

نخستین نشریه  
تخصصی بسته‌بندی  
در کشور

# صنعت بسته‌بندی

ماهنامه

ISSN1735-4749

www.iranpack.ir

SANAT BASTEBANDI  
PACKAGING MAGAZINE

سال شانزدهم / تیر و مرداد ۱۳۹۲ / ۳۰۰۰ تومان



## آذین چاپ البرز

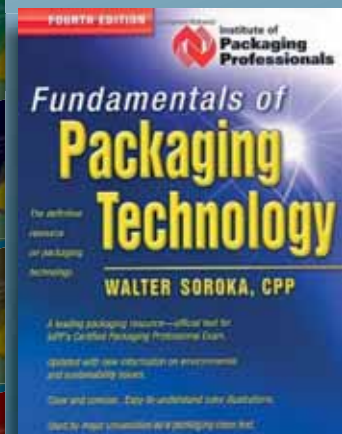
برترین برگزیده جشنواره صنعت چاپ ایران  
در چاپ لیبل های اسلیو شیرینک PVC، PET و OPP

آذین چاپ، زینت بخش صنعت چاپ



# مجموعه کتابهای

# مبانی فن آوری بسته بندی فن و تخصص بسته بندی به زبان ساده



**شناخت**  
این کتاب پایه و اساس طراحی استراتژی و مدیریت بسته بندی است. در واقع بدون خواندن این کتاب، بهره برداری از کتب دیگر کامل نخواهد بود. در این کتاب می خوانید:  
**دور نمای بسته بندی، کارکردهای بسته بندی، طراحی گرافیک**

**حمل و توزیع**  
حساس ترین مأموریت بسته بندی در زنجیره تامین. این کتاب بسیاری از مشکلات را حل میکند  
**ضربه، لرزش، فشردگی** شامل تهدیدهای فیزیکی و راه مقابله با آنها  
**بسته بندی توزیع** شامل کلیدی ترین محاسبات بسته بندی برای ورود به چرخه توزیع

**ماشین آلات**  
در این کتاب می خوانید:  
**ماشین آلات بسته بندی** شامل سرفصل هایی چون سرعت، خروجی، تنظیمات، انواع سیستم های پرکن، ماشین سفارشی  
**روش های دربندی** شامل مباحث انتخاب روش، ملاحظات ابعادی، روش های رایج دربندی، دستکاری

**مدیریت تغییر و ترکیب**  
هرگونه تغییر در بسته بندی بدون خواندن این کتاب (بعد از کتاب شناخت) بی حاصل و ناقص است.  
**بسته بندی کاربردی (ترکیبی)** شامل بیستر، برچسب زنی، بسته های چوبی...  
**مدیریت توسعه بسته بندی** شامل گسترش پروژه، فرایند توسعه، تولید ایده، آزمون ها

**چسب و لایه گذاری**  
دو فصل بسیار پرکاربرد و تخصصی در بسته بندی شامل:  
**چسب ها** شامل انواع چسب ها، مقاومت مکانیکی، سرعت چسبندگی، چگالی و ویسکوزیته.  
**لایه گذاری (لمینیت)** شامل متالیز، ضربه اصطکاک، پوشش دهی، انواع اکستروژن، شناخت لایه ها

**کارتن و مقوا**  
پر مصرف ترین و جذاب ترین ماده بسته بندی در جهان. این کتاب:  
**تولید کاغذ و مقوا** شامل ماشین های کاغذ سازی، انواع کاغذ  
**چپه های تاخورد مقوایی** شامل انواع چپه و دربندی، فرایند تولید  
**گروگیت (کارتن)** شامل فرایند ورق سازی، انواع ورق، انواع چپه و دربندی

**شیشه و فلز**  
اصیل ترین و خاص ترین مواد بسته بندی. در این کتاب با همه روش های تولید و ویژگی های ظروف فلزی و شیشه ای آشنا می شوید.  
**ظروف فلزی** شامل سه تکه و دو تکه، کشش، انواع ایروسل  
**ظروف شیشه ای** شامل مشخصات طراحی، ماشین آلات

**پلاستیک ها**  
داشتن اطلاعات کاربردی درباره پلاستیک های بسته بندی، نیاز امروز همه، حتی مصرف کنندگان است. این کتاب بسیار کارگشا و مفید است: **شیمی پلیمر برای همه، شکل دهی پلاستیک ها، کاربردهای پلاستیک**



## دوره کامل (۱۴۰ شماره) ماهنامه صنعت بسته بندی

به صورت فایل های PDF در قالب یک DVD

## معتبر ترین مجلات تخصصی بسته بندی در جهان

گردآوری از ماهنامه صنعت بسته بندی  
به صورت فایل های PDF در DVD

برای کسب اطلاعات بیشتر درباره هر یک از کتابها و DVD ها، سایت ماهنامه صنعت بسته بندی را ببینید:  
[www.iranpack.ir/books](http://www.iranpack.ir/books)  
ماهنامه صنعت بسته بندی:

۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹-۷۷۵۱۳۳۴۱-۷۷۶۰۷۹۶۳



تیراژ DVD ها بسیار محدود است و پس از مدتی نسخه های ۲۰۱۳ تولید می شود. خرید دوره کامل، ۱۰ درصد تخفیف دارد.



GULF EMBALLAGE



IMPEX

نماینده رسمی و انحصاری فروش  
شرکت KJCF-KJM مالزی  
در ایران و خاورمیانه



## تولید کننده انواع قوطی های آلومینیومی

جهت بسته بندی انواع نوشیدنیها: آبمیوه ، نوشابه های گازدار و بدون گاز،  
ماء الشعیر ، نوشابه انرژی زا ، آیس تی و قهوه

Mob : 09352002222  
Tel : 0060123889693  
Email : info@vmimpex.com  
Web : www.vmimpex.com

برنده جایزه  
بهترین قوطی  
سال ۲۰۰۹

beverage  
innovation  
awards  
2009



# ماشین سازی حکمائى

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



## Plc5000P

- 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 : ۵۰۰ بسته در ساعت



## Plc2000 P

- 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 P

- 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 ۹ ، طبقه سوم ، واحد ۲۲  
 تلفن : ۱۷ - ۸۸۷۰۸۵۱۶ فاکس : ۸۸۷۲۸۲۲۲  
 همراه : ۰۹۱۳۱۰۹۱۱۶۴  
 صندوق پستی : ۳۵۲۲ - ۱۶۷۶۵  
 کارخانه : تهران ، جاده آجلی ، جاجرود ، سعید آباد  
 خیابان البرز ، پلاک ۲۶  
 تلفن : ۰۲۱) ۷۶۲۰۲۶۱۹ فاکس : ۰۲۱) ۷۶۲۰۵۷۸۵

# فهرست مطالب

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

ماهنامه

صنعت

**بسته‌بندی**  
SANAT BASTEBANDI  
PACKAGING MAGAZINE

(چاپ و بسته‌بندی سابق) فرهنگی، اقتصادی

ISSN 1735 - 4749

تیر و مرداد ۱۳۹۲ - شماره ۱۴۵  
صاحب امتیاز، مدیر مسئول، و سردبیر: رضا نورائی

• نشانی مراسلات پستی:

تهران، صندوق پستی: ۱۴۸۷ - ۱۳۱۴۵

• نشانی دفتر ماهنامه:

تهران، خیابان سپاه، پایین‌تر از میدان سپاه،

جنب قنادی شیرین، پلاک ۱۶۲، طبقه دوم

تلفن: ۷۷۵۱۲۸۹۹ - ۷۷۵۱۳۳۴۱ - ۷۷۶۰۷۹۶۳ فکس:

تلفن سیار: ۰۹۳۵۷۴۳۰۵۳۸ - ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

www.iranpack.ir

news@iranpack.ir

• امور مشترکان: هاشم سیفی ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

sub@iranpack.ir

• فروش تهران: خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۱۲

فروردین، پاساژ کتاب فروردین، فروشگاه بازاریابی

• نمایندگی اصفهان:

امیرموشنگ زائری ۰۹۱۳۳۱۴۷۵۲۵

• امور آگهی‌ها:

سیفی ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

ad@iranpack.ir

• کامپیوتر به پلیمت: ایده‌پردازان نسیم

• چاپ و صحافی: شادرنگ

مطالب منتشر شده بیانگر نظرات نویسندگان آنها است

و الزاما نشانگر دیدگاه این ماهنامه نیست

نقل مطالب این ماهنامه با ذکر ماخذ آزاد است



۶ سخن سردبیر \* بازار در برابر استانداردهای بسته‌بندی \*



## ۸ اخبار

۸ اخبار طراحی

۱۲ اخبار مواد و محصولات

۱۴ اخبار ماشین‌آلات و تجهیزات

۱۸ اخبار گرایش‌ها و تصمیم‌ها



## ۲ اطلاعیه‌ها

۲ معرفی کتابهای تخصصی بسته‌بندی

۳۵ اطلاعیه بیستمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تهران

۴۵ اطلاعیه نمایشگاه بسته‌بندی استانبول ترکیه (Tuyap)



## ۲۱ گزارش

۲۱ گزارش روی جلد: آذین چاپ البرز، بدون توقف در مسیر توسعه

۲۲ انجمن تولیدکنندگان ظروف یکبارمصرف تاسیس شد

۲۶ رشد تقاضای جهانی برای ظروف یکبارمصرف و درهای آن در ۲۰۱۷

۲۸ رپرتاژ آگهی: خستگی کجاست؟ (شرکت چاپ اندیشه آمل)



## ۳۲ تالیف‌ها و ترجمه‌ها

۳۲ بسته‌بندی آماده برای خرده‌فروشی

۳۴ لیبل‌های فومی با قابلیت‌های جذاب

۳۶ اجرای موفق سیستم مدیریت مصرف انرژی در کارخانجات

کارتن‌سازی در آمریکا



## ۳۹ بازار بسته‌بندی

روی جلد این شماره:



**آذین چاپ البرز**

برترین برگزیده جشنواره صنعت چاپ ایران  
در چاپ لیبل‌های اسلیو شیرینک PVC, PET, OPP

دفتر مرکزی (تهران):

۶۶۰۶۶۵۰۱ - ۶۶۰۱۶۹۴۴ (۰۲۱)

کارخانه (قزوین): ۷ - ۲۸۴۸۱۶۴ (۰۲۸۲)

www.azinchap.ir

Email: info@azinchap.ir

صفحه ۲۱ را ببینید

**IRAN PACK**

**SANAT BASTEBANDI**

www.iranpack.ir

News Email: news@iranpack.ir

Advertise Email: ad@iranpack.ir

Subscription Email: sub@iranpack.ir

**iqpo**  
member

international  
packaging press  
organisation

Monthly

Packaging Magazine

Since 1997

No.145, Jul./Aug. 2013

Editor in cheif: Reza Nouraei

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

Tel: +9821 77607963 - 77513341

Fax: +9821 77512899



رضا نورائی  
سردبیر

می‌دانید... در فاصله بین انتشار هر شماره از مجله با موضوعات و مسائل گوناگونی در حوزه بسته‌بندی روبرو می‌شوم. خدا را شکر می‌کنم که تقریباً هر روز تلفن‌ها و فضای دفتر ما پذیرای پرسشگرانی است که مسائل و مشکلات مربوط به بسته‌بندی کالاهای خود را پیش ما آورده و ما را در کوران چالش‌های بسته‌بندی به رشد و تجربه می‌رسانند. این که گاهی نوشته‌های این صفحه پاره پاره است (نه این شماره) به دلیل تعدد موضوعاتی است که علاقه دارم در این جا به آنها بپردازم. البته باید بصراحت بگویم تا امروز هر چیزی را هم که مشتاق به طرح آن در مجله با خوانندگان فهیم و هم‌قطاران خود بوده‌ام مطرح نکرده‌ام.

چه بسا مشکلات و کج‌روی‌هایی را که توسط دوست‌نماها و بظاهر دلسوزان عرصه بسته‌بندی کشور می‌بینم و به خاطر حفظ همان اندک انسجامی که لاک‌پشت‌وار در بخش بسته‌بندی کشور در حال شکل گرفتن است صبر کرده و عرصه این رسانه را که مرجع بسیاری از پرسشگران و ره‌جویان صنعت بسته‌بندی کشور است با تشریح اعمال و رفتار عده‌ای فرصت‌طلب که می‌خواهند سند این بخش بزرگ از کسب و کار کشور را به نام خود بزنند مخدوش نمی‌کنم. حداقل تا امروز توانسته‌ام صبر کنم.

## بازار در برابر استانداردهای بسته‌بندی

یکی از مهم‌ترین نشانه‌های مشتری‌مداری این است که روی بسته‌بندی کالا نام و نشانی، بخصوص شماره تلفن از تولیدکننده وجود داشته باشد تا خریدار یا مصرف‌کننده به هر دلیلی بتواند نظر یا اعتراض خود را به تولیدکننده اطلاع دهد.

از طرفی وقتی خریدار یا مصرف‌کننده با کالایی مواجه می‌شود که نشانی از تولیدکننده که بتوان با آن ارتباط برقرار کرد نداشته باشد به اصالت و کیفیت آن کالا مشکوک شده اعتماد کافی به آن پیدا نخواهد کرد.

اضافه بر اینها وقتی راه ارتباط با تولیدکننده بر روی بسته‌بندی کالا مشخص نشده باشد به طور خودکار و منطقی راه برای جعل و تقلب باز می‌شود. این نکته‌ای است که مصرف‌کننده هم می‌فهمد و نسبت به کالایی که نشانی یا شماره تلفن ندارد اقبال کافی را نشان نمی‌دهد.

ما به طور پیوسته در حال قضاوت در باره پدیده‌های اطراف خود هستیم. طبیعی است که قضاوت در باره کالاهایی که در بازار می‌بینیم نیز در این مجموعه قرار می‌گیرد. بلکه از مهم‌ترین قضاوت‌های ما هستند زیرا بر اساس این قضاوت پول پرداخت کرده و کالا را به حریم امن خود می‌بریم.

قضاوت ما در باره کالایی که نشانی و تلفن ندارد چیست؟ صرف نظر از این که ممکن است آن را به دلایل دیگری بخریم اما قضاوت خوبی درباره تولیدکننده نخواهیم داشت. ما از خود می‌پرسیم چرا تولیدکننده خود را مخفی کرده؟ چرا یک نشانی یا شماره تلفن از خود نداده؟ شاید ریگی به کفش دارد، شاید جا و مکان ندارد و...

شاید در این جا قضاوت ما غلط باشد و در این قضاوت غلط تصمیم‌کار نباشیم. در حال حاضر برخی قوائد غلط بر بازار توزیع بعضی از کالاها حاکم است که در برابر استانداردها و عرف تولید کالا قد علم کرده‌اند.

نکته‌ای که در این گفتار می‌خواهم به آن اشاره کنم رابطه‌ای غلط بین تولیدکننده و توزیع‌کننده در بازار بعضی کالاهای مصرفی است. در این رابطه غلط، توزیع‌کننده به طور غیر رسمی و اعلام‌نشده از توزیع کالایی که کوچک‌ترین راه ارتباطی با تولیدکننده بر روی آن قید شده باشد خودداری کرده و عملاً آن طور که باید آن را پخش نمی‌کند. در این شرایط، تولیدکننده تحت فشار قرار گرفته و سعی می‌کند فقط به فکر تولید باشد و رابطه با مصرف‌کننده را به شبکه توزیع و واسطه‌ها واگذار کند. ویژگی اصلی این رفتار در آن است که اصولاً کسی مسیر تولید و توزیع را پیدا نمی‌کند و کار در یک دایره بسته می‌چرخد تا منافع دلالتان و واسطه‌ها محفوظ بماند.

در حال حاضر به طور جدی با یکی از همین کالاها درگیر هستیم. تولیدکننده این کالا مجموعه‌ای درستکار است که به کار خود عشق و علاقه داشته و بسیاری از اصول تولید و بازاریابی را می‌داند. این تولیدکننده به بسته‌بندی کالای خود اهمیت می‌دهد و از این که ببیند برند او را

می‌شناسند لذت برده و خستگی از تنش بیرون می‌رود. اما این کالا به دلیل آن که واحدهای فروش آن در شبکه‌ای سنتی قرار دارند و از طریق توزیع‌کننده‌های بازار بین فروشندگان کشور توزیع می‌شوند با وجودی که نام شناخته‌شده‌ای در بخش پوشاک می‌باشد اما از بازخورد فعالیت خود بی‌اطلاع است و در عمل مسیر بازار را به صورت یک‌طرفه طی می‌کند.

در واقع شرایطی که دلالتان به بعضی تولیدکنندگان تحمیل می‌کند با رسم و راهی که راهبران و نخبگان مدیریت بازار در پی برقراری آن می‌باشند در تضاد است. آن چه متخصصان بازار دنبال می‌کنند معمولاً یک ستون اصلی دارد که همان مشتری یا مصرف‌کننده است و امروزه هیچ کسب و کار توانمندی در جهان وجود ندارد که ساز و کار محاسبه بازخوردهای خریداران را نداشته باشد. در این حال جای تاسف زیادی است که زنجیره تامین در بازار سنتی کشور همچنان بر پایه مخفی کاری که فقط منافع واسطه‌ها را فراهم آورد عمل می‌کند.

یادم هست که در سال‌های دور، زمانی که دفتر من در جوار یکی از بازارهای کیف و کفش زنانه تهران بود به چشم خود رفتار رندانه بعضی واحدهای فروش با سری‌دوزها را می‌دیدم. دکوراسیون زیبا، تیپ و قیافه مرتب و تمیز، اختیار انتخاب کالا برای فروش، سود بالا و معاشرت با خریداران، سهم مغازه‌داران بود و بی‌قوله‌ای به نام کارگاه سری‌دوزی همراه با عرق‌گیرهای رکابی که با بوی عرق و دود دخانیات آمیخته و بعضی ادبیات ناهنجاری که در این فضا رد و بدل می‌شد و بسیاری چیزهای ناخوشایند دیگر سهم تولیدکننده. و من می‌دانستم این همان تولیدکننده‌ای است که وقتی یک لنگه کفش از فرانسه آمده دست دوم را به دستش می‌دادند یک هفته بعد نسخه تولید شده‌ای از آن تحویل می‌داد که بسیاری از خانم‌های فرنگ‌رفته یا نرفته‌های مشکل‌پسند را با اشتیاق راضی به پرداخت مبالغ سنگین می‌کرد تا در مجالس خود مقابل دیگران بدرخشند.

همین تولیدکننده همیشه اسیر فروشندگان بود و برای تسویه حساب تولیدات خود که ظاهراً با اکراه از او می‌خریدند و ده‌ها عیب روی آن می‌گذاشتند باید دائم به مغازه رفت و آمد می‌کرد و البته چون اغلب ظاهر ایشان رنگ و بوی کارگاه را داشت سعی می‌شد ملاقات و مذاکره با او در صحن مغازه نباشد.

واسطه‌ها علاقه دارند این اخلاق رایج را در برخورد با تولیدکنندگان بزرگتر نیز توسعه دهند. این یکی از معضلات صنعت پوشاک کشور است که امکان ظهور برندهای بزرگ ماندگار را ضعیف می‌کند. شبکه توزیع و فروش در بخش پوشاک، توسعه قابلیت‌ها و استانداردهای بسته‌بندی را متوقف کرده و آن را در حد برندهای فروشگاهی با ابعاد کوچک نگاه داشته است. در این فضا تنوع چندانی در بسته‌بندی دیده نمی‌شود و فقط جاذبه‌های گرافیکی است که هر از گاهی تغییر می‌کند. در حالی که بسته‌بندی فقط گرافیک و ظاهر آرای نیست. جذابیت ظاهری و گرافیک تنها یکی از کارکردهای بسته‌بندی است. کارکردی که ماندگار نیست.

# بفرستیم که اندیشه هوایی بخورد و به مهمانی عالم برود

## ماهنامه گزیده مدیریت:

- برگردان هم‌زمان نشریه برگزیده جهان مدیریت Harvard Business Review
- مرجع مدیرانی که به نقش برجسته دانش و نگرش در ساختن فردا باور دارند
- منبع قابل اعتماد برای استادان و دانشجویان و همه محققان مدیریت
- سرشار از ایده‌های ناب مدیریتی
- با مطالب متنوع کاربردی برای مدیران ارشد و میانی
- حاصل ۱۴ سال انتشار مستمر، طی ۱۴۰ شماره

مدیران تحول‌گرا، هرگز سرمایه‌گذاری بر خود را فراموش نمی‌کنند

با اشتراک ماهنامه گزیده مدیریت  
بر خود سرمایه‌گذاری کنید.

