمضان جوکار دریس مدیر کارتن پک اصفهان به عنوان نایب رئیس هیئت مدیره و مهدی پورصالح مدیر کارتن بهکاربرد به عنوان عضو هیئت مدیره. همچنین تاتار میرجلالی مدیر کارتن ایران و حسین متین‌راد مدیر کارتن مشهد اعضای علی‌البدل هیئت مدیره انجمن هستند. مهدی حداد عادل مدیر کارتن اهواز نیز خزانه‌دار انجمن می‌باشد.

در این جلسه برای نخستین بار حساب دخل و خرج انجمن به صورت تراز مالی به اعضا ارائه شد.

از نکات قابل توجه در گزارش هیئت مدیره، تحلیل ایشان از بازار و عوامل چالش‌زای آن بود. همچنین هیئت مدیره، برنامه‌های خود را برای تغییر در شرایط کنونی کشور در صنعت ورق کارتن و پیشنهادات خود را در این زمینه اعلام کرد. گفتنی است بیشتر اعضای موثر انجمن در جلسه مجمع حضور داشتند.

۲۸ سال موفقیت در ساخت ماشین آلات شرینگ پک

گفت و گو با هوشنگ چاووشی مدیر عامل شرکت شیرزاد به بهانه بیست و هشتمین سال فعالیت این شرکت

“او در همه نمایشگاه‌ها حضور دارد. شاید یکی از ماشین‌های ساخت کارخانه‌اش را بطور دائم در محل نمایشگاه‌ها نگه داشته و فقط از این سالن به آن سالن می‌برد. البته این چنین نیست زیرا معمولاً ماشین‌ها را که به نمایشگاه می‌آورد همان یکی دو روز اول می‌فروشد، اما به واقع احساس می‌شود بسته‌بندی همیشه نماینده‌ای در نمایشگاه‌ها دارد.” نوشته بالا توصیفی است که در سال هفتاد و هشت (نه سال پیش) از شرکت شیرزاد در ماهنامه صنعت بسته‌بندی به چاپ رسید. در آن روزها نورانی (سر دبیر مجله) به هر نمایشگاه تخصصی و غیر تخصصی که می‌رفت تا توجه تولیدکنندگان و صنعتگران کشور را نسبت به موضوع بسته‌بندی جلب کند می‌دید که یک غرفه و یک دستگاه شرینگ در آن نمایشگاه وجود دارد و آن غرفه شرکت شیرزاد بود. شرینگ دارو، شریک مواد غذایی، شرینگ آجر، شرینگ ماشین لباسشویی و...



بعد از نه سال دوباره به کارخانه شرکت شیرزاد واقع در شهر صنعتی هشتگرد آمده‌ایم. هوشنگ چاووشی به استقبالمان می‌آید. هوشنگ چاووشی مدیر عامل شرکت است و بیشتر اوقات خود را در کارخانه می‌گذراند. او متولد هزار و سیصد و سی و شش است. پس از سلام و احوالپرسی گرم، هوشنگ چاووشی ما را به دفتر کارخانه راهنمایی می‌کند. از کارخانه می‌پرسیم و او می‌گوید: کارخانه در سال هزار و سیصد و شصت تأسیس شد.... کارخانه شرکت شیرزاد در زمینی به وسعت سه هزار متر مربع احداث شده که هزار و دویست متر مربع آن به سوله و چهارصد و پنجاه متر مربع نیز به فضای سبز اختصاص دارد. در حال حاضر کارکنان این شرکت ۴۰ نفر هستند.

● تولید

کارخانه شیرزاد شاید تنها کارخانه ایرانی سازنده ماشین‌های بسته‌بندی باشد که توانسته طیف متنوع و گسترده‌ای از یک محصول به مشتریان ارائه دهد. شرکت شیرزاد با تولید بیش از ۱۰۰ مدل ماشین شرینگ تونلی و بهای بسیار مناسب، رضایت خاطر همه مشتریان خود را فراهم می‌آورد. ساخته‌های شرکت شیرزاد به ماشین شرینگ تونلی محدود نمی‌شود. البته همان طور که گفته شد تولید بیش از ۱۰۰ مدل شرینگ تونلی، خط تولید اصلی این

کارخانه را تشکیل می‌دهد. اما در این کارخانه ماشین آلات دیگری نیز ساخته می‌شود که از جمله آن می‌توان به شرینگ لیبیل و دستگاه استرچ پالت اشاره کرد. چاووشی در خصوص عدم ساخت شرینگ محفظه‌ای در این کارخانه گفت: “شرکت‌های دیگر ایرانی ماشین‌های شرینگ محفظه‌ای خوبی به بازار عرضه کرده‌اند و ما نیاز به ساخت آنها نمی‌بینیم.” وی همچنین به هماهنگی خوبی که بین شرکت شیرزاد و برخی شرکت‌های سازنده شرینگ محفظه‌ای وجود دارد، اشاره کرد. چاووشی علت تمرکز روی ساخت انبوه یک نوع دستگاه را تمایل به یکدست بودن خط تولید و دلیل دیگر آن امکان طراحی و برنامه‌ریزی برای توسعه و پیشرفت دانست. به گفته چاووشی مصرف برق شرینگ‌های تونلی تولید شده در شرکت شیرزاد نصف برق مصرفی شرینگ‌های تونلی موجود در بازار است. این مزیت به دلیل بهره‌گیری از یک طراحی درست است و بدین ترتیب هزینه و کشش برق مصرفی دستگاه که معمولاً در تمام طول شبقت کاری باید روشن باشد پائین می‌آید. اهمیت این موضوع از آن جا درک می‌شود که بدانیم به طور کلی ماشین‌های شرینگ از هر نوع که باشد به دلیل عملکرد حرارتی از نظر برق پر مصرف هستند. ماشین‌های ساخت شیرزاد از فن‌آوری کوره‌های تمام اتوماتیک نیز بهره‌مند شده‌اند. بدین ترتیب که وقتی متصدی دستگاه پس

خط تولید شیرزاد

با توجه به تولید نهایی ما که انواع دستگاه شرینگ پک تونلی است. مواد اولیه آن شامل ورق، پر و فیل، میل‌گرد، الکتروموتور و سایر اقلام مورد نیاز از بازار تهیه می‌شود. خط تولید شیرزاد از چند قسمت تشکیل می‌شود:

- ۱- قسمت ساخت پایه‌های کوره دستگاه پایه‌های کوره توسط این قسمت ساخته شده و به قول خودمان پایه دستگاه یا شاسی سرپای می‌شود.
- ۲- قسمت نهائی ساخت پایه کوره دستگاه پس از آماده شدن پایه این قسمت مسئولیت ورق‌کشی روی پایه و محل نصب الکتروموتور و نگه‌دارنده‌ها که برای محکم کردن توری‌ها بکار می‌رود را دارد.
- ۳- ساخت کوره دستگاه در این قسمت بر حسب سفارش و

اندازه، پروفیل‌های مربوط به کوره بریده شده و کوره دستگاه ساخته و آماده می‌شود.

۴- مونتاژ کوره روی پایه

در این قسمت کوره ساخته شده روی پایه سوار شده، عایق بندی و سیم‌کشی شده و ورق‌های روی آن نیز کشیده می‌شود.

۵- مرحله مونتاژ

در این مرحله دستگاه ساخته شده مجدداً پیاده شده و قسمت‌های مختلف آن چربی‌گیری و شسته شده و آماده رنگ می‌شود.

۶- اتاق رنگ (پودری الکترواستاتیک)

دستگاه مونتاژ شده وارد اتاق رنگ شده و بر حسب استاندارد شرکت شیرزاد قسمت‌های داخلی و خارجی آن رنگ می‌شود.

۷- مونتاژ نهائی

کوره و پایه مجدداً روی هم سوار شده تابلو برق و الکتروموتور نصب می‌شود. هیترها سیم‌کشی شده و در

نهایت توری نوارنقاله و پرده‌ها نصب شده و کوره برای تست به قسمت تست می‌رود.

۸- تست

دستگاه کوره در این مرحله تست شده و پس از تأیید و تعیین کد به قسمت ارسال برده می‌شود.

۹- دستگاه دوخت

در این مرحله بر حسب سفارش، دستگاه دوختی که طراحی شده آماده می‌شود.

۱۰- پایه دستگاه دوخت

در این قسمت پایه دستگاه با پر و فیل ساخته می‌شود.

۱۱- تنه دستگاه دوخت

در این قسمت دوخت طبق اندازه و طراحی مربوطه آماده می‌شود.

۱۲- مونتاژ دوخت

در این قسمت تنه دستگاه دوخت و تیغه‌های برش فیلم روی پایه‌های ساخته شده قرار گرفته و مونتاژ می‌شود.

۱۳- قسمت کابینت‌سازی

پس از اتمام کار مونتاژ روی دستگاه دوخت و پایه ورق‌کشی شده و ظاهر کلی دستگاه آماده می‌شود.

۱۴- دمونتاژ

در این قسمت مجدداً دستگاه پیاده شده، قسمت‌هایی که لازم است رنگ زده شود، به اتاق رنگ برده می‌شود. (کوره و رنگ)

۱۵- مونتاژ نهائی

در این قسمت پس از مونتاژ قطعات رنگ شده، تابلو برق نصب شده و سیم‌کشی مربوطه انجام می‌پذیرد. همچنین سیستم پنوماتیک نیز در این مرحله نصب می‌شود.

۱۶- تست فنی

در این قسمت دستگاه دوخت تست فنی شده و ایرادات احتمالی رفع می‌شود.

۱۸- بسته‌بندی

پس از تست قسمت‌هایی از دستگاه دوخت گریس خورده و با نایلون پیچیده می‌شود و جهت تحویل به مشتری آماده می‌شوند.



پشتیبانی

دستگاههای تولیدی شرکت شیرزاد تا شش ماه گارانتی بدون سوال دارند. یعنی تا شش ماه هرگونه اشکالی که برای دستگاه به وجود بیاید اعم از حمل و نقل حتی آتش سوزی، ما خود را موظف می دانیم به دستگاه سرویس لازم را بدهیم. بعد از شش ماه مادام العمر خدمات و پشتیبانی به دستگاه داده می شود.

واحدهای مسکونی

در بخش رفاهی شرکت، فاز اول واحدهای مسکونی سازمانی در روز جشن کارگر سال ۸۴ پس از قرعه کشی به ۲۴ نفر از کارگران شرکت تحویل داده شد، تا در جهت افزایش رفاه کارگران قدم مضاعفی برداشته شود. داشتن صنعتی محکم و قابل احترام آرزوی هر صنعتگری است.

تولید و طراحی قطعات انجام شود. به عنوان مثال ما قبلا نوع ترمز دیگری را در دستگاهمان به کار می بردیم که با مطالعه در نوآوری های ارائه شده در نمایشگاه اینترنتیک و بازدید فنی از عکسها متوجه سیستم ترمز بهتری شدیم. ابتدا یک نمونه ساخته شد. پس از گرفتن جواب مناسب، آن را به کل سیستم اعمال کردیم و از این به بعد هر دستگاه ساخت این کارخانه از این نوع ترمز جدید استفاده خواهد کرد (سفت کن اتوماتیک).

بانک اطلاعات

ما معمولا سعی می کنیم در تمام نمایشگاه های داخلی و خارجی که به نوعی به کار ما مربوط می شوند شرکت کنیم و این فرصت خوبی است برای جمع آوری اطلاعات، کاتالوگها و بروشورها و اطلاعاتی که توسط شرکتهای دیگر برای ما ارسال می شود. همچنین اشتراک مجلات مربوط به بسته بندی و منابعی که به صورت CD و فیلمهای ویدئویی جدیدترین اطلاعات را ارائه می دهند. پس از جمع آوری این اطلاعات آنها را بررسی کرده و طبقه بندی می کنیم.

تلاش ۴۰ نفری همکاران شرکت شیرزاد باعث شده دستگاههایی با سرعت بالا (۱۰۰۰ بسته در ساعت) و با کیفیت مطلوب به مشتریان شرکت ارائه شود.

از طی کردن شیفت کاری خود، دستگاه را خاموش می کند، در واقع دستگاه در همان لحظه خاموش نمی شود بلکه تا زمان سرد شدن کامل صبر کرده و پس از سرد شدن کوره به صورت خودکار خود را خاموش می کند (استندبای).

دوخت در ماشینهای شریک شیرزاد ۱۰ نوع است که از دوخت یکطرفه دستی شروع و تا چهارطرفه تمام اتوماتیک ادامه می یابد. نکته جالب و مهم در فن آوری دوخت ماشینهای شیرزاد کیفیت عالی زیست محیطی آن است. حرارت در تیغه دوخت این ماشینها قابل کنترل بوده و بدین ترتیب فیلم پلاستیکی مورد استفاده در این سیستم هنگام دوخت تجزیه نمی شود. بنابراین فاقد دود و بو می باشد. این یک مزیت بهداشتی است که در ماشینهای ساخت شرکت شیرزاد وجود دارد و به همین خاطر نود درصد کارخانه های صنایع دارویی و بهداشتی ماشین شریک تونلی خود را از این شرکت تهیه کرده اند.

بخش تحقیقات

در بخش تحقیقات با استفاده از بانک اطلاعاتی که در شرکت شیرزاد درست شده و یا دسترسی به اطلاعات جنبی دیگر همچنین بازدید از نمایشگاهها سعی می شود اطلاعات شرکت به روز رسانده و حتی الامکان تغییرات مناسبی جهت بهینه کردن سیستم



شیرزاد

شهر صنعتی هشتگرد

بعد از فلکه دوم، خیابان یکم

تلفن و فکس:

۰۲۶۲-۴۲۲۳۷۵۷-۴۲۲۱۴۶۶-۷

۰۲۶۲-۴۲۲۴۷۵۷-۹

همراه: ۰۹۱۲۱۲۰۷۹۱۱

info@shirzadco.com

اولین سازنده ماشینهای بسته بندی در ایران



دستگاه بسته بندی گرانول
Model: MPW-1006
توزین الکترونیکی (۳ توزین)



دستگاه بسته بندی گرانول وزنی
توزین الکترونیکی (۲ توزین)
Model: MPW-1005



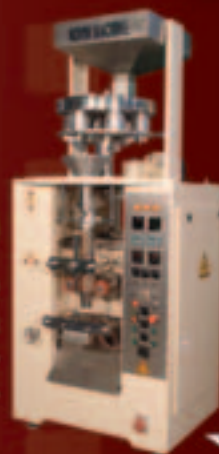
دستگاه بسته بندی پودر
Model: FM-1012
مناسب بسته بندی انواع ادویه و آرد و نمک
دارو و پودرهای خوراکی و غیرخوراکی



دستگاه بسته بندی چای کیسه ای Tea - Bag
Model: FM - 1014



دستگاه بسته بندی گرانول
پیمانه ای دوار Model: FM-1008
مناسب جهت بسته بندی انواع حبوبات و خشکبار
ماکارونی و تمام دانه های سورت شده



دستگاه بسته بندی ماکارونی اسپاگتی
Model: MP-1110
مناسب بسته بندی ماکارونی رشته ای
به همراه بالا بر اسپاگتی مدل (M-1032)



نوین ماشین

کارخانه تهران، کیلومتر ۵ جاده ساوه، چهار دانگه بخیابان زارع
انتهای زمین ورزش، کوی گلزار، نسوین ماشین
تلفن: ۰۲۱-۵۵۲۴۱۰۰۴ - ۵۵۲۷۳۷۸۰ (خط ۶) فاکس: ۵۵۲۷۳۷۸۶



PIONEER IN PACKING INDUSTRY

نوین ماشین

- First Producer Of Packing Machines in IRAN
- www.novinmachine.com
- E-mail: info@novinmachine.com

NOVIN MACHINE



دستگاه بالا بر پوله (یا طرح ۲)
 Model M - 1001 مناسب انتقال مواد گرانول
 به دستگاه بسته بندی به
 انضمام مخزن استیل



دستگاه بسته بندی
 Model M - 1041
 مناسب انتقال بسته پس از تولید



دستگاه بسته بندی
 Model M - 1035
 مجهز به ۶ عدد گیربکس مخصوص انتقال مواد
 پودری گریستالی نظیر (نمک و شکر و ...)



دستگاه برش ملکان و بی رشته ای
 Model MPC 2000

استفاده از موتور برقی و مکانیزم انتقال
 مواد و پاره ها و استخوانی کوبیده



سمپوزیوم پلیمرها و محیط زیست

فناوری و تازه‌های علم مورد پلیمرها و مسایل محیط زیست در تاریخ ۷-۱۰ اکتبر ۲۰۰۸ معادل با ۱۶-۱۹ مهر ماه سال ۱۳۸۷ در نیوهمشایر آمریکا برگزار خواهد شد.

برای آگاهی بیشتر: www.beps.org

سومین کنفرانس و نمایشگاه جهانی چاپ دیجیتال

این رویدادها در تاریخ ۱۵ و ۱۶ اکتبر ۲۰۰۸ معادل با ۲۴ و ۲۵ مهر ۱۳۸۷ در آمستردام هلند برگزار خواهد شد. طی کنفرانس پنج نشست در موارد زیر برگزار خواهد شد:

- نوآوری‌های دیجیتالی در آمدساز،
- نوآوری‌هایی که در مسابقات المپیک و انتخابات ریاست جمهوری آمریکا مورد استفاده قرار گرفته‌اند،
- فرصت‌های تبلیغات با استفاده از تلفن همراه،
- استراتژی رشد در قرن ۲۱،
- استراتژی تحقیق و توسعه برای رشد.

برای آگاهی بیشتر: www.wan-press.org/amsterdam2008

International Trade Show of Solution and Technology for Beverage industry



تکنولوژی و راهکارهای صنعت نوشیدنی با عنوان بالا، در مرکز نمایشگاهی سائوپولو برزیل در تاریخ ۹-۱۱ سپتامبر ۲۰۰۸ معادل با ۱۹ تا ۲۱ شهریور ۱۳۸۷ برگزار خواهد شد. این رویداد مهمترین نمایشگاه در زمینه صنعت نوشیدنی است که هزاران متخصص در مورد آخرین گرایش‌ها و فناوری در این صنعت آشنا خواهند شد. برای آگاهی بیشتر: www.tecnobebida.com.br

Taipeiplas

نمایشگاه بین‌المللی پلاستیک و لاستیک تایپه از ۱۸-۲۲ سپتامبر ۲۰۰۸ معادل با ۲۸ شهریور تا اول مهرماه ۱۳۸۷ در تایپه برگزار خواهد شد.

در این نمایشگاه، ماشین‌آلات لاستیک و پلاستیک، ماشین‌آلات چاپ، اجزاء و قطعات مهندسی و کمکی، مواد اولیه و نیز محصولات نیمه تمام و تمام شده این شاخه‌های صنعتی به نمایش گذاشته خواهند شد.

برای آگاهی بیشتر: www.taipeiplas.com

Plastics & Packaging Philippines

این نمایشگاه در مانیل فیلیپین در تاریخ ۲۴-۲۷ سپتامبر ۲۰۰۸ معادل با ۳-۶ مهرماه ۱۳۸۷ برگزار خواهد شد.

در این نمایشگاه تازه‌های تجهیزات پلاستیک، چاپ، و بسته‌بندی و نیز فناوری‌های صنعتی به نمایش گذاشته خواهد شد.

برای آگاهی بیشتر: www.biztradeshow.com/trade-event/philippines

Interplas

نمایشگاه پلاستیک و لاستیک انگلستان در تاریخ ۳۰ سپتامبر تا دوم اکتبر ۲۰۰۸ معادل با ۹ تا ۱۱ مهر ماه ۱۳۸۷ در بیرمنگام برگزار خواهد شد.

برای آگاهی بیشتر: www.interplas.com



نمایشگاه بین‌المللی فناوری و لجستیک بسته‌بندی در تاریخ ۲۰۰۸/سپتامبر/۱۸-۱۵ معادل با ۲۵-۲۸ شهریور ۱۳۸۷ در پوزنان لهستان برگزار خواهد شد.

برای آگاهی بیشتر: www.taropak.pl Tel: +48 61 869 2600

نمایشگاه بین‌المللی بسته‌بندی در فرانسه در تاریخ ۱۷ تا ۲۱ نوامبر ۲۰۰۸ معادل با ۲۱ آبان تا اول آذر ماه سال ۱۳۸۷ در پاریس برگزار خواهد شد.

در این نمایشگاه در موارد زیر تازه‌هایی عرضه خواهد شد:
- بسته‌بندی اولیه و ثانویه
- ماشین‌های بسته‌بندی
- بسته‌بندی و ظروف
- خدمات بسته‌بندی

برای آگاهی بیشتر: www.emballageweb.com Tel: +33 (0)1 49 68 52 11



نمایشگاه بسته‌بندی دارویی از تاریخ ۲۰۰۸/۱۱/۲۸-۲۵ معادل با ۵-۸ آذر ماه سال ۱۳۸۷ در مسکوروسیه برگزار خواهد شد.

برای آگاهی بیشتر: www.pharmtech-expo.ru

PLA Bottle Conference & PLA World Congress

دومین کنفرانس بطری PLA و اولین کنگره جهانی PLA در تاریخ‌های نهم و دهم سپتامبر ۲۰۰۸ معادل با نوزدهم و بیستم شهریور ماه ۱۳۸۷ در مونیخ آلمان برگزار خواهد شد. در این برنامه در مورد مباحث زیر بحث خواهد شد:

- آخرین پیشرفت‌ها
- نگاه به بازار
- رفتار در دمای زیاد
- نفوذپذیری
- افزودنی‌ها/رنگدانه‌ها
- چسب/جوهر چاپ
- لیبل، درپوش
- کاربردها (بسته‌بندی، بطری، خودرو، الکترونیک و غیره)
- پارچه‌ها
- تقویت‌کننده‌ها
- پایان عمر مفید (بازیافت، کمپوست‌سازی، سوزاندن و غیره)

برای آگاهی بیشتر: www.pla-world-congress.com

www.pla-bottle-conference.com

PPMA Show

نمایشگاه ماشین‌آلات و بسته‌بندی از تاریخ ۳۰ سپتامبر تا دوم اکتبر ۲۰۰۸ معادل با نهم تا یازدهم مهرماه ۱۳۸۷ بیرمنگام انگلستان برگزار خواهد شد.
برای آگاهی بیشتر: www.ppmshow.co.uk

labelshow

نمایشگاهی با عنوان فوق در مورد لیبل از تاریخ ۷-۱۰ اکتبر ۲۰۰۸ معادل با ۱۶-۱۹ مهرماه ۱۳۸۷ در مسکو برگزار خواهد شد.
برای آگاهی بیشتر: www.labelshow.ru

Istanbul Packaging

نمایشگاه تجهیزات و ماشین‌آلات بسته‌بندی از تاریخ ۲۳-۲۶ اکتبر ۲۰۰۸ معادل با ۲-۵ آبان ماه ۱۳۸۷ در استانبول ترکیه برگزار خواهد شد.
برای آگاهی بیشتر: www.tuyap.com.tr

Luxe Pack

بسته‌بندی کالاهای لوکس از تاریخ ۲۸-۳۱ اکتبر ۲۰۰۸ معادل با ۷-۱۰ آبان ماه ۱۳۸۷ در مونت کارلو برگزار خواهد شد.
برای آگاهی بیشتر: www.idice.mc



Pack Expo International

تکنولوژی‌های بسته‌بندی از تاریخ ۹-۱۳ نوامبر ۲۰۰۸ معادل با ۱۹-۲۳ آبان ماه ۱۳۸۷ در شیکاگو برگزار خواهد شد. برای آگاهی بیشتر: www.packexpo.com

Ipack-Ima

تجهیزات و ماشین‌آلات بسته‌بندی از تاریخ ۲۴-۲۸ مارس ۲۰۰۹ معادل با ۱۶-۲۰ فروردین ۱۳۸۸ میلان ایتالیا برگزار خواهد شد.
برای آگاهی بیشتر: www.ipackima.it



Ausplas 2008

سالگرد سی و هشتمین نمایشگاه تجاری فرایند پلاستیک و لاستیک در تاریخ ۷-۱۰ اکتبر ۲۰۰۸ معادل با ۱۶ تا ۱۹ مهرماه ۱۳۸۷ در مرکز نمایشگاهی استرالیا برگزار می‌شود. این نمایشگاه هر سه سال یکبار برگزار می‌شود و از اوایل دهه شصت میلادی، بسیاری از تولیدکنندگان ماشین‌آلات فرایند پلاستیک، موقعیت خود را در این نمایشگاه تثبیت کرده‌اند. برای آگاهی بیشتر: www.ausplas.com

Proplas Africa

نمایشگاه ماشین‌آلات و مواد پلاستیک از تاریخ ۱۴-۱۶ اکتبر ۲۰۰۸ معادل با ۲۳ تا ۲۵ مهرماه ۱۳۸۷ در شهر کیپ‌تاون آفریقای جنوبی برگزار خواهد شد.
برای آگاهی بیشتر: www.expotop.com/Exhibitio

Pack Print

نمایشگاه بین‌المللی بسته‌بندی و چاپ آسیا از ۲۳-۲۶ سپتامبر ۲۰۰۹ معادل با ۲-۵ مهرماه ۱۳۸۸ در مرکز نمایشگاه بین‌المللی بانکوک برگزار خواهد شد.
برای آگاهی بیشتر: www.pack-print.de



Trends of print latin America 2008

نمایشگاه پیشرفت‌های چاپ آمریکای لاتین از تاریخ ۱۷-۱۹ سپتامبر ۲۰۰۸ معادل با ۲۷-۲۹ شهریورماه ۱۳۸۷ در برزیل برگزار خواهد شد.
برای آگاهی بیشتر: www.trendspint.com.br

Digital Image

نمایشگاه راه‌حل‌هایی در مورد چاپ دیجیتال از ۱۳-۱۶ می ۲۰۰۹ معادل با ۲۴-۲۷ اردیبهشت ۱۳۸۸ در مرکز نمایشگاهی ساتو پولوی برزیل برگزار خواهد شد.
برای آگاهی بیشتر: www.digitalimaging.com.br

Expoprint Latin America 2010

نمایشگاه چاپ آمریکای لاتین ۲۰۱۰ از تاریخ ۲۳-۲۹ ژوئن ۲۰۱۰ معادل با ۳-۹ تیرماه ۱۳۸۹ در ساتو پولوی برزیل برگزار خواهد شد.
برای آگاهی بیشتر: expoprint.com.br

در این مراسم معاون وزیر بازرگانی نیز به ایراد سخنرانی پرداخت.
هیئت آلمانی در این مراسم ضمن مهم‌دانستن نقش ایران در صنعت نان آلمان آمراهایی ارائه کردند که نشان از مطالعه دقیق ایشان بر روی ایران بود.
در این مراسم نیلوفر پنکار مدیر بخش امور نمایشگاه‌های اتاق بازرگانی ایران و آلمان نیز با ارائه یک سخنرانی خاص که مورد توجه همه حاضران قرار گرفت اهمیت نان در فرهنگ ایرانیان و لزوم جلوگیری از هدر رفتن آن را یادآوری کرد.

iba2009 نمایشگاه نان، آرد، شیرینی و تجهیزات مربوطه

این نمایشگاه از یازده تا هجده مهرماه سال آینده (۱۳۸۸) در شهر دوسلدورف برگزار خواهد شد.
نمایشگاه iba معروف‌ترین نمایشگاه از نوع خود می‌باشد و دور قبلی آن در سال ۲۰۰۶ در شهر مونیخ آلمان برگزار شد. ماه گذشته مسئولان نمایشگاه iba که رییس اتحادیه نان‌وایان آلمان نیز در میان ایشان بود در تهران حاضر شدند و در خصوص iba2009 توضیحات مفصلی ارائه دادند.
گفتنی است نمایشگاه iba نمایشگاهی است که در ایران کاملاً شناخته شده است و دست‌اندرکاران صنعت نان در ایران از این نمایشگاه بازدید می‌کنند. به همین دلیل در مراسم معرفی نمایشگاه iba2009 که در تهران و توسط اتاق بازرگانی ایران و آلمان برگزار شد جمع زیادی از بخش صنعت نان در ایران حضور داشتند.

