

# سانت صنعت

ISSN 1735-4749

سال سیزدهم

مرداد ۱۳۸۹

۲۰۰۰ تومان

ماهنامه  
صنعت

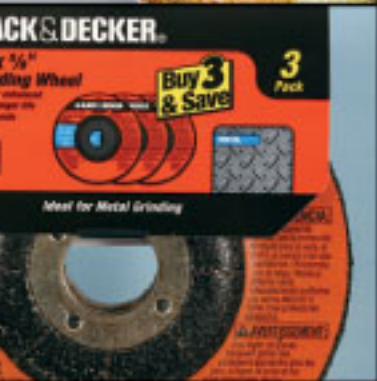
# سانت صنعت

www.iranpack.ir

SANAT BASTEBANDI

## PACKAGING MAGAZINE

- آخرین اخبار بسته بندی
- مردم و بسته بندی
- رویدادهای بسته بندی
- قدرت بیشتر برای خرده فروشان
- انواع آویزهای نمایش کالا
- جام جهانی و بسته بندی
- برگزیدگان مسابقه ProCarton
- برگزیدگان مسابقه AIMCAL
- بلیسترهای خلاقانه
- تیرنه آب بسته بندی منجمد



**Towhid Carton**  
Packaging Industrial Co.

## پایداری در کیفیت

کارتن توحید و تلاش برای حفظ کیفیت

گزارشی از شرکت کارتن توحید (صفحه ۴۰)

**Sustainable in Quality**

About Towhid Carton Co.

and his efforts to keep quality

# HOKAMAI



# ماشین سازی حکمایی

دستگاه بسته بندی مایعات در کیسه پلی اتیلن  
دارای تاییدیه ابتکار از سازمان پژوهش های علمی و صنعتی ایران  
**Liquid Packaging Machine in P.E Film**



## M 5000

- موارد بسته بندی : خامه قنادی ، کشک ، شیر پاستوریزه ، دوغ ، روغن خوراکی ، آب آشامیدنی
- حجم های قابل بسته بندی : یک و نیم لیتر الی پنج لیتر
- ظرفیت بسته بندی : ۴۸۰ بسته در ساعت



## PLC 2000

- موارد بسته بندی : مایعات نظیر شیر پاستوریزه ، دوغ ، شیر مدارس ، شیر کاکائو ، روغن خوراکی ، آب آشامیدنی
- حجم های قابل بسته بندی : ۲۰۰ میلی لیتر الی یک لیتر
- ظرفیت بسته بندی : ۴۰۰۰ بسته در ساعت



## PLC1000

- موارد بسته بندی : مایعات نظیر شیر پاستوریزه ، دوغ ، شیر مدارس ، شیر کاکائو ، روغن خوراکی ، آب آشامیدنی
- حجم های قابل بسته بندی : ۲۰۰ میلی لیتر الی یک لیتر
- ظرفیت بسته بندی : ۲۰۰۰ بسته در ساعت

دفتر مرکزی : تهران ، استاد مطهری ، میرزای شیرازی  
خیابان شهدا ، پلاک ۲۰ ، طبقه سوم ، واحد ۲۳  
تلفن : ۱۷ - ۸۸۷۰۸۵۱۶ - فاکس : ۸۸۷۲۸۲۳۳  
همراه : ۰۹۱۲۱۰۹۱۱۶۴

صندوق پستی : ۳۵۳۳ - ۱۶۷۶۵

کارخانه : تهران ، جاده آبدلی ، جاجرود ، سعید آباد

خیابان البرز ، پلاک ۲۶

تلفن : ۷۶۲۰۳۶۱۹ (۰۲۱) - فاکس : ۷۶۲۰۵۷۸۵ (۰۲۱)

[www.hokamai.com](http://www.hokamai.com)

E-mail: [info@hokamai.com](mailto:info@hokamai.com)

# PAYAPACK

Paya Pack Sanat Co Ltd  
Packaging Industries

## شرکت پایاپک صنعت

ماشین آلات صنایع بسته بندی و کارتونیگ

● 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 موتورده)



ماشین فرم دهی و پرکنی اتوماتیک کارتن



نوار چسب بسته بندی کارتن از نوع OPP



نشانی: تهران - خیابان استاد مطهری - خیابان نورعماد - کوچه ۱۱ - پلاک ۱۲ - طبقه دوم - واحد ۵  
تلفن: ۸۸۷۵۱۲۹۵ و ۲۱-۸۸۷۵۱۳۱۲، تلفکس: ۲۱-۸۸۵۰۲۵۸۳، خدمات پس از فروش: ۸۸۷۳۸۷۲۶  
[www.payapack.com](http://www.payapack.com) [info@payapack.com](mailto:info@payapack.com)

# PUMPAK

MADE IN ITALY



Easy R 55



انواع دستگاه های کفشوی  
اتوماتیک در مدل های باتری و برقی

Quick 36



پمپاک ، پیام آور پاکي و صرفه جويي

آدرس: تهران ، سعدي جنوبي  
پاين تر از بانک ملي ، پلاک ۲۴۰

تلفن: ۳۳۱۱۱۵۷۳ - ۳۳۱۱۶۴۲۳  
۳۳۹۱۲۵۵۱

فکس: ۳۳۹۵۳۶۴۰

انواع جارو برقی های صنعتی  
یک ، دو و سه موتوره آب و خاک



Tekna

انواع دستگاه های شست و شوی فشار  
قوی خانگی ، نیمه صنعتی و صنعتی



Eagle

۱۶۰ بار  
تکفاز



۲۳۰ بار  
۱۴۰ درجه آب گرم  
۳ فاز



www.pumpak.com  
info@pumpak.com





# Packing & Printing Machinery EXHIBITION

TEHRAN 13<sup>th</sup> - 16<sup>th</sup> Sep. 2010  
Venue: Tehran International Permanent Fairground



هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی

## اطلاعیه مهم

### هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته ایران - تهران ۲۲ تا ۲۵ شهریور ماه ۱۳۸۹

احتراما، در راستای سیاست‌های دولت محترم جمهوری اسلامی ایران در حمایت از صنعت کشور به ویژه هنر صنعت عظیم چاپ، بسته‌بندی، کارتن سازی و صنایع وابسته، این شرکت با تجارب مفید خود توانسته نسبت به اخذ مجوز از سازمان توسعه تجارت ایران در خصوص هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته از ۲۲ تا ۲۵ شهریور ماه ۱۳۸۹ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران با حضور کمپانیها و تولیدکنندگان صاحب نام داخلی و خارجی اقدام نماید. لذا از علاقمندان به مشارکت در نمایشگاه موصوف دعوت به عمل می‌آید جهت ثبت نام در بخش داخلی با تلفن‌های: ۸۸۴۶۱۲۲۸ و ۸۵۵۴۳۲۰۱ (۳۰ خط) و ثبت نام در بخش خارجی با شماره تلفن‌های: ۸۸۷۰۵۹۲۳، ۸۸۷۰۵۹۵۶، ۸۸۵۵۲۸۷۶ و ۸۸۵۵۲۹۰۷ و یا فکس شماره ۸۸۴۶۱۲۲۸ تماس حاصل فرمایند.

#### نشانی ستاد:

خیابان شریعتی، بالاتر از خیابان ملک، جنب اداره پست، پلاک ۴۵۶  
مجمع امور صنفی صنوف تولیدی و خدمات فنی تهران،  
طبقه اول، بخش امور نمایشگاهی

تلفن‌های ضروری: ۰۹۱۲۵۱۰۸۲۱۵ آقای میرمیری

۰۹۱۲۱۵۷۵۶۱۱ آقای توکل

نشانی سایت: [www.iranpack-print.com](http://www.iranpack-print.com)  
[www.iranpack-print.ir](http://www.iranpack-print.ir)

ستاد برگزاری هفدهمین نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته





*Provide you total solution for Printing/lamination*

**ارائه کننده راه کارهای لازم برای چاپ و بسته بندی**

- هات ملت
- لاک سیل کننده  
پرایمر
- انواع مرکب چاپ  
فلکسوگرافی  
هلیوگرافی  
ویتری
- چسب پایه آب
- چسب دو جزئی  
بدون حلال
- چسب دو جزئی  
و تک جزئی  
پایه حلالی



INTERNATIONAL PRINTING CHEMICALS

ساخت کره جنوبی

دفتر منطقه ای ایران : تهران - خیابان سید جمال الدین اسد آبادی - نبش کوچه ۵۳ - پلاک ۳۴ - طبقه ۳ - واحد ۶

www.ipc 2000.co.kr

وب سایت :

تلفن : ۰۲۱ - ۸۸ ۰۶ ۸۶ ۳۳

پست الکترونیک دفتر ایران : info@windavar.com

فکس : ۰۲۱ - ۸۸ ۰۶ ۸۶ ۳۲

# فهرست مطالب



- ۶ سرمقاله (عدل در پندار، گفتار و کردار ما)
- ۷ یاد می‌آید... (خاطرات شغلی یک همکار)
- ۸ مردم و بسته‌بندی



- ۱۲ اخبار
- ۱۲ اخبار طراحی
- ۱۷ اخبار تولیدات
- ۲۲ اخبار مواد
- ۲۴ اخبار ماشین‌آلات و تجهیزات
- ۲۸ رویدادها و نمایشگاه‌ها
- ۳۰ اخبار داخلی



## ۳ اطلاعیه‌ها

- ۳ اطلاعیه هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات
- ۷ دور جدید آموزش‌های بسته‌بندی در مرکز آموزش بازرگانی



## ۴۰ گزارش‌ها

- ۴۰ ویژه روی جلد: پایداری در کیفیت (گزارشی از شرکت کارتن توحید)
- ۳۸ آیا مصرف آب منجمد شده در بطری‌های PET سرطان‌زا است؟



## ۴۲ تالیف‌ها و ترجمه‌ها

- ۴۲ قدرت بیشتر برای خرده‌فروشان، با نشانه‌گذاری اختصاصی (بخش اول)
- ۴۸ خلاقیت با بلیسترهای آلومینیومی
- ۵۲ دنیا را آویزان کنید (انواع آویزهای فروشگاه‌ی - بخش چهارم)
- ۵۶ افزودنی‌های عملکردی و کوتینگ‌های حفاظتی در بسته‌بندی‌های پلاستیکی
- ۵۸ جام جهانی و بسته‌بندی
- ۶۲ برگزیدگان Procarton 2009
- ۶۹ باز مصرف ابتکاری
- ۷۰ برگزیدگان AIMCAL



## ۷۳ بازار بسته‌بندی



امیدواریم  
بهترین انتخاب  
شما باشیم

به نام خداوند بخشنده مهربان  
به جز خدا هیچ کس کامل نیست

# صنعت بسته‌بندی

(چاپ و بسته‌بندی سابق) فرهنگی، اقتصادی  
ISSN 1735-4749

مرداد ۱۳۸۹

شماره ۱۱۸ - ۸۴ صفحه - ۱۵۰۰۰ نسخه

صاحب امتیاز، مدیرمسئول و سردبیر: رضا نورائی

• نشانی مراسلات پستی:

تهران، صندوق پستی: ۱۴۸۷-۱۳۱۴۵

• نشانی دفتر ماهنامه:

تهران، خیابان سپاه، پایین تراز میدان سپاه،

جنب قنادی شیرین، پلاک ۱۶۲، طبقه دوم

تلفن: ۷۷۵۱۲۸۹۹ - فکس: ۷۷۶۰۷۹۶۳ - ۷۷۵۱۳۳۴۱

تلفن سیار: ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹ - ۰۹۳۵۷۴۳۰۵۳۸



www.iranpack.ir

• همکاران تحریریه در این شماره:

رضا نورائی، مهندس فاطمه صولت،

مهندس حمید باطنی، مهندس مجید دادگر،

Simon Smith، موسسه بین‌المللی پایرا،

الناز محیطی

• امور مشترکان: بهناز نجادی

• گرافیک: صادقی

• نمایندگی اصفهان:

امیر هوشنگ زائری ۲۵ ۳۱۴ ۷۵ ۰۹۱۳

• امور آگهی‌ها:

پُداغی ۰۹۳۶۳۷۲۷۷۷۲

ناجی ۰۹۳۶۳۷۲۷۷۷۴

نجادی ۰۹۳۶۳۷۲۷۷۷۶

زائری ۰۹۱۳۳۱۴۷۵۲۵

• چاپ و صحافی متن: رواق ۰۷۳۰ - ۶۶۶۹۰۷۳۰ - ۶۶۶۹۰۱۲۰

• چاپ جلد ایبانه: ۸۸۴۳۷۵۶۶ - ۸۸۴۳۹۱۶۰

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.118, 2010 - 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.ir

Web: www.iranpack.ir

Writers:

Reza Nouraei, Fatemeh Solat,

Majid Daadgar, Elnaz Mohiti,

Hamid Bateni, Simon Smith,

Maneli Nouraei



رضا نورائی  
سر دبیر

## عدل در پندار، گفتار و کردار ما

مناسبت‌های ماه شعبان و رمضان بهانه‌ای شد برای سخن گفتن از موضوعی که در تمام طول تاریخ، گمشده مردم بوده است؛ عدل.

چنان که گویند امام علی (ع) عدل را چنین تعریف کرده که اگر هر چیز بر سر جای خود قرار گیرد عدل رعایت شده است. بزرگان این نکته را به همه رفتار انسان گسترش داده‌اند و معتقد هستند باید این معنی را در گفتار، پندار و کردار اجرا کرد. یعنی در گفتار خود سنجیده بگوییم، به عبارتی هر سخن جایی و هر نکته مقامی دارد. همچنین در کردار خود نیز بی‌جا و بی‌موقع و نامربوط عمل نکنیم.

در خصوص پندار نیز بینش‌ها و گرایش‌های ما باید بجا و سنجیده باشد. تصمیم‌گیری‌های احساسی و آنی همچنین برداشتهای ذهنی که بدون مطالعه کافی تبدیل به منشاء گفتار و رفتار ما می‌شوند نتیجه رعایت نکردن عدل در پندار ما هستند.

سراسیمه‌گی در بهره‌برداری از آن چه فرصت تلقی می‌شود، می‌تواند منجر به رفتاری شود که از جایگاه و وظایف ما دور است. نتیجه آن در بهترین حالت، واژدگی و بازگشت به سر خط، است و در بدترین حالت این است که برای رفع موانع و تطبیق دادن شرایط با سلايق خود، دست به تغییر ساختار اصلی بزیمیم.

این روند اشتباه، راهی است که بارها و بارها در بخش دولتی و خصوصی کشور شاهد آن بوده‌ایم. منشا بسیاری از این اشتباهات، ابتدا جهل و در ادامه آن کبر و غرور کسانی بوده که پندار، گفتار و کردار نابجا دارند و بر آن پافشاری می‌کنند.

این روزها در صنعت خودمان؛ بسته‌بندی شاهد گفتارها و رفتارهای نابجای زیادی هستیم. برای مثال فلان تشکل به واسطه فرصتهایی که پیش روی خود می‌بیند پا در راهی می‌گذارد که هیچ ربطی به نام و وظایف آن ندارد.

یا این که فلان مرجع وابسته به دولت در موردی اظهار نظر می‌کند که شاید حتی صلاحیت مشاوره در آن را هم نداشته باشد چه رسد به اظهار نظر رسانه‌ای.

بارها می‌بینیم یک دانشجوی موفق تازه فارغ التحصیل شده با اولین پیشنهاد تدریس در کوچکترین مرکز دانشگاهی، آن چنان از خود مطمئن شده که حرمت هیچ استادی را نگه نمی‌دارد.

صرف ایجاد تغییر، به یک ارزش تبدیل شده، ارزشی که از شدت تکرار شکل یک تهدید تمام‌عیار را پیدا کرده است. مسئولان به آسانی و بدون هیچ دغدغه‌ای در حوزه تحت مسئولیت خود دست به تغییر همه‌جانبه می‌زنند. از عوض کردن نام و نشان و جا و مکان تا پست و مقام و قانون و حتی ارزشها.

داد زدن و رفتار بی‌قائده از سر نگرانی هم تبدیل به یک ارزش شده است. مسئولان وزارت بهداشت از جایگاه خود استفاده کرده بلندگوهای رسانه‌ها را به خدمت گرفته و هشدارهای بی‌در پی می‌دهند. بعضی مانند وزیر بهداشت سابق بخشنامه درباره لزوم استفاده از ظروف گیاهی برای بسته‌بندی مواد غذایی آماده مصرف می‌دهد، بدون آن که موسسه استاندارد این ظروف را تایید کرده باشد.

بعضی مانند یک مسئول نه‌چندان بلند پایه وزارت بهداشت بدون طی کردن همه مراحل علمی و آزمایشگاهی اقدام به اعلام هشدار (اعلام خطر) درباره سرطان‌زا بودن آب بسته‌بندی یخ‌زده می‌کند. یکی دیگر با یک مصاحبه بازار صنایع آب بسته‌بندی را داغ می‌کند و یک مسئول کشوری از مافیای آب بسته‌بندی شده سخن می‌راند.

چرا هر مسئول قوه قضائیه که سکان این قوه را به دست می‌گیرد سخن از فساد اداری و اقتصادی می‌گوید؟ برای این که این مسائل هنوز حل نشده است. مصادیق آنها در کجاست؟ در همین رعایت نکردن عدل در گفتار و رفتار. قوه قضائیه را هر چه قدر پهن تر و عریض تر و طولیل تر هم کنیم، هر چه قدر از اهمیت جایگاه آن هم که بگوییم، نقشی در اقدام این مصادیق عدل نخواهد داشت. زیرا این عدل که عدل واقعی است از جایگاه قوه قضائیه قابل رهبری و پیگیری نیست.

این یک مسئله تربیتی است که باید پیش‌تر از اینها حل می‌شد. زمانی که هر مدیر جوان که کار را به دست گرفت این رویکرد را دستمایه کار خود کرد که هر چه در گذشته انجام شده غلط و ناصواب بوده، آرامش و پیوستگی از تصمیمات بسیاری از مدیران ما رخت بر بست و جای خود را به مدیریتی داد که هر چند سال یک بار برای ترمیم اشتباهات آن باید بسیاری از قوانین و روشها را از نو برنامه‌ریزی کرد و در بسیاری مواقع راه رفته را بازگشته و از جایی دیگر رفت.

اگر بخواهیم به آن عدلی که امام علی (ع) تبیین کرده و مهدی موعود برقرار خواهد کرد دست پیدا کنیم باید هر چیز در جای خود قرار گیرد. باید در گفتار خود ببینیم آیا این سراسیمه‌گی برای اعلام یک خبر هیجان‌انگیز به خاطر مطرح کردن

خودمان است، سوء تفاهم است یا پیشگیری از یک فاجعه بزرگ؟ برای مثال هنگامی که با وجود سازمانها و خبرگان بسیار در امر نظارت و کنترل مواد غذایی و بسته‌بندی، اقدام به انتشار خبر درباره آلودگی فلان ماده بسته‌بندی می‌کنیم آیا واقعا ما چیزی را می‌دانیم که دیگران با همه علم خود نفهمیده‌اند؟ آیا پیش از این هم به ما ثابت شده که ما چیزی بدانیم که دیگران نمی‌دانند؟

متاسفانه رابطه‌ها و مناصب دولتی و حکومتی فرصتهای رسانه‌ای برای بعضی فراهم می‌کنند که بدون مطالعه شرایط زندگی را برای مردم ناپایدار کنند. برای درک این واقعیت کافی است بگذارید سالی از این ماجراها بگذرد. در واقع این گفتارها و رفتارهای نسنجیده موجهایی گذرا بیش نیستند که چند صبحی تنور رسانه‌ها را گرم و موجب هیجان در جامعه می‌شوند و بعد فروکش می‌کنند.

در این میان آن چه نگران‌کننده است رشد منحنی ارتفاع این موجها است. به این معنی که از آن جا که این موجسازی‌ها به دلایلی که آن هم به مفهوم عدل و سرچا بودن هر چیز مربوط می‌شود از کنترل خارج و تبدیل به یک ارزش شده اشتباهی جامعه را برای هیجان بیشتر افزایش داده است. تواتر و تکرار انبوه گفتارها و رفتارهای نابجا در یک جامعه، آن جامعه را به انفعال کشانده و از همه چیز ناامید خواهد کرد. این چیزی است که حضور مردم را در صحنه کاهش می‌دهد.

گفته‌اند اگر آب از پایین به بالا برود قورباغه هم می‌تواند در دستگاه ابوعطا آواز بخواند. رفتار انسانها بسیاری از پدیده‌های ناممکن مادی را در عالم معنوی ممکن کرده‌است اما این استحاله هیچ گاه نتوانسته در قانون عمل و عکس العمل آن تغییری ایجاد کند. به این معنی که اگر بعضی از ما در عالم روابط انسانی توفیق از پایین به بالا کردن مسیر آب را پیدا کرده‌ایم خواننده شدن قورباغه‌ها هم پیامد اجتناب‌ناپذیر این عملکرد ما خواهد بود. درست است که بخش اول چنین ابتکارات انسانی بسیار هیجان‌انگیز است اما پیامدهای آن چندان خوشایند نخواهد بود، حتی برای خود ما. در فضایی که هر چیز در جای خود قرار نگیرد می‌توان نظاره‌گر چنین فعل و انفعالاتی بود.

وقتی می‌گوییم دکه مطبوعات و می‌بینیم بقالی و سیگار فروشی است درباره عدل و این که هر چیز جای خودش باشد چه فکر می‌کنیم؟

وقتی می‌شنویم یک تشکل مربوط به صنعت چاپ که همتایان آن در جهان وظایف و عملکرد مشخص و مشهودی دارند اطلاعیه آموزش نانو در صنعت غذا می‌دهد چه چیز به ذهن خطور می‌کند؟ آیا این مناسبترین، بجاترین و مربوطترین کاری است که در آن تشکل معتبر و معروف چاپی می‌توان انجام داد؟ یا این که ما با توهم دیدن یک فرصت، سراسیمه شده‌ایم؟ به طور قطع جایگاه و مقام فن‌آوری نانو و خبرگان آن نیز در محافل و سازمانهای مربوط به نانو باید باشد.

یا فلان مرکز لجستیک نظامی، متولی آموزش چاپ دیجیتال و مدیریت رنگ در چاپ می‌شود. بعد تعجب می‌کنیم که چرا جوانان و فرزندان ما گاهی اصل را گم کرده و با کمترین توجه و وسوسه‌ای در خطر انحراف از اصول می‌افتند.

آیا به بهانه جوانگرایی و فرصت دادن به جوانها (یا هر جویای نامی که مدیون ما شود) باید اجازه دهیم ستونها و بنیانهای هر صنعت و حرفه‌ای زیر هجوم بینشها و گرایشهای آزمایشگاهی بسیاری از تازه رسیده‌ها لگدمال شوند و پس از بیچارگی در حل انبوه نابسامانی‌های پیش آمده مدتی را هم با کلنجار رفتن با غرور خود صرف کنیم تا به بازگرداندن همان لگدشده‌ها و دلشکسته‌ها راضی شویم؟ البته امروز بسیاری از پنجاه شصت ساله‌های به ظاهر باتجربه، همان مدیران جوانی هستند که خود پیش از این گذشتگان خود را نفی کردند و با ایجاد تغییرات پی‌درپی در ساختارهای علم و صنعت، اکنون مورد هجوم دست‌پرورده‌های خود قرار گرفته‌اند. فقط به خاطر این که در نصب هر چیز بر سر جای خود دقت نکردیم.

متاسفانه فضای کنونی به سمتی پیش می‌رود که هر کس به هر چیز که دستش برسد قلاب می‌اندازد و شانس خود را امتحان می‌کند. همه کارشناس بسته‌بندی می‌شوند. همه چیز به همه چیز ربط پیدا می‌کند. همه بیشتر از هم می‌دانند و هر پیشنهاد از هر کسی شایسته بررسی شده‌است.

کافی است تقوای بیشتری در پندار، گفتار و رفتار خود داشته‌باشیم. آیا جامعه آن قدر فقیر و ما آن قدر گرسنه شده‌ایم که هر فرصت یا پیشنهادی را در هوا بگیریم و آن را به عنوان موفقیت در کارنامه خود منظور کنیم یا آن که فرصت‌شناس نیستیم و نعمت‌ها را نمی‌بینیم و در پیاده کردن عدل در عملکرد خود ناتوان هستیم؟ عدل مانند ماهی است که هر وقت از آب گرفته شود تازه است. باید تلاش کنیم آب آلوده نشود تا وقتی خواستیم ماهی بگیریم، ماهی‌ها مرده نباشند.





حمید باطنی - طراح ماشین آلات بسته بندی در آلمان

کس تا این مرحله از کار متوجه این اشتباه نشده بود. حالا ما یک دستگاه داشتیم که با اندازه واقعی خودش یک متر اختلاف داشت. با همه این تفاسیر دستگاه خوب کار می کرد، فقط نمی دانستیم این موضوع را چه طور با مشتری مطرح کنیم.

به این فکر می کردیم که اصلاً لازم است در مورد این اشتباه چیزی را برای مشتری بازگو کنیم یا خیر؟ یا این که چه دلیلی را برای توجیه این اشتباه بیاوریم تا مشتری را قانع و راضی نگه داریم. در این مدت جلساتی را برای حل این مشکل برگزار کردیم. جلسه آخر بود، همه به این موضوع فکر می کردیم که آیا امکان این که در این زمان کوتاه، دستگاه را به اندازه واقعی برگردانیم و جود دارد یا خیر؟ ناگهان فرشته نجات، همه ما را از این نگرانی نجات داد. کم کم همه چیز رنگ و شکل تازه ای به خود گرفت و فضا را برای ما تغییر داد. خبری از طرف یکی از همکاران به مشتری در تماس بود به ما رسید.

حتماً گنجکاو شدید تا بفهمید چه اتفاقی افتاد که ما را از این نگرانی بیرون آورد. ماجرا از این قرار بود:

از خوش اقبالی ما مشتری هم در ابتدای سفارش یک اشتباه کرده بود و بعد از مدتی پی به اشتباه خود برده بود و تصمیم گرفته بود به دستگاهی که در حال مونتاژ است قسمت دیگری اضافه کند.

خلاصه مطلب، مشتری پیشنهاد خودش را با همکار ما مطرح می کند و قرار می شود تغییراتی در ساخت دستگاه داده شود. طبیعتاً این تغییر احتیاج به فضای خاص خودش را داشت و آن یک متر فضای اضافه دستگاه ساخته شده همان فضایی بود که ما نیاز داشتیم. این تغییر ناگهانی در سفارش دستگاه باعث شد تا همه ما نفس راحتی بکشیم. اوضاع با این درخواست کاملاً عوض شد، زیرا مشتری از اشتباه ما خبر نداشت. بنابر این سفارش مورد نظر بدون هیچ مشکلی ساخته و تحویل مشتری داده شد. در ضمن نه تنها به خاطر بخش جدیدی که به دستگاه اضافه شد، مبلغی را اضافی دریافت کردیم بلکه به خاطر یک متری که به دستگاه اضافه شد، قیمت دستگاه نیز بیشتر شد!

بعد از این ماجرا برای طراحی و ساخت سفارش های جدید، همه قبل از هر چیز به ابعاد دستگاه توجه می کردند و این که حتماً مشتری باید اندازه سفارش گرفته شده را تأیید می کرد.

شما دوست عزیز که این خاطره را می خوانید شاید به طریقی یا با این حرفه سر و کار داشته باشید و یا این که سفارش دهنده باشید، در اولین فرصت نگاه دقیق تری به سفارش و یا دستگاه خود بیاندازید!

شاید از خودتان سوال کنید آیا طول و عرض دستگاه همان اندازه است که باید باشد؟ یا این که می توانست کمی کوتاه تر باشد؟ آیا آهن اضافی به خاطر اشتباه دیگری خریده ام؟

دوست عزیز در خرید و سفارش بعدی خود دقت بیشتری داشته باشید!

یکی از روزهای خدا در دفتر مجله صنعت بسته بندی با دوستانم رضا نورائی (سردبیر) گپ می زدیم. من از خاطرات کاری خودم و همکارانم در آلمان می گفتم. نورائی گفت بعضی از این خاطرات هم شیرین است، هم خواندنش برای صنعتگران می تواند مفید باشد. قرار شد من خاطرات خودم و همکارانم در شرکت های آلمانی را برای مجله بنویسم تا هم تنوعی در مطالب مجله ایجاد شود هم بعضی تجربه های آموزنده ما در آلمان به صنعتگران و محققان داخلی منتقل شود. نورائی امیدوار بود که مفید باشد. من هم همین طور. حمید باطنی

## وقتی طراح چند تا باشه....

این خاطره جزء اون محدود اتفاقاتی است که واقعاً کم اتفاق می افتد! و حالا شده یکی از خاطره ها و اتفاقات به یاد ماندنی که بعد از گذشت مدت زمان طولانی هنوز از یاد و خاطر من و همکارانم نرفته است.

همان طور که در همه جا معمول و مرسوم است، ماشین آلات بسته بندی بر حسب نیازها و سفارشات مشتری ساخته می شوند. در همه کارخانجات دنیا ماشین آلات استاندارد و جود دارند که با ابعاد و کارایی مشخص ساخته و فروخته می شوند. حال یک ماشین را در نظر بگیرید، تمام قطعات آن از ریز و درشت دارای یک شماره مشخص است. حتی پیچ و مهره ها، با این روش می توان پی برد به طور مثال یک دستگاه بسته بندی از چه قطعاتی و با چه هزینه ای ساخته می شود و همچنین اگر بخش جدیدی به ماشین اضافه شد، این قسمت هم طبیعتاً دارای یک لیست از تمام قطعات می باشد.

داستان از این جا شروع شد:

طبق معمول همیشه سفارش جدیدی برای طراحی و ساخت دستگاه به ما رسید و همه شروع به کار کردیم تا سفارش را تا تاریخ تعیین شده به دست مشتری برسانیم. روال کار به خوبی پیش می رفت. قطعات طراحی و ساخته شدند و به بخش مونتاژ منتقل شدند.

تقریباً هشتاد درصد کار انجام شده بود و قرار بر این بود مشتری تا چند روز دیگر برای بازدید از دستگاه به شرکت بیاید. ما طراحی را خیلی وقت بود تمام کرده بودیم، و مشغول به انجام کار دیگری بودیم و به همه چیز فکر می کردیم جز این که....

شاید بهتر باشد از شما بپرسم که آیا تا به حال شده سفارشی بدهید یا سفارشی بگیرید و مدتی زمانی را صرف این کار کنید و بعد متوجه شوید که ابعاد کار با اندازه واقعی سفارش شما تناسبی ندارد؟!

بله درست حدس زدید، دستگاه ساخته شده آن اندازه ای نبود که مشتری سفارش داده بود. با اشتباهی یکی از همکاران ما در طراحی اولیه، طول دستگاه حدوداً یک متر!!!! بیشتر از اندازه ای بود که مشتری سفارش داده بود و جالب تر این که هیچ

## دور جدید آموزشهای بسته بندی

• سری جدید نشستهای تخصصی بسته بندی از شهر یورماه

• آموزش اختصاصی و طراحی دوره های سفارشی برای شرکتها و سازمانها

• برگزاری جلسات پرسش و پاسخ تخصصی با حضور خبرگان فن

• طراحی و برگزاری کارگاه های آموزشی خاص با حضور اساتید خارجی



مرکز آموزش و تحقیقات  
تکنولوژی بسته بندی و تحقیقات

برای کسب

اطلاعات بیشتر

با تلفن:

۰۲۱-۸۸۹۷۰۱۴۱

واحد آموزش،

تماس بگیرید.

## متوسلی (دانشجوگرافیک) بسته‌بندی و قضاوت مشتریان

گرافیک بسته‌بندی یا ایده بسته‌بندی کار بسیارمشکلی است، چون در نهایت کار شما در معرض قضاوت هزاران مشتری با سلیقه‌ها و آداب مصرف مختلف و... قرار خواهد گرفت. دقت و ظرافت طرح شما و لحاظ کردن سلیقه مشتری یا شرکت تولیدکننده است که می‌تواند آن‌ها را تحت تاثیر قرار دهد، و خود خلاقیت در طراحی بسته‌بندی می‌تواند به عنوان یک عامل تاثیرگذار به شمار آید و طراحان باید تلاش کنند تا با اطلاع رسانی درست در مورد هر محصول، مشتریان بیشتری را به سمت محصولات مختلف جلب کنند.

## کریمی (کارمند) کاهش ضایعات

صنعت بسته‌بندی باعث شده که حفاظت، نگهداری و حمل و نقل تولیدات همچنین استفاده از محصولات آسان‌تر شود و ضایعات تولید کمتر شود. این مسئله موجب صرفه‌جویی در هزینه‌های مربوط به انرژی نیز می‌شود. در صورت نبود بسته‌بندی بخش زیادی از محصولات فاسد و به زباله تبدیل می‌شدند.

## خانم (خانه‌دار) از این جا باز کنید...



روی بسته‌های سس‌های تک‌نفره، محل باز کردن بسته‌ها شکل یک قیچی مشخص شده و اغلب در کنار آن نوشته شده است که از این جا باز کنید، اما گاهی می‌بینید که یا اصلاً جای برشی روی بسته وجود ندارد و یا جای برش در طرف دیگر بسته است. وقتی من در نگاه اول شکل قیچی و یا جمله از این جا باز کنید را می‌بینم تلاش می‌کنم بسته‌ها را از همان جا باز کنم، اگر جای برش در آن قسمت وجود نداشته باشد، تقریباً باز کردن بسته محال است و باید بعد از کلی تلاش تازه متوجه شوم که جای برش در طرف دیگر بسته بوده است.

## قاسم‌زاده (مهندس) بسته‌هایی که آلودگی کمتری دارند

به نظر من مسئله‌ای که بعد از محتویات بسته‌بندی می‌تواند اهمیت داشته باشد، مسئله دور ریز آن است. تولیدکنندگان باید به این مسئله توجه داشته باشند که در بسته‌بندی محصولات خود از موادی که لازم نیست، استفاده نکنند. بسیاری از موادی که ما در بسته‌بندی استفاده می‌کنیم به سختی قابل بازگشت به چرخه مصرف هستند و حتی از بین بردن آن‌ها موجب صرف انرژی و ایجاد آلودگی خواهد بود. استفاده از موادی که بتوانند به عنوان جایگزین در بسته‌بندی محصولات مورد استفاده قرار گیرند، می‌تواند هم به چرخه بازگشت مواد کمک کند و هم آلودگی کمتری را داشته باشد.

## عابدی (دانشجو حقوق) دو وظیفه اصلی برای بسته‌بندی

### دو وظیفه اصلی برای بسته‌بندی

به نظر من ترغیب به خرید و تکرار در خرید دو وظیفه اصلی برای بسته‌بندی محسوب می‌شوند. ممکن است بسته‌بندی بعضی از محصولات در نگاه اول شما را به خرید ترغیب کند، اما پس از خرید به دلیل نامناسب بودن بسته‌بندی حتی با وجود کیفیت خوب محصول، مشتری دیگری تکرار در خرید نداشته باشد. تولیدکنندگان باید توجه داشته باشند ترغیب و تکرار در خرید دو مسئله‌ای است که باید همراهم با هم مورد توجه قرار گیرد.

## خانم (کارمند) جنبه‌های اجتماعی بسته‌بندی

### جنبه‌های اجتماعی بسته‌بندی

در بسته‌بندی باید به شیوه زندگی روزمره و شاخص‌های مصرف در هر جامعه مثل فرهنگ، شرایط اقلیمی و... توجه داشت. به نظر من محصولات باید در بسته‌بندی‌هایی عرضه شوند که در صورت نیاز در یک یا دو نوبت مورد استفاده قرار بگیرند و نیز در اندازه‌های متفاوت به بازار عرضه شوند. بسیاری از مواقع نبودن محصولات با بسته‌بندی کوچکتر باعث به هدر رفتن و دور ریختن آن‌ها می‌شود.

## آقا (فروشنده) توجه به علائم تصویری

### توجه به علائم تصویری



به نظر من به علائم تصویری بر روی بسته‌بندی‌ها، بخصوص بسته‌بندی‌های بزرگ کمتر توجه می‌شود. این علائم تصویری برای حفاظت از کالا، نحوه نگهداری، حمل و نقل هستند و توجه به آن‌ها می‌تواند ضامن کیفیت و سلامت محصول باشد. برای من بسیار پیش آمده که کالایی به دستم رسیده، زمانی که جعبه را باز کردم متوجه شده‌ام که کالا آسیب دیده است، اگر به این علائم توجه می‌شد، کالا آسیب نمی‌دید و من هم متحمل ضرر نمی‌شدم.

## آقا (دانشجو) ایجاد هویت ایرانی

### ایجاد هویت ایرانی

هرچند ما برای بسیاری از محصولات صادراتی خود بسته‌بندی مناسبی نداریم، اما برای آن تعداد از محصولات تولیدی که بسته‌بندی صادراتی داریم هم از طراحی‌هایی که نشان دهنده هویت ایرانی آن محصول هم باشد استفاده نمی‌کنیم و اغلب سعی می‌کنیم طراحی بسته‌بندی‌هایمان هم شبیه بسته‌بندی‌های خارجی باشد. ایجاد خلاقیت در بسته‌بندی، با در نظر گرفتن هویت کشور تولیدکننده محصول، همراه با رعایت استانداردهای لازم، باعث می‌شود که محصولات ما در بازار صادرات حرفی برای گفتن داشته باشد.

## آقا (تولیدکننده) بسته‌بندی مناسب برای محصولات کشاورزی

### بسته‌بندی مناسب برای محصولات کشاورزی

استفاده از بسته‌بندی مناسب برای محصولات باعث شده است که میزان ضایعات محصولات به حداقل برسد و کمتر ضرر کنیم. با استفاده از تکنولوژی بسته‌بندی برای محصولات کشاورزی، تا رسیدن به دست مشتری و یا حتی صادرات محصول، می‌توان کیفیت را برای مدت طولانی تری حفظ کرد. بیشتر محصولات کشاورزی ایران به صورت فله صادر و با بسته‌بندی آن‌ها در کشورهای ثالث، سود حاصل از بسته‌بندی محصولات ما نصیب این کشورها می‌شود.

## فراهانی (کارمند) چاپ روی قوطی بهتر است

### چاپ روی قوطی بهتر است



هر وقت محصولات کنسروی خریداری می‌کنم، سعی می‌کنم بسته‌بندی‌های فلزی را انتخاب کنم که دور آن‌ها لفاف کاغذی نداشته باشد. بلکه روی خود فلز طرح و نام محصول چاپ شده است. بعضی مواقع این کاغذها در اثر جابجایی و چیده شدن در قفسه‌های سوپر مارکت‌ها و فروشگاه‌ها پاره یا

کثیف هستند. مهربان یکی از شرکت‌های تولیدکننده مواد غذایی که طراحی بسیار خوب و جذابی را برای روی بسته‌بندی‌های مواد غذایی خود دارد. من خیلی از طراحی محصولات این شرکت خوشم می‌آید، اما متأسفانه یکی از نقطه ضعف‌های بسته‌بندی محصولات کنسروی این شرکت استفاده از لفاف کاغذی به جای چاپ روی خود قوطی است. در حالی که بیشتر شرکت‌ها که بسیاری از آن‌ها نام‌های معتبر و شناخته شده‌ای هم نیستند، از چاپ مستقیم روی قوطی فلزی برای محصولات کنسروی استفاده می‌کنند. استفاده از کاغذ برای دور قوطی کنسرو، هم جالب نیست و هم از جذابیت طرح برای مشتری کم خواهد کرد.

## خانم (معلم) بسته‌بندی با نوار آسان باز شو

### بسته‌بندی با نوار آسان باز شو

برای بسته‌بندی بعضی از محصولات، مثل چای، بیسکویت‌های پذیرایی و... علاوه بر بسته‌بندی مقوایی، پوششی از سلفون برای حفظ عطر و تازگی محصول در نظر گرفته می‌شود. باز کردن این پوشش‌های سلفونی بعضی وقت‌ها سخت است، بعضی وقت‌ها هم به آسانی باز می‌شود. اما به نظر من بهتر است برای باز کردن آسان‌تر پوشش‌های سلفونی هم از نوارهای آسان باز شو استفاده شود.

چنانچه پاسخی برای مطالب طرح شده در این صفحه دارید  
آنرا به صورت کتبی با نامبر یا پست الکترونیک برای ما بفرستید



## آقا (کارشناس کامپوتر) علت انتخاب مربای خارجی!

من در استرالیا زندگی می‌کنم و علاقه زیادی به مربای آلبالو دارم. بیشتر اوقات هم سعی می‌کنم تا جای ممکن از محصولات ایرانی استفاده

کنم. ولی متأسفانه برای باز کردن درب مربای آلبالوی یک و یک، آنقدر مشکل داشته‌ام که مجبور شدم از علاقه خود صرف نظر کنم. اکنون از مربای ساخت شرکت ترکیه که مشکلی از نظر باز کردن درب بطری ندارد، استفاده می‌کنم. حیف نیست که تولیدکننده با سابقه‌ای مثل یک‌ویک مصرف‌کننده‌های خود را به دلیل این مشکل از دست بدهد و آنها اجباراً به سمت مصرف کالاهای دیگر بروند؟

خانم (کارمند)

## بسته‌بندی خوش ظاهر

چند روز پیش یک بسته‌مرغ سوخاری خریداری کردم با یک بسته‌بندی بسیار شیک و خوب، اینقدر که من را ترغیب کرد از بین محصولات مشابه، من این محصول را با آن بسته‌بندی انتخاب کنم. از آنجایی که شکل بسته‌بندی به‌نظرم خوب آمده بود انتظار داشتم برای باز کردن بسته دسترسی به محتویات آن، مشکلی نداشته‌باشم اما اینطور نبود. تلاش کردم پوشش روی بسته‌بندی را باز کنم اما در نهایت مجبور شدم برای باز کردن آن از چاقو استفاده کنم. اگر قرار است برای یک محصول، بسته‌بندی خوبی در نظر گرفته‌شود، باید تمامی موارد یک بسته‌بندی خوب رعایت شود. بسته‌بندی علاوه بر اینکه باید از محصول به خوبی محافظت کند، دسترسی به محتویات هم باید به راحتی امکان پذیر باشد.

در شماره گذشته مطلبی با عنوان "استفاده از بسته‌بندی محصولات دیگر به شما چه احساسی خواهد داد؟" (همراه با عکس محصول) به چاپ رسیده است. آنچه در زیر می‌خوانید نامه‌ای است از طرف شرکت تولیدکننده این محصول که به دفتر ماهنامه صنعت بسته‌بندی ارسال گردیده است.

مسئول محترم صفحه مردم و بسته‌بندی

احتراماً، در شماره ۱۱۷ مربوط به تیرماه ۱۳۸۹ در صفحه مردم و بسته‌بندی (ابتدای صفحه) مطلبی از یکی از هموطنان محترم در مورد نوع بسته‌بندی محصولات این شرکت (قند مایع خرما) به چاپ رسیده است. ضمن تشکر از توجه و دقت نظر ایشان، به جهت تنویر افکار عمومی و نیز پاسخ به موارد مطرحه مستدعی است اقدامات لازم جهت چاپ توضیح این شرکت در صفحه مربوطه مبذول فرمایند. به استحضار می‌رساند بسته‌بندی مذکور در مطلبی که مدنظر هموطن محترم بوده است به‌عنوان یکی از بسته‌بندی‌های مقبول و شناخته‌شده برای مواد غذایی مایع بوده، به طوری که شرکت‌های تولیدکننده عسل، قندهای میوه‌جات (فروتوز) و ... در سطح دنیا محصولات خود را در چنین بسته‌بندی‌هایی عرضه می‌نمایند. بطور مثال شرکت Agave, ege, Altiparmak و ... که عکس محصولات آن‌ها نیز به پیوست ارائه می‌گردد. با توجه به این‌که بخش عمده‌ای از بازار این محصول در خارج از کشور می‌باشد. لذا لازم است بسته‌بندی با استانداردهای بصری و علمی آن مناطق نیز مدنظر قرار گیرد. قابل ذکر است این نوع بسته‌بندی برای قند میوه با درب‌های بدون

چکه (Non-Dripping) برای اولین بار در ایران عرضه شده است. لذا غریب بودن آن مطابق چیزی که در گزارش مشاهده ایشان ذکر شده است دور از انتظار نمی‌باشد. بسته‌بندی محصول تولیدی این شرکت (درب و Pet) تولید یکی از شرکت‌های معتبر اروپایی با گواهی مصرف در مواد غذایی (Grade Food) بوده و در صورت لزوم اسناد و مدارک آن قابل ارائه است. ضمن تشکر مجدد از ماهنامه وزین صنعت بسته‌بندی که امکان تبادل نظر را فراهم نموده است این شرکت از تمامی نظرات و پیشنهادات استقبال می‌نماید.

روابط عمومی شرکت شهید باب پارس

فراهانی (کارمند)

## بسته‌بندی چهره کالا

بسته‌بندی همراه با طرح و نام تجاری به عنوان چهره کالا محسوب می‌شود، به محصول شخصیت می‌هد و باعث برقراری اولین ارتباط بین مشتری و کالا خواهد بود، پیام تولیدکننده را به خریدار می‌رساند و پاسخگوی این پرسش است که من به عنوان خریدار چه چیزی را خریده‌ام. مثلاً اولین ارتباط و تصویری که ما از اشخاص داریم پس از گذشت سال‌ها در ذهن ما باقی خواهد بود، این در مورد کالاها هم صادق است و بسته‌بندی هم باید تصویر ذهنی خوبی از یک کالا را به مشتری ارائه دهد که سال‌ها در ذهن مشتری باقی بماند.

شیرین هاشمی (دانشجو صنایع غذایی)

## از کجا شروع می‌شود؟

من فکر می‌کنم بسته‌بندی به شکل ساده‌ای از استفاده روزانه ما از کاغذ، چسب، قیچی شروع می‌شود. ولی به استفاده تخصصی‌تر آن در بسته‌بندی کالاها، نوع مواد انتخاب شده در بسته‌بندی‌ها، طراحی روی بسته‌بندی‌ها و ... ختم نمی‌شود. عواملی هم هستند که از بیرون روی بسته‌بندی کالاها تأثیر می‌گذارند؛ مثل شرایط اقلیمی، آداب مصرف‌کنندگان، نحوه نگهداری و انبار کردن محصول و ... این‌ها می‌توانند حتی گسترده‌تر هم باشد. مسئله مهم در نظر گرفتن این مسائل در بسته‌بندی کالاها است. هر چند رعایت تمامی این موارد کار بسیار مشکلی است، اما هر چه زمان می‌گذرد و با وارد شدن تکنولوژی‌های جدید، بسته‌بندی‌ها به شکل محسوسی تغییر کرده و روز به روز بهتر می‌شوند.

خانم (مربی مهدکودک)

## درج تعداد محصول بر روی بسته‌بندی

خیلی وقت‌ها موقع خرید برای شما مهم است که داخل بسته‌بندی محصولی که خریداری می‌کنید چه تعداد از محصول مورد نظر وجود دارد. در مورد بسته‌بندی‌هایی که وزن محصول روی بسته‌بندی درج می‌شود، کاملاً مشخص است شما چه میزان از محصول را خریداری می‌کنید. بعضی از محصولات هستند که تعدادشان در یک بسته، وزن آن را تعیین می‌کند، ولی شما از وزن محصول نخواهید فهمید که چه تعداد از آن داخل بسته است. دانستن این مسئله می‌تواند بر میزان خرید شما تأثیر بگذارد و ممکن است لازم باشد که شما چند بسته از آن را تهیه کنید. اگر بسته‌بندی طوری باشد که بتوان داخل بسته‌بندی را دید و یا تعداد آن روی بسته درج شده باشد می‌تواند کمک کند که متوجه شوم چه تعداد از این محصول داخل بسته است.

آقا (دانشجو)

## کپی ممنوع!

بسیاری از محصولات هستند که ما علاوه بر طرح و نام تجاری، آن‌ها را از روی بسته‌بندی‌هایشان می‌شناسیم، و با اولین نگاه می‌دانیم که این فلان محصول است و شاید حتی نیازی هم به خواندن نام تجاری آن نباشد. اما متأسفانه شرکت‌هایی هستند که محصولات تولیدی خود را در بسته‌بندی شرکت‌های دیگر بسته‌بندی می‌کنند و عیناً همان قالب استفاده می‌کنند و تنها تفاوت آن طرح روی بسته و نام تجاری آن است. این عمل اغلب بین شرکت‌هایی تولیدی که رقیب یکدیگر هستند اتفاق می‌افتد و با گاهی باعث می‌شود که مشتری به اشتباه بیفتند.

خانم (کارمند)

## جعبه‌هایی برای غذاهای سریع

به نظرم جعبه‌هایی که برای بسته‌بندی انواع فست‌فودها استفاده می‌شود اصلاً مناسب نیستند. اغلب این جعبه‌ها از مقواهای نامناسب هستند و اتصالات آن‌ها به درستی تا نخورده است. با توجه به این‌که غذا به صورت گرم داخل این جعبه‌ها قرار می‌گیرند، مقواهایی که برای بسته‌بندی استفاده می‌شوند باید مناسب این کار باشند. همیشه وقتی که غذا را به صورت گرم داخل این جعبه‌ها قرار می‌دهند، گرمای غذا باعث می‌شود که مقوا کم‌کم خیس بشود و حتماً این رطوبتی که از گرمای غذا ایجاد شده باعث می‌شود اگر مقوا آلودگی داشته باشد به غذا هم انتقال یابد.