برای دریافت اطلاعات بیشتر  
با شماره ۲۲۰۴۴۵۳۰ تماس حاصل فرمایید.

[www.fara.ir](http://www.fara.ir)

# اولین بطری ساخته شده از آب در جهان

با بالا رفتن جیوه داخل دماسنج، میل به یک نوشیدنی خنک هم افزایش می‌یابد. اما اگر نوشابه خودش خنک باشد، چه؟

در کلمبیا، این موضوع با نوشابه‌های در Beachside Cokes که در بطری‌های ساخته شده از یخ ریخته می‌شوند، به حقیقت پیوسته است. ظرف‌های یخی شبیه به هم‌تاهای شیشه‌ای خود هستند و ظاهر بطری‌های برجسته خاص کوکاکولا را حفظ کرده و نوشته روی بطری با فونت Spencerian با یخ روی آن‌ها حک شده است.

تیم سازنده، برای طراحی یک مدل ویژه از بطری‌های کوکاکولا، یک فرآیند جدید بسته‌بندی و تولید برای ساخت بطری‌های یخی و انتقال آن‌ها به سواحل داغ کلمبیا برنامه‌ریزی کردند. فرآیند با ریختن آب میکروفیلتر شده در قالب‌های سیلیکونی شروع شده و سپس با منجمد کردن آب تا زیر ۲۵ درجه سانتی‌گراد و پر کردن قالب‌ها با نوشابه پایان می‌یابد.

قوطی‌ها با وعده "خنک تا آخرین قطره" در آمریکای جنوبی و کل دنیای تبلیغات غوغایی به پا کرده‌اند. فروشنده‌های ساحلی این نوشیدنی به طور میانگین در هر ساعت ۲۶۵ بطری یخی فروخته‌اند. Ad Week، Mashable و دیگر رسانه‌ها شیفته این ایده شده و خلاقیت شرکت Ogilvy & Mather Columbia را برای فاکتور "خنک" بودن آن مورد توجه قرار داده‌اند. در بیل‌بائو اسپانیا، در مراسم Sol Awards، که از بهترین خلاقیت در ایرو-آمریکا (کشورهای



راحتی نگه دارد. وقتی بطری ذوب می‌شود، باند لاستیکی مثل یک دستبند یادگاری می‌شود که طرفداران می‌توانند استفاده کنند.

هنوز هیچ صحبتی از این که سورپرایز بعدی کوکاکولا چه خواهد بود، نشده، اما با کمپین Coke Open تابستانی، که با قوطی‌های شریکی که می‌توان آن‌ها را به دو نیم تقسیم کرد و بطری‌های شخصی شده ۵۰۰ و ۳۷۵ میلی‌لیتری که شما را به اسم صدا می‌زنند، شیوه‌های جدیدی برای تقسیم شادی با دیگران معرفی کرده، همه سعی دارند حدس بزنند خلاقیت بعدی چه خواهد بود.

قاره آمریکا که قبلاً مستعمره اسپانیا و پرتغال بوده‌اند) تقدیر می‌کند، "بطری یخی" مورد تشویق فراوان قرار گرفته و جایزه طلایی این رقابت را برد.

**باند "برچسب" عایق قابل استفاده مجدد**  
جدا از میل به جلب توجه، هدف این خلاقیت لذت بخشیدن به طرفداران با یک تجربه هیجان‌آور در نوشیدن کوکاکولا بود. برای این که کسانی که نوشابه‌های یخی را سفارش می‌دهند، انگشتانشان یخ نزنند، هر بطری در یک باند قرمز لاستیکی با آرم کوکاکولا پیچیده شده تا فرد بتواند نوشیدنی درخشان را با

CR استاندارد اکنون در اندازه‌های ۲۰ میلی‌متری، ۲۴ میلی‌متری و ۲۸ میلی‌متری موجود هستند. در آینده اندازه‌های ۱۳ تا ۱۵ میلی‌متری برای قطره چشمی و ۱۵ تا ۱۸ میلی‌متری برای قطره بینی ارائه خواهد شد و اکنون اندازه‌های نمونه گوناگون موجود هستند.

دربندی‌های ایمن برای کودک این شرکت با نام تجاری SecureCap در انتظار ثبت به عنوان اختراع بوده و دارای برچسب CE خواهند بود.



## دربندی ایمن برای کودک

دربندی‌های ایمن برای کودک (GR Child-Resistant) در پاسخ به قانون "کمیسیون ایمنی محصول برای مشتریان (CPSC)" تولید شدند که طبق این قانون محصولاتی که حاوی ۰/۰۸ میلی‌گرم ایمیدازولین یا بیشتر هستند، باید در بسته‌بندی‌های GR قرار بگیرند. شرکت Comar دربندی‌های ایمن برای کودک ارائه داده که از تکنولوژی دوتکه‌ای فشار و چرخش استفاده می‌کنند و در عین حال مناسب برای بزرگسالان ارزیابی شده است. این تکنولوژی از یک سیستم دو بخشی (داخلی و خارجی) تشکیل شده است که اولین بار برای قطره‌چکان طراحی و در بازار استفاده شد. درهای قطره‌چکان



## تمرکز بر خانم‌ها در طراحی بطری آب

یک طراحی جدید و تمرکز روشن بر مصرف‌کنندگان زن به همراه تاکید بر عنصر طبیعی بودن محصول، چیزی است که در محصول جدید Something Natural به وضوح دیده می‌شود.

Randy Shefshick از موسسه نیویورکی LittleBig خالق برند - Something Natu-

ral می‌گوید ما روی همه عناصر تصویری از نوشته‌ها تا تصویر پرندگانی که برای طعم‌های مختلف استفاده شده‌اند کار کرده‌ایم.

وی می‌افزاید: بطری ما برآستی تکه‌های از هنر است. ما این بطری به منزله تکه‌ای از آسمان آبی در نظر گرفته‌ایم که بوم نقاشی ما شده است. تمامی عناصر تصویری این بطری، معنی Something Natural هستند و طبیعی بودن همه چیز را تداعی می‌کنند.

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



## بسته‌بندی و کیوم خلاقانه

و محصول حرفه‌ای) از بسته‌بندی مقوایی برتر بود. بسته‌بندی جدید به مصرف‌کنندگان اجازه می‌دهد کل محصول را بررسی کنند، که فاکتور مهمی در خرید غذای خام، به ویژه مواد پر از پروتئین است.

تکنولوژی بسته‌بندی جدید، که چندین سال است به بازار آمده است، مزایای متعددی دارد که شامل موارد زیر است:

- تصویر واضح کل محصول تا مشتری بتواند کیفیت و اندازه آن را بررسی کند.

- "آسان بازشو" برای راحت باز کردن بسته

- کاهش ۱۷ درصدی مواد بسته‌بندی

برای فروشگاه‌ها، بسته‌بندی جدید ظاهر بهتری روی قفسه داشته و گزینه‌های مختلفی برای نحوه نمایش محصول ارائه می‌کند. می‌توان محصول را به شکل عمودی روی سینی‌های مخصوص یا روی یک تابلو "pegboard" قرار داد.

گفتنی است شرکت تولیدکننده بسته‌بندی جدید خود را با کوپن‌های تخفیف ۲ دلاری حمایت می‌کند تا مصرف‌کنندگان را به خرید تشویق کند. از سینی‌های نمایش غذا، کتابچه‌های دستور غذا، برچسب‌ها و مقواهای تبلیغاتی آویز قفسه‌ها برای جذب و تاثیرگذاری بر خریدها هم استفاده می‌شود.

شرکت Maple Leaf Farms، که تولیدکننده فرآورده‌های گوشت اردک برای فروشگاه‌ها و بازار مواد غذایی در شمال آمریکا است، از بسته‌بندی و کیوم جدیدی برای تکه‌های سینه و پای اردک استفاده کرده است. این بسته‌بندی جدید، که حاصل تحقیق و توسعه سه ساله است، هزاران مزیت‌های فراوانی برای مشتریان و فروشگاه‌ها دارد.

اکثر مصرف‌کنندگان این محصولات، گوشت اردک را در خانه آماده می‌کنند. بسته‌بندی جدید این شرکت، ظاهر محصول را به خوبی نشان داده و بسته از گوشه براحتی قابل باز کردن بوده و دستورالعمل پخت هم در آن آمده است.

تحقیقات شرکت Brand Amplitude حاکی از رضایتمندی عمیق مشتریان از بسته‌بندی جدید بوده است. هفتاد و پنج درصد مشتریان مشخص بودن ظاهر محصول را، در مقایسه با نمونه‌هایی که در بسته‌های مقوایی بودند، ترجیح دادند. (در ایران بسته مقوایی برای گوشت چندان رایج نیست. تحریریه) این نتایج در گروه‌های مختلف سنی و جنسیتی و مشتریان دائمی و کسانی که مشتری این شرکت نبودند، ثابت بود. بسته‌بندی و کیوم در تمامی نکات مثبت (طعم، سلامت، محصول برتر



# کارکردی بیش از یک نوار آس

تطابق داشتن با موضوع مد نظر و ایجاد یک کنتراست بصری خوانا، کدها با متن سیاه بر روی یک نوار ۴ میلیمتری طلایی رنگ جذاب چاپ شدند. از آن جا که کدها تنها بعد از باز کردن بسته قابل مشاهده هستند، به تقویت حس کنجکاوی و برانگیزش مصرف کننده کمک می کنند. ضمن راحت بودن استفاده و خواندن Supastrip VDP، چسباندن آنها نیز ساده است. پنج مدل Carlos V SKU و سه اندازه بسته مختلف موجود هستند و بدون اثرگذاری بر سرعت خط تولید، نوارها بر روی آنها چسبانده می شوند. شرکت Payne پایگاه داده کدهایی را که به منظور ایجاد امکان

این نوار که قابلیت چاپ انواع اطلاعات بر روی آن وجود دارد برای تبلیغ کدهای منحصر به فردی که در محل باز کردن شکلات وجود دارد و همچنین ارسال کد روی نوار از طریق پیامک یا به طور آنلاین در بیش از ۶۰ میلیون شکلات Nestlé Carlos V مورد استفاده قرار گرفته است. این برنامه بخشی از برنامه توسعه "Midas Touch" برای کاراکتر برند معروف King Carlos است.

صدها هزار نفر از مشتریان طی این طرح سه ماهه، نوشته نوارهای خود را از طریق ایمیل یا با گوشی های خود به ثبت رسانیدند. به این ترتیب یک پایگاه داده فوق العاده باارزش برای Nestlé به منظور استفاده آتی از آن در بازاریابی و توسعه فراهم آمد. در یک تبلیغ انیمیشنی جذاب تلویزیونی برای Carlos V، نحوه استفاده از نوار نشان داده شده و خبر اعطای میلیونها جایزه برای شرکت کنندگانی که به King Carlos در شکستن "طلمس" (یافتن تاج گمشده اش) کمک کنند اعلام شد. به منظور



جدیدترین کمیون تبلیغاتی روی بسته (on-pack) برای "سلطان شکلات" مکزیکی، استفاده از نوار بریدنی طلایی رنگ Supastrip VDP تهیه شده از یک شرکت ارائه دهنده راه حلهای بسته بندی به نام Payne است.



## نقدی بر جدیدترین بسته بندی یک برند معروف

هر ماه، مونیکا لوکاس، رئیس و مدیر تحقیقاتی گروه مشاورین فروش Pragma نگاهی نقادانه از دیدگاه مصرف کننده به بسته بندی های جدید می اندازد. مجله Packaging News نقد لوکاس را درباره طراحی جدید Twining's Everyday که توسط BrandOpus انجام شده، چاپ کرد.

سابقه

Twining's یک نشان تجاری قدیمی و شناخته شده انگلیسی و متعلق به Associated British Foods است. شرکت اکنون ۱۴ درصد از کل بازار چای را در اختیار دارد، اما جایگاه بسیار قدرتمندی در بازار تخصصی چای داشته و ۵۰ درصد سهم آن را در دست دارد. رقبای اصلی بازار اصلی PG tips با ۲۵ درصد و Tetley با ۲۳ درصد هستند.

موسس Twining's، توماس توئینگز بود که اولین چایخانه های معروف بریتانیا را در سال ۱۷۰۶ در خیابان شماره ۲۱۶ Strand در لندن افتتاح کرد که هنوز هم فعال هستند. لوگوی شرکت، که در سال ۱۷۸۷ ایجاد شد، قدیمی ترین لوگوی جهان است که به طور مداوم از آن استفاده شده است.

امتیاز گرافیک: ۸ از ۱۰

طرح برگ چای که با شکلی خلاقانه و سبکی جدید طراحی شده است، زمینه زرد رنگ جعبه را مشخص تر و درخشان کرده است. تصاویر تکراری (مانند فنجان چای کلیشه ای) و پیام های غیر ضروری قبلی کنار گذاشته شده اند تا طرح جدیدتر و چشم گیرتری به دست بیاید. لوگوی نشان تجاری Twining's با قرار گرفتن در یک مستطیل طلایی، که آن را مشخص تر کرده و پرستیژ آن را بالا می برد، ظاهر قدرتمندی به خود گرفته است. علاوه بر این، بخش توضیحات روی بسته که همیشه متغیر بود، اکنون جای خود را به یک زمینه سفید رنگ داده که آن را متمایز و خوانا کرده است.

تصاویر مزارع چای و توضیحات محصول پشت جعبه قرار گرفته اند. طرح های گرافیکی جدید پررنگ و شفاف بوده و قطعا با نشان های تجاری قدیمی چای که سبز و قهوه ای بودند متفاوت است، که باعث می شود Twining's Everyday بالاتر از جایگاه قبلی خود و نشان های تجاری بازار قرار بگیرد.

جذابیت روی قفسه فروشگاه: ۹ از ۱۰

در مقایسه با دیگر نشان های تجاری پیشرو مانند PG tips، Typhoo و Tetley، این بسته ها درخشان تر و مدرن تر به نظر رسیده و بیشتر از بقیه روی قفسه فروشگاه جلب توجه می کنند. بسته های Twining's در مقابل تمامی رقبا عملکرد خوبی داشته است.

امتیاز کل: ۹ از ۱۰

بسته های جدید اطمینان یک شرکت پیشرو در بازار را به نمایش گذاشته، بر اهمیت میراث و پرستیژ Twining's تاکید می کند، و در عین حال ظاهری به روز از محصول ارائه داده که طرفداران جوان تر و ماجراجوتر چای را به خرید آن تشویق می کند.

# ان باز شو

ردیابی فروش هر SKU طراحی شده بودند تهیه کرد. تصمیم Nestlé مبنی بر استفاده از Su- VDP شرکت Payne بر روی شکلات Carlos V دومین برنامه این شرکت از زمان ورود آن به یک طرح توسعه رکوردشکن برای برند خود در سال ۲۰۱۱ است.

artin Dallas مدیر عامل شرکت Payne می گوید: Supastrip VDP یک راه حل ایده آل برای برندهایی است که مایل به باز شدن راحت بسته بندی خود ضمن برخورداری از ارزش افزوده چاپ یک عدد منحصر به فرد روی بسته (با هدف پیشرفت) و نیز اطلاعات مربوطه برای مصرف کنندگان هستند. با این کار جذابیت محصول از هر نظر بهبود می یابد،

چه از لحاظ جذاب بودن خود بسته و چه از لحاظ ایجاد فرصتهایی به منظور تقویت ارتباط نزدیکتر با مصرف کنندگان. Supastrip VDP شرکت Payne توسعه در تمامی این مراحل را آسان ساخته و یک راهکار بی نقص برای کمپینی است که به افزایش فروش و تهیه یک پایگاه داده از مصرف کنندگان توجه دارد.

برای اولین بار در بیش از یک دهه، آب معدنی Evian برای بطری خود طراحی جدیدی در نظر گرفته است.

بطری جدید Evian، صافتر و دارای خطوط نرمتر بوده و با شفافیت بیشتر سعی در به نمایش گذاشتن محتویات خود دارد.

بطری یک ظاهر "بدون برچسب" دارد. جلوی آن ساده بوده و لوگوی قبلی به شکل ظریفی حذف شده است. پانورامایی از کوهستانها نمایانگر سرچشمه این آب معدنی در گوشه‌ای از آلپ در فرانسه است... منطقه‌ای که توسط کشاورزان حفاظت می شود تا شکل خالص و طبیعی آب معدنی Evian حفظ شود. شکل ساده بطری و قله‌های مورب کوهستان نشانگر سادگی و اصالت چشمه‌ی این آب معدنی است. داستان خاص این نشان تجاری در پشت بطری ذکر شده است، و کلمه "Evian" به شکل

## طراحی جدید Evian



هوشمندانه‌ای در انتهای آن حک شده تا یک طرح جالب به دست بدهد.

Eric O'Toole، رئیس شرکت Danone Waters در آمریکای شمالی، می گوید: "ما خیلی هیجان زده هستیم. بطری جدید باعث می شود شخصیت صادق و طبیعی Evian با مصرف کننده‌ها ارتباط برقرار کند. Evian سه دهه در گروه خود پیشرو بوده است، اما حس و حال و ظاهرش قدیمی شده بود. می خواستیم این نشان تجاری را طوری بازسازی کنیم که مشتری‌ها دوباره با افتخار آن را آب معدنی محبوبشان بنامند. ظاهر جدید Evian جذاب بوده و بیصبرانه منتظریم آن را همه جا ببینیم."

بطری طرح جدید در اندازه نیم لیتری موجود است و اندازه‌های جدید هم در ۱۲ ماه آینده به بازار خواهند آمد.

درباره یک محصول یا برند هستند. شرکت Crown با مشتریان به منظور چاپ طرح‌هایی برای زیر درپوشها همکاری می کند که مشتریان را به منابع مختلف کسب اطلاعات از قبیل ویدئوها، دستورالعمل‌ها، سایتهای رسانه‌های جمعی و وبسایت‌های اختصاصی (بهینه سازی شده برای استفاده با تجهیزات موبایل) هدایت می کنند.

به طور جایگزین می توان از این کدها به عنوان یک مولفه کلیدی مسابقات و کمپین‌های تبلیغاتی استفاده کرد که به مصرف کنندگان در صورت خرید جایزه می دهند. در این صورت برندها می توانند از ردیابی آنلاین برای سنجش نتایج آنی این تبلیغات و مسابقات استفاده نموده، روندها را دنبال کرده و در نهایت موفقیت یک کمپین خاص را ارزیابی کنند. مالکین برند می توانند از انواع طرح‌های درپوش برای تامین نیازهای مختلفشان استفاده نمایند. یک نمونه از اینها درپوش Twist است که محبوبترین پروفایل شرکت Crown بوده و برای بطری‌های داغ پرشو یا سرد پرشو، محتوی محصول پاستوریزه یا استریلیزه شده مناسب است. وقتی مشتری یک درپوش خاص را انتخاب کرد، Crown می تواند گزینه‌های بیشتری برای استفاده و چاپ کدها ارائه دهد؛ چه آن کد تک و برای تمامی درپوش‌ها بوده و چه این که به منظور تبلیغات و مسابقات، انواع مختلفی داشته باشد.

## جذب مشتری با کد QR زیر درپوش

تخفیف برای محصولات محبوب، به خصوص در اجناس خواروبارفروشی‌ها بوده است. از کدهای چاپ شده در زیر درپوش می توان در جهت تشویق مشتریان برای خریدهای بعدی یا استفاده از محصولات دیگر آن برند استفاده کرد. مکان کد به خودی خود، ابزاری مناسب برای متمایزسازی محصولات است. زیرا شامل جزئی است که نمی توان آن را روی قفسه امتحان نمود و بنابر این مشتری را به خرید تشویق می کند. علاوه بر این، کدهای QR راهکاری مناسب برای ارائه اطلاعات بیشتر



در تحقیق جدید انجام گرفته توسط شرکت Pitney Bowes گزارش شده که استفاده از کدهای پاسخ سریع (QR) در آمریکا به ۱۹ درصد در سال ۲۰۱۲ افزایش یافته و بیش از ۵ درصد نسبت به سال قبل از آن رشد داشته است. این مساله دلیلی بر رایج شدن فناوری مذکور است. شرکت Crown Clo- sures North America با شناخت فرصت‌های بکر متعددی که برای استفاده از این فناوری در جهت رشد تعامل میان مصرف کننده و تولیدکننده موجود است، با استفاده از فضای موجود در زیر درپوشها به شرکتهای در ثبت کدها روی بسته بندی محصولاتشان کمک می کند.