این نمایشگاه از یازده تا هجده مهرماه سال آینده (۱۳۸۸) در شهر دوسلدورف برگزار خواهد شد.
نمایشگاه iba معروف‌ترین نمایشگاه از نوع خود می‌باشد و دور قبلی آن در سال ۲۰۰۶ در شهر مونیخ آلمان برگزار شد. ماه گذشته مسئولان نمایشگاه iba که رییس اتحادیه نان‌وایان آلمان نیز در میان ایشان بود در تهران حاضر شدند و در خصوص iba2009

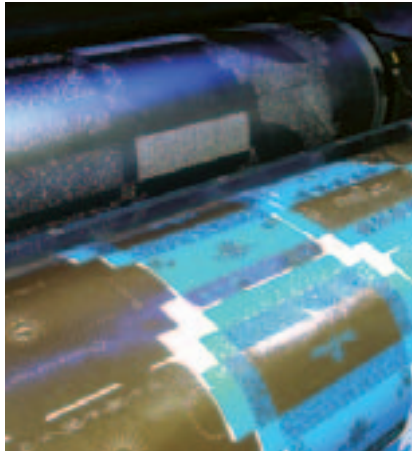




افستهای همه‌کاره!

این توانایی‌ها به دو شکل با ماشین افست مربوط می‌شدند. یکی این که یک برج مجزا به برجهای چاپ ماشین افست افزوده شود که در خصوص بسیاری از عملیات همین نسخه مورد استفاده قرار گرفته و برجهای مخصوص آن به نمایش گذاشته شده بود. حالت دیگر خوردن ابزار و لوازم عملیات تکمیلی به ماشین چاپ افست معمولی است. از بارزترین نمونه‌های آن بستن پلیت دایکات به سیلندر لاستیک در ماشین چاپ افست است. به هر حال افستی‌ها همچنان در پی این هستند که سهم خود در نشر و تکثیر آثار گرافیکی و تصویری جهان را حفظ کنند.

سازندگان ماشین‌آلات چاپ افست به این آسانی سهم خود را در بازار چاپ به دیگران نمی‌دهند. دروپا ۲۰۰۸ شاهد آن بود که بسیاری از افست‌سازان سعی داشتند ثابت کنند با یک ماشین افست می‌توان به جز چاپ افست لیتوگرافی، فویل‌کوبی، دایکات، برجسته‌کاری، لمینیت و کتینگ انجام داد!



پیش‌بینی می‌کردم نمایشگاه دروپا ۲۰۰۸ نسبت به دوره قبل نکات جدید و قابل توجهی داشته‌باشد. به نظرم می‌آید همین طور هم بود. البته نمی‌توان همه پدیده‌های جدید و نوآوری‌ها را در چند روز بازدید و در حالی که روز به روز به دلیل پیاده‌روی‌های زیاد از نظر جسمی خسته‌تر می‌شوی، ببینی و درک کنی. اطلاعات زیادی را از دروپا آورده‌ام که بتدریج به صورت مقالات و خبرها در این مجله به چاپ خواهد رسید.

همان طور که پیش‌بینی می‌شد برخی شرکت‌های مرتبط با بسته‌بندی به دلیل این که یک ماه قبل در نمایشگاه اینترپک حضور داشتند در دروپا غرفه نگرفته‌بودند. همچنین بعضی سازندگان بزرگ در بخر و بفروشهای چند سال گذشته به نامهای جدید تبدیل شده بودند. تغییر بعضی لوگوها مانند لوگوی شرکت زیراکس نیز نشان از آن دارد که نامهای بزرگ برای بقا در بازار هیچ اصراری به زندگی در گذشته ندارند.

آن چه در پی می‌آید برخی نکات جالب است که در نمایشگاه به چشمم خورد. بعضی از این نکات دست‌مایه مطالب مفصل‌تری خواهد بود.

رویکرد استراتژیک: دانش‌افزایی مشتریان

تکمیلی. همان طور که اشاره شد این جزوه‌های اطلاعاتی به صورت رایگان و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار گرفته‌بود. اما این حرکت تنها منحصر به ارائه جزوات نبود. بلکه متصل به ده تور تخصصی نیز بود.

این تورها که البته هزینه شرکت در هر یک از آنها چهل یورو بود کسانی را که ثبت نام کرده بودند در غرفه شرکت‌های مربوط به تور می‌گرداندند و نوآوری‌های انجام شده را به زبان انگلیسی یا آلمانی برای ایشان تشریح می‌کردند.

نمایشگاه دروپا ۲۰۰۸ شاهد حرکت جدیدی بود که می‌تواند بسیار موثر و مفید باشد. در تمام ورودی‌های نمایشگاه غرفه‌هایی به عرضه رایگان جزوه‌های اطلاعاتی در باره چاپ اختصاص یافته‌بود. این جزوه‌ها "Technology Guide" نام داشت و در ده جلد تهیه شده بود.

این ده جلد عبارتند از: بسته‌بندی و لیبل، چاپ به صورت شبکه، چاپ جوهرافشان، اینترنت به چاپ، امور نرم‌افزاری طراحی و چاپ، چاپ دیجیتال، کامپیوتر به پلیت، چاپ افست، تبدیل، امور

صاحبان تکنولوژی چاپ دیده می‌شود. ایشان برای این که فاصله خود با مشتریان را کاهش دهند دست به کار اطلاع‌رسانی و آموزشهای اصولی شده‌اند تا اهداف و دسته‌بندی‌های صنعت چاپ را به مردم بشناسانند. از این راه حتی بازارهای جدید نیز گشوده خواهد شد.

رفت و آمد مسئولان مدارس چاپ به کشورهای در حال توسعه از جمله ایران و تشویق به تبادل استاد و دانشجو در راستای همین رویکرد است. در ادامه همین مسیر،

پانزده سال پیش یکی از دانشجویان رشته‌گرافیک دانشگاه تهران در مقدمه پایان‌نامه خود تحت عنوان "از طراحی تا چاپ" تاکید کرده بود که "وقت آن رسیده مجریان امر چاپ بخشی از اطلاعات فنی خود را به مشتریان انتقال دهند تا مشتریان با آگاهی بیشتر پروژه‌های چاپی خود را به چاپ بسپارند. این کار باعث کاهش فشارهای غیرمنطقی بر دست‌اندرکاران چاپ شده و روند انجام پروژه‌های چاپی را متعادل و سودمند می‌کند." چند سالی است که این رویکرد به وضوح در برنامه



چاره‌جویی برای بانک‌های ایرانی در هایدلبرگ

نکات جالب توجه، اشاره این مدیر اروپایی به موضوع تحریم ایران خصوصا بانک ملی بود که حدود یک ماه پیش از اعلام رسمی آن توسط اتحادیه اروپا از زبان وی شنیده شد! گذشته از این موضوع که در نوع خود قابل تعمق است در نهایت جلسه با اظهار امیدواری دو طرف به این که شرایط بهتری

برای انتقال فن‌آوری روز چاپ به ایران فراهم شود پایان یافت. البته این مدیر ارشد هایدلبرگ به ذکایی قول داد در آشنا کردن مدیران سایر بانک‌های ایرانی با ارزش‌های اقتصادی سرمایه‌گذاری در صنعت چاپ و متقاعد کردن ایشان به اعطای تسهیلات به چاپخانه‌داران تمام تلاش خود را خواهد کرد.



ملاقاتات جلال ذکایی مدیرکل چاپ و نشر و هیئت همراه با ولفگانگ روت مدیرفروش منطقه‌ای که ایران در آن قرار دارد از جمله برنامه‌هایی بود که به وسیله شرکت ایران روتاتیو ترتیب داده شد. در این نشست هیچ تصمیم و توافق خاصی صورت نگرفت و طرفین تنها با نقطه نظرات یکدیگر آشنا شدند. از جمله



اسکن از هر چیز، چاپ روی هر چیز

دیجیتال نیز قابل انجام است. از این روفقط در موارد خاص به آن توجه می‌شود. معکوس چیزی که در بالا گفته شد یعنی انتقال تصاویر بر روی اجسام سه بعدی نیز وجود داشت و بیشتر توجه بازدیدکنندگان را به خود جلب کرده بود. سازنده آن نام "پوست دیجیتالی" DigiSkin بر روی آن نهاده بود. این کار به قدری جالب بود که بعضی همان جا خواهان استفاده از خدمات آن بودند.

از جمله دیدنی‌های جالب این دوره از نمایشگاه دروپا چند غرفه بودند که اسکن‌هایی را با قدرت فکوس و عمق میدان بالا ارائه کرده بودند. این اسکنرها توان بیشتری برای اسکن اجسام سه‌بعدی دارند. طوری که یکی از آنها یک انسان را تمام قد اسکن کرده بود. حسن چنین اسکن‌هایی بی‌واسطه کردن تصویربرداری از اجسام و اشکال بزرگ است. البته چنین کاری به وسیله دوربینهای عکاسی



زیرکی ایرانیان

تا آن جا که اطلاع داشتیم تنها یک شرکت ایرانی که آذرماشین چاپ نام داشت در نمایشگاه دروپا ۲۰۰۸ غرفه گرفته بود. اما در راهروی یکی از سالنها با کمال تعجب به استندی برخورد کردیم که چندین بروشور با زبان فارسی را در معرض دید قرار داده بود. روی این بروشورها با زبان فارسی نوشته بود: "فراپوشنگ پارسیان".

البته دیدن زبان فارسی در غرفه‌های نمایشگاه پدیده عجیبی نیست. زیرا برخی شرکتهای خارجی گاهی نمونه‌هایی از کار خود را که در ایران یا برای ایران انجام شده در ویتترین غرفه خود در کنار نمونه‌های سایر کشورها می‌گذارند اما بروشور چیز دیگری است.

این بروشورها در یکی از چهار گوشه غرفه یک شرکت بزرگ آسیایی قرار داشت. وقتی برای کسب اطلاعات بیشتر به مسئولان غرفه مراجعه کردیم بسیاری از آنان از وجود چنین چیزی اظهار تعجب و از دلیل آن اظهار بی‌اطلاعی کردند.

بعد از آن که سه چهار نفر از غرفه‌داران از یک دیگر پرس و جو کردند نفر چهارمی یا پنجمی با جدیت گفت بله من اطلاع دارم، خودم اجازه دادم. وقتی از او درباره صاحب بروشور پرسیدیم معلوم شد کار کار آقای مرادی است که در زمینه مرکبهای یووی فعالیت دارد. با این حساب می‌توان گفت ایران با یک غرفه و یک گوشه غرفه در نمایشگاه دروپا ۲۰۰۸ شرکت کرده است.

لبیدی تاکید کرد: "برخلاف آن چه فکر می‌کنید چندان هم از فروختن این ماشینها به پاکستان راضی و خوشنود نیستیم. من دوست دارم ایران چنین خریدهایی از ما بکند." وی که یک جوان عرب است و نقطه نظرات سیاسی خاص خود دارد با حرارت از علاقه خود به بازار ایران می‌گوید و ادامه می‌دهد: "کاش شما این دستگاه‌ها را بخرید. این ماشینها در ایران عملکرد بهتری خواهند داشت." این گفت و گو در حالی رخ می‌داد که یکی از چاپخانه‌داران ایرانی با اصرار از طریق یکی دیگر از چاپخانه‌داران ایرانی که انگلیسی می‌دانست به دنبال آن بود که بوبستی‌ها را قانع کند شرکت بوبست مسئول تامین قطعه‌ای از دستگاه جعبه‌چسبانی بیست‌ساله‌ای است که وی چند سال پیش به عنوان دستگاه مستعمل از یک واسطه خریده است! در حالی که این چاپخانه‌دار محترم نه شماره سریال بلکه حتی مدل ماشین خود را هم نمی‌دانست.

پاکستانی‌ها بوبستی‌ها را بردند

شرکت در پاکستان". این در حالی بود که نور لبیدی مدیر فروش منطقه‌ای بوبست با دلخوری به من می‌گفت کاش این ماشینها را شما خریده بودید.

ماشین دایکاتی که در تصویر می‌بینید به همراه چندتا ماشین بوبست دیگر را پاکستانی‌ها خریدند. یعنی روی آنها نوشته شده بود: "فروخته شد به فلان



کارت و پاکت، آخرین بازماندگان چاپ قدیم

به نظر می‌آید انواع کارتهای یادگاری و پاکتهای آن هنوز نشانهایی از چاپ برجسته آن هم با ماشین‌آلات و کلیشه‌های سنتی دارند. در غرفه‌ای که متعلق به موزه چاپ لایپزیگ آلمان بود گونه‌های متنوعی از کارتها و پاکتهایی عرضه شده بود که با روشهای سنتی چاپ تهیه شده بودند. این کارتها و پاکت‌افروشی بودند. همچنین بعضی از لوازم چاپ نظیر علائم و نشان‌هایی که بر پایه حروف سربی ساخته شده و می‌شد آنها را در کنار حروف سربی در ماشین چاپ قرار داد برای فروش عرضه شده بودند.



اتفاق یکدیگر هنر خطاطی را با صنعت درآمیختند. هرچند اکنون سالهاست که با دیجیتالی شدن عملیات پیش از چاپ، طراحی حروف و چاپ دیگر آن ارتباط صنعتی پیشین را با یکدیگر ندارند اما طراحی حروف به عنوان بخشی از گرافیک همچنان به خدمات چاپ نیاز دارد. نمایشگاه اروپا به عنوان یکی از گردشگاه‌های علمی طراحان حرفه‌ای گرافیک، موضوع طراحی حروف را نیز مورد توجه قرار داده بود و در یکی از سالنهای نمایشگاه شاهد غرفه‌ای از آثار کانون طراحان حروف نیویورک بودیم. این نمایشگاه پنجاه و چهارمین نمایشگاه دوره‌ای کانون مذکور بود.

نمایشگاه طراحی حروف در اروپا ۲۰۰۸

حروف و چاپ ارتباطی دیرینه دارند. چاپ ماشینی با حروف متحول شد و آن چه گوتنبرگ را پدر چاپ کرد حروف سربی بود که وی با کمک آن توانست چاپ را عالمگیر کند. طراحی حروف پیش از پیدایش چاپ وجود داشت و پس از پیدایش چاپ طراحان حروف و سازندگان تجهیزات چاپ همکاری تاریخی را شروع کردند تا به

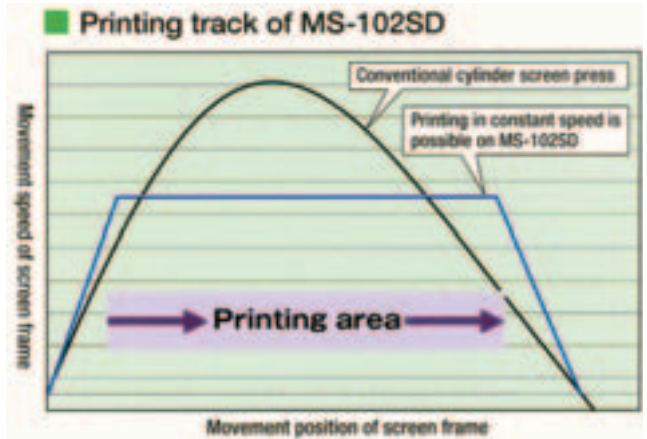


چاپ اسکرین دو موتور و افست سایز آ

ساکورایی تنها سازنده ماشین آلات چاپ در جهان است که هم ماشین چاپ اسکرین و هم ماشین چاپ افست می سازد. این شرکت دست به دو کار جدید زده است.

نخست این که معروف ترین ماشین چاپ اسکرین خود را از تک موتور به دو موتور ارتقا داده است. در این تغییر فنی، موتور بخش چاپ که شابلن را حرکت می دهد مجزا شده و با این کار دقت و ظرافت چاپ بالاتر رفته است. در چنین حالتی موتور با تغییر اندازه شابلن هماهنگ بوده همچنین شوکهای موتور اصلی به بخش چاپ منتقل نمی شود. مدیر بازرگانی خارجی ساکورایی ضمن بیان این مطلب به خبرنگار ماهنامه صنعت بسته بندی اثر این کار را مشابه روش حذف چرخ دنده (Gearless) در ماشینهای فلکسوگرافی ارزیابی کرد.

وی گفت: "این ماشین برای کارهای بسیار دقیق مانند چاپهای صنعتی (Industrial Printing) ساخته شده و هدف، حذف شوکهای جعبه دنده بوده است. ماسائومی یازاوا همچنین درباره ماشین افست سایز آ ساکورایی گفت: "بخشی از مشتریان تقاضای ماشین چاپ در سایز بندی آ داشتند. " یازاوا می گوید بیشتر بازار جهانی ماشین آلات چاپ روی سایز ب بسته شده و ما با عرضه افست سایز آ، بازار خود را از دیگران جدا کرده ایم. وی افزود: "پیش از این سایز بندی آ را با سایز ۲۲ تجربه کردیم که بسیار موفقیت آمیز بود بخصوص در کشور ژاپن."



مدعیان جدی در صنعت چاپ

جدیدیدی را به روی سفارش دهندگان بکشایند. گفتنی است در میان قدرت نمایی نامهای معروف اروپایی و آمریکایی ژاپنیها هم سیستم دیجیتالی چاپ انبوهی ارائه دادند که به طور مشخص اچ پی را هدف گرفته و کیفیت و سرعتی نزدیک به اچ پی داشت.

ماشین آلات می توانند براحتی سهم زیادی از نیاز بازار چاپ را بخصوص در سمت نشر به خود اختصاص دهند و با تکیه بر توانایی های دیجیتالی خود درهای

منظور همان ماشینی است که برای شما کار چاپ انجام می دهد.

از این به بعد خواهید شنید چاپخانه فلان، خدمات چاپ بدون فیلم و زینک، به صورت رول و ورق، در قطع دوورقی (حتی سه ورقی) ارائه می دهد. اتفاق مهم این است که از یک سو تقریباً تمام نامهای تجاری مهم در عرصه پیش از چاپ مانند کدک که سابقه تولید مواد خام گرافیکی را داشته اند با ارائه ماشینهای چاپ انبوه به صورت دیجیتالی به میدان آمدند. از سوی دیگر سازندگان تجهیزات کپی و تکثیر مانند زیراکس، اچ پی، اُسِه و ریکو که هیچ گاه سهم چندانی برای خود در چاپ انبوه و صنعتی نمی دیدند یکباره رقیب نامهای سنتی چاپ شدند.

دروپا ۲۰۰۸ شاهد ماشین آلات چاپ بدون مستر با سرعت بالا بود (۱۲۰ متر در دقیقه) که به صورت سیاه و سفید یا رنگی به تولید آثار چاپی می پرداختند. این

نه این که چاپهای بدون مستر مانند چاپ الکترواستاتیک (فتوکپی) تازه به دنیا آمده باشند اما پدیده دیجیتالی شدن فرایندهای چاپ چنان خدمتی به این شاخه نه چندان مطرح چاپ کرده که امروز نادیده گرفتن آن از دید بعضی اساتید چاپ نشانه

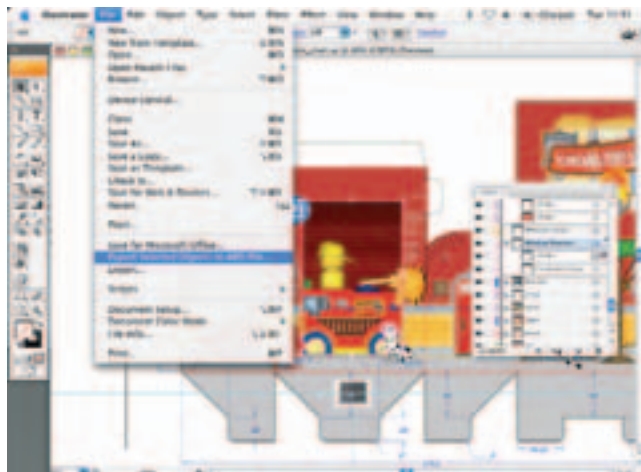
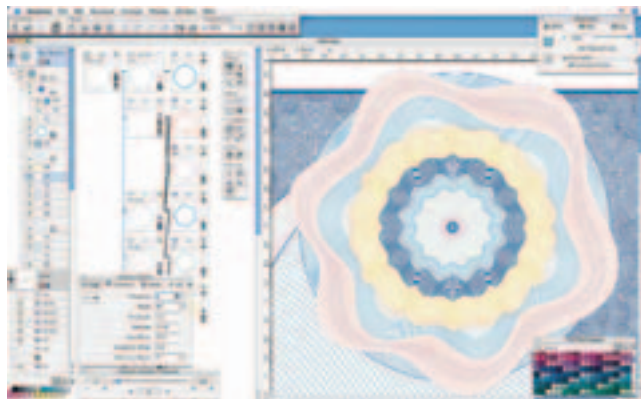
جهل است. مدعیان بسیار جدی در صحنه چاپ پدیدار شده اند. باید نامهای تجاری جدیدی را در صنعت چاپ بشناسید. منظور پیش از چاپ یا پس از چاپ نیست.



بازار داغ نرم افزار

در این دوره از نمایشگاه دروپا بیش از هر دوره دیگر شاهد عرضه نرم افزارهای چاپ بودیم. نرم افزارهای مدیریت رنگ توجه را به خود اختصاص داده بودند. همچنین نرم افزارهای صفحه بندی و فرم بندی نیز همچنان از نرم افزارهایی کارآمد هستند و کاربران زیادی را به خود مشغول کرده اند. در راس این نرم افزارها، نرم افزار معروف کوآرک بود که غرفه نسبتاً بزرگی را به خود اختصاص داده بود.

نرم افزارهای چاپ از فایل های وب نیز به خوبی به چشم می آمدند. زیرا امروزه این بخش جدید به طور جدی فکر ناشران و رسانه ها را به خود مشغول کرده است. در کنار این نوع نرم افزارها بعضی نرم افزارها نیز عرضه شده بودند که به گردش کار و کنترل و هدایت خط تولید می پردازند. اغلب این گونه نرم افزارها با وجود هویت مستقل خود، به وسیله شرکت های سازنده ماشین آلات چاپ معرفی می شدند. در کنار این همه، نرم افزارهای مربوط به بسته بندی از حساسیت بیشتری برخوردار بودند.



سطح بزرگ خاکستری تشکیل شده بود که هر چهار رنگ با ترام چهل درصد به صورت تخت روی آن چاپ شده بود. این نمونه، کیفیت کار ماشین را بخوبی نشان می داد.