## شرکت قوطی سازی آلومینیوم کاوه KACC



- تنها تولید کننده انواع قوطی های آلومینیومی دو تکه (درب و بدنه)
- با حجم ۲۵۰ و ۳۳۰ میلی لیتر
- جهت انواع نوشابه و آبمیوه



# ره‌نمون در تجهیزات انتهای خط تولید



دستگاه چسب زن کارتن  
حمل از بغل زیر و روی کارتن



انواع چسب نواری مخصوص کارتن



دستگاه چسب زن و منگنه زن کارتن  
مجهز به درب بندی اتوماتیک



فلزیاب



کارتن ساز اتوماتیک  
همراه با چسب زنی زیر و روی کارتن



دستگاه استرج پالت



پالت کن اتوماتیک  
Palletizer



تهران. تلفن: ۰۲۱-۸۸۹۵۰۵۳۸، ۸۸۹۵۳۴۶۳، فاکس: ۸۸۹۶۲۴۸۹

Email: rahnmoon@rahnmoon.com



داشته باشد و روی قفسه فروشگاه، بتواند جلوه کند. گوشه‌های گردشده جلوی بسته‌بندی، به گونه‌ای طراحی شده‌است که هنگام در دست‌گیری و خارج‌ساختن محصول، جای بیشتری برای دستها فراهم کند و پایه‌ای پایدار هم برای آن به وجود آورد. طراحی گرافیک روی لیبل، از یک سو، و قابل دید بودن سمت چاپ‌نشده رنگی لیبل از ورای محصول شفاف، حتی در قسمت ته بسته‌بندی، آن را در میان سایر محصولات مشابه، قابل تشخیص می‌سازد. این بسته‌بندی در مسابقه NACD برگزیده نخست شد. آگاهی بیشتر: [www.esiclean.com](http://www.esiclean.com)

## تمیزی دست با بسته‌بندی برگزیده

هرچند بسته‌بندی ضدعفونی‌کننده‌ها و تمیزکننده‌های دست، بیشتر به سمت بهداشت و رعایت نکات مصرف، حرکت کردند با این حال ویروس آنفولانزای خوک‌ی توانست راه خود را در میان جمعیت مردم بگشاید. به همین دلیل تلاش‌ها برای جلوگیری از گسترش ویروس از راه شوینده‌های دست، تمرکز بیشتری را به خود جلب کرد و در بسیاری جاها مردم شوینده‌های دست را روی میز و پیشخوان و در معرض دید همگان قرار می‌دهند. به همین دلیل یکی از تولیدکنندگان تمیزکننده‌های دست، طراحی برای بسته‌بندی محصول خود درخواست کرده که ضمن اینکه نگاه مصرف‌کننده و خریدار را به خود جلب می‌کند، منظر خوبی هم داشته‌باشد و بتوان آن را روی میز قرار داد. همینطور اندازه این بسته‌بندی باید در حدی باشد که بتوان آن را در کیف دستی حمل کرد. شرکت طراح، بسته‌بندی طرح کرد که شکلی غیرعادی - نه گرد، نه صاف -



## بخرید، بپُرید، آب دهید، بخورید!

سبزی و ادویه خشک که به زیبایی بسته‌بندی شده، بسیار جالب توجه می‌تواند باشد، ولی هیچ چیز جای سبزی تازه را نمی‌گیرد. در اینجا هم ایده‌ای تازه به کمک دوستداران سبزی تازه آمده‌است؛ یک "پوچ" انعطاف‌پذیر حاوی سبزی آماده برای رشد.

مصرف‌کننده باید فقط سر "پوچ" را بریده و به ظرف دارای سبزی مقداری آب بدهد و منتظر بماند تا پس از چند روز بتواند از مصرف سبزی تازه لذت ببرد.

آگاهی بیشتر: [www.jamieoliver.com/jme/herbs](http://www.jamieoliver.com/jme/herbs)

## بسته‌بندی جدید عطر چای



در بسته‌بندی جدید، تغییراتی داده شده‌است تا نشان دهنده گرایش‌های جدید شرکت تولیدکننده در تجارت چای باشد و در حالی که طراحی مدرن و تمیز ارائه می‌کند، همچنان نشان و مهر خود را بر بسته‌بندی داشته‌و بر اجزای طبیعی آن تاکید کند. برخی از تغییراتی که در خبر مربوطه به آن اشاره شده عبارتند از: تمشک چاق و چله همچنان در مرکز طراحی لوگو قرار دارد، ولی این بار از سطح اقیانوس در دور دست، به کناره جالیز می‌رسد.

عطر چای با طعم‌های مختلفی در بازار وجود دارد، با این همه تحقیقات گسترده شرکت تولیدکننده، نشان داد که برای مصرف‌کننده‌ها شناسایی و انتخاب طعم و عطر مورد نظر، آسان نیست. به همین دلیل در طراحی جدید، لوگو و نام عطر بر روی بسته‌بندی، درج شده‌است تا مشتری راحت‌تر بتواند محصول مورد نظر خود را بیابد. در واقع کار گرافیک روی بسته‌بندی، بر عنصر مربوط به طعم متمرکز شده‌است و در نتیجه اشتها آورتر هم شده‌است. نوار رنگی مشخصی نیز به تشخیص طعم مورد نظر کمک می‌کند؛ مثلاً سبز، سیاه، سفید، قرمز و... به این ترتیب، برای هر طعمی بسته‌بندی ویژه همان طعم، طراحی شده‌است.

از جنبه‌های زیست‌محیطی نیز نکات تازه‌ای در بسته‌بندی‌های جدید رعایت شده‌است؛ با حذف علامت و نخ روی بسته‌بندی، بیش از ۱۶۵۰ تن در سال از تولید ضایعات، کاسته شده، همچنین به طور صد در صد از کارتن قابل بازیافت استفاده شده‌است.

عطر چای با طعم‌های مختلفی در بازار وجود دارد، با این همه تحقیقات گسترده شرکت تولیدکننده، نشان داد که برای مصرف‌کننده‌ها شناسایی و انتخاب طعم و عطر مورد نظر، آسان نیست. به همین دلیل در طراحی جدید، لوگو و نام عطر بر روی بسته‌بندی، درج شده‌است تا مشتری راحت‌تر بتواند محصول مورد نظر خود را بیابد. در واقع کار گرافیک روی بسته‌بندی، بر عنصر مربوط به طعم متمرکز شده‌است و در نتیجه اشتها آورتر هم شده‌است. نوار رنگی مشخصی نیز به تشخیص طعم مورد نظر کمک می‌کند؛ مثلاً سبز، سیاه، سفید، قرمز و... به این ترتیب، برای هر طعمی بسته‌بندی ویژه همان طعم، طراحی شده‌است.

از جنبه‌های زیست‌محیطی نیز نکات تازه‌ای در بسته‌بندی‌های جدید رعایت شده‌است؛ با حذف علامت و نخ روی بسته‌بندی، بیش از ۱۶۵۰ تن در سال از تولید ضایعات، کاسته شده، همچنین به طور صد در صد از کارتن قابل بازیافت استفاده شده‌است.

## نوار ایمنی بسته‌بندی چای

یک شرکت تولیدکننده چای برای مقابله با تقلب در محصولات خود، از امکانات مخفی تامین ایمنی نوار پاره‌شدنی Payne یعنی درج نام و مشخصات تولیدکننده روی نوار، استفاده کرده‌است.

این شرکت تا کنون از نوارهای پاره‌شدنی شرکت Payne برای بسته‌بندی‌های آسان باز شوی خود استفاده کرده و اینک با استفاده از مزایایی که گروه Security Essentials برای تامین ایمنی محصول، ارائه کرده‌است، در نظر دارد تا مشتری‌ان خود را نسبت به اصالت محصول مصرفی، مطمئن سازد. آگاهی بیشتر:

[www.payne-worldwide.com](http://www.payne-worldwide.com)



## بسته‌بندی جدید آرایشی

یکی از بزرگترین فروشنده‌های مستقیم محصولات آرایشی محافظت از پوست که محصولات مایع خود را در بطری‌های شیشه‌ای بسته‌بندی می‌کرد، تصمیم به تغییر فرمول و باز طراحی این محصولات گرفت. شرکت بسته‌بندی که برای این کار انتخاب شد، بطری سنتی شیشه‌ای محصولات را به بطری آکرلیک تغییر داد.

این تغییر، شرکت تولیدکننده را قادر ساخت بتواند از سیستم بدون هوا استفاده کند تا هم محصول به طور ۱۰۰٪ تخلیه شود و هم به طور کامل از آن محافظت شود. برای تکمیل بسته‌بندی، روی درب بطری با رنگ درخشان فلزی، اسپری شده و بالای درب نیز لوگوی شرکت، کنده‌کاری شده‌است.

آگاهی بیشتر: [www.fusionpkg.com](http://www.fusionpkg.com)



## پمپ عطر جدید

بر اساس خبر، معرفی عطر جدید Luna در بازار روسیه و خاورمیانه به وسیله پمپ مه پاش XD-11 از شرکت Rexam جایگاه قوی یافته است. بطری گرد عطر با تکه های تزئینی برگ شکل، پر شده است تا تجربه ای جدید برای مصرف کننده ای که آن را روی پوست و لباس خود استفاده می کند، به وجود آورد.

استفاده از پمپ جدید به همراه کاهش قطر نازل بطری عطر، بنا بر خبری که در این مورد منتشر شده است، سبب زیبایی و جذابیت بطری عطر شده، ضمن اینکه سبب ریز پاشی عطر و راحتی مصرف کننده نهایی آن شده است.

## باز طراحی بسته بندی سوپ



خانه طراحی برزیلی Casa Rex بسته بندی سوپ های Knorr را برای بازار آمریکای لاتین، باز طراحی کرده و برای این کار از تصویر اجزای طبیعی استفاده کرده است. استفاده از اجزای طبیعی، برای بسیاری از افراد که به سلامتی خود اهمیت می دهند، روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می کند. در طرح جدید، تصویرهای گرافیک روی بسته بندی، از متن های اطلاعاتی مربوط به محصول بسته بندی شده، جدا شده است.



## ”پوچ“ ایستاده گوشت آماده

روتوگرافی که به صورت معکوس بر روی بسته بندی، به کار رفته، می تواند در نگاه نخست، نظر مصرف کننده را در میان انبوه بسته های موجود در فروشگاه به خود جلب کند. اندازه آن به گونه ای انتخاب شده است که بتواند به صورت ایستاده در قفسه فروشگاه قرار داده شود.



همچنین در کیسه داخلی بسته بندی، برای تامین سهولت آماده سازی گوشت در منزل، اجزای مختلف به صورت جداگانه قرار داده شده تا در مرحله های مختلف بتوان اجزای مورد نظر را استفاده کرد و در عین حال، طعم و مزه هر یک تا هنگام مصرف، حفظ شود.

آگاهی بیشتر: [www.heinz.com](http://www.heinz.com)

هدف از طراحی و عرضه بسته بندی گوشت آماده مصرف در ”پوچ“ ایستاده، جلب توجه خریدار در قفسه فروشگاه و راحتی آماده سازی آن در منزل مصرف کننده، اعلام شده است. بنا بر خبر، چاپ

## نوشیدنی میوه ای جدید Nestle



درست در شروع فصل گرما شرکت Nestle USA عرضه نوشیدنی جدید میوه ای طبیعی خود را در بسته بندی جدید، آغاز کرده است. مدیر ”برند“ این شرکت می گوید:

”کودکان از نوشیدن نوشیدنی های گازدار لذت می برند. ولی سودا و دیگر نوشیدنی های گازدار، رنگ و شکر مصنوعی دارند.

در صورتی که نوشیدنی جدید ما می تواند به جای سودا استفاده شود که علاوه بر اینکه فاقد مواد مصنوعی است، مواد غذایی مورد نیاز کودکان را در خود دارد.“ این نوشیدنی با سه طعم سیب، توت فرنگی و پرتقال عرضه شده است.

## باز طراحی بسته بندی مواد غذایی Moma



بسته بندی مواد غذایی Moma به وسیله شرکت طراحی Pearlfisher در همه زمینه ها باز طراحی شد. بر اساس خبر، این ”برند“ که از سال ۲۰۰۶ شروع به کار کرده، شروع صبحانه با یک صبحانه سالم، پرنرژی و خوشمزه را هدف کار خود قرار داده است. شرکت طراح می گوید:

”ما از قدرت زبان و روش اتحادیه های سیاسی استفاده کردیم و ”فراخوانی برای عمل“ در قالب بسته بندی و هویت را به وجود آوردیم. پالت رنگ جدید طبیعی و غذایی است. از طرف دیگر، طراحی و تیپوگرافی، آزادانه، پرنگ، مستقیم و محرک است.“





## قوطی جدید آبجو

تازگی قوطی نوشیدنی طراحی کرده‌است که دیواره‌های آن به جای شکل استاندارد گرد، دارای صفحات گوشه‌دار است. بطری ۳۳ میلی‌لیتری نوشیدنی جدید به روش Extrusion Impact تولید می‌شود. آگاهی بیشتر: [www.samaldesign.com](http://www.samaldesign.com)

از ۲۴ ژانویه ۱۹۳۵ که Krueger آبجوی مخصوص خود را در قوطی فلزی عرضه کرد تا کنون، قوطی‌های نوشیدنی، مسیری طولانی طی کرده‌اند از نظر روش ساخت، توسعه یافته‌اند. ولی از نظر شکل ظاهری تغییر چندانی پیدا نکرده‌اند. یک طراح اهل روسیه سفید به



## بسته‌بندی سخنگو

در نخستین نمایشگاه "طراحی یونانی در قبرس" که ماه می ۲۰۱۰ برگزار شد، این بسته‌بندی به نمایش گذاشته شد؛ بسته‌بندی که به وضوح محتویات خود را ابراز می‌کند. تصویر روی بسته‌بندی به همراه عبارت "یک قاشق شکر" که روی آن نوشته شده، به صورت دیداری و نوشتاری، محتوای بسته‌بندی را ابراز می‌دارند.

## فوم حمام "کلئوپاترا" در هرم وارونه



امروز طراحان باید علاوه بر شیک بودن طرح هایشان، به ارزش‌های دیگری نیز توجه داشته باشند تا بتوانند توجه مصرف‌کننده‌ها را به خود جلب کنند. بسته‌بندی‌های آسان‌باز شو برای یک محصول بهداشت شخصی به همراه ویتزین نمایش هرمی، موضوع این طرح بوده‌است که طراحان آن به عنوان برگزیده، معرفی شدند. بسته‌ها هم به صورت هرم وارونه، طراحی شده‌اند. آگاهی بیشتر: [www.korsnas.com](http://www.korsnas.com)



## نمودار به جای جدول

یک شرکت طراحی بسته‌بندی، برای درج اطلاعات روی جعبه شیر، به جای استفاده از جدول که معمولاً به کار می‌رود، از نمودار استفاده کرده‌است. بنا بر خبر، با این روش، استفاده از اطلاعات مربوط به فرآورده شیر، راحت‌تر به وسیله مصرف‌کننده، قابل درک خواهد بود. طراح این بسته‌بندی می‌گوید:

"به تصویر کشیدن اطلاعات، بیش از روش‌های دیگر، اطلاعات مربوط به محصول را در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌دهد؛ مثلاً به این ترتیب خیلی سریع می‌توان ارتباط بین اجزای محصول، از قبیل کربوهیدرات‌ها، چربی کل، پروتئین و سدیم را نشان داد."



## بسته‌بندی بلیط مسابقه جام جهانی

به مناسبت برگزاری بازی‌های جام جهانی فوتبال، FIFA تصمیم گرفت تا برای نمایش مهمان‌نوازی برگزارکنندگان، بلیط به همراه اطلاعات مربوط به مسابقه و سایر محصولات را در بسته‌بندی ابتکاری از Burgopack عرضه کند.

این بسته‌بندی، طراحی کشویی داشته و باز کردن آن نیز مشابه نوعی بازی گزارش شده‌است. داخل جعبه، از فوم سیاه به عنوان نگهدارنده استفاده شده و جعبه دارای روکش کلی مات است.





## برنده اسکار بسته‌بندی



شرکت Ropak با ارائه ظرف یک گالنی پلاستیکی که دیواره داخلی آن با شبکه الماس‌گونه، نقش زده‌شده‌است، برنده دو جایزه مسابقه AmeriStar شد.

این مسابقه که هر ساله به وسیله انستیتوی تخصصی بسته‌بندی IOPP برگزار می‌شود، با نام "اسکار بسته‌بندی" نیز معروف است.

فن‌آوری موج الماسی این شرکت که استفاده از آن مستلزم پرداخت حق امتیاز (پاتنت) است، با ایجاد شبکه الماس‌گون روی دیواره داخلی ظرف، استحکام ساختاری بدنه آن را تقویت می‌کند.

در نتیجه می‌توان از میزان مواد مصرفی کاست، بدون اینکه از استحکام و کاربرد آن کاسته شود. کاهش گازهای گلخانه‌ای نیز یکی دیگر از مزایای این نوآوری گزارش شده‌است. میزان کاهش مواد مصرفی، ۲۳٪ و کاهش گازهای تولیدی نسبت به ظرف قبلی ۳۸٪ گزارش شده‌است.

از این فن‌آوری هم‌اکنون در ظرف‌های مختلف با اشکال و حجم‌های گوناگون گرد، مربع و مستطیل استفاده شده‌است.

آگاهی بیشتر: [www.ropakcorp.com](http://www.ropakcorp.com)



## بطری فلزی آبجو

این بطری که در فروشگاه‌های سراسر جهان عرضه خواهد شد، بر اساس خبر به گونه‌ای طراحی شده‌است که در اثر تماس، حسی خنک به فرد دست بدهد. آبجوی



Budweiser به عنوان آبجوی رسمی بازی‌های جام جهانی فوتبال ۲۰۱۰ معرفی شده و این طراحی برای افزایش فروش آن، به ویژه در طول برگزاری بازیها، انجام گرفته‌است.



## بطری آب یا عطر!

به دلیل شکل ساده و در عین حال جذاب دایره، طراحان بطری جدید آب، ترجیح داده‌اند از این شکل ساده و معروف برای طراحی خود استفاده کنند.

بطری دارای دو درپوش است؛ یکی برای بستن خود بطری و دیگری برای حفظ شکل کلی دایره‌بطری.

بطری از شیشه بازیافتی تهیه شده و هر دو درپوش پلاستیکی هستند. کل طرح به بطری عطر بیشتر شبیه است تا به بطری آب.

## بسته و پاکت پستی مسواک



شرکت Preserve برای نخستین بار، بسته‌بندی و بسته‌بندی مسواک، برای بازپس فرستادن مسواک مصرف شده که پول پست آن نیز از قبل پرداخت شده، به بازار معرفی کرده‌است. روی این

بسته‌بندی، تصویری از یک مسواک نقش بسته‌است. برای بسته‌بندی این مسواک، به جای پلاستیک سخت، از "پوچ" انعطاف‌پذیر استفاده شده‌است که به راحتی و بدون شکسته و خراب شدن بسته باز می‌شود. در نتیجه می‌توان دوباره آن به عنوان پاکت پستی استفاده کرد. ساختار "پوچ" به صورت چندلایه بوده و روی آن، به روش فلکسو، کار چاپ انجام شده‌است. روکش نهایی بسته‌بندی هم مات است. این ابتکار در بسته‌بندی، برگزیده مسابقه ۲۰۱۰ شده‌است. دسته مسواک از PP بازیافتی و به صورت انحنادار تهیه شده‌است تا به نواحی غیر قابل دسترسی دهان، راحت‌تر دسترسی داشته‌باشد، سه‌رديف موی کاملاً نونیز برای برس زدن دندانها در نظر گرفته شده‌است. آگاهی بیشتر: [www.printpack.com](http://www.printpack.com)

به جز نمک، فلفل و برخی دیگر از ادویه‌های معروف، معمولاً بقیه ادویه‌ها مصرف قابل توجهی در آشپزی خانم‌های خانه ندارند، در صورتی که بسیاری از ادویه‌ها علاوه بر تاثیر بر مزه و طعم غذا، دارای خواص خوراکی هم هستند.

این مساله نه فقط به دلیل ناآگاهی در مورد خواص این مواد، بلکه بیشتر مواقع به دلیل نوع بسته‌بندی آنهاست که سبب می‌شود خانم خانه یا کسی که در حال آشپزی است، فراموش کند که داخل کیسه یا بسته‌بندی که جایی در یکی از کابینت‌ها یا کسوهای آشپزخانه، قرار گرفته، چه چیزی وجود دارد و چه کارکردی دارد، و به همین دلیل هنگام مصرف نادیده گرفته می‌شود. یکی از دانشجویان طراحی گرافیک دانشگاه کبک مونترال، برای حل این مشکل، بسته‌های هرم‌شکل برای بسته‌بندی انواع ادویه، طراحی کرده‌است که قرار گرفتن آنها در کنار یکدیگر یا به شکل‌های مختلف، می‌تواند ضمن اینکه به نظم در آشپزخانه شلوغ کمک می‌کند، از نظر دیداری نیز جالب باشد.

## بسته‌بندی‌های جدید ادویه



# صنایع شهید باقری



## SHAHID BAGHERI INDUSTRIES

2 & 3 & 4 Color Printer  
Folder Gluer  
Cutter Machine  
Die Cut

سازنده ماشین آلات چاپ و بسته بندی  
چاپ فلکسو دو، سه و چهار رنگ  
دایکات روتاری  
لبچسب  
برش و خط زن

بهره گیری از امکانات - تجهیزات و نیروهای مجرب و متخصص و نیز استفاده از مواد اولیه مرغوب با رعایت استانداردهای ساخت و کنترل کیفی دقیق قطعات و مونتاژ از ویژگیهای بارز ماشین آلات تولیدی این صنایع میباشد.

Applying high level equipment ,employment of exprienced experts , using high quality raw material according to dustinct Q.C standards of production & assembling are some special specifications of Shahid Bagheri Industries Machineries.

4 Colors Printer With Anilux Rolls  
دستگاه چاپ چهار رنگ با سیلندرهای آنیلوکس

انواع کار گوناگون  
با تجهیزات اتوماتیک چاپ



Die Cut  
دستگاه دایکات



Die Cut Rotary  
دایکات روتاری



دستگاه فلکسو  
Automatic Flexo  
Folder Gluer



Folder Gluer  
دستگاه لب چسب



Cutter Machine  
دستگاه خط زن و برش



ADD : 9 Th Km Of Karaj Old Rode , S.Bagheri Ave.  
Theran - Iran  
Tel : (+ 98 21) 66250001 -66250776  
Fax : (+98 21) 66250007  
www.shahidbagheri.ir

آدرس: تهران - کیلومتر ۹ جاده قدیم کرج - جنب کارخانه بستنا  
تلفن: ۶۶۲۵۰۰۰۱ - ۶۶۲۵۰۷۷۶ - ۶۶۲۵۰۰۰۷ شماره

## بسته بندی جدید روغن موتور کویتی



شرکت Kuwait petroleum International از بسته بندی کیسه در جعبه برای روغن موتور ۲۰ لیتری (5.28-gal) خود استفاده می کند و یکی از مسوولین شرکت در این ارتباط می گوید: "شکل جدید بسته بندی نسبت به بشکه های پلاستیکی قبلی، ۸۴٪ ضایعات کمتری تولید می کند." مقوای کروگیت بیرونی ظرف، قابل بازیافت و ضد آب است. آگاهی بیشتر: [www.dssmith-packaging.co.uk](http://www.dssmith-packaging.co.uk)



## بطری پوشش دار PET

یک شرکت بلژیکی، برای آبجوی تولیدی خود، از بطری های پوشش دار و نفوذناپذیر برای بسته بندی آبجو، در سه اندازه، استفاده می کند. خط تولید این نوع بطری، از یک ماشین قالب گیری دمشی، یک ماشین روکش کننده، یک نقاله هوایی، یک ماشین دور پیچی شریک و یک قسمت پالت کننده، تشکیل شده است و می تواند ۱۲ هزار بطری در ساعت را تولید کند. بطری قابل بازیافت PET در طی مرحله روکش کاری، روکشی نازک از شیشه دریافت می کند که سبب می شود اکسیژن نتواند وارد بطری شود و از طرف دیگر، دی اکسید کربن نتواند از بطری خارج شود. در نتیجه عمر قفسه آبجو افزایش یافته و طعم آن بهتر باقی می ماند. آگاهی بیشتر: [www.khs.com](http://www.khs.com)

## برنده جایزه WorldStar

بسته بندی چای Tstix که از سوی بخش بلژیکی شرکت Flexibles Amcor ارائه شده، برنده جایزه برنز مسابقه جهانی بسته بندی WorldStar شده است. این بسته بندی بیش از ۱۱۰۰ سوراخ ریز دارد و به عنوان جایگزین کیسه چای یا "تی بگ" قابل استفاده است. مصرف کننده، فقط لازم است این بسته را درون فنجان از آب داغ، قرار دهد و آن را به هم بزند تا چای به اندازه ای که مایل است، پرتنگ شود. از مزایای استفاده آن، راحتی و قابلیت کنترل طعم، برشمرده شده است که شرکت تولید کننده آن را برای سایر نوشیدنی های فوری (قهوه یا نوشیدنی های میوه ای) نیز، پیشنهاد کرده است.



## شیر بخار بسته بندی

شیر بخار که برای غذاهای بسته بندی شده، معرفی شده است، می تواند مواد بسته بندی شده که برای پخت، در آن یا ماکروویو قرار خواهند گرفت، در برابر آلودگی ها، محافظت کند. سیستم شیر بخار به گونه ای طراحی شده است که آب بندی محکمی را برای سوراخی که روی بسته بندی انعطاف پذیر قرار داده شده است، فراهم می کند. هنگام پخت، در دمای معینی باز شده و به بخارهای تولید شده، اجازه می دهد تا خارج شوند و ساختار برش خورده یا لایه سوراخ شده، به نمایش در خواهد آمد. استفاده از شیر خارجی برای خروج بخار، به طراح اجازه داده است تا بدون تغییر اساسی در ساختار بسته بندی، امکان خروج بخار غذا را به هنگام پخت آن، فراهم کند. شیرهای بخار کاملاً شفاف بوده و می توان روی آنها را با متن، تصاویر گرافیک یا لوگو، چاپ کرد. آگاهی بیشتر: [www.averdennison.com/avy/en](http://www.averdennison.com/avy/en)



## کیسه جدید زیپدار

Zipbox جعبه قابل آب بندی مجددی است که در Expo 2009 Pack معرفی شد. جعبه، ترکیبی است از بهترین اجزای جعبه تا شده، با "پوچ" زیپدار که پس از پر شدن، تا می شود. در مورد ویژگی های این جعبه به موارد زیر اشاره شده است: حذف نیاز به لایه داخلی، استفاده بهینه از فضا به دلیل مستطیل شکل بودن جعبه، صرفه جویی در استفاده از مواد اولیه به دلیل عدم نیاز به استفاده از لایه داخلی. استفاده از این جعبه برای بسته بندی غذاهای آماده، شیرینی های کوچک، غذاهای منجمد و کالاهای غیر خوراکی مثل پودرهای پاک کننده، پیشنهاد شده است.





## دري با رنگ متغير

سیستم درپوش هوشمند که رنگ آن با تغییر دمای قهوه درون آن، تغییر می‌کند، برنده مسابقه بسته‌بندی Aemristar شده‌است. این درپوش هنگامی که روی لیوان قهوه گرم قرار می‌گیرد، از قهوه‌ای تیره به قرمز روشن تغییر رنگ می‌دهد و دوباره با سرد شدن قهوه، به رنگ قهوه‌ای تیره خود باز می‌گردد.



## کمک به کمبود آب

کیسه‌های پانزده و هزار لیتری از جنس PE و VLDPE به صورت کیسه در جعبه به کمک ساکنین ایرلند که به دلیل بدی هوا مخازن آب خود را از دست دادند، آمده‌اند. فن‌آوری کیسه-در-جعبه Rapak اخیراً به عنوان روش بسته‌بندی برای بسیاری از آب‌های بسته‌بندی شده، درآمده‌است. این شرکت نوعی فیلم خاص و کم‌رنگ را توسعه داده‌است که از واکنش پلیمر

کیسه‌های پانزده و هزار لیتری از جنس PE و VLDPE به صورت کیسه در جعبه به کمک ساکنین ایرلند که به دلیل بدی هوا مخازن آب خود را از دست دادند، آمده‌اند. فن‌آوری کیسه-در-جعبه Rapak اخیراً به عنوان روش بسته‌بندی برای بسیاری از آب‌های بسته‌بندی شده، درآمده‌است. این شرکت نوعی فیلم خاص و کم‌رنگ را توسعه داده‌است که از واکنش پلیمر

## مخزن حمل مواد خطرناک



مخزن‌های شش لایه (Containers) از شرکت Schutz با روکش EVOH، پس از آزمایش‌هایی که با همکاری شرکت Bayer انجام گرفته‌است، به جای مخزن‌های فلزی برای حمل مواد خطرناکی مانند TDI (تولوئن دی‌ایزوسیانات) قابل استفاده اعلام شد. تا به حال ماده TDI که برای تولید پلی‌یورتان مصرفی در صنعت کفش و خودرو مورد استفاده قرار می‌گیرد، به طور عمده در بشکه‌های فلزی حمل و نقل می‌شد، چرا که تماس روکش HDPE کامپوزیت‌های معمولی IBC، سبب تورم روکش تا حد ۱۳٪ و تغییر ویژگی آن تا ۲۰٪ خواهد شد. آگاهی بیشتر: [www.schutz.net](http://www.schutz.net)

## نوار پاره‌شدنی بسته‌های مختلف

نوارهای پاره‌شدنی، به وسیله شرکت Payne برای راحتی مشتریان، هنگام مصرف محصولات مختلف، معرفی شده‌است که بنا بر خیر، در عین حال فرصت معرفی "برند"، ایمنی و تمیزی و دسترسی سریع به محصول را فراهم می‌کند. نوار پاره‌شدنی، ابزاری است که به مصرف‌کننده، امکان می‌دهد فیلم اسلیورا به صورت ایمن و سریع از روی بطری، بسته‌های سوپ، نوارهای نوشیدنی یا سایر فرآورده‌های مصرفی یا حتی محصولاتی که در بسته‌بندی‌های با اشکال نامتعارف عرضه شده‌اند، برداشته و به شکلی تمیز، ایمن و سریع به محصول دسترسی پیدا کرد. آگاهی بیشتر: [www.payne-worldwide.com](http://www.payne-worldwide.com)



## قوطی و لیوان نوشیدنی

قوطی نوشیدنی که با همکاری دو شرکت Crown و SABMiller به مناسبت بازی‌های جام جهانی فوتبال آفریقای جنوبی عرضه شده‌است، نخستین قوطی است که با برداشتن کامل درب آن، می‌تواند به لیوان نوشیدنی تبدیل شود. این قوطی کاملاً قابل بازیافت گزارش شده‌است.



## بسته‌بندی جدید آدامس



یک شرکت معتبر در زمینه ارائه راه‌حل‌هایی برای اسلیو، لیلی برای یک محصول جدید شرکت Cardbury ارائه کرده و ابراز امیدواری شده که اسلیو جدید، تحولی در بازار آدامس به وجود خواهد آورد. بسته‌بندی که به وسیله این شرکت معرفی شده، به صورت کره بوده که حاوی ۷۰ قطعه آدامس است. یکی از مدیران شرکت

تولیدکننده آدامس می‌گوید: "استودیوی شرکت International Sleever می‌تواند ضمانت کند که طراحی بسته‌بندی می‌تواند از حالت صاف به حالت کروی درآید، بدون اینکه زیبایی طرح، خراب شده یا از بین برود." مدیرفروش شرکت Sleever International هم می‌گوید:

"ما با برخی چالش‌ها روبرو بودیم و از فیلم اسلیو SI-OPS-TF / 060 با ویژگی‌های ضد پارگی بسیار خوب استفاده کردیم تا از بیشترین ایمنی محصول، مطمئن باشیم. این فیلم را به جای بخار، می‌توان با استفاده از سیستم فوق بنفش روی بسته‌بندی، شریک کرد، تا در طول فرآیند بسته‌بندی، هیچگونه صدمه‌ای به محصول وارد نشود."

آگاهی بیشتر: [www.sleever.com](http://www.sleever.com)

## تحول در بسته‌بندی K3



K3-E شکل کلاسیک بسته‌بندی و ترکیبی از پلاستیک-مقوا با مزایای جدید است. از ترکیب جدید در لیوان و ظرف برای مصارف تزئینی و

ارتباطی استفاده می‌شود. مقوای بازیافتی یا مقوای تهیه شده از الیاف طبیعی برای ساخت اسلیو مقوایی مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای ظرف جدید، به دلیل استفاده از الیاف بازیافتی و مواد خام تجدیدپذیر، مزایای زیست‌محیطی بسیاری مطرح شده است که از جمله آن موازنه بالاتر در زمینه آزادسازی CO2 در محیط زیست، و کاهش هزینه‌های بازیافت است. برای مصرف‌کننده‌ها نیز در رابطه با بازیافت، به مزایایی از قبیل سهولت جداسازی پلاستیک و مقوا با استفاده از نوار پاره‌شدنی، و بهبود کارایی استفاده از انرژی به دلیل سبک بودن آن اشاره شده است. هر دو روی اسلیو مقوایی قابل چاپ است و همچنین از روش کنده‌کاری و چاپ موضعی می‌توان برای آن استفاده کرد.

## درب جدید کارتن نوشیدنی

درب دو تکه جدید پیچی برای کارتن‌های نوشیدنی به جای درهای سه تکه موجود، به وسیله شرکت Terxo معرفی شده است. این درها، مناسب، ایمن و بهداشتی، معرفی شده‌اند. هنگام باز کردن کارتن، درب پیچی TerxoCut



در امتداد مسیر سوراخ‌های روی لایه می‌شکند؛ این ابزاری برای جلوگیری از دستکاری کارتن به شمار می‌رود. این لایه در ضمن، تازگی و طول عمر محصول را تضمین می‌کند. TerxoCut پس از باز شدن کارتن نوشیدنی، به استفاده‌کننده کمک می‌کند تا محتویات درون کارتن را به صورت تمیز و بدون چکه، مصرف کند و پس از آن نیز دوباره در کارتن را به طور مطمئن ببندد. مسوول بازاریابی و فروش شرکت می‌گوید: "درب دو تکه ۳۰٪ سبکتر از درب سه تکه است و بنابراین از نظر مصرف مواد و هزینه، به صرفه‌تر است." آگاهی بیشتر: [www.terxo.com](http://www.terxo.com)

## ظرفی باز هم سبکتر

شرکت طراحی RPC در پاسخگویی به درخواست بازار مصرف برای کاهش وزن بسته‌بندی تا جایی که ممکن است، ظرفی جدید را طراحی و عرضه کرده است. بر اساس گزارش رسیده، کوشش شده تا بدون از دست دادن کارایی آن، وزن ظرف در جاهایی که کمترین تاثیر را در کارایی آن دارد، به کمترین میزان خود برسد. تا کنون ظرف‌های ۳۰۰ و ۶۰۰ گرمی به بازار عرضه شده‌اند و چنانچه در گزارش آمده است، سایر اندازه‌ها نیز در ماه‌های آینده، معرفی خواهند شد. این ظروف شفاف، استحکام لازم برای استفاده در ماکروویو دارند و در ضمن دارای ویژگی ضد دستکاری و تقلب نیز هستند.

آگاهی بیشتر: [www.rpc-blackburn.co.uk](http://www.rpc-blackburn.co.uk)



## نسل جدید بسته‌بندی پنیر



یکی از بزرگترین تولیدکننده‌های پنیر در انگلستان، به طور رسمی جدیدترین بسته‌بندی باز و بسته‌شو را برای بسته‌بندی پنیر تولیدی خود، معرفی کرد. این نوع بسته‌بندی با نام Grip Strip که برای مصرف هر روزه، درازمدت و استفاده‌های مکرر طراحی شده است، به طور محکم بسته‌شده و تازگی محصول را حفظ می‌کند. ماده‌ای که برای تولید این بسته‌بندی مورد استفاده قرار گرفته، پلی اتیلن گرید مواد غذایی است. مرکز نوآوری این تولیدکننده با کمک یک شرکت متخصص در تکنولوژی به نام APLIX، تکنولوژی hook & loop را در صنعت بسته‌بندی مواد غذایی به کار برده است.

آگاهی بیشتر: [www.aplix.com/en/markets/packaging](http://www.aplix.com/en/markets/packaging)





## درب Ergo مناسب چسب

نه فقط در صنعت مواد غذایی، بلکه در صنعت چسب نیز استفاده تمیز و ایمن، لازم است. درب Ergo

برای تضمین خروج تمیز چسب از بسته، طراحی و ارائه شده است. این در که با سه طرح مختلف عرضه شده است، به بطری های استاندارد چسب با حجم های ۲۰، ۵۰ و ۱۰۰ میلی لیتر قابل نصب است. این درها در اثر حرکت پیچشی ساده باز می شوند، بدون اینکه کاملاً از بطری برداشته شوند. به همین جهت، همیشه متصل به بطری باقی مانده و گم نخواهند شد. پس از مصرف نیز با گرداندن آن به سمت راست، حلقه پلاستیکی چسبیده به درب، به داخل سوراخ

خروجی آنها به وسیله چسب خشک شده، مسدود نخواهد شد. نوآوری جدید که در سال ۲۰۰۹ جایزه بسته بندی آلمان را به خود اختصاص داد، درب با دکمه رهاساز همراه آن است. درب پلاستیکی ضد تقلب به ویژه برای صنعت چسب، ابداع شده است. اکنون پس از باز کردن درب پیچی، کارتن را می توان با استفاده از یک دست، باز و بسته کرد و محصول داخل کارتن سریعتر قابل استفاده است. آگاهی بیشتر: [www.terxo.com](http://www.terxo.com)

بطری چسب فرو می رود و آن را آب بندی می کند. درب به گونه ای طراحی شده که چسب باقیمانده در بطری چسب را، حتی پس از چندین بار مصرف، در برابر اکسیژن و رطوبت محافظت می کند و جلوی هدر شدن حدود ۳۰٪ از محصول را می گیرد. در نتیجه استفاده از این نوع درب برای تیوب های چسب، بر اساس خبری که در این مورد منتشر شده است، حتی چسب های فعال در صورتی که در ظرف باقی بمانند، خشک و غیر قابل استفاده نخواهند شد، همچنین جلوی

## نگهداری ایمن سوخت



ظرف پنج لیتری کواکستروند شده، بر اساس خبری که منتشر شده است، مناسب نگهداری مواد فرار است. طراحی این ظرف، بر اساس برآورده سازی الزامات بازاریابی محصول، طراحی مدرن، کاربری مناسب و رعایت نکات تزئینی، انجام شده است؛ ظرف در قفسه قرار گرفته و محصول داخل بسته بندی را به صورت مطمئن نگهداری کرده و از مصرف کننده، محافظت به عمل می آورد.

این ظرف، برای محصولاتی از قبیل نرم کننده ها، مواد شیمیایی و پاک کننده های مورد استفاده در خانه و باغ، مناسب اعلام شده و از HDPE به تنهایی یا به روش کواکستروژن، از دو ماده HDPE/PA قابل تولید است. ظرف دو لایه، خواهد توانست موادی که فرارتر هستند، به ویژه موادی که پتروشیمیایی بوده و نیازمند حفاظت بیشتری هستند را بهتر نگهداری کند.

در نظر گرفتن دسته ای که به صورت ارگونومیک طراحی شده و در نظر گرفتن نواری که تشخیص سریع میزان ماده باقیمانده در ظرف را نشان می دهد، کاربرد درب مقاوم در برابر دستکاری کودک، از جمله مواردی است که در طراحی این ظرف در نظر گرفته شده است. سطحی که برای برچسب گذاری در نظر گرفته شده است، وسیع است تا با نیازهای مصرف کننده، قابل انطباق باشد.

آگاهی بیشتر: [www.rpc-montpont.fr](http://www.rpc-montpont.fr)

## میوه های هندسی در راه هستند

مهر: یک شرکت تایوانی در یازدهمین نمایشگاه بین المللی غذا و نوشیدنی در کوالالامپور اقدام به فروش هندوانه های مکعبی شکل کرد. این هندوانه دارای ۶ وجه برابر است و طول هر ضلع آن ۲۴ سانتیمتر می باشد. مسئول این شرکت تایوانی هدف از پرورش هندوانه مکعبی را تسهیل در امور بسته بندی و حمل و نقل اعلام کرد.

وی با اعلام این که قیمت تمام شده این هندوانه متناسب با نیاز بازار تعیین شده، افزود: تایوان در آینده در نظر دارد میوه های بیشتری را با اشکال هندسی که مناسب برای حمل و نقل باشند پرورش داده و به بازارهای جهانی عرضه نماید. یازدهمین نمایشگاه بین المللی غذا و نوشیدنی امروز پنجشنبه با سخنرانی وزیر کشاورزی مالزی آغاز بکار کرد.



## درهای سبک

شرکت Bericap سری درهای DoubleSeal Super Shorty تولیدی خود را با توسعه LinearSeal SuperShorty، تکمیل کرده است. این در، از نوع دو قسمتی بوده و با استفاده از پلی پروپیلن و لایه EVA که آزادانه می چرخد، ساخته شده است. نوع DoubleSeal Super Shorty به صورت یک قسمتی و با وزن های مختلف، در دسترس قرار دارد. همچنین نوع دو قسمتی و سه قسمتی درب ورزشی نیز به بازار عرضه شده است. بنا بر خبری که در این رابطه منتشر شده است، تمامی درب های پیچی این شرکت را می توان به امکان حذف اکسیژن، مجهز کرد. آگاهی بیشتر: [www.bericap.com](http://www.bericap.com)



## تیوب و درب لولایی گرد



تیوب و درب گرد یکپارچه آن به وسیله Wide Packaging World ارائه شده و دارای حق امتیاز استفاده (پاتنت) است، بدون اینکه هزینه اضافی ناشی از تیوب و درب دو تکه به آن افزوده شود. این محصول جدید، دارای امکان گسترده انتخاب برای مصرف کننده، گزارش شده است. درب این تیوب که به صورت لولایی (Flip-top) طراحی شده، بخشی از تیوب به شمار می رود و به همین دلیل هیچگاه شل نمی شود و همواره در جای درست خود و در همان جایی که روی درب چاپ شده است، قرار می گیرد. این تیوب برای نگهداری نمونه ها و محصولات که روی پیشخوان به فروش می رسند، مناسب اعلام شده است.

آگاهی بیشتر: [www.wwpinc.com](http://www.wwpinc.com)

## چاپ روی بطری آلومینیومی

عصاره میوه، در بطری آلومینیومی ۳۳ میلی لیتری، با چاپ بسیار خوب، به وسیله شرکت System U عرضه شده است. از نظر تولیدکننده این محصول، فرمول مورد استفاده در این بطری ها، دارای میزان میوه زیادی است و بطری حاوی این مواد، باید به برجستگی، روی قفسه نمایش داده شود تا شایسته این محصول باشد. به همین دلیل، روی بطری ها، طرح های جالب با وضوح بسیار خوب و به روش افست، روی بطری نقش زده شده اند. این تصاویر، روی زمینه نقره ای نقش زده شده اند تا تشخیص فوری آنها را روی قفسه فروشگاه، امکان پذیر کنند. آگاهی بیشتر: [mbettinger@boxal.com](mailto:mbettinger@boxal.com)



## بسته بندی های تزئینی

یک شرکت آمریکایی، گروهی بسته بندی تزئینی آماده برای بسته بندی شمع، غذا، سوپ و سایر محصولات مشابه را عرضه کرده است.

جعبه های استاندارد را می توان همراه با لایه ها و منقسم های مختلف، با یکدیگر تلفیق کرد تا برای بسته بندی کالای مورد نظر، قابل استفاده شود. چاپ تمام رنگ، طلاکوبی و کنده کاری نیز روی جعبه ها قابل انجام است.

جعبه ها می توانند لایه های قالب گیری شده، جداکننده و روکشی سخت تا از PVC نرم داشته باشند.

بسته بندی های سفارشی نیز به تعداد بیش از ۵۰۰ عدد به وسیله شرکت، قابل تولید و عرضه اعلام شده است.

آگاهی بیشتر: [www.masonbox.com](http://www.masonbox.com)



## ظروف جدید قابل کمپوست

شرکت Van Der Windt در انگلستان، انواع جدیدی از محصولات قابل تجزیه زیستی را به بازار ظروف غذا در انگلستان، ایرلند، کشورهای بنلوکس و دانمارک معرفی کرده است. سینی، کاسه، و ظروف غذای ساخته شده از لیاف طبیعی، در شش مرحله شکل دهی و سترون سازی، تولید شده و چنین ادعا شده که در فاصله دمایی ۲۵-۳۰۰ درجه سانتیگراد، مقاومت دارند. این ظروفها در بخشهای کشاورزی و سرو غذا، قابل کاربرد



گزارش شده و انتظار می رود به ویژه به عنوان ظرف میوه و سبزی و نیز ظرف غذای "توراهی" موفق باشد. شرکت تولیدکننده، اعلام کرده است محصولات جدید با فیلمهای تجزیه پذیر زیستی و قابل کمپوست این شرکت، می تواند به خوبی کار کند.

## خشک کن داخل دیواره



پلیمری که در داخل دیواره بسته بندی، قرار داده شده است، می تواند تا دو برابر وزن خود، رطوبت را جذب کرده و در خود نگه دارد. از آنجا که میزان جذب آب ماده مورد استفاده، قابل کنترل است، برای رطوبت داخلی ظرف، می توان مقدار

مشخصی را در نظر گرفت و آن را در تمامی طول عمر محصول، حفظ کرد. این ماده را می توان با هر پلیمری و با استفاده از هر فرآیندی، قالب گیری کرد. بر اساس خبری که در این مورد منتشر شده است، در حال حاضر، بطری های DryKeep به صورت تک لایه و چند لایه، و در اندازه های مختلف، در بازار وجود دارند.

آگاهی بیشتر: [www.tricorbraun.com](http://www.tricorbraun.com)

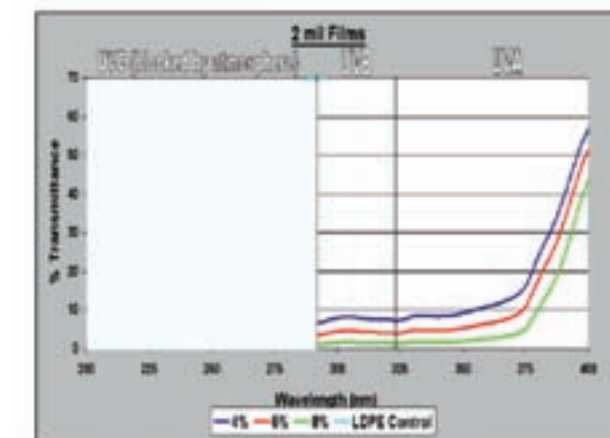
## فیلمی مناسب لایه گذاری پر سرعت



شرکت Ampac Flexibles فیلمی جدید معرفی کرده است که گفته می شود برای کاربردهای فرم/فیل/سیل پر سرعت مناسب است. بنا بر خبر، این فیلمها در دمای ۴۰ درجه سانتیگراد آب بندی حرارتی می شوند که کمتر از دمای دیگر مواد لمینیت است. به همین دلیل، زمان تولید کوتاه تری خواهند داشت. در مورد کاربردهای این فیلم، به PET متالایز، فویل و فیلم شفاف اشاره شده که برای بسته بندی محصولات از قبیل داروها، لوازم بهداشت شخصی و محصولات مصرفی، مناسب است. همچنین برای دور پیچی بسته بندی های مختلف، قابل استفاده است.

## مسترچ جاذب UV

جذب کننده اشعه ماورای بنفش جذب کننده ماورای بنفش جدیدی که از سوی شرکت Ampacet معرفی شده است، با کارایی بیشتری از محتویات بسته بندی فیلم پلی اولفین در مقابل صدمات نوری محافظت خواهد کرد. مسترچ موجب محافظت از تصویر "برند" شده و مدت زمان ماندگاری محصول را افزایش می دهد. محافظت بیشتر از محتویات بسته برای کاربردهای فیلم نازک از دیگر مزایای این فناوری است.



## نخستین نوشیدنی اسیدی در PET

نوشابه های MADE نخستین نوشیدنی های با اسیدیته بالا و عمر طولانی قفسه هستند که به صورت اسپتیک در بطری PET عرضه شده اند. بر اساس خبری که منتشر شده برای تامین عمر قفسه طولانی نوشیدنی چای سبز همراه با طعم های مختلف میوه ای، از مواد افزودنی نگهدارنده شیمیایی استفاده نشده، بلکه بطری های روکش شده با Plasmox مورد استفاده قرار گرفته است. در این روش، لایه شفاف و بسیار نازکی از اکسید سیلیکون از داخل بطری، روی PET روکش می شود تا نوشیدنی داخل بطری را در برابر هجوم اکسیژن محافظت کند و همزمان مانع از جذب ماده استریل کننده به وسیله PET شود. این ماده در فرآیند پر کردن اسپتیک بطری، در داخل بطری به کار می رود. برخلاف بسیاری از PET های نفوذناپذیر، لایه Plasmox که در بدنه داخلی بطری کشیده می شود، به راحتی و ضمن فرآیند باز یافت PET بر داشته می شود و بنابراین ماده باز یافتی را آلوده نمی کند. از طرف دیگر، از آنجا که این لایه با گذشت زمان، تجزیه نمی شود، زمان انبارش بطری را محدود نمی کند.

آگاهی بیشتر: [www.ball.com](http://www.ball.com)





## فویل ضد تقلب

مشکل ایجاد می‌کند. در مورد کاربردهای این فویل، به فویل پلیستر، فویل ضد دستکاری کودک، فویل سرد، "پوچ"، ساشه، آب‌بندی حرارتی بطری‌ها و بسیاری موارد دیگر اشاره شده‌است. برای فرآیند این فویل، لازم نیست هیچ تغییری در فرآیند یا مشخصات دستگاه تولیدی ایجاد شود و از همه عملیات لایه‌گذاری، روکش‌کاری، چاپ، یا ورنی مثل سایر فویل‌های معمولی می‌توان استفاده کرد. آگاهی بیشتر: [www.buckfoils.com](http://www.buckfoils.com)



فویل آلومینیوم شرکت Constatia Hueck ویژه برای بسته‌بندی اولیه صنعت داروسازی، معرفی شده‌است. بر روی این فویل، بر اساس خبری که منتشر شده‌است، می‌توان تصاویر ظریف گرافیکی، متن، لوگو را مستقیماً درج کرد. از آنجا که تصاویر کنده‌کاری می‌شوند، نمی‌توان آنها را برداشت که برای کسانی که در بسته‌بندی داروها تقلب می‌کنند،

## ظاهر آینه‌ای با مستریچ جدید

مستریچ UltraChrome ظاهری آینه‌مانند به قطعات پلاستیکی قالب‌گیری شده می‌بخشد. بنا بر خبری که در این مورد منتشر شده‌است، قطعاتی که با استفاده از این مستریچ رنگ شده‌باشند، ظاهری چشمگیر به دست می‌آورند که خراب نشده و خراش برنمی‌دارند. بر اساس خبر، علاوه بر بکنواختی قطعات رنگ‌شده با مستریچ، هزینه استفاده از این مستریچ، کمتر از متالایز کردن در حلاء و رنگ‌آمیزی است و در ضمن زمان تولید کمتری نیز خواهد داشت؛ چون لازم نیست قطعه آماده به محل رنگ‌آمیزی یا متالایز کردن، حمل شده و هزینه و وقت اضافی صرف شود. همچنین آزاد شدن میزان دی‌اکسید کربن نیز به دلیل حذف مرحله رنگ‌آمیزی، کاهش می‌یابد. کاربردهایی که برای این قطعات پیشنهاد شده، عبارتند از بسته‌بندی، وسایل آرایشی، وسایل خانگی، وسایل مصرفی، قطعات ماشین و بسیاری موارد دیگر. آگاهی بیشتر: [www.ampacet.com](http://www.ampacet.com)



## مقوای بسته‌بندی شکلات



مقوای Carta Solida شرکت M-real به عنوان مقوای مناسب جعبه شکلات برای مراسم بزرگداشت ازدواج پرنسس سوئد در نوزدهم ژوئن ۲۰۱۰ برگزیده شد. قابلیت چاپ این مقوا، آن را به انتخابی مناسب برای این کاربرد تبدیل کرده‌است. شکلات‌ها به صورت بدون پوشش در جعبه قرار می‌گیرند. پس از باز شدن جعبه، تصویر تمام‌رنگی پرنسس و شوهرش روی درپوش جعبه به چشم می‌خورد. در قسمت بیرونی و روی جعبه نیز مهر رسمی مراسم، تصویری از زوج و طرحی که با فویل طلایی نقش زده شده، بر روی طرحی از قصر سلطنتی به چشم می‌خورد. آگاهی بیشتر: [www.m-real.com](http://www.m-real.com)

## پلی‌اتیلن به جای نایلون

فرم/فیل/سیل عمودی می‌تواند استفاده شود. بر اساس خبر، با وجود آلودگی نیز می‌توان این فیلم را در دمایی کمتر از PET و سایر فیلم‌های مشابه، آب‌بندی حرارتی کرد. این فیلم با ضخامت‌های ۴-۱۳ میکرون و به صورت آماده برای چاپ با جوهرهای آب‌پایه یا حلال‌پایه، به بازار عرضه شده‌است. آگاهی بیشتر: [www.brentwoodplastics.com](http://www.brentwoodplastics.com)

فیلم تک‌لایه METSFT فیلم تک‌لایه PE است که بر اساس خبر، برای بسته‌بندی‌های با عمق زیاد به جای نایلون و فیلم‌های چندلایه کواکستروود شده برای غذاهای یخ‌زده، قطعات پزشکی، الکترونیکی و نامه‌های پستی، می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. این فیلم استحکام مذاب زیادی داشته و در ماشین‌های



## روبات کارت‌کن

آنها را در کارت‌کن قرار می‌دهد. کدگذاری و بازرسی در داخل کارت‌کن انجام می‌گیرد.