شیلا هیث مدیر بازاریابی شرکت مذکور در این خصوص می گوید: کدهای QR معمولاً بر روی لیبل‌ها و بسته بندی محصولات دیده می شوند اما می توان با استفاده از مرکب‌های چاپ مورد تایید FDA و فناوری‌های چاپ، آنها را داخل یک درب فلزی مورد استفاده روی غذا و نوشیدنیها جای داد.

او ادامه می دهد: با این کار برندها می توانند برای جذب مشتریانشان بدون تغییر در طراحی بصری بیرونی بسته بندی که غالباً ارزش ویژه برند خود را دارد، از یک موقعیت دیگر استفاده کنند. یک تحقیق انجام شده در سال ۲۰۱۱ توسط شرکت Mobile Commerce Daily نشان داد که دلیل اصلی اسکن کردن کدهای QR توسط مصرف کنندگان، بهره‌مندی از

# تتراپیک با LDPE تجدیدپذیر در برزیل

کمک می‌کند. گسترش خط تولید محصولات سبز تعهد ما را به افزودن ارزش از طریق توسعه پایدار برای زنجیره ارزشی تقویت می‌کند." از سال ۲۰۰۸، زنجیره حفاظت مقوای برزیل مورد تأیید شورای نظارت بر جنگل‌ها (FSCT) قرار گرفته است، یعنی تمامی کاغذی که در تولید بسته‌های تتراپیک استفاده می‌شود، از جنگل‌هایی می‌آید که تحت اصول مسئولانه مدیریت جنگل بر آنها نظارت می‌شود. تتراپیک اولین ارائه‌کننده بسته‌های غذایی مایع بود که از پلاستیک زیستی در بسته‌بندی خود استفاده کرده، و بسته‌های Tetra Brik Asep-tic با StreamCapT ۱۰۰۰ را به بازار داده است که از پلی‌اتیلن سنگین زیستی (HDPE) تولیدی Braskem در ۲۰۱۱ ساخته شده‌اند. در ابتدای این ماه شرکت اعلام کرد که یک مدل زیستی از LightCapT 30 در سراسر جهان توزیع کرده است که از HDPE ساخته شده از نیشکر استفاده می‌کند.

## درباره Braskem

Braskem بزرگترین تولیدکننده رزین‌های ترموپلاستیک در قاره آمریکاست. با ۲۶ کارخانه تولیدی در برزیل، آمریکا و آلمان، این شرکت سالانه بیش از ۱۶ میلیون تن رزین ترموپلاستیک و دیگر محصولات پتروشیمی را تولید می‌کند. Braskem به عنوان بزرگترین شرکت تولیدکننده پلیمرزیستی در جهان، ظرفیت تولید سالانه ۲۰ هزار تن پلی‌اتیلن را از اتانول نیشکر دارد. اطلاعات بیشتر در [www.braskem.com.br](http://www.braskem.com.br)

## درباره شورای نظارت بر جنگل‌ها

شورای نظارت بر جنگل‌ها (FSC) یک سازمان مستقل، غیردولتی، و غیرانتفاعی است که برای بهبود مدیریت مسئولانه جنگل‌های جهان تاسیس شده است. اطلاعات بیشتر در [www.fsc.org](http://www.fsc.org)

تتراپیک، برای اولین بار در صنعت بسته‌بندی مقوایی، در ۲۶ ژوئن اعلام کرد که قصد دارد توافق‌نامه‌ای را با Braskem، بزرگترین تولیدکننده رزین‌های ترموپلاستیک در آمریکا، امضا کرده و برای کارخانجات بسته‌بندی خود در برزیل، از پلی‌اتیلن سبک (LDPE) که از نیشکر ساخته می‌شود، استفاده کند. این حرکت انقلابی، که به صورت آزمایشی تنها در برزیل صورت خواهد گرفت، در سه ماهه اول ۲۰۱۴ آغاز می‌شود. طبق این برنامه، تتراپیک از LDPE زیستی به عنوان یکی از ترکیبات بسته‌هایی استفاده خواهد کرد، که در برزیل تولید می‌شوند. استفاده از LDPE زیست‌تخریب‌پذیر به این معناست که ۸۲ درصد از مواد تشکیل‌دهنده تمامی بسته‌های تتراپیک که در برزیل تولید می‌شوند، حدود ۱۳ میلیارد، از منابع تجدیدپذیر خواهند بود.

رئیس و مدیر اجرایی تتراپیک، Dennis Jönsson، می‌گوید، "توافق‌نامه‌ای که با Braskem امضا می‌شود، نشان‌دهنده تعهد ما به ارائه خلاقیت‌های زیست‌محیطی به مشتریان بوده و گامی فراتر در سفر ما برای تولید بسته‌های کاملاً تجدیدپذیر به حساب می‌آید.

Braskem از اتانول مشتق از نیشکر برای تولید اتانول استفاده می‌کند، که آن هم به LDPE تبدیل می‌شود. LDPE تجدیدپذیر ساخته شده از چغندر قند همان ویژگی‌های فنی LDPE ساخته شده از منابع فسیلی و مزایای زیست‌محیطی یک منبع تجدیدپذیر را دارد. پلیمرهای زیستی Braskem تحت نشان تجاری "من سبز هستم" شناخته می‌شوند. به گفته Carlos Fadigas رییس شرکت Braskem محصول LDPE زیستی جدید "من سبز هستم" به اندازه پلی‌اتیلن ساخته شده توسط منابع فسیلی ثابت، مقاوم و قابل بازیافت است، اما با جذب دی‌اکسید کربن از اتمسفر در حین فرآیند رشد نیشکر، به کاهش خروجی‌های گاز گلخانه‌ای

# مواد هلوگرافیک حساس به فشار

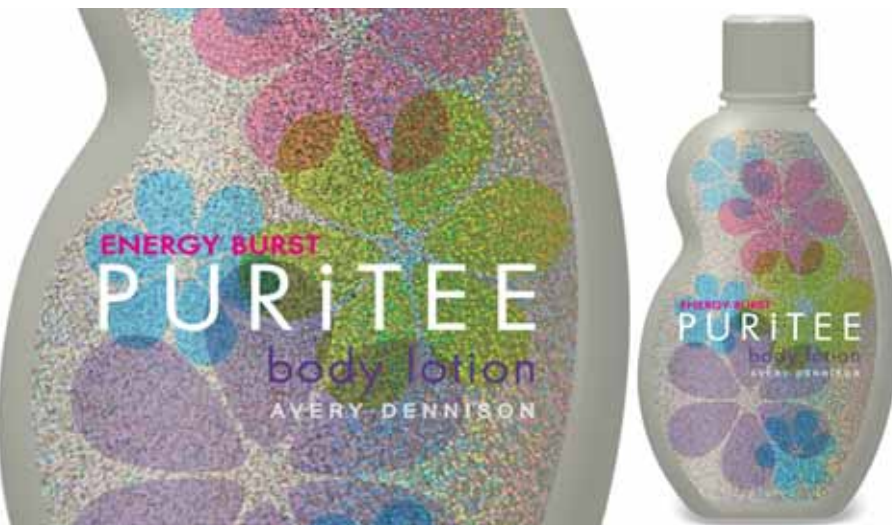
خانگی و شخصی قابل استفاده است. علاوه بر کارکرد آنها در قفسه، مهندسی مواد موجود در پورتفولیوی هلوگرافیک به گونه‌ای بوده که تبدیل و برداشت آنها بسیار آسان باشد.

می‌شود. این پورتفولیو شامل مواد لیبل از نوع نیمه‌تطبیق‌پذیر (Semi-conformable) و قابل فشردن بوده و برای انواع ظروف غذا، نوشیدنی، نوشیدنی‌های الکلی و بازار مراقبت

شرکت Avery Dennison اولین نمونه از پورتفولیوهای منحصر به فرد و با کاربردهای خاص خود را معرفی کرده است. این پورتفولیو Select Solutions نام داشته و کلکسیونی از مواد برای لیبل هلوگرافیک است. این مواد برای محصولات یادگاری، بسته‌بندی‌های فصلی یا مواقعی طراحی شده‌اند که مالکین برند مایل به القای ماهیت ممتاز محصولات خود و افزایش جذابیت آنها در قفسه‌ها هستند.

از جمله ویژگی‌های پورتفولیوی Select Solutions که از مواد هلوگرافیک مخصوص حساس به فشار ساخته شده، امکان حداقل حجم سفارش کم، درخواست استعمال روز قیمت و ارسال ۴ روزه آن است.

همچنین به تامین‌کنندگان لیبل امکان می‌دهد که لیبل‌های خاص و با کاربرد انحصاری خود را تامین نمایند. در این پورتفولیو مواد فیلم و کاغذی از یک پوشش چندلایه به منظور بازتاب نور و ایجاد انواع اثرات نوری از جمله جلوه‌های رنگین‌کمانی و منشوری استفاده

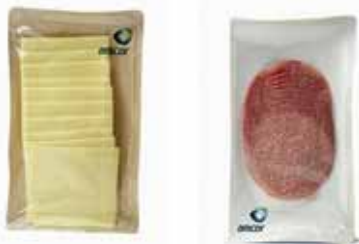


## Amcor Flexibles Packpyrus با

شرکت سوئیسی Amcor Flexibles یک بسته‌بندی جدید را روانه بازار می‌کند. این شرکت متعهد به کاهش اثرات زیست‌محیطی عملیات و محصولاتش است. بسته‌بندی جدید این شرکت به نام Packpyrus یک بسته‌بندی بر پایه سلولز قابل ترموفرمینگ برای بازار محصولات تازه است.

این بسته‌بندی به علت برخورداری از خاصیت بازدارندگی در برابر اکسیژن، به ویژه برای محصولات پیش‌برش داده شده مانند گوشت و پنیر مناسب است. این بسته‌بندی در سه مدل برای لفاف‌های پایه بسته‌بندی‌های وکیوم، ورق و لفاف‌های بر پایه اتمسفر تغییر یافته (MAP) عرضه شد. عمر کاری بسته‌بندی‌های Packpyrus Flexible و Packpyrus Rigid نسبت به انواع معمول بسیار بیشتر است.

همچنین به علت سبکی آنها، استفاده از الباف قابل نوسازی و بهینه‌سازی فرآیندهای تولید، به ترتیب کاهش ۷۰ و ۶۰ درصدی کل تصاعد گازهای گلخانه‌ای از زمان استخراج منابع تا خروج این بسته‌بندی‌ها از کارخانه (cradle-to-gate) اتفاق می‌افتد. علاوه بر این، به تازگی کمیته CEREC (کمیته فرانسوی ارزیابی بازیافت‌پذیری بسته‌بندی‌های کاغذی و مقوایی) نتیجه ارزیابی فنی خود از این دو بسته‌بندی جدید را در وبسایت خود مطلوب اعلام کرد. همچنین بسته‌بندی ساخته شده از این مواد قابلیت کسب نشان سبز لیسانس برای جداسازی زباله‌ها را دارد. این لیسانس توسط شرکت فرانسوی Eco Emballages برای تشویق مصرف‌کنندگان به جداسازی مناسب زباله‌های خانگی خود برای بازیافت طراحی شده است. این بسته‌بندی علاوه بر اعتبارنامه‌های زیست‌محیطی، به علت ظاهر و جنس طبیعی آن که مشابه "کاغذ کرافت" است، توجه ویژه‌ای به آن شده و آن را روی قفسه‌ها متمایز می‌سازد. شرکت Amcor Flexibles بسته‌بندی Packpyrus را در کارخانه‌ای با تأییدیه ISO 14001 تولید می‌کند. همچنین این شرکت عضوی از SEDEX (تبادل اطلاعات ضوابط اخلاقی فروشنده) و AIM-PROGRESS (برنامه‌ای برای منبع‌یابی قابل اطمینان) می‌باشد.



## رنگدانه‌های پلاستیکی توخالی

اندازه ذره این رنگدانه، امکان عملکرد مطلوب آن را حتی برای پیچیده‌ترین فرمولاسیون‌های کاغذ گلاسه فراهم می‌کند.

این محصول تأییدیه‌های FDA به شماره‌های 21 CFR 176.170 (اجزای کاغذ و مقوا در تماس با غذای آبدار و چرب)، 21 CFR 176.180 (اجزای کاغذ و مقوا در تماس با غذای خشک) و 21 CFR 175.105 (موادی که فقط به عنوان اجزای چسبها استفاده می‌شوند) را کسب کرده است.

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

شرکت OMNOVA Solutions رنگدانه پلاستیکی توخالی جدید خود با نام Lytron HG80 را برای کاربردهای کاغذ گلاسه، مقوا و دیگر کاربردهای خاص روانه بازار می‌کند.

گفته شده که این رنگدانه مصنوعی، جلای عالی را به همراه بهبود صافی، مات بودن و روشنایی برای ورق‌های بدون پوشش (مثل تحریر و کارت)، ورقهای با پوشش سبکوزن و مقواها فراهم می‌کند.

شرکت سازنده ادعا نموده که اندازه بهینه‌شده ذرات، حجم خالی و توزیع محدود

## فن آوری پلیمرهای پایه آب برای بسته‌های انعطاف‌پذیر

استاندارد سازنده مرکب سازگاری دارند تا تغییرپذیری فرمولاسیون آنها ارتقا یابد.

Richard Grandke مدیر بخش چاپ و بسته‌بندی، شرکت BASF در آمریکای شمالی می‌گوید: با بهبود قابلیت چاپ به همراه برخورداری از خواص چسبندگی و ترکندگی روی سطوح PE، OPP، PET و نایلون، امکان فرموله کردن مرکب‌های پایه آب لمینیشن با استحکام پیوندی مناسب برای اکثر کاربردهای بسته‌بندی مواد غذایی فراهم می‌شود.

شرکت BASF مخلوط پراکنشی جدید خود با نام Joncryl FLX 5200 را معرفی کرد. محصول جدید بنا بر ادعای این شرکت یک نوآوری در فناوری پلیمرهای پایه آب برای کاربرد در بسته‌های انعطاف‌پذیر محسوب می‌شود.

مرکب‌های چاپ فیلم که بر پایه این مخلوط پلی‌اورتان هستند، استحکام لایه‌ای بالایی در لایه‌گذاری داشته و علاوه بر انتقال مناسب و قابلیت چاپ مطلوب، با عناصر

## چسب گرم با پایه زیست‌تخریب‌پذیر

جان رای مدیر گروه بسته‌های مصرف‌کننده، از شرکت هنکل می‌گوید، "ما به خواسته‌های مشتریان خود توجه داریم و هنکل همیشه به دنبال راه حل برای رفع نیازهای مشتریان است. ما تصمیم گرفتیم که با توجه به چالش‌های تکنولوژی پاسخ دهیم و با همکاری DaniMer از مواد تجدیدپذیر در فرمولاسیون چسب خود استفاده کنیم. وی می‌افزاید: "ما اعتقاد داریم که این فن‌آوری، همراه با طیف وسیعی از فن‌آوری‌های دیگر هنکل که در حال کار بر روی آنها هستیم، نقش مهمی در کمک به مشتریان برای کاهش وابستگی به مواد نفتی در عملیات بسته‌بندی بازی کند.

دنیل گراوی مدیر عامل DaniMer می‌گوید: منابع مواد خام تجدیدپذیر که ما برای تولید این چسب‌های خاص استفاده می‌کنیم به طور مستقیم از هیچ زنجیره غذایی استخراج نشده است. این دوشرکت اعلام کرده‌اند که خانواده کاملی از این چسب را ارائه خواهند داد. این چسب نیمه اول ۲۰۱۳ به بازار عرضه شد.

هنکل و DaniMer به اتفاق یکدیگر نوعی چسب گرم برای بسته‌بندی عرضه کرده‌اند که پایه آن مواد زیست‌تخریب‌پذیر است.

هنکل، یکی از تولیدکنندگان معروف چسب و DaniMer، یک فعال شناخته شده در تکنولوژی مواد زیستی است. هدف اولیه برای این نوع چسب گرم (hotmelt) زیست‌سازگار بازار بسته‌بندی از جمله عملیات پایان خط و برچسب‌زنی است.

گری ری‌کویتس مدیر ارشد توسعه محصول شرکت هنکل می‌گوید: "تعداد زیادی از مشتریان ما در حوزه بسته‌های مصرف‌کننده به طرح‌های پایداری مانند کاهش ردپای کربن از مواد بسته‌بندی، زیست‌سازگاری و تنوع زنجیره تامین برای مواد بسته‌بندی اهمیت می‌دهند. هنکل فن آوری‌ها. "هنکل و DaniMer، همکاری با یکدیگر برای حل این مسائل هنوز تأیید دیگری است که ما همواره ارائه فن آوری‌های واقعاً نوآورانه که تلاش مشتریان ما برای رسیدن به اهداف پایداری خود را افزایش."

## آنیلوکس جدید Harper



روکش اجازه می‌دهد تا ضخامت و طول اسلیو را پوشش دهد. همچنین حذف هزینه کاری (counterbore) و افزایش تعداد تعمیرات ممکن که یک اسلیو قادر به تحمل در عمر کاری‌اش است را به دنبال دارد. شرکت سازنده ادعا کرده لاینر داخلی نیز گسترده شده و نصب ارتقا یافته است، زیرا منافذ مندرل نسبت به وقتی که از یک اسلیو معمولی با سر حلقه‌ای استفاده شود، با سهولت بیشتری پوشیده می‌شوند.

شرکت Harper کاربرد لاستیک سنتز شده خود را آب‌بندی و محافظت از چندین لایه داخل اسلیو آنیلوکس (Anilox) اعلام کرده است. این لاستیک مصنوعی مزایای بسیاری داشته و ادعا شده قادر به مقاومت در برابر تنشها، دماها و مواد شیمیایی دخیل در فرآیند چاپ فلکسوگرافی است. کارکرد اصلی این لاستیک مصنوعی، آب‌بندی لایه فوم انبساطی و جلوگیری از تخریب آن است. این لاستیک مصنوعی به

همچنین قابلیت آب‌بندی مندرل به لاستیک مصنوعی اجازه می‌دهد که از نفوذ مرکب چاپ به داخل جلوگیری کند.

قابلیت وصل به ایستگاه‌های پرکن را دارد. از روش سیل با هوای گرم استفاده می‌کند. بی سر و صدا کار می‌کند. تمامی تیوب‌های LDPE، HDPE، چندلایه، لمینیت و بقیه را سیل می‌کند. این سیستم به چیلر احتیاج نداشته و قابلیت نصب تاریخ‌زن را دارد. شرکت سازنده آن گزارش داده که در حال ساخت یک تیوب پرکن TF-100 است که همراه با TS-100 کار می‌کند.

تیوب سیلر رومیزی TS100 یک دستگاه جمع و جور است که به وسیله شرکت AnC Machin-ing, Inc ساخته شده است: در هر شیفت ۸ ساعته، تا حداکثر ۴۸۰۰ تیوب را سیل می‌کند. کمتر از ۸۰۰ وات برق مصرف می‌کند، روزانه کمتر از ۱ دلار هزینه برق به بار می‌آورد. دستگاه به صورت اتوماتیک خود را تنظیم می‌کند و این کار را با دقت ۰/۰۱ اینچ انجام می‌دهد.