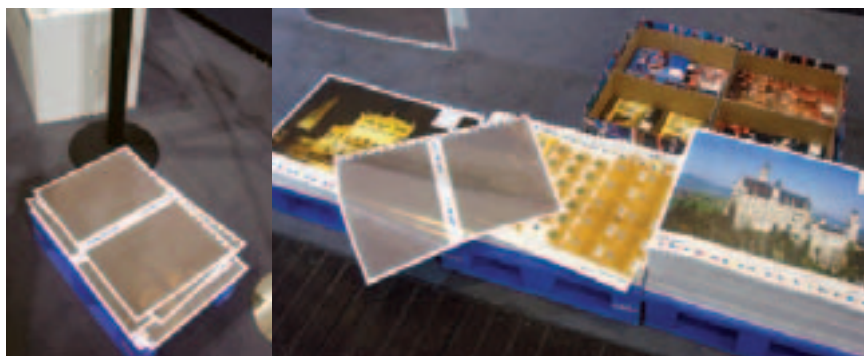
متصدی ماشین در پاسخ به گفته ما که یک نمایشگاه تخصصی به چنین نمونه های تخصصی نیاز دارد و کاش همه نمونه های این چنینی ارائه می دادند گفت: "بله من هم با شما موافق هستم اما از آن جا که بیشتر بازدیدکنندگان به دنبال عکسها و تصاویر جذاب هستند ما ناچار هستیم بیشتر از آن گونه تصاویر استفاده کنیم. در حالی که آنها به خوبی گویای توانایی های کیفی ماشین نیستند." دوست ایرانی دیگری نیز همین عقیده را داشت و می گفت: "واقعاً نمی توان از لایه لای این همه سایه روشن و رنگ پی به دقت و توانایی های فنی ماشین برد."

تجاری است. این موضوع رابطه مستقیم با ذوق و زیرکی غرفه گذاران دارد. در غرفه یکی از بزرگترین سازندگان و ارائه دهندگان سیستم های چاپ دیجیتال لارج فرمت یکی از چاپگرها پوسته هایی از یک فیلم کارتونی معروف (ماشینها) را به عنوان نمونه ارائه می داد که علاقمندان بسیار زیادی داشت و برای گرفتن آن نمونه صف می بستند.

متصدی این سیستم که همه چشم به دستهای او داشتند تا ببینند نمونه چاپی را چه کسی می دهد به شوخی به خبرنگار ماهنامه صنعت بسته بندی گفت: "من این روزها آدم مهم و دوست داشتنی شده ام! همه به من ابراز علاقه می کنند!" در میان صدها نمونه چاپی ارائه شده توسط سازندگان ماشین چاپ افسست یک نمونه نظر ما را به خود جلب کرد. نمونه چاپی مربوط به یکی از ماشینهای چاپ من رولند بسیار فنی و واضح توانایی دستگاه را معرفی می کرد. این نمونه چاپی از دو

نمونه های مردمی

نمایشگاه های دروپا به دلیل آن که انواع نمونه های چاپی با بهترین کیفیت و ابعاد خاص به بازدیدکنندگان عرضه می شود همواره جذابیت خاصی برای همه دارد. گزینش تصویری که به عنوان نمونه کار ماشین در نمایشگاه به مردم ارائه شود کاری دقیق و دشوار است. تصویر انتخاب شده صرف نظر از آن که باید بتواند توانمندی سیستم مورد نظر را به تمامی نشان دهد نباید خارج از محدوده توانایی های سیستم بوده و ضعف های آن را لو دهد. از طرفی این گونه نمونه ها باید آن قدر جذاب باشد تا بازدیدکنندگان آن را با خود ببرند و در محل کار یا زندگی خود نصب کنند و به دلیل آن که معمولاً نام یا نامهای تجاری دست اندرکار تهیه آن نمونه در پایین تصویر آمده است این خود تبلیغی برای آن نامهای



سرمایه‌گذاری ترکها در بازار کیسه‌های LDPE

برمی‌گردد. در هر صورت فعالیت وسیع ترکها در بازار کیسه و ساکهای خرید، بخش بزرگی از بازار ایران را نیز تحت تاثیر خود قرار داده و از این گفته آقای لومن پیداست که ترکها بازار مصرف کیسه‌ها و ساکهای مقاوم LDPE را نشان رفته‌اند. نکته مهم در این میان ظرفیت بسیار پایین تولید LDPE در ایران است ضمن آن که لومن یادآوری کرد تاکنون از این ماشین به ایران فروخته نشده است.



سرریزترین و پرتیراژترین ماشین تولید ساکهای دستی است در پایان گفته‌هایش اشاره کرد ترکها (ترکیه) تعداد زیادی از این ماشینها خریداری کرده‌اند.

وی همچنین گفت آنها از ترکیب یک ماشین چاپ آسترافلکس ویندمولر و این ماشین استفاده کرده و برنامه وسیعی برای تولید انبوه کیسه‌های LDPE دارند. البته متوجه نشده‌ام خبر وی مربوط به خریدهای جدید این دوره از نمایشگاه بود یا به حرکتی که از چند سال پیش در ترکیه شروع شده



وقتی با الکساندر لومن یکی از اعضای بخش روابط عمومی شرکت ویندمولر هولشر در نمایشگاه اختصاصی این شرکت در لنگریش بودیم دو نفری گشتی در نمایشگاه زدیم تا بعضی ماشین‌آلات را که در برنامه بازدید آن روز قرار نداشت به من معرفی کند. یکی از آن ماشین‌آلات ماشین تولید ساکهای دستی بود. وی پس از آن که تاکید کرد این ماشین

ایشان مشتریان زیادی دارند، وضعیتشان خوب است، در بازار خود بسیار صاحب نام هستند و سرشان هم شلوغ است. اما شما بندرت از این گونه امکانات در ایران می‌بینید و یا اصلاً نمی‌بینید. ماشین‌آلات مورد بحث در شرکت‌های خدمات پستی یا اداراتی که مرسولات پستی انبوه دارند به کار گرفته می‌شوند. این ماشینها



یک یا چند برگ را گرفته با هم یا جدا از هم تا زده و با چند عملیات دیگر در داخل پاکت می‌گذارند. کاغذ ۴۲ و انواع عملیات مربوط به آن را نباید دست کم گرفت!

کاغذ ۴۲ هم عالمی دارد

در میان هیاهوی ماشین‌آلات بزرگ چاپ و صحافی بخش مهمی از نمایشگاه اروپا را ماشین‌آلات و تجهیزاتی اشغال کرده بودند که کارشان عملیات تبدیل و تکمیل اوراق چاپی در قطع ۴۲ بود. از قضا این بخش به دلیل ارتباطی که موضوع بسته‌بندی داشت برای من جالب توجه بود. در واقع من متوجه شدم در کنار نامهای بزرگ سازنده ماشین‌آلات چاپ و صحافی، ماشین‌سازانی وجود دارند که تمام دغدغه و مهارت ایشان ترتیب کردن، تا کردن، پاکت کردن، آدرس زدن و دسته‌کردن اوراق اداری و نامه‌ها است.

J E L V E H . S H A H R . P R I N T C o .

شرکت چاپ جلوه شهر امل



چاپ ۴ رنگ همزمان با برج ورنی پایه آب

تولید همه‌ی های مقوای

غذایی

دارویی

بهداشتی

صنعتی



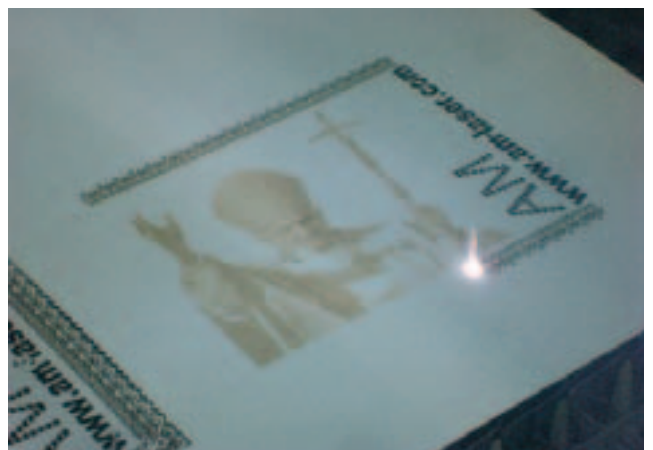
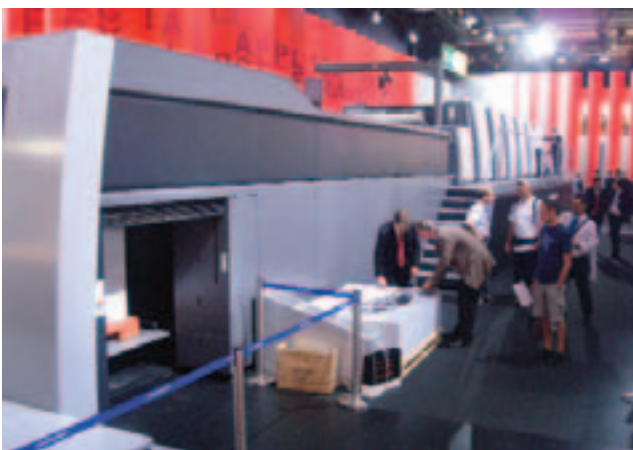
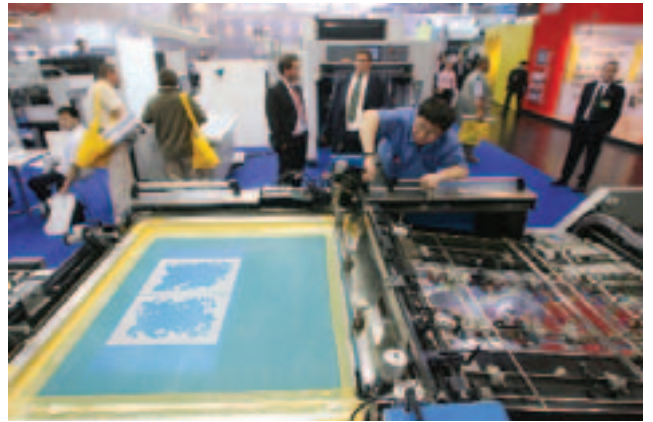
www.cityprint.ir
chapshahr@yahoo.com

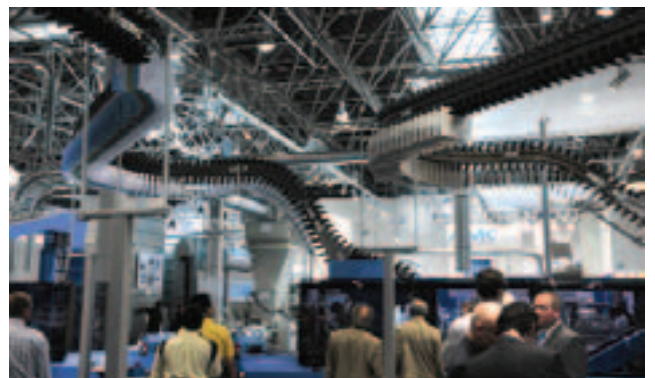
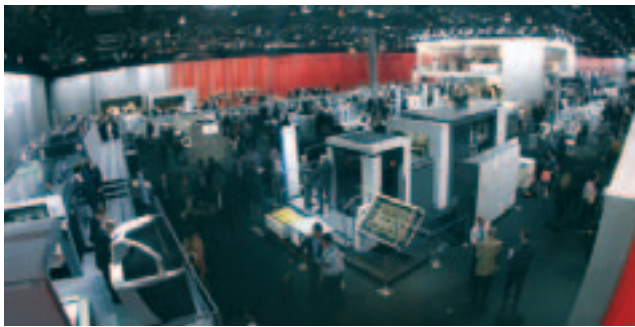
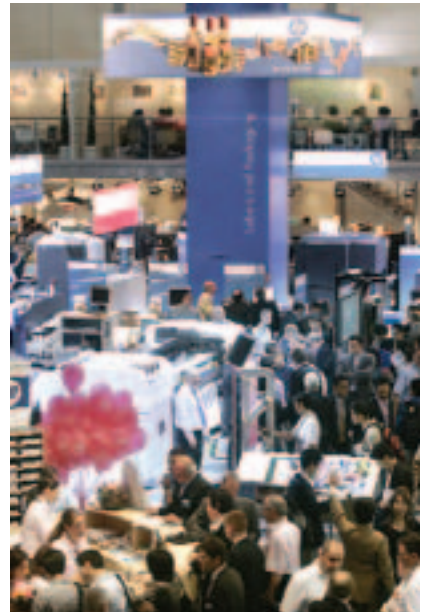
چاپخانه: شهرک صنعتی، فاز یک

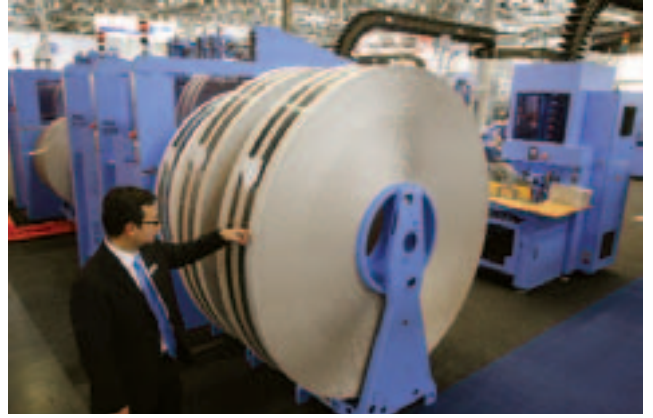
دفتر: امل، خیابان امام خمینی، پلاک ۳۸۷

تلفن: ۰۱۲۱-۲۲۰۳۹۰۴-۷

تلفن: ۰۱۲۱-۲۲۲۵۹۰۴-۲۲۲۶۷۶۲









ایران در بسته‌بندی رشد خواهد کرد

گفت‌وگویی اختصاصی ماهنامه صنعت بسته‌بندی
با پروفسور رومانو، استاد چاپ

بسیاری از عرضه‌کنندگان ماشین‌های چاپ افست،
دستگاه‌هایشان را برای انجام کارهای سنگین‌تر
مورد بازسازی قرار داده‌اند.

بنابراین می‌توان در صورت نیاز، از آنها برای چاپ جعبه
کارتن یا کارهای دیگر استفاده کرد.

• آقای پروفسور به نظر شما چه نوآوری‌هایی در نمایشگاه Drupa 2008

بیشترین تاثیر را در آینده صنعت چاپ خواهد داشت؟

• پاسخ بسیار ساده است؛ استفاده از "جوهرافشان"!

زیرا بسیاری از فناوری‌های جدید بر اساس "جوهرافشان" قرار دارند، چه به
صورت چاپ پیوسته (رول) و چه با فرمت ورقی.

این مساله به این معنا نیست که چاپ افست دیگر کنار گذاشته شده یا از چاپ با
تونر (زبروگرافی) دیگر استفاده نمی‌شود. بلکه به این معناست که اگر به
گسترش چاپگرهای دیجیتال توجه کنید، متوجه خواهید شد که "جوهرافشان"
به صورت فناوری غالب آینده درآمده و جایگزین بخشی از چاپ افست و فلکسو
خواهد شد.

• دو بخش چاپ روی بسته‌های انعطاف‌پذیر (Flexible Packages) به صورت
فلکسو و گراور، و چاپ جعبه (چاپ روی مقوای جعبه) را چگونه مقایسه و ارزیابی
می‌کنید؟

• در دنیای امروز، به دلیل افزایش هزینه‌های حمل و نقل، حرکت به سمت
بسته‌بندی انعطاف‌پذیر است. کارت‌ن سنگین تر است و حمل و نقل آن گرانتر تمام
می‌شود. بنابراین در مورد بسته‌بندی انعطاف‌پذیر فعالیت‌های فنی بیشتری
انجام می‌شود. بسته‌های انعطاف‌پذیر را می‌توان هم به روش گراور و هم به روش
فلکسو (یا حتی "جوهرافشان") چاپ کرد.

در بازار چاپ گراور، هزینه چاپ به دلیل هزینه ساخت سیلندرها بسیار زیاد
است. از آن جا که کلیشه‌های فلکسو ارزانتر هستند، در بازار چاپ بسته‌های
انعطاف‌پذیر، بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند.

چاپ کارت‌ن و جعبه نیز به روش فلکسو یا افست قابل انجام است. بسیاری از
عرضه‌کنندگان ماشین‌های چاپ افست، دستگاه‌هایشان را برای انجام کارهای
سنگین‌تر مورد بازسازی قرار داده‌اند. بنابراین می‌توان در صورت نیاز، از آنها برای
چاپ جعبه کارت‌ن یا مدارک دیگر استفاده کرد.

بنابراین هر دو بازار چاپ بسته‌های انعطاف‌پذیر و جعبه، بازارهایی رو به رشد
هستند، زیرا رقیب الکترونیکی ندارند.

برخی کتابها و مدارک چاپی را می‌توان بر روی صفحه کامپیوتر به نمایش گذاشت،
ولی در مورد بسته‌بندی چنین امکانی وجود ندارد.

فرانک رومانو Frank Romano

فرانک رومانو در صنعت چاپ و انتشارات،

بیش از چهل سال سابقه دارد. بسیاری، وی را به عنوان نویسنده
International Paper Pocket Pal می‌شناسند و یا دست‌کم یکی
از صدها مقاله‌ای که به وسیله او نگاشته شده، خوانده‌اند.

او نویسنده بیش از چهل و دو کتاب، شامل مرجعی استاندارد به نام
دایره‌المعارف ۱۰۰۰ لغتی ارتباطات گرافیکی
(Encyclopedia of Graphic Communications) است که آن را با
همراهی ریچارد رومانو تهیه کرده است.

فرانک رومانو در بسیاری مراسم و مناسبت‌ها سخنرانی کرده و محقق
اصلی مطالعه Landmark EDSF، با نام "چاپ در دوره Web و پس
از آن" است. همچنین با بسیاری روزنامه‌ها، انتشارات و برنامه‌های
رادیو و تلویزیون در آمریکا و سایر کشورها، مشارکت تخصصی دارد.

در طول برگزاری نمایشگاه Drupa 2008 فرصتی دست داد تا گپی
کوتاه و البته اختصاصی با این تحلیلگر جهانی صنعت چاپ
داشته باشیم. در ادامه ترجمه این مصاحبه را مطالعه می‌کنید.



اما دلیل این که حجم چاپ روی بسته بندی در برخی کشورها رو به کاهش گذاشته است، این است که ما در حال توزیع کار چاپ به سایر کشورها هستیم. برای مثال، در گذشته، ما تمامی کار چاپ مربوط به یک محصول را در نقطه ای از جهان انجام می دادیم و بعد آن را به محلی که بسته بندی واقعی محصول در آن جا انجام می شد، حمل می کردیم. ولی در حال حاضر، ما با چاپ بسته بندی در هر کشور، کارهای چاپی را توزیع می کنیم. علت این کار همان مساله انرژی است. باز هم به این معنا نیست که کل بازار بسته بندی افت کرده است، بلکه از بازاری به بازار دیگر تغییر مکان داده است.

من امیدوارم که دولت جدید آمریکا، روشی جدید در پیش گیرد و ارتباط و تبادل اطلاعات بیشتری (بین ایران و آمریکا) صورت گیرد. ایران بازار بسیار بزرگی است و یکی از کشورهای مهم منطقه به شمار می رود. امیدوارم آن چه در مورد دولت جدید آینده گفتم اتفاق بیفتد.

● بازار چاپ بسته بندی را در آسیا و خاورمیانه چگونه می بینید؟
● این دو منطقه (آسیا و خاورمیانه)، دو بازار اصلی رشد به شمار می روند. از آن جا که جمعیت و اقتصاد خاورمیانه در حال رشد است، بسته بندی رشد بیشتری خواهد داشت.

برای مثال هنگامی که من در تایلند بودم، ماهی را پس از شکار، در ظروف حاوی یخ می گذاشتند و آنها را به کشور دیگر می فرستادند تا باز هم مورد فرایند قرار گرفته و عملیات چاپ و بسته بندی نیز انجام شود. با انجام فرایند ماهی در داخل کشور تایلند، چاپ بسته بندی به جای آن که در کشور دیگری انجام شود، در خود تایلند انجام می شود. امروزه به جای آن که کالای بسته بندی شده از کشوری به کشور دیگر منتقل شود، کل عملیات فرایند و بسته بندی در یک کشور قابل انجام است. این تغییر به این معناست که صنعت چاپ بسته بندی در بسیاری کشورها آغاز به رشد می کند. بنابر این می توانم بگویم که ایران و منطقه خاورمیانه، در صنعت بسته بندی رشد خواهند کرد.

● آیا تا به حال به ایران سفر کرده اید؟
● هنوز نه، دلم می خواهد که سفر داشته باشم (با خنده) ولی من با هواپیما سفر نمی کنم.

● یافته های (کشفیات) شما در این نمایشگاه (Drupa 2008) چیست؟
● نکات بسیاری جالبی بودند. بسیاری پیام های زیادی با خود آورده بودند به این معناست که رقابت ها و گرایشات بیشتری به وجود خواهد آمد. صنعت افست لیتوگرافی با استفاده از ورق های بزرگتر و سیستم کنترل کیفیت شبکه ای، از نظر کیفیت و تولید پیشرفت زیادی کرده است. فناوری های جدید بسیاری در سیستماتیک کردن گردش کار (Work Flow) به وجود آمده است. افست لیتوگرافی پیشرفت کرده است. انواع دیگر چاپ نیز پیشرفت کرده اند و اکنون "جوهر افشان" فناوری بسیار مهمی به شمار می رود.

● به دلیل آن که در این کشورها انبوهی از بسته بندی مصرف کننده وجود دارد. درست است. می گویند که وقتی برای خرید به سوپرمارکت ها مراجعه می کنید، خریدهایی می کنید که لزوماً برای خرید آن به فروشگاه نرفته بوده اید. بلکه بسته بندی آن شما را جلب کرده است. به همین دلیل بسته بندی ها دارای طرح و گرافیک بیشتری هستند. این بخش مهمی از برنامه بازاریابی است که برای محصول در نظر گرفته شده است.

● سهم دانش (Know How) و سهم تجهیزات در توسعه کشورهای مثل ایران چقدر است؟
● دقیق نمی دانم. در حال حاضر با وجود دولت کنونی ما، آمریکا با ایران ارتباطی ندارد.

● مساله دیگری نیز هست که بخواهید با خوانندگان ایرانی مطرح کنید؟
● می توانم بگویم که به عنوان یک چاپچی، ما با یک زبان مشترک سخن می گوئیم. وقتی که من در مورد PDF یا Photoshop صحبت می کنم، با وجودی که این لغات فارسی نیستند، شما دقیقاً متوجه می شوید من درباره چه صحبت می کنم. ما باید به صحبت کردن به این زبان ادامه دهیم. مامی خواهیم این صنعت در دنیا رشد کند و بهتر و بهتر شود. من پیش بینی می کنم که در ایران نیز این صنعت رشد می کند و مسلماً اگر مساله ای وجود داشته باشد که فکر می کنید من بتوانم کمک کنم، خوشحال خواهم شد. ●

من امیدوارم که دولت جدید آمریکا، روشی جدید در پیش گیرد و ارتباط و تبادل اطلاعات بیشتری (بین دو کشور) ایجاد شود. ایران بازار بسیار بزرگی است و یکی از کشورهای مهم منطقه به شمار می رود. امیدوارم آن چه در مورد دولت جدید آینده گفتم اتفاق بیفتد. در نمایشگاه ۲۰۰۴ Drupa من با اعضای اتحادیه ایرانی چاپ که برای بازدید نمایشگاه آمده بودند، ملاقات کردم و تحت تاثیر اطلاعات آنها در مورد چاپ قرار گرفتم.

از آن جاکه جمعیت و اقتصاد خاورمیانه در حال رشد است، بسته بندی رشد بیشتری خواهد داشت.