بر اساس گزارش، این دستگاه می‌تواند تا ۹۰ کارت‌کن به اندازه تا ۱۰×۴.۵ اینچ را در یک دقیقه پر کند. تغییر کار دستگاه در کمتر از ۱۵ دقیقه انجام می‌شود. آگاهی بیشتر:

[www.msmachine.com](http://www.msmachine.com)



۳۰۰ کارت در دقیقه سرعت روباتی است که کارت‌های بلیستر را جدا کرده و داخل کارت‌کن می‌گذارد تا جای کمتری در کارت‌کن بگیرد و در هزینه‌های حمل و نقل و مقوا، صرفه‌جویی شود. دستگاه با سرعت ۳۰۰ کارت در دقیقه، آنها را از دستگاه بالادست خود دریافت کرده و پس از دسته‌بندی،

## ماشین شوینده

آب استریل، هوای فشرده، آب اکسیژنه، پاراستیک اسید و بسیاری از مواد شیمیایی تمیزکننده، می‌تواند استفاده کند.

ساختار دستگاه، از فلز ضد زنگ (استینلس استیل) بوده و مجهز به حفاظ، دستگاه هدایت دود و سقفی برای ایمنی کاربر است.

آگاهی بیشتر: [www.foggfiller.com](http://www.foggfiller.com)

ماشینی که به وسیله شرکت Fogg Filler معرفی شده، به عنوان بخشی از سیستم پرکن با سرعت‌های کم تا متوسط طراحی شده است. بر اساس خبری که در این مورد منتشر شده است، این ماشین بیشترین زمان تماس را برای تامین بهداشت بیشتر، فراهم کرده و از بسیاری تمیزکننده‌ها مانند الکل، آب،



## خشک‌کن مادون قرمز

ماشین شش رنگ K2-500 مجهز به خشک‌کن مادون قرمز است که برای استفاده از جوهرهای آب-پایه به صورت بهینه درآمده است. شرکتی که از این دستگاه چاپ برای چاپ روی بسته‌بندی‌های خود استفاده می‌کند، اکنون می‌تواند با استفاده از امکانات جدید دستگاه، با سرعت متوسط ۷۵ متر بر دقیقه کار بسته‌بندی را انجام دهد. آگاهی بیشتر: [www.k2flexo.com](http://www.k2flexo.com)



## دربندی راحت و سریع

طراحی و ساخته شده تا با استفاده از "فرم‌های قابل تعویض، برای محصولات مختلف، به راحتی قابل تنظیم باشند.

هر "فرم" به طور معمول برای چندین محصول مختلف قابل استفاده است و تولید محصول جدید، به معنای سرمایه‌گذاری روی خط جدید تولید نخواهد بود.

برای تولیدکنندگان محصولات بهداشتی، آرایشی و بهداشت خانه که میزان سفارش متوسط دارند، گاهی لازم است تنظیم دستگاه پرکن و دربندی را برای مطابقت با بطری‌های مختلف با اندازه‌های گوناگون، تا ده بار در هفته، تغییر دهند. سیستم‌های دربندی و درگذاری بطری‌ها در این ماشین به گونه‌ای

## پری‌فرم استریل به جای بطری استریل

شرکت Byrne Dairy نخستین شرکت آمریکایی است که سیستم دمشی/پرکن/درگذاری Perdis را نصب کرده است. بر اساس خبر، در این سیستم که به وسیله شرکت Sidel توسعه یافته است، به جای کل بطری PET، پری‌فرم بطری که کوچکتر است، استریل می‌شود. به همین دلیل این سیستم که به وسیله شرکت Sidel "استریل سازی خشک" نام‌گذاری شده، ارزانتر است و از آب اکسیژنه و آب کمتری برای عمل استریل سازی استفاده می‌کند.

آگاهی بیشتر: [www.sidel.com](http://www.sidel.com)



با تغییر "فرم" قابل تعویض (قسمت زرد رنگ)، به راحتی می‌توان ماشین را برای پر کردن بطری‌های مختلف، تنظیم و استفاده کرد

## سترون ساز درب



تقریباً هر خط پرکن دیگر، به صورت یکپارچه درآورد. آگاهی بیشتر: [www.fogfiller.com](http://www.fogfiller.com)

دستگاهی که شرکت Fog Filler برای سترون کردن دربها معرفی کرده است، بنا بر خبری که منتشر شده، به گونه ای طراحی شده بود که ۵۰-۹۹٪ ارگانیک های خطرناک را از بین ببرد، ولی بر اساس خبر جدید، با بهبودی که در دستگاه ایجاد شده است، اکنون این دستگاه می تواند با بازدهی بیشتری عمل سترون سازی را انجام دهد. با سترون سازی هر دو طرف درب به صورت همزمان، خطر انتقال آلودگی ها به محیط پر کردن بطری، کاهش یافته است. بر اساس خبر، این دستگاه را می توان با سیستم پرکن جدید شرکت یا



## پرکن کره بادام زمینی

ماشین 6P-64H از شرکت Hinds-Bock می تواند به طور خودکار، ظرف های پلاستیکی یا شیشه ای با گنجایش ۸ تا ۶۴ oz را با محصولات از قبیل کره بادام زمینی پر کند. ماشینی که به تازگی معرفی شده، به صورت هیدرولیکی کار کرده و با سرعت تا ۱۵۰ ظرف در دقیقه می تواند کار کند. از جنبه های ویژه ای که برای این ماشین مورد اشاره قرار گرفته، قیف ایزوله شده آن و امکان تغییر اندازه ظرف بدون نیاز به تعویض قطعه است. آگاهی بیشتر: [www.hinds-bock.com](http://www.hinds-bock.com)

## جوهر افشان کارا کتر بزرگ

چاپگر Videojet شرکت Unicorm II برای چاپ تک یا دو خطی روی بسته بندی ثانویه، مثل جعبه ها و بسته های کروگیت معرفی شده است. بر اساس خبری که در این ارتباط منتشر شده است، کاربر دستگاه، می تواند زبان کدگذاری و زبان واسط دستگاه را به راحتی تغییر دهد. ارتفاع استاندارد حروفی که برای چاپگر گزارش شده، تا یک اینچ و سرعت آن تا ۲۰۰ فوت در دقیقه است. آگاهی بیشتر: [www.videojet.com](http://www.videojet.com)



یک شرکت تولیدکننده آلمانی محصولات بهداشتی کودکان با لیبل اختصاصی (private Label)، به دلیل سرعت تغییر کار و زمان کوتاه تنظیم اولیه دستگاه پرکن شرکت Rationator، خط جدیدی را با استفاده از این دستگاه، راه اندازی کرده است. مدیر عامل این شرکت می گوید: "مهمترین مساله برای ما انعطاف پذیری دستگاه بود. محصولات بهداشتی کودکان، معمولاً به تعداد محدودی تولید می شوند، به همین دلیل اگر بتوان زمان تنظیم دستگاه را کاهش داد، صرفه جویی زیادی در هزینه ها خواهد شد. به ویژه برای ما به عنوان تولیدکننده ای با لیبل اختصاصی، بسیاری مواقع لازم است محصول یا ظرف آن را تغییر دهیم."

در دستگاه جدید از سیستم Ratlight puck استفاده شده است. مدیر فروش شرکت سازنده ماشین می گوید: "مزیت سیستم در این است که لازم نیست هر بار برای اندازه های مختلف بطری یا ظرف محصول، تنظیم شود؛ گویی ماشین همواره با یک اندازه یکسان کار می کند. بنابراین سریع تر و از همه مهمتر ایمن تر کار می کند. سیستمی که برای این شرکت خاص راه اندازی شده، دارای هشت ایستگاه پرکن برای بطری های ۵۰ میلی لیتر تا یک لیتر است." کارکردهای دیگری که برای دستگاه برشمرده شده، دسته بندی انواع بطری ها پیش از پر کردن، و استفاده از سیستم CIP (Cleaning In Place) برای تمیزکاری بطری ها است.

## صرفه جو در وقت



## پرکن مته‌ای

دستگاه Spee-Dee که یک پرکن مته‌ای چرخان است، به منظور ریختن دقیق محصولاتی مانند ادویه، کرم‌های مختلف غیر لبنی، قهوه و نشاسته در ظروف مختلف سخت با سرعت ۱۰۰-۴۰۰ واحد در دقیقه طراحی شده است. بر اساس خبری که منتشر شده است،

پارامترهای مختلف تولید، پس از توقف دستگاه، به وسیله سیستم ذخیره می‌شود و دوباره پس از آنکه سیستم شروع به کار کند، آنها را خوانده و شروع به کار می‌کند. سیستم بازخورد چک کردن وزن به صورت پیوسته، تنظیم‌های اتوماتیک را برای بهبود دقت پرکردن ظروف، امکان پذیر ساخته است.

آگاهی بیشتر: [www.spee-dee.com](http://www.spee-dee.com)



## تیوب پرکن



ماشین تیوب پرکن MTS شرکت ProSys سیستم نیمه خودکار

پرکن تیوب است که از فن آوری هوای داغ استفاده می‌کند. سری MTS برای

تولید تیوب‌های کم حجم طراحی شده است

و می‌تواند تا ۲۵ تیوب در دقیقه را پر کرده و ببندد. سایر جنبه‌های کاری که بدان اشاره شده، عبارتند از: اندیس‌گذاری، اندازه کوچک ماشین، قابل کار برای تیوب‌های پلاستیکی، فلزی و لمینیت، پشتیبانی به وسیله Ethernet.

آگاهی بیشتر: [www.prosysfill.com](http://www.prosysfill.com)

## بسته‌بندی ساشه پودری

بسته‌بندی، به کمترین میزان برسد. در این ماشین از سه بازوی پرکن برای تولید سه ساشه در هر سیکل تولید ماشین استفاده شده است. بیشترین میزان تولید دستگاه ۵۴۰ ساشه در دقیقه گزارش شده است.

ماشین LA500 مانند تمامی دیگر ماشین‌های پرکن ساشه، یک پرکن عمودی است که ایستگاه‌آب‌بندی حرارتی آن به صورت جداگانه قرار گرفته است تا میزان تنش حرارتی وارد بر



## کیسه‌ساز یونیورسال

P3 یک دستگاه کیسه‌ساز یونیورسال است که می‌تواند کیسه‌هایی با اندازه‌های مختلف، و با کیفیت و کارایی ثابت، تولید کند. دستگاه به برنامه تنظیم خودکار و کنترل حرکت سروو مجهز بوده و بر اساس گزارش، می‌تواند کیسه‌های ته‌بسته، دارای نوار سوراخ‌دار یا نوارهای تبلیغاتی، و یا برش خورده تولید کند.

قاب دستگاه برای فرارگیری مستقیم سیستم پرکن و کاهش نیاز به ساختار حمایت‌کننده اضافی طراحی شده است. در ضمن دسترسی گسترده به داخل

ماشین، برای آن در نظر گرفته شده است. آگاهی بیشتر: [www.kliklok.com](http://www.kliklok.com)

## بلیستر برای همه چیز

شرکت ULMA Packaging ماشین مدل ۵۰۰۰ Univers را برای تولید پیوسته همه گونه بسته بندی بلیستر مورد مصرف در بخش های غیر غذایی، شامل قطعات الکترونیک، کاغذ، قطعات یدکی، سخت افزار، وسایل خانه، دارو، لوازم بهداشت شخصی، اسباب بازی، ... معرفی کرده است.

بر اساس خبری که منتشر شده است، این ماشین با PVC، PET یا سایر فیلم‌ها می‌تواند کار کند. آگاهی بیشتر: [www.ulmapackaging.com](http://www.ulmapackaging.com)



## دستگاه کارتن پیچ جدید

کاسته شده است. کارتن به دور محصول پیچیده شده و آویزه سازنده محصول به داخل کارتن چسبانده می‌شود. طراحی چند تکه دستگاه، موجب انعطاف و کارایی بیشتر آن شده است. این دستگاه بسته بندی ممکن است بعدها با دستگاه بسته بندی صندوق شرکت آگارد یا پالتکن ترکیب شود تا یک سیستم یکپارچه تشکیل دهد.

دستگاه کارتن پیچ همراه چسب زن درز کناری به صورت یکپارچه وارد بازار می‌شود. این دستگاه، بر اساس گزارش شرکت تولیدکننده، هزینه مواد را تا ۱۵ درصد در کارتن‌های خالی مسطح نسبت به کارتن‌های از پیش چسبیده کاهش می‌دهد.

همچنین فضای مورد نیاز برای این دستگاه که برای انتقال سریع و مطمئن طراحی شده تا ۵۰ درصد



## ۱۵۰ کارتن در دقیقه

دستگاه P 1600 از شرکت Mediseal بسته‌های ۳۰ تایی ساشه را با سرعت ۱۵۰ کارتن در دقیقه، بسته بندی می‌کند. پس از چاپ اطلاعات مورد نیاز روی هر کارتن، ردگیری الکترونیکی بسته‌ها نیز امکان پذیر است. این نکته به ویژه برای شرکت‌های تولیدکننده یا بسته بندی دارو از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. زمان تغییر کار دستگاه برای اندازه‌های مختلف کارتن، کمتر از ۱۵ دقیقه گزارش شده است. آگاهی بیشتر: [www.mediseal.de/en](http://www.mediseal.de/en)



## انتقال عمودی



هر مکان و در هر سمت جعبه که دلخواه تولیدکننده باشد، با سرعت دست کم ۷۲ فوت بر دقیقه، کار چاپ صد جعبه تخت شده را انجام داد.

اندازه جعبه‌های قابل چاپ به وسیله این دستگاه، از ۱۰×۱۰ تا ۴۰×۳۳ اینچ گزارش شده است. آگاهی بیشتر: [www.eztek.com](http://www.eztek.com)

سیستم انتقال عمودی جعبه به منظور چاپ آن به صورت خارج از خط (off-line) طراحی شده است و به طور خودکار جعبه‌های چاپ نشده را به ایستگاه چاپ مناسب برای چاپگرهای جوهرافشان با بزرگنمایی زیاد، تغذیه می‌کند. بر اساس گزارش، با این آرایش دستگاه‌ها می‌توان روی



## پرکن محصولات مختلف

قابل تعویض برای دستگاه استفاده شده که بنا بر خبر "در چشم به هم زدن" دستگاه را برای بطری یا ظرف جدید، تنظیم می‌کند. دستگاه همچنین مجهز به سیستم SIP و CIP برای تمیزکاری و سترون سازی در محل با استفاده از بخار یا مواد شیمیایی است.

ماشین MFL 008 که به وسیله شرکت آلمانی Bunder & Achmitt عرضه شده، با هشت سر پرکن، ۷۰ تا ۱۰۰ بطری، ظرف یا تیوب مختلف شیشه‌ای یا پلاستیکی با هر اندازه و طرحی را پر می‌کند. برای مطابقت کار دستگاه با طرح‌ها و اندازه‌های مختلف بطری‌های پرکن، از "فرم"

## The Packaging Conference

### 2011 PACKAGING CONFERENCE

۹-۷ فوریه ۲۰۱۱ برابر با ۱۸-۲۰ بهمن‌ماه ۱۳۸۹ در اوهایو تازه‌ترین اطلاعات مربوط به کل زنجیره تامین بسته‌بندی در اختیار علاقه‌مندان و دست درکاران این صنعت قرار خواهد گرفت.

آگاهی بیشتر: [www.packagingconference.com](http://www.packagingconference.com)

### 4th Annual Labelling and Packaging for Medical Devices and IVDs

چهارمین کنفرانس سالانه لیبل‌گذاری و بسته‌بندی وسایل پزشکی و دستگاه‌های IVD بیستم و یکم اکتبر ۲۰۱۰ برابر با بیستم و هشتم و نهم مهرماه ۱۳۸۹ در هتل هالیوید این لندن برگزار خواهد شد.

در این کنفرانس در مورد به‌روزرسانی مقررات جهانی و توسعه‌های آینده این بخش از صنعت بسته‌بندی، اطلاعات جدید در اختیار شرکت‌کنندگان قرار خواهد گرفت. آگاهی بیشتر: [www.informaglobalevents.com/event/Labelling](http://www.informaglobalevents.com/event/Labelling)

### Fórum Stand-Up Pouch

دوازدهم نوامبر ۲۰۱۰ برابر با بیستم و یکم آبان ۱۳۸۹ در سان‌پائولوی برزیل، گردهمایی تخصصی در مورد "پوچ"های ایستاده برگزار خواهد شد. شرکت در این گردهمایی برای متخصصین بسته‌بندی، طراحان و بازاریابان این رشته، پیشنهاد شده‌است. آگاهی بیشتر: [www.ciclodeconhecimento.com.br](http://www.ciclodeconhecimento.com.br)

### Introduction to Packaging Materials

بیستم و چهارم سپتامبر ۲۰۱۰ برابر دوم مهرماه ۱۳۸۹ دوره آموزشی نیم‌روزه‌ای در مورد مواد بسته‌بندی با تکیه بر مواد خام و کاربردهای آنها، ساخت و ویژگی‌های مواد مختلف بسته‌بندی، از سوی انستیتوی بسته‌بندی استرالیا در کوئینزلند برگزار خواهد شد. پیشنهاد شده‌است افرادی که به طور مستقیم در عملیات بسته‌بندی کار می‌کنند، کسانی که دست در کار تولید، توسعه، فن‌آوری، خرید، فروش، کنترل کیفیت، بازاریابی، و تدوین مقررات مربوط به بسته‌بندی هستند، در این کنفرانس نیم‌روزه شرکت کنند. آگاهی بیشتر: [mark@aipack.com.au](mailto:mark@aipack.com.au)

### Asia Coat+Ink Show 2010



در مرکز نمایشگاهی بمبئی هند در فاصله سی ام سپتامبر تا سوم اکتبر ۲۰۱۰ برابر هشتم تا یازدهم مهرماه ۱۳۸۹ نمایشگاهی از روکش و جوهر برگزار خواهد شد. با افزایش سطح استانداردهای زندگی و سواد، درخواست برای بسته‌بندی و چاپ، رشد بسیاری پیدا کرده‌است؛ در هند از سال ۲۰۰۰ فروش جوهر، رشد سالانه دو رقمی را تجربه کرده‌است. به همین دلیل برگزاری این نمایشگاه، اهمیت زیادی به دست آورده‌است. آگاهی بیشتر: [www.asiacoatandink.com](http://www.asiacoatandink.com)

### Packaging & Labelling Conference Pharma

شرکت‌های دارویی، روز به روز بیشتر زیر فشار خطر داروهای تقلبی که وارد زنجیره تامین می‌شوند، قرار می‌گیرند. از این رو بسته‌بندی و لیبل‌گذاری، بیش از پیش اهمیت و اولویت پیدا می‌کنند. در نهمین کنفرانس سالانه بسته‌بندی و برچسب‌گذاری که در تاریخ ۲۸-۲۹ سپتامبر ۲۰۱۰ برابر با ۶-۷ مهرماه ۱۳۸۹ در مونیخ آلمان برگزار خواهد شد، مسایل گوناگونی از قبیل به‌کارگیری راه‌حل‌های ردگیری در بسته‌بندی برای تشخیص محصول در طول زنجیره تامین، آخرین فن‌آوری‌های تامین اصلت محصول و کاهش خطر تقلب در داروهایی که به زنجیره تامین وارد می‌شوند، آخرین نوآوری‌های به‌صرفه در بسته‌بندی و فرآیند لیبل‌گذاری که به کاهش هزینه‌ها کمک خواهند کرد، درک آخرین مقررات، فرآیندهای بسته‌بندی و روش‌های کاربرد مواد و فن‌آوری برای کاستن از قیمت‌ها، مورد بررسی قرار خواهند گرفت. آگاهی بیشتر: [www.pharmapackaging-events.com](http://www.pharmapackaging-events.com)



### 2010 Queensland Supply Chain & Logistics Conference

کنفرانس لجستیک و زنجیره تامین کوئینزلند، بزرگترین رویداد در نوع خود در این ناحیه، معرفی شده و متخصصین و دست درکاران حمل و نقل، زنجیره تامین و تبلیغات را دعوت کرده‌است تا در این کنفرانس دو روزه که ۲۶-۲۷ آگوست ۲۰۱۰ برابر ۴-۵ شهریورماه ۱۳۸۹ در کوئینزلند برگزار خواهد شد، شرکت کنند. آگاهی بیشتر: [www.qldsc.com](http://www.qldsc.com)

### Biopolymers Symposium 2010



در سمپوزیوم بیوپلیمرهای ۲۰۱۰ که ۱۱-۱۳ اکتبر ۲۰۱۰ برابر با ۱۹-۲۰ مهرماه ۱۳۸۹ در دنور آمریکا و با هماهنگی موسسه تحقیقاتی Pira برگزار خواهد شد، در مورد شیمی بیوپلیمرها مباحثی مطرح خواهد شد که برخی از آنها به شرح زیر اعلام شده‌است:

- جایگاه کنونی صنعت، گرایش‌ها و برنامه‌های آینده، فرصت‌ها و چالش‌های در پیش رو، و بررسی‌های موردی بیوپلیمرها در بسته‌بندی و کاربردهای مصرفی
- نوآوری‌های کالیفرنیا در شیمی "سبز" و بیوپلیمرها، با تمرکز بر ضایعات و زندگی پایانی ظروف غذا و مواد ساختمانی "سبز"
- مقررات و استانداردهای صنعت
- نوآوری در مواد
- بازار آمریکا و اروپا

آگاهی بیشتر: [www.biopolymersummit.com](http://www.biopolymersummit.com)

### International Exhibition on food Processing and Packaging Technology.

### International FoodTec India 2010

نمایشگاه بین‌المللی Foodtec هند به عنوان مهمترین نمایشگاه تجاری در تمامی زمینه‌های مربوط به فرآیند و بسته‌بندی غذا معرفی شده‌است. این نمایشگاه از سی ام سپتامبر تا سوم اکتبر ۲۰۱۰ برابر با هشتم تا یازدهم مهرماه ۱۳۸۹ در بمبئی هند برپا خواهد بود. آگاهی بیشتر: [www.foodtecindia.com](http://www.foodtecindia.com)

### Asian Steel Packaging Conference

### Asian Steel Packaging Conference 2010

در مرکز ناحیه آسیای جنوب شرقی، در کووالالا پور مالزی، کنفرانس بسته‌بندی فلزی آسیا علاقه‌مندان به درک نکات کلیدی تجارت و توسعه‌های فنی در بخش بسته‌بندی را دعوت کرده‌است تا در فاصله ۲۲-۲۴ سپتامبر ۲۰۱۰ برابر ۳۱ شهریور تا دوم مهرماه ۱۳۸۹ در دومین سری کنفرانس بسته‌بندی فلزی آسیا حاضر شوند. مباحثی که در این کنفرانس مطرح خواهند شد، عبارتند از:

- نگاهی به صنعت بسته‌بندی فلزی
- مزایای بسته‌بندی فلزی نسبت به مواد دیگر، مواد بسته‌بندی و فن‌آوری ساخت بسته‌بندی فلزی
- "پایداری" در بسته‌بندی فلزی
- ساخت و چاپ ظرف، کارایی ظرف و مساله خوردگی
- گرایش و کارکردهای جدید مواد بسته‌بندی
- بازیافت و کنترل محیط زیست

آگاهی بیشتر: [www.crugroup.com](http://www.crugroup.com)

## ICP - IC PACKAGING TECHNOLOGY EXPO 2011



در مرکز بین‌المللی نمایشگاه توکیو، ۱۹-۲۱ ژانویه ۲۰۱۱ برابر ۲۹دی تا اول بهمن ماه ۱۳۸۹ نمایشگاه فناوری‌های بسته‌بندی برگزار خواهد شد. آگاهی بیشتر:

[www.bvents.com/event/319674-ic-packaging-technology-expo-icp](http://www.bvents.com/event/319674-ic-packaging-technology-expo-icp)

### دومین نمایشگاه بین‌المللی صنایع چوب و کاغذ در تهران برپا می‌شود

دومین نمایشگاه بین‌المللی صنایع چوب و کاغذ و تجهیزات وابسته در روزهای ۲۰ تا ۲۳ شهریور ماه سال جاری در تهران برگزار می‌شود. این نمایشگاه با هدف فراهم کردن زمینه آشنایی و دسترسی مخاطبان به فناوری و تکنولوژی‌های روز دنیا در زمینه صنایع چوب و کاغذ برپا خواهد شد. معرفی جدیدترین دستاوردها و توانمندی‌های متخصصان کشور در این صنعت، همچنین رشد و گسترش توانایی‌های فعالان از دیگر اهداف این نمایشگاه به شمار می‌آید. در این نمایشگاه آخرین دستاوردها و ایده‌های جدید صنایع چوب و کاغذ کشور در حضور رقابتی از کشورهای روسیه، چین و آلمان محک می‌خورند. این نمایشگاه سال گذشته در سالن میلاد نمایشگاه تهران در فضایی بالغ بر سه هزار متر مربع و در سه سالن به هم پیوسته برگزار شد. دومین نمایشگاه بین‌المللی صنایع چوب و کاغذ و تجهیزات وابسته از ۲۰ تا ۲۳ شهریور ماه در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار خواهد شد.

### مازندران میزبان همایش کشوری ایمنی مواد غذایی و آشامیدنی شد

مهر: سرپرست دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی مازندران از میزبانی این استان برای برگزاری همایش کشوری ایمنی مواد غذایی و آشامیدنی خبر داد. دکتر محمد مهدی ناصحی افزود: همایش کشوری ایمنی مواد غذایی و آشامیدنی ۲۰ و ۲۱ مهرماه سال جاری توسط معاونت غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی مازندران برگزار می‌شود.

وی خاطرنشان کرد: ایمنی و تولید فرآورده‌های غذایی و آشامیدنی، ایمنی و بسته‌بندی مواد غذایی و آشامیدنی، ایمنی و روش‌های نوین در تولید، فرآوری و بسته‌بندی مواد غذایی و آشامیدنی محورهای اصلی این همایش کشوری است. قائم مقام وزیر بهداشت، درمان و آموزش و پزشکی تصریح کرد: نقش قوانین و استانداردها در ایمنی مواد غذایی و آشامیدنی، ایمنی و افزودنی‌های مواد غذایی و آشامیدنی، ایمنی و توزیع و عرضه مواد غذایی و آشامیدنی نیز در این همایش ملی بحث می‌شود.

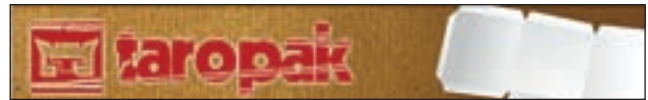
ناصری افزود: این همایش با همکاری معاونت غذا و داروی وزارت بهداشت، اداره کل نظارت بر مواد غذایی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی وزارتخانه، استانداری مازندران، گروه علوم و صنایع غذایی دانشگاه علوم کشاورزی استان، انجمن صنایع همگن غذایی و دارویی مازندران، دانشگاه آزاد اسلامی سوادکوه، سازمان بازرگانی، جهاد کشاورزی و صنایع و معادن مازندران برگزار خواهد شد. وی با بیان این که آخرین مهلت ارسال مقالات تا ۳۱ مرداد ماه ۸۹ اعلام شده است، افزود: علاقمندان و فعالان این عرصه جهت ثبت نام و ارائه مقالات به سایت [www.mazums.ac.ir](http://www.mazums.ac.ir) مراجعه نمایند.

دانشگاه علوم پزشکی مازندران دبیری این همایش ملی را عهده دار بوده که مقالات نیز از طریق کدپستی ۴۸۱۵۷۳۳۹۷۱ قابل دریافت خواهد بود.

### معرفی اینترپک ۲۰۱۱ در اتاق بازرگانی ایران و آلمان

سمینار معرفی نمایشگاه اینترپک در تاریخ ۱۰ نوامبر سال جاری میلادی برابر با چهارشنبه ۱۹ آبان برگزار خواهد شد. شرکت نمایشگاهی دوسلدورف آلمان و نماینده آن در ایران که اتاق بازرگانی ایران و آلمان باشد مطابق معمول هر دوره، سمیناری برای معرفی نمایشگاه اینترپک برگزار خواهند کرد. اطلاعات دقیقتر درباره این برنامه در شماره‌های بعد اعلام خواهد شد.

نمایشگاه اینترپک بزرگترین نمایشگاه جهانی درباره بسته‌بندی است که هر سه سال یک بار در شهر دوسلدورف آلمان برگزار می‌شود. آخرین نوآوری‌های بسته‌بندی و چشم‌اندازهای آینده آن را می‌توان در این نمایشگاه دید.



### Taropak

بزرگترین نمایشگاه تجاری بسته‌بندی و لجستیک در ناحیه اروپای جنوب شرقی، در تاریخ ۱۳-۱۶ سپتامبر ۲۰۱۰ برابر ۲۲-۲۵ شهریورماه ۱۳۸۹ در لهستان برگزار خواهد شد. در این نمایشگاه، آخرین راه‌حل‌ها و فن‌آوری‌های بسته‌بندی و لجستیک در اختیار بازدیدکنندگان قرار خواهد گرفت.

آگاهی بیشتر: <http://www.taropak.pl>

### EMPACK Madrid 2010

مواد، تجهیزات، فن‌آوری، طراحی، برجسب‌گذاری و بازیافت بسته‌بندی از جمله مسایلی است که ۲۴ و ۲۵ نوامبر ۲۰۱۰ برابر با ۲۴-۲۵ شهریورماه ۱۳۸۹ در نمایشگاه **EMPACK** در مادرید اسپانیا، مطرح خواهند شد. همچنین آخرین راه‌حل‌های بهینه‌سازی انبارش و انتقال مواد در این نمایشگاه، به نمایش گذاشته خواهند شد.

آگاهی بیشتر: [www.easyfairs.com/empackmad](http://www.easyfairs.com/empackmad)

### Gulf Print & Pack 2011

چهاردهم تا هفدهم مارس ۲۰۱۱ برابر با ۲۳-۲۶ اسفندماه ۱۳۸۹ دست‌درکاران صنعت چاپ و بسته‌بندی برای شرکت در نمایشگاه و کنفرانس چاپ و بسته‌بندی خلیج فارس، در یک گردهمایی شرکت خواهند کرد. پیش از این دو نمایشگاه **Print** و **Gulf Pack** به طور جداگانه برگزار می‌شد.

آگاهی بیشتر: [www.gulfprintpack.com](http://www.gulfprintpack.com)



### South China Label Show

نخستین نمایشگاه لیبل جنوب چین در مرکز نمایشگاهی گوانجیو چین در تاریخ ۲۵-۲۷ اکتبر ۲۰۱۰ برابر با ۳-۵ آبان‌ماه برگزار خواهد شد. این نمایشگاه مورد علاقه صاحبان "برند"های جهانی و بخش خرده‌فروشی است که رشد بیشتر خود در آسیا را دنبال می‌کنند.

همچنین تولیدکننده‌های چینی برجسب و لیبل که به دنبال دستیابی به کیفیت برتر هستند تا راه‌حل‌های بهتری برای پاسخ به بازار یابی "برند"ها، ویرتین خرده‌فروشی‌ها و تامین‌کنندگان زنجیره تامین لجستیک بیابند، از علاقه‌مندان به این نمایشگاه به شمار می‌روند. آگاهی بیشتر: [www.southchinalabelshow.com](http://www.southchinalabelshow.com)

### Flexible Packaging Middle East

دومین کنفرانس بسته‌بندی‌های انعطاف‌پذیر خاورمیانه، اول دسامبر ۲۰۱۰ برابر دهم آذرماه ۱۳۸۹ در دبی برگزار خواهد شد.

این کنفرانس که به وسیله موسسه اطلاعاتی و تحقیقاتی AMI سازماندهی می‌شود، تمامی دست‌درکاران زنجیره تامین بسته‌بندی را دور یکدیگر جمع خواهد کرد تا در مورد گرایش‌ها توسعه‌های تاثیرگذار بر رشد بازار و سودآوری آن، بحث کنند. آگاهی بیشتر: [www.amiplastics-na.com/Events](http://www.amiplastics-na.com/Events)

### Thin Wall Packaging 2010

موسسه اطلاعاتی Applied Market Information Ltd (AMI) پنجمین کنفرانس بین‌المللی گرایش‌ها و توسعه در بسته‌بندی‌های پلاستیکی دیواره‌نازک را در تاریخ ۷-۹ دسامبر ۲۰۱۰ برابر با ۱۶-۱۸ آذرماه ۱۳۸۹ در کلن آلمان سازماندهی خواهد کرد. بسته‌بندی‌های دیواره‌نازک، راهی برای تامین کالاها با کارایی

بالاست که در حالی که مصرف مواد و تاثیر بر محیط زیست را کاهش می‌دهد، به دلیل تامین ویژگی‌های نفوذناپذیری بسیار خوب، عمر قفسه محصولات را هم افزایش می‌دهد. آگاهی بیشتر: [www.amiplastics-na.com/Events](http://www.amiplastics-na.com/Events)

## دو واحد بسته‌بندی در گیلان

به مناسبت هفته صنعت و معدن ساخت واحد تولید قوطی‌های آلومینیومی سبک برای انواع نوشیدنی‌ها امروز در شهرک صنعتی سفید رود رشت آغاز شد.

بخش خصوصی برای ساخت این واحد تولیدی ۶۰۰ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری خواهد کرد، این واحد صنعتی قادر خواهد بود سالانه بیش از ۱۵ هزار تن قوطی‌های آلومینیومی نوشابه تولید و برای ۲۰۰ نفر هم شغل ایجاد کند. همچنین طی مراسمی با حضور استاندار گیلان کارخانه بسته‌بندی آمیوه و آب آشامیدنی در شهر صنعتی رشت به بهره‌برداری رسید، این واحد تولیدی که بخش خصوصی برای راه‌اندازی آن ۳۷ میلیارد ریال سرمایه‌گذاری کرده است، قادر است سالانه ۱۵ میلیون تن آب میوه و آب آشامیدنی را بسته‌بندی کند، با شروع بکار این کارخانه برای ۸۵ نفر شغل ایجاد شده است.

## بسته‌بندی مشکل عمده در کشاورزی است

فتحعلی دبیر اتحادیه صنف بارفروشان تهران علت استقبال از میوه‌های خارجی را بسته‌بندی مناسب و استفاده از هورمون‌هایی می‌داند که ظاهر میوه‌ها را جذاب و مشتری‌پسند می‌کند. وی معتقد است: موسسه استاندارد باید تصمیم بگیرد که هر میوه‌ای به چه صورت باید بسته‌بندی شود و محصولات کشاورزی با بسته‌بندی استاندارد عرضه شود.

بسته‌بندی مشکل عمده در کشاورزی است و لازم است مسئولان توجه ویژه‌ای داشته باشند سالانه بخش زیادی از محصولات به دلیل بسته‌بندی نامناسب مشتری خود را در بازارهای بین‌المللی از دست داده و ارزشی مطلوب پیدا نمی‌کند به طوری که در بعضی محصولات اصلی مانند زعفران که نبض تولید در دست کشور ما است به دلیل عرضه فله‌ای یا بسته‌بندی نامناسب بازار آن در کشورهای همسایه نسبت به کشور خودمان رونق بیشتری دارد.

## دو میلیون تن محصول کشاورزی زنجان نیازمند فراوری و بسته‌بندی است

مهر: مدیر صنایع تبدیلی و بسته‌بندی محصولات کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی زنجان گفت: میزان تولیدات کشاورزی استان، سالانه دو میلیون تن است که قسمت عمده تولیدات استان نیاز به فراوری و بسته‌بندی مناسب دارد. اصغر ایرانی تبار با بیان این که تاکنون در استان ۲۶۰ مجوز صنایع تبدیلی برای محصولات کشاورزی و دامی صادر شده است، افزود: این میزان مجوز با سرمایه‌گذاری دو میلیارد تومان صادر شده و برای سه هزار و ۹۰۰ نفر اشتغالزایی ایجاد کرده است.

ایرانی تبار افزود: بخش صنایع تبدیلی جهاد کشاورزی استان در راستای صدور مجوز و حمایت از صنایع تبدیل کشاورزی به منظور فراوری محصولات و جلوگیری از ضایعات و بالا بردن ارزش افزوده محصولات فعالیت می‌کند.

مدیر صنایع تبدیلی و بسته‌بندی محصولات کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی استان زنجان با اشاره به این که تولید انواع محصولات کشاورزی و بسته‌بندی مناسب آن از جمله اهداف در صنایع تبدیلی مختلف است، افزود: ایجاد صنایع تبدیلی می‌تواند در زمینه کمک افزایش تولیدات کشاورزی استان نقش مهمی داشته باشد.

## توسعه صنایع فراوری و بسته‌بندی گیاهان دارویی از نیازهای اساسی استان است

مهر: رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان گفت: اقتصاد گیاهان دارویی در استان گیلان با برنامه‌ریزی اصولی و ایجاد کارخانه‌های فراوری و بسته‌بندی پویا می‌شود.

اردشیر روحی ماسوله افزود: برای ایجاد صنایع فراوری و بسته‌بندی به شکلی عمل خواهد شد که نهایت بهره از این ظرفیت طبیعی غنی استان برده شود.

وی عنوان کرد: متأسفانه در ارتباط با گیاهان دارویی استان گیلان به دلیل محدودیتی که در صنعت فراوری و بسته‌بندی وجود داشته تاکنون توفیقات زیادی حاصل نشده است.

رئیس جهاد کشاورزی گیلان با تأکید بر این که برای پویایی اقتصاد گیاهان دارویی برنامه‌ریزی اصولی انجام شده است، افزود: هم اکنون در شهر صنعتی رشت فقط یک کارخانه عصاره‌گیری فعال است.

## دو کارخانه چاپ و بسته‌بندی در گلستان بهره‌برداری شد

مهر: دو کارخانه تولیدی و خدماتی با حضور معاون وزیر صنایع و معادن در شهرک صنعتی آق قلا به بهره‌برداری رسید.

شرکت چاپ دژ گلستان هر ساعت پنج هزار صفحه کاغذی و مشمایی ویژه صنایع بسته‌بندی را چاپ می‌کند و با سرمایه‌گذاری ۱۴ میلیارد ریال و ۵۰۰ هزار دلار سرمایه‌گذاری ارزی با اشتغال ۱۰ نفر بهره‌برداری شد.

همچنین شرکت امیدآوران گلستان نیز با سرمایه‌گذاری هشت میلیارد ریال و اشتغال زایی ۱۵ نفر در زمینه چاپ و تکثیر و انتشارات با حضور معاون وزیر صنایع به بهره‌برداری رسید.

## ارائه محصولات مرغ و تخم مرغ در بسته‌بندی‌های بهداشتی در آذربایجان شرقی

مهر: مدیرکل دفتر حمایت از صنایع تبدیلی و تکمیلی وزارت جهاد کشاورزی گفت: استان آذربایجان شرقی در فراوری محصولات دامی و کشاورزی از برنامه چهارم توسعه پیش‌افتاده است.

مهندس علیرضا پوربصیر در حاشیه بازدید از شرکت فنی مهندسی بسته‌بندی و پاستوریزه تخم مرغ در تبریز افزود: از یک میلیون و ۴۰۰ هزار تن ظرفیت پیش‌بینی شده برنامه چهارم توسعه برای استان آذربایجان شرقی یک میلیون و ۵۶۰ هزار تن محصول فراوری در استان تولید شده است.

وی افزود: در برنامه چهارم توسعه کشور جهت گیری‌ها کاملاً مشخص بود چنانچه توانستیم در طول برنامه، ظرفیت فراوری محصولات را به دو برابر افزایش داده و ضایعات محصولات دامی و کشاورزی را به اندازه ۵۰ درصد تقلیل دهیم.

وی با اشاره به این که در برنامه پنجم توسعه، اولویت کاری وزارت جهاد کشاورزی در مناطق کمتر توسعه یافته متمرکز شده است افزود: در صنایع تبدیلی به مواد خام نیاز هست که پیش‌بینی می‌شود با تولید مواد خام مورد نیاز، افزون بر ۲۴ میلیون تن فراوری جدید در برنامه پنجم توسعه داشته باشیم.

مدیرکل دفتر حمایت از صنایع تبدیلی و تکمیلی وزارت جهاد کشاورزی با اشاره به این که اهداف پیش‌بینی شده برای برنامه چهارم محقق گردیده است افزود: از ۱۴ میلیون تن محصول فراوری که در برنامه چهارم پیش‌بینی شده بود توانستیم به تعهدات مان در این بخش جامه عمل پوشانیم، چنانچه اهداف صادرات و اشتغال برنامه پنج ساله چهارم نیز در بخش صنایع تبدیلی محقق گردید.

مهندس پوربصیر با اشاره به این که ۹۹ درصد واحدهای صنایع فراوری در کشور به بخش خصوصی تعلق دارد از بازسازی و نوسازی واحدهای فرسوده صنایع تبدیلی خبر داد و گفت: در برنامه پنجم توسعه هزار و ۳۰۰ واحد فراوری مشمول بازسازی و نوسازی خواهد شد.

رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان نیز در این بازدید گفت: توسعه و گسترش صنایع بسته‌بندی در صنعت تخم مرغ علاوه بر عرضه بهداشتی و مطمئن این فرآورده می‌تواند در تعادل تولید و مصرف، بخصوص در فصلی که تولید بیشتر و مصرف کمتر است نقش مهمی ایفا نماید.

مسعود محمدیان با اشاره به این که توسعه صنایع بسته‌بندی در احیاء و حفظ حقوق مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نقش اساسی دارد افزود: امیدواریم بتوانیم در آینده نزدیک به مقام نخست منطقه در صنایع تبدیلی و تکمیلی دست پیدا نماییم.

رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان با اشاره به این که اقدامات موثری در زمینه صنایع تبدیلی و بسته‌بندی تخم مرغ در استان صورت گرفته افزود: در این واحدها، تخم مرغ به صورت پاستوریزه جهت مصارف واحدهای صنعتی عرضه می‌گردد و بزودی اقدامات لازم در زمینه عرضه تخم مرغ پاستوریزه جهت مصرف خانوارها انجام پذیرفته که بزودی به صورت بسته‌بندی و نشان دار به بازار مصرف عرضه خواهد شد.

دکتر محمدیان با اشاره به این که کارخانه بسته‌بندی و پاستوریزه تخم مرغ، به عنوان یکی از واحدهای تحت پوشش مدیریت صنایع تکمیلی و تبدیلی استان، بزرگترین کارخانه واردکننده تخم مرغ کشور می‌باشد افزود: این واحد فراوری با ظرفیت ۷۰ تن تخم مرغ در روز توانسته است به عنوان الگویی برای دیگر واحدهای فراوری تبدیل شود.



## همایش بازرگانان ترکیه و ایران برگزار شد

اولین همایش بازرگانان ترکیه و ایران در تاریخ ۲۲ و ۲۳ خرداد در اتاق بازرگانی با سخنرانی آقای حسن نجفی لاریجانی مدیر کل روابط تجاری دو جانبه و سرکان بورالی مدیر بخش بازرگانی سفارت ترکیه در زمینه پلاستیک و بسته بندی با حضور شرکتهای ترک و ایرانی برگزار گردید.



در این همایش که رییس اتحادیه پلاستیک نیز حضور داشتند بر تحکیم روابط تجاری/همکاری مستمر بین دو اتحادیه و دیگر مسایل تاکید و توافق حاصل گردید.

وی با اعلام این که توسعه صنایع فرآوری و بسته بندی گیاهان دارویی از نیازهای اساسی استان است، بر لزوم ایجاد کارخانجات فرآوری، بسته بندی و دستگاه های عرق گیری از برگ انواع گیاهان که در درمان بسیاری از بیماریهای کاربرد دارند، تاکید کرد.

روحی ماسوله ادامه داد: تنوع اقلیمی، تنوع گونه ای و ذخایر ژنتیکی از ویژگی های بارز این سرزمین بوده و با بهره گیری از هزاران گونه گیاهی می توان در تأمین دارو از منشا گیاهی اهتمام ویژه ای داشت.

## بسته بندی و تفکیک گوشت قرمز در واحدهای خرده فروشی

فارس: رئیس اتحادیه گوشت گوسفندی گفت: بزودی در تمام واحدهای خرده فروشی سطح شهر، گوشت قرمز به صورت تفکیک شده و بسته بندی عرض فرهاد باقری معین در خصوص دلایل کاهش گوشت قرمز در بازار و این که واحدهای خرده فروشی قیمت گوشت گوسفندی را فقط به شکل ران می فروشند، اظهار داشت: ما در حال حال انجام اقدامات و برنامه ریزی هایی هستیم تا در تمام واحدهای خرده فروشی سطح شهر گوشت قرمز به صورت تفکیک و بسته بندی شده عرضه شود که این اتفاق در حال حاضر در فروشگاه های زنجیره ای بزرگ مانند شهروند و رفاه در حال انجام است.

## کارخانه بسته بندی عسل در آذربایجان غربی افتتاح شد

مهر: کارخانه بسته بندی عسل در خوی با حضور مسئولان محلی به بهره برداری رسید. کارخانه بسته بندی عسل در شهرک صنعتی خوی که در ۷۰۰ مترمربع زمین و پانصد مترمربع زیربنا ساخته شده سالانه ۴۵۰ تن عسل مرغوب را به صورت استاندارد بسته بندی و به بازارهای داخل و خارج از کشور عرضه خواهد کرد.

# اجرای طرح آمایش صنعت چاپ در مازندران آغاز شد

سازمان بازرگانی مازندران و شورای عالی اصناف کشور تقاضای تشکیل اتحادیه چاپخانه داران کرد. مدیرکل ارشاد مازندران اظهار داشت: با پیگیریهای مستمر این اداره و همکاری سازمان بازرگانی در آذرماه سال گذشته این موضوع توسط شورای عالی اصناف کشور مورد تایید قرار گرفت. وی افزود: یکی از اهداف تشکیل این اتحادیه، بنا نهادن یک نهاد خصوصی قوی در قالب اتحادیه چاپخانه داران به عنوان بازوی اجرایی در حوزه صنعت چاپ است.

ابراهیمی با اشاره به شرایط ویژه مازندران در حوزه بسته بندی مواد غذایی، میوه جات و سایر اقلام خاطرنشان کرد: همجواری با کشورهای حاشیه دریای خزر می تواند پایلوت خوبی برای ارتقاء صنعت چاپ استان باشد.

وی تصریح کرد: اتحادیه صنعت چاپ کشور توانسته با رایزنی های فراوان با کشورهای حوزه دریای خزر نسبت به چاپ کتابهای درسی این کشورها در تهران اقدام کند و ما نیز امیدواریم با شکل گیری این اتحادیه و هماهنگی از سوی مسئولان و استانداری با کشورهای حوزه دریای خزر ارتباط برقرار کرده و از ظرفیتهای استان در این زمینه استفاده کنیم.

وی گفت: در سه ماهه نخست امسال پنج موافقتنامه اولیه تاسیس چاپخانه و چهار پروانه تاسیس دائمی چاپخانه صادر شده است.

همچنین پائین بودن ظرفیت صنعت چاپ در کشورهای مذکور چشم انداز روشنی را برای این صنعت بعنوان صنعت سوم جهان در استان مازندران پیش بینی کرد.

### مازندران نیازمند اتحادیه مستقل چاپ است

مهر: مدیرکل ارشاد مازندران اظهار داشت: در حال حاضر به دلیل نبود اتحادیه مستقل استانی در حوزه چاپ، آسیبهای فراوانی به صنعت چاپ وارد می شود. حجت الاسلام عباس علی ابراهیمی در جمع فعالان حوزه نشر غرب مازندران در نوشهر، نداشتن اتحادیه صنفی صنعت چاپ را از معضلات این حوزه دانست و افزود: به استناد قانون چاپخانه ها در شهرستان های مختلف باید برای فعالیت پس از دریافت پروانه از وزارت ارشاد، از اتحادیه نیز جواز کسب دریافت می کردند.

وی با اشاره به این که در شهرستانهای مختلف حوزه چاپ و نشر تحت پوشش اتحادیه های ناهمگن مانند اتحادیه لوازم التحریر یا تابلوسازان و پارچه نویسان قرار گرفته بود، تصریح کرد: با این کار ارزش صنعت چاپ به عنوان صنعت سوم جهان تحت الشعاع قرار می داد.

وی یادآور شد: عدم آشنایی و غیرمرتبط بودن نحوه فعالیت اتحادیه ها با حوزه چاپ و نشر باعث به وجود آمدن مشکلاتی شده بود که این اداره در سال گذشته به عنوان نخستین اداره کل در سطح کشور از

مهر: مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی مازندران گفت: طرح آمایش صنعت چاپ مازندران با تاکید بر تدوین سند راهبردی توسعه چاپ استان در مازندران آغاز شد.

حجت الاسلام عباس علی ابراهیمی در مراسم گشایش این طرح در ساری افزود: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی مازندران با توجه به لزوم تدوین سند راهبردی توسعه چاپ در افق برنامه توسعه پنجم بر اساس ظرفیت ها و زیرساخت های موجود در استان طرح آمایش صنعت چاپ را آغاز کرد.

وی خاطرنشان کرد: در طرح مذکور مواردی نظیر نوع کاربری، ویژگی های حقوقی، کاربری مکان، ظرفیت نیروی انسانی بکارگیری شده و تجهیزات نصب شده در خطوط تولید مورد بررسی و ثبت قرار می گیرد.

وی تصریح کرد: مازندران با دارا بودن بیش از ۲۵۰ واحد چاپی فعال دارای پروانه بهره برداری در ۲۲ رشته تخصصی چاپ با ظرفیت حدود ۳۹۰ ورق ماشین آلات افست دارای رتبه پنجم کشور است.