## تیوب سیلر رومیزی



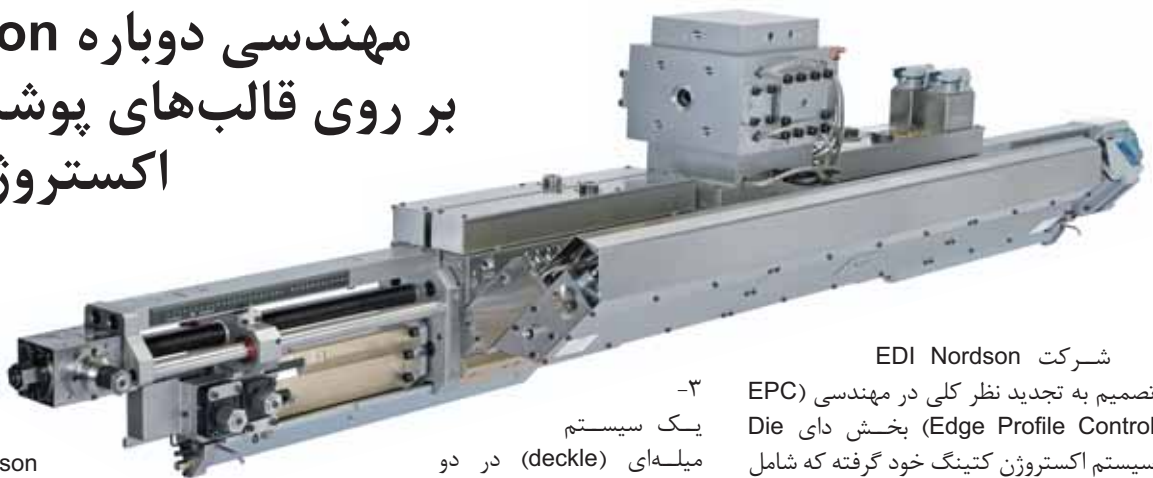
## مهندسی دوباره Nordson بر روی قالب‌های پوشش‌دهی اکستروژن خود

Sam G. Iuliano

تکنولوژیست ارشد می‌گوید: نسل جدید دای‌های EPC شرکت EDI

Nordson نیاز به

پیاده کردن سیستم میله‌ای دکل (deckle) برای پاک کردن انباشت پلیمر کربونیزه شده در لبه‌ها را برطرف نموده و به این ترتیب، یک روال ۵ دقیقه‌ای را جایگزین فرآیند یک تا یک و نیم ساعته می‌کند. همچنین از آن جا که در این قالب، امکان برداشتن کل سیستم دکل به عنوان یک واحد خودکفا فراهم می‌شود، زمان لازم برای باز کردن کامل قالب به منظور جدا کردن و تمیز کردن اجزا به نصف کاهش می‌یابد.



شرکت EDI Nordson

تصمیم به تجدید نظر کلی در مهندسی (EPC) Edge Profile Control) بخش دای سیستم اکستروژن کتینگ خود گرفته که شامل زبانه لبه تنظیم پوشش‌دهی (edge bead) می‌شود. ادعا شده این سیستم مستحکمتر بوده، کار کردن با آن راحتتر است و زمان‌های از کار افتادگی آن برای تغییر ضخامت و تمیزکاری کوتاهتر است. سیستم EPC پیشرفته‌ترین نوعی است که تا به حال عرضه شده است و شامل امکانات زیر است:

۱- کنترل پروفیل گنج خودکار Autoflex VI  
۲- بلوک تغذیه (feedblock) برای پوشش‌های چندلایه

۳- یک سیستم میله‌ای (deckle) در دو سر دای برای تنظیم سریع عرض با امکان برداشتن ساده برای تمیز کردن دای  
۴- یک وسیله برای برطرف کردن سریع انباشت ماده در سر دای در بلوک تغذیه Ultraflow و در محل پیوستن جریان‌ات مذاب به کانال جریان مرکزی، صفحات تلفیق شونده قرار دارند که به دو شیوه کار می‌کنند: یا به طور اتوماتیک جریان‌ات ماده لایه‌ای را تنظیم می‌کنند و یا میزان‌سازی دقیق را به واسطه تنظیم دستی ممکن می‌سازند.

متعددی برای نصب قابل انتخاب است.



## غلتک‌های جدید کشش برای وب باریک

گفته می‌شود که نصب آن آسان بوده و خروجی سیگنال تنش آن دقیق است.

توان تحمل بار این غلتک‌های مبدل از ۱۲ پوند به بالا است. در صورتی که این غلتکها با آمپلی‌فایر، نمایشگر یا کنترلرهای شرکت سازنده تلفیق شوند، مشتریان قادر خواهند شد که محدوده عملیاتی تنش ۱:۵۰ را تجربه کنند. این واحدها از آلومینیوم و فولاد زنگ‌نزن ساخته شده و امکان انتخاب پرداخت سطحی مد نظر برای غلتک توسط مشتری وجود دارد. هر نوع مبدل در محدوده عرضهای مختلفی قابل تهیه است تا با وبهای ۶ اینچی به بالا منطبق شود. همچنین گزینه‌های

شرکت DFE (Dover Flexo Electron- ics) مبدل‌های غلتک کشش و وب باریک خود را با سه قطر جدید (۲/۲۵، ۳/۰ و ۳/۵ اینچی) تولید کرده تا در محدوده وسیعتری از کاربردهای تبدیل و چاپ قابل استفاده باشند. این مبدل‌ها یک غلتک هرزگرد حساس به تنش است که بر روی یک ماشین دووجهی نصب می‌شود.

اما مبدل narrow web مجهز به پایه بوده و بر روی یک ماشین تک‌چارچوبه قرار می‌گیرد. هر وسیله اندازه‌گیری متشکل از یک غلتک هرزگرد و دو سنسور تنش است که در یک واحد مجزا و یکپارچه قرار گرفته و به این دلیل

## سیستم لیزر مارکینگ

برای Primera SE UltraLite ویندوز مجهز است.



این سیستم، بارکدهای متن، گرافیکی، خطی و یا دوبعدی بر روی زیرلایه‌های خاص قابل مارک با لیزر که می‌تواند تا ۱۳۰ میلی‌متر عرض داشته باشند، مارک می‌شوند.

لیبل‌ها و تگ‌های حاصله فوق‌العاده مستحکم بوده و بدون نیاز به لیمینیت قادر به قرارگیری طولانی‌مدت در معرض اشعه ماوراء بنفش، مواد شیمیایی، مایعات و دماهای تا حداکثر ۳۰۰ درجه سانتی‌گراد هستند.

همچنین با ملزومات ارزیابی UL و CSA برای صفحات و تگ‌ها و لیبل‌های سریال نامبر تطابق دارند. نرم‌افزارهای درایور این پرینترها در ویندوزهای XP، Vista، ۷ و ۸ قابل استفاده‌اند. همچنین این سیستم به یک نرم‌افزار طراحی و چاپ لیبل با کاربری آسان از شرکت Seagull Scientific به نام BarTender

سیستم لیزر مارکینگ LP130 که یک گونه جدید و بهینه‌سازی شده از لیبل پرینتر DL500 شرکت Primeralabel است، با انواع بیشتری از نوارها، لیبل‌ها و تگ‌های قابل مارک با لیزر تطابق دارد. از جمله بهبودهای انجام گرفته در این سیستم می‌توان به افزایش ۲۵ درصدی سرعت چاپ آن نسبت به DL500 اشاره کرد.

LP130 تولید سریع و آسان درون‌سازمانی لیبل‌ها و تگ‌ها برای استفاده در انواع کاربردهای سخت و پیچیده را ممکن می‌کند. با استفاده از



## داکتر بلید جدید

مرکب تا سیلندر آنیلوکس کنترل کند. این سیستم، ویسکوزیته مرکب را در حد یکنواختی حفظ می‌کند تا چگالی آن روی سطح چاپ ثابت باقی بماند. همچنین با ثابت باقی ماندن فشار و جریان از اختلاط هوا با مرکب در محفظه آنیلوکس جلوگیری می‌شود که همین مساله مانع از نرسیدن مرکب و تاول زدن می‌شود. در محیط‌هایی که احتمال تبخیر حلال وجود دارد، این محیط هواناپذیر، جابه‌جایی و ذخیره مطمئن مرکب‌های پایه حلال را ممکن می‌سازد.



۵۰۰ متر در دقیقه مناسب بوده و امکان چاپ و پوشش‌دهی فلکسو با وب‌های باریک و متوسط را دارند. سیستم ضدنشست لاستیکی این دستگاه که به عنوان اختراع به ثبت رسیده، یک بست غیرقابل نفوذ در برابر هوا را در اطراف محفظه ایجاد کرده و مانع نشست می‌شود. به گفته شرکت سازنده، این محیط هواناپذیر امکان ذخیره مرکب باقیمانده را به مدت‌های طولانی بدون تبخیر یا فساد فراهم می‌کند.

محفظه‌ها دارای سیستم تغییر E-Line داکتر بلید هستند که امکان قرار دادن تیغه‌ها در شیارها و برداشتن آنها توسط یک گیره در عرض ۱ دقیقه را ممکن می‌کند. سیستم مرکب‌رسان جدید F10 iCon قابلیت کنترل ویسکوزیته و جریان را داشته و همچنین قادر است دمای مرکب را ضمن گردش آن از ظرف

شرکت دانمارکی TRESU Group که یک فروشنده جهانی خطوط چاپ فلکسو و محصولات جانبی است در نمایشگاه China Print 2013 انواعی از سیستم‌های جدید داکتر بلید و یک سیستم جدید گردش مرکب چاپ را معرفی کرد. ادعا شده که این داکتر بلید نشانند یکنواخت، هموار و بدون پاشش مرکب‌ها و پوشش‌های فلکسوگرافی را در واحدهای رول آنیلوکس تضمین کرده و از ایجاد میکروکفها و تاول جلوگیری می‌کند.

گفته شده که به همراه سیستم‌های گردش جوهر، کنترل دقیق فشار، جریان و ویسکوزیته، تنظیم کارآمد دما و تمیزکاری، تعویض سریع تیغه و نفوذناپذیری محفظه (chamber) در برابر هوا تامین می‌شود.

این سیستم‌ها برای سرعت‌های چاپ تا

## برچسب زن نیمه اتوماتیک

دستگاه جدید AP550 Flat-Surface یک برچسب زن نیمه اتوماتیک است که خیلی سریع و راحت برچسبها را روی سطوح تخت گوناگون مثل بطری، جعبه، بسته، کیسه، کیف، درب، قوطی‌های مربع یا باریک می‌چسباند. برچسبها خیلی صاف، بدون چروک یا تاخوردگی و دقیقاً در نقطه مورد نظر روی هر بسته قرار می‌گیرند. محصول نهایی با این برچسبها ظاهر خیلی حرفه‌ای پیدا کرده و به این ترتیب تعداد بسته‌هایی که هر ساعت، به جای برچسب زنی دستی، با دستگاه برچسب زده می‌شوند، به شکل قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا می‌کند.

عملکرد این دستگاه ساده است: ظرف را در ماشین گذاشته و دسته را به سمت ظرف بکشید. در این دستگاه فضای کافی، حافظه برای ۹ بار تکرار برچسب زنی، و یک پیشخوان با صفحه نمایش LED تعبیه شده است. دستگاه به فشار هوا احتیاج ندارد که خود مزیت چشمگیری در مقابل برچسب زنهای دیگر به حساب می‌آید که به کمپرسورهای هوای گرانبه‌ای، پر سروصدا و نیازمند نگهداری و تعمیرات، نیاز دارند.

AP550 وسیله‌ای برای برچسب‌های تولید شده توسط پرینترها و چاپ‌های دیجیتال برچسب‌رنکی سری LX و CX همین شرکت است. در کنار هم، این دستگاه‌ها یک مجموعه کامل چاپ و اجرا تشکیل می‌دهند که برای دامنه‌ی گسترده‌ای از تولیدکننده‌ها و توزیع‌کننده‌ها ایده‌آل است. با AP550 می‌توان برچسب‌های لوله‌ای یا fan-fed که با متدهای دیگری مثل فلکسوگرافی، افست یا انتقال حرارتی چاپ شده‌اند، را هم چسباند. قیمت AP550 در آمریکا و کانادا ۲۴۹۵ دلار (قیمت تعیین شده برای

خرده‌فروشی) است. از آگوست ۲۰۱۳ این دستگاه در فروشگاه‌ها و توزیع‌کننده‌های مجاز Primera عرضه می‌شود. قیمت‌ها در خارج از شمال آمریکا متغیر هستند.



## شیر (valve) جدید برای پرکن

شیر جدید ثبت اختراع شده شرکت Tri-Line از فناوری پیشرفته‌ای بهره می‌گیرد که سرعت خط پرکن را تنها محدود به توانایی بخش انتقال نیرو و فناوری دربندی می‌کند. حداکثر سرعت برای این شیر غالباً برای بطری‌های کوچک ۳۰ میلی‌لیتر تا ۱ لیتری حاصل می‌شود. استفاده از این شیر برای تمامی مایعات سیال از جمله الکل، دوغ و سایر مایعات سرد، با دمای متوسط، داغ یا خمیرمانند ضمن استفاده از یک فیلر مشابه، بهبود ۱۵ تا ۷۵ درصدی نرخ تولید را به همراه خواهد داشت.

یک طراحی ارتقا یافته برای پرکن به صورت کاسه، کار کردن اپراتور با آن راحت‌تر کرده و با حذف چندین جزء نهایتاً به کاهش هزینه عملیات منجر می‌شود. در صورتی که ظرف موجود برای یک شیر Tri-Line طراحی نشده باشد، استفاده از یک ظرف جدید برای تطبیق‌یابی با شیرهای جدید Tri-Line Quick Start لازم خواهد بود.

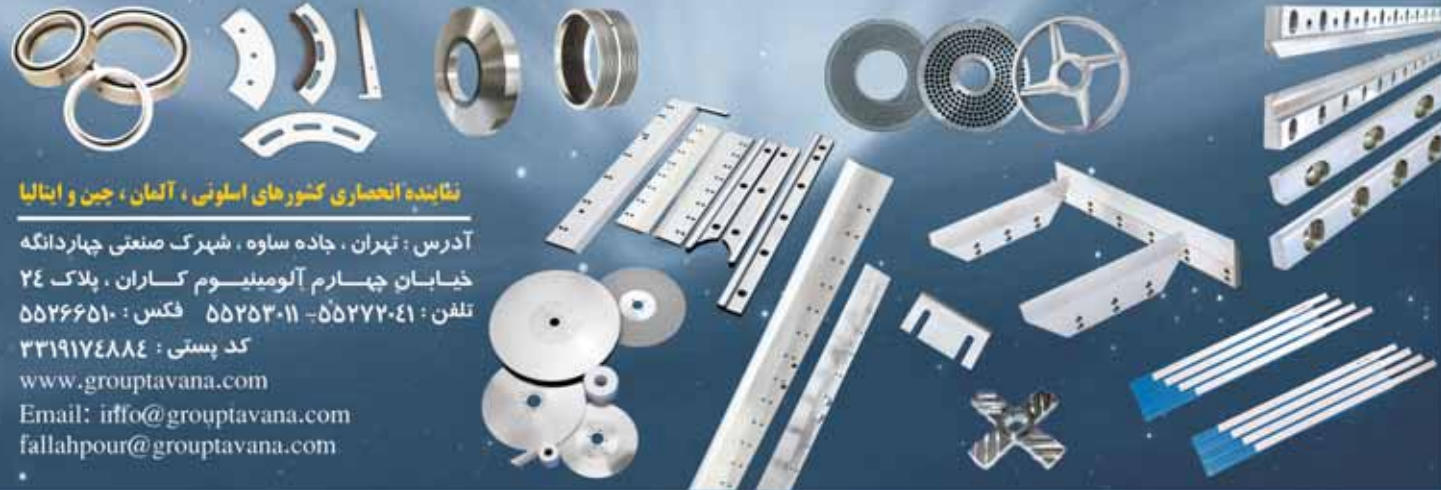


## انتشار اولین شماره خبرنامه کار و اندیشه

اولین شماره خبرنامه کار و اندیشه ارگان شرکت کار و اندیشه منتشر شد. شرکت کار و اندیشه که نمایندگی تعدادی از نامهای بزرگ صنعتی را در اختیار دارد تصمیم گرفته اخبار و تبلیغات خود را آن طور که خود دوست دارد در قالب یک نشریه منتشر کرده و به دست مخاطبان خود برساند. دست‌اندرکاران بسته‌بندی، شرکت کار و اندیشه را به دلیل نمایندگی شرکت آلمانی KHS می‌شناسند. انتشار خبرنامه کاری است که بسیاری از برندهای بزرگ در جهان انجام می‌دهند. البته همه این برندهای بزرگ با علم به این که هیچ گاه نمی‌توانند با خبرنامه‌های خود اثر و جایگاه نشریات تخصصی صنف خود را به دست بیاورند بموازات انتشار خبرنامه‌های تشریحی خود به تبلیغات در رسانه‌های تخصصی نیز می‌پردازند تا زیر پای خود را محکم کنند. کاری که معمولاً در ایران به صورت معکوس انجام می‌شود. به هر حال ماهنامه صنعت بسته‌بندی برای این شرکت و خبرنامه‌هایش آرزوی موفقیت و دوام داشته و خوانندگان محترم را به مطالعه آن دعوت می‌کند.







نوابنده انحصاری کشورهای اسلونی، آلمان، چین و ایتالیا

آدرس: تهران، جاده ساوه، شهرک صنعتی چهاردانگه  
خیابان چهارم آلومینیوم کاران، پلاک ۲۴  
تلفن: ۵۵۲۷۲۰۴۱ - ۵۵۲۵۳۰۱۱ - فکس: ۵۵۲۶۶۵۱۰  
کد پستی: ۳۳۱۹۱۷۴۸۸۴  
www.grouptavana.com  
Email: iffo@grouptavana.com  
fallahpour@grouptavana.com



**مازند فیل**

سازنده دستگاه های پرکن لیوانی

**MFRI SERIES**

دستگاه پرکن روتاری تک نازل  
ظروف گرد و چهار گوش

**MFL SERIES**

دستگاه پرکن خطی سه، چهار و پنج نازل

**MFRD SERIES**

دستگاه روتاری پرکن و سیل دبه و سطل



## افتتاح بزرگ‌ترین خط خمیر کاغذ جهان در روسیه

این صنعت است. پروژه عظیم براسک مثال خوبی برای تجارت هدفمند سازمانی و منطقه‌ای و اتحادیه‌ای است. "Zakhar Smushkin نیز اضافه کرد: "در آینده نزدیک خط تولید خمیر را ارتقا خواهیم داد.

John Faraci نیز گفت: "ما سرمایه‌گذاری‌های عظیمی را در برنامه قرار دادیم و آنها را به سرانجام رساندیم. من باور دارم که گروه Ilim یک مثال فوق‌العاده از قدرت ریسک‌شراکتی در صنعت را به ما نشان داد. به ما نشان داد چگونه شرکت‌های بین‌المللی می‌توانند با یکدیگر همکاری کنند تا به یک پروژه زندگی ببخشند. ما به شراکت واقعی و ریسک‌پذیری نیاز داشتیم."

آگاهی بیشتر: [www.ilimgroup.ru](http://www.ilimgroup.ru)

براسک فراتر از ۸۰۰ میلیون دلار است. ظرفیت خط تولید خمیر سفید شده کاغذ سالیانه ۷۲۰,۰۰۰ تن خواهد بود، که با کل صنایع کاغذ و خمیر ظرفیت خروجی کارخانه bratsk سالانه از ۱ میلیون نیز فراتر خواهد بود. اجرایی کردن این پروژه باعث شد کارخانه براسک به طور موثر بومی‌تر شود.

به گفته Ilim پروژه خط تولید خمیر زمینه‌ساز ارتقا در بخش‌های زیربنایی شد که شامل ساخت recovery boiler، انبار چوب جدید و ماشین‌آلات آماده‌سازی مواد شیمیایی بود. دمتری میدوف در سخنرانی افتتاحیه به شرکت‌کنندگان در مراسم به خاطر راه‌اندازی خط تولید خمیر تبریک گفت.

وی گفت: "این یک رویداد مهم و رویدادی است که بسیار منتظرش بودیم. این صنعت مدت‌ها بود که چنین سرمایه‌گذاری‌هایی را ندیده بود. این رویدادی با شکوه برای همه کارکنان

گروه Ilim در ۱۹ ژوئن به طور رسمی بخش خمیر کاغذ را در کارخانه خمیر براسک (bratsk) و بسته‌بندی خود واقع در روسیه افتتاح کرد.

طبق گفته Ilim چرخه تولید خمیر کاغذ بزرگ‌ترین پروژه سرمایه‌گذاری در صنعت خمیر کاغذ و کاغذ در ۳۰ سال اخیر روسیه می‌باشد که کامل انجام شده است و بزرگترین خط خمیر در جهان نیز می‌باشد.