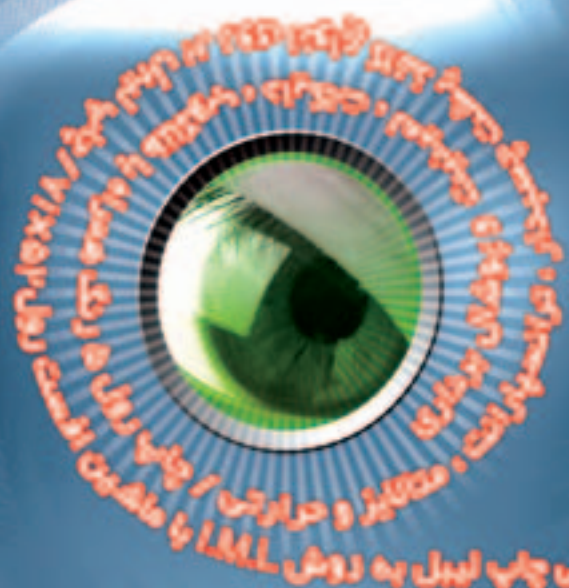
w w w . n a g h s h e t o o b a . c o m

اولین تولید کننده شرینگ PVC با کیفیت افست

The ultimate in rotary offset press

مجهز به صفحاتی مکانیزه جلد سفت - مفتول - گرم

چاپ شرینگ



نهایت چاپ رول

مجهز به صفحاتی مکانیزه جلد سفت - مفتول - گرم

تهران - بزرگراه رسالت - میانه بان کرمان - شماره ۶۴

تلفن : ۶-۴۴۳۲۷۰۹۵ - شماره : ۲۲۳۲۷۰۹۷



Mazand Fill
Food Industrial Packaging Machinery

مازند فیل

سازنده دستگاه های بسته بندی صنایع غذایی و لبنی

MFRI-1



MFRI-2



MFRI-3

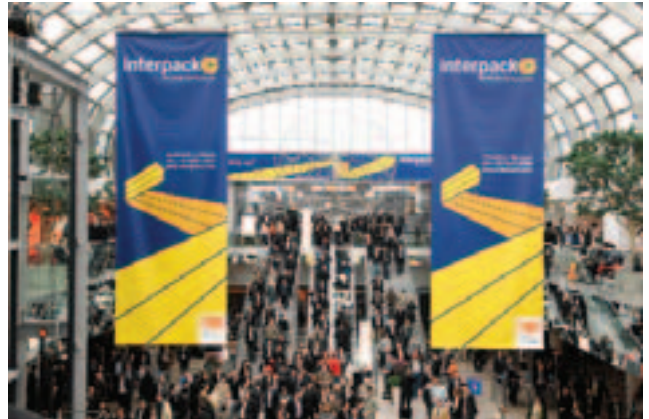


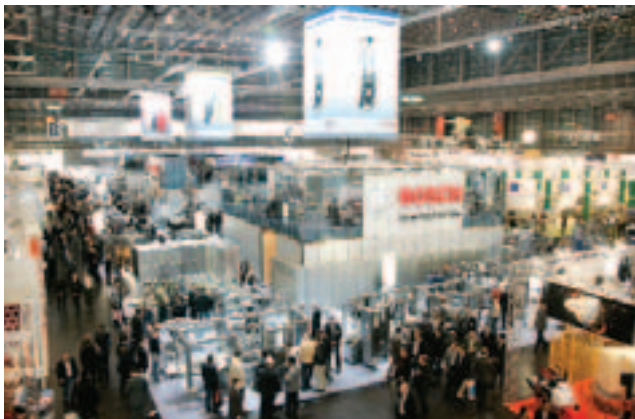
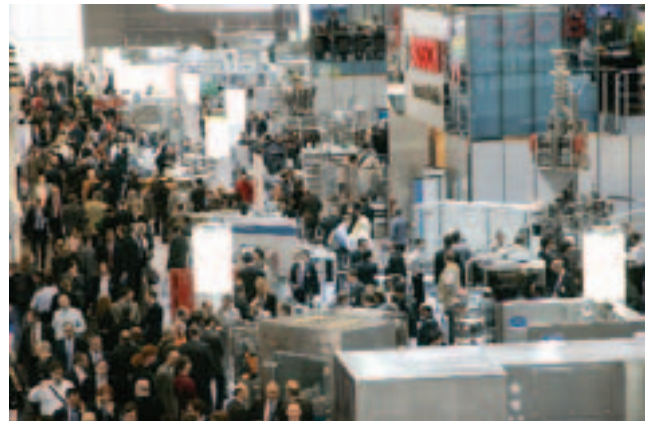
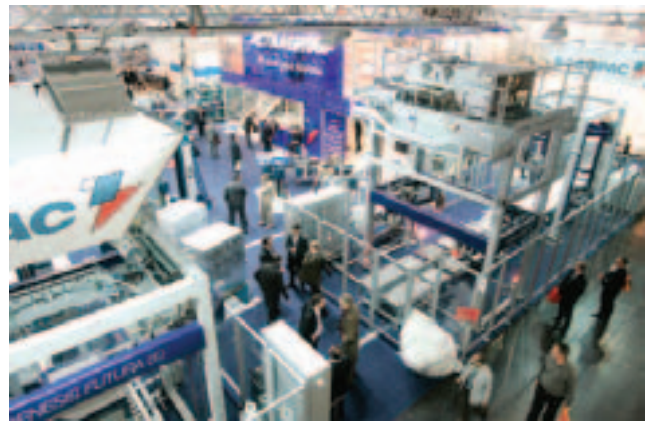
MFLI-6

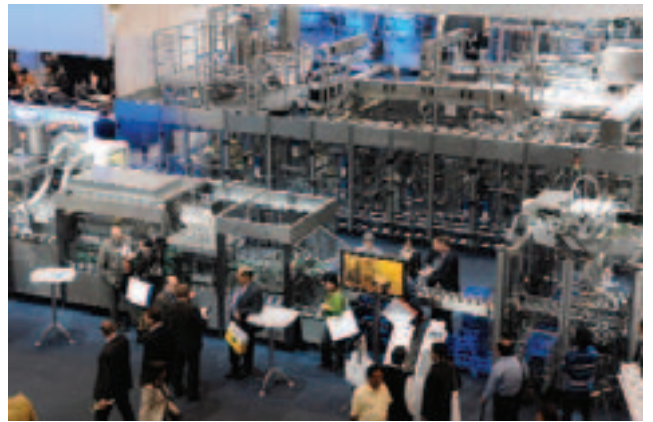
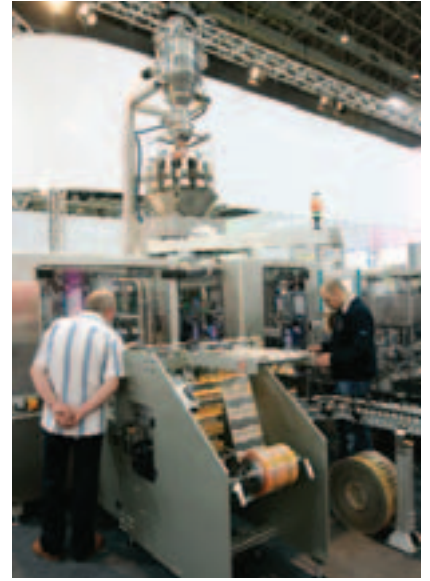


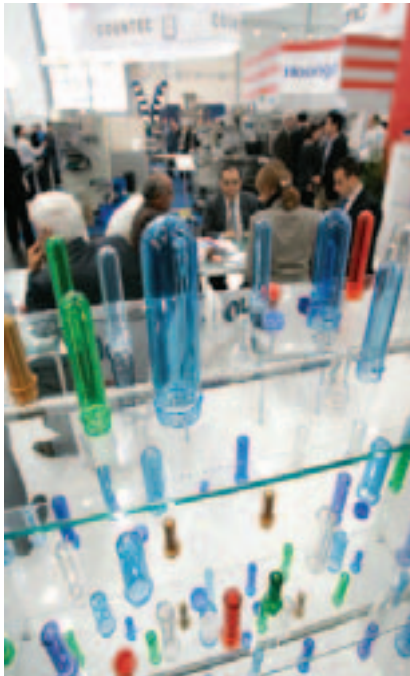
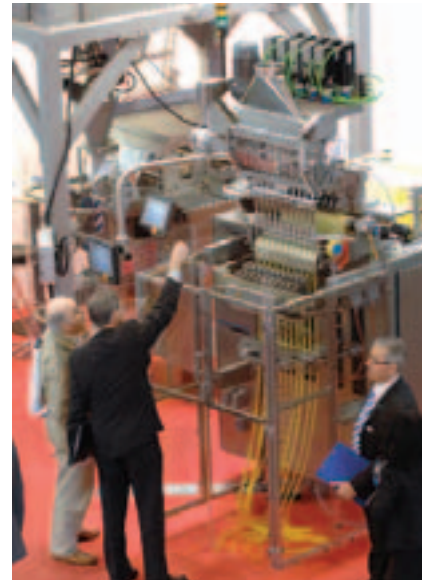
قابلیت پر کردن انواع محصولات لبنی نظیر شیر مدارس ، شیر کاکائو ، ماست ، خامه
ماست چکیده موسیر ، کشک پاستوریزه و انواع پنیرهای خامه ای ...
قابلیت پر کردن انواع محصولات غذایی نظیر آبمیوه های طبیعی
و عرقیات گیاهی ، شکلات صبحانه و غیره
دارای سیستم کنترل پی ال سی با کارائی مادام العمر
قابلیت کنترل هر خط به صورت مجزا
سرعت ۶۰۰۰ الی ۸۰۰۰ لیوان در ساعت بسته به نوع لیوان و محصول



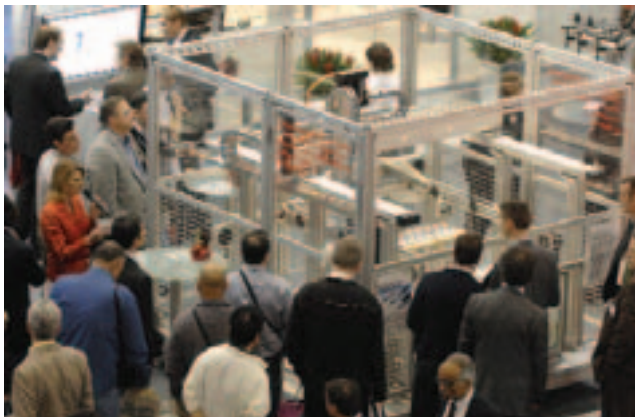












اولین شرکت دارنده ISO 22000 در ایتالیا و اسپانیا

واحدی که گواهینامه ISO ۲۲۰۰۰ دریافت می‌کند، باید ضمن تامین ایمنی زنجیره غذا، با فرایند و کنترل‌های خاصی از وقوع این خطرات جلوگیری کند.



G-Twist

- مشابه این فیلم خاص سه سال پیش به بازار مواد قنادی معرفی شده است که باز خورد خوبی در بازار داشته است. ویژگی این فیلم کارایی استثنایی آن در خط بسته بندی است. در حقیقت این ماده از نظر سختی و حفظ پیچش به دور شکلات به بهترین شکل، منحصر به فرد اعلام شده است. فیلم سلوفان و PVC بدون هیچ مشکلی در ماشین‌های بسته بندی با G-Twist قابل جایگزینی است. ویژگی دیگر این فیلم، چاپ پذیری آن است.

G-Reclo

این محصول، ظرف آسان باز شویی است که پس از اولین استفاده می‌تواند تا بیش از ده بار باز و بسته شود. G-Reclo با نفوذناپذیری بسیار خوب برای آن دسته از صنایع که نیازمند اتمسفر اصلاح شده هستند، قابل استفاده است. برای بسته بندی مواد غذایی خاص، می‌توان نوع ضد مه و جاذب UV آن را هم به کار برد.

برای آگاهی بیشتر: www.gerosagroup.com

گروه Gerosa نخستین شرکت تولیدی در ایتالیا و اسپانیا است که گواهینامه ISO 22000 را دریافت کرده است.

ایمنی غذا مربوط به وجود خطرات بسیاری می‌شود که در هر نقطه از فرایند آن ممکن است وارد زنجیره فرایند و تامین غذا شوند. واحدی که این گواهینامه را دریافت می‌کند، باید ضمن تامین ایمنی زنجیره غذا، با فرایند و کنترل‌های خاصی از وقوع این خطرات جلوگیری کند. مقررات مربوط به این استاندارد، اساسا برای مدیریت ایمنی بخش غذا و کشاورزی است و به شرکت‌های درگیر در زنجیره تامین غذا امکان می‌دهد که خطرات را شناسایی و به روش موثری مدیریت کنند. این استاندارد اخیرا معرفی شده است. بر اساس این گواهینامه، تولیدکنندگان فیلم‌های انعطاف پذیر، بخشی از زنجیره تامین غذا به شمار می‌روند. برخی از تازه‌های تولیدی این شرکت عبارتند از:

- آب بندی سرد مصنوعی

چسب جدید سیل سرد بدون لاتکس برای بسته بندی غذا که دارای لاتکس مصنوعی است و همراه با رزین‌های خاصی، کارایی مشابه یا حتی بهتر از چسب‌های سنتی حاوی لاتکس طبیعی دارد.

G-ink و G-Demet

ظاهر طلایی بسته بندی، تصویری از ثروت و شیک‌گی دارد. این خواست بازار برای غنی سازی بسته بندی با اثرات فلزی به وسیله فرایند دی متالایز کردن و جوهر متالایز که در این شرکت ابداع شده، پاسخ گفته شده است. فرایند دی متالایز کردن برای پوشش سطوح بزرگ و جوهر متالایز برای چاپ جزئیات معرفی شده است.



بسته‌بندی هفتگی دارو

دیگر بیماران مجبور نیستند بسته‌های مختلف دارو را با خود حمل کنند.



پس از تغذیه داروها، سیستمی صحت دارو و عدم صدمه به آن را کنترل کرده و در صورت مشاهده هر گونه خطا، بسته اشتباه از خط خارج می‌شود. سیستم کنترل باید هم نوع دارو و هم جای قرار گرفتن آن در بسته نهایی که تغذیه می‌شود را کنترل کند تا مثلاً داروی صبح در جای داروی شب قرار نگیرد.

پس از تکمیل بسته بندی، بسته پلیستر هفتگی، آب بندی و کدگذاری می‌شود. برای هر یک از این بسته‌های تکمیل شده، مانند نسخه ای که به صورت فردی پیچیده شده است، اطلاعات مربوط به بیمار و داروخانه مسوول بیمار، به همراه دستور مصرف دارو بر روی کارتی درج می‌شود. بسته‌های پلیستر و کارت‌ها سپس در کارتن قرار می‌گیرند تا به داروخانه سفارش دهنده دارو حمل شود.

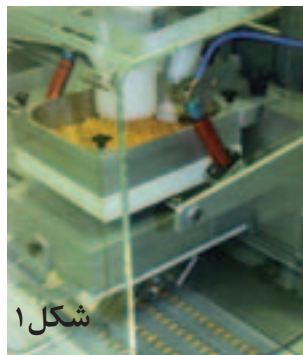
این نوع بسته بندی کاملاً جدید است و تانه عدد داروی مختلف نیز می‌تواند در این سیستم مورد بسته بندی قرار گیرد. یک فیلم مات نفوذناپذیر خاکستری از جنس PVC، محتویات پلیستر را در برابر نور و رطوبت، حفاظت می‌کند. عمر قفسه‌ای این بسته دارو، به دلیل استفاده از بسته بندی مناسب و باز کردن بسته اولیه دارو در "اتاق تمیز"، تا چندین ماه خواهد بود.

- ۱- هر نوع دارو، به صورت جداگانه در مرحله اول بسته بندی پلیستر می‌شود.
- ۲- حدود چهار صد نوع داروی مختلف برای تغذیه به دستگاه و تشکیل رول نوارهای پلیستر، وجود دارد.
- ۳- امنیت و صحت کار، اهمیت زیادی دارد.

نخستین واحد تولید صنعتی بسته‌های دارویی مختص هر بیمار در آلمان تاسیس شد تا با صد هزار بسته پلیستر هفتگی در روز به کار تولید دارو بپردازد. بیمارانی که روزانه و به طور مرتب، داروهای مشخصی را مصرف می‌کنند، دیگر مجبور نیستند که بسته‌های مختلف دارو را همه جا با خود حمل کنند و احیاناً آنها را فراموش کنند. در پلیستر تولیدی دارو که این شرکت تولید می‌کند، در چهار جای مختلف و با چهار رنگ مختلف مخصوص به نوبت داروی صبح و ظهر و عصر و شب، داروهای هر بیمار بر اساس نسخه متعلق به او، بسته بندی می‌شود. تا به حال این کار به وسیله پرستاران خانگی و یا به وسیله خود بیمار و در خانه انجام می‌شد و برای مصرف یک ماهه بیمار، ۲۸ بسته مختلف فراهم می‌شد. تولید صنعتی چنین بسته دارویی به معنی تولید با بچ تولیدی به ابعاد یک است که با در نظر گرفتن اهمیت ایمنی و اطمینان مصرف بسته بندی دارو، بسیار پیچیده است. مدیر فنی این کارخانه می‌گوید: "این خط تولید هیچگونه برگشتی یا خطای تولید نمی‌تواند داشته باشد، یعنی خطای صفر همراه با مستندسازی و مدارک به صورت صد درصد کامل."

بسته بندی دو مرحله ای

در این کارخانه ابتدا حدود چهار صد نوع داروی مختلف یا به صورت بسته بندی شده و یا به صورت کلی خریداری می‌شود. سپس همه داروها به صورت جداگانه و تک تک بسته بندی پلیستر می‌شوند. سپس این پلیسترها به صورت نوار در آمده و به شکل رول جمع آوری می‌شوند؛ این اولین مرحله بسته بندی به شمار می‌رود و در این مرحله حدود چهار صد رول مختلف به دست می‌آید. در مرحله دوم بسته بندی، باید به صورت دقیق تک تک این رول‌ها به وسیله ماشین بسته بندی شناسایی شده و مجدداً بسته بندی شوند. مساله مهم این است که رول‌های مختلف داروها، حتی شکل یکسانی ندارند؛ ممکن است بیضی شکل، گرد با ابعاد مختلف، روکش دار، کوچک یا بزرگ باشند و باید بدون کوچکترین صدمه ای به دستگاه بسته بندی دوم، تغذیه شوند.



شکل ۱



شکل ۲



شکل ۳



بخش اول

جایزه مجمع بین المللی طراحی IF برندگان بخش بسته بندی

مهندس هلیا ارغند

معرفی ۵ طرح برتر منتخب:

۱- در بخش بسته بندی فروش

جعبه ابزار آلات کمپانی Bosch، توسط تیم طراحی کمپانی Bosch ایده پردازی شده و ساخت کشور سوئیس است. در طبقه بندی متفاوت جعبه ابزارهای موجود، Bosch، جعبه ابزار کاملاً متفاوت و خلاق خود را به بهترین حالت به بازار معرفی کرد. نقطه تمرکز طراحان در طراحی این جعبه منحصر به فرد، ترکیب قدرت و محکم بودن در کنار همدیگر است. این بسته بندی قابلیت هماهنگی فرمی برای سایز و ابعاد بسته بندی های کوچک و بزرگ را دارد.

از آنجا که شکل و فرم جعبه، منعکس کننده محتویات داخل آن می باشد، در این بسته بندی نیز از تفکر هویت پردازی Bosch کاملاً استفاده شده است. علاوه بر این می توان گفت در طراحی این جعبه، به المان های ارگونومیک، ابعاد آنتروپومتری استفاده گر، نقطه دستگیری و نیز جایگاه قرار گیری هر کدام از ابزارها به صورت اختصاصی، کاملاً توجه شده است.

۲- در بخش نمایش و فروش محصول

بیشتر اوقات بسته بندی های ماهی، خاکستری هستند، زاویه دار و بدبو، مثل یک تابوت متعفن. اما این بسته بندی جدید مخصوص برند Deutsche کاملاً متفاوت است. مثل ماهی که در یک تکه یخ احاطه شده و در اقیانوس شناور است. این بسته بندی کاملاً متفاوت با نمونه های قبلی، در عین User Friendly بودن، مانند یک محل نمایش برای ماهی ها دیده می شود. در این بسته بندی، از نحوه بسته شدن و کاور شدن محصول تا فریز شدن و عملیات مربوط به آن، لیبل محصول بافت روی بسته بندی با حالت موج، حمل و نقل بسته و کاملاً توجه شده است. جایزه طلای دیگر بسته بندی، به این طرح که توسط استودیوی طراحی Feldmann انجام شده و در آلمان تولید می شود تعلق گرفته است.

۳- در بخش گرافیک بسته بندی

طراحی بسته بندی عطر Noa Perle توسط کمپانی Sarl vp Canseils پاریس به خاطر بسته بندی خود، جایزه طلای دیگر مسابقات IF را از آن خود کرد. بسته بندی خارجی محصول (جعبه) دارای ویژگی های خاصی است: فویل هولوگرامی شکلی که بروی بسته کشیده شده به خاطر جنس و رنگ خود، در فضا سازی و خطای دید کمک کرده و باعث شده تا شیشه داخل جعبه به صورت معلق دیده شود. استفاده از کنتراست رنگی بین سبز، بنفش، سفید صدفی و نقره ای متالیک، جنسیت و شکل مروری را در بیننده القا میکند. تجمع رنگها در کناره ها و کاهش رنگ در مرکز، در فرم محصول که آبیا کروی است و یا مربع ایجاد شبهه می نماید، و تمامی این موارد به علت نوع متریال و رنگ روی بسته بندی بوجود آمده، به نوعی هم حالت امنیتی به لحاظ هولوگرامی شکل بودن رویه و هم زیبایی و درخشش رنگی توام با هم در طرح دیده می شود.

زیر شاخه های این

مسابقه شامل موارد زیر است:

- ۱- ایده های خلاقه بسته بندی
- ۲- طراحی بسته بندی عملکرد-دی
- ۳- دستگاهها، ماشین های بسته بندی و تجهیزات مربوط به آنها (که بر روی ارگونومی، امنیت و ویژگی های طراحی آن داوری می شود).
- ۴- گرافیک بسته بندی

۵- نوع مواد در بسته بندی در واقع، در این مسابقه سالانه، طراحان بسته بندی، نه تنها این فرصت را خواهند داشت تا خلاقیت بسته بندی خود را با رقبای جهانی مقایسه کنند، بلکه با امکان برنده شدن، میزان تخصص و تسلط خود را اثبات می کنند.

از همه مهمتر اینست که برنده شدن در این نمایشگاه و مسابقه مربوط به آن، کمک شایانی است به ترقی و افزایش اعتبار طراحی و تولید آنان در بازار جهانی.

در مسابقه IF نمایشگاه اینترنیک امسال، ۱۴۸ شرکت از ۱۷ کشور مختلف دنیا شرکت داشتند که هیأت داوران، ۵۳ برنده را از این میان انتخاب کرد و جایزه طلا به ۵ طرح برتر اعطاء شد. کیفیت بسته بندی، حمل و نقل و نوع استفاده از بسته بندی، انتخاب مواد مناسب، درجه خلاقیت طراحی، توجه به محیط زیست و بازیافت مواد، امنیت، ارگونومی، کارکرد بهینه، ارزشها و هویت برند، توجه به سبیلها، از ویژگی های طراحی های برتر سال بودند.

آخرین دستاوردهای بسته بندی روز دنیا در زیرشاخه های غذایی، نوشیدنی، دارویی، انواع شیرینی ها، بیسکویتها و دستگاه های مربوط به بسته بندی یا آماده سازی مواد غذایی، بازدید به عمل آوردند. بخشی از شرکت کنندگان این نمایشگاه را هم تولیدکنندگان مواد اولیه بسته بندی، ماشین آلات بسته بندی و تولید کنندگان مواد خام تشکیل می دادند. در این میان، می توان به تولید کنندگان عمده بنامی چون EHI و Pro Carton که فروش محصولاتشان تمام اروپا را تحت پوشش قرار می دهد، اشاره کرد.

به طور کلی می توان گفت نمایشگاه اینترنیک برای عرضه نوآوریها و تغییرات جدید و جالب بسته بندی ها، در هر سال، بهترین منبع اطلاعاتی برای مصرف کنندگان و تولید کنندگان به شمار می رود. با قدم زدن در راهروهای نمایشگاه، نوعی رقابت در میان تولید کنندگان، صادرکنندگان و شرکت های طراحی بسته بندی و محصول احساس می شود.

همین موضوع عاملی است جهت ترغیب، تشویق و شناخت استعداد های خلاق. در پایان این نمایشگاه، برترین های طراحی، تکنولوژی و ساخت مشخص شده و جوایز ویژه ای دریافت می کنند. داوری بر ظاهر محصول، زیبایی فرمی، ساختار، عملکرد، روش تولید صورت می گیرد و جایزه ویژه از آن محصول و بسته بندی است که بیشترین کیفیت خلاقیتی را در موارد یاد شده دارا باشد.

نمایشگاه صنعت بسته بندی اینترنیک، از مشهورترین و شناخته شده ترین نمایشگاه های بسته بندی و مسابقات IF که در این نمایشگاه برگزار می گردد، از شاخص ترین و معتبرترین مسابقات طراحی دنیای دیزاین است که سالانه برگزار می گردد و هدف از برگزاری آن، نمایش طراحی ها، ایده های خلاقه و تکنولوژی های جدید بسته بندی و یا دستگاه های مربوط به آن است. از اهداف دیگر برگزاری این مسابقه و نمایشگاه، ارتقاء استانداردهای بسته بندی کالا و تشویق خلاقیت های ارائه شده می باشد.

این نمایشگاه، امسال نیز از ۲۴ تا ۳۰ آوریل، در دوسلدورف آلمان برگزار شد. به گفته مدیر اجرایی نمایشگاه، Wilhelm Niedergoker، نمایشگاه اینترنیک ۲۰۰۸ به مناسبت پنجاهمین سالگرد برگزاری، نسبت به سال های قبل، از شکوه ویژه ای برخوردار بود. در واقع اینترنیک ۲۰۰۸، پاسخی بود به نیازهای بازاری که در حال حاضر به سمت پیشرفت، توسعه و رشد گام برمی دارد. افزایش بازدیدکنندگان و نیز شمار شرکت هایی که برای اولین بار در این نمایشگاه شرکت داشتند، حاکی از رکورد جدیدی بود و در کل می توان اینگونه استنباط کرد که امسال این نمایشگاه از نظر علمی و دستاوردی، از درجه ویژه ای برخوردار بود. در ۷ روز برگزاری نمایشگاه، بازدیدکنندگان از

۴- در بخش گرافیک بسته‌بندی

برند Juchheim نمونه ای از طراحی آلمانی برای بازار هدف ژاپن را در این بسته‌بندی به نمایش گذاشته و جایزه طلای بسته‌بندی امسال را نیز از آن خود کرده است. طراحی این بسته براساس تفکر "بهاوس" صورت گرفته که در عصر حاضر دوباره اتفاق افتاده. این طراحی مدرن آلمانی از اشکال بسیار ساده‌ای بوجود آمده، تعریف درست رنگها، برجستگی و فرورفتگی‌های روی بسته‌بندی و ... تجربه ای لذتبخش برای گروه مصرف خود است که گروه طراحی Peter Schmidt از خود به جای گذاشته‌اند. تولید این محصول و بسته‌بندی آن در ژاپن صورت می‌گیرد.