ابراهیمی اظهار امیدواری کرد: با حمایت مسئولین ارشد استان و بانک های عامل از صنعت چاپ استان بتوانیم با ارتقاء و نصب ماشین آلات پیشرفته حرکت عظیمی در حوزه صنایع بسته بندی که مکمل و زیر مجموعه صنعت چاپ است، عملی شود. وی با توجه به شرایط ویژه استراتژیک منطقه ای و همجواری با کشورهای حاشیه دریای خزر و

## شرکت صنایع شیمیایی گیلان بسپار در شهر صنعتی رشت به بهره‌برداری رسید

مهر: شرکت صنایع شیمیایی گیلان بسپار با حضور مدیرعامل بانک رفاه و کارگران کشور در شهر صنعتی رشت به بهره‌برداری رسید. به گزارش خبرنگار مهر در رشت، این شرکت که در سال ۱۳۸۴ تأسیس شد، برای فعالیت در زمینه صنایع شیمیایی با اخذ مجوز از وزارت صنایع و معادن و با مشارکت بانک رفاه کارگران کشور در زمینه تولید پرک و فیلم (PET) شروع به کار کرد.

اما متأسفانه در میانه راه به دلیل تحریم‌های اعمال شده از سوی بیگانگان با خودداری شرکت سازنده ایتالیایی ماشین آلات مواجه و ناگزیر به تغییر خط از PET به کاغذ و بولکس، کرافت و تست لاینر از ضایعات کارتن شد.

سرانجام پس از فراز و نشیب‌های زیادی در اسفند ماه سال ۱۳۸۷ موفق به اخذ مجوز مشارکت با بانک رفاه کارگران شد و عملیات ساختمانی خود را از اوایل سال ۱۳۸۸ آغاز کرده و خوشبختانه در مدت ۱۶ ماه موفق شد، کلیه عملیات ساختمانی، تأسیساتی، ساخت ماشین آلات و نصب آنها را به اتمام رسانده و در تیرماه سال ۱۳۸۹ اولین محصول آزمایشی خود را عرضه کرد.

این کارخانه که در زمینی به مساحت ۳۰ هزار متر مربع و با زیربنای هشت هزار و ۵۰۰ متر مربع ساخته شده است، پس از به اجرا در آمدن در سال ۱۳۸۹ در روز صنعت و معادن به عنوان طرح نمونه صنعتی استان گیلان انتخاب شد.

شرکت گیلان بسپار که با نام تجاری کاغذ ستاره گیلان محصول خود را ارائه می‌کند، ماموریت دارد تا با تولید کاغذ باطله و خمیر کرافت رنگبری شده الیاف بلند و با رعایت استانداردهای زیست محیطی ماده اولیه برای صنایع بسته‌بندی کشور را تأمین کند.

اهداف این شرکت در درجه اول کاهش میزان واردات و پس از آن کسب جایگاه مناسب در بازارهای داخلی و داشتن صادرات به کشورهای دیگر از طریق ارتقای کیفیت محصول و رساندن آن به کیفیت قابل رقابت با رقبای خارجی است. محصولات گیلان بسپار طبق طراحی کاغذ لاینر، تست لاینر، دو بولکس و ایت تاپ و فلو تینگ است.

## سیب زمینی سالم در بسته‌بندی مناسب عرضه می‌شود

فارس: رئیس سازمان جهاد کشاورزی آذربایجان شرقی گفت: با برنامه‌ریزی‌های انجام شده در سازمان جهاد کشاورزی، بعد از این سیب‌زمینی سالم در بسته‌بندی مناسب عرضه می‌شود.

مسعود محمدیان در بازدید از شرکت کشت و صنعت استان با اشاره به سیاست سازمان برای توسعه و عرضه محصولات کشاورزی در بسته‌بندی بهداشتی و مناسب اظهار داشت: با هماهنگی‌ها و برنامه‌ریزی‌های انجام شده با تعدادی از شرکت‌های تولید و عرضه محصولات کشاورزی، مقرر شده با همکاری این شرکت‌ها، از این به بعد سیب‌زمینی سالم به صورت بهداشتی در گونی‌هایی با بسته‌بندی مناسب به بازار عرضه شود.

وی با اشاره به این که بسته‌بندی محصولات، همچنان که ضریب امنیت محصولات کشاورزی را بالا می‌برد مانع آلودگی، کاهش ضایعات و افزایش پایداری بیشتر محصولاتی همچون سیب‌زمینی شده است، اظهار داشت: عرضه بسته‌بندی شده محصولات علاوه بر این که عمر مصرفی محصولاتی چون سیب‌زمینی را بالا برده و عرضه آن را یک دست می‌سازد موجب بالا رفتن شاخص رعایت حقوق مصرف‌کنندگان شده و انگیزه رقابت در بین تولید و عرضه‌کنندگان محصولات را بالا می‌برد.

# فروش ۲۹۰ میلیون دلار پلی‌استر به ۱۰ کشور اروپایی و آسیایی

فارس / مهر: مدیرعامل پتروشیمی تندگویان از صدور ۲۹۰ میلیون دلار محصولات پلی‌استر به ۱۰ کشور آسیایی و اروپایی خبر داد و گفت: ۳ واحد نیمه تمام این واحد پتروشیمی تا پایان سال جاری به طور کامل راه‌اندازی می‌شوند.

محمدقلی یونسی این واحدها را از جمله طرح‌های فاز ۲ پتروشیمی تندگویان عنوان کرد و اظهار داشت: واحد POY که ظرفیت تولید سالانه ۶۶ هزار تن پلی‌اتیلن ترفتالات گرید نخ نساجی را دارد، در ابتدای راه‌اندازی با ظرفیت ۳۰ درصد در مدار تولید قرار می‌گیرد.

وی ادامه داد: برای راه‌اندازی این واحد، مشکل فنی خاصی وجود ندارد و تنها مشکل، عقب ماندگی مراحل ساخت انبار و بسته‌بندی بوده که پیش‌بینی شده است تا پیش از آغاز تولید تجاری در واحد به پایان برسد.

یونسی با بیان این که در حال حاضر دو نوع گرید بطری (PET-F) و گرید الیاف (PET-G) مهمترین محصولات تولیدی پتروشیمی تندگویان را تشکیل می‌دهند، گفت: تاکنون برای راه‌اندازی فاز یک و دوم توسعه این مجتمع پتروشیمی حدود ۱/۲ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری انجام شده است.

مدیرعامل مجتمع پتروشیمی تندگویان اشاره به عملکرد فروش پتروشیمی تندگویان یادآوری کرد: این مجتمع در سال گذشته حدود ۲۹۰ میلیون دلار صادرات و ۱۷۰ میلیارد تومان فروش داخلی داشته است؛ به این ترتیب مجموع فروش داخلی و صادرات به رقمی افزون بر ۴۷۰ میلیارد تومان می‌رسد.

وی بازارهای هدف این مجتمع را شامل کشورهای اروپایی انگلستان، یونان، بلغارستان، آلمان، بلژیک، ایتالیا و ترکیه و کشورهای آسیایی هند و چین عنوان کرد و گفت: هر چند در بازار کشورهای دیگری نیز حضور داریم، ولی این کشورها عمده بازارهای صادراتی ما هستند.

مدیرعامل پتروشیمی تندگویان با بیان این که در شرایط فعلی ظرفیت تولید سالانه ۷۰۰ هزار تن اسید ترفتالات خالص (PTA) وجود دارد، تصریح کرد: همچنین امکان تولید سالانه ۸۰۰ هزار تن پلی‌اتیلن ترفتالات (PET) در این واحد پتروشیمی وجود دارد که به این ترتیب محصولات نهایی براساس تولید PET طراحی شده ولی اگر این واحدها در سرویس نباشند محصولات PTA هم قابل عرضه در بازارهای صادراتی و داخلی است.

این مقام مسئول با یادآوری این که در حال حاضر از کل تولیدات این شرکت ۳۰ تا ۳۵ درصد در بازار داخل مصرف و باقی صادر می‌شود، بیان کرد: هم‌اکنون در بازار داخل سالانه حدود ۱۲۰ هزار تن گرید بطری و حدود ۸۰ هزار تن گرید الیاف مصرف می‌شود که پیش‌بینی می‌شود این میزان تولید تا سال ۱۳۹۰ افزایش یابد.

یونسی در خصوص تأمین خوراک مورد نیاز پتروشیمی تندگویان، تبیین کرد: اراک پارازایلین که طبق ظرفیت طراحی سالانه ۴۷۰ هزار تن نیاز است از پتروشیمی بوعلی سینا و بندر امام (ره) و خوراک مونواتیلن گلایکول (MEG) به ظرفیت ۲۴۰ هزار تن در سال از پتروشیمی مارون دریافت می‌شود. مدیرعامل پتروشیمی تندگویان درباره آخرین

وضعیت راه‌اندازی فاز دوم توسعه این واحد پتروشیمی، توضیح داد: در حال حاضر فاز دوم توسعه پتروشیمی تندگویان با ۹۰ درصد ظرفیت اسمی در مدار بهره‌برداری قرار دارد.

وی با اشاره به تولید آزمایشی حدود یک هزار تن واحد تولید پنبه مصنوعی (STAPLE)، اعلام کرد: این واحد به دلیل مشکلات فنی متوقف شده و تا ۲ ماه آینده با رفع مشکلات فنی به تولید تجاری ادامه خواهد داد.

این مقام مسئول ادامه داد: گرید نخ نساجی هنوز راه‌اندازی نشده و پیش‌بینی می‌کنیم تا پایان سال جاری با ظرفیت ۳۰ درصد راه‌اندازی شود.

به گفته مدیرعامل پتروشیمی تندگویان هم‌اکنون مشکل فنی در خط تولید نداریم ولی در بخش بسته‌بندی و انبارش کمی تأخیر وجود دارد.

یونسی درباره وضعیت تولید و فروش گرید الیاف با بیان این که این محصول خیلی مورد استقبال بازار داخلی و جهانی نیست خاطر نشان کرد: به همین دلیل راه‌اندازی این واحد را با تأخیر مواجه کرده‌ایم ولی پیش‌بینی می‌شود تا ۵ ماه آینده در مدار تولید قرار گیرد.

وی با بیان این که تندگویان در حال حاضر بزرگ‌ترین تولیدکننده پلی‌استر در ایران است، تأکید کرد: عمده محصولات تولیدی این مجتمع شامل گریدهای الیاف و بطری است و این مجتمع توانایی تولید انواع مختلف این گریدها را متناسب با نیاز بازار دارد؛ برای مثال امکان تولید PET دیرسوز، کم‌پرز، ضد باکتری و مقاوم در برابر پرتوهای فرابنفش برای کاربرد در صنایع نساجی وجود دارد.

## استفاده از ظروف یکبار مصرف در اصفهان به مرز هشدار رسید

مهر: مدیرعامل سازمان بازیافت شهرداری اصفهان گفت: استفاده از ظروف پلاستیکی و یکبار مصرف در اصفهان رشد چند برابری داشته و باید برنامه ریزان و مسئولان شهر در خصوص کاهش مصرف این محصول اقدامات لازم را به عمل آورند. تیمور باجول در مراسم بهره‌برداری از طرح‌های سازمان بازیافت افزود: روزانه در سطح کشور نزدیک به ۵۰ هزار تن پسماند تولید می‌شود و به ازای دفن هر تن از پسماندها نیاز به یک مترمربع زمین است.

باجول اظهار داشت: روزانه نزدیک به ۲۰۰ تن مواد بازیافتی داخل زباله شهر وجود دارد و در صورتی که این مواد در مبدا تفکیک شود شاهد کاهش هزینه‌های شهر و ارزش افزوده خواهیم بود. مدیرعامل سازمان بازیافت شهرداری اصفهان ۵۰ درصد از ۱۰۰ تن مواد بازیافتی جمع‌آوری شده در روز را کاغذ و مقوا دانست و اظهار داشت: با توجه به این که برای تولید هر تن کاغذ ۱۷ اصله درخت قطع می‌شود متأسفانه روزانه در کشور ۴۰ تن کاغذ استفاده می‌شود. وی ادامه داد: جمع‌آوری مواد بازیافتی نزدیک به ۳۰ میلیارد ریال در آمدزایی داشته و نزدیک به ۱۰ میلیارد ریال نیز صرفه جویی در هزینه‌ها را به همراه داشته است.

## کارگاه آموزشی سورتینگ و بسته‌بندی محصولات باغی برگزار شد

مهر: با حضور کارشناسان ایتالیایی کارگاه آموزشی سورتینگ و بسته‌بندی محصولات باغی در آذربایجان غربی برگزار شد. این کارگاه آموزشی با حضور ۲۰۰ نفر از کارشناسان باغبانی و باغداران پیشرو شهرستانهای سلماس، میان‌دوآب، نقده، مهاباد و اشونیه در ارومیه برگزار شد. گلابیو توریسی و فرانچیسکو پارید از کشور ایتالیا در این کارگاه در خصوص شیوه‌های کنترل ضایعات میوه، بیماری‌های سردخانه‌ای، سیستم‌های مختلف

## کشف سه هزار لیوان یکبار مصرف منقوش به اسماء مقدسه در همدان

مهر: سرپرست پلیس اطلاعات و امنیت عمومی فرماندهی انتظامی استان همدان گفت: مأموران پلیس اطلاعات و امنیت عمومی فرماندهی انتظامی استان همدان محل اصلی توزیع ظروف یکبار مصرف منقش به اسماء مقدسه و متبرکه در شهر همدان را شناسایی کردند.

سرهنگ رسول خرمروی در این خصوص گفت: با انجام اقدامات اطلاعاتی و عملیاتی محل اصلی توزیع ظروف یک بار مصرف منقوش به اسماء مقدسه و متبرکه در شهر همدان شناسایی و پس از هماهنگی با مقام قضایی در بازرسی از واحد صنعتی مذکور به تصدی میلاد-م تعداد سه هزار و ۸۵۰ لیوان منقوش به اسماء مقدسه یا قمرینی هاشم و یا سیدالشهدا و اسماء متبرکه اللهم عجل لولیک الفرج کشف و ضبط شد.

سرهنگ خرمروی اضافه کرد: پس از تخلیه اطلاعاتی متهم یادشده مشخص شد که تعداد قابل توجهی از این ظروف را به یکی از رستوران‌های شهر همدان تحویل داده است و در بازرسی از رستوران یاد شده حدود ۶۴ هزار عدد لیوان دیگر کشف و ضبط شد.

به گفته این مسئول، متهم میلاد-م در اظهارات خود گفت: در یکی از مسافرتها به تهران یک نمونه لیوان مشابه لیوان‌های مکشوفه را رؤیت کرد و با توجه به این که زائران کربلا از مسیر همدان عبور می‌کنند نمونه‌ای از این لیوان را به متصدی رستوران یاد شده ارائه کردم تا در جهت مصارف اقتصادی نسبت به تهیه آنها در تیراژ بیشتر اقدام و به زائران ارائه نمایند که پس از موافقت وی به تهران رفتم و سفارش چاپ طرح‌های مورد نظر را دادم که در نهایت آن‌ها را در اختیار رستوران قرار داده اما مورد ایراد زائران قرار گرفت و با متصدی رستوران تصمیم گرفتیم برای جلوگیری از ضرر مالی آن‌ها را در اولین ماه محرم به فروش برسانیم.

سرهنگ خرمروی خاطر نشان کرد: یکی از اهداف و اقدامات دشمن در جنگ نرم متوجه شعائر و ارزش‌های دینی ملت ایران است که به نظر می‌رسد این قبیل اقدامات با طرح و نقشه قبلی صورت گرفته است.

وی گفت: هر چند متهمان مورد بحث در همدان از اهداف پشت پرده و پلید دشمنان با خبر نیستند اما بررسی‌های اطلاعاتی در مورد سوژه مستقر در تهران که در امر چاپ و نشر این قبیل ظروف فعالیت دارد می‌تواند به عنوان سرخچی جهت کسب اطلاعات تکمیلی مفید واقع شود.

مدیرعامل شرکت کشت و صنعت استان آذربایجان شرقی نیز با بیان این که این شرکت روزانه ظرفیت تولید ۱۵۰ تن پودر آب پیر را دارد، گفت: این شرکت با ۴۲ سال سابقه فعالیت توانسته است جایگاه مناسبی در صنایع تبدیلی و تکمیلی محصولات کشاورزی در سطح کشور کسب کند. محمد خمتی ماب بزرگ‌ترین معضل صنایع تبدیلی بخش کشاورزی را کمبود نقدینگی سرمایه‌در گردش دانست و خاطر نشان کرد: دولت با ارائه تسهیلات ارزی و ریالی و حمایت‌های اصولی می‌تواند نقش عمده‌ای در رشد و توسعه صنایع تبدیلی به عنوان پایه اصلی تضمین ماندگاری محصولات کشاورزی ایفا کند.

## مافیای آب معدنی (بسته‌بندی) معرفی می‌شود

مهر: استاندار تهران از اقدام برخی شرکتهای آب معدنی برای ایجاد شایعه در جامعه در مورد آلوده بودن آب تهران خبر داد و افزود: به زودی این مافیای آب معدنی پایتخت معرفی می‌شود.

مرتضی تمدن با بیان این که با وجود تمام اظهار نظرها بازهم اعلام می‌کنم آب تهران سالم است گفت: به تازگی اسناد و اطلاعاتی از برخی شرکتهای بسته‌بندی آبهای معدنی به دست آمده که حاکی از اقدام آنها برای شایعه پراکنی و ایجاد اضطراب و ترس در بین شهروندان تهرانی در مورد آلودگی آب تهران است. وی افزود: این شرکتهای شایعه پراکنی به دنبال عرضه و فروش بیشتر آبهای معدنی بسته‌بندی میان مردم بوده‌اند که بزودی اسامی آنها اعلام می‌شود.

## جهت‌گیری صحیح در استفاده از ظروف تجزیه پذیر

مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره بار از عرضه محصولات بسته‌بندی در ظروف تجزیه پذیر خبر داد و گفت: از ابتدای خرداد ماه بخش عمده‌ای از ظروف عرضه محصولات به ظروفی با پایه گیاهی و یا ظروف تجزیه پذیر تبدیل شد همچنین جعبه میوه‌ها نیز با منشأ غیر پلیمری و شانه‌های خمیر کاغذی است.

وی ادامه داد: غرفه داران آجیل، خشکبار و نان فانتزی نیز ملزم به ارائه این محصولات در پاکت کاغذی با درجه غذایی شدند که شهروندان با اطمینان خاطر از آن استفاده کنند. تخم مرغ نیز صرفاً در بسته‌بندی خمیر کاغذی خواهد بود، همچنین در مورد محصولات فرآوری شده از کیسه‌های نایلون با وزن و ابعاد کمتر استفاده می‌شود.

صفایی با بیان این که هنوز نتوانسته ایم جایگزین مناسبی برای کیسه‌های عرضه میوه در نظر بگیریم و تنها ظروف بسته‌بندی تغییر یافته است بیان داشت: ابعاد و وزن کیسه‌های پلاستیکی میوه نیز کوچکتر شده اما با شرکتهایی در حال رایزنی هستیم تا جایگزین مناسبی برای کیسه‌ها انتخاب کنیم و امیدوارم طی یک تا دو ماه آینده کیسه‌های میوه را نیز حذف کنیم.

مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره بار شهرداری عرضه تخم مرغ نشان دار را یکی دیگر از اقدامات سازمان اعلام کرد و بیان داشت: عرضه تخم مرغ شناسنامه دار به صورت فله یا بسته‌بندی انجام می‌شود که به دلیل متناسب بودن قیمت نوع فله آن به دلیل عدم بسته‌بندی، این نوع به منظور عرضه در میادین انتخاب و عرضه آن الزامی شد. وی در ادامه با بیان این که عرضه مرغ بسته‌بندی که از کیفیت و بهداشت بیشتری برخوردار است، سالهاست که در تمام استانها انجام می‌شود اما دستگاههای مسئول هنوز در تهران آن اجرایی نکرده‌اند گفت: از ابتدای مهرماه فقط مرغ بسته‌بندی شده در میادین و بازارهای سازمان میادین با افزایش قیمت محدود عرضه می‌شود.

صفایی با اشاره به این که این اقدام براساس توافق با سازمان دامپزشکی کشور انجام می‌شود بیان داشت: روزانه ۷۰۰ تا ۷۵۰ تن مرغ در تهران عرضه می‌شود که به دلیل عدم بسته‌بندی شرایط مطلوبی ندارد.

## نانهای بسته‌بندی شده غیر بهداشتی در کرمانشاه جمع‌آوری می‌شوند

مهر: سرپرست فرمانداری کرمانشاه گفت: نانهای بسته‌بندی شده غیر بهداشتی که در سطح شهر توزیع می‌شوند باید جمع‌آوری شوند.

سعید امیری در جلسه کارگروه سلامت و امنیت غذایی شهرستان کرمانشاه، اظهار داشت: متأسفانه در سطح شهر با توزیع نانهای بسته‌بندی که در بعضی از موارد غیر بهداشتی هستند مواجه هستیم که با نظارت مرکز بهداشت شهرستان نسبت به شناسایی مراکز تهیه آنها اقدام شده و باید دستگاه‌های ذیربط هر چه سریعتر نسبت به جمع‌آوری نانهای بسته‌بندی غیر بهداشتی اقدام کنند.

در این جلسه همچنین تصمیماتی در خصوص جلوگیری از استفاده از جعبه‌های غیر استاندارد و غیر بهداشتی نان برنجی و شیرینی اتخاذ شد.

جایگزینی در ساختار آن استفاده شده است. وی ادامه داد: اگرچه روش‌های حرارتی معمول سبب تامین اطمینان مصرف‌کننده از سلامت و افزایش عمر ماندگاری آب پرتقال هستند، اما کاهش فاکتورهای کیفی و کمی را نیز به دنبال دارد و به همین دلیل با کاهش ۱۰ درجه دمای پاستوریزاسیون آب پرتقال در این روش، صرفه‌جویی در مصرف انرژی را نیز به دنبال دارد. وی با اطمینان به این که استفاده از مواد نانو در ساختار بسته‌بندی آب میوه‌های طبیعی هیچگونه عوارضی ندارد، تصریح کرد: روی این طرح سه سال کار شده است و در حال حاضر در تعامل با ستاد نانوی رئیس‌جمهور هستیم که این طرح را به ثبت علمی برسانیم.

### بسته‌بندی شیشه‌های الکل در داروخانه‌ها تغییر می‌کند

مهر: مدیرکل نظارت بر امور دارو و مواد مخدر وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی گفت: در صورت همکاری سازمانهای مرتبط برای جلوگیری از سوء استفاده برخی سودجویان بسته‌بندی شیشه و مژه الکل عرضه شده در داروخانه‌ها تغییر می‌کند. محمدرضا شانه‌ساز با بیان این که تغییر بسته‌بندی شیشه‌های الکل قابل عرضه در داروخانه‌ها آن را شبیه یک ماده شیمیایی کرده است گفت: این اقدام وزارت بهداشت برای تغییر بسته‌بندی الکل موجب شده تا رغبت سوء استفاده‌کنندگان برای خرید الکل کمتر شود. وی الکل عرضه شده در داروخانه‌ها را از نظر پزشکی غیر قابل خوراکی اعلام کرد و افزود: وزارت بهداشت افزودن ماده تلخ‌کننده به الکلها و افزایش نظارت و بازرسی از داروخانه‌ها را در دستور کار خود قرار داده است.

### کیفیت خرما که ثابت است باید روی بسته‌بندی آن کار کنیم

فارس: عامل توسعه خوشه صنعتی خرما بی‌گفت: به دلیل ورود خرما نامرغوب از شهرستان‌های همجوار و بسته‌بندی آنها با عنوان خرما بی‌گفت، کمیته نظارت بر ورود خرما شهرستان‌ها در بی‌فعال است. مقدار تکلواظهار داشت: در سال جاری کمیته نظارت بر ورود خرما شهرستان‌های همجوار با دقت و تلاش ویژه و نظارت دقیق بحث جلوگیری از ورود خرما نامرغوب شهرستان‌های همجوار به بی‌گفت بسته‌بندی و عرضه آن به عنوان خرما این شهرستان را در دستور کار خود قرار داد. وی با اشاره به این که این مشکل خسارت زیادی را به صنعتگران خرما و کشاورزان منطقه وارد می‌کند، تصریح کرد: در قالب این کمیته نظارت اداراتی از جمله فرمانداری، جهاد کشاورزی، اداره بهداشت و اداره استاندارد شهرستان

شستشو و واکس و... برای حاضران تشریح کردند. عرضه فله‌ای محصولات یکی از مهمترین موانع در صادر نمودن محصولات کشاورزی است که با توسعه کارگاه‌های درجه بندی و بسته‌بندی، امکان جدا سازی محصول جهت سفارشات صادراتی فراهم می‌شود. در این راستا سورتینگ و بسته‌بندی محصولات کشاورزی مهمترین پایه در کاهش ضایعات است، زیرا با حذف محصولات فاسد و بیمار از مجموعه محصول، از ضایعات آن جلوگیری شده و با استفاده بهینه از ضایعات در صنایع جانبی ارزش افزوده‌ای ایجاد می‌شود. برای بازار یابی و بازرسانی مطلوب محصولات تولیدی، روند جدا سازی، درجه بندی و بسته‌بندی محصولات باغی و موارد دیگر نظیر شستشو و واکس زنی و نگهداری در سردخانه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند.

### بسته‌بندی‌های جدید آمیوه با ساختار نانونقره در اصفهان طراحی شد

فارس: عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی اصفهان گفت: طرح تولید و ارزیابی بسته‌های حاوی نانو ساختار نقره و اکسید روی در کاهش فرایند حرارتی آب میوه در دانشگاه صنعتی اصفهان اجرایی شد. آریوامامی فراهان اظهار داشت: این طرح در قالب رساله دکتری ارائه شد که تاکنون به صورت هفت مقاله بین‌المللی تنظیم شده که چهار مقاله آن به چاپ رسیده و سه مقاله دیگر تحت بررسی برای چاپ است. وی با اشاره به این که عمر نگهداری آب میوه‌های طبیعی تا دو هفته است و به همین سبب تولید و توزیع آن در بازار قابل صرفه برای تولیدکنندگان نیست، بیان داشت: در این طرح سعی کردیم بسته‌بندی‌های جدید را از مواد نانونقره و اکسید روی در اندازه «دوی‌پک» و به صورت نیمه‌صنعتی با جنس پلی‌اتیلن سبک و ترکیب نانو بسازیم که عمر نگهداری آب میوه را تا یک ماه افزایش می‌دهد.

عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی اصفهان خاطر نشان کرد: از آن جایی که بیش از ۵۰ درصد از تولید آمیوه‌های عرضه شده به بازار را آب پرتقال تشکیل می‌دهد به همین دلیل طرح خود را روی آب پرتقال قرار دادیم که تاکنون روی ۱۷۰ تا ۱۸۰ نمونه آب پرتقال کار شده است. وی ادامه داد: با توجه به این که ترکیبات نانویی اثرات مثبتی مانند قدرت ضد میکروبی دارد، از این ترکیبات برای جلوگیری از رشد میکروب و به منظور نگهداری طولانی مدت آب میوه‌های طبیعی استفاده کردیم. امامی فرمضرات شدید استفاده مستقیم از مواد نانودر ترکیبات غذایی را بر جسم و روح افراد تأیید کرد و افزود: مواد نانویی که در ساختار بسته‌بندی‌ها استفاده می‌شود به هیچ عنوان با آب میوه مخلوط نمی‌شود و این از مزیت طرح به حساب می‌آید و از آنجایی که مواد روی برای بدن مفید است از این مواد برای

## ظرفیت واحد پروپیلن پتروشیمی مارون افزایش می‌یابد

است که رکورد تولید روزانه ۳ هزار و ۲۰۰ تن اتیلن را دارد. وی سهامداران پتروشیمی مارون را ساتا (۲۳ درصد)، سرمایه‌گذاری غدیر (۷ درصد)، صندوق بازنشستگی نفت (۲۰ درصد)، تامین اجتماعی (۱۵/۵ درصد) و کارکنان (نیم درصد) برشمرد و افزود: ۳/۵ درصد از سهام مجتمع باقی مانده که طبق قانون چون آخرین خریدار ساتا بوده به احتمال زیاد درصد باقی مانده نیز به ساتا تعلق می‌گیرد.

شریف موسوی با بیان این که پتروشیمی مارون در مجتمع پلی‌اتیلن سنگین لاله ۴۵ درصد سهامدار است، تصریح کرد: در این طرح ۳۰ درصد سایبک و ۲۵ درصد پوشینه نیز سهامدار هستند و علاوه بر اینها مارون به عنوان تامین‌کننده خوراک لاله در ساعت ۴۰ تن اتیلن به این مجتمع تحویل می‌دهد. وی ادامه داد: مارون بخشی از فروش داخلی خود را از طریق تامین خوراک پتروشیمی‌های تندگویان (۲۰۰ هزار تن منو اتیلن گلایکول) و پتروشیمی امیرکبیر (۴۰۰ تن پروپان و هیدروکربن‌های سنگین تر) محقق می‌کند.

تامین پروپیلن در عمل ۶۰۰ هزار تن از این محصول در کشور تولید می‌شود؛ حال آن که نیاز صنایع پایین‌دستی بیش از این مقدار و بازار تشنه این محصول است. وی مارون را تنها مجتمع عرضه‌کننده پلی‌پروپیلن در بورس خواند و گفت: سایر تولیدکنندگان به دلیل این که خصوصی هستند، محصولاتشان را مستقیم عرضه می‌کنند؛ از این رو گاهی اختلاف قیمت میان نرخ‌های کشف شده در بورس و عرضه‌های مستقیم وجود دارد که نارضایتی تولیدکنندگان پایین‌دستی را در پی داشته است. وی محصولات تولیدی مارون را به دو دسته واحدهای پلیمری و شیمیایی تقسیم کرد و گفت: واحدهای الفین به ظرفیت یک میلیون و ۱۰۰ تن اتیلن، پروپیلن با ظرفیت ۲۰۰ هزار تن، بنزین خام به ظرفیت ۸۰ هزار تن، پروپان و هیدروکربن‌های سنگین تر (C3+) به ظرفیت ۱۶۸ هزار تن و پلی‌اتیلن سنگین و پلی‌پروپیلن هر یک با ظرفیت‌های ۳۰۰ هزار تن از جمله واحدهای پلیمری این مجتمع هستند. به گفته او واحد الفین این مجتمع بعد از پتروشیمی جم دومین تولیدکننده اتیلن در کشور

شانا: مدیرعامل مجتمع پتروشیمی مارون با اشاره به کمبود پلی‌پروپیلن در کشور از افزایش ظرفیت واحد پروپیلن این مجتمع برای تولید بیشتر پلی‌پروپیلن خبر داد. سیدرحیم شریف موسوی اظهار داشت: واحد تولیدی پلی‌پروپیلن این مجتمع ظرفیت تولیدی برابر ۳۰۰ هزار تن در سال را دارد ولی واحد پروپیلن که تامین‌کننده خوراک آن است، تنها ۲۰۰ هزار تن ظرفیت دارد؛ از این رو با کمک سهامداران درصدد ارتقای ۱۰۰ هزار تنی واحد پروپیلن برای بهره‌برداری کامل از واحد پلی‌پروپیلن هستیم.

وی یادآور شد: واحد پلی‌پروپیلن این شرکت در سال گذشته نسبت به سال پیش از آن ۵۰ درصد افزایش تولید داشته و با تولید ۱۰۲ هزار تن انواع گرید پلی‌پروپیلن رکورد خوبی در تولید این محصول ثبت کرده است.

شریف موسوی با بیان این که هم‌اکنون شش شرکت در کشور پلی‌پروپیلن تولید می‌کنند، یادآوری کرد: ظرفیت تولید این محصول در کشور نزدیک به یک میلیون تن است، ولی به دلیل مشکل

## صادرات مواد شیمیایی ترکیه به ایران افزایش یافت

اکونیز: اتحادیه صادرکنندگان مواد شیمیایی و پتروشیمی ترکیه اعلام کرد: صادرات مواد شیمیایی این کشور به ایران در نیمه نخست سال جاری میلادی بیش از ۱۵۳ درصد افزایش یافت. میزان صادرات مواد شیمیایی ترکیه طی ماه ژوئن نسبت به ماه قبل بیش از ۲۳ درصد رشد داشته است.

میزان صادرات مواد شیمیایی ترکیه در ماه ژوئن به بیش از ۱/۰۳ میلیون تن رسیده است. ترکیه از محل صادرات مواد شیمیایی در این مدت بیش از ۱/۵۴ میلیارد دلار درآمد کسب کرده است. ترکیه قصد دارد تا پایان سال ۲۰۱۰ به هدف صادرات ۱۲ میلیارد دلار مواد شیمیایی دست یابد. بر اساس این گزارش طی شش ماه نخست ۲۰۱۰ کشورهای عراق، آلمان، ایران، مصر و ایتالیا بزرگترین بازارهای صادراتی مواد شیمیایی ترکیه بودند. میزان صادرات ترکیه به مصر در این مدت ۱۷۴/۷۶ درصد رشد داشته و صادرات و صادرات مواد شیمیایی این کشور به ایران نیز با رشد ۱۵۳/۵۶ درصدی روبرو شده است.

## الزام دولت به ایجاد نظام مهندسی صنعت تا پنج سال آینده

فارس: عضو کمیسیون تلفیق مجلس گفت: در جریان بررسی و تصویب مواد قانون برنامه پنجم، دولت موظف شد ضمن ساماندهی وضعیت موجود تشکل‌ها متناسب با استراتژی صنعتی کشور، نسبت به ایجاد نظام مهندسی صنعت اقدام نماید. علی بروغنی با اشاره به مصوبات لایحه برنامه پنجم در کمیسیون تلفیق مجلس، اظهار داشت: مواد ۱۳۷ تا ۱۴۳ مربوط به بخش صنعت و معدن در جلسه این کمیسیون بررسی و تصویب شد.

## بهره‌برداری از فاز آخر واحد پلی اتیلن سنگین بندر امام

پترونوت: فاز آخر طرح افزایش ظرفیت واحد پلی اتیلن سنگین شرکت سهامی پتروشیمی بندرامام از ابتدای خرداد ماه سال جاری آغاز شده است و طی ۹۰ روز به پایان خواهد رسید و پیش‌بینی می‌شود اول شهریور ماه به بهره‌برداری برسد. مدیر طرح‌های توسعه‌ای شرکت سهامی پتروشیمی بندرامام با اعلام این خبر افزود: یک گام دیگر به سمت تکمیل طرح بزرگ افزایش ظرفیت در واحد پلی اتیلن سنگین برداشته شد، این گام که آخرین مقطع به شمار می‌رود طی مدت سه ماه توقف تولید صورت می‌پذیرد و پس از تکمیل طرح، چندین محصول پلی اتیلن به لحاظ تنوع تولید از یک گرید کنونی به چندین گرید افزایش خواهد یافت.

وی افزود: ظرفیت تولید واحد پلی اتیلن سنگین بالغ بر ۲۵۰ درصد نسبت به قبل از اجرای طرح توسعه افزایش می‌یابد و به ۱۵۰ هزار تن در سال می‌رسد و کل سیستم کنترل واحد از حالت نیوماتیک به Fcs/Dcs تبدیل می‌شود. مهندس عبدالامیر دیوان بجاری خاطر نشان کرد: این طرح که به منظور افزایش کمی و کیفی تولید محصول پلی اتیلن سنگین اجرا می‌شود و نصب تابلوهای برق جدید، اتمام عملیات SAT تابلوهای ابزار دقیق، نصب باس داکتهای ولتاژ ضعیف و متوسط، برشکاری محل نازل‌های جدید راکتورها و نصب بخشی از آنها، انجام بالغ بر ۱۲۰۰ اینچ قطر از فیت آپ (از کل ۱۶۵۰۰ اینچ قطر در فاز آخر طرح)، از جمله اقدامات انجام شده در جهت افزایش ظرفیت می‌باشد. وی گفت: در این واحد عملیات اجرایی گسترده‌ای شامل جوشکاری، نصب تجهیزات سنگین، نصب سیستم جدید برق و ابزار دقیق و اقدامات دیگر انجام می‌شود که رعایت ایمنی و اهمیت آن را دو چندان می‌کند و تمام برنامه‌ریزی‌ها به گونه‌ای پیش می‌رود که طرح افزایش ظرفیت تولید در بهترین شرایط ایمن کاری انجام و تاکنون ۴۷ هزار و ۹۹۸ نفر ساعت کارکرد بدون حادثه را سپری کردیم. برچیدن تجهیزات اصلی واحد و اتمام عملیات تخریب و تغییرات در فنداسیون، نصب تجهیزات و تابلوهای جدید، انجام عملیات نصب سیستم جدید ابزار دقیق، نصب ظروف ثابت و ایجاد تغییرات در ظروف موجود، عملیات لوله کشی و نیز عملیات پیش راه‌اندازی و راه‌اندازی از جمله فعالیت‌هایی است که بایستی در دوره توقف واحد انجام شود. شرکت سهامی پتروشیمی بندرامام یکی از مجتمع‌های بزرگ پتروشیمی کشور است و انواع مواد اولیه پتروشیمیایی را به منظور تامین نیاز داخلی و صادرات تولید می‌کند.

وجود دارد و دفتر خوشه صنعتی خرمای این شهرستان در این زمینه مدیریت کمیته را بر عهده دارد. تکلودر مورد چگونگی عملکرد این کمیته نظارتی افزود: ما در کوتاه‌مدت با سیاست برخورد با ورود خرمای نامرغوب شهرستان‌های همجوار و متخلفان در این زمینه را در دستور کار خود داریم، اما برای تأثیر درازمدت، فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی در مورد عواقب و خسارات ناشی از این اقدام لازم و ضروری است. عامل توسعه خوشه صنعتی خرمای بم با ارائه گزارشی از عملکرد این خوشه از بدو تأسیس تاکنون و تأثیرات مفید این خوشه در بهبود کیفیت و افزایش صادرات خرمای مضافتی بم اظهار داشت: لازمه اصلی بازاریابی و صادرات تبلیغات و بسته‌بندی مناسب است، به دلیل این که ما در بحث کیفیت محصول خرما هیچ دخل و تصرفی نمی‌توانیم داشته باشیم و باید تنوع بسته‌بندی و همچنین سلاقی گوناگون مصرف‌کنندگان را مدنظر داشته باشیم.

وی با تأکید بر ضرورت تولید بسته‌بندی‌های مناسب خاطر نشان کرد: لوکس و گران بودن قیمت بسته‌بندی مدنظر نیست، زیرا ما نمی‌توانیم یک بسته‌بندی خاص را به بازار تحمیل کنیم، بلکه کیفیت بسته‌بندی بر اساس توان مالی و سلیقه مصرف‌کننده باید مدنظر قرار گیرد.

تکلودر مورد وضعیت صادرات خرمای بم و همچنین رسوب خرما در سردخانه‌های این شهرستان تصریح کرد: در حال حاضر حدود ۳۰ تا ۲۵ درصد از خرما در سردخانه‌ها به امید افزایش قیمت توسط سردخانه‌داران و کشاورزان نگه داشته شده که یکی دیگر از دلایل رسوب خرما تفاوت بین عرضه و تقاضا است، زیرا با بالا رفتن قیمت تقاضا نیز کم می‌شود.

وی گفت: تاکنون ۱۰۰ تن خرما به کشور لبنان صادر شده و ماه سپتامبر نیز ۱۵۰ تن دیگر صادر می‌شود، همچنین ۱۰۰ تن خرما به ترکیه صادر شده و در حال امکان‌سنجی صادرات خرمای مضافتی به کشورهای ونزوئلا، روسیه و آلمان به دلیل ارزش افزوده که به همراه دارد، هستیم.

## پلی اتیلن گرید فیلم همچنان عمده‌ترین کالای صادراتی ایران است

شاننا: پلی اتیلن گرید فیلم با سهم ۶ درصدی از کل صادرات غیرنفتی کشور در سه ماه نخست امسال عمده‌ترین کالای صادراتی بوده است. سهم این کالا از صادرات غیرنفتی کشور در مدت یاد شده ۳۴۶ میلیون و ۴۰۰ هزار دلار معادل ۶ درصد بوده است. پروپان مایع شده با ۳۱۸ میلیون و ۲۰۰ هزار دلار دومین کالای عمده صادراتی کشور در سه ماه نخست امسال بوده و ۵/۵ درصد از ارزش کل صادرات غیرنفتی کشور را به خود اختصاص داده است.

جایگاه بعدی به سایر گازهای نفتی و هیدروکربورهای گازی مایع شده اختصاص دارد که سهم این کالاها از صادرات غیرنفتی به ۲۸۸ میلیون و ۱۰۰ هزار دلار رسید و رتبه چهارم نیز با ۱۹۳ میلیون و ۱۰۰ هزار دلار در اختیار متانول قرار گرفت. همچنین در سه ماه نخست امسال صادرات غیرنفتی کشورمان با احتساب میعانات گازی به ۶ میلیارد و ۷۶۴ میلیون دلار رسید که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته ۱۹/۱۹ درصد رشد نشان می‌دهد در حالی که بدون احتساب میعانات گازی به ۵ میلیارد و ۷۹۵ میلیون دلار می‌رسد که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۲۷ درصد افزایش داشته است. همچنین وزن صادرات غیرنفتی با احتساب میعانات گازی ۱۵ میلیون و ۴۱۵ هزار تن بوده که در مقایسه با سال قبل ۲۱ درصد رشد داشته و وزن صادرات غیرنفتی بدون احتساب میعانات گازی ۱۳ میلیون و ۹۹۵ هزار تن با رشد ۲۵ درصد برآورد شده است.

## موانع توسعه صنعت پلاستیک برطرف می‌شود

شاننا: مدیر بورس کالای کارگزاری بورس بیمه ایران از انعقاد تفاهم‌نامه‌ای با تعاونی صنایع پلاستیک استان تهران در جهت رفع مهم‌ترین موانع توسعه صنعت پلاستیک خبر داد. مهدی آزادواری افزود: کارگزاری یاد شده برای رفع مهم‌ترین موانع توسعه صنعت پلاستیک که همان در اختیار داشتن نقدینگی لازم برای انجام عملیات خرید و تهیه مواد اولیه از بورس کالا است، اقدامات مناسبی را انجام داده است. وی با اشاره به این که فاز اول این اقدام از تعاونی صنایع پلاستیک استان تهران آغاز شده است، تصریح کرد: تمامی اعضای تعاونی مذکور می‌توانند سفارش خرید مواد اولیه را به تعاونی اعلام تا نسبت به خرید آن محصولات از بورس کالا توسط کارگزاری بورس بیمه ایران اقدام شود. آزادواری، با اشاره به این که این تفاهم‌نامه به همت دفتر توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی و در نمایشگاه ایران پلاست کلید خورد، اظهار داشت: تلاش می‌شود تا فضای واقعی ارائه خدمات توسط بخش خصوصی در جهت حل مشکل صنعت پلاستیک در این تفاهم‌نامه با محوریت توجه به نقش تشکل‌ها شکل گیرد.

را پرو و بسته بندی کند. آب زمزم مورد نیاز مسجد شریف نبوی توسط این کارخانه تامین خواهد شد، در حالی که در حال حاضر با تانکر به مدینه حمل می شود. بر این اساس، با راه اندازی این کارخانه شیرهای آب زمزم در کوی و شعب علی جمع آوری خواهد شد و پدیده فروشدگان دوره گرد آب زمزم جمع آوری می شوند و متقاضیان آب زمزم می توانند از تولیدات این کارخانه استفاده کنند. آب زمزم فارغ از مصرف زایران در مکه به عنوان سوغات سفر حج و عمره استفاده می شود.

### فعالیت ۳۳ کارخانه صنایع تبدیلی و تکمیلی در خراسان شمالی

فارس: مدیر صنایع کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی خراسان شمالی گفت: در حال حاضر ۳۳ کارخانه صنایع تبدیلی و تکمیلی کشاورزی در استان فعال است. محمدعلی سودمند اظهار داشت: تولید سالانه این کارخانجات ۲۴۹ هزار تن با جذب مواد اولیه حدود ۳۰۶ هزار تن بوده که با واحدهای که از سازمان صنایع و

وی ادامه داد: کمک به سرمایه گذاری خطر پذیر در صنایع نوین، کاهش عوارض توسعه غذایی صنایع میانی و پایین دستی پتروشیمی برای خوراک این صنایع داخلی از مصوبات کمیسیون تلفیق است.

عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس با بیان این که حذف موانع سرمایه گذاری صنعتی و معدنی با اصلاحات در اساسنامه و متناسب با مقررات ناظر از مصوبات برنامه پنجم است، گفت: به منظور ساماندهی تشکلهای غیردولتی فعال در بخش صنعت و معدن برای پیشبرد برنامه ها و سیاستگذاری ها، دولت ضمن ساماندهی وضعیت موجود تشکلهای موظف شد متناسب با استراتژی صنعتی کشور نسبت به ایجاد نظام مهندسی صنعت اقدام نماید.

وی ادامه داد: کمیسیون تلفیق به ایجاد نظام صنعت کلمه انتظام را نیز اضافه کرد. عضو کمیسیون تلفیق مجلس با اشاره به حذف ماده ۱۴۱ مربوط به طبقه بندی و نحوه اعطای تسهیلات، تخفیف ها و معافیت نسبت به واحدهای تولیدی متناسب با میزان تولید، تصریح کرد: ماده مربوط به افزایش مستمر انطباق محصولات با استانداردهای بین المللی و همچنین توسعه صنایع میانی پتروشیمی و گسترش زنجیره ارزش صادراتی تصویب شد که نمایندگان همچنین صنایع پایین دستی را نیز به این مصوبه اضافه کردند.

به گفته بروغنی ماده ۶۲ مربوط به بهره وری و تحقق اهداف سیاست های کلی اصل ۴۴ و رقابتی نمودن اقتصاد از طریق افزایش سهم ارتقای بهره وری کل عوامل تولید نیز از دیگر مصوبات کمیسیون تلفیق مجلس بود.

این نماینده مجلس افزود: به منظور استقرار و توسعه استاندارد تمام کالاها، فعالیت ها و خدمات در حوزه های مختلف، سازمان استاندارد ملی ایران بر اساس اساسنامه مصوبه دولت، وابسته به دولت باقی می ماند و برای فرابخشی شدن استاندارد، معاونت راهبردی ریاست جمهوری مباحث آموزش و استانداردهای تحقیقات و بهداشت و دیگر موضوعات را با هماهنگی تعیین کند.

### کارخانه بسته بندی آب زمزم در مکه راه اندازی می شود

ایرنا: کارخانه بسته بندی آب زمزم در مکه مکرمه بزودی تکمیل و قرار است

در نیمه دوم ماه مبارک رمضان افتتاح شود. عملیات احداث این کارخانه از سه سال پیش شروع شده و توسط سازمان آب و برق و تولید حریمین شریفین اجرا و اداره می شود.

بر اساس این گزارش، ماشین آلات این کارخانه از آلمان وارد شده و می تواند ظروف یکبار مصرف ۱۰ لیتری



### تولید گرید استراتژیک برای نخستین بار در منطقه ویژه پتروشیمی

فارس: تولید گرید استراتژیک برای نخستین بار در منطقه ویژه پتروشیمی، رقابت کیفیت محصولات پلیمری شرکت پتروشیمی امیرکبیر با نمونه خارجی و... از مهم ترین عناوین اخبار کوتاه جنوب خوزستان است. برای نخستین بار در کشور و با همت محققان ایرانی واحد LLDPE شرکت پتروشیمی امیر کبیر در منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی گرید استراتژیک LL0205AA تولید شد. با تلاش و همدلی کارکنان این شرکت، واحد LLDPE برای نخستین بار در کشور موفق به تولید گرید استراتژیک LL0205AA شد. گرید مذکور که جزو گریدهای تعریف شده واحد نیست بدون در دست داشتن اطلاعات پروسی مورد نیاز با موفقیت در واحد LLDPE تولید شده است. پس از تحریم تعدادی از محصولات پلیمری توسط برخی کشورها، از جمله گرید LL518N تولیدی توسط سابیک عربستان، بررسی برای تولید گرید LL0205AA که معادل گرید مذکور است، آغاز و نهایتاً تولید رسمی این گرید از تاریخ ۸ تیر ماه سال جاری آغاز شد. تولید این گرید برای نخستین بار در سطح کشور و به منظور جلوگیری از بروز مشکل برای صنایع پائین دست به واسطه تحریم ها صورت پذیرفته است. از این محصول برای تولید فیلم های پلاستیکی با استحکام بالا نظیر فیلم های مربوط به رول های کیسه بسته بندی (FFS) استفاده می شود.

## استفاده از چهره زن برای تبلیغ لوازم

موارد با آنها برخورد لازم صورت می گیرد. مدیرکل دفتر تبلیغات و اطلاع رسانی وزارت ارشاد در خصوص استفاده ابزاری از تصاویر زن برای تبلیغ کالایی خاص متذکر شد: اگر چهره یک زن یا کودک و یا حتی مرد در تبلیغاتی استفاده شود، این کار ممنوع است، دلیلی ندارد که برای تبلیغ فلان کالا، موهای پریشان یک زن جلوی فلان کولر تبلیغ شود؛ در این موارد استفاده از تصاویر زنان ایرانی یا خارجی تفاوتی ندارد که البته استفاده از تصاویر زنان ایرانی به هیچ عنوان مجوز ندارد و برای استفاده از تصاویر زنان خارجی نیز ممنوعیت قائل شده ایم. کریمی در خصوص استفاده از تصاویر زنان برای تبلیغ لوازم آرایشی گفت: استفاده از چهره زن به هیچ عنوان برای تبلیغ لوازم آرایشی مجاز نیست و تمام تبلیغاتی که به این شیوه انجام می شود، ممنوع است.

وی در خصوص تبلیغاتی که حاوی تصاویر زنان برای تبلیغات کالاهای مختلف هستند، گفت: دائماً با کانون های تبلیغاتی متخلف برخورد و امتیاز برخی از آنها لغومی شود البته لغو امتیازی که از جانب ما صورت می گیرد، بیشتر به صورت تعلیق فعالیت است و در برخی موارد نیز به متخلفین تذکر داده می شود و شماره هایی که در آن چنین تبلیغاتی به چاپ رسیده، جمع آوری می شود.

وی در ادامه به واردات برخی از کالاها با تصاویر نامناسب اشاره کرد و گفت: در یکی از این موارد، فردی با مجوز پزشکی وزارت بهداشت، نوعی ماسک زنانه با عکسی بسیار زننده از یک زن بر روی بسته بندی آن وارد کرد و ماموران گمرک برای ترخیص آن از وی درخواست مجوز ارشاد را کردند، این فرد با مراجعه به ارشاد

فارس: مدیرکل دفتر تبلیغات و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: استفاده از چهره زن به هیچ عنوان برای تبلیغ لوازم آرایشی مجاز نیست و تمام تبلیغاتی که به این شیوه انجام می شود، ممنوع است.