یک مراسم نمادین اهدای کلید با حضور دمتری میدوف نخست‌وزیر روسیه، Zakhar Smushkin رئیس هیئت مدیره گروه Ilim John Faraci، رئیس و مدیر اجرایی کاغذ بین‌الملل و Sergey Eroschenko فرماندار Irkutsk Oblast نیز برگزار شد.

کل سرمایه‌گذاری روی پروژه عظیم



## نصب یک دستگاه چاپ Gallus ICS 670 در امارات

تمیزکننده رول باز شده (Web)، دو واحد برای فویل کوبی سرد یا عملیات لایه‌گذاری (یا چاپ فلکسو)، دو واحد چاپ گراور، شش ایستگاه چاپ فلکسو، دای کات تخت، پوشال‌برداری و دسته‌بندی و تحویل تشکیل شده است.

این ماشین حدود چهار و نیم میلیون یورو برای ما هزینه داشت و با آن می‌توانیم تا مقوای ۶۰۰ گرمی را زیر چاپ مستقیم و عملیات تکمیلی ببریم.

دارند. در این راستا برای توسعه در این بخش مطالعات زیادی روی سه روش افست، فلکسو و گراور چاپ انجام دادیم.

ما در نهایت روش فلکسوگرافی را انتخاب کردیم. البته با Gallus بحث‌های زیادی بر سر ترکیب فلکسو و گراور داشتیم. ما به این نتیجه رسیدیم که تولید درون‌خطی inLine انتخاب صحیح برای چاپ بسته سیگار است. بنا بر این مذاکرات مفصلی را برای خرید ماشین مورد نظر خود (گالوس) آغاز کردیم.

خط تولیدی که گالوس برای ما ساخته پنجاه متر طول دارد و از بخش‌های یک رول‌بازکن،

شرکت چاپ و جعبه‌سازی Al Mawrid واقع در شارجه پس از دیدن عملکرد Gal- ICS 670 در غرفه شرکت هایدلبرگ در نمایشگاه دروفا ۲۰۱۲ اقدام به خرید و نصب آن در چاپخانه خود در امارات کرد.

این چاپخانه که در اواخر ۱۹۷۰ میلادی تاسیس شده اکنون گردش مالی بالغ بر دویست میلیون دلار در سال دارد. این چاپخانه ده دستگاه ماشین هایدلبرگ ورقی از تکرنگ یک ورقی تا اسپیدمستر B1 هشت‌رنگ دارد.

T K Babukutty مدیرعامل این شرکت چاپی می‌گوید: پنج سال پیش هفتاد و پنج درصد خروجی چاپخانه ما سفارشات چاپ تجاری بود. امروز این سهم به سفارشات بسته‌بندی منتقل شده است.

ما سفارشات بسته‌بندی خاصی از جمله جعبه سیگار داریم که مسائل خاص خود را



**gallus**

شرکت ایران روتاتیو پاسخگوی نیاز مراکز چاپی بسته بندی های انعطاف پذیر و جعبه های مقوایی لوازم خانگی، مواد غذایی، شیرینی و شکلات، دارویی، آرایشی و بهداشتی، دخانیات و مایعات



• کیفیت برتر  
• شرایط فروش اعتباری

# gallus

## کمپانی گالوس

ارایه کننده راهکارهای یکپارچه چاپ رول و دایکات بسته بندی های مقوایی  
سازنده آلمانی ماشین های رول ترکیبی فلکسو و روتوگراور و عملیات تکمیلی در خط چاپ



## کمپانی سوما

ارایه کننده راهکارهای یکپارچه چاپ رول و لمینیت بسته بندی های انعطاف پذیر  
سازنده ماشین های رول فلکسو سیلندر مرکزی، لمینیتور، تبدیل رول به ورق، دایکات رول و کلیشه چسبانی

سمینار تخصصی ماشین آلات فلکسوگرافی، مرداد ۱۳۹۲  
جهت ثبت نام با شماره تلفن ۱۲ ۸۷۷۸۱۳ تماس حاصل فرمایید.

## تحقیق سایت Private Label Sourcing درباره استراتژی‌های متمایزسازی و دفاع

- تکامل استراتژی‌های زنجیره ارزش-نقش خرده‌فروش‌ها و شرکای زنجیره تامین آنها
- تغییر روش‌های منبع‌یابی خرده‌فروش‌ها از جمله معیارهایشان برای منبع تامین و انتخاب فروشنده
- روندهای مدل عملیاتی مربوطه، کنترل، فناوری و مالیات



**Omni-channel:** همه‌کاناله اشاره به فروش با استفاده از همه روش‌های ارتباطی ممکن نظیر اینترنت، موبایل، تلفن، فروشگاه و... دارد و این واژه بالاتر از چندکاناله Multi-channel قرار دارد.

**Private Label:** لیبل اختصاصی ساختن برندهای خاص است که بر اساس نوع خاصی از رابطه با مشتریان به وجود می‌آید. مثلاً یک فروشگاه زنجیره‌ای بعضی از کالاها را با برند خود (انتخاب خود) معرفی می‌کند. برای اطلاعات بیشتر به "ماهنامه صنعت بسته‌بندی، شماره‌های ۱۱۸ و ۱۱۹، قدرت بیشتر برای خرده‌فروشان" نگاه کنید.

صنعت خرده‌فروشی به دوران تغییر سریع گام نهاده است. نیروهای همه‌کاناله (Omni-channel)، رفتار مصرف‌کننده و ویژگی‌های رقابتی را از نو شکل می‌دهند، رشد نرخ گسترش بین‌المللی ادامه داشته و تامین‌کنندگان با نوسانات و مقررات بیشتری مواجه می‌شوند. در این محیط جدید، انتظار خرده‌فروشها از کسب منبع لیبل اختصاصی (Private Label)، متمایزسازی بیشتر محصولاتشان روی قفسه‌ها و حفظ سهم بازار، حاشیه و اعتبار برند آنهاست. شرکت Deloitte به منظور شناخت بهتر این بازار پویا، یک مطالعه جامع درباره روش‌های منبع‌یابی فروشنده‌ها توسط خرده‌فروش‌ها انجام داده است. تحقیق سایت Private Label Sourcing که بین سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۳ انجام گرفته یکی از بزرگترین و جامعترین مطالعات انجام شده روی این بازار تا کنون است. "ابروندهای" کلیدی زیر، اهمیت لیبل خصوصی را برای خرده‌فروش‌ها روشن می‌کند: رشد سریع جمعیت در مناطق در حال توسعه، توزیع نامتوازی داشته و به بازگشایی منابع ملی کم‌هزینه تامین کالا، ایجاد بازارهای جدید برای گسترش خرده‌فروشی، نوسان قیمت اجناس و تقویت پیچیدگی زنجیره تامین می‌انجامد.

پیدایش محیط خرده‌فروشی همه‌کاناله، تقاضا را به سمت محصولات ابتکاری و انحصاری با لیبل‌های اختصاصی هدایت می‌کند، چرا که اجناس برند شده ملی به راحتی توسط رقبای آنلاین به فروش می‌رسند. و مورد آخر این که ارتباط متقابل مصرف‌کنندگان با یکدیگر با استفاده از رسانه‌های جمعی، به شفافیت بیشتر زنجیره‌های تامین لیبل اختصاصی منجر شده است. یافته‌های این سایت، یک تحلیل از روندهای کلیدی در منبع‌یابی لیبل اختصاصی از جمله موارد زیر ارائه می‌دهد:

- فشارهای غالب بازار که خرده‌فروشها با آنها مواجه هستند
- واکنشهای استراتژیک کنونی و نوظهور در مقابل فشارهای بازار

میتسوبیشی و رایوبی با این سرمایه‌گذاری مشترک به دنبال غلبه بر رقابت فزاینده جهانی و حضور قدرتمندانه‌تر در بازار جهانی هستند. آنها همچنین این هدف را دارند که این واحد جدید با برآورده کردن انتظارات مشتری و ارائه محصولات نوآورانه و خدمات برجسته به بازار به یک شرکت پیشروی جهانی در صنعت چاپ تبدیل شود.

## ۲- خلاصه طرح سرمایه‌گذاری مشترک

- ۱- نام شرکت: RYOBI MHI Graphic Technology Ltd
- ۲- اداره مرکزی: 800-2 Ukaicho, Fuchu City, Hiroshima, Japan
- ۳- نمایندگی: قرار است اعلام شود
- ۴- هیات مدیره ۵ نفره (از جمله یک مدیر نماینده)، سه نفر از شرکت رایوبی و دو نفر از شرکت میتسوبیشی
- ۵- حسابرسها: ۲ حسابرس بیرونی، یکی از رایوبی و یکی از میتسوبیشی
- ۶- حیطة کسب و کار و فروش: ماشین‌آلات چاپ و سایر مواد مربوطه، طراحی، اجرا و نظارت بر نصب تجهیزات، فروش ماشین‌آلات مستعمل
- ۷- سرمایه‌گذاری: ۱۰۰ میلیون یورو
- ۸- آغاز عملیات: اول ژانویه ۲۰۱۴
- ۹- کارکنان: ۴۵۰ نفر
- ۱۰- پایان سال مالی: ۳۱ مارس
- ۱۱- مالکیت: ۶۰ درصد رایوبی و ۴۰ درصد میتسوبیشی
- ۱۲- هدف‌گذاری فروش برای سال مالی ۲۰۱۴: ۳۰ میلیارد یورو درآمد پیش از کسر ۱/۵ میلیارد یورو مالیات

# RYOBI

## MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES, LTD.

### امضای توافق برای سرمایه‌گذاری و کسب و کار مشترک

مذاکراتی راجع به چگونگی تحقق بخشیدن به یک اتحاد تجاری ایده‌آل در این صنعت انجام دادند. توافق‌هایی که خبر آن به تازگی اعلام شده به معنای نهایی کردن برنامه‌ها به منظور یک سرمایه‌گذاری مشترک است که در تلاش به منظور دستیابی به اثرات هم‌افزایی مناسب از جمله ارتقای تولید محصول، گسترش قابلیت‌های توسعه محصول، کاهش هزینه‌های تولید و بهبود شبکه‌های فروش و خدمات است.

در حال حاضر صنعت چاپ تجاری پیش‌بینی می‌کند که تقاضا برای ماشین‌آلات چاپ در اقتصادهای نوظهور افزایش یابد. به طور هم‌زمان پیش‌بینی می‌شود که تقاضا برای محصولات پیشرفته‌تر در اقتصادهای توسعه یافته رشد بیشتری داشته باشد. شرکت‌های

بخش ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی شرکت میتسوبیشی - Mitsubishi Heavy Industries MHI-PPM dustries و شرکت رایوبی Ryobi در تاریخ ۳۰ ژوئن ۲۰۱۳، یک توافقنامه مبنی بر سرمایه‌گذاری مشترک و اجرای یکپارچه‌سازی کسب و کار در زمینه چاپ آفست ورقی به امضا رسانیدند. این توافقنامه پس از دریافت تایید هیات مدیره‌های دو شرکت مذکور به امضا رسید.

#### ۱- هدف توافقنامه

هر دو شرکت مذکور در زمینه تولید و بازاریابی ماشین‌آلات چاپ آفست ورقی فعالیت دارند. با این وجود اخیراً بازار به علت کاهش تقاضا به ویژه در مناطق توسعه‌یافته به علت بحران اقتصادی جهانی آسیب دیده است. این رکود هر دو شرکت مذکور را به ارتقای اصلاح ساختارهای داخلی خود به منظور حفظ رقابت‌جویی و سلامت مالی واداشته است. آن طور که در یک خبر مطبوعاتی با عنوان "اعلام امضای نامه تمایل برای متحد شدن کسب و کار در ماشین‌آلات چاپ تجاری" گزارش شده، شرکت‌های میتسوبیشی (MHI) و رایوبی توافق خود را مبنی بر مطالعه پیرامون دایر کردن یک پیمان تجاری در زمینه ماشین‌آلات چاپ آفست ورقی که هدف آن بهبود رقابتی بودن بازار، ارتقای مقیاس عملیات و تحکیم پایه مدیریتی آنهاست اعلام کردند. کمی پس از آن، دو شرکت مذکور

# آذین چاپ البرز

## بدون توقف، در مسیر توسعه



آذین چاپ البرز  
تولیدکننده عریض ترین فیلم PVC شرینگ  
در ایران با عرض ۱۰۵۰ میلی متر



### نگاهی به مجموعه آذین چاپ البرز

- ۱- تولید فیلم PVC شرینگ، در این بخش فیلم PVC شرینگ با کیفیت مطلوب و مناسب با استفاده از مواد اولیه اصلی جهت چاپ یا بسته بندی تولید می شود.
- ۲- خدمات پیش از چاپ، مانند طراحی و مشاوره فنی و مهندسی که در آن ابتداء مشاوره های لازم در خصوص ظروف و ابعاد فنی و... به مشتریان ارائه و سپس به طراحی و آماده سازی طرح ها اقدام می شود.
- ۳- خدمات چاپ، در این بخش با استفاده از ماشین آلات چاپ ۷ و ۸ رنگ طرح های مختلف با کیفیت عالی به چاپ می رسند.
- ۴- کنترل کیفیت، در این بخش واحد کنترل کیفیت از ابتدا تا اتمام سفارش و ارائه آن به مشتریان با کنترل های مداوم، نظارت لازم را جهت ارائه محصولات با کیفیت بعمل می آورد.
- ۵- خدمات پس از چاپ، در این بخش با استفاده از انواع ماشین آلات لمینیت، اسلبتر، دوخت، کنترل چاپ و برش محصولات تولید شده آماده و پس از بسته بندی بر اساس درخواست مشتریان آماده تحویل می شود.
- ۶- تحقیق و توسعه (R&D)، در این بخش همواره تحقیقات جدید به منظور دستیابی به فن آوری های نو در حال انجام می باشد تا با اجرای آن کیفیت محصولات همواره در حال بهبود و ترقی باشد.

### شرکت آذین چاپ البرز

دفتر مرکزی (تهران):

۶۶۰۶۶۵۰۱-۶۶۰۱۶۹۴۴

کارخانه (قزوین): ۷-۲۸۴۸۱۶۴ (۰۲۸۲)

www.azinchap.ir

Email: info@azinchap.ir

شرکت آذین چاپ البرز با هدف بهبود هرچه بیشتر صنعت چاپ و بسته بندی کشور و برآوردن نیاز صنایع مختلف، در سال ۱۳۸۳ پس از بررسی های فنی و مهندسی طولانی و بازاریابی صنایع گوناگون، با پشتوانه علمی و فنی قوی با بهره گیری از ماشین آلات صنعتی و با بهره برداری از اولین و مدرن ترین مجموعه تخصصی در زمینه تولید فیلم PVC شرینگ (اسلیو) به صورت رول و برش خورده و چاپ و لمینیت انواع لیبل و لفاف های بسته بندی بر روی انواع فیلم های PP, PE, PET, OPP, کاغذ و فویل آلومینیومی و بهره مندی از ماشین آلات ویژه در بخش پس از چاپ توانسته نقش مهمی در بهبود بسته بندی انواع محصولات در صنایع غذایی، آشامیدنی، بهداشتی و آرایشی، شیمیایی و... در کشور ایفا کند.

شرکت آذین چاپ البرز با استفاده از ماشین آلات پیشرفته تولید فیلم PVC شرینگ و ماشین آلات چاپ و لمینیت و همچنین بهره گیری از توان متخصصان خود و با شعار "کیفیت برتر هدف ماست" با ارائه بهترین و باکیفیت ترین محصولات به مشتریان موفق شده سیمرغ های زرین جشنواره های مختلف صنعت چاپ کشور را دریافت کند.

آذین چاپ البرز با توجه به پیشرفت های جدید در صنعت بسته بندی و همچنین توجه به نیازهای مشتریان در سال ۹۰، اقدام به سرمایه گذاری بالا جهت اجرای طرح توسعه خود کرد و پس از خرید ماشین پیشرفته چاپ ۸ رنگ و ماشین آلات تولید فیلم PVC شرینگ با عرض ۱۰۵۰ میلی متر موفق شد طرح توسعه جدید خود را در سال ۹۱ به اتمام رسانده و به بهره برداری برساند.

در طرح توسعه جدید، ماشین چاپ پیشرفته با قابلیت چاپ ۸ رنگ مورد بهره برداری قرار گرفته که دارای ویژگی های فراوانی در زمینه چاپ انواع لیبل و لفاف می باشد. همچنین خط جدید تولید فیلم PVC شرینگ به عرض ۱۰۵۰ میلی متر برای اولین بار در ایران نصب و راه اندازی شده که آذین چاپ البرز به عنوان تنها تولیدکننده این فیلم در کشور می باشد. از ویژگی های این ماشین می توان به یکنواختی در ضخامت فیلم و کوتاه تر شدن زمان تحویل انواع فیلم و لیبل و همچنین عرض بالای آن را اشاره کرد که موجب چند برابر شدن تولید شده است.



شرکت آذین چاپ البرز هم اکنون علاوه بر تولید فیلم PVC و چاپ انواع لیبل های PVC و OPP موفق شده با بهره گیری از انواع فیلم های PET شرینگ و تولید انواع لیبل های High Shrink با شرینگ پذیری تا ۷۵ درصد نیاز صنایع مختلف غذایی، آشامیدنی، بهداشتی، آرایشی و... به این لیبل ها را برآورده کند. آذین چاپ با کیفیت بالای محصولات چاپی توانسته در صادرات نیز بخشی از بازارهای کشورهای آذربایجان، عراق، افغانستان، روسیه و... را به خود اختصاص دهد. شرکت آذین چاپ البرز با ارائه خدمات به صدها شرکت بزرگ و کوچک داخلی و خارجی، امیدوار است بتواند در آینده نیز با عرضه نوآوری های گوناگون، همچون گذشته در خدمت صنایع کشور باشد.



# انجمن تولیدکنندگان ظروف یکبار مصرف تاسیس شد

گزارش ماهنامه صنعت بسته‌بندی از جلسه هیات موسس انجمن تولیدکنندگان ظروف یکبارمصرف  
تصاویر: خبرگزاری PPNA (افشین علیزادمنیر)



در این جلسه که ساعت دو بعد از ظهر آغاز شد ابتدا مهندس احمدعلی ساعت‌نیا (مدیر ماهنامه صنایع پلاستیک) به عنوان رئیس جلسه و سپس محمدباقر آل‌آقا و دکتر عبدالرسول ارومیه‌ای، به عنوان ناظران و لیلی هاشمی، به عنوان منشی، با رای اکثریت صاحبان آرا اداره جلسه را به عهده گرفتند. با رسمیت یافتن جلسه، ابتدا اساسنامه‌ی پیشنهادی توسط مهندس ساعت‌نیا قرائت شد و پس از بررسی نکات آن و با رای حاضران مورد تایید جمع قرار گرفت.

در این مقطع مهم‌ترین وجه اختلاف نظر در میان حاضران به حوزه فعالیت انجمن مربوط می‌شد. حضور یا عدم حضور تولیدکنندگان ظروف پلیمری و غیر پلیمری در کنار یکدیگر در این انجمن، در نهایت به تصویب عنوان "انجمن تولیدکنندگان ظروف یک بار مصرف" و محدوده‌ی فعالیت آن هم سراسر کشور منجر شد.