No.1

No.2



No.3



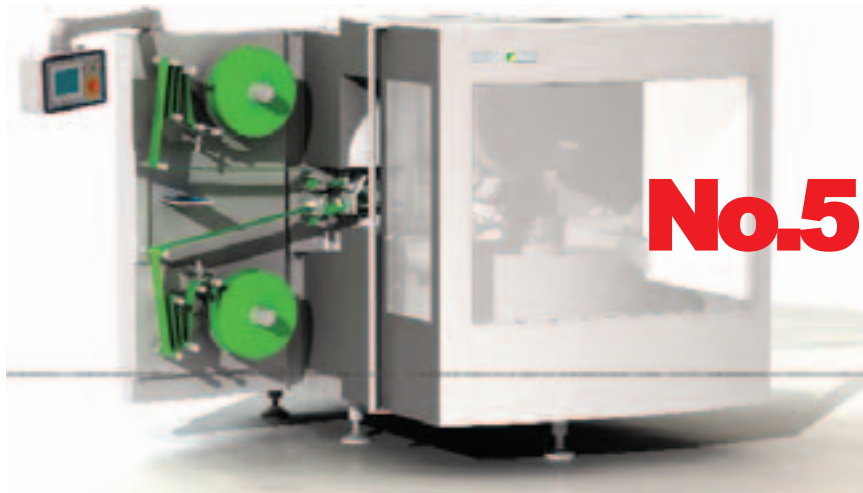
۵- در بخش ماشین‌های بسته‌بندی

جایزه بعدی ویژه مسابقات IF به سیستم مدولار زیر اختصاص یافته که توسط کمپانی آلمانی Theegarten - Pactec تولید می‌شود. این دستگاه با سیستم و تکنولوژی جدید جهت عملیات لفاف کردن مداوم، طوری برنامه‌ریزی شده که در آن واحد، لفاف‌های مختلف و متفاوت را به دور محصولات متفاوت می‌پیچد. وجه تمایز این سیستم با نمونه‌های قبلی، استاندارد بالای اجزای آن است که با مدل‌های مختلف منطبق می‌شود. ساختار آن مدولار با اجزاء ظاهری، المان‌های یکسان و پروسه تولید قابل رویت می‌باشد. به علت ساختار شفاف و امکان دیدن سیستم داخل، به پروسه لفاف‌زنی در زمان کار تسلط کامل خواهد داشت.

سایر طرح‌های برگزیده

۶- بسته‌بندی براساس عملکرد لیبل‌های UV با سیستم TTI، یکی از تکنولوژی‌های جالب در بسته‌بندی‌های جدید است. در این بسته‌بندی، در اثر گذشت زمان، لیبل از حالت ترنسپرنسنت به سمت رنگ آبی تغییر می‌کند. این پروسه به صورت معکوس نیز اجرا می‌شود. مثلاً در درجه حرارت بالاتر از استاندارد مشخص شده برای نگهداری محصول، لیبل از رنگ آبی به حالت شفاف متمایل می‌شود. واضح است در صورت عدم رعایت شرایط زمانی ایده‌آل یا تجاوز از زمان نگهداری مشخص شده برای قرارگیری محصول در قفسه‌های فروشگاه، عملکرد مناسب لیبل، با تغییر رنگ خود، از مرحله تازه تا مناسب برای مصرف و در نهایت انتهای تاریخ مصرف، زمان را به مشتری گوشزد می‌کند. بی شک، این روش، بهترین وسیله کنترل دمایی و زمان ایده‌آل مصرف برای محصولات غذایی می‌باشد. تولید این لیبل در آلمان صورت می‌گیرد. و ایده آن توسط گروه طراحی Gmbtt ارائه شده است.

۷- این بسته‌بندی ماهی تازه، به شکل موج و مانند یک ماهی در آب دیده می‌شود. طراحی آن توسط استودیو طراحی Feldmann انجام شده و تولید کشور آلمان می‌باشد. در بسته‌بندی این محصول، از مواد شفاف استفاده شده است. در نتیجه حالت موجی کفه محصول به خوبی نمایان است و فویل کفه بسته‌بندی که بین دو جداره موجی قرار گرفته، تابع فرم جداره‌ها، کاملاً حس





No.6

موج‌های اقیانوسی را در ذهن تداعی می‌کند. آنچه که مشهود است، پروسه طراحی تا تولید، کاملاً حرفه‌ای صورت گرفته است. در کنار زیبایی بسته‌بندی، محتوی داخل آن نیز از کیفیت بالایی برخوردار است. ماهی‌های تازه در این بسته‌بندی بقدری جلب توجه می‌کنند که خریدار، ناخودآگاه حس می‌کند در همان زمان، در حال گرفتن ماهی از دریاست.



No.7



۸- برند اسکندیناویایی Bonjour، محصولات غذایی جدید از جمله پنیر خامه‌ای خود را با بسته‌بندی جذاب برای مشتری، به بازار معرفی کرده است. طراحی بسته‌بندی این برند، با بالاترین استاندارد کیفیتی، با اشکالی ساده و رنگهایی زنده برای معرفی انواع مواد غذایی صورت گرفته است. طبیعی بودن و تازگی محتویات، کاملاً در گرافیک بسته‌های پلاستیکی مشهود است. تیم طراحی Gmbtt قطعاً در این زمینه کاملاً موفق عمل کرده است. بسته‌بندی این محصول در کشور آلمان تولید می‌شود.

۹- طراحی متفاوت بسته‌بندی سوپ کودکان که برای یک برند جدید صورت گرفته، از طرح‌های منتخب بسته‌بندی سال می‌باشد. کانسپت طراحی بسته‌بندی‌های برند Yes Please، به کودک شما و حتی خود شما، احساس شادی می‌بخشد، تصاویر شخصیت کارتونی سمبلیک با خطوط ساده چاپ شده بروی بسته‌بندی‌ها، تایپوگرافی و جملات برگرفته شده از احساسات و عواطف ساده کودکان، حس خوشمزه بودن، جالب توجه بودن و در عین حال زیبایی را در محصول پدید آورده است. گروه هدف این محصول، مادران شاغلی هستند که وقت کمتری برای آشپزی برای کودک خود دارند. تولید این محصول در آلمان انجام می‌شود. ایده طراحی متعلق به گروه طراح Williams & Garrick Hamm است. ادامه دارد...



No.8



No.9

کارتن نورین

مقدم شما را در چهاردهمین نمایشگاه بسته بندی و چاپ تهران گرامی می دارد



تولیدکننده انواع ورق و کارتن های صادراتی ۳ لایه و ۵ لایه

تهران - میرداماد - خیابان کازرون شمالی - نبش کوچه هفتم - پلاک ۲۰

تلفن: ۶-۲۲۹۱۴۷۳۴ ، ۲۲۲۲۹۷۶۵ ، ۲۲۲۶۳۱۷۹

فکس : ۲۲۲۶۵۸۴۷

www.noorincarton.com

شرکت فرزین نور

تولید کاغذ کارتن و مقوا

(سهامی خاص)

تأسیس ۱۳۷۶



لایندر و فلوت • عرض ۱۲۰ سانتیمتر • گرماژ ۱۲۰ تا ۲۰۰ گرم

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، پانین تر از پارک وی، پلاک ۱۴۷۹، برج جم، طبقه ۸، واحد ۴

تلفن / فکس: ۲۲۰۲۲۱۵۵

کارخانه: مازندران، آمل، چمستان، شهرک صنعتی چمستان نور

تلفن: ۷-۵۲۲۶۲۹۶-۱۲۲ • فکس: ۵۲۲۶۲۹۵-۱۲۲

برندگان یازدهمین مسابقه Pro Carton/ECMA

گزارش داوری سال ۲۰۰۷ در ده بخش مختلف مسابقه



بخش جعبه سال Coppeneur

نظرات هیئت داوری:

آن چه در نگاه اول به نظر ساختار ساده‌ای به نظر می‌رسد، در واقع چیزی است که تا به حال داوران با آن مواجه نشده بودند؛ دو انتهای جعبه به کناری رفته و شکلات‌های بسته‌بندی شده را به نمایش می‌گذارند، ولی سپس با خم کردن این دو قسمت به سمت پایین، به صورت پایه‌ای برای کارتین در می‌آید و کل کارتین به صورت یک میز در می‌آید؛ در این حالت مشابه یک میز مراسم چای ژاپنی، محتویات بسته را به نمایش می‌گذارد.

طراحی ساختار و تکنیک عالی این جعبه، استواری آن را سبب شده و بر روی آن نیز روش استفاده از کارکرد بسته، به وضوح نشان داده شده است. در مجموع، این جعبه ای است که خریدار را در نقطه خرید به خود جلب می‌کند.



بخش خلاقانه ترین طراحی یا استفاده نو از مقوای جعبه

NOA PERLE

نظرات هیئت داوری:

استفاده از روش حیرت انگیز چاپ بر روی این جعبه، سبب تولید بسته‌ای شده است که هیچ یک از اعضای داوری تاکنون چنین بسته‌ای را ندیده بودند؛ توپ نقره‌ای رنگ که شکل درب بطری درون کارتن را منعکس می‌کند، به نظر وسیله درخشانی است که در هوا آویزان است.

استفاده از روش خاص چاپ، شامل جوهرهای هولوگرافی و رنگ‌های خاص سبز و صورتی، سبب شده است که توجه خریدار را در نقطه فروش جلب کند.

در بخشی که کیفیت عالی، امری عادی به شمار می‌رود، این جعبه در میان سایرین واقعا جلب نظر می‌کند و به وضوح هنر و مهارت سازنده جعبه را نشان می‌دهد.

بخش فنّادی

کلکسیون کتاب کاکائو با ۱۲ طعم

نظرات هیئت داوری:

بسته‌ای که در نقطه فروش جلب نظر می‌کند و در ضمن به عنوان نمایش محصول نیز می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. این جعبه که مثل یک کتاب طراحی شده، دوازده نوع مختلف شکلات را در خود دارد که هر یک از آنها نیز در جعبه خاص خودش بسته‌بندی شده است.

به نظر داوران، کل موضوع و کیفیت بسیار خوب چاپ آن، دست به دست یکدیگر داده‌اند تا بسته‌ای با کیفیت بسیار عالی برای محصولی با کیفیت بسیار عالی به وجود آید. در بازاری که روز به روز رقابتی تری می‌شود، بسته‌بندی این چنین، سبب افزایش شانس خرید آن به وسیله مصرف‌کنندگان می‌شود.



بخش دارویی Pocketpack

نظرات هیئت داوری:

طراحی خلاقانه و کاربردی این محصول در گروهی که سهولت استفاده و فهم روش باز کردن و بستن آن بسیار ضروری است، در این طراحی رعایت شده است. از خط بریل نیز بر روی آن استفاده شده تا برای افراد معلول نیز قابل استفاده باشد. بسته‌های کوچکتر داخل جعبه اصلی، روشی ساده برای حمل محصول فراهم کرده است.

بخش زیبایی و لوازم آرایشی Estuche "Velius"

نظرات هیئت داوری:

ظاهر ساده ولی متفاوت که نسبت به سایر محصولات این دسته‌بندی متفاوت است.

ساختار و دربندی آن بدون استفاده از چسب تهیه شده است و می‌تواند به سادگی سرهم شود و باز و بسته کردن آن نیز برای استفاده بسیار ساده است.

قسمت درب بسته که حاوی اطلاعات محصول است، به طرز هوشمندانه‌ای طراحی شده تا باز و بسته شود و با کل بسته یکپارچه است.

فینیش عالی روی جعبه و کیفیت عالی گرافیک آن به جذابیت جعبه افزوده است.



بخش مواد غذایی

ابداعات COCO POP

نظرات هیئت داوری:

داوران تاکنون چنین نمایش جذابی از محصول سرلاک ندیده بودند و حس می‌کردند که این طراحی، نو و به یاد ماندنی است. نظر داوران این بود که طراحی شکل جعبه سبب می‌شود که کودکان در برابر قفسه فروش محصول مکث کنند. علاوه بر این، درب جعبه از نوع آسان باز شو بوده و تازه ماندن محصول را پس از اولین باز شدن بسته تضمین می‌کند. شکل بلند و باریک بسته نیز سبب می‌شود که حمل آن به وسیله کودکان، ساده باشد.

بخش مواد غیر غذایی

Flexi Leerbag

نظرات هیئت داوری:

این جعبه در بازاری رقابتی می‌تواند هدیه‌ای خاص به وجود آورد. داخل جعبه یک کمر بند چرمی با کیفیت عالی قرار دارد که به یک قلاده سگ متصل است و همین طور فضایی برای یک گوشی تلفن همراه دارد. جلوی بسته، پنجره‌ای وجود دارد که مشتری می‌تواند محتویات داخل آن را ببیند و با استفاده از سیستم "بکش و جدا کن" کالای داخل بسته کاملاً در دسترس قرار می‌گیرد. در ضمن از چاپ عالی برای روی جعبه استفاده شده تا محصول داخل آن بهترین نمایش را داشته باشد.



بخش نو شیدنی‌ها Tricky Box

نظرات هیئت داوری:

با وجودی که جعبه دوتایی دارای جای یخ برای نوشابه، ابتکاری جدید نیست، اما داوران معتقد بودند که این مورد، در سطح جدیدی ارائه شده است. ساخت هوشمندانه، به ویژه در بالای جعبه که با برداشتنش، جعبه به طور کامل باز می‌شود و پرکردن یخ به داخل قسمت مخصوص یخ، به راحتی انجام می‌شود، سبب شد که نظر داوران به این نکته قرار جلب شود و آن را پیشرفتی در مقایسه با دیگر انواع مشابه جعبه به شمار آورند. در ضمن، کیفیت عالی چاپ و گرافیک آن، سبب شده است که جعبه را برای خریدار جالب توجه کند.

بخش بسته‌های روی پیشخوان Last minute

نظرات هیئت داوری:

نمونه‌ای عالی از بسته‌بندی نمایشی..

این جعبه هنگامی که بسته است، از محتویات خود اطلاعات کاملی به خریدار می‌دهد و هنگامی که باز می‌شود، رنگ بسته‌های کوچک درون آن، به نوع لباس زیر زنانه‌ای که درون آن قرار دارد، دلالت می‌کند. همزمان، درج ساده اندازه لباس بر روی بسته، کار خریدار را آسان کرده است. این بسته، رنگارنگ و کاربردی و قابل تشخیص به وسیله خریدار است. (تصویر در محل دایره‌های رنگی، به منظور رعایت شئون اسلامی و اخلاقی دستکاری شده است.)

بخش قابلیت Sugar Sticks

نظرات هیئت داوری:

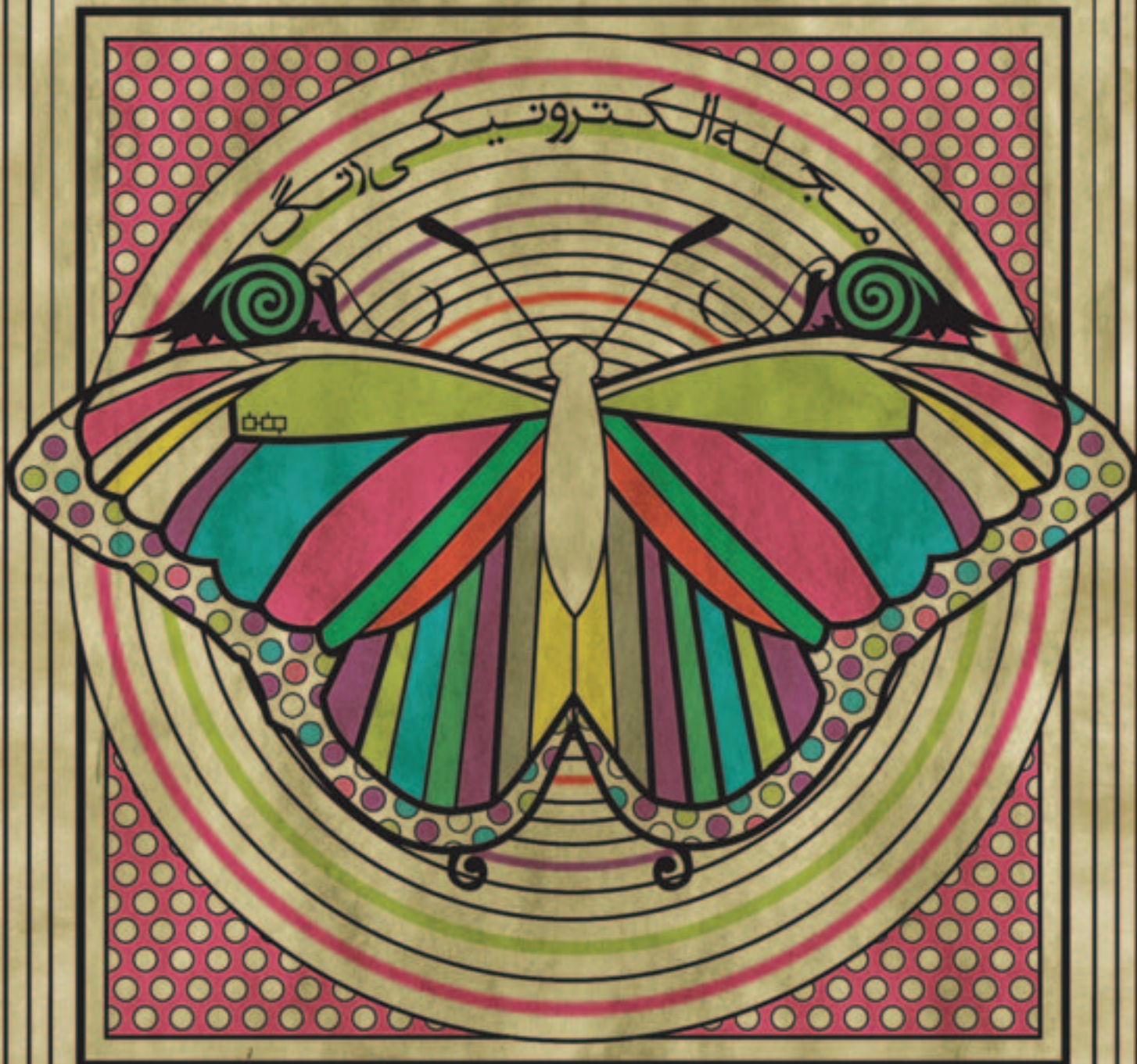
مثال عالی از جایگزینی جعبه در بسته‌بندی است و از موادی ساخته شده که مزایای زیادی فراهم کرده است.

بسته حاوی همان مقدار شکر بسته‌بندی قبلی است، با این تفاوت که در آن به جای بسته پلاستیکی و ورق کاغذی که داخل بسته قرار داده شده بود، از کارت‌ن و کاغذ استفاده شده است.

از نظر هیئت داوری، بسته‌بندی با این جعبه، ساده‌تر بوده و بازیابی و بازگردانی آن نیز بسیار ساده‌تر است، چون فقط از یک نوع ماده ساخته شده است.

در مجموع این بسته‌ای با قابلیت به شمار می‌رود.
(این بخش برای نخستین بار به بخش‌های مسابقه افزوده شده است، در حالی که بخش (دخانیات) به دلیل کم بودن تعداد طرح‌های ارائه شده در مسابقه، حذف شده است.)





اولین مجله الکترونیکی

طراحان گرافیک ایران

تهران. صندوق پستی: ۱۳۴۶۵/۳۵۶



www.rangmagazine.com

جادوی بازی رنگ در خدمت تنوع و زیبایی

بخش اول



گردآوری و تدوین: مهندس فاطمه صولت

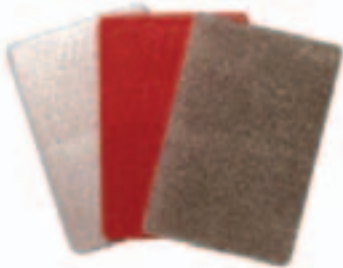
موضوع مسترپیج رنگی موضوعی عمومی در صنعت پلاستیک است اما به دلیل نقش تعیین‌کننده آن در موفقیت بسته‌های پلاستیکی و جای خالی آن در صنعت بسته‌بندی پلاستیکی ایران، با علم به این که شاید نشریات تخصصی پلاستیک که همه صنعت پلاستیک را مخاطب قرار می‌دهند جایگاه مناسبتری برای این بحث باشند آن را در ماهنامه صنعت بسته‌بندی در معرض مطالعه دست‌اندرکاران قرار دادیم.

وسعت و میزان بکارگیری افزودنی‌ها بویژه مسترپیج‌های رنگی در بسته‌بندی پلاستیکی توسط نامهای تجاری معروف آن قدر شدت گرفته که مصرف‌کنندگان را به طور جدی تحت تاثیر قرار می‌دهد. در حال حاضر مسترپیج‌رنگی عاملی برای جدا کردن نامهای تجاری و شناسایی محصولات اصل و کپی از یکدیگر است و نامهای تجاری بزرگ رقابت شدیدی در بکارگیری نمونه‌های برتر آن دارند. در ایران اما این موضوع تنها در خصوص کپی‌سازی ظروف خارجی مورد توجه جدی قرار گرفته‌است. صنعت بسته‌بندی پلاستیکی ایران، مسترپیج‌های رنگی را چندان مورد توجه قرار نداده و به نظر می‌آید همواره شوکهای ناشی از شکستهای تجاری باید صنعت ما را به جلو بکشاند. این کم‌کاری و کم‌توجهی حتی گریبان تولیدکنندگان و واردکنندگان مسترپیج‌های رنگی را نیز گرفته و ایشان وضع موجود را پذیرفته و منتظر محرکی از بیرون هستند. ماهنامه صنعت بسته‌بندی از کمتر از یک سال پیش موضوع مسترپیج در پلاستیکها را با هدف توسعه این بحث در صنعت پلاستیکهای بسته‌بندی کشور به طور جدی در دستور کار خود قرار داده که نوشته حاضر نیز در همین راستا است. *روزمر



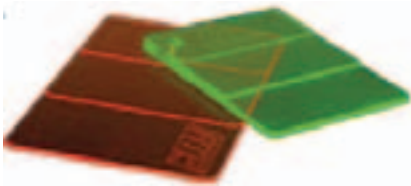
جلوه‌های ویژه رنگی در قطعات پلاستیکی، پدیده‌ای است که به مسترپیج‌های مختلف رنگ که دارای رنگدانه‌های ویژه هستند و یا با استفاده از تکنیک ویژه‌ای تهیه شده‌اند، مربوط می‌شود. وارد شدن در این محدوده با تمام رنگی شدن صفحات مجله، امکان پذیر شده است؛ چرا که بسیاری از جلوه‌های رنگی، با معادل فارسی ندارند و یا اگر هم دارند، گویای دقیق آن چه به چشم بیننده می‌رسد، نیستند. در هر حال سعی شده است در حد امکان با انتخاب عکس‌هایی مناسب، جلوه‌های رنگی مختلف نشان داده شوند. با آوردن معادل‌های انگلیسی انواع جلوه‌ها، علاقه‌مندان می‌توانند در صورت تمایل از طریق کاتالوگ فروشندگان رنگ و یا اینترنت، درک روشنتری از مطلب به دست آورند و با جلوه‌های ویژه رنگی بهتر آشنا شوند.





● اگر از ذرات فلزی معلق با درخشندگی زیاد در زمینه پلیمر شفاف استفاده شود، این ذرات نور را منعکس می‌کنند و در واقع در زمینه پلیمر، برق می‌زنند ولی در عین حال ورقه یا سطح پلاستیک همچنان شفاف است و نور را از خود عبور می‌دهد و کل مجموعه حالت دوگانه شفاف/انعکاسی را خواهد داشت. به این نوع جلوه‌های رنگی Reflective/Transmissive می‌گویند.

● برخی رنگدانه‌ها نور فوق بنفش یا UV را جذب می‌کنند و انرژی جذب شده را با طول موج بیشتر منتشر می‌کنند. با استفاده از این رنگدانه‌ها، سطح به وجود آمده، لبه‌هایی خواهد داشت که شبرنگ هستند و نورانی تر از سطوح به نظر می‌رسند. این نوع جلوه‌های رنگی تحت عنوان Edge Glow شناخته می‌شوند.



که مسلماً طراحان موفق، آنها را در نظر دارند. اما رنگها و جلوه‌های ویژه هم جای دیگری در این میان برای خود باز کرده‌اند.

آخرین گزارشات تجاری گواه از آن است که در دنیای پرقابلیت مستریج‌سازی، بزرگان صنعت در آمریکا، اروپا و آسیای جنوب شرقی، بقای خود را در تولید مستریج‌های ابتکاری و جدید، در کنار مستریج‌های مختلف افزودنی می‌بینند و از چندین سال پیش، مانند بسیاری صنایع دیگر به تحقیق و توسعه توجه بیشتری کرده و در این زمینه سرمایه گذاری کرده‌اند.