علیرضا کریمی در خصوص موضوع عفاف در رسانه و نوع تبلیغاتی که در مطبوعات، نشریات و آگهی نامه ها به چاپ می رسد که بعضاً حاوی تصاویر زننده و مطالب خلاف عفت عمومی و موازین شرعی است، اظهار داشت: یکی از مأموریت های اصلی دفتر تبلیغات و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نظارت بر آگهی ها و انطباق آن با موازین شرعی و قانونی کشور است؛ اگر آگهی های تبلیغاتی که در صدا و سیما، در تبلیغات محیطی، روزنامه ها و نشریات به چاپ می رسد، خلاف موازین شرعی و قانونی مطلبی یا تصویری درج شود، تخلف محسوب می شود و با این مراکز برخورد لازم انجام می شود.

وی ادامه داد: در بند دیگری از قانون تبلیغات آمده است که آگهی های تبلیغاتی نباید حاوی گفتار یا تصویری باشد که برای اخلاق و معتقدات مذهبی و عفت عمومی، توهین آمیز باشد و بر اساس این ۲ بند، برخورد با هر نوع تخلفات تبلیغاتی برای ما لازم است. کریمی خاطر نشان کرد: تمام تبلیغاتی که درخواست صدور مجوز را دارند، به صورت کامل بررسی می شوند و پس از بررسی های لازم مجوز انتشار داده می شود اما در برخی موارد اتفاق می افتد که به طور مثال در تبلیغات سینمایی یا ویدئوکلپ ها، پس از دریافت مجوز، آگهی را به چاپ رسانده اند که با نسخه اولیه ارائه شده به ارشاد تفاوت داشته است که البته در این

در آینده در جای دیگر وجود دارد. حسن قاسمی رییس اتحادیه لیتوگراف در پاسخ به سوال خبرنگار ایرنا مبنی بر ویژگی نمایشگاه هفدهم در مقایسه با دوره های قبل اظهار داشت: جلساتی برای تحقق بخشیدن به خواسته های شرکت کنندگان داشتیم، با توجه به حجم و سنگین بودن ماشین آلات تلاش داریم تا فضا به منظور نصب این ماشین ها زودتر از موعد در اختیار شرکت کنندگان قرار گیرد که امیدواریم این مسئله محقق شود.

وی افزود: البته صحتیابی نیز در خصوص دیگر خواسته های شرکت کنندگان برای گرفتن خدمات رفاهی، امکانات، زمان برگزاری و قیمت غرفه های ارزی نیز انجام داده ایم که امسال موفق به تغییر زمان برگزاری شدیم. نیکوسخن در ادامه گفت: تا به امروز ۵۲۰ شرکت داخلی برای حضور در نمایشگاه ثبت نام کرده اند و ۳۱۵ شرکت مبلغ ربالی خود را واریز کرده اند، بیش از ۱۱ هزار متر مربع سالن به غرفه داران داخلی اختصاص خواهد داد.

همچنین ۳۸ شرکت خارجی برای حضور در نمایشگاه ثبت نام کردند و ۷۵۵ متر ارزی خریداری کردند که نسبت به سال گذشته حدود ۴۰ درصد متراژ ثابت است، امیدواریم تا زمان برگزاری نمایشگاه این خلا پر شود. چند شرکت خارجی جدید نیز برای اولین بار در این نمایشگاه شرکت خواهند کرد.

## امضای بخش های خصوصی ایران و آلمان برای بسته بندی و عرضه چای

ایرنا: بخش های خصوصی ایران و آلمان یک قرارداد تجاری در زمینه تولید، فرآوری، بسته بندی و عرضه چای امضا کردند. در مراسمی که به مناسبت انعقاد این قرارداد در سالن همایش های مرکز آموزش و پژوهش وزارت امور خارجه با حضور مدیران دو شرکت "تی کانه (Teekanee)" و "به بخش" برگزار گردید، بر توسعه و گسترش روابط تجاری بخش های خصوصی دو کشور تاکید شد. "راین هلد اشلنک"، مدیر عامل شرکت "ت کانه آلمان" نیز در این مراسم

معادن دارای پروانه بهره برداری هستند حدود ۶۰۰ هزار تن محصول را فرآوری و تبدیل می کنند. وی میزان سرمایه ثابت این تعداد کارخانه را ۱۶۵ هزار میلیون ریال عنوان کرد. سودمند تصریح کرد: فعالیت این تعداد کارخانه تبدیلی و تکمیلی در استان، زمینه اشتغال ۴۹۸ نفر را فراهم کرده است.

وی افزود: کارخانه های صنایع تبدیلی و تکمیلی در استان در زمینه های تولید انواع فرآورده های لبنی، تولید خوراک آماده دام، رب گوجه فرنگی، پاک کردن و بسته بندی حبوبات و خشکبار و فرآورده های گوشتی، انواع ترشی و شوری، برنجکوبی، تولید لواشک و قره قروت، سردخانه بالای صفر فعالیت دارند.

مدیر صنایع کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی خراسان شمالی ادامه داد: برخی از این کارخانه ها هم اکنون با کمبود نقدینگی و سرمایه در گردش مواجه هستند که ضروری است بانکها تسهیلات لازم را در اختیار این واحدهای تولیدی قرار داده و در پرداخت تسهیلات برای ایجاد کارخانه های جدیدتر در این بخش که سبب تولید و اشتغال در استان می شود، همکاری کنند.

سودمند همچنین از راه اندازی سه کارخانه صنایع تبدیلی و تکمیلی در خراسان شمالی تا پایان امسال خبر داد. وی گفت: با راه اندازی این کارخانه ها، ظرفیت فرآوری صنایع لبنی در خراسان شمالی بیش از پیش افزایش می یابد.

## ۳۵ شرکت از ۱۴ کشور جهان در نمایشگاه بین المللی چاپ و بسته بندی حضور دارند

ایرنا: رییس اتحادیه صنف چاپخانه داران تهران از حضور ۳۵ شرکت خارجی از ۱۴ کشور جهان در هفدهمین نمایشگاه بین المللی چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته خبر داد. وی افزود: با توجه به فرصت باقیمانده تا برگزاری نمایشگاه علاوه بر ۳۱ شرکت داخلی تاکنون ۳۵ شرکت از ۱۴ کشور جهان شامل اتریش، آمریکا، ایتالیا، انگلستان، تایوان، امارت، لهستان، هلند، ژاپن، چین، کره جنوبی، هندوستان، سوئیس و عربستان برای حضور در نمایشگاه اعلام آمادگی کرده اند.

"جلیل غفاری رهبر" رییس اتحادیه صنف صحاف تهران در ادامه این نشست گفت: با توجه به این که در هر سال میلادی باید یک نمایشگاه برگزار شود، در بهمن ماه یک نمایشگاه داشتیم و ما برای برگزاری نمایشگاه باید تا ژانویه (دی ماه) صبر می کردیم، ترکیه در نمایشگاه امسال به علت حضور خود در نمایشگاه دیگر در ایران حضور نخواهد داشت و ما بیزس ارزی برخی از شرکتهای خارجی را خواهیم داشت. وی فضای نمایشگاه بین المللی را برای برپایی "هفدهمین نمایشگاه چاپ، بسته بندی و ماشین آلات وابسته" نامناسب خواند و گفت: این فضا دارای استاندارد برای صنعت چاپ نیست، ما احتیاج به فاضلاب در سالنها داریم که نمایشگاه فاقد آن است، در صورت هماهنگی مسوولین احتمال برگزاری این برنامه

## ادعای جدید وزارت بهداشت: استفاده از آب یخ زده بطری های یکبار مصرف سرطان زاست

بار دیگر یکی از مسئولان وزارت بهداشت هشدار را در رابطه با سرطان زا بودن چیزی اعلام کرد. رئیس اداره بهبود تغذیه جامعه وزارت بهداشت گفت: مصرف آبهای یخ زده بسته بندی در بطری های پت باعث انتقال مواد شیمیایی سرطان زا می شود. دکتر پریسا ترابی در گفتگو با خبرنگار مهر اظهار داشته: بعضی از مراجع علمی اعلام کرده اند استفاده از آبهای آشامیدنی بسته بندی در بطریها فقط برای مصرف یکبار است و از یخ زدگی آنها باید جلوگیری کرد.

چندی پیش نیز دکتر حسن امامی رضوی، معاون وزیر بهداشت گفته بود "آب معدنی هایی که در فروشگاههای عرضه مواد غذایی و آشامیدنی در معرض حرارت و در زیر آفتاب داغ نگهداری شود مشکل مصرف دارند و مردم توجه داشته باشند از این آب معدنی ها استفاده نکنند.

ترابی نامی از این مراجع علمی و میزان صلاحیت آنها نبرد. ولی به نظر می آید مرجع وی همان پایان نامه دکتری یکی از دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی باشد. ترابی با بیان این که یخ زدگی آب در بطریهای یکبار مصرف باعث می شود که مواد شیمیایی در جدار بطری همراه با آب به درون بدن منتقل شود که این مواد خاصیت سرطانزایی دارد. متأسفانه این مقام وزارت بهداشت با بیان عامیانه (مواد شیمیایی) بدون ارائه هیچ سند آزمایشگاهی تایید شده در مراجع ذی صلاح داخلی یا خارجی اقدام به اعلام هشدار عمومی کرده است. غافل از این که درست است اعلام این گونه هشدارها در رسانه های عمومی ممکن است باعث معروفیت هشداردهنده شود و این ذهنیت را القا کند که حس مسئولیت نسبت به سلامت جامعه نزد مسئولان وزارت بهداشت موج می زند، اما از آن جا که مراحل قانونی خود را طی نکرده و از نظر پشتوانه علمی استحکام کافی برای هشدار عمومی را ندارد به نوعی مصداق ایجاد بحران در جامعه است. در همین راستا رییس اداره بهبود تغذیه جامعه وزارت بهداشت تاکید کرده: بطریهایی که در کشور ما تولید می شوند برای آبهای بسته بندی خاصیت یک بار مصرف دارند و نباید آنها را فریز کرد.

به گفته وی، اگر آب معدنی های بسته بندی شده در معرض حرارت نباشد مصرف آنها تا یکسال هم مشکلی ندارد ولی اگر در وضعیتی نگهداری شوند که تحت تاثیر مستقیم حرارت باشند حتی قبل از ۶ ماه هم غیر قابل استفاده می شوند.

## آرایی ممنوع است

درخواست مجوز خود را ارائه داد که پس از مذاکرات مقرر شد بر روی تک تک این محصول وارداتی، برچسبی زده شود که به هیچ عنوان قابل کنده شدن نباشد و در صورتی که در بازار این کالا بدون این برچسب و شرایط مقرر شده مشاهده شود، فرد مذکور مسئول قانونی آن خواهد بود.

وی افزود: پرونده هایی از این نوع بسیار است، برخی از کالاها از سوی وزارت بازرگانی مجوز واردات دریافت می کنند اما در واقع مجوز فرهنگی آن در نظر گرفته نمی شود یا به طور مثال وزارت بهداشت، مجوز بهداشتی واردات محصول خاصی را صادر می کند و به جنبه های فرهنگی آن توجهی ندارد و این افراد زمانی که برای دریافت مجوز ارشاد مراجعه می کنند، با مشکل مواجه می شوند.

کریمی همچنین به واردات کالاهای قاچاق اشاره کرد و گفت: به طور مثال یک شرکتی مجوز واردات نوعی کرم آرایشی را از وزارت بهداشت دریافت کرده و از مبادی رسمی ۱۰۰ هزار از این کرم وارد شده ولی از مبادی قاچاق یک میلیون عدد از این محصول وارد شده است که متأسفانه ما نمی توانیم نظارت کاملی بر کالاهایی که به صورت قاچاق وارد می شوند، داشته باشیم.

وی خاطر نشان کرد: شما کافی است سری به یکی از داروخانه های سطح شهر بزنید، انسان از این که برخی از کالاها و تبلیغات آن را ببیند، خجالت می کشد و بسیاری از کالاها مجوز از سوی ارشاد ندارند و خارج از چارچوب تعریف شده ما وارد چرخه عرضه می شوند، در این موارد نیروی انتظامی باید وارد عمل شود و مجوز واردات این کالاها ممنوع را درخواست کند.

بسته بندی شده است و لازم است مردم از خرید و مصرف آبهای معدنی بدون نشان استاندارد خودداری کنند. هر نوع آب معدنی با هر نشان تجاری که دارای نشان استاندارد باشد تضمین کیفیت آن برعهده این سازمان است. این روابط عمومی از افراد، گروهها، صاحب نظران و دست اندرکاران در ارتباط با تهیه و عرضه آب معدنی خواست برای رفع هرگونه شبهه و ابهام با در دست داشتن مدارک و مستندات لازم به سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران مراجعه کنند.

### ظرفیت بسته بندی واکسن در موسسه رازی شمال شرق به ۴۰۰ هزار دز رسید

ایرنا: رییس موسسه تحقیقات واکسن و سرم سازی کشور گفت: با بهره برداری از خط فیلینگ (پرکنی اتوماتیک واکسن)، ظرفیت بسته بندی واکسن در موسسه واکسن و سرم سازی رازی به ۴۰۰ هزار دز در روز افزایش یافت. دکتر

اظهار داشت: با عقد این قرارداد، دو کشور از تولید کیفی چای بهره مند می شوند، ضمن این که به ارزش افزوده قابل توجهی دست خواهند یافت. اشلنژوک، حرکت به سمت فناوری و تجارت مدرن را رمز ماندگاری در بازارهای جهانی دانست و افزود: ت کانه ۳۷ درصد بازار اروپا و ۱۱ درصد بازار چای آمریکا را در اختیار دارد. به گفته وی این شرکت برای نخستین بار به تولید چای کیسه ای در اروپا اقدام کرده و نزدیک به ۳۹ نوع چای معمولی، سبز و با خواص دارویی مختلف را تولید می کند که به ۶۱ کشور دنیا صادر می شود.

### سازمان استاندارد:

### مردم آب معدنی بدون نشان استاندارد نخرند

ایرنا: اداره کل روابط عمومی و امور بین الملل سازمان استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران اعلام کرد: این سازمان تنها مرجع تایید کیفیت آبهای معدنی

# آیا مصرف آب منجمد شده در بطری های

به عنوان مواد استاندارد در آنالیزهای مربوط به این خانواده، تولید و مورد استفاده قرار می گیرند. منشاء اصلی تولید دی اکسین ها در طبیعت، واکنش های طبیعی و ناخواسته ای است که در انجام بعضی از فرآیندهای شیمیایی حرارتی صورت می گیرد. به عنوان مثال، در فرآیندهای تولید محصول پنتاکلورو فنل همواره مقدار کمی دی اکسین به عنوان محصول جانبی تولید شده و به صورت ناخالصی در محصول اصلی باقی خواهد ماند.

سایر منابع تولیدکننده دی اکسین ها عبارتند از: کوره های زباله سوز صنعتی، بیمارستانی و خانگی، آتشفشان ها، آتش سوزی های گسترده در جنگل ها و هر فرآیند شیمیایی دیگری که در حین انجام آن یک ترکیب آلی در دمای بالاتر از ۴۰۰ درجه سانتیگراد و در حضور اتم های کلرو و اکسیژن قرار بگیرد.

در این میان کوره های زباله سوز بیمارستانی نقش پررنگ تری در ورود ترکیبات دی اکسین به محیط زیست دارند، زیرا هم دمای این کوره ها به قدر کافی بالا می باشد و هم درصد زیادی از زباله های بیمارستانی پلی وینیل کلرید (PVC)

پس از طرح فرضیه ای مبنی بر سمی بودن آب بسته بندی منجمد شده در بطری های PET، متخصصان پلیمر و بسته بندی نسبت به بیان مطالب مبهم و نگران کننده در این رابطه و لزوم پرهیز از عمومی کردن آن تا اثبات قطعی واکنش نشان دادند. با این حال بعضی مسئولان بهداشت به دلایلی که هنوز روشن نیست این موضوع را رسانه ای کردند. در شماره قبل برخی نظرات درباره این فرضیه منتشر شد که مطالعه آن را به خوانندگان محترم مجله توصیه می کنیم. در این شماره نیز مطلبی از مرکز پژوهش و توسعه پتروشیمی تندگوپان، متولی تولید PET در کشور به دفتر مجله رسید که با دلایل علمی فرضیه مطرح شده را رد می کند. به دلیل طولانی بودن مطلب ارسالی، گزیده هایی از آن تقدیم خوانندگان می شود.

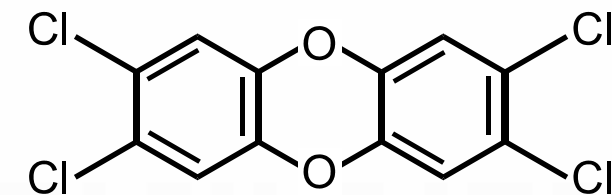
● از همان ابتدای ورود پلاستیک ها به زندگی روزمره مردم، اثرات مثبت و منفی آنها بر بهداشت و سلامت مصرف کنندگان نیز همواره مورد توجه بوده و چه از طرف مراکز علمی-پژوهشی و چه از سوی نهادهای مسئول و یا ناظر بر حفظ سلامت عمومی جامعه مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. نتایج این بررسی ها در گردهمایی ها، مجلات علمی-تخصصی و یا رسانه های عمومی بیان شده و اقبال مختلف جامعه به نحوی از آنها مطلع شده اند. شاید شما هم یکی از میلیون ها نفری باشید که در چند سال گذشته دسته کم یک بار این جمله را از کسی شنیده و یا در جایی خوانده اید: (مصرف آب یخ زده در بطری های PET خطرناک بوده و سرطان زا است).

اولین بار در سال ۲۰۰۴ بود که این خبر در پایگاه های اینترنتی مطرح و با سرعت باور نکردنی در سراسر جهان منتشر گردید. رسانه های داخلی هم از ابتدای سال ۱۳۷۷ به این موضوع توجه نشان داده و به مناسبت های مختلف آن را به شیوه های گوناگون منتشر نمودند. زمانی که درستی این خبر توسط برخی از نهادهای رسمی و مسئول سلامت و بهداشت عمومی جامعه تأیید گردید، اهمیت موضوع برای بسیاری از مصرف کنندگان بیشتر از پیش نمایان گردید. در بیشتر موارد، منابع منتشرکننده خبر دلایلی برای این ادعای خود بیان نکرده و فقط بازگو کردن شنیده های غیر رسمی و غیر قابل استناد اکتفا می نمایند. در این بین تعداد محدودی از این منابع، دلیل خطرناک بودن انجماد آب در بطری های PET را آلوده شدن آن به ماده سمی و بسیار خطرناک دی اکسین بیان می کنند.

### دی اکسین چیست؟

دی اکسین ها به طور دقیق تر پلی کلرو و دی بنزو دی اکسین ها خانواده ای از ترکیبات آلی حلقوی کلردار هستند. خانواده دی اکسین ها به طور نظری بر اساس تعداد و موقعیت قرار گرفتن اتم های کلر در ساخت ترکیب، می تواند ۷۵ عضو داشته باشد. معروف ترین و شناخته شده ترین عضو این خانواده ترکیب ۲ و ۳ و ۷ و ۸ - تتراکلرودی بنزو-پارا-دی اکسین (TCDD) است که دارای آروماتیک سه حلقه ای تقریباً مسطح می باشد (شکل ۱). معمولاً هرگاه از دی اکسین ها به عنوان یک ترکیب خاص و معین سخن به میان می آید (و نه یک گروه از ترکیبات)، منظور همان TCDD می باشد.

هیچ یک از ۷۵ عضو خانواده دی اکسین ها در حجم انبوه و به طور صنعتی تولید نشده و تنها به مقدار خیلی کم و به منظور تامین نیاز طرح های پژوهشی و با



### 2,3,7,8-Tetrachloro dibenzo-para-dioxin-TCDD

تشکیل می دهد که دارای مقدار قابل توجهی کلر در ساختار مولکولی خود است. آیا دی اکسین ها ترکیبات سمی و زیان آوری هستند؟

اگرچه تمامی اعضای خانواده دی اکسین ها به لحاظ سمی بودن مورد مطالعه قرار نگرفته اند، اما پژوهش های انجام شده بر روی تعدادی از این ترکیبات سمی بودن آنها را ثابت کرده است. سازمان بین المللی پژوهش درباره سرطان، ترکیب TCDD را نظر خاصیت سرطان زایی در گروه (۱) و دی اکسین ها ۲ و ۷-دی کلرو دی بنزو-پارا-دی اکسین (۲-DCDD)؛ ۱ و ۲ و ۳ و ۷ و ۸-پنتاکلورو دی بنزو-پارا-دی اکسین (PCDD-۲ و ۳ و ۷ و ۸) و دی بنزو-پارا-دی اکسین را در گروه سوم قرار داده است.

دی اکسین ها از جمله موادی هستند که از آنها در ساخت سلاح های شیمیایی کشتار جمعی استفاده شده است. سلاح شیمیایی عامل نارنجی مخلوطی از دو ترکیب ۲ و ۴ و ۵-تری کلرو دی بنزو-پارا-دی اکسین و ۲ و ۴-دی کلرو دی بنزو-پارا-دی اکسین با نسبت ۵۰:۵۰ می باشد که در جنگ ویتنام مورد استفاده قرار گرفت. دی اکسین ها یا از طریق هوا (تنفس) و یا همراه غذا به بدن انسان وارد شده و جذب می شوند. این ترکیبات اگر چه قرار نبوده در دماهای معمولی به شکل گاز نیستند، اما تمایل خیلی زیادی به جذب شدن بر روی ذرات بسیار ریزگرد و غبار دارند. بنابراین چنان چه محیط آلوده به دی اکسین ها باشد، این ترکیبات می توانند به همراه ذرات ریز معلق در هوا و از طریق مجاری تنفسی به



## احداث کارخانه بازیافت زباله در فومن

فارس: فرماندار فومن گفت: کارخانه بازیافت زباله با تولید چهار محصول مفید در فومن احداث می‌شود. محمد فلاح شجاعی در جمع مدیران این شهرستان اظهار داشت: مجوز نهایی احداث کارخانه بازیافت زباله برای نخستین بار در کشور در فومن صادر شده است.

وی ادامه داد: دستگاه موجود در کارخانه زباله‌ها را به صورت بسته‌بندی شده تحویل می‌گیرد و به چهار محصول مفید استخراج می‌کند. فلاح شجاعی تولید گازوئیل جدید که بسیار قوی‌تر و پیشرفته‌تر از گازوئیل موجود در کشور است، تولید آب مقطر برای درمان پزشکی، تولید کود برای کشاورزی و بخش دیگر زباله نیز برای زیرسازی آسفالت را از مزیت‌های این کارخانه برشمرد و تصریح کرد: با این تکنولوژی زباله به عنوان طلای کثیف در جهان مطرح است.

سعید امامی

مرکز پژوهش و توسعه پتروشیمی شهید تندگویان  
emami.s@stpc.ir

معمولی PET چهار درجه سانتی‌گراد تعیین شده است. شایعه وجود دی‌اکسین در آب منجمد درون بطری برای اولین بار در سال ۲۰۰۴ و از قول یکی از متخصصان موسسه جان هاپکینز در پایگاه‌های اینترنتی منتشر شد. آمار این موسسه در پایگاه خبرسانی خود اصل خبر را تکذیب و به روشنی اعلام نمود که (انجماد آب درون بطری باعث آزاد شدن مواد شیمیایی به داخل آن نخواهد شد).

با این وجود اگر بپذیریم که چنین ادعایی درست می‌باشد با فرض آن که آب درون بطری قبل از بسته‌بندی به دی‌اکسین آلوده نباشد، آنگاه دو حالت برای منشاء دی‌اکسین قابل تصور خواهد بود) یا ترکیب دی‌اکسین در درون ساختار بطری وجود داشته و در نتیجه تماس آب با بدنه بطری به درون آن مهاجرت نموده و یا این که ترکیب دی‌اکسین در نتیجه برهم‌کنش اجزاء تشکیل دهنده بطری با مواد موجود در درون آب تشکیل شده است. فرضیه مهاجرت دی‌اکسین از بدنه بطری به درون آب به دو دلیل مردود است.

۱- ترکیبات دی‌اکسین در بدنه بطری وجود ندارند. برای تولید دی‌اکسین در یک فرآیند شیمیایی، دو شرط اساسی وجود دارد. یکی حضور کلر در کنار مواد آلی (بوئیه ترکیبات فنل) و دیگری دمای بالاتر از ۴۰۰ درجه سانتی‌گراد. در فرآیند تولید پلیمر PET هیچ یک از این دو شرط وجود ندارند. هیچ ترکیب کلر داری (به عنوان ماده اولیه، ماده افزودنی و حلال و...) در فرآیند تولید PET مورد استفاده قرار نمی‌گیرد و در هیچ مرحله‌ای از این فرآیند، دمای محیط واکنش به بالاتر از ۳۰۰ درجه سانتی‌گراد نخواهد رسید. همین حالت برای فرآیند صنایع پایین دستی اتفاق افتاده و در نتیجه آن پلیمر (رزین) PET به بطری تبدیل می‌شود نیز صادق است.

در ابتدای فرآیند تولید PET، در نتیجه انجام یک واکنش ناخواسته، ترکیبی به نام ۱ و ۴- دی‌اکسان تولید می‌شود که هم به لحاظ نام شیمیایی و هم تا حدودی به لحاظ ساختار مولکولی

(شکل ۲) به دی‌اکسین شباهت دارد. این ترکیب اگر چه خود یک ماده زیان‌آور می‌باشد اما میزان سمی بودن آن بسیار کمتر از دی‌اکسین‌ها است.

از سوی دیگر، فراریت دی‌اکسان خیلی بیشتر از دی‌اکسین‌ها بوده و پس از تولید به دلیل وجود دمای ۲۵۰ درجه و نیز فشارهای بسیار پایین، از محیط واکنش به طور کامل خارج شده و در نتیجه محصول PET بدست آمده عاری از دی‌اکسان می‌باشد.

۲- حتی در صورت حضور این ترکیب در بدنه بطری، امکان مهاجرت آنها به درون آب در دمای معمولی محیط (حدود ۲۵ درجه سانتی‌گراد) خیلی بیشتر از دمای انجماد (صفر درجه سانتی‌گراد و پایین‌تر از آن) خواهد بود. در چنین حالتی، خطر استفاده از آب منجمد کمتر از آبی است که در دمای معمولی محیط نگهداری می‌شود.

فرضیه دوم یا تشکیل دی‌اکسین در دمای انجماد و در نتیجه برهم‌کنش مواد تشکیل دهنده بطری با ترکیبات موجود در آب نیز بدان دلیل پذیرفتنی نیست که اصولاً تشکیل دی‌اکسین در دمای بالا (بالاتر از ۴۰۰ درجه سانتی‌گراد) امکان‌پذیر می‌شود.

عبدالحسین دلیمی در مراسم افتتاح خط فیلینگ موسسه تحقیقات واکسن و سرم سازی رازی در مشهد افزود: تا پیش از این ظرفیت بسته‌بندی واکسن در موسسه رازی شمال شرق کشور یکصد هزار دز در روز بود که با راه‌اندازی خط فیلینگ، ظرفیت آن چهار برابر شده است. وی ادامه داد: برای راه‌اندازی خط فیلینگ موسسه رازی شمال شرق، چهار میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال هزینه شده است.

دلیمی گفت: با تقویت خط تولید واکسن، تلاش می‌شود تا تمام نیاز منطقه شمال شرق کشور بر طرف و علاوه بر آن به کشورهای همجوار همانند ترکمنستان و افغانستان نیز واکسن صادر گردد.

وی افزود: در حال حاضر کشور افغانستان متقاضی واکسن‌های تولیدی است و طی سالهای اخیر به آن کشور، واکسن صادر شده است. دلیمی اظهار داشت: در گذشته مواد اولیه این واکسن از کشورهای هلند، انگلیس و آمریکا وارد می‌شد.

## PET سرطان‌زاست؟

بدن انسان وارد شوند. با این حال درصد آلودگی از طریق هوا به ۵ درصد از کل آلودگی به دی‌اکسین‌ها را به خود اختصاص داده است و حدود ۹۵ درصد از میزان آلودگی ناشی از مواد خوردنی حاوی آلاننده‌های دی‌اکسین می‌باشد. غذاهایی که منشاء حیوانی دارند (مانند لبنیات و تخم‌مرغ) بیشترین سهم در انتقال ترکیبات دی‌اکسین به بدن انسان را دارا می‌باشند.

### آیا امکان آلوده شدن آب درون بطری‌های PET به دی‌اکسین در نتیجه انجماد وجود دارد؟

بطری‌های PET به دلیل ویژگی‌های خاصی که دارا هستند (از جمله سبکی، شفافیت شیشه‌مانند، نفوذپذیری خیلی کم در مقابل گازها، مقاومت در مقابل فشار و ضربه و نداشتن مواد افزاینده‌ای همچون نرم‌کننده) به طور گسترده در صنایع بسته‌بندی، مواد غذایی، دارویی و آرایشی بهداشتی مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

بطری‌های PET مخصوص آب معدنی که معمولاً با گنجایش کمتر از دو لیتر تولید می‌شوند، اصولاً یکبار مصرف بوده و نباید پس از مصرف محتویات آنها، دوباره با آب و یا هر مایع دیگری پر شده و مجدداً مورد استفاده قرار گیرند (هر چند این موضوع توسط بسیاری از مصرف‌کنندگان رعایت نمی‌شود) روشن است تنها زمانی می‌توان نسبت به بی‌ضرر بودن آب درون بطری کاملاً مطمئن بود که تمامی مراحل تولید (تولید رزین اولیه PET، تبدیل رزین به بطری، پرکردن بطری با آب و همه مراحل حمل و نقل، نگهداری و مصرف آن) مطابق با استانداردهای موجود انجام گیرند.

بر اساس استانداردها، تنها در صورتی می‌توان از پلیمر PET برای بسته‌بندی به درون ماده غذایی (از جمله آب) استفاده نمود که میزان مهاجرت ترکیبات موجود در بسته‌بندی به درون ماده غذایی، میزان جذب موجود در ماده غذایی توسط بسته‌بندی و سرانجام میزان ترکیبات تشکیل شده در نتیجه برهم‌کنش بین بسته‌بندی و ماده غذایی کمتر از حدود مجاز باشند. نه تنها هیچ یک از استانداردهای رایج موجود بلکه هیچ مرجع معتبر علمی دیگری نیز تا کنون آلودگی آب درون بطری‌های PET به دی‌اکسین در اثر انجماد را تأیید نکرده است. بعلاوه، هر گاه کاربرد یک نوع بسته‌بندی خاص به لحاظ دمایی دارای محدودیت باشد، برای استفاده از آن یک دمای بیشینه و حداکثری تعیین می‌شود. همان گونه که دمای مجاز برای پر کردن بطری‌های



# پایداری در کیفیت

برای رویای زیبای کالایان لفافی از ابریشم ناب ساخته ایم



حاج علی کرامتی



مهندس جواد کرامتی

شرکت صنایع بسته بندی کارتن توحید در سال ۱۳۶۸ توسط علی کرامتی در کیلومتر ۱۰ جاده قدیم کرج خیابان انبارهای عمومی بیست متری دوم تاسیس شده و با ظرفیت اسمی سالیانه ۳۰۰۰۰ تن تولید انواع ورق و کارتن فعالیت خود را آغاز کرد. علی کرامتی در حال حاضر رییس هیئت مدیره شرکت است. وی متولد ۱۳۲۴ بوده و از سال ۱۳۴۳ در صنعت کارتن سازی حضوری فعال، مستمر و موثر داشته است. علی کرامتی با راه اندازی بیش از یکصد کارگاه کارتن سازی از جمله شرکت صنایع بسته بندی ساوه، کارتن خاور، کارتن پیمان، کارتن جنرال، شرکت پوشش گستر کاغذین، اسپاد رول ساوه، پارسان کویر باختر و ... همواره حضوری درخشان و پر ثمر در این صنعت داشته و دارد. او همچنین در حال حاضر عضو هیئت مدیره انجمن مدیران صنایع ورق و کارتن نیز می باشد. این انجمن یکی از تشکلهای قدیمی فعال در این صنعت است که علاوه بر ایجاد هماهنگی بین اعضاء در خصوص موارد صنفی به فعالیت هایی از قبیل تاسیس تعاونی انجمن و برگزاری دوره های آموزشی تخصصی بسته بندی و مقواسازی توسط اساتید مدعو خارجی از شرکتهای صاحب نام نیز می پردازند.

مهندس جواد کرامتی که در حال حاضر مدیر عامل شرکت کارتن توحید می باشد دانش آموخته و فارغ التحصیل رشته مهندسی علوم و صنایع چوب و کاغذ و عضو فعال سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی استان تهران و همچنین عضو انجمن مدیران صنایع ورق و کارتن می باشد. وی همواره با ارتباط فعال و گسترده با مجموعه های علمی-پژوهشی و تحقیقاتی همچون، دانشگاه آزاد واحد کرج، سوادکوه و ساری، شرکت تحقیقات سلولزی، مجموعه تحقیقاتی چوب و کاغذ البرز و بخش آموزش و تحقیقات وزارت صنایع و همچنین پشتیبانی از اجرای پروژه ها و پایان نامه های کارشناسی و کارشناسی ارشد مرتبط با صنایع کاغذ و مقوا، سعی در ارتقای سطح دانش و فن آوری تخصصی در این زمینه دارد.

اصرار و تلاش در حفظ ثبات کیفی در محصولات کارتن توحید ما را بر آن داشت تا با مهندس جواد کرامتی مدیرعامل این شرکت به گفت و گوی کوتاهی بپردازیم. آن چه در ادامه می آید حاصل این گفت و گو است.

**کیفیت چه نقشی در استراتژی کارتن توحید داشته و دارد؟**

کارتن توحید در حرکتی هدفمند و مشتری مدار بخصوص در سالیان اخیر سعی در بهبود روند کیفی محصولات خود کرده است که فعالیتهای ذیل گواهی بر این مدعاست:

- احترام به دیدگاه مصرف کنندگان

- بکارگیری و آموزش نیروی انسانی متخصص و مجرب

- تجهیز و راه اندازی آزمایشگاه مجهز و مدرن
- استفاده از دستگاه های تمام اتوماتیک چاپ و دایکات
- استقرار نظام های مدیریت کیفیت

کارتن توحید که در حال حاضر یکی از بزرگترین واحدهای کارتن سازی است هم اکنون قادر است سالانه ۳۰۰۰۰ تن انواع کارتن و ورق را تولید کند. این شرکت دارای سه خط کامل مقواسازی در عرضهای ۱۶۰، ۲۲۰ و ۲۴۰ سانتی متر و دستگاه های اتوماتیک و نیمه اتوماتیک اروپایی تبدیل ورق به کارتن (با قابلیت های مختلف) دستگاه منگنه زن اتوماتیک، دایکات، و چاپ افست کارتن های لمینیتی می باشد. محصولات تولیدی این شرکت به شرح ذیل هستند:

- انواع ورق مقوایی سه لا و پنج لا A, B, C, E فلوٹ
- انواع کارتن سه لا و پنج لا تا سه رنگ چاپ
- انواع کارتن عادی، دایکاتی و لمینیتی
- مقوای کنگره ای دولا (سینگل فیس) در عرضهای مختلف
- انواع منقسم، لایه، صفحه و یقه های داخلی کارتن

رسیدن به کیفیت مطلوب و در نهایت، افزایش رضایت مشتریان یکی از سیاستهای اصلی در خط مشی کارتن توحید است. دستیابی به این مهم، همواره ثبات و پایداری کارتن توحید را به همراه داشته است.

## جایگاه کیفی صنعت کارتن ایران در منطقه و جهان کجاست؟

بررسی جایگاه کیفی صنعت کارتن در ایران با بررسی و نگاهی به آمارهای ارائه شده توسط مؤسسات معتبری چون FEFCO-FAO-RISI و مقایسه ی آن با کشورهای همجوار و همسایه امکان پذیر خواهد بود.

کشورهای همسایه همچون ترکیه، عراق، افغانستان، پاکستان، کشورهای حاشیه ی خلیج فارس و عربی و جمهوری های تازه استقلال یافته از یکسو فرصتهای بسیار مناسبی برای بازار صادرات محصولات مختلف بوده و از سوی دیگر در صورت عدم کسب سهم مناسب و ارتقای کمی و کیفی صنعت بسته بندی و ایجاد پروژه های جدید بر مبنای صادرات، تهدیدی بسیار جدی نه تنها برای صادرات صنعت بسته بندی ایران محسوب می شوند بلکه بازارهای داخلی را نیز هدف قرار خواهند داد.

در ایران سالانه حدود ۷۰۰۰۰۰ تن انواع ورق و مقوای کنگره ای برای بسته بندی تولید می شود که در مقایسه با کشورهای همجوار و همچنین پیش بینی بازار مصرف و تولید در آنها بایستی هر چه سریعتر به افزایش تولید و صادرات محصولات بسته بندی همت گمارد.

صنایع بسته بندی در ایران به دلایلی همچون کمبود مواد اولیه، عدم مرغوبیت مواد اولیه موجود، کمبود نیروی انسانی متخصص و استفاده از ماشین آلات قدیمی از رشد قابل توجهی برخوردار نبوده است و بسیاری از کارخانه ها زیر ظرفیت اسمی مشغول به کار می باشند.

بنابر این، این صنعت در کشورمان نسبت به کشورهای پیشرفته فاصله زیادی دارد، به طوری که یکی از اولین تفاوت های اجناس خارجی با داخل کشور را می توان در بسته بندی آن کالا دید و کالاهای ایرانی با توجه به بسته بندی آنها به راحتی قابل شناسایی هستند.

درآمد اقتصاد ایران از صنعت بسته بندی حدود ۴۰۰ میلیون دلار است که از ارزش ۲۶۰۰ میلیارد دلاری اقتصاد جهان حدود ۰/۴ درصد است.





# Towhid Carton

## Packaging Industrial Co.



همین طور در زمینه ارتقای سطح دانش تخصصی بسته‌بندی نیز باید واحدهای تولیدکننده بسته‌بندی و یا مجموعه‌های مصرف‌کننده بسته‌بندی و واحدهای R&D طراحی تخصصی و مستقل را پایه‌گذاری کنند تا بتوانند از مزایای آن بهره‌مند شوند. بسته‌بندی خاص و تخصصی مواردی همچون جذابیت بیشتر برای مشتریان، حمل و نقل و توزیع آسانتر، کاستن از هزینه‌های تولید ورق، کاهش مصرف مرکب چاپ و سطح چاپی و مواردی از این قبیل را در نظر خواهند گرفت. از این رو شایسته است با استفاده از راهکارهای تخصصی توسط مجموعه‌های مستقل و یا واحدهای R&D و با بهره‌گیری از سخت‌افزارهای مناسب، بسته‌بندی‌های مطلوب با شرایط بهینه تولید، توزیع و مصرف مطابق با هر نوع کالا ایجاد شود.

### آیا کارتن توحید طرح‌های توسعه دارد؟

طرح‌های توسعه شرکت کارتن توحید به منظور نیل به اهداف و خط مشی شرکت به شرح ذیل می‌باشد.

- دریافت مجوز از وزارت ارشاد به منظور راه‌اندازی واحد چاپ افست و تولید کارتن‌های لمینیتی
- تولید انواع کارتن‌های مقوایی جهت بسته‌بندی محصولات غذایی منجمد (گوشت، مرغ، ماهی)
- تولید مقوای کنگره‌ای با عرض ۲۴۰ با پروفایل‌های جدید A و B فلوت که از جدیدترین نوع پروفایل کنگره با توجه به ارتفاع Pitch و ضریب Tack up به منظور دستیابی به مقاومت‌های مکانیکی بیشتر در ورق مقوایی باشد.
- تولید کارتن‌های BIG SIZE به منظور بسته‌بندی لوازم خانگی و همچنین کارتن‌های Heavy Duty Box, Multi Deep, Cargo Boxes
- تولید ورق سه‌لایه E فلوت با روش Finger less جهت تولید Food Box
- دریافت، تمدید و حفظ استاندارد ملی ایران به شماره ۱۵۰ جهت بسته‌بندی عمومی تا حال حاضر
- دریافت پروانه فعالیت واحد R&D از وزارت صنایع و معادن استان تهران

### بزرگترین موفقیت‌های کارتن توحید طی سالهای اخیر چه بوده است؟

بزرگترین موفقیتی که شرکت کارتن توحید در طی سالیان اخیر به آن دست یافته است، حفظ رضایتمندی مشتریان و ایجاد اعتماد و اطمینان متقابل می‌باشد. در حال حاضر نیز تمام تلاش شرکت حفظ و ارتقای این موفقیت بزرگ می‌باشد. این شرکت همواره با اعتماد به شعار "مشاوره در جهت بسته‌بندی" سعی در جذب مشتریان و برآوردن نیازمندی‌های آنها می‌باشد.

### تهدیدها و فرصت‌های صنعت کارتن کشور کدام هستند؟

بزرگترین تهدید در صنعت بسته‌بندی ایران، تعلق در کسب جایگاه واقعی و اصلی صنعت بسته‌بندی در کشور، منطقه و عرصه بین‌المللی می‌باشد، همان طور که اشاره شد کشورهای همسایه در حالی که بازاریابی با پتانسیل بالقوه بسیار مناسبی برای صادرات محصولات ایران می‌باشند، رقبای بسیار نزدیکی در آینده‌ای نه چندان دور خواهند بود. پس ضروری است طی ۱۰ سال آینده با ایجاد زیرساخت‌های مناسب و تدوین راهکارهای عملی و کاربردی و تلاش جهت رسیدن به استانداردهای بسته‌بندی و ایجاد انجمن‌های تخصصی و واحدهای مستقل طراحی در زمینه بسته‌بندی در راه تحقق این امر گام برداریم.

برخی کشورهای همسایه‌ی ایران همچون ترکیه و امارات متحده‌ی عربی گام‌های بلندی در راستای رشد و توسعه‌ی صنعت بسته‌بندی داشته‌اند.

کشور ترکیه با جمعیتی تقریباً برابر با ایران (۶۹ میلیون نفر) در سال ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ از نظر تولید مقوای کنگره‌ای و کارتن در مقایسه با کشورهای اروپایی علی‌رغم رشد منفی اکثر آنها رشد مثبت ۱/۸ درصدی داشته است. این کشور در سال ۱۹۹۸ حدود ۶۳۰ هزار تن تولید مقوای کنگره‌ای و کارتن داشته که در سال ۲۰۰۷ با رشد حدود بیش از ۵۰ درصدی به ۱/۳۷۰ هزار تن رسیده است. با نگاهی به آمارهای فوق‌الذکر در می‌یابیم که این کشورها با برنامه‌ریزی دقیق و مدون بسرعت در حال رشد و توسعه در صنعت بسته‌بندی و مقوای کنگره‌ای می‌باشند.

### نقش و ارزش صنعت کارتن در توسعه کشور چه قدر است؟

در حال حاضر و با توجه به شرایط حاکم بر بازار باید رویکرد ایجاد واحدهای کوچک و با ظرفیت محدود در کشور اصلاح شود، چون این واحدها علی‌رغم عدم توانایی در تولید محصول با کیفیت و قابل صادرات به رقابت با تولیدکنندگان داخلی برخاسته و سعی در سهیم شدن در سهم بازار آنها دارند، که در نوع خود افت کیفیت بسته‌بندی‌ها و شرایط ناسامان را ایجاد می‌نماید. لذا تغییر رویکرد در این زمینه و ایجاد واحدهای بزرگ صنعتی و دارای توان رقابتی با محصولات خارجی می‌تواند علاوه بر رشد صنایع داخلی در زمینه بسته‌بندی، بستر مناسبی جهت صادرات و افزایش سهم منطقه‌ای و بین‌المللی را فراهم نماید که در این صورت هم تولید افزایش یافته و هم سطح کیفی محصولات حفظ می‌گردد. یکی از راهکارهای حفظ کیفیت در برابر نوسانات بازار، استانداردسازی بسته‌بندی‌های مورد نیاز مصرف‌کنندگان می‌باشد که این مهم با همکاری و حمایت موسسات و ادارات مرتبط چون موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی، وزارت بهداشت و انجمنها و تشکلهای ذی‌ربط امکان‌پذیر خواهد بود. ادارات، موسسات و تشکلهای مربوطه نیز با حمایت و اقدامات موثر خود می‌توانند گام‌های موثری در استانداردسازی بسته‌بندی و عدم استفاده از مواد نامرغوب و روشهای ناصحیح و غیر بهداشتی و... بردارند. در حال حاضر متأسفانه ده‌ها میلیارد ریال از انواع محصولات کشاورزی، باغی، صیفی‌جات، گیاهان دارویی، پوشاک، خشکبار و غیره یا بدون بسته‌بندی توزیع و مصرف می‌شوند یا با بسته‌بندی‌هایی که از حداقل معیارهای کیفی و استاندارد هم برخوردار نمی‌باشند. ادامه روند کنونی و عدم استفاده از بسته‌بندی مناسب و منطبق بر استانداردها سبب افزایش ضایعات، قیمت تمام شده، کاهش تقاضا و در نتیجه کاستن از سهم تجارت کشور در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی خواهد شد. لذا به منظور اصلاح ساختار تولید، توزیع و مصرف بسته‌بندی، نیاز به تدوین یک استراتژی با اهداف کلان و برنامه‌ریزی دقیق به همراه روشهای دستیابی و دقیق جهت رسیدن به این هدفها ضروری می‌باشد.

### چگونه می‌توان با حفظ کیفیت کارتن به خواسته‌های اقتصادی

### مشتری هم توجه کرد؟

در خصوص نیازمندی‌های مشتریان و حفظ کیفیت کارتن دو عامل تقویت سخت‌افزاری و ارتقای دانش تخصصی بسته‌بندی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند. یعنی در جهت رفع نیاز مشتریان بایستی ماشین‌آلات تولید و تبدیل تخصصی کارتن به عنوان مثال ماشین‌آلات جهت تولید و بسته‌بندی محصولات کاشی و سرامیک و کارتن‌های Wrap Round یا کارتن‌های V-Cut با طرح‌های خاص و توانایی اجرای چاپی نزدیک به کیفیت چاپ افست در دسترس باشند.

کارخانه: تهران، کیلومتر ۱۰ جاده قدیم تهران - کرج،  
روبروی شهرک دریا، خیابان انبارهای عمومی، ۲۰ متری دوم  
کد پستی: ۹۴۹-۱۳۴۴۵  
تلفن: ۲۷-۶۶۵۹۶۴۲۳ / ۱۸-۶۶۱۸۴۰۱۷۱۷ / ۶۶۱۸۳۲۲۶  
فکس: ۶۶۱۸۱۵۷۱  
Factory: Sec. 20m. St., Anbahaye  
Omoomi Ave., 10th Km of Old Karaj  
Tehran Road, Tehran (13445-949) IRAN  
www.towhidcarton.com  
info@towhidcarton.com





# More power for Retailers via Private Labeling

# قدرت بیشتر برای خرده‌فروشان، با نشانه‌گذاری اختصاصی

بخش نخست

داریم؟ وقتی بر روی کالایی درباره ضمانت چیزی نوشته یا شماره تلفن یا نشانی اینترنتی از تولیدکننده درج شده باشد چه قدر در باور ما اثر می‌گذارد؟ شما چه قدر باور دارید که اگر کالای خریداری شده معیوب بود به واسطه شماره تلفنی که روی بسته نوشته شده قابل اعتراض و بازگشت باشد؟ برای استفاده از گارانتی اعلام شده بر روی کالا چه قدر باید هزینه کنیم؟!

بنا بر این کسی که کالا را ضمانت می‌کند و نحوه خدمات او تاثیر زیادی در میزان فروش آن کالا دارد، حتی اگر این ضامن اصلا تولیدکننده آن کالا نباشد.

## زمینه‌های استفاده از PLها

PLها را در دو زمینه به طور فعال می‌بینیم.

Private Label Service یا اختصاصی کردن خدمات

Private Label Product یا اختصاصی کردن محصول

در شرایط کنونی ایران، بعضی از برندهای بزرگ بین‌المللی به دلایلی خاص اقدام به معرفی نماینده انحصاری در ایران نمی‌کنند. شما در تبلیغات بعضی کالاها می‌شنوید یا می‌بینید که گفته می‌شود فلان کالا با ضمانت فلان شرکت. برای مثال: سامسونگ، با ضمانت سام‌سرویس، سونی با گارانتی الرمس، ال‌جی با ضمانت گلدیران، بی‌ام‌و با خدمات موسسه نوریانی و یا نوکیا با گارانتی فلان شرکت. این یعنی PL در زمینه خدمات.

در واقع یک شرکت ایرانی وارد بازار می‌شود و می‌گوید تمام خدمات و پشتیبانی فلان برند معروف در ایران را من انجام می‌دهم. PL در زمینه خدمات زمانی معنی پیدا می‌کند که چند شرکت مختلف برای یک کالا یا برند واحد به ارائه خدمات بپردازند. در این رقابت هر کدام از این شرکتها اعلام می‌کند که این کالا یا این برند را با گارانتی من بخرید. گاهی در کوران این رقابت، شرکت‌های سرویس دهنده، خود را در جایگاه نماینده انحصاری معرفی می‌کنند. در حالی که نماینده انحصاری نیستند اما به عنوان یک طرف کاری فعال توسط برند مبدا شناسایی شده و ارتباط کاری گسترده‌ای دارند. نوکیا از جمله برندهایی است که از تعدد شرکت‌های سرویس دهنده در ایران برخوردار است.

در واقع کالا را یکی تولید کرده و دیگری روی آن تضمین می‌دهد شاید حتی بیشتر از تولیدکننده اصلی محصول، برای آن که آن کالا را از او بخرند. این رقابت که در ظاهر ارائه خدمات بیشتر و بهتر و در باطن مهارت‌های فروشندگی است در نهایت به خالی شدن جیب خریدار منتهی می‌شود.

در فیلم «پول رو بردار و فرار کن» ساخته وودی آلن به طنز نیش‌داری که می‌تواند به این گونه رقابت‌های تجاری اشاره داشته باشد برخورد می‌کنیم. در سکانس سرقت از بانک که از معروفترین صحنه‌های این فیلم است قهرمان فیلم (ودی آلن) برای سرقت وارد یک بانک می‌شود. در همان زمان یک گروه

بیستم اردیبهشت امسال ششمین گردهمایی متخصصان بسته‌بندی در مرکز آموزش بازرگانی با موضوع Private Labeling برگزار شد. موضوع این نشست گرچه برای بیشتر مخاطبان جدید و غریب بود اما در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه جهان سالها است که مورد بحث و بررسی است. برای مثال ترکیه به عنوان کشوری که همسایه ایران است و سطح بازرگانی بالایی با ایران دارد سابقه برگزاری هشت سمینار در این زمینه داشته‌است. موضوع Labeling Private شکل جدیدی از رابطه بسته‌بندی و بازرگانی است که در قامت خرده‌فروشان بزرگ نمایان شده و در آینده نزدیک بسیار بیشتر از آن خواهیم شنید.