با آغاز مرحله انتخاب هیات مدیره و بازرس، تعدادی کاندیدا از میان حاضران جهت حضور در نخستین هیات مدیره، اعلام آمادگی کرده و به معرفی خود و تاریخچه فعالیت‌هایشان پرداختند. با اجرای رای‌گیری بر روی اوراق رسمی اتاق بازرگانی و خواندن آراء، از میان ۹ کاندیدای هیات مدیره، ۵ عضو اصلی آن به شرح زیر انتخاب شدند:

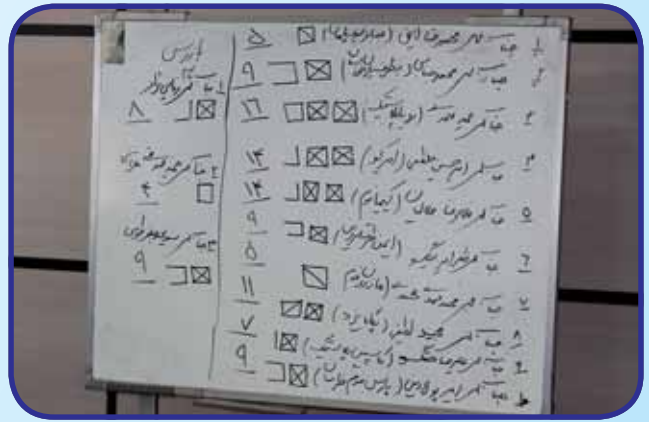
حمید صمدی (روپا پلاستیک) با ۱۶ رای؛ امیر حسین معظمی (امیرکو) با ۱۴ رای؛ غلامرضا جلالیان (کیمیا فوم) با ۱۴ رای؛ مجید لطیفی (پگاه یزد) با ۱۱ رای؛ محمد جنابی (به‌ظرف یاران خوزستان) با ۹ رای. در این راستا امیر پولادین (پارس فوم خراسان) با ۹ رای و ظفر امیربگلو (ایمن ظرف قزوین) نیز با ۹ رای به عنوان اعضای علی‌البدل انتخاب شدند. از میان کاندیداهای بازرسی نیز سیدمحمدجعفر طوسی (نوبین نمای سهند) با ۹ رای به عنوان بازرس اصلی و قاسم وفایی‌نژاد با ۸ رای، بازرس علی‌البدل برگزیده شدند.

در همین جلسه حق عضویت برای ورود به انجمن مبلغ دو میلیون و حق عضویت سالانه مبلغ یک میلیون تومان و روزنامه‌ی "دنیای اقتصاد" هم به عنوان روزنامه‌ی ناشر آگهی‌های انجمن تعیین شد.

"عزیزان در خطر هستید. صنعت شما در خطر است و تا دور هم جمع نشوید و تشکلی را سامان ندهید، به صورت جدی دچار مشکل خواهید شد." این جملات بخشی از سخنان احمدعلی ساعت‌نیا سردبیر ماهنامه صنایع پلاستیک است که ششم بهمن سال گذشته در جمع تولیدکنندگان ظروف یکبارمصرف پلیمری که برای سازماندهی تشکل صنفی خود در هتل المپیک جمع شده بودند بیان شد. آن چه پیش از برگزاری این جلسه بر صنعت ظروف یکبار مصرف پلیمری و باورهای مردم و مسئولان کشور رفته بود به قدر کافی مهم و نگران‌کننده بود که در اولین نشست، چنان بنیان کار محکم شود که روز هفدهم تیرماه ۹۲ یعنی تنها حدود شش ماه بعد از نشست هتل المپیک، انجمن تولیدکنندگان ظروف یکبار مصرف به طور رسمی و تحت پوشش اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران تاسیس شود.

در این میان یعنی در فاصله شش بهمن ۹۱ تا ۱۷ تیر ۹۲ رویدادی نیز رخ داد که نمی‌توان در گزارش تاسیس انجمن مذکور به آن اشاره نکرد. آن رویداد قابل توجه این بود که مدیر ماهنامه صنایع پلاستیک به دلیل حمایت از "تولیدکنندگان ظروف یکبار مصرف پلیمری" و البته چهار سال افشاگری در مورد پلیمرهای که در ایران به "گیاهی" معروف هستند به طرز عجیب و غیر تخصصی مورد شکایت موسسه استاندارد قرار گرفت. وی پس از چندین جلسه بازرسی و دادگاه در روز ۲۶ خردادماه، به رغم دفاعیاتی که به پشتوانه مقالات علمی و نظرات کارشناسی تهیه شده بود و به دلیل مطالبی که در دفاع از تولیدکنندگان ظروف یکبار مصرف پلی‌استایرن منتشر کرده بود از سوی هیات منصفه به اتفاق آراء مجرم شناخته شد و هنوز هم در انتظار صدور رای نهایی دادگاه به سر می‌برد. روز ۱۷ تیر تعدادی از عمده‌ترین تولیدکنندگان ظروف یکبار مصرف از تهران و شهرستان‌ها بر اساس برنامه‌ریزی قبلی در طبقه ششم اتاق بازرگانی ایران گرد هم آمدند تا برای نخستین بار حرکتی جدی و رسمی برای حفاظت از حقوق خود، مصرف‌کنندگان ظروف پلیمری سالم و صنعت بسته‌بندی کشور انجام دهند.





موضوع ظروف یکبار مصرف نیز از جمله موضوعاتی است که همواره محل بحث و نشر نظرات گوناگون بوده که گاهی به قلب واقعیت و برخوردهای عوامانه نیز منجر شده است.

گفتنی است چند سال پیش نیز در زمان برگزاری یکی از نمایشگاه‌های چاپ و بسته‌بندی در تهران صحبت از ایجاد تشکیلی برای تولیدکنندگان ظروف یکبار مصرف به میان آمد. در آن زمان حتی تعدادی بیش از بیست تولیدکننده کنار یکدیگر جمع شده و مجلس ناهاری نیز برپا کردند اما پس از آن جلسه ناهار، دیگر خبر و صحبتی از نتیجه این گردهمایی شنیده نشد. شاید بتوان گفت شدت کج‌روی‌ها در تبلیغات و اتخاذ تصمیمات یک‌طرفه در حمایت از ظروف بااصلاح "گیاهی" و رد همه ظروف پلیمری و موضع‌گیری‌های اشتباه نهادهای ذی‌ربط، اشتیاق و فلسفه وجودی ایجاد تشکیلی برای ظروف یکبارمصرف پلیمری را تقویت کرد.

نکته مهم این جاست که بسیاری از ظروف بسته‌بندی اعم از پلیمری یا غیرپلیمری به خودی خود بد نیستند. تنها باید در جایگاه خود به کار گرفته شوند. استفاده از پلی‌استایرن برای محصول داغ بارها منع شده اما این نباید دستاویزی برای رد همه ظروف پلیمری در همه مصارف آن شود. ضمن آن که کیفیت نسخه جایگزین یعنی ظروف بااصلاح "گیاهی" نیز از پشتوانه علمی و آزمایشگاهی کافی برخوردار نیست و توجه به آن بیشتر مدیون جوسازی تولیدکنندگان آن است.

در همین راستا نمی‌توان نقش موثر رسانه‌های تخصصی را در ارتباطات درون‌صنفي از جمله در ایجاد انسجام صنفی بین تولیدکنندگان ظروف یکبارمصرف پلیمری ندیده گرفت. تلاش‌ها و همراهی احمدعلی ساعت‌نیا مدیر ماهنامه صنایع پلاستیک کمک کرد بخش مهمی از صنعت بسته‌بندی کشور که بار بزرگی از شبکه توزیع صنعت غذا را بر عهده دارد سر و سامان بگیرد. امید است با اتخاذ خط مشی و تصمیمات درست و آگاهانه توسط مسئولان این انجمن تازه‌تاسیس این سازماندهی در عرصه مدیریت نیز توسعه پیدا کرده و موضوع مصرف "ظروف یکبار مصرف پلاستیکی" در کشور از نظامی صحیح برپایه استانداردهای جهانی بهره‌مند شود.

در پایان جلسه احمدعلی ساعت‌نیا مدیر ماهنامه صنایع پلاستیک به نقش موثر ظروف پلیمری در صنعت بسته‌بندی در جهان اشاره کرده و خواستار تعامل بیشتر تولیدکنندگان ظروف یکبار مصرف با نهادهای مرتبط با بسته‌بندی از جمله ماهنامه صنعت بسته‌بندی شد.

در ادامه رضا نورائی مدیر مسوول ماهنامه صنعت بسته‌بندی و از موسسان کارگروه ساماندهی بسته‌بندی در وزارت صنعت، معدن و تجارت، طی سخنان کوتاهی اعضای هیات مدیره‌ی منتخب این انجمن را به سوی فعالیت در حیطه‌ی ظروف یکبار مصرف پلاستیک دعوت کرد و گفت: "عنوان یکبار مصرف یک مفهوم نسبی است، پس نمی‌تواند شاخص خوبی برای معرفی حوزه کاری انجمن باشد. اما پلاستیک و پلیمر بودن ظروف، شاخص بهتری برای جداسازی اعضای انجمن از دیگر ظروف از جمله:

کاغذی، فلزی، سلولزی و حتی پلیمرهای گیاهی و ظروف ترکیبی است. ضمن این که پلیمر بودن یکی از نقاط مشترک برجسته اعضای انجمن است که در تحصیل منافع مشترک و همگرایی اعضا تأثیر قوی خواهد داشت. پس این انجمن می‌تواند حوزه‌ی فعالیت خود را هرچه تخصصی‌تر و محدود به پلاستیک کند."



وی در ادامه تأکید کرد تخصصی‌تر شدن این انجمن در تمرکز و انسجام ارتباط

با دولت و شناسایی انجمن از سوی آن نقش موثری دارد. اثر آن در دریافت اعتبارات و تسهیلات و مجوزهای کاربردی و سهولت تقسیم اعتبارات کسب شده دیده خواهد شد. ارتباط با تنها یک وزارت‌خانه یا مجموعه‌ای مشخص مانند پتروشیمی بهتر از ارتباط با چندین نهاد و وزارتخانه و مدیریت‌های گوناگون است. وی خطاب به هیات مدیره انجمن ظروف یکبار مصرف هشدار داد: "ورود عضو غیر از فعالان بخش ظروف یکبار مصرف پلاستیکی می‌تواند ساختار این انجمن را از بین ببرد."



هیئت مدیره و بازرس منتخب از راست به چپ: مجید لطیفی، ظفر امیربیگلور، محمد جنابی، حمید صمدی، سیدمحمدجعفر طوسی (بازرس)، غلامرضا جلالیان و امیر پولادیان.



TWIST TIE MACHINE



SHRINK PACKING MACHINE



STRAPPING MACHINE



STRETCH WRAPPER



BAND SEALER

خیابان ۵۵ خردک - بازار پله نوروزخان - پلاک ۲۷

تلفن : ۰۲۱-۸۵۴۳۹۴۴۴ - ۰۲۱-۸۵۴۳۹۴۴۴ - همراه : ۰۸۸۰۸۵۴۳۹۴۴ - فکس : ۰۴۳۹۴۴۴۴ - ۲۱

Email: babackpack1355@gmail.com



(بابک پکی)

شرکت تولیدی بازرگانی بابک ماشین

Babak Machine CO.LTD



Babak™  
ANSER™ U2  
JET PRINTER



# رشد تقاضای جهانی برای ظروف یکبار مصرف (Cup) و درهای آنها (Lid) در سال ۲۰۱۷ تا ۲۶ میلیارد دلار

با سرویس محدود محقق می‌شود که غذاها و نوشیدنی‌های بسته‌بندی شده در ظروف دردار برای مصرف در بیرون از منزل را ارائه می‌دهند. پیش‌بینی می‌شود که بیشترین نرخ رشد در کشورهای هند و چین اتفاق افتد.

برای کشورهای اندونزی، روسیه، برزیل و مکزیک نیز پیشرفت‌های جدی مورد انتظار است. علی‌رغم این، رشد کل به سبب جا افتادن بازار در کشورهای توسعه یافته تعدیل می‌شود. با این وجود، تقاضا در مناطق توسعه یافته به استفاده فزاینده از محصولات نسبتاً گران‌قیمت زیست‌تخریب‌پذیر (biodegradable) و کودشدنی (compostable) و همچنین محصولات حاوی میزان بیشتری از مواد بازیافتی ایجاد خواهد شد.

مشروح این گزارش کاربردی تحت عنوان World Cups & Lids (تحقیق ۳۵۹ صفحه‌ای منتشر شده در ژوئن ۲۰۱۳) به قیمت ۶۱۰۰ دلار از شرکت 767 Freedonia Group، Cleveland، OH 44143-2326 قابل دسترسی است.

در کافی‌شاپ‌ها و اسنک‌فروشی‌ها تسهیل می‌شود. سریعترین رشد که در بازار بسته‌بندی غذا و نوشیدنی دیده می‌شود به علت مزایای راحتی، قابل حمل بودن و کنترل سهم غذا با استفاده از ظروف بسته‌بندی غذا است.

گرایش‌ها به تغذیه سالم، عامل دیگری برای افزایش تقاضای ماست می‌باشد که بزرگترین مصرف‌کننده نهایی ظروف بسته‌بندی محسوب می‌شود. از طرف دیگر، پیشرفت‌های مذکور ممکن است به سبب رقابت بسته‌بندی پاکتی و کیسه‌ای Pouch در کاربردهایی از قبیل اسنک‌ها، آب‌نبات‌ها، سس‌ها و ادویه‌جات تعدیل شود.

روی هم رفته می‌توان گفت سریع‌ترین رشد تقاضا برای ظروف و درها در مناطق در حال توسعه جهان دیده خواهد شد.

تقاضا در آسیا، منطقه آفریقا/خاورمیانه، اروپای شرقی و آمریکای مرکزی و جنوبی نسبت به متوسط جهانی، سریعتر افزایش خواهد یافت. این رشد با افزایش استانداردهای زندگی و افزایش پرشتاب تعداد رستوران‌های

پیش‌بینی می‌شود که تقاضای جهانی برای ظروف و درها سالیانه ۰/۵ درصد افزایش یافته و به نزدیکی ۲۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ برسد. این پیشرفت در نتیجه سودهای متوسط نشان داده شده در جدول فوق برای ظروف بسته‌بندی غذا و نوشیدنی و همچنین دورنمای مناسب درآمدهای جهانی بازار غذا محقق می‌شود.

افزایش این تقاضا به طور خاص در پی رشد صنعت رستوران‌های فست‌فود حاصل می‌شود که عمده مصرف‌کننده ظروف و درهای یکبار مصرف هستند. این مطلب به همراه گزارش روندهای دیگر در یک مطالعه جدید توسط شرکت Freedonia Group (یک موسسه تحقیقات روی بازار صنعت) ارائه شده که دفتر اصلی آن در شهر کلیولند واقع است. بازار تهیه غذا طی سال ۲۰۱۷ بیش از سه پنجم کل ارزش این بازار را شامل شده و با فاصله زیاد، بزرگترین بازار ظروف و درها باقی خواهد ماند. در حالی که تثبیت شدن صنعت تهیه غذا از یک سو و بلوغ بازار در مناطق توسعه یافته از سوی دیگر مانع از دستیابی سریعتر به سود می‌شود.

روندهای متعددی در رشد تقاضای ظروف و درها نقش خواهند داشت. از جمله این عوامل می‌توان به توسعه پیشنهاد نوشیدنی در سرویس‌های سریع و سایر رستوران‌ها و پتانسیل چشمگیر رشد در کشورهای اشاره کرد که صنعت تهیه غذای آنها به حد کافی توسعه نیافته است.

علت دیگر رشد تقاضا برای ظروف یکبار مصرف، افزایش تعداد کافی‌شاپ‌ها در سراسر جهان و محبوبیت همیشگی قهوه به عنوان یک نوشیدنی بیرون از خانه است. همچنین، افزایش ارزش این بازار با رواج درهای اختصاصی ارزانتر

## تقاضا برای ظروف و درها (میلیون دلار)

رشد سالیانه، (درصد)		۲۰۰۷	۲۰۱۲	۲۰۱۷	۲۰۰۷ تا ۲۰۱۲	۲۰۱۲ تا ۲۰۱۷
تقاضای ظروف و درها	۱۶۱۶۰	۲۰۲۷۰	۲۵۸۵۰	۴/۶	۵/۰	
آمریکای شمالی	۶۸۸۵	۸۵۱۰	۱۰۵۷۰	۴/۳	۴/۴	
اروپای غربی	۳۸۷۵	۴۵۶۰	۵۴۲۵	۳/۳	۳/۵	
آسیا/اقیانوسیه	۴۱۲۰	۵۲۹۰	۷۰۸۰	۵/۱	۶/۰	
آمریکای مرکزی و جنوبی	۴۹۰	۶۹۵	۹۸۵	۷/۲	۷/۲	
اروپای شرقی	۵۶۵	۸۷۵	۱۲۸۰	۹/۱	۷/۹	
آفریقا/خاورمیانه	۲۲۵	۳۴۰	۵۱۰	۸/۶	۸/۴	



# PASCONO

Plastic Manufacturing

تولیدکننده ظروف جداره نازک پلاستیکی

چنانچه شما نیز به

## کیفیت ، زیبایی و بهداشت

ظرف بسته بندی خود اهمیت می دهید. به مشتریان پاسکونو پیوندید.



[www.pascono.com](http://www.pascono.com)  
[info@pascono.com](mailto:info@pascono.com)

تهران، ۲۸ کیلومتری جاده آبدلی، منطقه صنعتی  
خرمدشت، بلوار اصلی، کوچه ۹ غربی، پلاک ۳۸  
تلفکس: ۷۶۲۱۵۶۴۴ ، ۷۶۲۱۵۶۴۵ ، ۷۶۲۱۵۶۶۰

ADP-Net System Center

# خستگی کجاست؟

مهدی رضائیان  
مدیرعامل شرکت چاپ اندیشه آمل

داشتم گزارشی را که در شماره قبلی مجله صنعت بسته‌بندی منتشر شده بود با خودم مرور می‌کردم و چشمم به عکسی که در هنگام عملیات ساختمانی سالن جدید گرفته شده بود افتاد. همان وقتی که هم‌زمان با مدیریت یک مجموعه چاپ و بسته‌بندی بزرگ و بی‌نظیر در منطقه، مثل یک کارگر ساختمانی و همپای عوامل اجرایی کار می‌کردم و هر روز با امید بیشتر به فردا و پر انرژی‌تر کارهایم را ادامه می‌دادم.

## خستگی یعنی چه؟

من همیشه با خود فکر می‌کردم که خستگی یعنی چه؟ مایوس شدن یعنی چه؟ سلامتی و تلاش آدمها کجای این دو واژه قرار می‌گیرد؟ آیا خستگی با جسم انسان درگیر است یا با روح و فکر انسان؟ این خستگی کجا و در چه شرایطی ممکن است به محیط اطراف و جامعه منتقل شود؟ و از این جور فکرها.

## پرتلاش و پرتنمر

فعل تلاش کردن و جدیت در این کار، همیشه برای من یک اصل بوده و در سایه همین جدیت توانستم از یک چاپخانه کوچک با یک ماشین تک‌رنگ کار کرده قدیمی، که خانواده خودم را هم به سختی پشتیبانی می‌کرد، به شرایطی برسم، که فقط می‌توان بخش کوچکی از آن را در یک گزارش مکتوب برای شما تصویر کرد. کارخانه‌ای به وسعت چهار هکتار و زیربنایی برابر چهار هزار و پانصد متر مربع متشکل از سالن‌های مختلف تولید. همچنین همکاری نود و سه نفر از نیروهای کارآمد و عزیزان زحمتکشی که در این مرکز فعالیت دارند.

این یعنی امروز ده‌ها نفر در کنار هم بر سر سفره چاپ اندیشه آمل حضور داریم. این یعنی کارآفرینی. یعنی کار خوب.

من که همیشه ساعت ۶ صبح تا دیر هنگام در چاپخانه حضور داشتم و همکاران پر تلاش خودم را در هر سه شیفت می‌دیدم، هیچ وقت به واژه خستگی فکر نمی‌کردم چه برسد به این که برای درک معنی آن وقت بگذارم....

چه رسد به این که فکر کنم روزی ناامید شوم.

وقتی شما یک کتاب خوب را برای مردم این مرز و بوم تولید می‌کنید و می‌دانید که آن چه تولید کرده‌اید چه تاثیر مثبتی بر روح و فکر آدم‌ها می‌گذارد و در آینده، سهمی از موفقیت‌های این آدم‌ها متعلق به شما خواهد بود، طبیعی است که خوشحال می‌شوید و به قول معروف انرژی مثبت می‌گیرید.

معلم‌های ما از قدیم می‌گفتند "لازمه کار، انرژی و نیرو است" و تا زمانی که انرژی باشد کار هم هست، تولید هم هست، جریان زندگی هست و ..... و تنها چیزی که نخواهد بود توقف و خستگی است. اینهایی که گفتم خلاصه فکر من در این چند سال بوده و مصمم هستم که ادامه پیدا کند.