محصولات پلاستیکی با رنگ‌های متلون، ظاهر متالیک، ظاهر سرامیکی، درخشان یا به اصطلاح "های لایت"، طرح چوب، صدفی، مرواریدی، هولوگرافیک، شبرنگ، گرانیته، فلوروسنت، فسفرسنت، رگه دار... نمونه‌هایی از هنر رنگ در جلوه بخشی بسته‌ها و سطوح پلاستیکی و حتی تزیین بسته‌های کادویی است. برخی از مهمترین و رایج‌ترین مستریج‌های رنگی ویژه صنعت پلاستیک، در دنباله مطلب معرفی شده‌اند.

از نظر روش تهیه این گونه مستریج‌ها، به طور کلی می‌توان آنها را به دو گروه اصلی تقسیم بندی کرد: **گروه اول** مثل متالیک‌های مختلف با نمای طلایی و نقره‌ای، یا درخشان، فلوروسنت‌ها، فسفرسانس‌ها، فتوکرومیک‌ها، ترموکرومیک‌ها یا صدفی‌ها، با تهیه رنگدانه‌های مربوطه و مخلوط کردن آنها با پایه پلیمر مورد نظر و با استفاده از همان تکنیک معمول مستریج‌سازی، قابل تهیه هستند در این گروه، انتخاب و استفاده از رنگدانه و دای با ویژگی‌های مورد نظر، بسیار تعیین کننده است. در اینجا به برخی از جلوه‌های ویژه رنگی اشاره می‌شود:

ظاهر کالاهای بسته‌بندی آنها یکی از فاکتورهای جلب‌کننده مشتری است و در دنیای پرقابلیت تجارت امروز، بیش از پیش اهمیت پیدا می‌کند. برخی کالاهای گران قیمت، مثل جواهرات، عطر و ادکلن، از گذشته نیز بهترین و شیک‌ترین بسته‌بندی‌ها را داشته‌اند. ولی به نظر می‌رسد این مساله به سایر کالاهای نیز گسترش پیدا کرده است و تولیدکنندگان در کنار نوآوری در محصولات، برای زیباتر جلوه دادن محصولات خود نیز هزینه می‌کنند. به ویژه از هنگامی که فروشگاه‌های سلف سرویس گسترش پیدا کرده‌اند، شکل ظاهری و در کنار آن رنگ بسته‌بندی اهمیتی تعیین‌کننده در موفقیت کالا در بازار پیدا کرده است.

استفاده از رنگ به کمک طراحی، نقش مهمی در جلوه بسته بندی دارد. در واقع اهمیت کار طراحان، با استفاده از رنگ، می‌تواند جلوه نهایی خود را پیدا کند؛ به گفته‌ای "زندگی رنگ است!" (۱) و از دیدگاهی دیگر "رنگ زندگی است!"، به تازگی هم خواندم که از دیدگاه یک شاعر "رنگ لبخند طبیعت است" (۲).

طراحی در بسته‌بندی چندین جنبه مهم دارد؛ طراحی بسته باید به گونه ای باشد که استفاده از کالای بسته‌بندی شده را آسانتر سازد، ظاهر بسته‌بندی باید به خوبی معرف محتوای آن باشد، و بسته بندی تا حد امکان چندمنظوره باشد تا مشتری بیشتر بدان رغبت نشان دهد. زیبا و جالب توجه بودن بسته، جنبه مهم دیگری است که روز به روز جای بیشتری در بازار بسته بندی پیدا می‌کند.

صنعت رنگ برای بهبود ظاهر بسته‌ها کمک بزرگی می‌کند. مطالبی که در مورد روانشناسی رنگ در همین ماهنامه به چاپ رسیده، بحث مهمی است



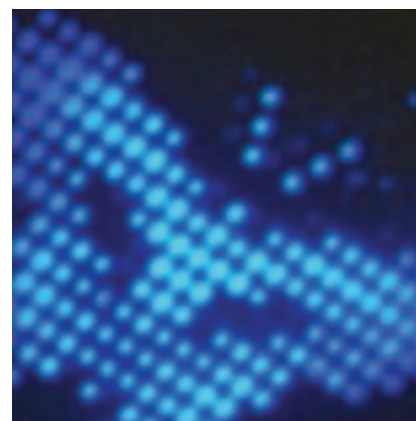


این رنگدانه‌ها بر دو نوع هستند؛ نوع اول خیلی سریع شارژ می‌شود و نور بازتابیده شده از آن، روشن‌تر و بادوام‌تر است، نوع دوم که این ویژگی‌ها را ندارد، بیشتر مرسوم ولی ارزانه‌تر است. جلوه این رنگدانه‌ها در پلیمرهای شفاف بهتر است.

● **Thermochromic** ها رنگدانه‌هایی هستند که با حرارت تغییر سایه یا shade نشان می‌دهند و بیشتر در بسته‌بندی‌های هوشمند کاربرد دارند ولی در هر حال، جزء رنگدانه‌های ویژه محسوب می‌شوند و برای جلوه بخشی به قطعات رنگ شده نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند.



● رنگدانه‌های فسفرسنت Phosphorescent از سولفیدهای فلزی غیرآلی بلوری تشکیل شده‌اند، که انرژی را جذب کرده و آنها را به صورت نور بازتاب می‌دهند. استفاده از این رنگدانه‌ها، سبب تابان بودن جسم در تاریکی می‌شود.





● **Infrared**ها یا رنگ‌های مادون قرمز که بیشتر در بسته‌بندی‌های هوشمند کاربرد دارند، در اثر تابش امواجی با طول موج مشخص که در محدوده امواج بلند به شمار می‌روند، به صورت شفاف یا مات تغییر می‌کنند.

● ظاهر چوب مانند پلاستیک‌ها، تکنیک دیگری است که با استفاده از براده چوب در کنار دانش مستریچ‌سازی به دست آمده است. استفاده از افزودنی‌های مناسب که بتوانند توزیع مورد نظر ذرات چوب در زمینه پلیمر را فراهم کند، ترکندگی لازم را برای آنها به وجود آورد، و نیز پایداری مناسب را در طول فرایند داشته باشد، اهمیت خاص دارد.

پانوشت

۱- از فیلم "گبه" ساخته محسن مخملباف

۲- به نقل از شاعر انگلیسی (۱۸۵۹-۱۷۸۴) Leigh Hunt



● رنگ‌های Iridescent با ظاهر شیری و پررنگ که از زوایای مختلف، تغییر سایه نشان می‌دهند، تصویری رویایی و زیبا به قطعه می‌بخشند.

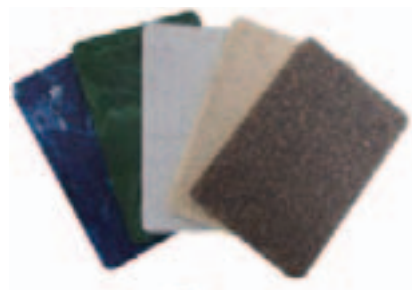


● **Pearl/marble**، ترکیبی از درخشندگی صدف و استحکام مرمر را به قطعه رنگ شده می‌بخشند که جلوه‌ای منحصر به فرد دارد.



● **Photochromatic**ها، رنگدانه‌هایی هستند که در اثر تابش نور فوق بنفش، تغییر رنگ می‌دهند که این پدیده را به نام "فتوکرومیک" می‌شناسیم.

● تولید قطعه‌ای با ظاهر **Granite/Marble** یعنی گرانبستی و مرمری یا سنگ مانند، با اختلاط دقیق رنگ زمینه و رنگ متضاد جداگانه و نیز استفاده از روش قالب‌گیری خاصی امکان پذیر است.

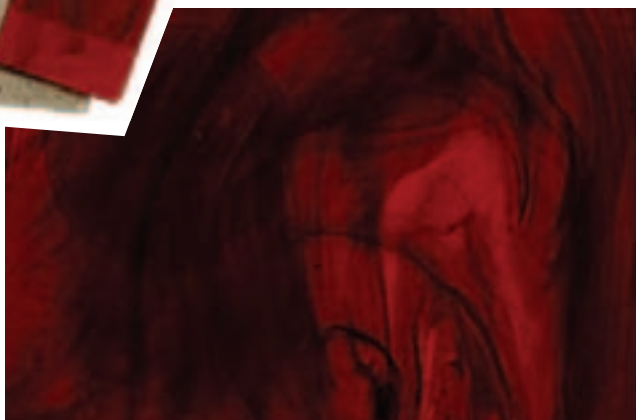


● ویژگی **Tortoise Shell** یا "پوست لاک پشتی" با استفاده از اختلاط رنگدانه‌های ناهمگن و متضاد با رنگ‌های شفاف یا غیر شفاف، به دست می‌آید.

● نور تابیده شده از سطوح مختلف صدف، سبب ایجاد ظاهری می‌شود که به صدفی یا **Pearlescent** معروف است و به ویژه در پلیمرهایی که ضریب شکست نور زیادی دارند، بهتر و بیشتر خود را نشان می‌دهد.



ادامه دارد...



طراحی و ساخت انواع ماشینهای چاپ بر پایه افسست خشک



ماشین تمام اتوماتیک

چاپ سطل مدل DO-5

چاپ افسست خشک شش رنگ تا دهانه سطل 35cm
خشک کن UV + چربی گیر (Flame treater)



ماشین چاپ قطعات مسطح

چاپ مسطح مدل L-DO-5

چاپ افسست خشک هشت رنگ تا ابعاد 10x25cm
خشک کن UV + چربی گیر الکترونیکی یا شعاع
Flame or Corona treater



ماشین تمام اتوماتیک

چاپ تیوب مدل T-DO-6

چاپ افسست خشک پنج رنگ تا دهانه تیوب 10cm
خشک کن UV + چربی گیر (Flame treater)

بیش از ۵۰٪ لیوانهای تولید شده در ایران توسط ماشینهای این شرکت چاپ میشوند
صادر شده به پندین کشور خارجی و تأیید شده توسط معتبرترین شرکتهای اروپایی
یک سال گارانتی کامل، نصب رایگان و ۱۰ سال خدمات پس از فروش
برای مشاهده سایر تولیدات متنوع این شرکت و گرفتن اطلاعات کاملتر
به سایت www.azarsayan.com مراجعه فرمائید



آذر سایان



model: N-DO-6

ماشین چاپ لیوان

مشخصات عمومی

- ماشین چاپ اگست خشک پنج رنگ لیوان
- سیستم خشک کن UV بر روی مندریل
- سرعت تست شده بیش از ۲۰۰۰۰ چاپ لیوان در ساعت بر روی لیوانهای ۲۰۰ سی سی
- مشخصات فیزیکی (طول: ۲۵۸) (عرض: ۲۲۴) (ارتفاع: ۲۷۲) سانتی متر (وزن: ۳۰۰۰ کیلوگرم)
- حداکثر قطر لیوانهای قابل چاپ ۱۲۰ میلیمتر
- سرعت قابل تنظیم ماشین با درایو الکترونیکی

دارای مطمئن ترین مکانیزم کشنده و دسته کن لیوان یکسوس در مورد لیوانهای کوتاه.

کوچکترین ماشین تمام اتوماتیک چاپ لیوان در جهان با کمترین کاور در بین ماشینهای چاپ.

بهترین ظرفیت پانک لیوان در میان ماشینهای چاپ. هزینه بسیار کم ساخت مندریل، نصب گامنا مطمئن و امکان تعویض بسیار سریع به دلیل تعبیه رولینگها در داخل ایندکس.

برای از «۵۰» لیوانها در ایران پوشیده این ماشین چاپ میشود.

صادر شده به چندین کشور خارجی و تایید شده توسط معتبرترین شرکت های اروپایی.

یک سال گارانتی کامل، نصب رایگان و حداقل ۱۰ سال خدمات پس از فروش.

مشخصات ویژه N-DO-6

ظرفیت مناسب و کیفیت عالی قطعات به دلیل استفاده از انواع ماشین CNC در ساخت.

- ۱- چاپ عالی و بدون سائید یکسوس در سرعت های بالا بدلیل استفاده از دسته های دوپل Anti-Backlash
- ۲- دو محد لنگ مایه با مکانیزم حرکتی مطمئن
- ۳- دو محد لنگ برای انتقال مرکب به سیلندر کشنده
- ۴- امکانات تنظیمی مندرج، دقیق و مطمئن.

ساده و گرانمایه و راه اندازی به زبان فارسی بر روی مایکرو PLC در موقعیت های مختلف به شما کمک خواهد کرد تا بدون کوچکترین آموزش قبلی از تمام قابلیت های ماشین استفاده کنید.

با اتصال قبلی ماشین به سیم تلفن کنترل، خطهای و ارتقاء نرم افزار آن ممکن میشود.





Case Study

Herbal Essences

مطالعه موضوعی:

عرضه مجدد شامپو هربال اسنسز با طراحی جدید

ترجمه و تالیف: مهندس شقایق سعیدی کارشناس ارشد طراحی صنعتی

ولی پروسه طی شده جهت خلق ایده توسط طراحان، اعم از ایده پردازی، طوفان مغزی (Brainstorming)، پروتوتایپ سازی و ... شامل فعالیت‌هایی ست که نمی‌توانند در یک اتاق معمولی انجام شوند. استودیوی طراحی جدید این شرکت فضای وسیعی است و به گونه‌ای طراحی شده است که امکانات لازم برای پروسه ایده پردازی را فراهم آورده است. P&G رویکرد الهام یافته از طراحی را به عنوان راهی برای توسعه نوآوری برگزیده است.

همانطور که پیشتر اشاره شد در فاز طراحی این محصول دو تیم طراحی و توسعه بسته‌بندی در P&G با هم همکاری داشتند. آنها هر قدمی را با اطمینان از این بر می‌داشتند که این طراحی با امکانات تولید و تامین شان هماهنگ است. طراحی جدید به شدت تحت تاثیر تحقیقات مصرف‌کننده و بر پایه خواسته‌های مشتریان انجام شد. آنها قصد داشتند که این سری، خارج از گروه محصولات بهداشت مو به نظر رسیده و نشانه‌هایی از محصولات آرایشی را با خود به همراه داشته باشد چون در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که مصرف‌کنندگان بیشتر دوست دارند به خرید لوازم آرایشی بپردازند تا شامپو، لذا تصمیم گرفتند که مصرف‌کننده را به خرید شامپو تشویق کنند. به همین دلیل چند محصول آرایشی مانند ژل مورانیز همراه این سری وارد بازار کردند.

تنها چیزی که از بسته بندی قبلی در این بسته حفظ شد، ظاهر نیمه شفاف آن است. همه چیز دیگر کاملاً تغییر کرد. همچنین آنها دریافته‌اند که طراحی گرافیکی انتزاعی به طرحی از گل‌های حقیقی که در گذشته روی لیبل بطری بود، ترجیح داده می‌شود. بطری‌های قبلی شبیه بطری‌های دارویی قدیمی بودند. در بسته بندی جدید شامپو درون بطری (bottle) و نرم‌کننده درون بطری وارونه (tottle) بسته بندی شده است. هر دو بطری از پهلوه‌ها انحنای دارند و قرار گرفتن این دو در کنار هم باعث جذاب‌تر شدن این انحنای می‌گردد و بیان می‌کند که این دو

تحقیق در رابطه با عادات مصرف مشتریان نمودند. یک گروه کاری تشکیل شد و آنها از شرکت کنندگان خواستند که کلاژی از آنچه دوست می‌دارند درست کنند (تمام این چیزها به آنها کمک می‌کرد که به خوبی دنیای مصرف‌کنندگان را بفهمند). همه اعضای تیم آنجا حضور داشتند تا به جای خواندن گزارش‌های تحقیقاتی، خودشان مستقیماً ببینند که عادات، رفتار و خواسته‌های مشتریان چیست. آنها برای ماه‌ها با مشتریان زندگی کردند، خرید کردند، از خانه‌هایشان بازدید کردند و فهمیدند که چه چیزهایی را دوست دارند و از چه چیزهایی متنفرند. آنها نه فقط در رابطه با شامپو بلکه در رابطه با زندگی مشتریان و آنچه برایشان ارزش داشت تحقیق کردند.

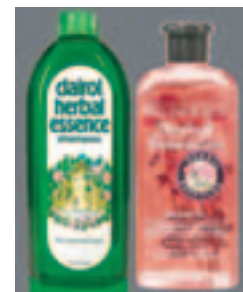
درگیر کردن طراحان در مطالعه رفتار مصرف‌کننده بسیار مهم است. طراحان توانایی منحصر به فردی دارند که آنها را قادر می‌سازد ارتباطات عاطفی بین بسته بندی و چگونگی استفاده از آن را، ببینند. آنها پیش از اینکه طراحی صورت پذیرد بر روی لحظات مختلف از جمله لحظه تصمیم‌گیری خرید محصول توسط مشتری، لحظه استفاده از محصول در منزل و ... دقیق شدند و این لحظات را مشاهده و آنالیز کردند.

P&G بیش از ۲۰۰ طراح در سراسر جهان دارد و هر سال گردهمایی جهانی‌ای با حضور آنها برگزار می‌کند. ارتباط برقرار کردن با طراحان مختلف از فرهنگ‌های متفاوت زمان زیادی می‌طلبد ولی در بوجود آمدن یک شبکه واحد و حس مشترک در بین کارمندان این شرکت، نقش به‌سزایی دارد. علاوه بر این در طول سال برای مدیران طراحی این شرکت در کشورهای مختلف کارگاه‌های طراحی برگزار می‌شود.

محیط کاری در P&G یکی دیگر از عوامل مشوق به طراحی و نوآوریست. در گذشته اهمیت محیط کاری طراحان نادیده گرفته می‌شده است

شرکت پرکتر اند گمبل با عرضه مجدد شامپوی هربال اسنس در سال ۲۰۰۶ برنده جایزه سالانه بسته بندی CPC و جز ۵ شرکت اول دنیا در بخش بودن برند گذاری مجدد (Re Brand) شد. مسلم است که این اولین جایزه بسته‌بندی این شرکت عظیم با بیش از ۱۳۵۰۰۰ کارمند، ۱۳۰ نام تجاری مختلف و حضور در بیش از ۱۸۰ کشور جهان نبوده است. اما این محصول به دلیل تغییر در روند کلی تحقیق و توسعه در گروه محصولات بهداشت مو حائز اهمیت و توجه است.

برای آفرینش این محصول جدید، تحقیقات وسیعی انجام شد و تمام جنبه‌های آن از جمله بسته بندی را تحت شعاع خود قرار داد. گروهی در P&G عهده دار شناخت "ترجیحات مشتریان" گردید و به جای تکیه بر روشهای معمول فکوس گروپ، از روشهای ابتکاری جدیدی استفاده کرد. گاهی محققان به منازل مشتریان می‌رفتند تا رفتارهای آنها را بررسی کنند. گروهی تحقیق اغلب شامل اعضای دیپارتمان طراحی و توسعه بسته بندی بودند. گروه بین المللی بسته بندی پروکتر اند گمبل بیش از اینکه با بخش تدارکات و مارکتینگ در یک ردیف باشد، بخشی از واحد R&D است. همچنین یک گروه طراحی نیز در بخش R&D مستقر می‌باشد و به اعتقاد خودشان این ساختار منحصر به فرد آنها را از دیگران متمایز می‌سازد. این دو گروه پیش از آغاز پروسه طراحی و بسته‌بندی، زمان زیادی را صرف



سمت چاپ اولین محصول هربال که در دهه ۷۰ عرضه شد و سمت راستی محصولی است که در سال ۹۵ مجدداً عرضه شد.

بخشی از اتوهای طراحان برای آفرینش لوگوی جدید



اتوهای طراحی بطری



از همه مهمتر اینکه از نظر تیم طراحی P&G، این پروژه سریعترین پروژه طراحی تا آن زمان برای آنها بوده است. نهایی شدن طرح حدود ۲ تا ۳ ماه و کل پروژه حدوداً ۱۸ ماه به طول انجامیده است که عموماً در شرکت‌هایی به عظمت پراکت اند گمبل به دلیل تعدد واحدها و افراد در ارتباط و طولانی بودن پروژه‌های طی شده در جهت اخذ تصمیمات، این زمان، بسیار مناسب است و حاصل آن افزایش سهم ۹٪ در بازار در برابر سایر رقبا، افزایش میل به خرید تا ۲۰٪ و نفوذ در قلب مشتریان هسته‌ای با استفاده از بسته‌بندی به عنوان باز یگر کلیدی می‌باشد.

منابع:

www.rebrand.com

www.cpcpkg.com

www.shelfimpact.com

استفاده از محصولات آرایشی در حین استفاده از این محصول، کمک می‌کند. به نظر می‌رسد که هر جنبه از طراحی شامپوهربال اسنس یکی از حواس را درگیر کرده است. برای افزودن یک قابلیت جالب دیگر، آنها اسم‌های شوخ‌تبعانه و کنایه آمیز را برای محصولات در نظر گرفتند. همچنین در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که افراد به دنبال دلیلی هستند که زمان طولانی تری زیر دوش آب بمانند. برای پاسخ به این نیاز سوالات روزانه‌ای را روی لیبل بسته بندی اضافه کردند. سوالی روی بطری شامپو و پاسخ بر روی بطری نرم کننده. لیبل بسته بندی نیز با یک ایکن هولوگرافیک تزئین شده و این اولین بار است که در این صنعت از تاثیر هولوگرام برای طرحی لیبل و در جهت زیبایی و جذب مخاطب استفاده شده است.



محصول بخشهای یک سیستم هستند و باید با هم استفاده شوند. ساختار فرمی این دو در کنار هم با بیشترین قدرت از نماد مکمل بودن استفاده کرده و ارتباطی زیبا از "بین و یانگ" را به نمایش می‌گذارد. به این ترتیب به جای نوشتن جمله مرسوم "برای کارایی بیشتر بهتر است همراه با نرم کننده‌اش استفاده گردد" بر روی لیبل، با استفاده از فرم مکمل این اثر را به خوبی در مشتری القا می‌کند.

جنس بطری‌ها از PET می‌باشد. به دلیل فرم گروه‌های بطری، Alpha Inc، شرکت تولید کننده بطری‌ها با اینکه از تجربیات قابل توجه و ارزشمندی در تولید بطری‌های PET برخوردار است، از همان اوایل پروژه دیدار در جریان کار قرار گرفت. به این ترتیب آنها می‌دانستند که باید چه چیزی را تولید کنند و P&G نیز از داشتن امکانات لازم در زمان تولید اطمینان حاصل می‌کرد. همچنین فرم جدید بطری که بلندتر و کشیده‌تر از بطری قبلی است از نظر مصرف کننده حاوی ۳۰٪ محصول بیشتری می‌باشد. پروژه غیر عادی ای جهت خلق رنگهای پر طراوت و هیجان انگیز این بسته بندی طی شد. درست است که محصولات به رنگهای صورتی، آبی، سبز، نارنجی و قرمز به نظر میرسد ولی بطری‌ها فقط از دو رنگ آبی و صورتی کمرنگی تولید شده‌اند. رنگهای متفاوتی که دیده میشوند حاصل ترکیب رنگ محصول با رنگ بطری نیمه شفاف هستند و وقتی مصرف کننده برای اولین بار می‌خواهد از محصول استفاده کند متوجه می‌شود که رنگ محصول درون بطری رنگی متفاوت از آن است که از بیرون به نظر می‌رسیده و به این ترتیب به عوامل هیجان انگیز استفاده از این محصول اضافه می‌شود. برای مثال در محصول Body Envy بطری صورتی و شامپو زرد رنگ است، ولی از بیرون نارنجی به نظر می‌رسد.

کیفیت بیش از انتظار درب فلپ تاپ این بسته بندی نیز به مصرف کننده در جهت داشتن تجربه



در تصویر سمت راست لوگو هولوگرام جدید که اطراف آن با طرح‌های متالیک از گیاهان آبستره پوشیده شده و در تصویر سمت چپ لوگوی قدیمی با تصویری از گل‌های حقیقی دیده می‌شود.

خودکار بیک



مهندس هلیا ارغند

اما این قلم پراز جوهر مرغوب با نوک قلم سایز بندی شده، آنقدر ارزان نبود که بتواند جوابگوی نیاز گروه وسیعی از افراد باشد.

گام بعدی را مارسل بیک Bich Marcel برداشت. این گام بلند، متداول ساختن خودکارهای موسوم به بیک در بازار بود. این خودکار فرمی ساده و عملکردی راحت داشت و همین سادگی و ارزانی، باعث فروش بالای آن شد. کمپانی Bic از سال ۱۹۵۸، شروع به عرضه خودکارهای یکبار مصرف خود کرد. خودکارهایی با جنس طلق شفاف که غیر قابل پر شدن بودند، توانستند بازار اصلی قلمهای Ball Point را به تسخیر خود در آورند. باید گفت همکاری نویسنده مشهور فرانسوی، سولگان (Solgan) و معرفی تلویزیونی خودکار بیک توسط او مردم را از سردرگمی انتخاب در آورد.