ماهنامه صنعت بسته‌بندی در ششمین گردهمایی متخصصان بسته‌بندی برای نخستین بار در ایران به موضوع Private Labeling پرداخت و با تشریح ریشه‌ها و بسترهای رشد آن این جریان و مسیر آن را معرفی کرد. سخنران این سمینار رضا نورائی بود و آن چه در ادامه می‌آید مشروح سخنان وی به همراه بعضی اطلاعات تکمیلی است.

ابتدا باید بگویم بحث PLها بیشتر در حوزه خرده‌فروشی قرار دارد. منظور از خرده‌فروشی یعنی مغازه‌های کوچک محلی تا فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ که به عرضه کالاهای مصرفی یا مورد نیاز عامه مردم می‌پردازند. همچنین با آن که واژه لیبل در عبارت Private Label به کار رفته اما این ترکیب فقط به موضوع برچسب‌زنی مربوط نمی‌شود زیرا اصولا معنی لیبل فقط برچسب نیست و یک معنی عام و بزرگ هم دارد که به آن خواهیم پرداخت. بدین ترتیب ما در این سمینار: ۱- به موضوع تجاری مهمی به نام PLها خواهیم پرداخت که: ۲- بیشتر در حوزه خرده‌فروشی مطرح است و: ۳- امروزه در سایه پیشرفتهای فنی صنعت بسته‌بندی به یک ابزار بسیار قوی در برندسازی کالاهای خرده‌فروشی تبدیل شده است. پس در تمام مدت سمینار باید واژگان کلیدی Private Label یا کوتاه‌شده آن PL، خرده‌فروشی و بسته‌بندی را در یاد داشته باشیم.

## چه کسی کالایی را که می‌خرید تضمین می‌کند؟

پیش از هر چیز خوب است ببینیم کالایی را که می‌خریم چه کسی تضمین می‌کند. این پرسش مهمی است. از یک بسته کبریت گرفته تا یک اتومبیل که در نمایشگاه اتومبیل عرضه شده است اگر درست کار نکند و همانی نباشد که ما تصور کرده‌ایم احساس مغبون شدن به ما دست می‌دهد.

گاهی تولیدکننده کالا خود به طور مشهود اقدام به تضمین یا گارانتی کالا اقدام می‌کند. این کار با نصب یا چاپ بعضی علایم و نوشته‌ها که نشان از تضمین کالا دارد انجام می‌شود. البته در ایران کمتر به علایم تضمینی بر روی کالاهای مصرفی برخورد می‌کنیم.

به هر حال PLها یا نشانه‌های اختصاصی دقیقا روی همین محور یعنی ارائه تضمین مناسب از طرف شخص حقیقی یا حقوقی معتبر حرکت می‌کنند. به باور خرده‌فروشان، تضمین‌هایی که باعث آرامش خاطر خریدار می‌شود از اهمیت زیادی در افزایش فروش برخوردار هستند.

پس نخستین پرسش ما در خرید این است که کالا را چه کسی تضمین کرده است؟ پرسش بعدی این است که آیا ما از کیفیت ضمانت ضامن اطمینان خاطر داریم؟ به عبارتی دیگر چه قدر به این تضمین و ضامن آن اعتقاد



## آن چه که باعث شده امروزه این موضوع مورد توجه بسیاری از متخصصان بازاریابی و فروش قرار گیرد این است که Private Labeling می تواند چرخه فروش در محیط خرده فروشی را تغییر داده و حتی سود و زیان تولیدکنندگان را جا به جا کند.

امروز کسانی که نقشی در تولید نداشته اند مسئولیت کیفیت تولید را به عهده می گیرند و این اندکی با تجارت در شکل قدیم خود تفاوت دارد. همچنین با روحیه بسیاری از عرضه کنندگان سنتی که با کوچکترین انتقاد از محصول، مسئولیت آن را متوجه تولیدکننده می دانند نیز متفاوت است. در مجموع معمولاً سازمانها یا اشخاصی وارد عرصه PLها می شوند که شبکه توزیع گسترده و قوی دارند. پس از این پیش درآمد که سعی داشت به نمونه های آشنا در زمینه PL پردازد به بررسی دقیقتر Private Labeling می پردازیم.

### Private

Private واژه ای در زبان انگلیسی است که ترجمه آن به فارسی در قالب یک واژه دشوار است. به هر حال واژه هایی چون: شخصی، خصوصی، محرمانه و مستور از جمله مهمترین معانی Private است که در دیکشنری ها آمده است. هیچ یک از این معانی به تنهایی نمی توانند جایگاه این واژه را در ترکیب Private Labeling تعریف کنند. در مجموع معانی برای عبارت Private Label به این می رسیم که هر چیز خصوصی یا شخصی را Private نمی گویند. Private مفهومی است در یک محدوده بسته که ارتباطات داخلی در آن معنی دارند و رشته هایی از عاطفه و تعلق معنوی در آن یافت می شود. برای مثال فردی انگشتری دارد که به آن علاقه مند است زیرا هم انگشتر زیبایی است و هم یادگار پدر یا مادرش است. این انگشتر جدا از آن که در تملک فرد قرار دارد (It is mine) و یا یادگاری است اما در مجموع به عنوان Private نیز خوانده می شود که هم به تملک شخصی و هم به ارتباط درونی اشاره دارد. در واقع نوعی مالکیت شخصی است که در حیطه شخصیت افراد قرار می گیرد.

### Label

Label واژه ای در زبان انگلیسی است که اغلب در ایران به برچسب ترجمه می شود. معنی لیبل بسیار بزرگتر و فراتر از قطعه کاغذی است که چسبانده شود. در فرهنگ لغات بسته بندی چاپ انجمن متخصصان بسته بندی امریکا واژه لیبل این چنین معنی شده است:

- 1- یک ورق از کاغذ، پلاستیک یا سایر مواد که به ظرفی الصاق و روی آن اطلاعات، تصاویر و شکل هایی در رابطه با محصول، چاپ شده باشد.
- 2- همچنین اطلاعات، تصاویر و شکل هایی که به طور مستقیم بر روی ظرف یا کالا چاپ شده باشد.

پس با تعریف بالا درمی یابیم که لیبل تنها از طریق چسباندن انجام نمی شود بلکه هر گونه نشانه گذاری و شناسه گذاری را لیبل زدن می گویند. در واقع زدن برچسب یکی از چندین راه لیبل زدن است.

اگر در تشریح این واژه این قدر تعمق می کنیم به دلیل آن است که درک ماهیت Private Labeling در گرو درک معنی و عملکرد اصلی واژه لیبل است.

پس Private Labeling می تواند نوعی از نشانه گذاری و ارائه اطلاعات کالا باشد که در محدوده و با ساز و کاری آشنا و قابل اعتماد برای مصرف کننده انجام می شود. آن چه که باعث شده امروزه این موضوع مورد توجه بسیاری از متخصصان بازاریابی و فروش قرار گیرد این است که Private Labeling می تواند چرخه فروش در محیط خرده فروشی (Retailing) را تغییر داده و سود و زیان تولیدکنندگان را حتی جا به جا کند. پس تولیدکنندگان و صاحبان برند باید روند رو به رشد Labeling Private را زیر نظر داشته و خود را با آن انطباق دهند.

نخستین مواجهه با Private Labeling این است که شما در فروشگاه ها به محصولات برخورد می کنید که به شکلی و با عناوین مختلف مانند حراج، فروش ویژه و عبارات دیگر از سایر محصولات آن فروشگاه متمایز شده اند. پس انحصاری شدن از ویژگی های Private Labeling است. باید توجه داشت که این تفکیک و انحصار به معنی یکی در برابر تعداد است. یعنی چیزی از بقیه تفکیک می شود.

سارق حرفه ای نیز برای سرقت وارد همان بانک می شوند. دو طرف برای سرقت از بانک و این که کدام یک باید از سرقت خود صرف نظر کنند در حضور کارکنان بانک که با دستهای بالا و به حالت تسلیم نظاره گر ایشان بودند به بحث و مجادله منطقی می پردازند. پس از آن که هیچ یک از دو طرف حاضر به صرف نظر کردن از سرقت آن بانک نمی شوند تصمیم می گیرند نظر کارکنان بانک یعنی صاحبان مال را درباره انتخاب سارق بپرسند! «شما ترجیح می دهید کدام یک از ما شما را سرقت کنیم؟» این پرسشی است که از کارکنان بانک پرسیده می شود. در این جا صاحب پول باید تصمیم بگیرد از میان کسانی که برای خالی کردن جیبش نقشه کشیده اند کدام یک را انتخاب کند. طبیعی است هر کاری باید به آدمش بیاید. بنا بر این، همه حاضران در بانک، گروه دزدان خشن و حرفه ای را انتخاب می کنند.

بسیاری از مردم معتقد هستند که وعده های محکمی که شرکتهای تضمین دهنده در تبلیغات خود اعلام می کنند واقعیت ندارد. اما در هر حال همین مردم ترجیح می دهند تسلیم سرویس دهنده ای شوند که با روحیات ایشان هماهنگی بیشتری داشته باشد یا ادعایش به او بیاید. در این مورد می توان به استقبال جوانان از ایرنسل اشاره کرد. ایرنسل در ظاهر بسیار شاد و بی غل و غش به نظر می آید اما برنامه ریزی و سیاستهای آن شاید از رقیبش همراه اول بسیار پیچیده تر باشد.

یکی از وظایف PLها از بین بردن همان تردیدهای مشتری است. این کار با ارائه تضمینهای ملموس تر و واقعی تر و جلب اطمینان خریداران کالا به دست می آید. ساده ترین شکل آن این است که تضمین دهنده در دسترس باشد.

### سابقه طولانی Private Labeling در عرضه زعفران ایران

یک نمونه مناسب برای معرفی PLها روش عرضه زعفران ایران در بازار اروپا است. زعفران تولید ایران است همه هم می دانند. اما همین زعفران ایرانی را از برندهای خارجی بهتر می خردند. بسیاری از نکات مربوط به PL در موضوع تجارت زعفران نهفته است.

کسی در بازار زعفران نمی گوید اصل زعفران را من تولید کرده ام. حداقل می توان گفت این طور جا انداخته اند که این یک ارزش نیست. بلکه ارزش آن است که زعفران را چه طور فراوری و عرضه کنی.

وقتی یک اروپایی زعفران را از عرضه کننده اسپانیایی می خرد تصور می کند محصول بهداشتی تر، استانداردتر و مناسبتری را خریده که در نهایت اقتصادی تر هم هست. از نظر آن مصرف کننده اروپایی اینها ارزشهایی هستند که ممکن است خود صاحب زعفران یعنی تاجر ایرانی به خاطر ایرانی بودنش رعایت نکرده باشد.

PLها روی همین محورهای معنوی سفارشی کردن کالا، پذیرفتن مسئولیت آن و در دسترس بودن تضمین کننده کالا تاکید دارند. حتی در صنعت هم نمونه های زیادی از این کار می توان دید. برای مثال در زمینه تجهیزات چاپ دیجیتال، سالها پیش شرکت آگفا، تجهیزات چاپ دیجیتال شرکت زایکن را در بدنه آگفا و با مسئولیت خود به بازار معرفی می کرد در حالی که زایکن نیز خود همین محصول را در بازار به نام خود عرضه کرده بود.



انجمن تولیدکنندگان PL چهار گروه اصلی را به عنوان مهمترین اشخاص و گروه‌های فعال در PL معرفی می‌کند.

۱- برندهای بزرگ ملی که می‌توانند با اختصاص بخشی از ظرفیت تولید خود به برندهای فروشنده‌ای از آنها پشتیبانی کنند.

۲- تولیدکنندگان کوچک اما با کیفیت که خطوط تولید محصولات خاص دارند و می‌توانند برای برندهای فروشنده‌ای محصولات انحصاری تولید کنند.

۳- خرده‌فروشان (Retailers) بزرگ و مراکز خرید عام که کالاها را به نام برند فروشنده‌ای خودشان تولید یا تهیه می‌کنند.

۴- برندهای منطقه‌ای که با تولید PL با بازارهای خاصی راه‌هدف گرفته‌اند.

همه تولیدکنندگان، صاحب برند یا نام تجاری مشهور نیستند و این از واقعیت‌های تولید و تجارت است. اما بسیاری از تولیدکنندگان موفق هستند که برای نامهای تجاری دیگر تولید می‌کنند و ما ایشان را نمی‌شناسیم. گروه دوم از تقسیم‌بندی چهارگانه انجمن PL همین تولیدکنندگان کوچک با کیفیت هستند. تولیدکنندگانی که یا نخواستند و یا نتوانستند برند معروف و شناخته‌شده‌ای در بازار باشند اما به کار خود بخوبی آشنا هستند و می‌توانند تضمین‌های خوبی روی تولیداتشان بدهند. اینها با ارائه محصولات کیفی به برندهای دیگر در عمل ایشان را به خود وابسته می‌کنند ولی مصرف‌کنندگان آنها را نمی‌شناسند.

گروه سوم خرده‌فروشان بزرگ هستند که در حال حاضر به عنوان رکن اصلی Private Labeling ابتکار عمل را در این عرصه به دست گرفته‌اند. در این سمینار محور صحبت‌های ما بر پایه عملکرد خرده‌فروشان بزرگ است و ایشان قهرمان داستان ما هستند. منظور از خرده‌فروشان بزرگ همان فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ هستند.

در ایران وقتی صحبت از فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ به میان می‌آید نامهای مشخصی به ذهن ما می‌رسد. البته این فروشگاه‌ها عملکرد بدی ندارند و تا حدی استاندارد هستند اما نام این خرده‌فروشان جزء دو بیست و پنجاه خرده‌فروش بزرگ جهان نیست و این به ما گوشزد می‌کند هرچند این فروشگاه‌های زنجیره‌ای در کشور ایران به نظر بزرگ می‌آیند اما گردش مالی ایشان رقم قابل توجهی در عرصه جهانی به نظر نمی‌آید و رتبه‌ای در میان همکاران خود ندارند. شرکت «وال مارت» آمریکا در راس جدول برترین خرده‌فروشان جهان قرار دارد. رتبه دوم به شرکت «کارفور» فرانسه اختصاص دارد. این شرکت چندی پیش شعبه خود در تهران را افتتاح کرد که تا امروز بنا به دلایلی که می‌توان حدس زد چند نام عوض کرده و مدیران و سرمایه‌گذاران آن در ظاهر دیگر ربطی به کارفور فرانسه ندارند. البته در مقابل، شاید استانداردها، تضمین‌ها و تعهدات برند بزرگی چون کارفور نیز شامل حال خریداران ایرانی نخواهد بود.

ویژگی خرده‌فروشی این است که با مصرف‌کننده نهایی سرو کار دارد. این در مورد خرده‌فروشان بزرگ، یک منبع جامعه‌شناسی با ارزش محسوب می‌شود. گروه چهارم برندهایی هستند که در منطقه خود کاملاً شناخته شده‌اند و با تکیه بر آن قصد ورود به بازارهای دیگری را هم دارند. گاهی این کار به منظور تبلیغات و گسترش دایره مشتریان انجام می‌شود. بدین ترتیب یک برند شناخته شده در منطقه خودش کالاهایی را که شاید تولید خودش نباشند با برند خود عرضه می‌کند. شاید ساده‌ترین و کم‌فایده‌ترین شکل آن تهیه و توزیع برخی اشیاء و کالاها در قالب هدایا باشد.

اما همان طور که پیشتر گفته شد آن چه در این سمینار به آن پرداخته می‌شود نقش خرده‌فروشان در گسترش PLها است. زیرا PLها در محیط خرده‌فروشی بیشتر نتیجه می‌دهند.

محیط‌های متعددی برای تجارت وجود دارد. دپارتمان فروش یک شرکت تولیدی، یک محیط تجاری برای فروش کالا است که آداب خاصی در آن رعایت می‌شود. یا بخش ارتباط با مشتری سعی دارد نظرات مشتریان را گرفته و به مدیران شرکت منتقل کند.

گاهی بخش ارتباط با مشتریان در یک شرکت تولیدی یا تجاری مدعی است که نبض بازار را در اختیار دارد زیرا ارتباط مستمر با مشتریان برقرار کرده است. اما چند سالی است که محیط‌های خرده‌فروشی ارزش آماری بیشتری برای شناخت و ارزیابی مشتری پیدا کرده‌اند.

به این معنی که اگر شما وارد یک فروشگاه شدید و دیدید همه اجناس یا برندها از یکدیگر تفکیک شده و در مکان جدا از هم عرضه می‌شوند به معنی Private Labeling نیست. بلکه باید احساس کنید بعضی کالاها دارای ویژگی خاصی هستند کهاز طرف فروشنده به شما گوشزد می‌شود. در این راستا فروشنده‌ها هنگام عرضه، شرایط انحصاری برای یک یا چند محصول ایجاد می‌کنند که باعث ایجاد مزیت برای آنها شود.

امروزه عرضه‌کنندگان کالا به این نتیجه رسیده‌اند که عامل بسته‌بندی بهترین ابزار برای اجرای Private Labeling است. مجموعه بسته‌بندی و برند این روزها بخوبی در مسیر تکمیل یکدیگر پیش می‌روند. Private Labeling به عنوان یک عامل برندساز و به صورت سفارشی کردن بعضی کالاها که بر روی آنها و مصرف‌کنندگانشان مطالعه شده توسط خرده‌فروشان بزرگ به کار گرفته می‌شود.

### PLها چگونه وارد بازار می‌شوند؟

PLها به وسیله عرضه‌کنندگان وارد بازار می‌شوند. شاید تولیدکنندگان هیچ وقت تصور نمی‌کردند روزی فرا رسد که تولید در درجه دوم اهمیت قرار گیرد و همه جا صحبت از عرضه‌کننده کالا باشد. واقعیت این است که بیشتر PLها بر روی کالاهای تولیدشده اجرا می‌شوند.

PLها دو نوع هستند. یک نوع از آنها به صورت نشانه‌گذاری اختصاصی بر روی یک کالای تولیدشده با برندی آشنا انجام می‌شود. برای مثال عرضه‌کننده (نه تولیدکننده) کالا اطلاعات جدید یا خاصی را بر روی بسته‌بندی یک کالای شناخته شده اضافه می‌کند و بدین شکل خدمتی خاص را به مشتریان خود ارائه می‌دهد. یا این که در فضای فروشگاه کالایی را از بقیه جدا کرده و با عباراتی چون «انتخاب ما» یا «توصیه ما» نشانه‌گذاری می‌کنند.

شکل دیگر PLها عرضه کالا با برند و بسته‌بندی جدید است. برای مثال یک فروشگاه زنجیره‌ای تصمیم می‌گیرد بر اساس شناختی که از مشتریان خود دارد کالایی را با برند و بسته‌بندی که خود به وجود آورده و عرضه کند. این کار در زمینه کالاهای مصرفی مانند تخم مرغ، حبوبات، لبنیات یا آب آشامیدنی بسیار رایج است. اصولاً کالاهایی که ماهیت اساسی آنها یکسان است اما روش عرضه آنها باعث رقابت می‌شود در این زمره هستند. ارکان اصلی این تحرکات تجاری را مفاهیمی عام چون اقتصاد (سبد خانوار) و سلامت تشکیل می‌دهند.

همان طور که در تصویر پایین صفحه دیده می‌شود یک کالا که آب آشامیدنی بسته‌بندی شده باشد با برندهای گوناگون ارائه شده است.

### چه کسانی به Private Labeling مشغول هستند؟

این پرسشی است که همه ما از خود می‌پرسیم. باید بدانیم کسانی که اهمیت PLها را دریافته‌اند و آن را وارد کسب و کار خود کرده‌اند تشکیلات منسجم و گسترده‌ای دارند. PL یک انجمن در ایالات متحده دارد که با نام مخفف PLMA شناخته می‌شود. چندین نشریه و پایگاه اینترنتی فقط در این زمینه فعالیت می‌کنند. موسسات تحقیقاتی بزرگ مانند پایرا اینترنشنال به ارائه گزارش درباره PLها می‌پردازند. تنها در کشور ترکیه طی چند سال اخیر هشت سمینار در این زمینه برگزار شده است. همه اینها در حالی است که در ایران هیچ شناختی درباره این پدیده فراگیر تجاری وجود ندارد. حال آن که فرصتهای خوبی برای تجارت و تولیدکنندگان ایرانی در این زمینه وجود دارد.



**ویژگی خرده‌فروشی این است که با مصرف‌کننده نهایی سر و کار دارد. این در مورد خرده‌فروشان بزرگ، یک منبع جامعه‌شناسی با ارزش محسوب می‌شود.**

**یافتن آسان کالا، راحتی انتخاب، تضمین‌های تولیدکننده، کیفیت کالای عرضه شده، دستیابی به اطلاعات محصول و تولیدکننده آن، سهولت خرید و حمل و نقل، محاسبه قیمت کالا و بسیاری پیامدهای خوب دیگر نتیجه ترکیب روشهای توسعه یافته بسته‌بندی و عرضه فروشگاه‌هاست**

شرکت وال مارت که چندین سال است رتبه نخست خرده‌فروشی در جهان را به خود اختصاص داده سال گذشته در مجموع بیش از چهارصد میلیارد دلار فروش داشته است! تنها با شنیدن این ارقام است که می‌توان به جایگاه پر قدرت و اثرگذار خرده‌فروشان بزرگ در بازار کالاهای مصرفی پی برد. رتبه دوم در جهان به فروشگاه‌های کارفور فرانسه با نزدیک به یکصد و پنجاه میلیارد دلار تعلق دارد.

کارفور رتبه دوم جهان و رتبه نخست اروپا را دارد که در جای خود بسیار ارزشمند است. وال مارت با همه فروش بالایش بیشتر در خود ایالات متحده و قاره آمریکا فعالیت می‌کند که این از ویژگی‌های برندهای آمریکایی است. کارفور فرانسه بر خلاف وال مارت شعبه‌های زیادی در خارج از فرانسه و قاره اروپا دارد که تا سال ۲۰۰۸ میلادی سی و سه کشور را شامل می‌شد. «مترو» آلمان و «تسکو» انگلستان با بیش از یکصد میلیارد دلار فروش در رتبه‌های بعد قرار گرفته‌اند.

گفتنی است کارفور فرانسه با وجودی که رتبه دوم جهان را در اختیار دارد اختلاف درآمد زیادی با رتبه اول یعنی وال مارت دارد. آن چه از این ارقام پیداست این است که فروشگاه‌های زنجیره‌ای به صورت غیرقابل باوری بزرگ و قدرتمند شده‌اند. بزرگترین برندهای جهان نیز سرنوشت خود را در دست این خرده‌فروشان می‌بینند. با بررسی عملکرد خرده‌فروشان بزرگ می‌توان تا حدی واقعیت‌های تولید و تجارت کالاهای خرده‌فروشی در جهان را دریافت.

برای مثال محصولات برندهای بزرگ جهانی مانند «نستله»، «پراکترا اند گمبلز» یا «یونیلور» شاید در همه آن دو بیست و پنجاه خرده‌فروش بزرگ جهان و بسیاری دیگر از فروشگاه‌ها (حتی فروشگاه‌های ایران) وجود داشته باشد. در این جا است که می‌توان به تصوری درباره ابعاد واقعی یک برند جهانی و مسئولیت‌هایی که بر دوش دارد رسید. کافی است فروش محصولات ژیلت، مگی، داو، ولا، هاندشولدر و امثال آنها را که متعلق به برندهای بالا هستند در کشور خودمان در نظر بگیریم.

در میان خرده‌فروشان بزرگ نام‌های معروف و شناخته‌شده دیگری نیز دیده می‌شود که IKEA سوئدی با بیش از سی میلیارد دلار درآمد از جمله آنها است. عامل سوم در توسعه PLها، رشد فن‌آوری‌های محل فروش بوده است. با توسعه فروشگاه‌ها و مراکز خرده‌فروشی، لوازم و تجهیزات مربوط به عرضه و فروش نیز پیشرفت کردند. سیستم‌های بارکد، نشان‌گذاری‌ها، طبقه‌بندی‌ها، بسته‌بندی‌ها، روش‌های نمایش کالا از قبیل آویزها، استندها، قفسه‌ها، یخچال‌ها و

در حال حاضر ستاد فرماندهی PLها در فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ قرار دارد. برای درک بیشتر این موضوع باید کمی با توانایی‌های خرده‌فروشان بزرگ آشنا شویم. یادآوری می‌کنم آن چه خرده‌فروشان بزرگ در خصوص PLها انجام می‌دهند در یک سوپرمارکت محلی نیز قابل اجرا است. اما بازی بزرگ را خرده‌فروشان بزرگ انجام می‌دهند و عملکرد آنها می‌تواند یک برند جهانی را ضعیف یا قوی کند.

### Private Labeling چه طور انجام می‌شود؟

چند عامل مهم تاثیر زیادی در توسعه سریع PLها داشته‌اند. نخستین و بدیهی‌ترین عامل، رشد صنعت لیبل بوده است. صنعت لیبل به معنای نشان‌گذاری و درج اطلاعات و نه فقط برچسب‌زنی، با تمام امکانات خود در خدمت PLها قرار گرفته است. لیبل‌های الکترونیک، نشانگرهای دما و زمان، جدول‌های استاندارد شده مربوط به اطلاعات غذایی کالا، اطلاعات الزامی مربوط به تولیدکننده بر روی بسته‌بندی به همراه سایر ابداعات و قوانین جدید در خصوص لیبل باعث رشد قابل توجهی در این صنعت شد. این همه توجه به صنعت لیبل و انواع اختراعات و پیشرفتهای فنی در این زمینه لیبل‌زنی را به ابزاری مناسب برای ارتباط با مصرف‌کننده تبدیل کرد. همان طور که گفته شد، ارتباط مستقیم با مصرف‌کننده، رکن اساسی در Private Labeling است.

اما عامل دوم که می‌تواند مهم‌تر از عامل اول باشد گسترش فروشگاه‌های عرضه مستقیم کالا است. این یک جریان کند و سنتی نیست که گفته شود از دیرباز وجود داشته بلکه گسترش عرضه‌های خرده‌فروشی آن هم با این شکل امروزی پدیده‌ای جدید است که حداقل می‌توان گفت اهمیت آن بتازگی و طی ده سال اخیر کشف شده است.

محیط‌های خرده‌فروشی در ده سال اخیر رشد بسیار زیادی داشته‌اند. از نظر کارشناسان بسته‌بندی، عاملی به نام بسته‌بندی و رشد و توسعه آن سهم زیادی در توفیق مراکز خرده‌فروشی داشته است. در واقع پیشرفتهای فنی و قانونی در زمینه بسته‌بندی، عرضه کالاها در مراکز خرده‌فروشی را آسانتر و ایمن‌تر کرده است. یافتن آسان کالا، راحتی انتخاب، تضمین‌های تولیدکننده، کیفیت کالای عرضه شده، دستیابی به اطلاعات محصول و تولیدکننده آن، سهولت خرید و حمل و نقل، محاسبه قیمت کالا و بسیاری پیامدهای خوب دیگر نتیجه ترکیب روش‌های توسعه یافته بسته‌بندی و عرضه فروشگاه‌هاست.



J Sainsbury plc





امروز بازار اصلی فروش کالاهای مصرفی را خرده‌فروشان بزرگ تشکیل می‌دهند. در ایران هم فروشگاه‌های زنجیره‌ای مانند شهروند، رفاه، اتکا، فرهنگیان و امثال اینها مشتریان زیادی را جذب کرده‌اند و بسیاری از مردم ترجیح می‌دهند خریدهای خود را به صورت یکجا و از این فروشگاه‌ها انجام دهند. بازگردیم به وضعیت برندهای بزرگ. امروزه برندهای بزرگ ناچار هستند بخش بزرگی از تولید خود را به وسیله خرده‌فروشان بزرگ به فروش برسانند و این را نوعی موفقیت برای خود می‌دانند. بخشی دیگر از تولیدات خود را هم از راه‌های دیگر نظیر فروش مستقیم وارد چرخه مصرف می‌کنند.

به همین شکل، خرده‌فروشان نیز سهمی از کالاهای خود را از برندهای بزرگ و سهمی دیگر را از تولیدکنندگان جدید، کوچک یا منطقه‌ای تهیه می‌کنند. این می‌تواند در آینده یک تهدید برای برندهای بزرگ باشد. زیرا خرده‌فروشان بزرگ به راحتی می‌توانند امکانات و تکنیک‌های بهتر فروشگاه‌ها را در اختیار بپذیرند که تحت حمایت خود گرفته‌اند قرار دهند. امروز شرکت کارفور فرانسه حتی برندهای بزرگ زیادی را خریده و خود به یک تولیدکننده بزرگ تبدیل شده است. در این راستا ممکن است آینده برای برندهای بزرگ و خرده‌فروشان بزرگ با شرایط یکسان پیش نرود. محاسبات و مطالعات در زمینه خرده‌فروشی نشان می‌دهد آینده بیشتر به نفع خرده‌فروشان است زیرا نبض مصرف و مشتریان در دست خرده‌فروشان قرار دارد. ادامه دارد....

پایان  
بخش  
نخست

ویرینها همه به با تمام کارکردهای فنی و ظاهری خود به کمک خرده‌فروشان آمدند. تکنیک‌هایی برای فروش بیشتر به کار گرفته شد. از جمله آنها می‌توان به در دید و دسترس گذاشتن بعضی کالاها در مسیرهای خروجی فروشگاه‌ها اشاره کرد. برای مثال استندهای مخصوص ارائه کالاهای کوچک در کنار صندوق که در لحظه آخر هم بعضی کالاها را به شما (بخصوص کودکان شما) یادآوری می‌کند و هم می‌تواند مبلغ خرید شما را باصطلاح گرد کند و یا بن خرید یا کارت هدیه شما را کاملاً به مصرف برساند.

سیستمهای بارکد به عنوان کد اطلاعاتی کالا نه فقط شناسه قیمت کالا در پای صندوق شدند بلکه به دلیل اتصال به کامپیوتر مرکزی فروشگاه، در تمام محاسبات مالی آن، به عنوان مرجع آمار فروش و موجودی انبار قرار گرفتند. از این جا بود که خرده‌فروشان به اطلاعاتی فوق تصور درباره رابطه مشتریان با کالاها و برندها دست پیدا کردند. در این حال پرداخت خریداران از طریق کارتهای اعتباری و ثبت اطلاعات خرید مشتریان از این راه، اطلاعات کلیدی و مهمی را در اختیار خرده‌فروشان قرار می‌دهد. بسیاری از خرده‌فروشان بزرگ با کمک این اطلاعات به طبقه‌بندی مشتریان خود پرداختند و برنامه‌های فصلی، حراجها، سید خرید خانوار و امثال اینها را تنظیم و اجرا کردند. همه اینها کمک کرد که خرده‌فروشان بزرگ نقش تعیین‌کننده در بازار پیدا کنند.

### مقایسه برندهای بزرگ با خرده‌فروشان بزرگ

خوب است در این شرایط به یک مقایسه بپردازیم. در بازار هم خرده‌فروشان بزرگ داریم و هم برندهای بزرگ. یکی از ابزار مهم فروش برندهای بزرگ، خرده‌فروشان بزرگ هستند. خرده‌فروشان بزرگ با ده‌ها هزار میلیارد دلار گردش مالی در سال بخش بزرگی از محصولات تولیدی را در دل خود هضم می‌کنند. این رابطه برای برندهای بزرگ مانند شمشیر دولبه است.

هر چه نقش خرده‌فروشان بزرگ در عرضه کالاهای تولیدکنندگان پرنرنگتر می‌شود، به همان نسبت تولیدکنندگان به خرده‌فروشان و عملکرد آنها وابسته‌تر می‌شوند. در این جا است که خرده‌فروشان با تکیه بر توانایی خود در عرضه کالا و شناخت روحیات و انتخابهای مشتریان، به برندسازی یا سفارشی کردن کالا در فروشگاه‌های خود روی می‌آوردند.

### قابلیت‌ها:

- خروجی سریال و قابلیت شبکه شدن (Modbus RTU)
- خروجی آنالوگ (0-5/10 V) (0-20 mA)
- ایزولاسیون سه گانه بین تغذیه ورودی و خروجی
- قابل اتصال به PC, HMI, PLC
- دقت اندازه گیری (24 bit داخلی، 18 bit خارجی)
- سرعت نمونه برداری ۲۰۰ بار در ثانیه

### قابل استفاده در:

- سته بندی و توزین صنعتی
- صنایع غذایی و کشاورزی
- صنایع خوراک دام و طیور
- پمپاژ و اختلاط مواد
- توزین نقاله های توزین دار
- توزین انواع مخازن و هاپرها
- باسکول، جرثقیل، بالابر

### مجموعه سیستم های توزین:

- ترانسمیتور های وزن در مدل های مختلف
- نمایشگر و کنترلر وزن در مدل های مختلف

Tel: 66725950 - 66720122 - 66704297

Web: www.tikaeng.com

Email: info@tikaeng.com

شرکت مهندسی پیشرو صنعت تیکا





**VS 6100**  
**OPP Labeling**  
لیبل OPP حرارتی



**VS 1000**  
**Mono block**  
منو بلوک (پرکن، دربند)



**VS 4200**  
**Labeling Machine**  
لیبل پشت چسبدار



**Tri Block Machine**  
تری بلوک (رینس، پرکن، دربند)

**VS 2000**



**VS 8000**  
**Filling Machine**  
غلیظ پرکن خطی (بیستونی)



**VS 7000**  
**Shrink Pack Machine**  
شرینک پک

# خلاقیت با پلیسترهای آلومینیومی



حمید باطنی  
طراح ماشین‌آلات بسته‌بندی در آلمان  
و کارشناس پلیستر

از ۱۷۱۸ میلادی که اولین پلیسترهای پلاستیکی به بازار آمدند تاکنون، مردم پیوسته شاهد کاربردهای غیرمنتظره‌ای از این نوع بسته‌بندی بوده‌اند. پلیسترها که نوعی از آن را در ایران به نام بسته‌بندی کاردی می‌نامند از جمله شاهکارهای صنعت بسته‌بندی هستند. پلیسترها را می‌توان مانند جعبه‌های مقوایی و ظروف پلاستیکی در شکل‌های گوناگون و با کاربردهای متنوعی به بازار عرضه کرد. کشورهای پیشرفته همان طور که در طراحی جعبه‌های مقوایی و ظروف پلاستیکی به موفقیت‌های بزرگی رسیده‌اند در ارائه کاربردهای گوناگون پلیسترها نیز چنان خلاقیت بالایی از خود نشان داده‌اند که متخصصان را شگفت‌زده می‌کند.

در این شماره به چند پروژه کاملاً تجاری و کاربردی که با پلیستر اجرا شده می‌پردازیم. هدف از معرفی این پلیسترها، ایجاد ذوق و خلاقیت در طراحان ایرانی است تا از امکانات اطراف خود بیشتر و بهتر استفاده کنند.

یادآور می‌شود پلیسترهای معرفی شده در این گزارش از نوع پلیستر با سیل آلومینیوم است. نکته مهم این جا است که بیشتر طراحان بسته‌بندی در ایران هنگام طراحی پلیستر، اغلب به پلیسترهای مقوایی می‌اندیشند و پلیسترهای آلومینیومی را مختص قرص و کپسول می‌دانند. حال آن که بازار بسته‌های کوچک پلیستری بخصوص حوزه محصولات دارویی، بهداشتی و آرایشی به دلیل قابلیت‌های بی‌شماری و عملکردی بسیار خوب آلومینیوم اغلب در اختیار پلیسترهای آلومینیومی است.

## ۲- نمونه رژ در پلیستر

این پلیستر حاوی رژ لب تولید شرکت Avon است. در این بسته‌بندی تولیدکننده با کمک فن‌آوری پلیسترهای آلومینیومی تمام تلاش خود را برای جلب توجه و رضایت مشتری انجام داده و می‌توان مطمئن بود که این کار در توسعه برند این شرکت تاثیر خوبی داشته است. این بسته‌بندی ابتکاری به صورت نواری از چند نمونه رژ لب است.

پلیستر از پنج قطعه تفکیک شده تشکیل شده که در هر قطعه یک حباب حاوی نمونه رژ لب و یک حباب مربوط به برس یا اپلیکاتور آن تشکیل شده است. این بسته هم مانند پلیستر قبل از نوع Peel-Off است یعنی قسمتی از فویل آلومینیومی پشت پلیستر، آزاد بوده و برای باز کردن پلیستر به کار می‌آید. در واقع در این روش یک گوشه از فویل آلومینیوم پرس نمی‌شود و می‌توان آن را در دست گرفته و کشید تا بسته باز شود.

همان طور که در تصویر پیداست این محصول آرایشی در رنگ‌های مختلف است و مشتری می‌تواند نمونه را با خود به خانه ببرد و آزمایش کند. از آن جا که آزمایش رژ لب در شکل معمول آن از نظر بهداشت و سلامت مناسب نیست بسیاری از خانمها برای دیدن و امتحان رنگ آن، رژ لب را به پشت دستشان می‌زنند به همین دلیل هیچ‌گاه از جلوه واقعی آن در صورتشان مطمئن نیستند. با ابداع چنین محصولی این مشکل رفع شده است. ایشان در خانه رژ را آزمایش کرده و در صورت تمایل محصول را در بسته‌بندی اصلی آن تهیه کنند. این روش ابداعی از نظر رعایت بهداشت نیز خوب است.

روش تولید و بسته‌بندی این پلیستر بدین گونه است که رژها به صورت جامد و سرد در بشکه‌هایی ریخته می‌شوند که گرم شده و پس از آن در حبابهای پلیستر تزریق می‌شوند.



## ۱- پلیستر برای تست آب

تست آب استخرها و سایر مخازن آب نیاز به کیت‌های آماده‌ای دارد که به وسیله آن میزان اسیدیته و کلر آب را اندازه می‌گیرند. در این جا با کمک امکانات ویژه‌ای که پلیستر در اختیار کاربر قرار می‌دهد یک بسته یا کیت آزمایش‌کننده آب با کاربری آسان و بسیار اقتصادی به بازار عرضه شده است. همان طور که در تصویر پیداست بالا و پایین بسته دو حباب کوچک است که در این حباب‌ها قرص قرار دارد. همچنین در مجاورت این حباب‌ها، حباب‌های بزرگتری وجود دارند که خالی هستند. روش استفاده از این پلیستر چنین است که اگر این پلیستر را به طرف بالا بگیریم و حباب بزرگ را به سمت حباب کوچک فشار دهیم در اثر فشاری که ایجاد می‌شود راه حباب بزرگ به حباب کوچک باز شده و باعث می‌شود قرص از آن بالا داخل حباب بزرگ بیفتد. بعد پلیستر را چرخانده و همین کار را با حبابهای طرف دیگر پلیستر انجام می‌دهیم.

در این حالت هر دو قرص به داخل حبابهای بزرگ وارد شده‌اند. آن گاه کمر پلیستر را از وسط (از محل پرفراژ) می‌شکنیم و پلیستر را به صورت عدد هشت فارسی در می‌آوریم. در این وضعیت خواهیم دید که در محل شکستگی پلیستر راهی به حبابهای بزرگ باز شده است. از این طریق می‌توان در حبابهای بزرگ آب ریخت. برای مثال ما این حفره را زیر آب استخر برده و آن را پر کرده و کنار می‌گذاریم. آب با قرص‌های داخل حباب‌ها حل خواهد شد و رنگی به خود خواهد گرفت. روی بدنه حباب‌های بزرگ شاخص‌های رنگی چاپ شده است که برای مقایسه رنگ آب به کار می‌آید. بسته به نوع کیت آزمایش، رنگ آب به هر کدام از رنگ‌های شاخص نزدیک تر بود میزان غلظت، Ph یا کلر آب را می‌توان سنجید. در خصوص این نوع پلیستر آزمایش آب بر روی جعبه پلیستر جدولی درج شده که شرح وضعیت کیفی مربوط به عدد هر رنگ را نوشته است.





### ۳- نمونه مواد آرایش صورت

این بلیستر یک کالای آرایشی متعلق به شرکت Yves Saint Laurent است. این بسته به صورت Peel-Off است یعنی پشت بلیستر روکش آلومینیوم در یک جا باز است و می‌توانیم در دست بگیریم و بکشیم و محتوای آن را استفاده کنیم. بلیستر دارای دو حباب است. در یک حباب مواد آرایشی است و در حباب دیگر اسفنج مخصوص که مصرف‌کننده بتواند محصول آرایشی را روی صورت خود برای یک بار آزمایش کند.

طرز استفاده این بسته خیلی ساده است. وقتی فویل آلومینیوم پشت بلیستر را بکشیم، بسته باز شده، اسفنج و مواد آرایشی در دسترس قرار می‌گیرد. طراحی روی جلد مقوایی این بسته‌بندی معمولاً در خود شرکت صاحب کالا انجام می‌شود تا با استانداردهای گرافیکی آن شرکت هماهنگی داشته باشد و اغلب همان طراحی است که قوطی اصلی این محصولات دارند.

ویژگی خاص این نوع بلیسترها این است که مواد آرایشی داخل این بلیسترها به صورت گرم تزریق و بعد از چند ثانیه خنک شده و از خط خارج می‌شوند. ایده این بلیستر توسط یک شرکت تولیدکننده بلیستر به وجود آمد و به شرکت تولیدکننده محصولات آرایشی پیشنهاد شد که پذیرفته و اجرا گردید.



### ۴- بلیستر پانسمان یا کمک‌های اولیه

این بلیستر هم در نوع خود یک شاهکار است و کمتر کسی است که به داشتن چند تا از آن در جعبه کمک‌های اولیه خود علاقه نداشته باشد. در این بلیستر یک مخزن کوچک است که در آن الکل یا ماده ضدعفونی‌کننده قرار دارد.

تصویر بلیستری را نشان می‌دهد که ماده ضدعفونی‌کننده دارد ولی از این بلیستر با الکل طبی هم تولید شده است که بیشتر مورد استفاده قرار گرفته‌اند. روش مصرف این بلیستر به این ترتیب است که در زمان مصرف باید روی مخزن الکل یا ماده ضدعفونی‌کننده فشار وارد کنیم.

با فشاری که به این مخزن وارد می‌کنیم مایع درون آن (الکل یا ماده ضدعفونی‌کننده) وارد قسمتی که پد یا گاز دارد می‌شود. با ورود مایع به محفظه گاز طبی، گاز طبی به مایع آغشته می‌شود. پس از آن می‌توان بلیستر را از محل تعیین شده شکست.

وقتی بلیستر از محل تعیین شده شکسته و مانند عدد هشت فارسی تا شود مقداری از گاز طبی بیرون می‌ماند. در این حالت می‌توان زخم را بدون تماس دست با گاز طبی یا مایع ضدعفونی‌کننده به وسیله آن بخش از گاز که پس از شکستن بلیستر بیرون مانده تمیز و استریل کرد. پشت بلیستر یک چسب زخم قرار داده شده است. پس از آن که زخم تمیز شد می‌توان چسب زخم را روی آن گذاشته و کار پانسمان را کامل کرد.

این بلیستر برای شرکت لوفت هانزا طراحی و تولید شد. یعنی ایده و تمام حق امتیاز آن به شرکت لوفت هانزا فروخته شد.

# آرایک

تولیدکننده انواع کارتن و جعبه‌های لمینیتی

مجهز به ماشین‌آلات دایکات تا ابعاد ۱۴۰×۱۰۰

لمینیت، سلفون و جعبه چسبانی اتوماتیک

تهران، جاده شهریار، روبروی خادم آباد، خیابان شهید چالوکه، شماره ۲۷

تلفن: ۰۲۶۲-۳۹۲۳۲۲۲-۳۹۲۴۲۷۱ فکس: ۰۲۶۲-۳۹۲۴۳۱۹ همراه: ۰۹۱۲۱۹۸۷۲۷۴

## ۵- نمونه محصول (اشانتیون) کرم آرایشی

GULTTER بطری‌های آشنایی دارد که بسیاری آن را دیده‌اند. این بطری‌ها فرم بدن انسان را دارند. SHISEIDO هم یکبرند آرایشی است که اصل آن در ژاپن است. محتوای هر دو بسته، کرم آرایشی است.

این بسته‌های بلیستر از نوعی است که بخش بالای آن از محل خط چین شکسته و باز می‌شود. بدین شکل که وقتی بلیستر را از جلد مقوایی آن در بیاورید می‌بیند بالای آن حالت نوک یا گلوگاه دارد. این بخش از محل خطی که روی بلیستر است باید شکسته شود. با فشار آوردن به بدنه بلیستر محتوای آن که کرم است بیرون می‌آید. ویژگی مهم این بلیسترها این است که بسیار شبیه به ظروف اصلی هستند. این خیلی مهم است که بلیستر دقیقاً شبیه همان شیشه واقعی باشد اما این کار از لحاظ طراحی و ساختار قالب‌هایش بسیار مشکل است. بخصوص بلیستر GULTTER که شکل بدن انسان را دارد زیرا شکل انسان را به این صورت در آوردن با این اندازه به عنوان بلیستر کار دشواری است.



۵



## ۶- بلیستر نمونه لاک ناخن

این بلیستر هم از نظر کاربرد و عملکرد شبیه به بلیستر قبل است. در این بسته‌بندی به جای رژ لب لاک ناخن قرار دارد. این بسته نیز به صورت نواری است و طرز باز کردن و استفاده آن دقیقاً مانند نمونه رژ لب است. تعداد رنگ‌های مختلفی می‌توان در این بسته‌ها ریخت تا مشتری آنها را به عنوان نمونه استفاده کند.

از آن جا که آزمایش لاک در مغازه مشکل است با این بسته‌بندی هم مشتری این امکان را دارد که نمونه را به خانه ببرد و امتحان کند و هم مسائل بهداشتی بخوبی رعایت شود.

نکته جالب توجه این است که بر روی فویل آلومینیومی که پشت بلیستر را پوشانده اطلاعاتی درباره هر یک از نمونه‌ها نوشته شده است. لاک‌ها برعکس رژ لب یا مواد آرایشی صورت به صورت گرم تزریق نمی‌شوند. آن‌ها به صورت سرد و خیلی معمولی در حبابهای بلیستر تزریق می‌شوند و بعد یک اپلیکاتور در حباب کنار آن قرار می‌گیرد.

ذوق طراح در طراحی این بلیستر باعث شده حبابهای مربوط به لاک شبیه شیشه لاک باشد. این باعث شد مشتری سریع بفهمد که این نمونه مربوط به لاک است و نمونه‌ها با یکدیگر اشتباه نشوند. زیرا این خیلی مهم است که ظاهر بلیستر در نگاه اول تفهیم کند که تبلیغات در مورد چه چیزی است و در این جا کاملاً مشخص شده که این بلیستر برای لاک دست است چون شبیه خود شیشه لاک است.



## ۷- بلیستر برای نمونه عطر!

این بلیستر حاوی عطر است و به وسیله شرکت Gaultier به بازار عرضه شده است. نکته خاص و وجه تمایز این بسته نسبت به سایر بلیسترها این است که باید به یاد داشته باشیم عطر به دلیل الکل داخل آن که فرّار است باید از یک پرس محکم و خاصی برخوردار باشد. در واقع پرس بلیستر عطر با پرس بقیه بلیسترها فرق دارد. اگر خوب به تصویر دقت کنید می‌بینید این بلیستر خاص از دو پرس برخوردار است. یک پرس معمولی و یک پرس نواری دور تا دور محفظه عطر. این دو پرس باعث می‌شوند که بسته استحکام درزبندی خیلی بالایی داشته باشد. بسته عطری که در تصویر دیده می‌شود بیش از پنج سال پیش پُر شده است اما هنوز عطر داخل آن محفوظ است و این فقط به خاطر پرس خوبی است که بر روی آن اجرا شده. ویژگی دیگر این بلیستر، دو رنگ بودن فویل آلومینیوم است. در واقع فویل آلومینیوم این بلیستر از طرفی که با حباب پلاستیکی تماس دارد به رنگ طلایی است. این در حالی است که بسیاری از نمونه عطرها پُر شده در بلیسترها همان رنگ آلومینیوم را دارند. تاکید بر رنگ طلایی به خاطر این است که بسته‌بندی اصلی این عطر، یک ظرف شیشه طلایی است.

طراح و سازنده این بلیستر مجبور بوده به خاطر بازسازی جلوه‌های بصری شیشه واقعی عطر از روکش آلومینیومی خاصی استفاده کند که از داخل یک روکش طلایی دارد. همین روکش طلایی کاری است که هر شرکتی نمی‌تواند آن را انجام دهد. تنها چند شرکت در آلمان مدعی شدند که می‌توانند این کار را انجام دهند. زیرا به دلیل حلالیت بالای الکل باید روی لایه طلایی یک لایه دیگر نیز بیاید

ماهانامه صنعت بسته‌بندی  
منتشر می‌کند

ویژه‌نامه  
نمایشگاه  
بین‌المللی

چاپ و  
بسته‌بندی  
تهران  
۱۳۸۹ شهریور

خدمتی دیگر، از قدیمی‌ترین  
خدمت‌گزار صنعت بسته‌بندی کشور

با ضمیمه چوب و کاغذ

به مناسبت همزمانی  
دومین نمایشگاه  
چوب و کاغذ و صنایع وابسته

- پرتیراژ
- توزیع روزانه نزدیک به ۱۵۰۰ نسخه
- مثل هر سال
- پر برکت
- همین حالا اقدام کنید

## ۸- نمونه آزمایشی اسانسهای کوکاکولا

این بلیستر از جمله طرح‌های تبلیغاتی شرکت کوکاکولا است. شرکت کوکاکولا قصد داشت اسانس‌های مختلف را در بسته‌های کوچک بلیستری بسته‌بندی کند و مصرف‌کننده هنگام مصرف کوکاکولای معمولی این اسانس را با آن ترکیب کند. این اسانسها در طعم‌های گوناگون و به صورت نمونه به تعداد بیست تا سی هزار عدد تولید شد. بسته‌ای که در تصویر دیده می‌شود حاوی دو میلی‌لیتر اسانس وانیل است. مصرف آن بدین صورت است که بلیستر اسانس را که از نوع Portion Peck است از بالا شکسته و محتوای آن را در ظرف کوکاکولای خود می‌ریزید و کوکاکولای شما طعم اسانس را به خود می‌گیرد. این طرح علی‌رغم هزینه و زحمات زیادی که برای آن صرف شد موفق نبود. ظاهر کار بسیار جالب بود ولی آن‌طور که مسئولان کوکاکولا فکر می‌کردند در بازار مورد استقبال قرار نگرفت. نکته ویژه‌ای که در این بسته وجود دارد چاپ روی حباب بلیستر است. چاپ این بلیستر بسیار مشکل بود و فقط یک یا دو شرکت در آلمان توانستند این چاپ را با کیفیت بالا انجام دهند. زیرا چاپی که در ابتدا بر روی ورق مسطح پلاستیک انجام می‌شود باید از چنان کیفیت و دقتی برخوردار باشد که پس از عملیات وکیوم‌فرمینگ که حباب بلیستر شکل می‌گیرد چه از نظر رنگ و چه فرم و طرح با آن چه که انتظار می‌رود برابر باشد. همان‌طور که در تصویر دیده می‌شود ایده کوکاکولا از نظر فنی و اجرایی بسیار موفقیت‌آمیز بوده اما از نظر ذائقه مردم نتیجه معکوس داشته است.