**تحويل نشد**

**Kodak Magnus 4570 VLF**  
دستگاه پلیت‌ستری که توسط شرکت نور تک تابان به چاپ اندیشه آمل فروخته شد

Contract No. 1027 4520 dated May 11<sup>th</sup>, 2012

between

ANDISHEH AMOL PRINT CO.  
MAZANDARAN, AMOL  
IRAN

hereinafter also referred to as „Buyer“

and

KOENIG & BAUER AG  
FRIEDRICH-LIST-STR. 47  
01445 RADEBEUL  
GERMANY

hereinafter also referred to as „Supplier“

for the delivery of one KBA

Rapida 145 SIS – 5 + L CX SACP ALV2 420

Rapida 145:  
5 printing units  
1 coating unit  
Cardboard equipment CX  
Semi automatic plate change SACP  
Double delivery extension ALV2  
Raised press frame

**تحويل نشد**

همین جهت همه عزم خودم را جزم کردم که تحول دیگری را شکل بدهم تا انرژی‌ها معطل نماند. این بود که به فکر خرید ماشین‌آلاتی با فن‌آوری جدید، ظرفیت تولید بالا و قابلیت‌های متنوع افتادم و در فاصله زمانی تقریباً چهار سال، توانستم منابع مالی و بازرگانی لازم را شناسایی و بالاخره در سال ..... تصمیم نهایی را بگیرم.

در آن زمان تمام امید و انرژی خود را از نوک یک قلم روی صفحه آخر قرارداد به امضا تبدیل کردم. امضایی که همه آبروی من بود، همه تعهدات من بود. هم تعهدات اخلاقی و هم تعهدات مالی به خودم و تمام اطرافیانم.

همه امکاناتم را بررسی کردم و برای تامین کسری آن، به سراغ بانک‌ها رفتم و با حسن سابقه‌ای که در این صنعت داشتم و همچنین نگاه مثبتی که بانک‌ها و مراکز تصمیم‌گیری برای حمایت از صنایع داشتند، توانستم منابع لازم را هم برای انجام تعهدات خود تامین کنم تا امضایم، آبرویم و تعهداتم خدشه‌دار نشود. بدیهی است که بانک‌ها هم موسسات خیریه نیستند و هزینه‌های خود را دارند.

### سهام ما در کار خوب

حالا وقتی مجموعه چاپ اندیشه آمل با تولید سالانه چند صد میلیون محصولاتی چاپی و مشتریان بزرگ و معتبری چون شرکت کاله و دیگر تولیدکنندگان بزرگ صنایع غذایی، بهداشتی، دارویی و... از صبح تا شب و شب تا صبح کار می‌کند، باید هم خود را شریک لذت مردم در استفاده از یک محصول خوب بدانند! باید هم خود را شریک در بهداشت و سلامت مردم بدانند و باید که انرژی مثبت را لحظه به لحظه از این مردم خوب بگیرد! شما که این گزارش را می‌خوانید، حتماً برای یک بار هم که شده، در این خوبی‌ها سهیم بوده‌اید و حتماً یکی از محصولات را که ما چاپ کرده‌ایم برای خانه یا محل کار خود خریداری کرده‌اید. این گستردگی و اثرگذاری کارهای ما در جامعه بوده است.

### عزم و همت برای توسعه

با وجود این همه توان و روحیه مثبت، طبیعی و منطقی است که من باید کار را توسعه دهم. انرژی‌ها زیاد بود و باید آن را به کار مثبت تبدیل می‌کردم. به

ارزش مالی عملکرد هر ماشین در یک سال (ریال)	تولید سالانه بر اساس ۲۷۰ روز کاری	تولید روزانه بر اساس یک شیفت ۸ ساعته	پلیت‌ستر کداک در اندازه بزرگ (VLF)
۴۸۳۸۰۰۰۰۰۰	۱۲۰۹۶ برگ	۴۵ برگ ۲۰ درصد کمتر از حداکثر سرعت اسمی	
۳۸۴۰۰۰۰۰۰۰	۲۵۵۱۵۰۰۰ برگ	۹۴۵۰۰ برگ ۱۰ درصد کمتر از حداکثر سرعت اسمی	ماشین چاپ راپیدا ۱۴۲
۴۳۲۳۸۰۰۰۰۰۰	جمع بازدهی مالی هر دو ماشین در سال		سفارشات ۴ رنگ
۱۶۰۰۰۰۰۰۰	میانگین بازدهی هر دو ماشین در هر روز		جدول ۱
۲۰۰۰۰۰۰۰	میانگین بازدهی مالی هر دو ماشین در هر ساعت		



### KBA Rapida 145

ماشین چاپی که توسط شرکت نور تک تابان به چاپ اندیشه آمل فروخته شد

**تحويل نشد**

ارزش مالی عملکرد هر ماشین در یک سال (ریال)	تولید سالانه بر اساس ۲۰۰ روز کاری	تولید روزانه بر اساس ۶ ساعت کار در روز	پلیت ستر کداک در اندازه بزرگ (VLF)
۳,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۶۰۰۰ برگ	۳۰ برگ زینک بزرگ بر اساس ۵ زینک در ساعت به جای ۹ زینک	
۲۴,۴۲۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۴,۴۲۰,۰۰۰ برگ	۶۶۰۰۰ برگ بر اساس ۱۱۰۰۰ برگ در ساعت به جای ۱۵۰۰۰ برگ	ماشین چاپ راپیدا ۱۴۵ ۵ برج چاپ و یک برج ورنی واتریس  جدول ۲
۲۷,۴۲۰,۰۰۰,۰۰۰ ۲۴,۶۷۸,۰۰۰,۰۰۰	جمع بازدهی مالی هر دو ماشین در سال جمع بازدهی مالی هر دو ماشین در سال (با ۱۰ درصد راندمان کمتر)		
۱۳۷,۱۰۰,۰۰۰ ۱۲۳,۳۹۰,۰۰۰	میانگین بازدهی هر دو ماشین در هر روز میانگین بازدهی هر دو ماشین در هر روز (با ۱۰ درصد راندمان کمتر)		
۲۲,۸۵۰,۰۰۰ ۲۰,۵۶۵,۰۰۰	میانگین بازدهی مالی هر دو ماشین در هر ساعت میانگین بازدهی مالی هر دو ماشین در هر ساعت (با ۱۰ درصد راندمان کمتر)		

با ملاحظه این جداول تصدیق خواهید کرد که اگر چاپخانه‌ای قرار باشد فقط روزی کمتر از ۶ ساعت کار کند و در سال هم یک سوم آن را با تعطیلهای خواسته یا ناخواسته مواجه باشد، همان بهتر که کار نکند. اما این که چرا من بر این اساس محاسبات خود را انجام دادم، هدفم این بود که بگویم این شرایط می‌تواند بدترین شرایط کاری باشد که با این وجود، و در صورتی که ماشین‌آلات ما در موقع تعهد شده می‌رسید و نصب و راه‌اندازی می‌شد، می‌توانستیم به این مبالغ دست یابیم و شک ندارم که با شرایط واقعی که بین چاپ اندیشه آمل و مشتریان او وجود دارد، نتایج تولید بسیار فراتر از این محاسبات می‌بود، همان طور که در این چند سال حاصل شد.

به پشتوانه همکاران پرتلاشی که داشتیم، و تصمیمی که برای امضای قرارداد گرفتیم، تردید نداشتیم که محاسباتم اشتباه نخواهد بود اما تقریباً دو ماه بعد از امضای قرارداد که باید مبلغ زیادی را به عنوان قسط دوم به فروشنده می‌دادم، وی از دریافت این قسط که حدود هفت میلیارد ریال بود امتناع کرد و از همین جا نگرانی‌های من آغاز شد.

این نگرانی وقتی بیشتر شد که برنامه‌ریزی‌های انجام شده و تایید شده برای بازدید ماشین تولید شده در محل کارخانه ک.ب.آ، و علاوه بر آن، آموزش تیم فنی و اپراتوری شرکت نیز از امروز به فردا موکول می‌شد. تا آن که بالاخره لغو شد.

محاسبات من برای تبدیل انرژی‌ها به کار و افزایش تولید به درستی انجام شده بود و مطمئن بودم که با انجام تعهداتم در قبال فروشنده (طرف قرارداد) و آمدن ماشین‌ها در زمان معین و راه‌اندازی بموقع آنها، کار و تولید آغاز می‌شود. فکر می‌کردم در سایه عملکرد ماشین‌آلاتی که خریده بودم می‌توانم تعهداتم به بانکها را در زمان‌های تعیین شده به انجام برسانم. یادم هست که فروشنده ماشین‌آلات، یک گزارش توجیهی را که شامل اثبات توانایی‌های فنی و تولیدی ماشین‌های پیشنهادی خود بود، حدود ۵ سال قبل، که ابتدای این تصمیم‌گیری بود، برایم تهیه کرد. آن زمان نه از گرانی‌های امروز خبری بود و نه از محدودیت‌های بانکی داخلی و خارجی و افزایش بی‌رویه نرخ ارز. تعرفه کارها هم که به اندازه کافی پایین بود که صدای همه را در آورده بود. با همه این اوصاف، اعداد و ارقامی که او محاسبه کرد به طور خیلی خلاصه و به منظور آشنایی خوانندگان فهیم و همکاران محترم خود در جدول شماره ۱ آورده‌ام.

این اعداد و ارقام مربوط به حدود ۵ سال قبل است. اما من خودم هم با اغماض زیاد، محاسباتی را بر مبنای تعرفه‌های رسمی اتحادیه و برای شرایط امروز انجام داده‌ام که در جدول شماره ۲ ملاحظه می‌کنید.

حال اگر ظرفیت تولید پلیت‌ستر و ماشین چاپ در جدول را ۱۰ درصد کمتر از حداکثر سرعت اسمی محاسبه کنیم، باز هم ارزش مالی عملکرد این دو ماشین در هر ساعت ۲۰,۵۶۵,۰۰۰ ریال می‌باشد که نمی‌توان آن را نادیده گرفت. (جدول ۲)





سالن جدید، آماده و در انتظار

چه می‌کردید، وقتی می‌دیدید پول شما به جای آن که صرف تامین مواد اولیه، ایفای تعهدات بانکها، تامین معاش همکاران و ... بشود باید صرف هزینه‌های حق تمیر، هزینه‌های کارشناسی رسمی، دادرسی و ... شود!

و چه می‌کردید، وقتی می‌دیدید که ..... نتیجه همه شرایط حاصله این است که وقتی می‌بینم این همه انرژی انباشته به کار تبدیل نمی‌شود، می‌فهمم که کار نمی‌کنم و وقتی که کار نمی‌کنم، در شرایط سکون هستم و همه وجودم بی‌تحرک است، همکارانم آینده رو به توسعه را نمی‌توانند ببینند، مشتری‌انم نمی‌دانند که چه کنند، سرمایه‌گذاری‌هایم را کد مانده، بانکها به گزارش‌هایی که به آنها دادم بی‌اعتماد شده‌اند و شاید به دیگرانی هم که مثل من هستند از این پس با عینک بی‌اعتمادی نگاه کنند، و....

و در این جا است که احساس می‌کنم رخنه‌ای در روح و فکرم ایجاد شده که خستگی می‌خواهد معنای خود را خارج از دایره فرهنگ لغات به من تحمیل کند. اما آن چه که باید به این احساس نامطلوب غلبه کند، همان فکر و تلاش انرژی است که در این سالیان متمادی داشته‌ام و به همین جهت، مصمم شدم که علی‌رغم عدم ایفای تعهدات فروشنده در مورد قرارداد اشاره شده، و همزمان با پیگیری‌های حقوقی و قضایی برای اعاده حقوق از دست رفته خودم، همکارانم و حتی مشتری‌انم، تجهیزات مورد نیاز دیگری را با قابلیت‌های تولیدی کاملتر و گسترده‌تر تامین کنم تا هر چه زودتر

بر این خستگی‌ها پیروز شوم، انشاءالله...

### شما اگر بودید چه می‌کردید؟

چقدر خوب که جای من نبودید، ولی اگر بودید با آن همه انرژی مثبت انباشته که وجود داشت چه می‌کردید؟

چه می‌کردید، وقتی می‌دیدید محل و موضوعی وجود ندارد که انرژی‌های مثبت انباشته شده را به سمت آن هدایت کرده و آنها را به کار، حرکت و تولید تبدیل کنید!

چه می‌کردید، وقتی می‌دیدید که انرژی‌ها به جای آن که صرف خلاقیت و تولید و برنامه‌ریزی شود، باید صرف نامه‌نگاری‌های اضافی با فروشنده و کارخانه و اظهار گلایه و شکایت برای عدم ایفای تعهدات فروشنده شود!

چه می‌کردید، وقتی می‌دیدید که انرژی‌ها به جای آن که صرف تلاش و دوندگی برای تجهیز بیشتر مجموعه شوند تا بتوانید به دنبال ایجاد بازارهای جدید متناسب با قابلیت‌ها و توانایی‌های فنی باشید، باید صرف دوندگی بین فروشنده و اتحادیه و کارشناسان رسمی دادگستری شوند!

چه می‌کردید، وقتی می‌دیدید انرژی‌ها به جای آن که صرف حضور در بین همکارانان و تبادل نظر برای بهره‌برداری بیشتر از سرمایه‌گذاری و افزایش بهره‌وری تولید شود، باید صرف حضور در دادگستری و دادسرا و دفتر وکیل و ... شوند!



Contract documents  
This Offer consists of the following documents:  
a) Contract  
b) Standard press equipment RA 145  
Signatures  
Düsseldorf, dated 09.05.2012  
For the Buyer  
Amol Anshah Print  
For the Supplier  
Koenig & Bauer AG  
Koenig & Bauer AG  
Bogenshausenstr. 1  
Postfach 670164  
D-51439 Radefeld  
Telefon: +49-214-34-47  
Fax: +49-214-34-47-1145  
Radefeld

**تحويل نشد**

# بسته‌بندی آماده برای خرده‌فروشی Retail Ready Packaging

## ♦♦♦♦♦♦♦♦♦♦ بسته‌بندی سنت‌شکن ♦♦♦♦♦♦♦♦♦♦

چندین خرده‌فروشی بزرگ در انگلستان بسته‌بندی‌هایی را برای خود در نظر گرفته‌اند (مانند پاستا و آرد). در نتیجه نیاز چندانی به بسته‌بندی‌های RRP وجود ندارد. خرده‌فروشان سایر کشورها مانند اسپانیا این نوع بسته‌بندی برای بعضی از محصولات استفاده می‌کنند اما در سایر موارد علیرغم در دسترس بودن آن‌ها، ترجیح می‌دهند این کار صورت نگیرد. بسته‌بندی RRP در غذاهای منجمد تقریباً هیچ جایگاهی ندارد و علت اصلی آن مشکلاتی است که تنوع بسیار زیاد ابعاد بسته‌ها و تجهیزات بسته‌بندی برای طراحی فراهم می‌آورد. همچنین این بسته‌بندی‌ها موجب افزایش هزینه خدمات شهری و سخت‌تر نمودن روند ثابت نگاه داشتن دما در فریزر برای بسته‌بندی‌های بدون فرم می‌شود.

**باور شماره دو:** خرده‌فروشان اروپایی با توافق بر سر نیازهای اولیه RRP به توسعه آن کمک کرده‌اند.

در واقع، توافق قطعی در مورد نیازهای اولیه RRP، مانند عمق قفسه و استفاده از وایت‌برد، به جای مقوا و شکل‌های رایج بسته‌بندی، بسیار کم بوده و این موضع تا امروز نیز ادامه دارد. به عنوان مثال، در انگلستان خرده‌فروشان به پنج گروه عمده تقسیم می‌شوند و عمق قفسه آن‌ها به شکل قابل ملاحظه‌ای متفاوت از یکدیگر است. بر اساس یکی از گزارشات ECR-U.K تحت عنوان: استانداردهای ابعاد قفسه‌ها، این تنوع نه تنها از خرده‌فروشی به خرده‌فروش دیگر، بلکه در دسته‌بندی‌های هر خرده‌فروش نیز متغیر است. در حالی که فروشگاه Sainsbury ابعاد استاندارد برای قفسه‌ها تعریف کرده است، ابعاد تعریف شده در فروشگاه Asda از ۲۲/۴ تا ۳۰/۳ اینچ متغیر است. عمق قفسه برای رسته غله و حبوبات گستره بیشتری دارد: از ۲۲/۴، ۲۳/۶، ۲۵ و ۳۰/۳.

ناتوانی در رسیدن به یک اندازه معین برای یکی از اصلی‌ترین نیازهای RRP موجب بروز مشکلات جدی در طراحی بسته‌بندی و مهندسی تحقیق و توسعه (R&D) خواهد شد. کار زمانی دشوارتر می‌شود که لازم باشد طرح‌های RRP با پالت‌های استاندارد هر منطقه (مثلاً چهل در چهل اینچ در آمریکا) منطبق شوند.

**باور شماره سه:** پس از گذشت یک دهه از راه اندازی RRP، این روش بهینه‌سازی شده است. در حالی که چند راه حل بسیار مناسب برای پیاده کردن استاندارد سهولت پنج‌گانه موجود است، اما همچنان روش RRP در حال پیشرفت است. در بعضی از بسته‌بندی‌ها مانند قنادی، بسته‌ها به خوبی توسعه یافته و طراحی شده‌اند؛

نظرسنجی‌های مشارکتی، که هم تولیدکنندگان و هم خرده‌فروشان را در بر داشته باشد، به احتمال زیاد می‌تواند به راه حلی کلیدی برای دستیابی به منفعت واقعی و هزینه‌های مربوط به RRP بیانجامد.

از آن جایی که روش RRP به تازگی و به کندی در آمریکای شمالی در حال گسترش است، برخی از نشریات به این موضوع پرداخته‌اند که با وجود تمامی چالش‌های کلیدی، بهتر است این روش به همان شیوه اروپایی و بدون ایجاد هیچ نوع تغییری به کار گرفته شود. از سوی دیگر، علیرغم این که استفاده از راه‌کارهای آزموده‌شده برای به‌کارگیری این روش می‌تواند مفید واقع شود، اما اجرایی کردن آن در کانادا و ایالات متحده آمریکا به آسانی اجرایی کردن همین روش در اروپا نخواهد بود. در بسیاری از کشورهای اروپایی، استرالیا و کانادا، اکثریت بازار با دو تا پنج خرده‌فروش عمده در شراکت هستند. این در حالی است که در آمریکا هر پانزده خرده‌فروش همان تعداد سهم را از بازار دارند. در حالی که تنها دو خرده‌فروش در کانادا و عده معدودی نیز از خرده‌فروشان ایالات متحده روش RRP را حمایت می‌کنند، که این تعداد حداقل آن چیزی است که باید باشد.

در این مقاله سعی شده است به شش ویژگی بسته‌بندی‌های RRP و نکات آموزنده متناظر با آن از تجربه اروپاییان، که باید تولیدکنندگان و صنایع مربوطه در آمریکای شمالی یا سیستم‌های مشابه آن حتماً در ذهن داشته باشند، پرداخته شود. علت اصلی پرداختن به این موضوع، میزان بالای سرمایه‌گذاری جهت توسعه این نوع بسته‌بندی در سال‌های پیش رو است.

**باور شماره یک:** تمامی خرده‌فروشان اروپایی بسته‌بندی‌های RRP را همه جا در مغازه‌ها به کار می‌گیرند. نکته حائز اهمیت در این جا آن است که تمامی بسته‌بندی‌های RRP مورد استفاده در اروپا، علیرغم گذشت یک دهه از عمر آن‌ها، نه تنها از کشوری به کشور دیگر، بلکه در هر کشور نیز از خرده‌فروشی به خرده‌فروش دیگر و از هر نوع محصولی به محصول دیگر با یکدیگر متفاوت‌اند. به طور کلی، اروپای غربی از پیشروان به‌کارگیری این روش بسته‌بندی به حساب می‌آید و تنوع بسته‌ها به سرعت رو به افزایش است. خرده‌فروشان آلمانی، مانند اکثر خرده‌فروشان آمریکایی، دارای یک استاندارد، آیین‌نامه قفسه خالی (clean shelf policy) هستند و اصلاً تمایلی ندارند که مشتریان آنها بسته‌های RRP را در فروشگاه آن‌ها ببینند.

برای ارزش‌گذاری بسته‌بندی‌های آماده برای خرده‌فروشی RRP (بیشتر در آمریکای شمالی)، شش مورد زیر را در نظر داشته باشید.