این روزها، خودکارهای شیشه‌ای موسوم به بیک، که نسخه‌ای پیشرفته از اجداد قدیمی خود هستند، با هویت فرمی و ساختاری مشخص خود، به غیر از مصرف مرسوم خود، تصویر مورد علاقه طراحان بسته بندی و محصول

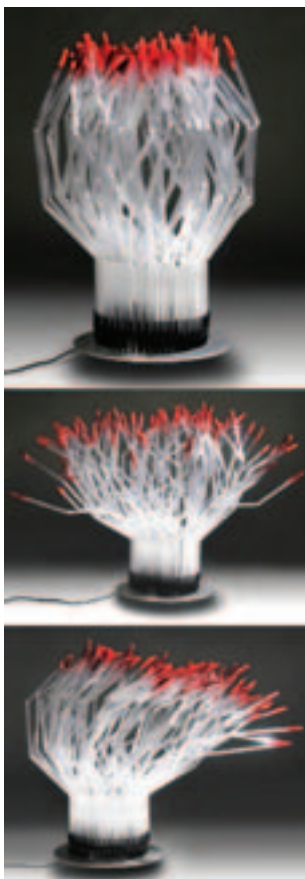
بی شک J. Loud مخترع آمریکایی قلم، در سال ۱۸۸۸، با طراحی اولیه خود، روحش هم از این موضوع خبر نداشت که اختراعش چه پتانسیل اقتصادی سرسام آوری را به ارمغان خواهد آورد و در واقع، سالها بعد ابتکار به ثبت رسیده برادران بیرو، آغازی برای ورود به دنیای مدرن قلمهای Ball Point خواهد شد. شاید بتوان این اختراع را، ابتکاری ساده در بسته بندی جوهر و استفاده از آن دانست.

در آغاز معرفی قلم Ball Point در سال ۱۹۴۳، دولت بریتانیا حق استفاده آن را در نیروی هوایی ارتش سلطنتی بریتانیا به منظور استفاده در هواپیماهای جنگی که در ارتفاعات چند هزار پایی و پرنوسان پرواز می‌کردند، خریداری نمود و بعد از چندی، این محصول، نظر مثبت وزارت جنگ آمریکا را نیز به خود جلب کرد.

پس از آن بود که شرکت بین المللی رینولدز، با بازاریابی وسیع خود توانست در عرض یکماه، میلیونها عدد از این محصول را به فروش برساند. این مسأله به همین صورت ساده ادامه داشت تا اینکه قلم Jotter (جوتر) توسط کمپانی پارکر به بازار معرفی شد.

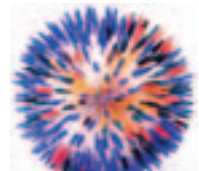
شده‌اند و در دنیای طراحی و ذهن طراحان، جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده‌اند. طراحان محصول، با استفاده از متریال کریستالی ساده‌ی این قلم، دست به ابتکارات جدید و خلق محصولاتی منحصر به فرد زده‌اند. محصولاتی که از قلم کلاسیک بیک بوجود می‌آیند، در عین داشتن هویت سازمانی برند Bic که همان سادگی است، خلاق بوده و تکراری نیستند. نوعی ریتم و تکرار یک متریال ساده‌ی پایه، محصولی جدید می‌سازد و این بهترین تبلیغ برای یک برند است. قلم تمام شده‌های که آماده به دور ریخته شدن است، اینک می‌تواند در خلق محصولی جدید، نقشی اساسی داشته باشد.

بی شک یکی از نگرانیهای عمده پیرامون محصول، هنگامی مطرح می‌شود که محصول یا بسته بندی به پایان عمر خود رسیده باشد. بسیاری از محصولات خریداری می‌گردند و پس از مدتی تمام



می‌شوند و در این میان کمپانی Bic با بکار بردن استراتژی مصرف دوباره پوسته خارجی محصول خود، رویکردی را برای سازمان خود ایجاد کرده تا مزیت رقابتی جدیدی در کانالهای توزیع و ارتباطی بازار ایجاد نماید و توانسته است با تحکیم ارتباط وفاداری با مشتری خود، به نیازهای منطقی یا احساسی وی نیز پاسخ مناسبی بدهد، و نیز با مشخص کردن و تأکید بر روی هویت سازمانی خود و نیز استراتژی محصولش، خود را به بهترین نحوه مردم شناسانده و علاوه بر توسعه‌ی برند و توسعه فروش خود، بر طول عمر محصول خود نیز افزوده است.

با معرفی این نمونه، به این موضوع پی می‌بریم که طراحان می‌توانند با مد نظر قراردادن نکات کوچکی، نه تنها تأثیرات منفی محیطی را کاهش دهند، بلکه با ارائه راهکارهای نوین طراحی از طریق استفاده مجدد مواد بازیافتی و ایجاد نگرش جدید در تولیدات امروز اثر مثبتی بر جای گذارند.



دستگاه چسب زن اتوماتیک کارتن



- افزایش سرعت بسته بندی
- کاهش ضایعات چسب و کارتن
- کاهش نیروی انسانی
- شش ماه گارانتی

مشاوره، طراحی و ساخت
انواع کانوایرهای صنعتی
برای خطوط مونتاژ و انتقال مواد



وستارول
VESTAROLL

تهران: خیابان فاطمی خیابان بابا طاهر
کوچه فاطمی پلاک ۶۱ طبقه سوم

TEL: 021 88 97 70 91-3
FAX: 021 88 95 32 69
E-mail: vestaroll@emirates.net.ae

تشکیل کمیته برچسب‌گذاری

در اداره کل نظارت بر مواد غذایی وزارت بهداشت، آسامیدنی، آرایشی و بهداشتی

نشست کارشناسان ماهنامه صنعت بسته‌بندی با مهندس مهناز شاه‌بزاز کارشناس مسئول اداره نظارت بر مواد غذایی و آسامیدنی

برای یک محصول خود دو نوع اطلاعات مختلف بر روی برچسب آن درج کرده بود.

در این رابطه ماهنامه صنعت بسته‌بندی آمادگی خود را برای همکاری با اداره کل نظارت و درج عکس و خبر متخلفان در ماهنامه اعلام کرد. شاه‌بزاز با استقبال از این موضوع در خصوص این که چه مواردی باید حتماً روی بسته‌بندی‌ها درج شود و چه ضوابطی در این زمینه وجود دارد گفت:

“یازده مورد ضروری وجود دارد که تاریخ تولید و انقضای مصرف یکی از آنها است. در دستورعمل جدید در مورد موارد ضروری که لازم است بر روی بسته‌بندی درج شوند، تصمیم‌گیری خواهد شد و در نظر است خطرپذیری مواد موجود در محصول غذایی بر روی بسته به طور مشخصی مورد تأکید قرار گیرند. حتی اندازه اطلاعات و رنگ آنها هم در این ضابطه مشخص خواهند شد.”

وی همچنین درباره مراجعی در این کمیته که در این کمیته حضور دارند و چگونگی روند ابلاغ بخشنامه‌ها و اطلاع‌رسانی به تولیدکنندگان اعلام کرد: “در این کمیته از دانشگاه‌ها، انستیتوی تغذیه، آزمایشگاه کنترل مواد غذایی و بخش آموزشی دانشگاه‌ها حضور دارند. پس از تصویب اولیه، ابتدا مصوبه روی سایت اداره کل نظارت قرار می‌گیرد و از طریق تابلوی اعلانات اداره، ابلاغ به ادارات نظارت، وزارت صنایع، انجمن‌ها و تشکل‌ها، اطلاع‌رسانی صورت می‌گیرد. از آن پس برای دریافت مجوزها و پروانه‌ها و یا تایید برچسب جدید، مقررات جدید باید رعایت شوند. ولی به تولیدکنندگان فعلی فرصت کافی برای بررسی و انطباق خود با ضوابط جدید داده خواهد شد.”

این کارشناس مسئول وزارت بهداشت با تأکید بر نقش مهم برچسب‌ها افزود: “برچسب در حقیقت سندی در دست مصرف‌کننده است. مصرف‌کننده باید در مورد آن چه مصرف می‌کند، اطلاع واقعی داشته‌باشد، بخصوص در مورد حساسیت‌زها. مصرف‌کننده باید بر اساس مندرجات واقعی برچسب‌ها قدرت انتخاب داشته‌باشد. حتی در مورد افزودنی‌های مجاز. مثلاً بی‌سولفیت سدیم یک افزودنی مجاز برای مواد غذایی مثل آلیمو است. ولی مصرف آن برای کسانی که بیماری فشار خون دارند، ضرر دارد. به همین دلیل نوع افزودنی مجاز و میزان آن باید روی برچسب درج شود.”

وی در مورد مسایل بعدی که در دستور کار قرار خواهند گرفت، به مساله افزودنی‌ها و لزوم درج آنها بر روی بسته‌بندی و نقش مهمی که در صنایع غذایی دارند اشاره کرد. وی معتقد است این نقش هنوز قانونمند نیست و بسیاری از مصرف‌کنندگان از نوع و مسایل مرتبط با افزودنی‌ها اطلاع کافی ندارند.

پیش از این هم کارشناسان ماهنامه بر اهمیت نوع طراحی، چاپ و روش‌های جدید درج اطلاعات روی بسته‌ها به طور موثر، تأکید کرده بودند و آمادگی خود را جهت درج اطلاعیه‌ها و بخشنامه‌های مربوطه و نیز همکاری‌های تخصصی ابراز داشته‌اند. با پیگیری‌هایی که انجام شد، مطلع شدیم اشکالات مورد اشاره و بسیاری دیگر که به وسیله مصرف‌کننده معمولی قابل شناخت و پیگیری نیست، از قبیل اطلاعات غیر واقعی که بر روی بسته‌بندی‌ها درج می‌شوند و می‌توانند برای مصرف‌کننده بیمار یا حساس، ایجاد مشکل جدی کنند، سبب شکل‌گیری کمیته‌ای در اداره نظارت بر مواد غذایی، آسامیدنی، آرایشی و بهداشتی شده است. برای آگاهی از وضعیت این مساله و پیگیری‌هایی که از سوی اداره نظارت در این زمینه در حال انجام است، پای صحبت خانم مهندس “شاه‌بزاز” کارشناس مسوول بخش مواد اولیه نشستیم که خلاصه‌ای از آنچه گذشت و شنیدیم و گفتیم در دنباله مطلب آمده است. بد نیست بدانید که تلاش ما برای پیدا کردن تاریخ تولید و انقضای مصرف بسته‌بندی شیری که روی میز خانم مهندس شاه‌بزاز وجود داشت، نیز به جایی نرسید!

مهندس شاه‌بزاز بحث را این گونه آغاز کرد: “به دلیل اشکالاتی که در مورد برچسب‌ها به چشم می‌خورد، مانند مشخص نبودن اطلاعات ضروری روی بسته‌بندی‌ها، از قبیل تاریخ تولید و انقضای شدن اطلاعات یا درج اطلاعات غیر واقعی، کمیته‌ای برای ساماندهی مساله برچسب‌گذاری تشکیل شده که احتمالاً تا یک ماه دیگر پیش‌نویس اولیه مصوبات آماده خواهد شد.”

مهندس شاه‌بزاز در پاسخ به سوالی در مورد اینکه در حال حاضر این مساله تا چه حد بحرانی است و آیا در این زمینه شکایت خاصی مطرح شده و یا صرفاً برای رعایت حقوق مصرف‌کننده این تصمیم گرفته شده است، گفت: “بله شکایت وجود داشته و خود بازرسان اداره ما هم در بازدیدهای خود با این مساله مواجه بوده‌اند. مثلاً در یک کارخانه تولید محصولات لبنی، تاریخ تولید و انقضای محصول، ناخوانا و زیر بسته درج شده بود که برای مصرف‌کننده قابل استفاده نبود. یا تولیدکننده‌ای

برچسب‌هایی که بر روی بسته‌های مواد غذایی به چشم می‌خورد، اطلاعات کامل و واضحی به مصرف‌کننده نمی‌دهند؛ برای پیدا کردن تاریخ تولید و انقضای بسیاری بسته‌بندی‌های مواد غذایی، که اتفاقاً برخی از آنها تولید شرکت‌های معروف و مطرح صنایع غذایی کشور هستند، باید کوشش زیادی کرد تا شاید در میان طرح‌های رنگی روی بسته بتوان گوشه‌ای از آن را به زحمت پیدا کرد. در برخی موارد پس از پیدا شدن اطلاعات مربوط به تاریخ تولید و انقضای مصرف متوجه می‌شویم که اطلاعات ناقص، به شکل ناشیانه و در محلی چاپ شده که داخل تاخوردگی بسته قرار گرفته و تنها بخشی از اطلاعات لازم به زحمت قابل خواندن است.

اینها گوشه‌هایی از کم و کاستی‌هایی است که در مورد برچسب‌ها به چشم می‌خورد. این اشکالات از طریق نقطه نظرات مردم در بخش “مردم و بسته‌بندی” منعکس شده بود و مشاهدات و تجربه کارشناسان ماهنامه هم این مشکل را تایید می‌کرد.

به نظر می‌رسد که یکی از علت‌های بروز این مشکلات، این است که بر لزوم خوانا بودن مندرجات قانونی و نیز رعایت نکات فنی دیگر، از قبیل اندازه فونت‌های مورد استفاده و تناسب نوع مرکب مورد استفاده برای جلوگیری از پاک شدن آن در اثر ساییدگی یا عدم تناسب آن با جنس بسته‌بندی، در مقررات لازم برای تایید برچسب و دریافت پروانه

ساخت، اشاره‌ای نشده است و شاید هم قانون‌گذار فرض را بر این گذاشته است که این گونه مسایل جزء بدیهیات مساله به شمار می‌روند و به طور معمول خود تولیدکنندگان به اهمیت مساله واقفند و آنها را رعایت خواهند کرد. اما مشاهدات نشان می‌دهد که نتیجه امر چنین نبوده است!

نظرات مردم و اشکالاتی که در این زمینه مهم ابراز کرده‌اند، نشان‌دهنده این است که انتظارات مردم از بسته‌بندی و اطلاعات مورد نیازشان، افزایش یافته است؛ تا پیش از این هنگام خرید از فروشگاه به ندرت متوجه می‌شدید که خریدار به مندرجات روی بسته‌بندی، دقت کند. این نکته‌ای است که باید مورد توجه تولیدکنندگان و طراحان بسته‌بندی‌ها قرار گیرد.



مهندس مهناز شاه‌بزاز فوق لیسانس تغذیه از دانشگاه تهران است. وی با بیست و پنج سال سابقه کار در حوزه معاونت غذا و دارو وزارت بهداشت است. کارشناس مسئول نظارت بر مواد افزودنی و آسامیدنی‌ها می‌باشد. شاه‌بزاز به عنوان مسئول پروژه تاکنون نزدیک به ده پروژه را در زمینه کاری خود به انجام رسانده که اغلب آنها در حال اجرا در سطح کشور هستند.

ماهنامه صنعت بسته‌بندی

مستتر بیچ

CALSIN SF 100

کاربرد: در تولید بطری های بادی از جمله
بسته بندی مواد شوینده
بسته بندی روغنهای صنعتی
بسته بندی حلال ها
کالن

مزایا:

بهبود فرایند تولید
افزایش خواص فیزیکی و مکانیکی
الف- افزایش طول عمر خصوصاً برای ظرف مواد شیمیایی
ب- افزایش مقاومت حرارتی
پ- افزایش استحکام
د- کاهش مصرف رنگ سفید
ج- افزایش قابلیت چاپ
د- افزایش شفافیت قالب پذیری
ه- افزایش شتاب انجمادی
م- افزایش مقاومت ESCR
کمک به بهبود بازتابت
کاهش هزینه تولید و افزایش بهره وری

درصد مصرف پیشنهادی ۵ الی ۱۵ درصد

مستتر بیچ

CALFIN 1151 SNT

کاربرد: در تولید فیلمهای دمشی از جمله
نایلون های متری
نایلکس تبلیغاتی
نایلکس شفاف
سفره یکبار مصرف
کیسه زباله

مزایا:

الف- کمک به بهبود فرایند تولید
ب- افزایش خواص فیزیکی، مکانیکی
ج- کمک به بهبود بازتابت
د- کاهش هزینه تولید و افزایش بهره وری

درصد مصرف پیشنهادی ۱۵ الی ۲۵ درصد



پویا پلیمر تهران

تلفن: 021-88786195 فکس: 021-88799300

WWW.gooyapolymer-tehran.com

inf@gooyapolymer-tehran.com



آراپوش گستر گسترده های پلی
Arapoush Gostar Co.

تولیدکننده تیوب های پلاستیکی چند لایه بدون درز
موارد مصرف: صنایع آرایشی، بهداشتی، غذایی و دارویی
با استفاده از مواد اولیه مرغوبین داخلی و خارجی



۱. تولید در سایزهای ۱۹ تا ۶۰ میلی متر.

۲. انجام چاپ روی تیوب تا ۶ رنگ.

۳. تولید تیوب با بدنه شفاف، سفید و رنگی.

۴. تولید انواع درب استند و فیلپ تاپ شفاف، سفید و رنگی.

۵. تولید تیوب ۲ لایه و ۵ لایه (با لایه محافظ EVOH).

۶. قبول سفارش انواع تیوب، در تیراژهای مختلف.

۷. انجام عملیات تکمیلی شامل طلاکوب و نصب ممبران آلومینیومی.

تهران - خیابان سعادت آباد، پلاک ۱۰۰، طبقه ۱، کوی پارس ۱۳۹۷۱۳۱۳
تهران - خیابان سعادت آباد، پلاک ۱۰۰، طبقه ۱، کوی پارس ۱۳۹۷۱۳۱۳

گرایش‌ها در بسته‌بندی متناقض

منبع: EHI Retail Institute Cologne/Germany

بسیاری از الزامات بسته بندی، انتظارات و نیازهای سازندگان، خرده فروشان و مصرف کنندگان با یکدیگر در تناقض قرار دارند و به نتیجه رساندن آنها از چالش‌های طراحان بسته بندی است.

EHI (1) بنا به درخواست شرکت نمایشگاهی Messe Dusseldorf، تحقیقی با عنوان بالا را به انجام رسانده است. این تحقیق، الزامات، انتظارات و گرایش‌ها کونونی را در کنار تناقضاتی که در بخش بسته‌بندی و زنجیره تامین کالا وجود دارد، برجسته ساخته است. نتایج این تحقیق در طی نمایشگاه اینترنتی ۲۰۰۸ در برنامه ویژه "پارک نوآوری" ارائه شد. خلاصه‌ای از این نتایج در این جا آورده شده است و جزئیات بیشتر با ذکر مثال در آینده به چاپ خواهد رسید.

به دلیل مقاومت در برابر فشار افزایش قیمت‌ها، امروزه بیش از پیش توسعه بسته‌بندی‌هایی که نیازهای فرایند در کل زنجیره تامین کالا، شامل مصرف‌کننده، بسته‌بندی، بارگذاری و بستن کالا را برآورده سازند، مورد توجه قرار دارد.

اهمیت بسته‌بندی در سال‌های اخیر افزایش داشته است؛ بسته‌بندی دیگر فقط راهی برای حفاظت و حمل و نقل نیست، بلکه ابزاری برای ارتباط و بازاریابی است و بسیاری فرایندهای دیگر از مرحله ساخت تا قفسه فروشگاه را به وجود آورده است. بسیاری از الزامات بسته‌بندی، انتظارات و نیازهای سازندگان و خرده‌فروشان و مصرف‌کنندگان با یکدیگر در تناقض قرار دارند و به نتیجه رساندن آنها مستلزم چالشی میان چند جنبه مهم کاربردی است.

ادامه مطلب به این فرایندها و تناقضات موجود در هر مرحله را اشاره دارد:

تجارت خرده فروشی مستلزم حمل و نقل ساده از نظر سهولت انجام امور لجستیک و نقطه فروش است.

تناقض در این جاست که در انجام امور لجستیک، حفاظت بهینه و قابلیت حمل و نقل ساده و در عین حال ساختار پایدار کالا، از اهمیت برخوردار است. در حالی که در نقطه فروش، نمایش کالا باید جذاب باشد، خرید آن را تبلیغ کند و به کالا اجازه دهد که به راحتی دیده شود، در واقع جنبه‌های دیداری و نمایشی کالا اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. این در حالی است که فروشندگان خواهان سهولت حمل و نقل و جابجایی کالاها در قفسه هستند.

طرحی که بر اساس نیاز مشتری انجام شده باشد، جنبه‌هایی از تناقض را در خود پنهان دارد؛ به دلیل لزوم درج بسیاری اطلاعات مورد نیاز مشتری بر روی بسته، به ویژه بسته‌های دارویی، شناخت و پیدا کردن اطلاعات مورد نیاز مشتری، روز به روز مشکل‌تر می‌شود.

گرایش مشتریان به بسته‌بندی‌های کوچکتر، مسایل زیست‌محیطی و مشکلات قفسه فروشگاه‌ها، بیانگر این نکته است که بسته‌بندی‌های بزرگ، دیگر نمی‌توانند حلال مشکلات باشند.

بسته‌های مصرف‌کننده باید به اندازه کافی محکم بوده و آب‌بندی شده باشد تا از محصول محافظت کند و از نظر بهداشتی نیز محافظت لازم را به عمل آورد، از سوی دیگر بسته‌بندی باید "آسان باز شو" (Easy Open) باشد و نیازی به وسایل کمکی نظیر قیچی و پیچ‌گوشتی و... نداشته باشد. در این جا سهولت باز شدن بسته‌بندی، با استحکام و مقاومت در برابر دستکاری و تقلب و یا دخالت کودکان با یکدیگر در تناقض قرار می‌گیرند.

بسته‌بندی دوستدار محیط زیست، باید تا حد ممکن کمتر از مواد استفاده کند، ولی در عین حال برای پیدا کردن موازنه‌ای بین حفاظت از محصول، تامین رضایت بازار مصرف و الزامات قانونی، باید تا حد لازم از مواد استفاده کند.

در نظر داشتن این ملاحظات سبب شده است تا بسته‌بندی حمل و نقلی به کمترین میزان خود برسد ولی در مورد بسته‌بندی اولیه، مقتضیات بازاریابی، همچنان مهر خود را بر بسته‌بندی زده است.

به طور خلاصه می‌توان گفت در حال حاضر بسته‌بندی در مرکز تقابل شش الزام مختلف قرار گرفته است:

- مشتری
- قوانین
- لجستیک
- بازار
- محیط زیست
- نقطه فروش

1- EHI موسسه‌ای تحقیقاتی، آموزشی و مشاوره‌ای برای صنعت خرده‌فروشی و صنایع وابسته به آن است که در سال ۱۹۵۱ تاسیس شده است.

این موسسه بین‌المللی حدود پانصد شرکت عضو دارد و به اعضای خود خدمات مشاوره، آنالیز، مطالعه و کارگاه آموزشی ارائه می‌کند. همچنین با همکاری Messe Dusseldorf، بزرگترین نمایشگاه کالاهای سرمایه‌ای و صنعت خرده‌فروشی (EuroShop) و نیز نمایشگاه آخرین محصولات، راه حل‌ها و گرایش‌ها (EuroCis) را برگزار می‌کند.



PRO PEN

SOLARIS



دستگاه حفاظت قابل حمل
با تکنولوژی جدید به روش غیره از ملواتر
مدت کار، مدت بالاتر، مدت فرمای

- هدنگستن کار باید طول عمر ۳۰۰ میلیون حرکت
- قابلیت حک بر روی مواد با سطحی 60HRC
- ایده آل برای استفاده در مراکز صنعتی
- خودروسازی، قالب سازی، شاسی سازی
- ماشین سازی، ابزارها و صنایع سنگین و
- نبه سنگین و ...

دستگاه های لیزر و مارکرهای لیزری
Laser Marking / Coding Systems



e-SolarMark, Co2, 10W, 30W
SolarJet, Co2, 30W, 55W
SolarMark YAG

Font: Helvetica, OCR-A, Bold, Italic
Barcodes: CODE 39, CODE 128, 2 of 5 Industry,
2 of 5 (IR)LEAVE, EAN/JAN13, UPC A, UPCF
2D Matrix Code: ECC200
Automatic date/time coding



IP65

خیابان خرمشهر (آبادانا)
نیش کوچه ویدا،
شماره ۱۲۴
تلفن: ۸۸۷۳۶۵۷۱ (۰۲۱)
تلفکس: ۸۸۵۰۴۵۲۴ (۰۲۱)
کدپستی: ۱۵۵۳۷۱۳۳۱۳
sales@dpshatan.com
www.dpshatan.com

قابل توجه خریداران ماشین آلات چاپ، تولید پلاستیک شرکت پلاستیک ماشین نمایندگی فروش ماشین آلات خارجی

مشاوره و ارائه خطوط تولید جدید و انحصاری، نیروی متخصص و راه اندازی ماشین آلات

تهران، خیابان مفتوح،

بین طالقانی و سمیه، پلاک ۹۳

تلفن: ۴-۸۸۳۱۴۵۱۲-۰۲۱

فکس: ۰۲۱-۸۸۸۲۹۴۱۳

plasticmachine@gmail.com

لطفا جهت اطلاعات بیشتر، از سایت ما

www.packiran.com

بازدید فرمایید.

- دستگاه های اکسترودر تولید فیلم های تک و چند لایه کست (Opp, Cpp) و بلوئینگ چندلایه
- دستگاه های چاپ فلکسو استک و سیلندر مرکزی و روتوگراور از ۱ الی ۱۶ رنگ
- دستگاه های درای لامینه، اکستروژن، لاک، واکس زنی، اسلاتر، امباس و پانچ آلومینیوم
- هر نوع دستگاه های دوخت فیلم های تک و چندلایه و کیسه های دسته تقویتی و چسب دار
- دستگاه های تولید فیلم های فرمینگ، ظروف یکبار مصرف و شرینگ فیلم PVC لیبل بطری
- دستگاه های پانل آلومینیوم کامپوزیتی، سوپر پایپ، پروفیل و تخته های چوب مانند PVC, PE
- دستگاه های باز یافت پلاستیک پلاستیک، خرید و فروش ماشین آلات دست دوم چاپ و پلاستیک

همکار قدیمی شما در نساجی و اینک یار شما در بسته بندی



نیشی مقوایی (محافظ لبه)

محافظت کافی از محصول جایگزین مناسبی برای شیشه های
پر هزینه بسته بندی قابل بازگشت به طبیعت و محافظ محیط زیست
شما می توانید نیشی مقوایی مورد نیاز خود
را جهت محافظت گوشه، سطوح عمودی، سطوح
محدور و کل چارچوب محصول خود، از میان
اندازه های متنوع تولید شده انتخاب نمایید.