که هم رنگ طلایی با الکل و خود عطر ترکیب نشود و هم اصولاً رنگ طلایی پایدار بماند. در نهایت این کار و جلوه خاص آن باعث تفاوت این نمونه بلیستری با سایر نمونه‌ها شد. این بلیستر مانند بسته آزمایش آب از نوع Portion Peck است یعنی با شکستن جای خط بالای آن میتوان عطر داخل بسته را استفاده کرد.



# بخش چهارم Hang the World!

رضا نورائی  
فاطمه صولت  
مجید دادگر

## دیزاین را آویزان کنید!

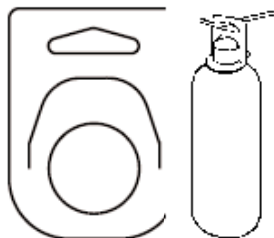
نکته:

بسیاری از اوقات آویز زمانی بر گردن بطری انداخته می شود که در (Cap) بطری بر روی آن نصب شده است. نکته ای که باید مورد توجه قرار گیرد این است که گردن بطری ها همواره اندازه استاندارد دارند اما در بطری ها شکلها و اندازه های گوناگونی دارند. این در حالی است که معمولا انتخاب گردنی مناسب برای بطری بر اساس قطر گردن بطری است نه قطر در آن.



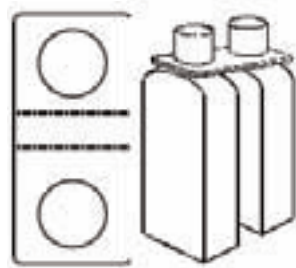
### • آویز گردنی برای بطری

این نوع آویز مخصوص نمایش بطری در وضعیت آویخته است. در طراحی این نوع آویز سعی شده بطری کاملا ایستا و عمودی قرار گرفته و گردن بطری در حلقه آویز هیچ گونه نوسان و حرکتی نداشته باشد.



### • سرشانه دوتایی

این اتصال دوتایی مخصوص سرشانه بطری برای روش "یکی بخر دوتا ببر" ایده آل است.



### آویز مخصوص محصولات گرد

ایجاد چنین امکانی برای نمایش بطری ها و کالاهای گرد و استوانه ای می تواند رقابت بین محصولات مشابه را افزایش دهد. بعضی تولیدکنندگان آویزها در این خصوص آویزهای خاصی را طراحی و تولید کرده اند.

### آویزهای گردنی برای بطری ها

آویزهای گردنی از جمله ابزار مناسب برای توسعه یک کالا در بازار و یا ایجاد فرصتهای جدید تجاری برای آن است. آویزهای گردنی گونه های متفاوتی دارند که در این جا به چند نوع پرمصرف آن اشاره می کنیم.



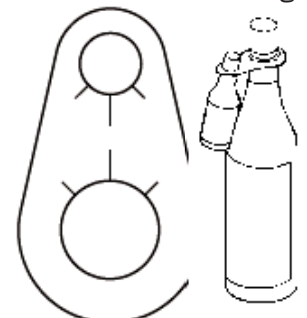
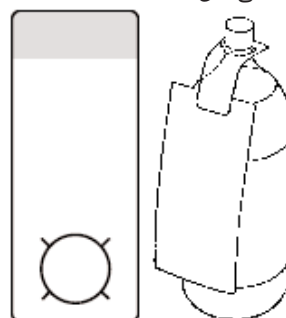
### • آویز شانه سوار (Piggyback)

برای بطری

آویزهای شانه سوار مخصوص اتصال یک بطری کوچک (محصول نمونه) به بطری بزرگ است. این نوع از آویز برای معرفی محصول و ورود یک کالا به بازار ایده آل است. طراحی این گونه آویزها بگونه ای است که با اندازه های مختلف بطری ها سازگار می باشد.

### • آویز شانه سوار چسبدار

امکانی خوب برای ایجاد تقابل و رقابت بین کالاها که برای هر گونه کالایی قابل استفاده است.





## پروژه اختصاصی برای BILLBOARD آویزهای رایگان

### توجه بیشتری را به بسته‌بندی‌های نمونه رایگان محصول و کارت‌های تخفیف جلب کنید.

تولیدکننده‌ها همیشه به دنبال راه‌هایی هستند که محصولات آنها در قفسه‌های فروشگاه‌های توجّه را به خود جلب کند. این کار می‌تواند از طریق ارائه نمونه رایگان محصول و یا کارت‌های تخفیف انجام شود. تولیدکننده‌هایی که از نمونه رایگان استفاده می‌کنند، بسته‌ها را از طریق پوشش بسته‌بندی شریک به یکدیگر متصل می‌کنند. این شیوه بسته‌بندی توجه مردم را به خود جلب نمی‌کند و جذابیت کافی را ندارند. همچنین ممکن است اتصال این دو نمونه محصول پاره شده و به صورت کالایی استفاده شده دیده شود.

شرکت Do-It بزرگترین طراح و سازنده آویزهای نمایش کالا با طراحی آویز ابداعی خود به نام Billboard PromoTab تلاش کرد تا این مشکلات را حل کند. صفحه نمایش بزرگ این بسته‌بندی توجه خریدار را جلب می‌کند تا پیام‌ها و خود محصولات دیده شوند. چاپ فلکسوگرافیک UV بر روی پلاستیک، جذاب است و به خوبی محصول را تبلیغ می‌کند و در عین حال محکم و بادوام است.

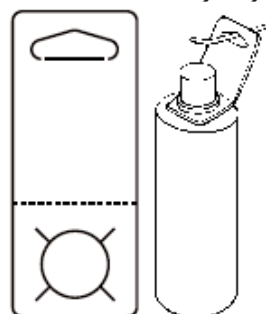
استحکام این آویز دارای حق ثبت و طراحی آن به گونه‌ای است که به خوبی امکان تبلیغ نمونه رایگان محصول را از راهی ارزان و انحصاری فراهم می‌کند. آویز نمونه رایگان محصول را به خوبی نگه می‌دارد و جایگزینی است برای بسته‌بندی‌های پرهزینه‌تر نظیر پوشش شریک و صفحات مقوایی. این نوع بسته‌بندی برای محصولاتی که در بطری هستند نظیر محصولات بهداشت و زیبایی و قطعات و محصولات سخت بسیار مناسب است. قسمت صفحه بزرگ بسته‌بندی نیز می‌تواند خط برش داشته باشد تا به صورت کارت‌های تخفیف از بسته‌بندی جدا شود. آویز پلاستیکی نظیر پوشش‌های مقوایی پاره نمی‌شود بنابراین این محصول را به خوبی در محیط‌های فروشگاه‌های نگه می‌دارد و به جذابیت آن می‌افزاید.



#### ● آویز گردنی با خط تا

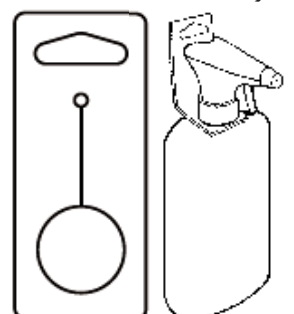
این نوع طراحی برای آویز یعنی ایجاد خط چین (خط تا) بر روی آن روشی جالب برای عمودی و راست نگه داشتن بطری یا ظرف است.

بدیهی است ارائه محصول در چنین حالتی توانایی‌ها و جذابیت آن را در ذهن بینندگان افزایش می‌دهد. شکافهای دور حلقه گردنی باعث می‌شوند آویز بخوبی بر گردن بطری جا بیفتد و ثابت شود. بنا بر این برای ثابت کردن آویز بر روی بطری نیاز به چسب نخواهد بود و این موضوع باعث تمیزی و کیفیت ارائه کالا خواهد بود.



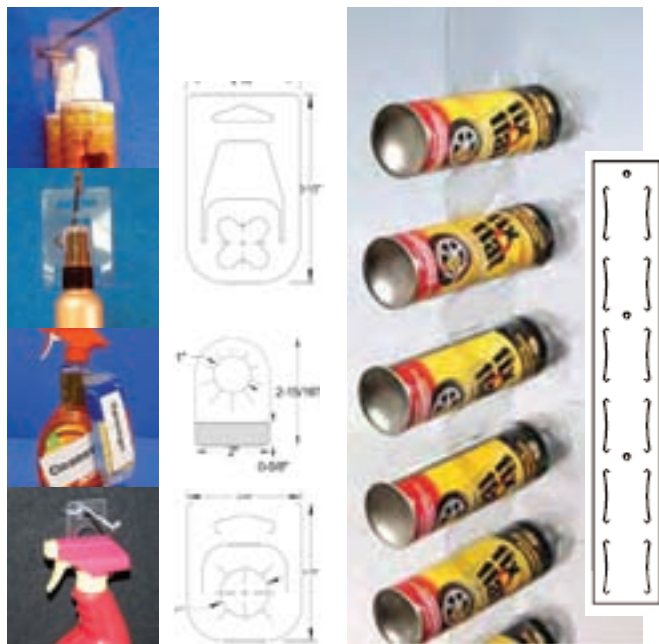
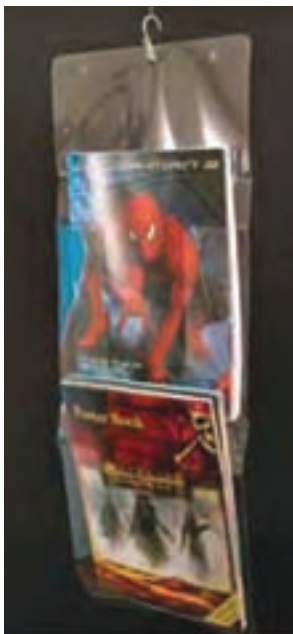
#### ● آویز مخصوص پمپ اسپری

این نوع آویز برای اسپری‌هایی که پمپ آنها ماشه‌دار می‌باشد ایده‌آل است. زیرا آویز دارای یک شکاف طولی است که به آن اجازه می‌دهد از پمپ و ماشه آن رد شده و حلقه او به گردن اسپری بیفتد. ضمن آن که این شکاف به گونه‌ای طراحی شده که پارگی یا ترک خوردگی در آویز ایجاد نشود.



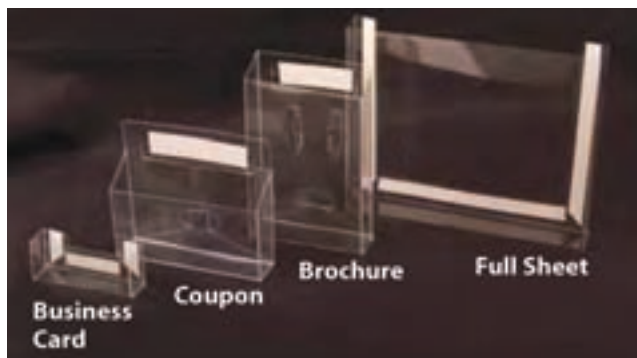
### نگهدارنده‌های نشریات و انتشارات (Literature Holders)

تولیدکنندگان با استفاده از ورق پلاستیک و چسب دوطرفه نگهدارنده‌هایی را برای نگه داشتن یا نمایش اوراق و مجلدات بر روی سطوح عمودی ارائه کرده‌اند. این ابزار نمایش هنگام حمل و نقل و انبارداری به صورت تخت هستند و در وقت نصب تا خورده و به شکل اصلی خود در می‌آیند. اتصالات ساختاری این احجام معمولاً بدون چسب بوده و استفاده از چسب تنها برای اتصال به محل نصب می‌باشد. چنان‌که در تصاویر پیداست این لوازم برای ارائه یا نمایش بسیاری از اقلام چاپی کاربرد دارند.



### تجهیزات کاربردی

برای سرعت دادن به نصب آویزها بر روی بسته‌ها ماشین‌آلات اتوماتیک و نیمه اتوماتیک وجود دارد. شکل ایده‌آل تولید و ارائه آویزها به شکل رول است. زیرا در این شکل بیشترین هماهنگی را با ماشین‌آلات و تجهیزات اتوماتیک و نیمه اتوماتیک مربوطه خواهند داشت.



## پروژه اختصاصی آویز برای سمباده‌های گرد Black&Decker

آویز ابداعی کمک‌کرد سمباده‌های صفحه‌گرد به خوبی به صورت آویز نمایش داده شوند. Black&Decker قصد داشت بسته‌بندی بادوام‌تری برای محصولات سمباده صفحه‌گرد خود در فروشگاه‌های عرضه کالا داشته باشد. پوشش کاغذی که دیسک‌های سمباده را نگه می‌داشت، به راحتی پاره می‌شد و بعد از مدت کوتاهی جلوه خود را از دست می‌داد. Black&Decker بسته‌بندی را نیاز داشت که به اندازه‌ای محکم باشد که دیسک‌های سمباده، آنها را پاره نکند و به اندازه‌ای جذاب باشد که توجه را به خود جلب کند.

این مشکل با استفاده از آویز چاپ شده حل شد. زبانه این آویز به صورت حلقه‌ای از درون سوراخ دیسک عبور می‌کند. آویز پلاستیکی محکم کمک می‌کند تا Black&Decker محصولات خود را با اطمینان بیشتری نمایش دهد. آویز جدید به اندازه‌ای محکم است که نه از قسمت سوراخ مرکزی آویز و نه از قسمتی که زبانه را به پوشش وصل می‌کند پاره نمی‌شود.

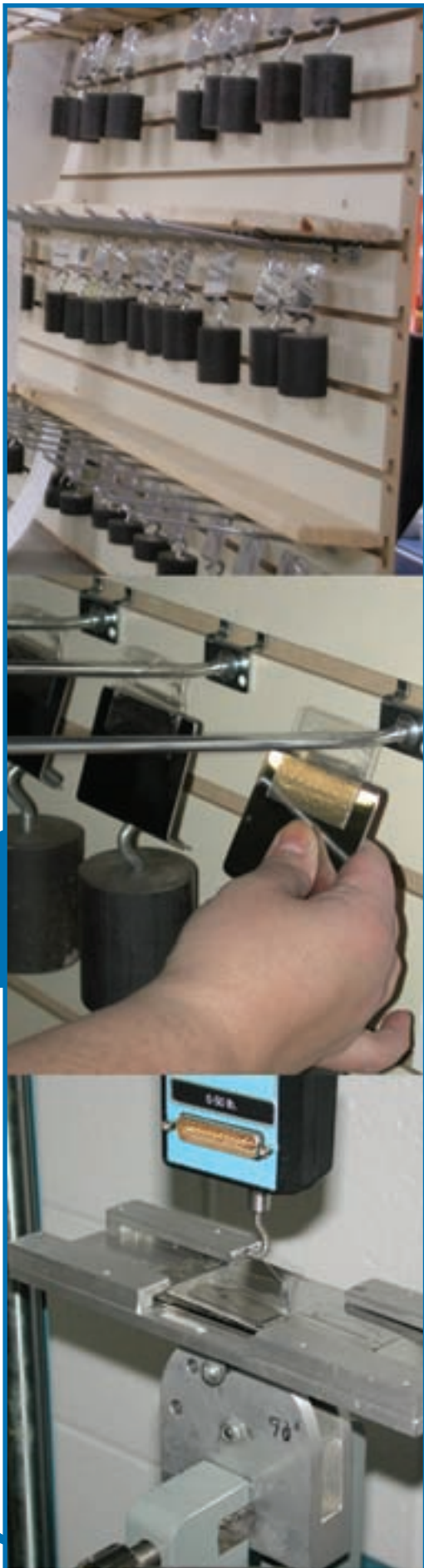
آویز پلاستیکی در برابر خوردگی بدنه دیسک نیز مقاوم است و از درون پوشه کاغذی قدیمی سمباده متصل می‌شود. این راه‌حل از بسته‌بندی در فروشگاه‌ها کم می‌کند و هزینه‌های اضافی فروشگاه‌های Black&Decker را کاهش می‌دهد.

فرآیند چاپ UV Flexo سبب شد بسته‌بندی با رنگ‌های روشن و درخشان‌تری تولید شود. پوشه کاغذی قدیمی به صورت افسست چاپ می‌شد و رنگ‌های تیره و سردی داشت. شرکت Do-It طراحی و تولیدکننده این بسته‌بندی چاپ بسته را به کمک مرکب‌های تقویت‌شده و با استفاده از وارنیش شفاف در برابر زبری دیسک‌ها حفظ کرد.

Black&Decker از آویزی برای دو اندازه متفاوت دیسک‌های سمباده استفاده می‌کند. این نوع بسته‌بندی برای هر محصولی که دارای صفحه‌گرد و یا قرقره است یا شکل دوناتی دارد ایده‌آل خواهد بود.

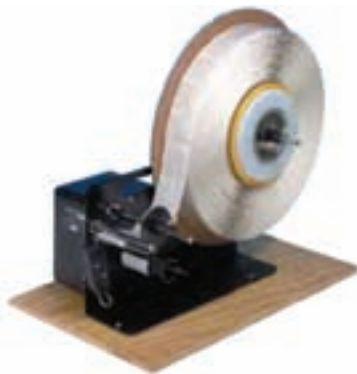






### استفاده از آویزها

سطحی که آویز چسبدار را می‌خواهیم روی آن بچسبانیم باید تمیز، خشک و عاری از هرگونه آلودگی باشد. نکته دیگر این است که هرگونه آزمون برای تایید صحت عملکرد آویز باید در شرایط کاربرد نهایی انجام شود. یعنی آویز در شرایطی مشابه شرایط ارائه در فروشگاه باید آزموده شود. مشکلاتی که معمولاً هنگام استفاده از آویزها پیش می‌آید.



## پروژه اختصاصی آزمون‌های مقاومت برای آویزهای تولیدی شرکت Do-It

بسته‌بندی خود را امتحان کنید.

مرکز آزمایش آویزهای شرکت Do-It به این شرکت اطمینان می‌دهد که محصولات مشتریان

بهتر، بیشتر و زیباتر نمایش داده شوند.

ترکیب هزاران طرح بسته‌بندی با انواع مختلفی از آویزها پیچیده خواهد بود. چگونه می‌توان فهمید که کدام نوع بسته‌بندی بهترین گزینه برای کم شدن هزینه‌های بسته‌بندی، افزایش دوام و جذابیت بیشتر بسته‌بندی خواهد بود؟

شرکت Do-It پاسخ این سوال را پیدا کرد زیرا آویزها را بر روی بسته‌بندی امتحان می‌کنند. این شرکت به عنوان طراح آویزهای نمایش محصول مرکز آزمون آن را نیز ایجاد کرده است. این مرکز، به دلیل تاثیر مثبت آن در افزایش کیفیت محصول، کمک کرد تا شرکت Do-It بتواند گواهی ISO 9001: 2000 را دریافت کند. مرکز آزمون این شرکت اولین در نوع خود است و در ایجاد اولین قراردادهای استاندارد و تست بسته‌بندی نیز تاثیرگذار بوده است.

استفاده از دو نوع آزمون بسته‌بندی نتیجه نهایی اطمینان‌بخشی دارد

آزمون کوتاه مدت، کیفیت آویزها را در طول تولید و ایجاد عملکرد بسته‌بندی و حمل و نقل آن بررسی می‌کند. آزمون بلندمدت، وضعیت استفاده از محصول در محیط فروشگاه به مدت ۴۰ روز را بررسی می‌کند. شرکت Do-It بسته‌بندی‌ها را از نظر درگیر شدن انگشتان دست با آویزها و ظرفیت کلی آنها نیز بررسی می‌کند.

Do-It انواع مختلفی از آویزها را بر روی سطوح مختلفی بررسی می‌کند. روابط شرکت Do-It تولیدکننده‌های ورقهای پلاستیک کمک می‌کند تا بهترین تصمیم در انتخاب بسته‌بندی گرفته شود. پس از آزمون و انتخاب آویز مناسب، آن آویز متناسب با اندازه، شکل، ماده، وزن بسته‌بندی و محیط خواهد بود و بهترین کیفیت، قیمت و عملکرد را خواهد داشت.

# افزودنی‌های عملکردی و کوتینگ‌های حفاظتی در بسته‌بندی‌های پلاستیکی



منبع: [www.pira-international.com](http://www.pira-international.com)  
 تالیف: Simon Smith مشاور ارشد تحقیقات بازار موسسه بین‌المللی پیرا (انگلستان)  
 ترجمه: مهندس مجید دادگر

یکی از مزایای کوتینگ‌ها این است که با استفاده از مقدار کمی از مواد می‌توان کیفیت مورد نظر را بدست آورد که از هزینه‌ها و استفاده از منابع می‌کاهد و باز یافت مواد را بهبود می‌بخشد

استفاده دچار آسیب شود و یا کیفیت آن ثابت نباشد، به صرفه نخواهد بود. افزودنی‌های عملکردی و کوتینگ‌های حفاظتی در بسته‌بندی‌های پلاستیکی متفاوتی استفاده می‌شوند، از شیشه‌های نوشیدنی‌های گازدار، کیسه‌های مخصوص جوشیدن مواد در آب تا بسته‌های بیستر دارویی. تقاضای روبه‌رشدی برای مواد بسته‌بندی که خواص حفاظتی بیشتری برای مواد داخل بسته‌بندی داشته باشند وجود دارد. استفاده از مواد پلاستیکی در این نوع بسته‌بندی‌ها بیشتر می‌شود و نگرانی‌هایی وجود دارد که تبادل گاز و بخار از بسته‌بندی کیفیت و ایمنی مواد بسته‌بندی شده را تحت تاثیر قرار دهد.

انواع مختلفی از مواد افزودنی عملکردی و تکنولوژی‌های حفاظتی برای رفع این نیاز توسعه یافته و به بازار عرضه شده‌اند. این تکنولوژی‌ها نه تنها عمر محصول را بیشتر می‌کنند بلکه نیاز به مواد نگاه‌دارنده را کاهش می‌دهند، شفافیت و جذابیت ایجاد می‌کنند و به عنوان ماده پایه قابل چاپ نیز استفاده می‌شوند.

پیش‌بینی می‌شود استفاده از افزودنی‌های عملکردی و کوتینگ‌های حفاظتی در بسته‌بندی‌های پلاستیکی، در ۵ سال آینده بیشترین رشد را داشته باشد. افزایش تقاضا برای سلامتی و ایمنی محصولات سبب شده است تا به مواد افزودنی عملکردی و بسته‌بندی‌های حفاظتی بیشتر توجه شود.

گرایش به بسته‌بندی پایدار نیز رشد خواهد کرد؛ استفاده از مواد سبک‌تر که هزینه‌ها کاهش یابد و تاثیر محیطی بسته‌بندی کمتر شود. استفاده از مواد بسته‌بندی مبتنی بر منابع پایدار و ورق‌های نازک حفاظتی که جایگزین موادی چون فلز و شیشه خواهند بود.

نانوکامپوزیت‌ها نیز موادی خواهند بود که خواص حفاظتی دارند و مواد کمتری در آنها استفاده می‌شود. کوتینگ‌های حفاظتی بر مبنای منابع پایدار برای استفاده‌های تجاری قابل استفاده هستند. کوتینگ‌های ملامین در به عنوان ورق‌های حفاظتی پلاستیکی شفاف برای غذا و محصولات دارویی استفاده‌های تجاری پیدا کرده‌اند.

کوتینگ‌های حفاظتی در حال توسعه و پیشرفت هستند و به خوبی در کنار رزین‌ها و فرایندهای تولیدی پیشرفته قابل استفاده هستند. یکی از مزایای کوتینگ‌ها این است که با استفاده از مقدار کمی از مواد می‌توان کیفیت مورد نظر را

ماهانامه صنعت بسته‌بندی در چارچوب عمل به رسالت خویش در زمینه دانش‌افزایی دست‌اندرکاران بسته‌بندی، موفق به عقد قرارداد رسمی با موسسه تحقیقات بین‌المللی Pira (پایرا) شده است. موسسه پایرا از جمله برجسته‌ترین موسسات تحقیقات بین‌المللی است که گزارشات موثری را در زمینه چاپ و بسته‌بندی منتشر می‌کند. همچنین این موسسه کتابهای فنی و تخصصی بسیاری در زمینه بسته‌بندی و چاپ دارد که مورد علاقه مراکز تحقیقاتی و شرکتهای معتبر می‌باشد. گفتنی است گزارشات پایرا با هزاران پوند قیمت و کتابهای منتشره این موسسه از جمله گرانترین منابع اطلاعاتی منتشره در جهان هستند. از این رو موفقیت ماهانامه صنعت بسته‌بندی در عقد قرارداد رسمی با این موسسه در خصوص جذب اطلاعات روز برای متخصصان ایرانی و کسب اجازه انتشار (کپی‌رایت) آنها نه تنها یک موفقیت برای صنعت بسته‌بندی ایران و خدمتگزاران آن ارزیابی می‌شود بلکه فرصتی است برای متخصصان ایرانی تا از جدیدترین تغییرات در گرایشهای بازار بسته‌بندی و آینده این بازار با خبر شوند. آن چه در ادامه می‌خوانید بخش کوچکی از تازه‌ترین تحقیقات موسسه پایرا تحت عنوان "افزودنی‌های عملکردی و کوتینگ‌های حفاظتی در بسته‌بندی‌های پلاستیکی" است که به پیش‌بینی این بازار تا سال ۲۰۱۴ می‌پردازد. نسخه کامل این گزارش به مبلغ ۳۷۵۰ پوند از نشانی زیر قابل تهیه است.

Stephen Hill: +44 (0) 1372 802 025, [stephen.hill@pira-international.com](mailto:stephen.hill@pira-international.com)

عامل‌های ضد الکترسیسته ساکن، ثبات‌دهنده‌ها، عامل‌های شفاف‌کننده، عامل‌های روشنایی، تغییردهنده‌های تماسی، آنتی‌اکسیدان‌ها، مواد ضد چسبی، عامل‌های ضد میکروبی و روپنده‌های اکسیژن. ویژگی‌های حفاظتی برای هر نوع بسته‌بندی که محتویات فاسدشدنی در خود داشته باشد مهم خواهد بود.

تمام مواد و ساختارهای جدید بسته‌بندی مزایا و معایبی در ارتباط با هزینه، تغییر رنگ محدودیت‌های محیطی و حساسیت در برابر رطوبت خواهند داشت. طراح بسته‌بندی باید از ویژگی‌های ماده حفاظتی و قابلیت‌های بسته‌بندی به خوبی آگاه باشد. استفاده از کوتینگ حفاظتی گرانقیمت برای بسته‌بندی مایعات، چنانچه با افزایش رطوبت مایع نشد کند، یا ویژگی‌های حفاظتی هنگام

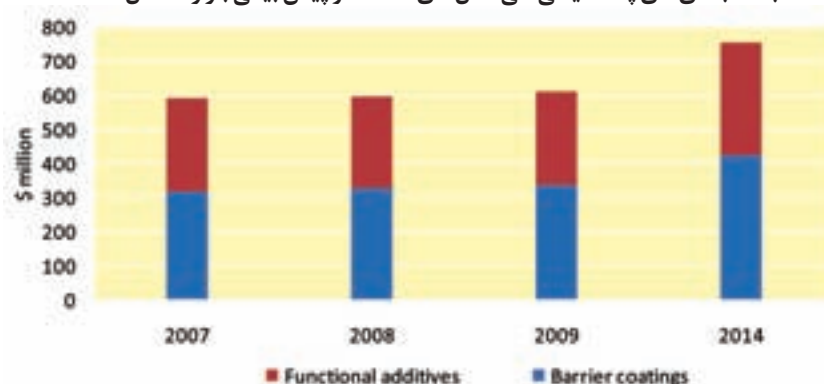
یکی از مزایای کوتینگ‌ها این است که با استفاده از مقدار کمی از مواد می‌توان کیفیت مورد نظر را بدست آورد که از هزینه‌ها و استفاده از منابع می‌کاهد و باز یافت مواد را بهبود می‌بخشد.

در حال حاضر بیشترین استفاده از افزودنی‌های عملکردی و کوتینگ‌های حفاظتی برای بسته‌بندی‌های پلاستیکی، بازار مواد غیرخوراکی - وسایل الکتریکی و الکترونیکی است.

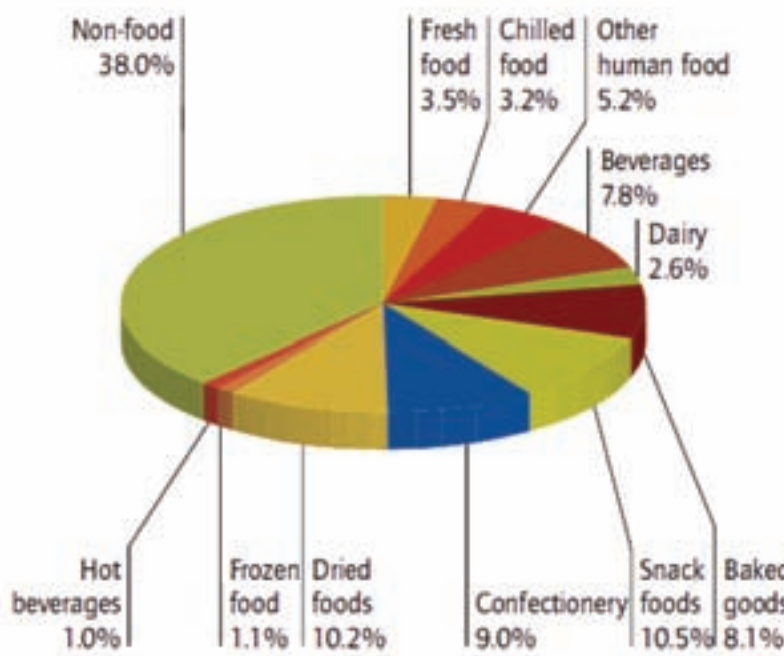
این مقاله آینده افزودنی‌های عملکردی و کوتینگ‌های حفاظتی بسته‌بندی‌های پلاستیکی را تا سال ۲۰۱۴ بررسی می‌کند. افزودنی‌های عملکردی ویژگی‌های بسته‌بندی را برای رسیدن به ویژگی‌های دلخواه یا سودمند تغییر می‌دهد.

بسیاری از افزودنی‌های عملکردی برای بسته‌بندی‌های پلاستیکی استفاده می‌شوند، نظیر

نمودار ۱- ارزش بازار جهانی افزودنی‌های عملکردی و کوتینگ‌های حفاظتی برای بسته‌بندی‌های پلاستیکی طی سال‌های ۲۰۰۷-۹ و پیش‌بینی بازار تا سال ۲۰۱۴



نمودار ۲- سهم بخش‌های مختلف بسته‌بندی‌های پلاستیکی از افزودنی‌های عملکردی و کوتینگ‌های حفاظتی در سال ۲۰۰۹



## پیش‌بینی می‌شود استفاده از افزودنی‌های عملکردی و کوتینگ‌های حفاظتی در بسته‌بندی‌های پلاستیکی، در ۵ سال آینده بیشترین رشد را داشته باشد

## در حال حاضر بیشترین استفاده از افزودنی‌های عملکردی و کوتینگ‌های حفاظتی برای بسته‌بندی‌های پلاستیکی، بازار مواد غیرخوراکی - وسایل الکتریکی و الکترونیکی است

بدست آورد که از هزینه‌ها و استفاده از منابع می‌کاهد و باز یافت مواد را بهبود می‌بخشد. یکی از مشکلات استفاده از این کوتینگ‌ها این است که مرحله‌ای به مراحل تولید استفاده می‌کند و به هزینه‌های سرمایه‌گذاری استفاده خواهد شد. کوتینگ‌های نازک به راحتی دچار خراش می‌شوند و هنگام تولید و استفاده نیز فشار بر روی بسته‌بندی به آنها آسیب می‌زند. برخی از کوتینگ‌های حفاظتی غیر ارگانیک اکسید آلومینیوم، اکسید سیلیکون و کربن آمورفوس هستند.

کوتینگ‌های ارگانیک PVdC (پلی‌وینیلیدین کلراید)، EVOH (اتیلین وینیل الکل) و اپوکسی هستند. راه‌های متعددی برای استفاده از این کوتینگ‌ها وجود دارد. می‌توان از فرایندهای متفاوتی استفاده کرد نظیر پوشش سطح از طریق ریزش ماده از جداره‌ای باریک (پوشش جداره‌ای)، کوتینگ پاششی یا آغشته‌کردن کامل در ماده پوششی و یا فرایندهای پوششی قرارگرفتن در معرض بخار ماده پوششی.

کیفیت و هزینه کوتینگ حفاظتی نهایی به هر یک از این فرایندها و استفاده از آنها و مواد خامی که در کوتینگ استفاده می‌شوند بستگی دارد. نانوتکنولوژی کمک می‌کند تا مواد و فرایندها برای کوتینگ‌های حفاظتی قابلیت استفاده بیشتری داشته باشند.

فاکتورهای تاثیرگذار بر بسته‌بندی‌های عملکردی و حفاظتی طول عمر محصول، هزینه و نیازمندی‌های مصرف‌کننده است. مصرف‌کننده‌ها محصولات را دور از خانه استفاده می‌کنند و به بسته‌های کوچک‌تر و مقاوم‌تر نیاز دارند. فاکتورهای دیگر افزایش تقاضا برای محصولات دوست‌دار محیط‌زیست نظیر پودر و کوتینگ‌هایی است که به صورتی تابشی سخت می‌شوند.

بحران مالی سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ تقاضا برای محصولات بسته‌بندی شده غیر ضروری را کاهش داد که به تبع آن رشد تقاضا برای کوتینگ‌های عملکردی و حفاظتی نیز کاهش یافت. پیش‌بینی می‌شود از سال ۲۰۱۰ این وضعیت بخصوص در کشورهای در حال توسعه آسیا اقیانوس آرام، آمریکای جنوبی و اروپای مرکزی و شرقی بهبود یابد.

### PET

عامل دیگر رشد تقاضا برای بطری‌های با پوشش حفاظتی PET (پلی‌اتیلن ترفتالات) به دلیل توسعه تکنولوژی و هزینه‌های رقابتی است. تقاضا

برای بطری‌های کوچک‌تر نیز افزایش یافته است. این بطری‌ها در واحد حجم دارای مساحت سطح بالاتری هستند و نسبت به بطری‌های بزرگ‌تر به پوشش حفاظتی بهتری نیاز دارند. تکنولوژی‌های کوتینگ‌های حفاظتی می‌کنند تا از دورریزهای بسته‌بندی کاسته شود و با جایگزین کردن ساختار لایه‌های نازک بسته‌بندی، باز یافت محصول نیز آسان‌تر می‌شود.

بطری‌های PET حفاظتی، عامل اصلی افزایش تقاضا برای استفاده از تکنولوژی کوتینگ حفاظتی هستند. کوتینگ‌های حفاظتی یک‌سوم تکنولوژی‌های حفاظتی استفاده شده در بطری‌های PET در اروپا را شامل می‌شوند. دوسوم دیگر بطری‌های تک‌لایه با رول‌بندهای اکسیژن و بطری‌های چندلایه هستند.

پیش‌بینی می‌شود که سهم کوتینگ‌های از بازار بطری‌های PET حفاظتی در طول سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴ از طریق تکنولوژی‌های در حال توسعه و هزینه‌های رقابتی‌تر افزایش یابد. بطری‌های حفاظتی PET تنها در حدود ۲.۵٪ سهم کل را در اختیار داشتند.

تقاضا برای بطری‌های PET دارای لایه‌های حفاظتی از رشد کلی تقاضا برای کل بطری‌های PET نیز بیشتر است.

تخمین زده می‌شود که مصرف بطری‌های حفاظتی در اروپا بیش از ۳.۵ میلیارد عدد در سال ۲۰۰۸ بوده است. ۵۵٪ آنها نوشیدنی‌های الکلی،

انواع آب‌میوه‌ها ۳۶٪ و آب‌های معدنی تنها ۹٪ این بطری‌ها را تشکیل می‌دادند. تقاضای روبه‌رشدی برای آب‌های ویتامینه، غنی شده و نوشیدنی‌های لبنیاتی وجود دارد.

محفظه‌های PET دارای مواد حفاظتی به خوبی در این سه حوزه رشد خواهند کرد. کوچک شدن بطری‌های نوشیدنی سبب شده است تا فرصت‌های جدیدی فراهم شود زیرا بطری‌های کوچک‌تر به مواد حفاظتی بهتری نیاز دارند.

در مناطق دارای آب‌وهوای گرم و مرطوب تقاضا برای بطری‌های پلاستیکی در حال رشد است. در گذشته کیفیت برخی از کوتینگ‌های خارجی بطری‌ها هنگام حمل و نقل آسیب می‌دید.

Smartcoat که توسط شرکت Sipa در ایتالیا توسعه یافته، با استفاده از یک پوشش پایه و پوشش حفاظتی رویی این مشکل را حل کرده است.

دستگاه کوتینگ شناور شرکت Sipa ۳۰۰۰ بطری در ساعت را پوشش می‌دهد. هزینه این تکنولوژی به نوع لایه‌های حفاظتی بستگی دارد اما نسبت به راه‌های جایگزین دیگر ارزان‌تر است.

در حال حاضر بیشترین استفاده از افزودنی‌های عملکردی و کوتینگ‌های حفاظتی برای بسته‌بندی‌های پلاستیکی، بازار مواد غیرخوراکی - وسایل الکتریکی و الکترونیکی است. دومین بازار بزرگ مصرف‌کننده این مواد، محصولات خوراکی حاضری است. این دو صنعت در ۵ سال آینده نیز در استفاده از این مواد پیشرو خواهند بود.

# جام جهانی و بسته‌بندی

با بالا گرفتن تب فوتبال و جام جهانی که هر چهار سال یکبار فرصتی لذتبخش و ورزشی برای فوتبال دوستان و درکنار آن سایر مردم فراهم می‌کند، صاحبان کالاها و "برند"ها نیز از این فرصت استفاده می‌کنند تا در بازارهای مصرف مختلفی که به این مناسبت، ایجاد می‌شود، سهم و سود خود را بیش از پیش افزایش دهند و البته اگر علاقه‌ویژه‌ای به تیم خاصی دارند، تبلیغ مورد نظر خود را انجام دهند. این ویژگی، در طراحی و بازطراحی بسته‌بندی کالاها هم خود را نشان می‌دهد و منجر به افزایش فروش و تحکیم جایگاه "برند"ها می‌شود. ظاهراً بیشترین کالایی که طی این مسابقه‌ها به فروش می‌رسد، نوشابه است؛ چرا که بیشترین کارهای تبلیغاتی مسابقات بر روی بطری و قوطی‌های نوشیدنی انجام شده است. از کوکاکولا به عنوان همکار FIFA و از Budweiser به عنوان پشتیبان اصلی جام جهانی نام برده شده است.

با این وجود سایر شرکت‌های تولیدکننده نوشیدنی نیز در قالب همکاری‌های گروهی با انجمن‌های ملی فوتبال کشور خودشان، علاقه‌مند ارتباط با بازیگران اصلی این صحنه و بهره‌برداری از این فرصت فراهم آمده در اطراف این رویداد مهم ورزشی بوده‌اند. طی بیش از یک سال گذشته، در مقاطع مختلف، از هنگام شروع سفر جام به دور دنیا، بسته‌بندی‌های گوناگونی که به مناسبت جام جهانی ۲۰۱۰ مطرح شده، در بخش اخبار طراحی این ماهنامه، به چاپ رسیده است. در اینجا با چاپ دوباره این خبرها به همراه چند خبر جدید دیگر، مجموعه‌ای از اخبار طراحی مربوط به جام جهانی ۲۰۱۰ فراهم شده است.



## ۱- بسته‌بندی بلیط مسابقه جام جهانی

به مناسبت برگزاری بازی‌های جام جهانی فوتبال، FIFA تصمیم گرفت تا برای نمایش مهمان‌نوازی برگزارکنندگان، بلیط به همراه اطلاعات مربوط به مسابقه و سایر محصولات را در بسته‌بندی ابتکاری از Burgopack عرضه کند. این بسته‌بندی، طرحی کشویی داشته و باز کردن آن نیز مشابه نوعی بازی گزارش شده است. در داخل جعبه، از فوم سیاه به عنوان نگهدارنده استفاده شده و روی جعبه دارای روکش کلی مات است.

## ۲- فابیو کاپلو جلوتر از همه

عکس فوتبالیست معروف انگلیسی، فابیو کاپلو به عنوان چهره اصلی یک همکاری تبلیغاتی به مناسبت بازی‌های جام جهانی فوتبال ۲۰۱۰، بر روی بسته‌بندی نوشیدنی Carlsberg منتشر شده است. این شرکت معروف تولید نوشیدنی، یکی از حامیان رسمی تیم انگلستان است. ظهور این چهره ورزشی که به دلیل علاقه به هنر و فرهنگ، و همچنین به دلیل صراحت لهجه خود معروف است، بر روی این بسته‌بندی تبلیغاتی، تا حدی غیرعادی است. وجود سایر بازیکنان تیم؛ دیوید جیمز، ریو فردیناند، استیون جرارد و یرمین دفو در کنار مدیر تیم نشان‌دهنده اهمیت و محبوبیت این چهره ورزشی است.





## ۲- بطری آلومینیومی آبجوی آفریقایی

نخستین تولیدکننده آبجو در بازار آفریقای جنوبی، به مناسبت برگزاری بازی های جام جهانی، بطری های یادگاری این بازی های بزرگ را به تعداد محدود در فروشگاه های برگزیده این کشور، قبل و بعد از بازی ها به فروش رسانده است.

## ۸- بطری دئودورانت Axe

"برند" شناخته شده Axe که در میان نسل جدید، محبوبیت دارد، طراحی جدیدی برای بطری دئودورانت خود به مناسبت بازی ها عرضه کرده است که به طور ویژه در شیلی و مکزیک، عرضه شده اند. روی بسته بندی، با رنگ های روشن، عبارت "play AXE 2010" (به معنای AXE 2010 را بازی کن، یا در واقع این محصول را مصرف کن.م) درج شده است.

## ۴- غذای آماده Skinny Bola

اسنک ذرت Skinny Bola برای لذت بردن در تب بازی های جام جهانی، دست به بازطراحی بسته بندی محصول خود زده و آن را از ماه آوریل وارد بازار کرده است. در طراحی جدید، شخصیت کارتونی مشهور برزیل، مشغول بازی فوتبال است.

## ۹- شکلات Mars

نخستین بار در طول ۷۸ سال، شرکت Mars تصمیم گرفت تا بسته بندی جدیدی را بازطراحی کند که از تیم انگلستان در بازی های جام جهانی ۲۰۱۰ حمایت می کند. این حمایت با تغییر دورپیچی سیاه شکلات های این شرکت، نشان داده شده است. از ماه آوریل، این شکلات ها با دورپیچی سفید، عرضه شده اند که نخستین بار پس از ۷۸ سال رخ داده است.

## ۵- سوسیس Maruha Nichiro

در حالی که شرکت های آمریکایی و اروپایی در حال مسابقه با یکدیگر برای شکار جایی برای خود در صحنه جام جهانی و بازار و فرصت به دست آمده از آن هستند، شرکت ژاپنی Maruha Nichiro نیز در تب بازطراحی بسته بندی محصول خود، دست به بازطراحی بسته بندی محصول خود زده است. شرکت بسته بندی جدید خود را در ماه مارس وارد بازار کرده است که دارای دورپیچ خارجی از جنس PP و دورپیچ داخلی از جنس PVDC است.

## ۱۰- مخلوط فوتبالی

"برند" انگلیسی Haribo که در زمینه تولید آدامس و پاستیل فعالیت می کند، به مناسبت بازی های جام جهانی، بسته بندی جدید مخلوط فوتبالی، عرضه کرده است. مدیر "برند" این شرکت می گوید: "مخلوط فوتبالی، مورد علاقه خانواده هاست و با پاستیل های با اشکال مختلف ویژه فوتبال، پر شده است. این بسته ها در جعبه های قفسه آماده توزیع شده و به گونه ای طراحی شده اند که موضوع فوتبال را دنبال کنند و بیشترین تاثیر را روی بیننده داشته باشند."

## ۶- توپ سوسیسی

"برند" آلمانی Knacki با طراحی آخرین بسته بندی "توپ سوسیسی" خود در جشن بازی های جام جهانی، شرکت کرده است. این بسته بندی در ماه آوریل عرضه شده و هر چند یک بازطراحی پیشرفته و کامل به شمار نمی رود، ولی از حمایت آشکار این شرکت از این رویداد، حکایت دارد.

## ۱۱- فوم اصلاح ژلیت

شرکت "Gillet" به عنوان یکی از حامیان رسمی بازی های جام جهانی، قوطی فوم اصلاح خود را بازطراحی کرده است. طرح جدید، باریک و بلند بوده و متفاوت با بسته بندی قبلی است. روی قوطی جدید نشان "حامی رسمی" بازی های جام جهانی ۲۰۱۰ درج شده است.

## ۷- بطری شیشه ای کوکاکولا

شرکت کوکاکولا نیز که از ابتدای برگزاری و برنامه ریزی حرکت جام بازی ها، همکاری گسترده ای با "فیفا" داشته است، در عربستان سعودی، تعداد محدودی بطری شیشه ای نوشیدنی همراه با لوگوی جام جهانی فوتبال ۲۰۱۰ را عرضه کرده است. علامت تجاری شرکت با رنگ سفید روی شیشه درج شده است تا با رنگ های زنده جام، هماهنگی داشته باشد.



۱۳



۱۰



۹



۱۲



۱۴



۱۱



### ۱۲- تور کاپ جام جهانی فوتبال به وسیله کوکاکولا

بزرگترین جایزه فوتبال جهان یا کاپ جام جهانی، در یکی از بزرگترین تورهای جهانی، در یک سفر ۱۳۴۰۱۷ کیلومتری که در واقع بیش از سه برابر محیط کره زمین است، به کشورهای دنیا سفر کرد.

این سفر در روز ۲۱ سپتامبر ۲۰۰۹ شروع شد و چهارم ماه می ۲۰۱۰ به کشور میزبان مسابقه‌ها یا آفریقای جنوبی رسید. در طول این سفر ۲۲۵ روزه، کاپ جام جهانی از ۸۶ کشور دنیا عبور کرده و هزاران دوستدار فوتبال، فرصت داشتند تا این کاپ را از نزدیک ببینند.

شرکت Coca-Cola که در برگزاری این تور بزرگ، همکاری نزدیکی با سازمان جهانی فوتبال (فیفا) داشت، بسته‌بندی جدیدی را برای بطری‌های خود عرضه کرده‌است.

### ۱۳- قوطی و لیوان نوشیدنی

قوطی نوشیدنی که با همکاری دو شرکت Crown و SABMiller به مناسبت بازی‌های جام جهانی فوتبال آفریقای جنوبی عرضه شده‌است، نخستین قوطی است که با برداشتن کامل درب آن، می‌تواند به لیوان نوشیدنی تبدیل شود. این قوطی کاملاً قابل بازیافت شده‌است و نیاز به لیوان یا سایر وسایل کمکی نوشیدن را از بین می‌برد.

### ۱۴- بطری فلزی آبجو

این بطری که در فروشگاه‌های سراسر جهان عرضه خواهد شد، براساس خبر به گونه‌ای طراحی شده‌است که در اثر تماس، حسی خنک به فرد دست بدهد. آبجوی Budweiser به عنوان آبجوی رسمی بازی‌های جام جهانی فوتبال ۲۰۱۰ معرفی شده و این طراحی برای افزایش فروش آن به ویژه در طول برگزاری بازی‌ها، انجام گرفته‌است.

۱۵- بسته‌بندی توپ رسمی مسابقه‌ها به وسیله شرکت آدیداس

۱۶- سری قوطی‌های یادگاری کوکاکولا

۱۷- یادگاری تیم فوتبال آلمان که به وسیله شرکت آدیداس طراحی شده‌است.

۱۸- لیوان مک دونالد که به مناسبت بازی‌های جام جهانی فوتبال ۲۰۱۰ عرضه شده‌است.

۱۹- بسته‌ای از آلپوم و قطعات چسباندنی (استیکر) Panini در فروشگاه‌های اسباب‌بازی ایستگاه‌های اتوبوس. تولید و عرضه قطعات چسباندنی Panini رسماً تحت لیسانس FIFA قرار دارد.

۲۰- بسته‌بندی ۱۰۰ آدامس Tic Tac ویژه تماشای فوتبال جام جهانی ۲۰۱۰



۱۸



۲۰



۱۹



۱۶



۱۷



۱۵







# برگزیدگان Procarton 2009

## PROCARTON/ECMAAC CARTON AWARD



### جعبه سال

نام طرح: **ETUI <TOQUE DU CHEF>**

نظر داوران: از نظر کیفیت و تاثیر در قفسه، داوران احساس کردند که این جعبه، فوق العاده بوده است. یکی از نکاتی که از نظر طراحی و کارکرد جعبه قابل ذکر بوده، باز کردن و همینطور بستن ساده آن پس از استفاده است. اطلاعاتی که روی آن به چاپ رسیده، به تاثیر آن در قفسه افزوده است. طراحی گرافیک و ساختار جعبه در کنار یکدیگر نشان می دهند که در بسته بندی جعبه، به چه حدی از تعالی می توان دست یافت. از نظر داوران این جعبه ای است که به آسانی شناخته شده، توجه را جلب کرده و به عنوان کادو می تواند در نظر گرفته شود.

Carton producer:

Cartotecnica Chierese SPA - Groupe Fincarta

End user: Goldkenn

Structural Designer: Cartotecnica Chierese

Graphic Designer: Goldkenn

Cartonboard grade: Crescendo 350 gm2

Cartonboard manufacturer: MeadWestvaco

ProCarton موسسه اروپایی تولیدکنندگان و عرضه کنندگان ورق کارتن و جعبه های مقوایی است. این انجمن بیش از ۵۰۰ عضو از ۱۴ کشور اروپایی دارد و به عنوان نماینده ای برای صنعت بسته بندی مقوایی فعالیت می کند.

اعضای ProCarton معتقد هستند حدود ۷ درصد بازار جهانی بسته بندی را جعبه های مقوایی (Folding Cartons) و حدود ۳۰ درصد را سایر اقسام بسته بندی کاغذی و مقوایی (مثل بسته های کارتنی Corrugated، کیف ها و پاکت های کاغذی) تشکیل می دهند. این انجمن می گوید از این طرز تفکر که جعبه ها تنها به صورت مستطیلی شکل و زاویه دار هستند سال ها گذشته است. مطالعات نشان می دهد که کالاهایی که در کارتن (جعبه های مقوایی) بسته بندی می شوند دقیقتر از کالاهایی که در سایر موارد بسته بندی شده اند توسط خریداران به خاطر آورده می شوند. انجمن ProCarton کنگره ها، سمینارها، میزگردها، نمایشگاه ها، و از همه جالبتر مسابقات طراحی برای دانشجویان و حرفه ها برگزار می کند. چندین سال است که ماهنامه صنعت بسته بندی گزارش مشروح مسابقات این انجمن را به همراه تصویر آثار برگزیده منتشر می کند.

این شماره به آخرین مسابقه بسته های مقوایی اختصاص دارد. در این مسابقه برترین بسته های مقوایی سال گذشته میلادی یعنی ۲۰۰۹ با انتخاب هیئت داوران این موسسه معرفی شده اند.







### بخش نوشیدنی

نام طرح: **COGNAC EXTRA D LUZE**

نظر داوران: درست همانطور که این جعبه می تواند توجه خریداران را در فروشگاه به خود جلب کند، نظر داوران را نیز به خود جلب کرد. طراحی این جعبه که با استفاده از پشت مقوا تهیه شده، می تواند در قفسه فروشگاه بلافاصله توجه خریداران را جلب کند. در بازاری که مملو از طرح ها و چاپ های عالی است، سادگی طرح این جعبه، تاثیر فوری بر بیننده دارد. علاوه بر این، ساختار طراحی، که اجازه می دهد از درزی که روی جعبه در نظر گرفته شده، کیسه حاوی بطری داخل جعبه، به نمایش گذاشته شود، به تاثیر آن در نقطه فروش افزوده است.

Carton producer: **Van Genechten Packaging**  
End user: **De Luze**  
Structural Designer: **VG Goossens**  
Graphic Designer: **LINEA**  
Cartonboard grade: **KO RSN ÅS CARRY**  
Cartonboard manufacturer: **Korsnäs**

سایر کاندیداهای این بخش: تصاویر (۱، ۲)

### خلاقانه ترین طراحی با استفاده نوین از جعبه

نام : **GROOVIE ROCK & COOL SHAPE- CHURCHSOUND**

نظر داوران: این جعبه همه چیز دارد؛ به گونه ای طراحی شده است تا اطمینان بدهد بسیاری از الزامات را نه فقط از نظر بسته بندی، بلکه از نظر استفاده و نمایش برآورده می سازد. روکش جعبه پس از کنار رفتن، محتویات آن شامل دفترچه کوچک اطلاعات را به نمایش می گذارد. دفترچه اطلاعات به گونه ای طراحی شده است که صفحه های آن تقریباً به صورت خودکار ورق می خورند. در قسمت پشت آن، دو CD به روشی ساده ولی موثر قرار گرفته اند. این جعبه واقعا از دیدگاه نکاتی که در کنار یکدیگر قرار گرفته، خلاقانه بوده و تفکر زیادی در طراحی آن به کار گرفته شده است.

Carton producer: **Offsetdruckerei Schwarzach GmbH**  
End user: **ChurchSound, Junge Kirche**  
Structural Designer: **Offsetdruckerei Schwarzach GmbH**  
Graphic Designer: **Werbe & Formagentur**  
Cartonboard grade: **Algro Design Duo 360 gm2**  
Cartonboard manufacturer: **Sappi**





### بخش زیبایی و لوازم آرایشی

نام طرح: **GABRINI MAKE-UP KIT BOX**

نظر داوران: با وجودی که داوران پیش از این هم جعبه‌های دو کشویی دیده بودند، احساس کردند که این محصول، برای این نوع بسته‌بندی، بسیار مناسب است. باز کردن راحت جعبه و نمایش محصول آرایشی به همراه آینه‌ای که در بالای کشو وجود دارد، از نکاتی است که می‌توان بدان اشاره کرد. این جعبه به دلیل اینکه به آسانی شناخته شده، به آسانی باز شده و به راحتی مورد استفاده قرار می‌گیرد، برای این محصول، بسیار مناسب است. علاوه بر این، کیفیت بالای عملیات تکمیلی و استفاده از زورنی موضعی، نگاه خریداران را به آن جلب می‌کند.

Carton producer: **Venk Ofset Ltd.**

End user: **Kadioglu Ko zmetik Ltd.**

Structural Designer: **Venk Ofset Ltd.**

Graphic Designer: **Venk Ofset Ltd.**

Cartonboard grade: **Carta Sol ida 285 gm2 (GC1)**

Cartonboard manufacturer: **M-Real**

سایر کاندایدهای این بخش: تصاویر (۶، ۷، ۸)



### بخش شیرینی

نام طرح: **HOPPERBOX FOR CHOCOLAE-TABLETS**

نظر داوران: تا پیش از این داوران، چنین جعبه‌ای ندیده بودند. در نگاه اول جعبه‌ای ساده به نظر می‌رسد، ولی وقتی که باز می‌شود، محتویات خود را به وضوح نشان می‌دهد. در ضمن بدون اینکه هیچ اثری از شکلات روی انگشتان استفاده‌کننده بماند، به آسانی می‌توان آن را از جعبه برداشت. سیستم باز کردن جعبه ساده و ابتکاری است و طرح‌های گرافیک آن به روشنی و جذابیت، انواع شکلات در بسته‌های مختلف را نشان می‌دهد. شکل کلی غیر عادی جعبه نیز توجه خریداران را به خود جلب می‌کند.

Carton producer: **Glanzmann Verpackungen AG**

End user: **Choco Mundo GmbH**

Structural Designer: **Urs Leuenberger / Andreas Werner**

Graphic Designer: **Christian Reichenbach**

Cartonboard grade: **Invercote 380 gm2**

Cartonboard manufacturer: **Igg esund Paperboard**

سایر کاندایدهای این بخش: تصاویر (۳، ۴، ۵)





**بخش بسته‌بندی نمایشی و قفسه‌آماده**  
نام طرح: DISPLAY PORVTA SLLA VINTAGE

نظر داوران: سادگی بسته‌بندی، توجه داوران را به خود جلب کرد. این بسته‌بندی می‌تواند یا از ویتترین آویزان شود، یا با استفاده از پایه تاشده، به طور آزاد به نمایش گذاشته شود. داوران به دلیل اینکه طراحی قبلی مورد بازبینی قرار گرفته و تمامی قسمت‌های پلاستیکی آن حذف شده بود، بدون اینکه کارکرد آنها از بین برود، تحت تاثیر قرار گرفتند. استفاده از مقوای چاپ شده به صورت معکوس، به زیبایی صورت گرفته است و داوران حس کردند که این نکته می‌تواند به بسته‌بندی کمک کند تا در نقطه فروش، جلوه کند.

Carton producer: **Lucaprint S.p.A.**  
End user: **Sell e San Marco S.p.A.**  
Structural Designer: **Virginio Scalabrin - Lucaprint**  
Graphic Designer: **Sell e San Marco**  
Cartonboard grade: **Stora Enso CKB 270gm2**  
Cartonboard manufacturer: **Stora Enso**

**بخش بسته‌بندی دارویی**  
نام طرح: D-RACE

نظر داوران: این جعبه‌ای کوچک ولی به گونه‌ای ترتیب داده شده است که عناصر مختلف را با یکدیگر ترکیب کرده و آن را به صورت بسیار کاربردی درآورده است؛ جعبه به راحتی باز می‌شود و طراحی هوشمندانه آن به گونه‌ای انجام شده که محتویات آن را می‌توان برداشته و دوباره در جعبه قرار داد. درب دوتایی، فضای کافی برای درج اطلاعات لازم روی جعبه را فراهم کرده در ضمن بستن دوباره جعبه، پس از استفاده هم راحت است. طرح‌های گرافیک به صورت پررنگ و چشمگیر استفاده شده و دیدن و تشخیص محصول، ساده است.

Carton producer: **Rondo AG**  
End user: **FKG Dentaire**  
Structural Designer: **FKG Dentaire**  
Graphic Designer: **FKG Dentaire**  
Cartonboard grade: **Invercote 300gm2**  
Cartonboard manufacturer: **Igg esund Pap erboar d**

سایر کاندیداهای این بخش: تصاویر (۹، ۱۰، ۱۱)





### بخش سایر محصولات غیر خوراکی

نام طرح: DURACELL OBELIX PACKAGING

نظر داوران: با وجودی که داوران قبلاً بسته‌های مشابه برای باتری دیده بودند، ولی این بسته‌بندی به آنان این حس را بخشید که اساس طراحی آن، فراتر از بسته‌های قبلی است. این جعبه که به طور کامل از مقوا ساخته شده، استفاده ساده‌تری داشته و سیستمی برای دربندی آن در نظر گرفته شده که به استفاده‌کننده امکان می‌دهد پس از برداشتن تعداد باتری مورد نیاز، بدون بیرون ریختن بقیه باتری‌ها، در آن را ببندد. این نکته‌ای است که برای مصرف‌کننده، یک برتری شناخته می‌شود. گرافیک پررنگ روی جعبه، "برند" را تقویت کرده و در فروشگاه، جلوه جذابی به محصول می‌بخشد.

Carton producer: Van Genechten Packaging  
End user: Procter & Gamble / Duracell  
Structural Designer: Van Genechten Nicolaus  
Graphic Designer: Procter & Gamble  
Cartonboard grade: GC4 325gsm  
Cartonboard manufacturer: Stora Enso

سایر کاندیداهای این بخش: تصاویر (۱۴، ۱۵).

### بخش سایر مواد غذایی

نام طرح: FRED & ED DUO PAK

نظر داوران: این جعبه هوشمند بلافاصله مورد توجه داوران قرار گرفت. ساختار هوشمندانه و پیچیده جعبه اجازه می‌دهد تا دو محصول، در کنار هم بسته‌بندی و مصرف شوند. دهانه ناودانی در نظر گرفته شده برای جعبه هم، آن را به صورت کاربردی و آسان برای استفاده درآورده است. گرافیک جعبه به روش بسیار موثری نشان می‌دهد که جعبه حاوی دو محصول مختلف است و از نظر داوران این نکته توجه خریداران را به خود جلب می‌کند. بسته در برابر ریزش محصول مقاوم بوده و چگونگی استفاده به روشنی روی آن نشان داده شده است؛ نکته‌ای که از نظر داوران، در مورد برخی بسته‌بندی‌ها، نادیده گرفته می‌شود.

Carton producer: MMP Caesar GmbH & Co. KG  
End user: Food Sense B.V.  
Structural Designer: MMP Caesar GmbH & Co. KG  
Graphic Designer: Food Sense B.V.  
Cartonboard grade: 275gm 2 GC2 Linopl ex  
Cartonboard manufacturer: Mayr-Melnhof Karton AG

سایر کاندیداهای این بخش: تصاویر (۱۲، ۱۳).





### بخش بازار حجمی (Volume Market)

نام طرح: WRIGLEY 5 GUM

نظر داوران: این بخش در سال ۲۰۰۹ به مسابقه اضافه شده است و داوران به وسیله کیفیت جعبه‌ای که در این بخش مطرح شده بود، تحت تاثیر قرار گرفتند. این جعبه، سبک کاملاً جدیدی برای بازاری که در آن عرضه می‌شود، به شمار رفته و نظر داوران این بود که می‌تواند در نقطه فروش، خود را به خوبی نمایش دهد. استفاده از کنده‌کاری و چاپ با کیفیت، این جعبه را بالاتر از رقیب‌هایش قرار داد. استفاده از دربندی کاملاً موثر در پشت جعبه، به قابلیت استفاده از جعبه، افزوده است.

Carton producer: **Limmatdruck / Zeiler (COPAC O)**  
End user: **Wrigley GmbH**  
Structural Designer: **Wrigley / Size adaptation: Limmatdruck/ Zeiler**  
Graphic Designer: **Agentur Baker**  
Cartonboard grade: **Trucard, 240 gm2**  
Cartonboard manufacturer: **Tullis Russell**

### بخش پایداری

نام طرح: UNIVERSELLE SETVERPACKUNG

نظر داوران: داوران با طرحی جدید که یک قطعه مقوا را جایگزین بسته‌بندی دو تکه کاملاً پلاستیکی کرده بود، تحت تاثیر قرار گرفتند. طراحی این بسته‌بندی، خوب، کارکردی و آسان باز و بسته‌شو، توصیف شده است. داخل بسته‌بندی، به وسیله مقسم‌هایی جدا شده است تا برای مصرف‌کننده، پیدا کردن محصول مورد نظر، راحت باشد. این جعبه که به طور کامل از مقوای بازیافتی ساخته شده، پایدارتر بوده و بازیافت آن ساده‌تر است که برتری آشکاری نسبت به نوع پلاستیکی دارد. این جعبه، مثالی مناسب از جایگزینی یک محصول با نوع پایدارتر آن به شمار می‌رود.

Carton producer: **Carl Edelmann GmbH**  
End user: **Coltène / Whaledent AG**  
Structural Designer: **Carl Edelmann GmbH**  
Graphic Designer: **Coltène / Whaledent AG**  
Cartonboard grade: **Invercoat**  
Cartonboard manufacturer: **Iggesund Paperboard**





گروه بازرگانی حس برتر نماینده انحصاری بارالان ایتالیا در ایران ارائه کننده  
ظروف و شیشه آلات بسته بندی انواع محصولات آرایشی بهداشتی

**FULL SERVICE PACKAGING FOR THE COSMETIC INDUSTRY**



CONTAINERS FOR THE COSMETIC INDUSTRY  
CREATIVE PACKAGING



آدرس: مشهد، بلوار وکیل آباد، نرسیده به پل دانشجو، ساختمان سحر،  
پلاک ۷۵۷، طبقه دوم. تلفکس: ۰۵۱۱ ۸۹۳ ۲۲۰۲-۰۵  
[info@luziran.ir](mailto:info@luziran.ir)



## بازیافت دسته مسواک های مصرفی

پلاستیک را برای شرکت Preserve جمع آوری می کنند تا با همکاری یکدیگر، چندین تن پلاستیک را از زباله ها حذف کنند.

در واقع دسته مسواک ها به طور کامل از پلاستیک های بازیافتی که بیشتر از درپوش های ظرف ماست به دست آمده، تولید شده اند.

بر اساس گزارش شرکت، استفاده از پلاستیک بازیافتی در مقایسه با PP نو، سبب ۵۴٪ صرفه جویی در آب، ۶۴٪ کاهش تولید گازهای گلخانه ای، ۷۵٪ کاهش مصرف روغن، ۴۸٪ کاهش مصرف سوخت، ۷۷٪ کاهش مصرف گاز طبیعی، و ۴۶٪ کاهش مصرف برق شده است.

در سال ۲۰۰۹ این شرکت به موفقیت دیگری دست یافت که موضوع این بار "بازیافت، باز مصرف ابتکاری" ماهنامه شده است؛ این شرکت برای نخستین بار در صنعت، Mail Back Pack را برای بسته بندی مسواک معرفی کرد که نخستین و تنها بسته بندی انعطاف پذیر مسواک به شمار می رود.

سایر بسته بندی های مسواک، از جنس پلاستیک سخت هستند که به سختی باز می شوند و برای استفاده از مسواک، باید ابتدا آن را شکست تا مسواک در دسترس مصرف کننده قرار گیرد.

این بسته بندی، پاکتی برای بازپس فرستادن مسواک به شرکت تولید کننده نیز هست که هزینه پست آن از پیش پرداخت شده است.

باز مصرف بسته بندی به وسیله مصرف کننده، سبب کاهش تاثیر زیست محیطی محصول و بسته بندی آن می شود.

دستورعمل بازپس فرستادن مسواک نیز روی بسته بندی، درج شده است؛ کافی است مصرف کننده فقط مسواک را به داخل بسته بندی انعطاف پذیر برگرداند و آن را داخل صندوق پست بیاورد.

<sup>(1)</sup>3R = Reduce, Reuse, Recycle



در چند شماره گذشته در مورد بازیافت یا باز مصرف بسته بندی های پلاستیکی، مثال هایی را به عنوان نمونه برای علاقه مندان به مسایل محیط زیست که این روزها در همه جوامع و از جمله جامعه خودمان، رو به افزایش هستند، مطرح کردیم و با اعتقاد به اینکه این حرکت در ایران نیز روندی رو به رشد دارد، چشم انتظار دریافت ابتکارهای صنعتگران و طراحان یا مصرف کننده های خوش فکر ایرانی هستیم.

این بار ابتکار یک تولید کننده خوش فکر را معرفی می کنیم که با در نظر داشتن توسعه و تولید پایدار، و در پیش گرفتن سیاست "صرفه جویی، باز مصرف، بازیافت" که با عنوان 3R<sup>(1)</sup> شناخته شده است، بسته بندی جدیدی برای مسواک های تولیدی خود طراحی و تولید کرده است تا مصرف کننده ها بتوانند دسته های مسواک مصرفی خود را راحت تر برای تولید کننده بازپس بفرستند و بازیافت دسته های آن به شکل مطمئن و سلامت، انجام شود.

شرکت Preserve با همکاری دندان پزشکان، دانشمندان و مهندسين، در سال ۱۹۹۶ مسواک Preserve را به عنوان نخستین محصول با کیفیت که از پلاستیک های بازیافتی، تولید و عرض شده، معرفی کرد.

از آن پس این شرکت، تبدیل به شرکتی پویا در زمینه تولید محصولات مصرفی منزل شده است که پلی پروپیلن را به محصولاتی مانند تخته برش آشپزخانه، آبکش، صافی و سایر وسایل تبدیل می کند.

همه این کالاها با استفاده از PP جمع آوری شده از مصرف کننده ها، طی یک برنامه ویژه، تولید می شوند. بر اساس این برنامه، شرکت های طرف قرارداد، این

## فیلم تجزیه پذیر بسته بندی شکلات



فیلم NatureFlex NM از شرکت Innovia بر اساس سلولز تهیه شده و بنا بر خبری که منتشر شده است، تجزیه پذیر زیستی است. این فیلم از خمیر چوب تهیه شده از منابع تجدید پذیر ساخته می شود و فرآیند متالایز کردن آن به وسیله شرکت انجام می شود.

این فیلم به دلیل میزان بسیار ناچیز فلز - کمتر از ۰.۰۲٪ - قابل کمپوست در

شرایط خانگی گزارش شده است؛ یعنی در مدت چند روز در شرایط تهیه کمپوست خانگی، به کمپوست تبدیل می شود. سایر روکش هایی که روی فیلم به کار رفته، به قرارگیری فلز بر روی فیلم و چسبندگی بهتر کمک می کند و نفوذ پذیری مناسبی در برابر رطوبت فراهم می کند. سایر ویژگی هایی که برای این فیلم، گزارش شده، عبارتند از ضد بار ساکن، شفاف و براق، مقاوم در برابر چربی و روغن، نفوذناپذیر در برابر گازها و بوها، پذیرای چسب سرد و پیچش بسیار عالی که برای فرآیند دور پیچی شکلات لازم است. آگاهی بیشتر: [www.innoviafilms.com](http://www.innoviafilms.com)

## برگزیدگان انجمن AIMCAL

Association of Industrial Metallizers, Coaters and Laminators

### انجمن متالایزرها، پوشش دهنده ها و لمینیتورهای صنعتی آمریکا

مسابقه سالانه انجمن متالایزرها، پوشش کارها و لمینیتورهای آمریکا در سه زمینه برگزار می شود:

- ۱- محصولات متالایز یا روکش شده در خلا، که در این بخش، دستاوردهای برجسته در زمینه فنی و بازاریابی محصولات غذایی، غیر غذایی، بهداشتی، آرایشی، لیبل خرده فروشی، لیبل صنعتی، تزئینی یا نمایشی، و لیبل سال، مورد ارزیابی قرار می گیرند.
  - ۲- فن آوری سال، که در این بخش مهمترین فن آوری جدید (محصول، مواد، فرآیند، تجهیزات یا سیستم) که بر صنعت تبدیل یا بازار مصرف تاثیر داشته است، ارزیابی می شوند.
  - ۳- و محصول پایدار، یعنی تجهیزات، مواد، فرآیند، و/یا مزایای مصرف که منتج به صرفه جویی کلی در مصرف انرژی، سوخت، و/یا کاهش صدمات زیست محیطی شده باشد، مورد ارزیابی قرار می گیرند.
- برخی از برگزیدگان ۲۰۱۰ این انجمن که مورد قدردانی قرار گرفتند در شماره پیش و برخی دیگر در این شماره به چاپ رسیده اند.

#### ۱- بسته بندی سخت محصولات غذایی و نوشیدنی Composipac carton

شرکت Graphic Packaging به دلیل ساخت کارتن Composipac carton Kraft Foods برنده جایزه فنی در بخش بسته بندی سخت محصولات غذایی و نوشیدنی، شد.

با هدف حذف نشانه گریس و افزایش استحکام قسمت بالای آن، این شرکت فیلم ۱۲ میکرونی PET را با استفاده از چاپ روتوگراور به صورت معکوس چاپ کرده و پس از متالایز کردن، با استفاده از LDPE روی لایه ۳۰ پوینتی sulfate unbleached clay coated solid لمینیت کرده است.

سپس لمینیت به دست آمده را دای کات کرده و درزهای کناری آن را به هم چسبانده است. این ساختار جایگزین ساختاری شده است که نمی توانست به طور کامل از نشت گریس لبه های ته بسته بندی جلوگیری کند و برای قرار گیری آنها با ارتفاع زیاد روی پالت، استحکام لازم را نداشت.

افزایش میزان کمی در قیمت هر کارتن به وسیله کاهش جعبه هایی که قابل آب بندی نیستند، افزایش ده درصدی استحکام جعبه و افزایش میزان فروش، جبران می شود. سفتی بیشتر جعبه جدید، سبب کارایی ثابت تر در خط تولید بسته بندی می شود، در حالی که سرعت یکسانی با بسته بندی قبلی دارد. چاپ معکوس بسته بندی، چاپ گرافیک با بزرگنمایی بیشتر را امکان پذیر ساخته و همینطور براقت بیشتری برای چاپ فراهم ساخته است.

از نظر داوران، در این بسته بندی، استفاده دیگری از متالایز کردن و گسترش آن به محدوده دیگری از حفاظت محصول بسته بندی شده، نشان داده شده است؛ لایه محافظ در برابر نشتی یا نشانه گذاری گریس روی محصول تمام شده که سبب برگشتی آن از سوی مصرف کننده می شود.



۱



۲

#### ۲- بسته بندی لوازم بهداشتی و آرایشی Hotel Amenities

جایزه فنی در بخش بسته بندی لوازم بهداشتی و آرایشی به دلیل استفاده از فیلم Suotherm 7131MDP متالایز شده که برای استفاده از این مواد در هتل ها به کار رفته، تعلق گرفته است.

شرکت تولیدکننده، فیلم Suotherm 7131MDP ۸۰ میکرونی متالایز شده با نقش مروراید سفید را به ساختار لایه ای چاپ شده تبدیل می کند. سطح متالایز شده فیلم بسیار براق بوده و برای انجام عمل چاپ، آماده سازی شده است. پشت فیلم، به طور ویژه پلیمریزه شده است تا بتواند به خوبی به LDPE بچسبند. فیلم به LDPE به روش اکستروژن تا ضخامت ۱۵ میکرون روی ساختار روکش کاری می شود. این ساختار دو لایه که به این ترتیب به دست می آید، وزنی سبکتر و ۶۰-۷۵ درصد تولید بیشتری نسبت به ساختاری که جایگزین آن شده است، دارد. علاوه بر این چنانچه در گزارش خبری آمده است، سرعت تولید آن روی ماشین های فرم/فیل/سیل عمودی، مشابه ساختار قبلی است. استفاده از فیلم جدید در این ساختار، مشکل باز شدن لایه ها در ساختار قبلی و در مواجهه با اجزا و مواد مهاجم را حذف کرده است.



۳





۴

### ۳- بسته بندی غیر غذایی TinkerBell

جایزه فنی در این بخش، به بسته بندی TinkerBell DVDs تعلق گرفت. ویژگی این جعبه، چاپ برجسته روی صفحه جلویی آن است که حسی واقعی از برگ و روکش بال های TinkerBell به بیننده می بخشد. روکش آکریلیک بسته بندی برای دستیابی به لایه گذاری فوق العاده و پیوند خوب با جوهر کمک کرده است، در حالی که انعطاف پذیری مناسبی برای نشانه گذاری و چسبکاری فراهم می کند.

### 4- Platinum Digital Musicpass

جایزه فنی به کارت موسیقی پلی استایرنی ۳۰ میلیمتری متالایز تعلق گرفت. این یکی از نخستین استفاده ها از فن آوری Unifoil UltraLustre را نشان می دهد. با وجودی که این کارت مشابه لمینیت به نظر می رسد، ولی عمل متالایز کردن با استفاده از فرآیند انتقال شعاع الکترونی صورت می گیرد که نیاز به ساختار دولایه PET متالایز / پلی استایرن را از بین می برد و به همین دلیل وزن و ضخامت کارت، کاهش پیدا می کند.

از دیگر مزایای آن به از بین رفتن مشکل در هم پیچیدگی، جداسازی لایه ها و بیرون زدگی چسب از گوشه های ساختار، اشاره شده است. همچنین ساختار تک ماده کارت، قابلیت بازیافت بهتری به آن می دهد. طراحی گرافیک روکش آلبوم موزیک/CD نیز توجه خریداران را جلب می کند. این کارت تقریباً تمام پلی استایرنی با مقدار کمی آلومینیوم، جایگزین ساختار لایه ای PET متالایز / پلی استایرن شده است.

۵



### ۵- آب نبات های Werther's Original

در این کار یک لایه لاک مات به صورت موضعی روی نقاط مورد نظر استفاده شده است. این کار باعث ایجاد تضادی چشمگیر بین سطوح لاک خورده و لاک نخورده می شود. شرکت Taghleef تولیدکننده این بسته بندی است. این شرکت دو نوع از محصولات خود را در این پروژه به کار گرفته است. محصولات فوق یکی فیلم BOPP ۴۸ میکرون با قابلیت سیل دو طرف با نام تجاری TSS و دیگری فیلم متالایز ۲۰ میکرون با قابلیت سیل سرد با نام تجاری ZSF هستند. نظر داوران چنین بود که ترکیبی از نقاط مات و براق، سبب جذابیت بسیار برای بسته بندی شده است؛ یکی از آنها گفته است: "کیفیت کار مانند چاپ سه بعدی شده است." دیگری اضافه کرده است: "تصاویر گرافیک بسیار غنی هستند و آب نبات ها گویی واقعا ایستاده اند."

### ۶- سایر قسمت ها

#### کارت شناسایی مطمئن JDSU

جایزه دستاوردهای فنی در بخش "سایر قسمت ها" به شرکت JDSU برای چاپ کارت های شناسایی، تعلق گرفت. در زیره ساختار بدون چسب این کارت، هالوگرافی دی متالایز شده با ایمنی بالا، با پلی کربنات شفاف با یکدیگر ترکیب شده اند. فیلم HoloFuse که به صورت رول یا ورق در دسترس قرار دارد، با لایه شفاف پلی کربنات، که در حال حاضر در لایه بالایی ساختار کارت های هویت به کار می رود، جایگزین شده است. حذف لایه چسب، سبب ساده تر شدن فرآیند ساخت، کاهش هزینه ها، حذف فویل کوبی و لایه گذاری تکه ای (Patch-lamination) شده است. به کار بردن سایر جنبه های امنیتی نیز امکان پذیر است، زیرا فیلم چه به صورت ورق و چه به صورت رول، با فرآیند کنده کاری لیزری، مطابقت دارد. داوران این نوع کارت را ساده تر و در عین حال مشکل تر برای تقلب، یافتند که یک پیشرفت مهم به شمار می آید.

۶





# نبشی مقوایی پارس

## محافظت محصول شما

[www.parsdookco.com](http://www.parsdookco.com)



- ✓ محافظت محصول از آسیب های احتمالی
- ✓ افزایش استحکام و دوام بسته بندی
- ✓ سهولت در حمل و انبارش کالا
- ✓ کاهش هزینه بسته بندی
- ✓ قابل بازگشت به محیط زیست



۸۸۸۰۰۰۱۴۴-۸۸۹۰۶۹۰۳

# شرکت لاستیک گستر سامه

## LASTIC SAMEH CO. GOSTAR

تولید لاستیک  
شرکت MITEK آلمان



- روکش لاستیکی نورد های چاپ و بسته بندی
- آب انکس، آب و مرکب، چاپ ایست (رول و ورق)، اصلاحیه، چاپ فلکسو، چاپ گرافیک، چاپ و نورد های سیلیکونی (حرارتی)
- کرنا، کشنده تولید تایلون، سلفون، کاغذ، کازتن و غیره...
- تولید کننده فراورده های لاستیکی مقاوم در مقابل روغن، حرارت، گازها، حلال های شیمیایی و قطعات تلویزیون شده با فلز و منجنیق
- تولید کننده قطعات پلی بورتالی با خصوصیات ویژه

نشانی: تهران، کیلومتر ۹ جاده قدیم گرج، نبش فتح ۲۲، شماره ۵۲۷  
تلفن: ۰۲۱-۶۶۸۰۹۸۰۰ (۵ خط) | فکس: ۰۲۱-۶۶۸۵۲۴۰۲

MITEK  
URALS  
SOCIETY M

E-mail: [info@lasticgostar.com](mailto:info@lasticgostar.com)  
[www.lasticgostar.com](http://www.lasticgostar.com)



**arian pack**  
**آرین پک**  
 ۲۰ سال تجربه  
 عرضه انواع ماشینهای  
**چسب زن کارتین**  
 تعمیرات و جایگزینی انواع مدلها  
 انواع چسبهای نواری  
 مخصوص ماشین چسب زن  
 ملرا حی وساخت انواع نقاله های کارخانه ای  
**نقاله مخصوص بارگیری و تخلیه**  
 مدیر فروش ناصر توفیقی زواره  
 تلفن: ۰۷۱-۷۷۹۱۷۴۱۵ و ۰۷۱-۷۷۹۱۷۴۱۵  
**www.ariancarpack.com**  
**arian@ariancarpack.com**

**TRANSPAK**  
 TRANSPAK EQUIPMENT CORP.  
 پرفروش ترین دستگاه تسمه کش در جهان  
 صنایع بسته‌بندی آل پک  
 تلفن: ۰۲-۵۵۸۰۲۴۷۱ www.transpak corp.com

**OSUNNY** ماشین سازی اوصانی  
 اولین سازنده دستگاه دربند قوطی تمام استیل پیشرفته در ایران  
 این شرکت آمادگی خود را جهت ارائه خدمات فنی و مهندسی شامل:  
 ۱- افزایش بهره وری و راندمان تولید شرکت های صنایع غذایی  
 ۲- قبول تعمیرات و نگهداری سطحی و اساسی ماشین آلات  
 درب بندی و بسته بندی در حد استانداردهای مهندسی  
 ۳- ارائه قطعات یدکی تمامی دستگاه های درب بندی و بسته بندی  
 (دیسک، قرقره و ...)  
 ۴- آموزش برنامه های تعمیرات و نگهداری ماشین آلات  
 به صورت علمی و عملی اعلام می دارد  
**اوصانی در خدمات شماست**  
 تلفن: ۰۲۱-۵۵۲۵۵۶۶۶ همراه: ۰۹۱۲-۱۲۷۷۴۱۰  
**www.osunny-co.com**

**سیمینا**  
 تولید کننده انواع تسمه های PP, Pet  
 بر سایر مل و مدارک های مختلف با بالاترین کیفیت  
 شهر تهران: ۰۲۱-۷۷۷۷۱۲۰۶  
 شهر تبریز: ۰۲۱-۷۷۷۷۱۲۰۶  
 شهر مشهد: ۰۵۱-۷۷۷۷۱۲۰۶  
 شهر اصفهان: ۰۲۱-۷۷۷۷۱۲۰۶

ماهانامه **صنعت بسته‌بندی**  
 به نام خدا ۱۳۸۸  
 همه سر مایه یک نشریه تخصصی مشتریان آن هستند  
**امروز مشترک شوید**  
 آغاز انتشار از ۱۳۷۶ پروانه انتشار: ۱۳۴/۱۲۶۴۶  
 نخستین نشریه تخصصی بسته‌بندی در ایران  
**ISBN1735-4749**  
 تلفن: ۰۷۷۶۰۷۹۶۳ - ۷۷۵۱۳۳۴۱ فکس: ۷۷۵۱۲۸۹۹  
 تهران صندوق پستی ۱۴۸۷ - ۱۳۱۴۵

نام صاحب اشتراک: \_\_\_\_\_  
 نام دریافت کننده: \_\_\_\_\_  
 نشانی:  محل کار  منزل

**فرم اشتراک**  
**برای اشتراک ماهنامه صنعت بسته‌بندی**  
 ۱ - فرم اشتراک را کامل و خوانا پر کنید.  
 ۲ - پس از انتخاب نوع اشتراک مورد نظر در جدول پایین فرم، مبلغ آن را به حساب جاری شماره ۵۰۵۴۳ - ۱۳۵۸ بانک تجارت شعبه اردیبهشت به نام "رضا نورانی" واریز فرمایید.  
**لطفاً از ارسال وجه نقد خودداری فرمایید.**  
 ۳ - اصل رسید پرداخت را همراه اصل یا فتوکپی فرم اشتراک به نشانی تهران، صندوق پستی ۱۴۸۷ - ۱۳۱۴۵ به نام **ماهانامه صنعت بسته‌بندی** ارسال فرمایید.  
 شما می‌توانید برای تسریع در ایجاد اشتراک، در صورت تمایل، مدارک فوق را پیش از ارسال به وسیله پست، از طریق فکس شماره ۰۲۱-۷۷۵۱۲۸۹۹ برای امور مشترکان ماهنامه صنعت بسته‌بندی ارسال فرمایید.  
**لطفاً روی اشتراک مورد نظر ضربدر بزنید**

از آن جاکه شرکت پست در برابر پست عادی مسئولیتی نمی پذیرد اشتراک به صورت پست سفارشی است

یک سری	۲ سری (۷٪ تخفیف)	۳ سری (۱۵٪ تخفیف)	
۳۲۰.۰۰۰ ریال*	۵۹۵.۰۰۰ ریال	۸۱۶.۰۰۰ ریال	شماره ۱۲
۶۴۰.۰۰۰ ریال	۱۱۹۰.۰۰۰ ریال	۱۶۳۲.۰۰۰ ریال	شماره ۲۴
۹۶۰.۰۰۰ ریال	۱۷۸۵.۰۰۰ ریال	۲۴۴۸.۰۰۰ ریال	شماره ۳۶

صندوق پستی: \_\_\_\_\_  
 تلفن: \_\_\_\_\_  
 کد پستی: \_\_\_\_\_  
 فکس: \_\_\_\_\_  
**شماره مورد نظر برای شروع اشتراک:** \_\_\_\_\_

\* دانشجویان عزیز با ارائه کارت دانشجویی معتبر از ۲۵ درصد تخفیف برخوردار هستند



# ماشین‌آلات کارتن‌سازی دفتر فروش ماشین‌آلات چین

خیابان شریعتی، سه راه ملک، خیابان مقدم،  
پلاک ۱ (۴۸ سابق)، طبقه همکف

تلفن: ۷۷۶۰۱۷۱۳ - ۷۷۶۰۱۷۱۲

فکس: ۷۷۶۰۱۴۱۲



سپان پلاستیک

تولیدکننده انواع ظروف پلاستی و تزئینی

تولیدکننده ظروف:

- ✓ صنایع غذایی
- ✓ صنایع دارویی
- ✓ صنایع آرایشی و بهداشتی



**SAMAN PLASTIC**

کرج - کما لشون نرسیده به پلیس راه، جنب شرکت رنوس، خیابان صفای پلاک ۴

تلفن: ۰۲۶-۴۹۰۵۰۰۴۹۰۰۰ فکس: ۰۲۶-۴۷۰۰۰۴۸۰۰۰ همراه: ۰۹۱۲۱۲۱۰۳۸۰ و ۰۹۱۲۱۲۱۰۳۸۰

## ماشین‌سازی به آفرین

مشاوره، طراحی و ساخت ماشین‌آلات بسته‌بندی، صنایع غذایی، آرایشی، بهداشتی، شیمیایی، دارویی و غیره، انواع پرکن‌های پودری و مایعات غلیظ و رقیق، درب‌بند، درب‌گذار، سیل القایی و واشر سیل - خط تولید انواع پرور خوراکی و شوینده گرانول میکس، بندر - همزن‌تایزر، آسیاب، انتقال پودر و غیره



پرکن مواد غذایی پمپی

پرکن تغلی شش تازه

انتقال پودر

پرکن دو تازله تغلی

پرکن پودر دو تازله

میز بخش و جمع

شرینک پک دستی

نقل القایی دستی

پرکن دو جداره مواد غلیظ

کارخانه - جاده قدیم کرج - شهر قدس - میدان قدس - بلوار امامزاده - خیابان شهید مطهری پلاک ۷

تلفن کارخانه: ۰۲۶-۴۶۸۵۳۲۹۴ - فکس: ۰۲۶-۴۶۸۹۷۳۱۱

همراه: ۰۹۱۲۴۴۸۴۸۷۰۰ / ۰۹۱۲۴۴۵۵۲۶۰۰ www.behafarinoo.ir

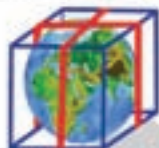


**TRANSPAK**  
TRANSPAK EQUIPMENT CORP.

**Sina Pack**

سینا پک

(واحد صنعت بسته‌بندی)



دفتر فروش: تهران، خ ولیعصر، چهارراه امیر اکرم

ساختمان علی، طبقه ۴، واحد ۹

تلفن: ۰۲۶-۶۶۹۵۶۰۳۰ - تلفکس: ۰۲۶-۶۶۴۹۱۵۸۱ - همراه: ۰۹۱۲۱۲۱۰۳۸۰

Email: Sinapack@hotmail.com



## برچسب هولوگرام

تولید کننده برچسب های لیزری (هولوگرام)  
ضد کپی - ضد تقلب - غیر قابل انتقال

کاربرد

- صنایع داروسازی - بهداشتی آرایشی - پلمپ محصولات و دستگاه ها
- انواع کارتهای گارانتی - شناسایی - اعتباری - کارت تلفن و اینترنت
- برگه های سهام - بین کارمندی - بلیط مجالس ، کنسرتها و ...

تولید صد در صد انحصاری در داخل کشور  
بدون مشابهت با نمونه های خارجی  
در رنگهای نقره‌ای، طلایی، مسی و غیره

تهران - جاده قدیم کرج - بعد از شیر پاستوریزه - خیابان فتح پادشاه

کوچه دوم غربی - پلاک ۶ - طبقه دوم

تلفن: ۰۲۶-۶۶۷۸۴۹۳۸۱ - ۰۲۶-۹۱۲۳۴۹۳۳۸۱ - تلفکس: ۰۲۶-۴۶۶۶۵۰۶۶۸

rangintevfpersian@gmail.com

## شرکت پندار تجارت پارس (سهامی خاص)

تامین و توزیع کننده ملزومات و ماشین آلات چاپ

مرکب های افست، فلکسوگرافی (پایه آب-حلال)، و هلیوگراور،

ورنی های افست، ورنی های UV، تیغه های داکتر بلید،

سیلندرهای آنیلوکس، تیغه های دایکات روتاری،

سیستم های شتشوی آنیلوکس ها و قطعات ماشین های چاپ

و کلیه قطعات الکترونیکی و مکانیکی ماشین آلات

تلفن: ۲-۸۸۵۴۴۳۳۱ فکس: ۸۸۷۶۲۹۷۸



پرفروش ترین دستگاه تسمه کش در جهان

صنایع بسته بندی آل پک

تلفن: ۲-۵۵۸۰۲۴۷۱ www.transpack corp.com



کارتن سازی - جعبه فانتزی - فلکسو رنگ

## بنیس شیمی

• سلفون براق ۱۵ میکرون دو طرف کرونا

• سلفون مات ۲۰ میکرون دو طرف کرونا

تلفن: ۰۵۱۱-۶۹۰۲۸۰۱ الی ۰۵۱۱-۶۹۰۲۸۰۰

فاکس: ۰۵۱۱-۶۹۰۲۸۰۲

همراه: ۰۹۱۵۳۱۳۳۳۰۲ - ۰۹۱۵۳۱۳۳۱۷۵

www.benis-ch.com , info@benis-ch.com

## دهرنگ چاپ تهران

برنده لوح تقدیر از  
نهمین جشنواره تخصصی چاپ

تنها تولیدکننده

متالایز پارشیال (پنجره دار)

چاپ فلکسو - کلد سیل

هات ملت - لمینیت

تولید لفاف های پیچشی مومی متالایز

(جهت تافی و بن بن)

تولید شرینگ - پلی اتیلن

تلفن: ۰۲۶۱-۴۷۶۰۵۸۷ فکس: ۰۲۶۱-۴۷۶۰۵۸۶ موبایل: ۰۹۱۲۱۱۱۵۷۲

آدرس: اتوبان کرج - کمالشهر - شهرک صنعتی بهارستان

Email add: DEHRANG@YAHOO.COM

## سورن برچسب

تولید کننده انواع لیبل LABEL SOREN

مصارف صنعتی، بهداشتی، غذایی و  
هر آنچه شما از لیبل می خواهید

تامین لیبل

الواج هایگر

کاغذی، کاغذ مصنوعی، حرارتی،  
لیبل های خوردشونده، لایه شونده  
پی وی سی، صدفی، متالایز و...

رزیون، وکس، رزین

چاپ



متال - وید



تمپلات



پایه پژوهش و تولید در صنعت

تهران ب چهارراهکج، ریح رضایی پلاک ۶

تلفن: ۰۵۲۵۰۲۵۹ - ۰۵۲۵۷۲۹۲

همراه: ۰۹۱۲۲۳۰۵۲۸

## برچسب شناسایی کالا

تولید و چاپ نوار چسب و برچسب های امنیتی و گارانتی

ضد تقلب و تخریب شونده

با قابلیت شناسایی حتی بعد از استفاده از برچسب

جهت پلمپ پاکت نامه، جعبه، قطعات کامپیوتر،

کارتن، بشکه، قوطی و کلیه محصولات

حتی در تیراژ کم ناصری (الوان نوار)

تلفن: ۳۳۱۰۲۵۳۲ فکس: ۳۳۰۸۲۵۷۲ همراه: ۰۹۱۲۷۲۶۸۱۶۵

## صنایع بسته بندی پارس پوشی

وارد کننده و تولید کننده دستگاه شرینگ پک

تمام اتومات و نیمه اتومات

تلفن: ۰۵۱۱-۸۵۹۳۲۳۳ - ۰۹۱۵۳۳۱۳۳۱۱



**The best sales in the world**

www.allpack Iran.com



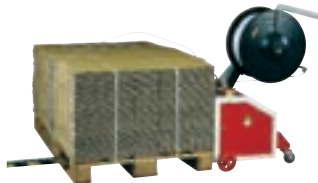
TP 202



TP 502



TP 601 D



TP 202 MV



TP 601 MV



TP 701 CC



SB

**صنایع بسته‌بندی آل‌پک**

آدرس: ۱۵ خرداد غربی،

نیش کوچه رئیس، شماره ۱۰۸۲

۵۵۶۳۴۲۸۳ - ۵۵۸۰۲۴۷۱ - ۲

خدمات بعد از فروش: ۵۵۶۱۳۴۰۳

نمبر: ۵۵۶۳۰۴۴۳



کناویر حمل کالا

**صنایع ماشین‌سازی حرفه و فن**



سازنده انواع ماشین‌آلات چاپ، بسته‌بندی و سلفون

www.HFDavoodi.com Davoodi@HFDavoodi.com



دستگاه رایجات فکس (در سایزهای مختلف)



دستگاه چدن‌کن کتاب (شوسین) ۳ کتبی

کاربردی ۱۲۰۰ جلد کتاب در ساعت

کاربردی اتوماتیک با کارایی ۱۵۰۰ جلد کتاب در ساعت



دستگاه چدن‌کن کتاب (شوسین) تک‌کوره

با کارایی ۵۰۰ جلد کتاب در ساعت



دستگاه بی‌وی سیلندری (قول اتومات)

آدرس: تهران، کیلومتر ۲۰ جاده خاوران،

قیمام دشت، به طرف حصار امیر، اول شهرک انقلاب

کارخانه: ۰۲۹۲-۲۰۸۱۹۱۹

فکس: ۰۲۹۲-۲۰۸۱۹۲۰ همراه: ۰۹۱۲۱۲۲۹۷۶۸ (داوودی)

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. محاسبات بسیار دقیقی انجام شده تا بهای آگهی در سیستم جدید متناسب و متعادل باشد. گفتنی است کمترین تعداد حضور در بخش بازار بسته‌بندی، ۶ نوبت می‌باشد.

وکیوم پرس  
وطن دوست

قبول سفارشات وکیومی نازک و ضخیم با ورق‌های PET، PVC، هات‌پک، ABS، فرمینگ و ترموپک، شریک‌پک و ساخت قالب‌های وکیومی، جهت انواع کالاهای تولیدی شما بسته‌بندی، اسباب‌بازی، لوازم و تجهیزات پزشکی، لوازم التحریر، لوازم آشپزخانه و... مشاوره در امور بسته‌بندی رایگان  
تلفن: ۵۵۳۷۲۳۴۶-۵۵۳۷۰۳۶۰  
فکس: ۵۵۳۶۶۵۴۸  
همراه: ۰۹۱۲۱۴۰۳۳۹۵ (وطن دوست)  
چهارراه وحدت اسلامی، به سمت گمرک، گلرآذوقه اقتصاد، پلاک ۲۹

## گشتا صنعت مشهد

تولیدکننده دستگاه‌های تاریخ‌زن شریک‌پک پرکن مایعات و بسته‌بندی مواد غذایی

تلفن: ۲۲-۰۵۱۱-۶۵۱۳۷۲۰-۰۵۱۱-۹۱۵ ۱۱۰۰۹۱۸-۰۹۱۵ ۱۱۶۴۳۹۲

## تهیه و اجرای سقف‌های کاذب

صنعتی، اداری، صنایع غذایی و بهداشتی با تایلهای مینرال، PVC، روکش PVC، آلومینیومی، فلزی فوم‌دار عایق با رزومه ۲۰ ساله و مکتوب مرادی: ۰۹۱۲-۲۶۱۲۳۵۴

## پارت پت

ماشین‌آلات

بلوملدینگ PET، قالب‌های پریفرم و تزریق و دستگاه‌های تزریق  
تلفن: ۷۷۳۳۵۵۱۳۱-۷۷۳۳۵۴۰۹  
فکس: ۷۷۳۴۲۲۷۴

## کارتن توچید

تولید ورق‌های ۳ و ۵ لا

خدمات انواع چاپ دایکات و ساخت کارتن درج آگهی در همین شماره

## حدید پک

تولید انواع

مفتول‌های دوخت بغل کارتن (منگنه کارتن) مورد استفاده دستگاه‌های داخلی و خارجی  
۰۳۹۳۸۲۵۰-۱۲۳۷۰۲۷-۰۹۱۲

## گروه بازرگانی حس برتر

ارائه‌کننده ظروف و شیشه‌آلات بسته‌بندی آرایشی و بهداشتی آگهی تمام صفحه در این شماره

آذر حباب  
تولید نایلون حبابدار

تلفکس: ۲-۲۲۰۶۱۸۵۱ (۰۲۱)  
همراه: ۰۹۱۲۲۱۴۷۱۲۶

## پایپاک

ماشین‌آلات

صنایع بسته‌بندی و کارتونیگ آگهی تمام صفحه در این شماره

فروش  
دستگاه چاپ  
فلکسو ۶ رنگ

یک دستگاه چاپ فلکسو ۶ رنگ مدل ۲۰۰۰ ساخت کشور هندوستان به فروش می‌رسد  
تلفن: ۰۹۱۳ ۳۱۶ ۰۵۴۶



## آراپک

تولیدکننده انواع کارتن و جعبه‌های لمینیتی

تلفن: ۰۲۶۲-۳۹۲۳۲۲۲-۳۹۲۴۲۷۱  
فکس: ۰۲۶۲-۳۹۲۴۳۱۹  
همراه: ۰۹۱۲۱۹۸۷۲۷۴

## حکمایی

سازنده دستگاه بسته‌بندی مایعات در کیسه پلی‌اتیلن آگهی تمام صفحه در این شماره

یک دستگاه  
شرینک لیبل

## ظرفیت بطری تا

۱/۵ لیتری

ساخت تایوان

تلفن: ۸۸۳۱۴۹۶۱

همراه: ۰۹۱۲۳۴۹۳۲۴۶

## قالب سازی حرفه

طراحی و ساخت انواع قالب‌های سلولزی شانه تخم‌مرغ و انواع حفاظ و ضربه‌گیرهای مقوایی و ظروف یکبار مصرف بیمارستانی

قنبری ۶۶۲۱۲۹۹۷  
۰۹۱۲-۳۵۸۵۱۸۴

## رهنمون صنعت

سازنده دستگاه‌های چسب‌زن، کارت‌ن ساز، استرچ پالت و پالت‌کن آگهی تمام صفحه در این شماره

## قالب‌سازی اسپادانا

سازنده قالب‌های برش جعبه و کارت‌ن  
تلفن: ۰۳۱۱-۲۲۳۷۳۶۲  
فکس: ۰۳۱۱-۲۲۴۰۷۶۲

## واردکننده

کانتینر ۲۰ فوت

۰۹۱۲-۱۰۹۴۰۸۸



## SAMA PLAST

تولید و توزیع انواع ظروف یکبار مصرف PET, P.P

جهت مصرف بسته‌بندی پروتئینی‌ها و غیره

تلفن: ۱۳-۵۵۴۹۱۵۱۲ (۰۹۸۲۱)  
فکس: ۵۵۴۹۱۲۵۵ (۰۹۸۲۱)  
خداپناه همراه: ۲۴۴۷۲۵۶ (۰۹۸۹۱۲)  
آدرس: کارگر جنوبی، نرسیده به سه راه مختاری، پاساژ گنجینه، شماره ۱۰۷  
www.SAMA-PACK.blogfa.com



## پمپاک

انواع دستگاه‌های کف‌شوی، جاروبرقی و شستشوی فشارقوی صنعتی آگهی تمام صفحه در این شماره



## NEGAR

packaging industries .co

فراشی و اجرای انواع پروژه‌های چاپ بسته‌بندی و تبلیغاتی  
www.NegarPackage.com  
E-mail: info@NegarPackage.com  
موبایل: ۰۹۱۵۵۱۹۰۳۲  
تلفکس: ۰۲۱-۴۲۰۱۵۵۹-۶۶۱-۰۹۳۶-۲۸۶۶۸۴۹



## ماشین‌آلات

## کارتن‌سازی ایپک

عرضه‌کننده انواع ماشین‌آلات نو و دسته‌دوم عرضه انواع تسمه بسته‌بندی  
۰۹۱۲-۳۳۵۸۸۶۳  
۰۹۱۲-۱۰۷۶۷۳۵







ISO 9001-2000



# شیرزاد

شرینک پک تونلی - شرینک لیبل - شرینک پک گازی پالت - استرچ پالت

فیلم های مصرفی شرینک پک واسترچ پالت



04



1105



1101-P



1101-H



02



6000-CL



05



WWW.SHIRZAD.BIZ

شیرزاد



01



1101-P



02



1106-F



1101



03



1104



6000-L

E-mail: INFO@SHIRZAD.BIZ

همراه: ۰۹۱۲-۱۲۰۷۹۱۱

شهر صنعتی هشتگرد - بعد از فلکه دوم ، خیابان یکم

تلفن و فاکس: ۰۲۶۲ ۴۲۲۳۷۵۷ و ۴۲۲۳۷۵۷ و ۴۲۲۱۴۶۶-۷

شرکت مجتمع صنایع بسته بندی و چاپ

**ایجا گستر شمال**

**IHA GOSTARE SHOMAL**

Packaging @ Printing Industries Complex  
www.ihagostar.com - Info@ihagostar.com