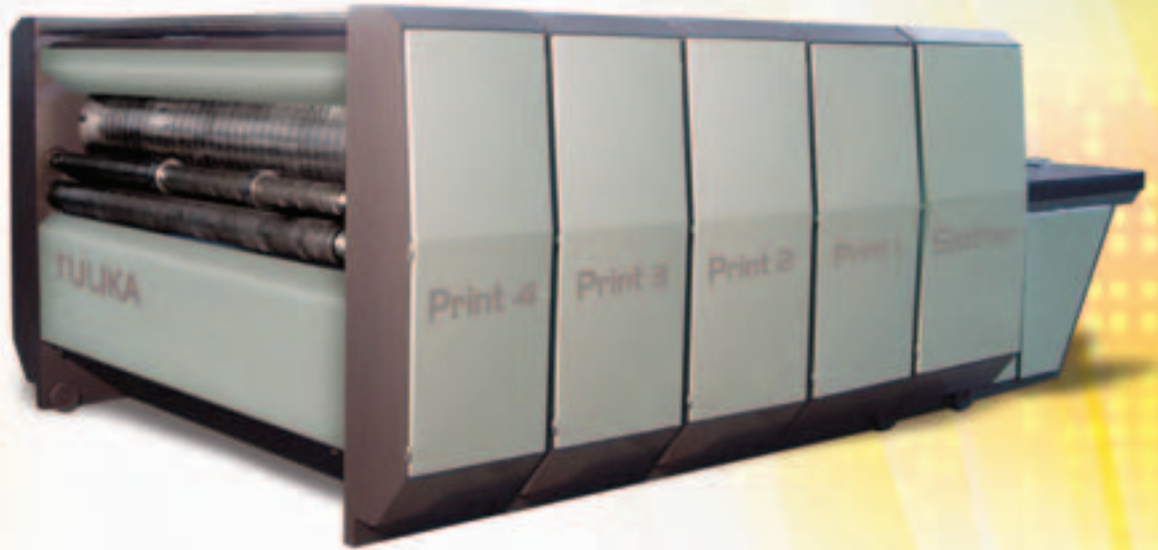
WWW.PARSDOOKCO.COM

تلفن: ۸۸۸۰۰۱۴۴-۸۸۸۹۵۲۱۷-۸۸۹۰۲۹۸۲ شماره

TULIKA 2008

- Cutter Line
- Flexo
- Folding Adhesive Device
- Diecut

The Best and Unique Equipments Tools for Packaging



ماشین آلات کارتن سازی تولیکا

■ خط و برش ■ دایکات ■ فلکسو تک رنگ تا چهاررنگ ■ لب چسب تا کن ■ پرس آخال
جاده کرج - قزوین ، پلیس راه کمالشهر (چهارباغ) خیابان لاله
شماره ۵ تلفن : ۰۲۶۱۴۷۰۰۹۶۷

بازار رنگارنگ بسته‌بندی

این بخش از مجله فرصتی است بسیار مناسب برای فعالان صنعت بسته‌بندی که در کنار سایر همکاران در بخشی که برای معرفی دست‌اندرکاران بسته‌بندی است خود را معرفی کنند. از آن جاکه ماهنامه صنعت بسته‌بندی به صورت تمام رنگی منتشر می‌شود بخش بازار بسته‌بندی نیز رنگی است. حضور رنگ در آگهی آن قدر تاثیرگذار است که یک آگهی کوچک رنگی می‌تواند عملکردی مشابه آگهی سیاه سفید چند برابر بزرگتر را داشته باشد. تمام نشریات معتبر دنیا دارای چنین بخشی هستند و روش ارائه آگهی‌های این بخش از ماهنامه صنعت بسته‌بندی اقتباسی است از روشهای به کار گرفته شده در ماهنامه‌های معتبر بسته‌بندی در جهان. از عزیزانی که در شکل قدیمی بازار بسته‌بندی (سیاه و زرد) آگهی داشته‌اند دعوت می‌کنیم تبلیغات خود را همراه با ما به روز کرده و آگهی رنگی را امتحان کنند. محاسبات بسیار دقیقی انجام شده تا بهای آگهی در سیستم جدید متناسب و متعادل باشد. گفتنی است به منظور رعایت مسائل مالی آگهی‌دهندگان محترم و ایجاد فرصت برای آشنایی با روش جدید تا اطلاع بعدی کمترین تعداد حضور در بخش بازار بسته‌بندی، به جای ۶ نوبت، ۳ نوبت می‌باشد.

ماشین‌آلات کارتن‌سازی
(۱۰۱۳کد)



صنایع ماشین‌سازی حرفه و فن

اولین سازنده جلدکن شویمیز (بیندر) در ایران

تولیدات:
دایکات فکی در سایزهای مختلف و جلدکن شویمیز (تحويل فوری) تک‌خانه و سه‌خانه مدل صالبی

نشانی: کیلومتر ۲۴ جاده هاوران قباچه‌شهر، به طرف حصار امیر، اول شهرک انقلاب، کارخانه: ۰۲۶۲-۴۲۲۳۷۵۷-۷، فکس: ۰۲۶۲-۴۲۲۳۷۵۷-۷



فقط ۵۰۰۰ تومان

بانک اطلاعات صنعت و خدمات بسته‌بندی ایران

ماشین‌آلات کارتن‌سازی
(۱۰۱۳کد)

ماشین‌آلات

صبا

خرید و فروش ماشین‌آلات کارتن‌سازی و بسته‌بندی

(تعمیر انواع ماشین‌آلات کارتن‌سازی) (فروش تسمه ۸، ۱۰ و ۱۲ بسته‌بندی)

تلفن: ۵-۲۶۲-۳۲۳۰۷۹۴
همراه: ۰۹۱۲۳۲۵۵۷۰۲

شرکت مهندس، صنعتی، بازرگانی

دفتر تهران: تلفن ۸۸۷۳۹۷۵۸، تلفکس ۸۸۷۳۹۷۵۳

کارخانه: تلفن ۰۲۶۲ ۴۲۲۳۷۵۷-۴، تلفکس ۰۲۶۲ ۴۲۲۳۷۵۷-۰

www.pensareh.com

ماشین‌آلات وکیوم و شرینگ
(۱۰۱۲کد)

شیرزاد

۲۸ سال سابقه در ساخت ماشین‌آلات شرینگ‌پک شهر صنعتی هشتگرد

۷-۴۲۲۱۴۶۶ - ۴۲۲۳۷۵۷ (۰۲۶۲) info@shirzadco.com



آگهی رنگی بدهید و از بازی رنگها لذت ببرید

ماشین‌آلات وکیوم و شرینگ
(۱۰۱۲کد)

فروش شرینگ‌رپ
با نازل‌ترین قیمت جهت استفاده در کارگاه‌های قناده
۰۹۱۳۳۰۱۲۷۳۷

وکیوم داخل پاکت
سوسپیس، کالیاس، آجیل و خشکبار ساخت چین به فروش می‌رسد.
تلفن: ۰۹۱۲۳۰۷۶۳۰۹

تعرفه جدید آگهی‌های کادری را ببخواهید
تیراژ ۱۵۰۰۰ • تمام‌رنگی

ماشین‌آلات و تجهیزات دوخت و تسمه (۱۰۱۵کد)



انواع مختلف ماشین‌آلات بسته‌بندی و منگنه کارتن‌ها ساخت سوئد با ۳ سال گارانتی و ۱۰ سال خدمات پس از فروش

دستگاه منگنه کف کارتن - منگنه بغل کارتن - منگنه درب کارتن

شرکت ایران کاربان
تهران - خیابان شریعتی، ابتدای خیابان سمیه، پلاک ۱۸، طبقه سوم
تلفن: ۷۷۵۲۰۷۷۷ (خط ۵)
فاکس: ۷۷۵۳۶۴۷۳
پست الکترونیکی: info@iranrankarban.com
سایت اینترنتی: www.iranrankarban.com
سایت کارخانه در سوئد: www.kihlberg.com

کاغذ و مقوا
(۳۰۱ کد)

شرکت کاغذ بهراد

واردات
و فروش مستقیم

**مقوای گرم پایین
برای لمینت
از ۱۳۵ تا ۲۳۰ گرم**

سایز طبق سفارش
به صورت ورق و رول
شرایط پرداخت مناسب

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۱۰۵۳۱ (خط ۵)

دورنگار: ۰۲۱-۶۶۴۱۰۵۷۲

خدمات مربوط به چاپ
(۹۰۰ کد)

چاپ سجاد

افست - مسطح - رنگی

چاپ انواع جعبه‌های مقوایی،
بروشور، کاتالوگ، کتاب و مجله تبلیغاتی،
انواع اوراق حسابداری و دفتری

تلفن: ۰۲۱-۶۶۰۱۰۲۷-۶۶۰۰۷۹۲

همراه: ۰۹۱۲۷۵۳۸۳۷

قم، ۳۰ متری کیوان فر، مقابل بانک ملی

سایر محصولات و خدمات
(۱۵۰۱ کد)

پاکت‌های چندلایه پلاستیکی
کاغذ، آلومینیوم، سه طرف دوخت
تا ۱۰ میلی‌متر
تلفن: ۰۹۱۲۳۰۷۶۳۰۹

**روش کادر بندی
در صفحات مخصوص
کادرهای عمودی بازار بسته‌بندی**

- کادرها فقط در محور عمودی افزایش می‌یابند.
- با افزودن هر کادر ۲ سانتی، فضای بین کادرها نیز به کادر آگهی افزوده می‌شود.

کاغذ و مقوا
(۳۰۱ کد)

قابل توجه

**یک واحد
تولیدی کاغذ
در حال تولید**

به مساحت ۵۵۰۰ متر

دارای ۲۰۰۰ متر مربع سالن

دستگاه تولید کاغذ

به عرض ۲ متر

- دارای ساختمان اداری
- ایستگاه گاز فشار قوی
- باسکول دیجیتال ۵۰ تنی

• ۲۵۰ آمپر برق

• ۵ خط تلفن

• یک حلقه چاه آب

• استخراج آب

• و سند شش دانگ

با کلیه امکانات

در بهترین نقطه شهر قم

به فروش می‌رسد.

۰۲۱-۲۸۵۱۵۲۱

۰۹۱۲-۶۵۱۱۲۴۲



مبارز صن‌آوری بسته‌بندی
(شناخت)

شما به این کتاب
نیاز دارید
فقط ۲۰۰۰ تومان

ماشین آلات تولید ظروف
(۱۰۱۴ کد)

پارت پت

ماشین آلات

بلوملدینگ PET، قالب‌های پریفرم

و تزریق و دستگاه‌های تزریق

تلفن: ۰۲۱-۷۷۳۲۵۴۰۹-۷۷۳۵۵۱۳۱

فکس: ۰۲۱-۷۷۳۴۲۲۷۴

تجهیزات دست دوم
(۹۰۷ کد)

مرکز خرید ماشین‌آلات فرسوده

بهترین خریدار

انواع دستگاه‌های مستهلک

بسته‌بندی و چاپ

«ایرانی» در سراسر ایران «خارجی»

دفتر: ۰۲۱-۶۷۰۰۶۸۰

کارگاه: ۰۲۱-۶۶۰۰۴۷۰

حسن رضوان - همراه: ۰۹۱۲۲۵۱۵۳۸۷

لوازم پلاستیکی بسته‌بندی
(۲۰۲ کد)

فروشگاه خداپناه

مرکز پخش انواع ظروف یکبارمصرف

مشاور شما در امور صنایع بسته‌بندی

پخش انواع ظروف PET, P.P

جهت بسته‌بندی پروتئینی‌ها

تلفن: ۰۲۱-۵۵۴۹۱۲۵۵

تلفن فکس: ۰۲۱-۵۵۳۹۳۱۸

همراه: ۰۹۱۲۲۴۴۷۲۵۶ (خداپناه)

آراپوش گستر

تولیدکننده تنبویه‌های پلاستیکی چندلایه بدون درز

تلفن: ۰۲۱-۸۸۴۰۲۰۲۹ - فکس: ۰۲۱-۸۸۴۰۴۶۶۵

کارخانه: ۰۲۱-۲۸۴۸۰۳۵ - فکس: ۰۲۱-۲۸۴۸۰۳۷



کاغذ و مقوا
(۳۰۱ کد)

۷۰ تن کارتن

با قیمت مناسب

در نوشهر به فروش می‌رسد.

۰۹۳۶۳۱۴۳۱۳۷

ماشین آلات پرکن و بسته‌بندی
(۱۰۱۱ کد)



نهرین ماشین

اولین سازنده ماشین‌های بسته‌بندی در ایران

تهران، کیلومتر ۵ جاده ساوه، چهاردانه،
خیابان زارع، انتهای زمین ورزش، کوی گلزار

تلفن: ۰۲۱-۵۵۲۴۱۰۰۴ - ۵۵۲۳۳۷۸۰

فکس: ۰۲۱-۵۵۲۳۳۷۸۶



صنایع

نوآوران کالای

Golsar

طراحی و ساخت مدرن‌ترین
ماشین آلات خطوط تولید
و بسته‌بندی در ایران

• خط تولید و بسته‌بندی آب معدنی و دوغ

به ظرفیت ۱۲/۰۰۰ بطری P.E.T در ساعت.

• ماشین شرینگ یک تولی تمام اتوماتیک

ابعاد مختلف.

• ماشین وکیوم مواد غذایی.

• خط بسته‌بندی دستمال کاغذی

تمام اتوماتیک.

• ماشین تازن و چسب‌زن انواع جعبه‌های

دارویی و دستمال کاغذی و پاکت‌های M.R.I.

تلفن فکس: ۰۲۱-۲۲۶۴۹۲۸

همراه: ۰۹۱۲-۶۸۳۱۰۶۴



۱۴۰ سال سابقه در ساخت خطوط

پرکن و بسته‌بندی آشامیدنی‌ها

نماینده انحصاری در ایران



تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۸۰۲۹۲ (خط ۴۰)

فکس: ۰۲۱-۸۸۸۸۱۵۹۹

**جای شما
خالی نباشد**



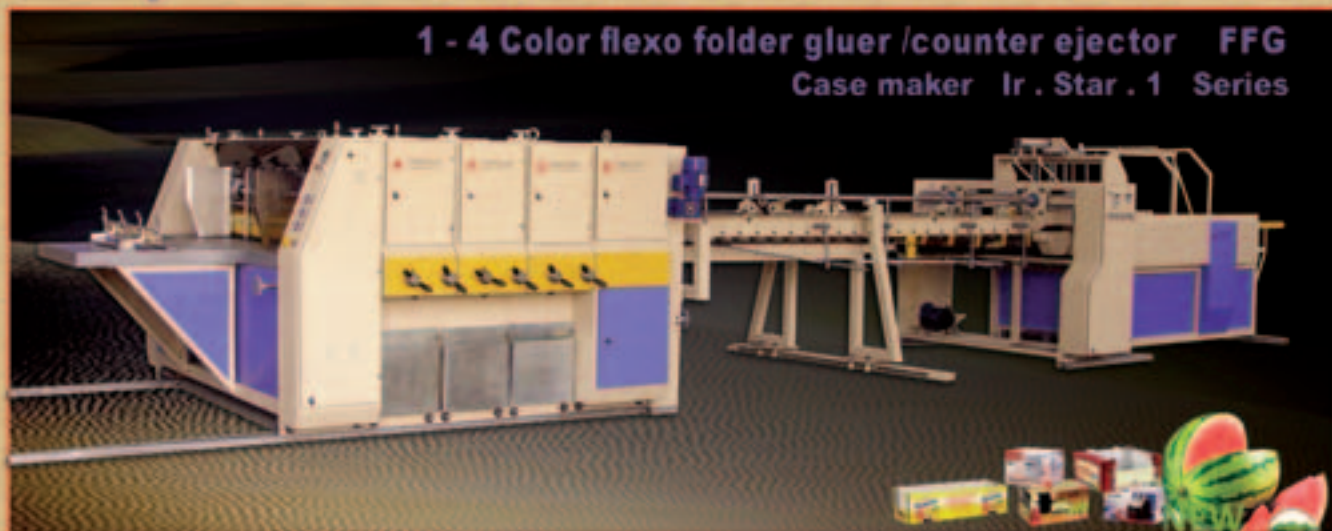
PENSAREH
Industrial & Trading Co



شرکت مهندسی ، صنعتی ، بازرگانی

تکنولوژی های نوین در چاپ و بسته بندی

- Which is the best in middle east at....?
- Corrugated Board and corrugated converting line & equipment
- Paper and paper board line & converting line and equipment
- Laminating and Coating equipment
- Un winding and cutting machin



مجموعه ای کامل از تجهیزات و خدمات :
 - فن آلود گریز - تبدیل کارتن - تجهیزات تکمیلی و قطعات
 - فن آلود گریز و مقوا - تبدیل گسیل و مقوا و تجهیزات و قطعات
 - ماشین های - طراحی مکانیک و نصب تجهیزات مدرن به منظور ارتقا ، رفع نواقص خط تولید
 - ماشین آلات پوش رول به رول و رول به شیت (کات ساید)
 - ماشین آلات آغشته سازی و کتلکت
 - ماشین آلات لمینت رول و شیت
 - طراحی و ساخت قطعات ، بهینه سازی و به روز رسانی تجهیزات
 - طراحی و ساخت ماشین آلات و تجهیزات خاص



دفتر تهران : تلفن ۸۸۷۳۹۷۵۸ تلفکس ۸۸۷۳۹۷۵۲
 کارخانه : تلفن ۴-۰۲۶۲ ۴۳۲۳۷۷۳۲-۰۲۶۲ تلفکس ۰۲۶۲ ۴۳۲۴۲۰۰
 همراه ۰۹۱۲۱۲۵۱۳۷۷ و ۰۹۱۲۱۶۶۵۷۲۵ و ۰۹۱۲۲۱-۴۵۷۲
 صندوق پستی : تهران ۳۱۴ - ۳۱۷۴۶
www.pensareh.com
info@pensareh.com



چاپ فرارنگ آریا

اطمینان از نتیجه کار بالاترین تجهیزات است

لیتوگرافی چاپ صحافی

تهران - خیابان طالقانی - خیابان شهید موسوی (فرصت شمالی)

نیش کوچه ایرانشهر - پلاک ۲

فکس: ۸۸۳۲۰۹۲۵

تلفن: ۷-۸۸۳۲۰۹۲۶

info@fararangprint.com



Rassel نماینده فروش و خدمات پس از فروش شرکت **FERRARI** ایتالیا
ارائه جدیدترین دستگاهها از معتبرترین کارخانجات سازنده ماشین آلات مواد غذایی

- خط بسته بندی آب معدنی
- خط بسته بندی روغن مایع
- خط تولید آب میوه
- خط تولید دلستر
- خط بسته بندی دلستر در شیشه یا قوطی CAN
- خط بسته بندی آب میوه در PET ، شیشه و یا قوطی CAN

تهران، بلوار میرداماد، خیابان رازان شمالی، پلاک ۱۵، واحد ۴
تلفن: ۱۹ - ۲۲۹۲۲۲۱۸ و ۰۹ - ۲۲۹۲۲۲۰۸ فکس: ۲۲۲۷۳۳۹۶
Unit4, First Floor, No15, North Razan Ave. Mirdamad Blvd., Tehran - Iran
Tel: (+9821)22924218-19 Fax: (+9821)22273396 Email: info@rassel.ir



شرکت ماشینهای بسته بندی اصفهان پک

پروانه بهره برداری ۵-۱-۴۴۲۲ با تایید بازرسی و کیفیت استاندارد به شماره ۷۱/۱۵۴۹

ESFAHAN PACK COMPANY

برترین تکنولوژی شرینگ

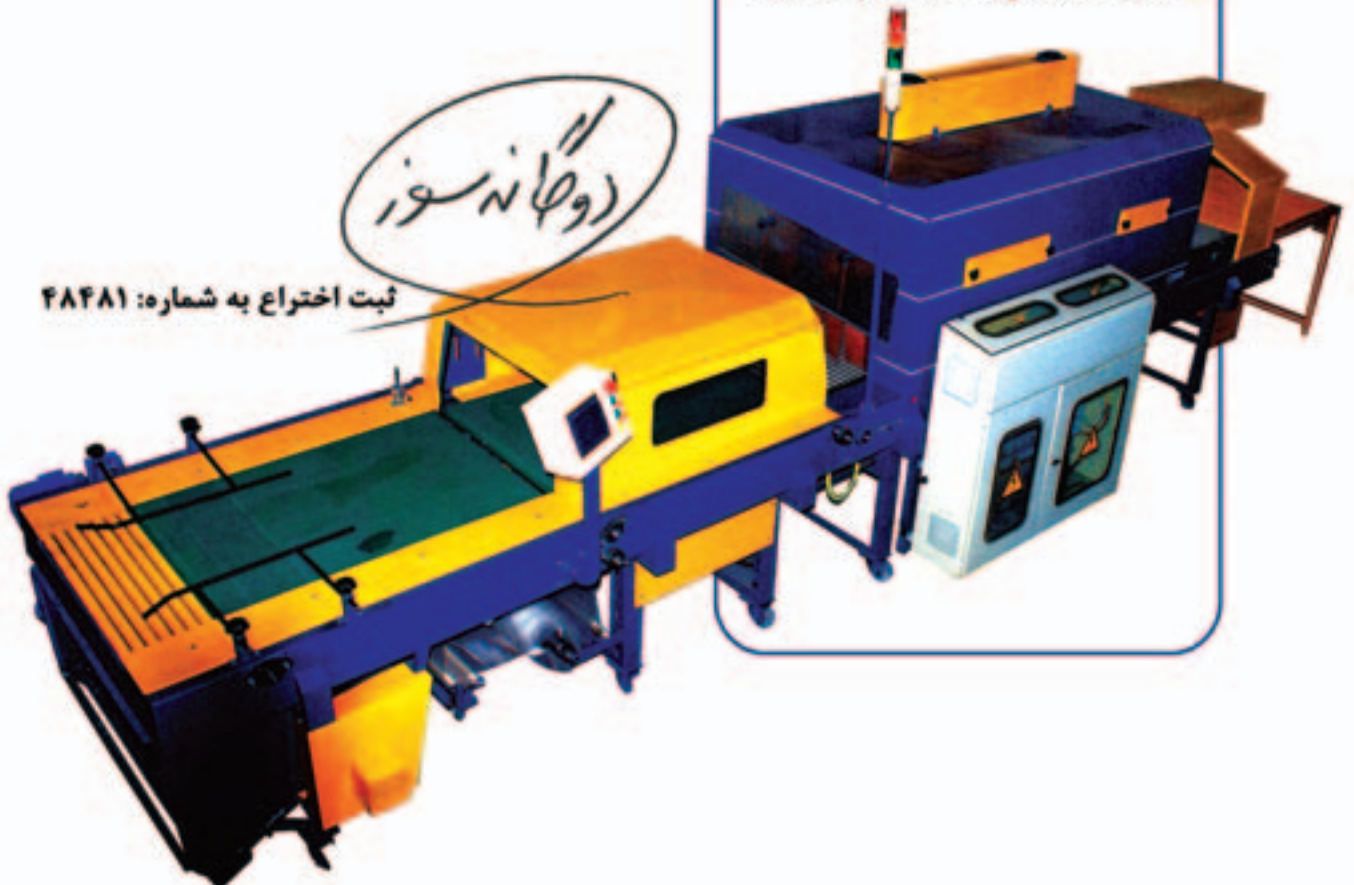
O V E R L A P

شرینگ پک تخصص ماست
WWW.PACKESFAHAN.COM

- ✓ قابلیت شرینگ بسته با پالت یا کارتن بدون نیاز به دوخت پلاستیک
- ✓ سرعت بالای دستگاه (قابلیت شرینگ تا ۱۸ بسته در دقیقه)
- ✓ دارای HMI به زبان فارسی برای سهولت کاربری اپراتور
- ✓ قابلیت تنظیم همزمان سرعت و دما (با کم کردن سرعت دما کم و با افزایش سرعت دما به صورت اتوماتیک افزایش می یابد)
- ✓ دارای سیستم حرارتی برقی و گاز (نوکلئوسوز) به صورت چنگانه و یا همزمان
- ✓ دارای پک سال گارانتی و ۱۰ سال خدمات پس از فروش

روپان سوز

ثبت اختراع به شماره: ۴۸۴۸۱



اصفهان: منطقه صنعتی جی، خیابان سوم، زمین قرنی صنعت، چپ
تلفن: ۰۲۱-۵۷۲۳۴۳۸، فاکس: ۰۲۱-۵۷۲۳۴۴۱، ص.ب ۸۱۵۱۵/۱۵۴
St 2,3rd,Industrial Estate Jey,Esfahan,Iran
Tel: +98 311 5723838-40 Fax: +98 311 5723841
E-mail: info@packesfahan.com