متخصصین در صنایع کالاهای مصرفی بسته‌بندی شده در تلاش هستند تا هرچه سریع‌تر سرعت تولید خود را به میزانی که برای بسته‌بندی‌های آماده خرده‌فروشی در نظر گرفته شده و برای آن‌ها لازم است، نزدیک کنند. بسته‌بندی‌های آماده خرده‌فروشی حدود یک دهه پیش در اروپای غربی ظهور کرد. طبیعتاً این بسته‌بندی‌ها بیشتر مورد استفاده خرده‌فروشان قرار گرفته و رفته رفته گسترش پیدا کرد.

در طول پنج سال اخیر، خرده‌فروشان اصلی اروپای داشتند، آن چه که خود بسته‌بندی RRP می‌نامیدند را به سایر نقاط جهان صادر کرده‌اند که شامل مناطقی چون استرالیا، بخش‌هایی از آسیا و آمریکای جنوبی می‌شد. در این اواخر گروه انگشت‌شماری از خرده‌فروشان در کانادا و آمریکا نیز شروع به استفاده از این فناوری در کار خود نموده‌اند.

با این حال، کالاهای مصرفی بسته‌بندی شده در آمریکای شمالی در صورت اعمال روش RRP با دو چالش کلیدی رو به رو هستند. اولین چالش آن است که این روش استاندارد صنعتی ندارد. این در حالی است که تمامی فروشندگان مواد اولیه و خرده‌فروشان در سراسر جهان بسته‌بندی‌های خود را با استاندارد سهولت پنج‌گانه که شامل سهولت در شناسایی، باز کردن، انبار کردن، خریدن و دور انداختن می‌باشد، هماهنگ کرده‌اند. جزئیات و چگونگی اعمال هر یک از این استانداردهای آسان‌سازی از خرده‌فروشی به خرده‌فروش دیگر متفاوت است و این موضوع نحوه تحویل دادن محصول را، که تعداد زیادی متقاضی دارد، برای تولیدکننده دشوار می‌سازد. چگونگی رسیدن به یک توافق جمعی در این باره خود چالشی بزرگ به شمار می‌آید و شاید برای تحقق آن لازم باشد تسهیلاتی از سوی تشکل‌های ذی‌نفع فراهم شود. چالش دوم، شکل و نحوه بازگانی محصولات RRP می‌باشد. به طور کلی اعمال کردن این روش زنجیره هزینه‌های اضافی را بر تولیدکنندگان تحمیل می‌کند و این در حالی است که به دلیل استفاده کمتر از کارگران در فروشگاه‌ها، خرده‌فروشان از سود و مزایای بیشتری برخوردار می‌شوند. در مواردی مثل موجود بودن جنس در فروشگاه و انتظارات خریدار، این امکان نیز وجود دارد که هر دو گروه منفعت داشته باشند. با این حال، اطلاعات ناچیزی در اروپا یا سایر نقاط دنیا در دسترس است که این مزایا را تضمین کند.





فروشگاه‌های زنجیره‌ای Sainsbury یکی از ده‌ها خرده‌فروشی است که تولیدکنندگان زیادی را تشویق می‌کند که از RRP استفاده کنند.

که برای مرحله توزیع استفاده از قفسه‌های منظم و چیده شده در بین بسیاری از مراکز تولیدی و بعضی از خرده‌فروشی‌ها رایج است، اما بیشتر، قفسه‌های آویزدار در اروپا به کار گرفته می‌شوند. برای آن که بسته‌های RRP به راحتی قابل باز شدن باشند، از پرفراژ کردن استفاده می‌شود. اما این روش به کاهش مقاومت بسته در محل‌های کنگره‌دار منجر می‌شود و بسته به طرح بسته‌بندی ممکن است بین پنج تا سی درصد از استحکام آن کم کند. چنان چه مسافت‌هایی که بسته باید در آمریکای شمالی طی کند را در مقایسه با اروپا بسنجیم، باید بسته‌های آمریکایی تنومندتر و مقاوم‌تر باشند تا از سالم رسیدن محصول به مقصد و قفسه فروشگاه‌ها مطمئن شویم. اگر بسته‌های RRP به خوبی و بدون نقص به قفسه فروشگاه برسند اما نتوانند محصول را از فشارهای احتمالی محافظت کنند، هزینه‌های جبران‌ناپذیری به بار آورده و عملاً به کار نخواهند آمد. پیش از به کارگیری این بسته‌بندی‌ها که برای فروشگاه‌های لندن و انگلستان بسیار کار آمد به نظر می‌رسند، لازم است آزمایشاتی جهت اطمینان از پیاده کردن آن در نقاط دیگر مانند آمریکا نیز به عمل آید.

#### بار هزینه‌ها در مقابل مزایا

روی هم رفته چند نکته مهم و آموزنده را می‌توان از اروپایی‌ها و تجربه آن‌ها در بسته‌بندی‌های RRP در طول این یک دهه آموخت و صاحبان صنایع نیز باید این موارد را با توجه به میزان توسعه و توزیع در منطقه خود ارزیابی کنند. موفقیت در این راه نیازمند همکاری و شراکت، نه تنها میان تولیدکنندگان و خرده‌فروشان، بلکه دست‌فروشان مربوطه نیز می‌شود. ما باید قابلیت‌های بسته‌های RRP را بسنجیم و مزایای واقعی آن را به ویژه برای به کارگیری در منطقه خود مشخص کنیم. از زنجیره تولید گرفته تا قفسه فروشگاه‌ها و تعامل خریداران با محصولات، همه و همه باید بررسی شوند. تشکلهای صنفی و صنعتی می‌توانند نقش مهمی را در تعیین استانداردها و نیازهای اولیه این نوع بسته‌بندی ایفا کنند. در نهایت "تکامل" به جای "تغییر" بهترین راه حل برای به کارگیری بسته‌بندی‌های آماده برای خرده‌فروشی‌ها (RRP) در هر منطقه‌ای خواهد بود.

اعضای تیم تجارتي آن را در یک چهارچوب با نام‌های تجارتي رنگارنگ قرار دادند. علی‌رغم این که این بسته‌بندی از نظر هزینه ارزان‌تر بود و برای تهیه‌کنندگان مواد اولیه راهکار مناسبی به حساب می‌آمد، اما برای به کارگیری آن مستلزم سرمایه‌گذاری برای تهیه تجهیزات جدید بسته‌بندی بود. در آمریکای شمالی، به ویژه پس از تزلزل هزینه‌ها طی پنج سال گذشته، بعضی از موقعیت‌هایی که روش RRP برای صرفه‌جویی در هزینه‌ها موجب شده بود، همچنان پا برجاست. اما قطعاً مانند برخی از صنایع اروپایی در یک دهه گذشته نخواهد بود.

#### باور شماره پنج: تمامی خریداران RRP

را دوست دارند. اطلاعات کمی در دست است که نشان دهد خرده‌فروشان و تولیدکنندگان اروپایی آزمایشی را با در نظر گرفتن اولویت‌های خریداران، چه قبل و چه در حین به کارگیری این روش، انجام داده باشند. اگر روش RRP بخوبی اعمال شده باشد، مزیت بالقوه‌اش برای خریدار این خواهد بود که چیدمان بسته و نمای ظاهری آن در قفسه ارتقا می‌یابد و محصول را برای خرید آسان می‌کند. به احتمال زیاد اکثر محصولات که خریداران به دنبال تهیه آن هستند، همیشه در بازار وجود دارند. آن چه که ممکن است ذوق خریداران را از بین ببرد آن است که آن‌ها اکنون با محصولاتی مواجه می‌شوند که با بسته‌های خام اولیه‌شان در قفسه قرار گرفته‌اند؛ بسته‌بندی‌هایی که انتظار می‌رود در هنگام تعطیلی فروشگاه از قفسه‌ها خارج شده باشند.

با در نظر گرفتن اهمیت پایداری محصول در محیط، که برای بسیاری از خریداران مطرح است، این شکل جدید بسته‌های کارتنی ممکن است تصورات منفی را در ذهن آن‌ها در مورد تهیه‌کنندگان و خرده‌فروشان ایجاد کند. آن‌ها همچنین با نمای ناخوشایندی از بسته‌های خالی مواجه خواهند شد که ممکن است به لحاظ طراحی نیز ضعیف باشند.

#### باور شماره شش: روش RRP مورد استفاده

برای زنجیره تولید اروپایی‌ها می‌تواند حتی در آمریکای شمالی نیز به کار گرفته شود. زنجیره‌های تولیدی در اروپا و آمریکای شمالی از جهاتی با هم متفاوت هستند. در حالی

به راحتی در انبار قابل شناسایی هستند، باز کردن آنها برای کارگران انبار آسان است، به سرعت و با یک حرکت ذخیره‌سازی می‌شوند، برای خریداران سهل‌الوصول هستند و نهایتاً پس از خالی شدن، به آسانی به دور انداخته می‌شوند. با این حال ممکن است شخص خریدار در حین عبور از راهروهای یک فروشگاه خرده‌فروشی در اروپا با بسته‌بندی‌های RRP معمولی و حتی سطح پایین برخورد کند. بسته‌های RRP که در راهروهای بسیاری از فروشگاه‌ها خودنمایی می‌کنند، می‌توانند به شکلی دیگر از پیشرفت‌های این نوع بسته‌بندی بهره‌مند شوند؛ از برش‌های پنیر گرفته (که ممکن است روی قفسه از هم باز شوند) تا قفسه‌ای که یک برآمدگی در قسمت جلوی آن قرار گرفته و محصولات را نگه می‌دارد، تا یک جعبه از نوع RRP که هیچ جای خالی در قفه باقی نمی‌گذارد تا مشتری بتواند به راحتی کارتن یا هر بسته دیگری را خارج نماید.

#### باور شماره چهار: کشورهای اروپایی روش

RRP را بدون تحمیل هیچ هزینه اضافی توسعه داده‌اند. این باور قطعاً درست است. به طور یقین ده سال قبل، امکان اعمال تغییرات در یک روش بسته‌بندی نامناسب و زیان‌بار و ثابت نگه داشتن هزینه‌ها (و حتی امکان پس‌انداز بخشی از بودجه) بسیار محتمل‌تر بوده است. به عنوان نمونه، انتظار می‌رفت که شرکت مکزیکی سس‌های سالسا تحت نام تجاری "Old El Paso" محصولات خود در اروپای غربی را در کارتن‌های مقاوم با جفت و بست دائمی (RSC) عرضه کند. در داخل این بسته‌ها صفحات مقسم برای محافظت از شیشه‌های سس تعبیه شده بود. زمانی که خرده‌فروشان درخواست ارائه این بسته‌ها را با روش RRP مطرح کردند،



# لیبل‌های فومی با قابلیت‌های جذاب



شرکت آمریکایی Commodore Plastics که در زمینه تولید لیبل‌های فومی فعالیت می‌کند از تکنولوژی مورد استفاده معمول در بسته‌بندی‌های قابل مایکروویو بهره گرفته و به یک کاربرد جذابتر در بازار نوشیدنی‌های سرد دست یافته است.

این شرکت که در سال ۱۹۸۰ توسط یک مهندس فرآیند به نام George Braddon تاسیس شده، در آغاز کار از اکسترودر کوچکی به ابعاد ۶ در ۴/۵ اینچ استفاده می‌کرد. قوه ابتکار و پیشینه مهندسی او موجب شد که این شرکت به یک تولیدکننده موفق سینی‌های فومی برای فرآورش گوشت و فروشگاه‌های خواروبارفروشی تبدیل شده و به واسطه کسب و کار تجهیزاتی‌اش به یک شرکت پیشرو در طراحی و تولید ماشین‌آلات و ابزارسازی برای تولید محصولات فومی از پلی‌استایرن منبسط شده (EPS) بدل شود. این شرکت که در حال حاضر تحت نظر Brad Braddon اداره می‌شود، بیش از سی سال است که فعالیت داشته و دانش خود در زمینه مواد فومی را به بازار لیبل ارائه می‌کند.

این شرکت پنج سال پیش، بلافاصله پس از شروع به کار با یک مشاور صنعتی به نام آقای Gary Duncan، به تولید لیبل‌های فومی اقدام کرد. Dun-can این مطلب را به یاد می‌آورد که: دلیل سوال آنها این بود که من مطلع بودم آنها در کسب و کار فوم هستند و اتفاقاً هیچ منبع غیروابسته (non-captive source) دیگری با ماهیت لیبل فومی در صنعت وجود نداشت. ایده من این بود که بتوان موجودی آنها را در یک حوزه وسیع صنعتی برای سازنده‌های لیبل منابع غیروابسته ارائه نمود.

Duncan و Braddon طی سه سال آینده با هم همکاری خواهند نمود تا یک لیبل فیلم فومی کواکستروژن شده با نام Labec را توسعه دهند. محصولات Labec با استفاده از یک فناوری منحصر به فرد تولید می‌شوند که متشکل از کواکستروژن یک لایه فیلم فومی نشده و یک لایه ثانویه از فوم پلی‌استایرن است. این ماده بی‌نظیر دولایه، ویژگی‌های عایق بودن و زیبایی را فراهم کرده و به این ترتیب موجب خواهد شد تا فناوری Labec یک روش بی‌نقص برای کاربردهای غذایی داغ از قبیل بسته‌بندی قابل مایکروویو باشد. اما آن چه شرکت مذکور در خصوص بسته‌بندی نوشیدنی‌های سرد انجام داده، نوآوری واقعی فناوری Labec را اثبات می‌کند.

Duncan می‌گوید: ما از یک فناوری قدیمی کمک گرفته و آن را برای کاربردهای جدید به روزرسانی کردیم. در ابتدا ایده ما پیشرفتی فراتر از کاربردهای توسعه داده شده موجود نبود. ما سعی کردیم که بسیاری از این کاربردهای مربوط به نوشیدنی را مجدداً تقویت کنیم. با وجود اطمینان خاطر Duncan از این که می‌تواند مواد را برای کاربردهای مربوط به نوشیدنی سرد بازآفرینی کنند، اما او آگاه بود که شرکت باید آمادگی چندین ماه سعی و خطا را داشته باشد.

او می‌گوید: بزرگترین چالش در توسعه محصول Labec این بود که در دماهای پایین به طور یکنواخت جمع (shrink) نمی‌شد. حل این مشکل دشوار به نظر می‌رسید. شرکت Commodore آمادگی خود را برای مقابله با این چالش اثبات نمود. در نتیجه مطالعات گسترده R&D، مهندسی مجدد ماده برای تامین قابلیت جمع‌شوندگی در دماهای پایین انجام گرفته و امکان استفاده از این فناوری برای کاربردهای سرد فراهم شد.

## عملکرد سرد نگهداشتن

فناوری Labec قادر به تولید شرینگ‌لیبلی است که ظروف نوشیدنی آلومینیومی، شیشه‌ای و PET را عایق‌بندی کرده و نسبت به قوطی‌های ساده، مایعات را بین ۱۵ تا ۲۰ دقیقه بیشتر سرد نگه می‌دارد. به این صورت که طی یک ساعت، ۲۰ تا ۳۰ درجه فارنهایت (حدود ۱ تا ۷ درجه سانتی‌گراد) از دمای نوشیدنی بدون لیبل را می‌گیرد.

ضخامت این محصول متناسب با ملزومات کاربردهای متنوع آن تعیین می‌شود. Duncan می‌گوید: لیبل فومی برای یک لیبل عایق‌بندی شده، نسبت به فوم معمول که در سینی‌های ترموفوم از آنها استفاده می‌شود، چگال‌تر است. این ماده اساساً شبیه کاغذ است. هر چند نسبت به کاغذ بسیار سبک‌تر است، اما به عنوان یک فوم با چگالی بالاتر دسته‌بندی می‌شود. برای عایق‌بندی در حد متوسط، مثلاً سرد نگهداشتن یک محصول حرارت دیده در مایکروفر پس از خارج کردن آن از دستگاه، معمولاً از ۵ تا ۶/۵ میل (معادل ۱۲۷ تا ۱۶۵ میکرون) از این ماده استفاده می‌شود.

در مورد محصولات نوشیدنی سرد از قبیل نوشابه‌ها یا آبجو به منظور سرد نگهداشتن محصول به مدت طولانی‌تر و یا تامین بافت یا قابلیت چاپ برجسته، معمولاً از ۸ تا ۱۰ میل (معادل ۲۰۳ تا ۲۵۴ میکرون) از این محصول استفاده می‌شود. Duncan می‌گوید: این محصول مزایای متعددی دارد. علاوه بر این که نوشیدنی را به مدت طولانی‌تری خنک نگه می‌دارد، میعان روی سطح را نیز کاهش داده و بعضاً آن را غیر ممکن می‌سازد. بنابر این نگاه‌داشتن آن در دست راحت‌تر است.



## قابلیت بالای عملیات تکمیلی

قوطی‌ها و بطری‌های نوشیدنی، کاربردهای ایده‌آل لیبل‌های فومی Labec محسوب می‌شوند. گفته شده که قوطی‌ها در نتیجه قابلیت‌های عایق‌کنندگی فوم لیبل Labec ارتقا می‌یابند و بطری‌ها از اثرات سه‌بعدی حاصل از فوم و نیز از ویژگی‌های ایمنی آن بهره خواهند برد. همچنین لیبل فومی Labec به علت برخورداری از چگالی برابر با تنها سه دهم گرم بر سانتی‌متر مکعب، پایینترین چگالی را بین مواد موجود ساخت لیبل داشته و جداکردن آن به منظور بازیافت ظرف به آسانی امکان‌پذیر است. به همین دلیل در زمره محصولات که غالباً به اشتباه از لحاظ زیست‌محیطی مضر شناخته می‌شوند، از مزیت قابلیت دوام برخوردار است. لیبل‌های فومی Labec قابلیت چاپ با استفاده از تمامی روشهای معمول از جمله فلکسو (هم با مرکب‌های بر پایه آب و هم قابل پخت با UV)، آفست، روتوگراور و چاپ دیجیتال را دارد. همچنین قابلیت فویل‌کوبی، متالایز و برجسته‌کاری برای زیباسازی ظاهری را نیز دارد.



دستگاه سیل القایی نیمه اتومات دستی  
ظرفیت کاری حداقل ۱۶۰۰ عدد در ساعت  
سول بطری از دهانه ۱۰+ ۱۵۰ میلیمتر



دستگاه سیل القایی اتومات ۳ کیلو وات  
Automatic water cooled  
induction cap sealing

2000 W



دستگاه سیل القایی اتومات ۲ کیلو وات  
Automatic water cooled induction cap sealing  
ظرفیت کاری حداقل ۴۰۰۰ عدد ظرف در ساعت



تولید انواع آلومینوم سیل  
مخصوص ظروف پلی اتیلن، پت و شیشه ای

دستگاه سیل القایی اتومات ۴ کیلو وات  
Automatic water cooled induction cap sealing  
ظرفیت کاری حداقل ۹۰۰۰ عدد ظرف در ساعت



دفتر فروش: کرج، جاده ماهدشت، همایون ویلا، خیابان ارکید، پلاک ۲  
تلفن: ۰۲۶۳۰۹۴۷۹ - ۰۲۶۳۰۹۴۵۴ - ۰۲۶۳۲۰۰۱۹ فکس: ۰۲۶-۳۶۳۲۰۰۱۹  
صندوق پستی: کرج، محمد شهر، ۱۹۹-۳۱۶۸۵  
[www.behkar.ir](http://www.behkar.ir) [www.behkarelectronic.com](http://www.behkarelectronic.com)

## ماشین سازی پدram ابتکار

بهترین مکانیزم جهت انتقال مواد غلیظ و مواد آتش زا

- از بارزترین مشخصات پمپ پیستونی این شرکت گذرگش فوق العاده
- کار کرده نرم و کم صدا، تنظیم سرعت انتقال
- استفاده از سیستم ترموستاتیک باک بدون برق
- کاربری مختلف از قبیل: انتقال، خوراک دامی، اسپری کردن، اسپرکوله
- کردن و سیستمی را تحت فشار معین قرار دادن
- و در موارد انتقال بالاتر از ۲ اینچ به سفارش پمپ های پیستونی
- چند رده ای ارائه می گردد.

تنظیم و کنترل حجم از طریق HMI مانیتورینگ صفحات  
با پاور سرورتر - مناسب همه نوع مواد



Email: [pedram\\_ebtekar@yahoo.com](mailto:pedram_ebtekar@yahoo.com)

سازنده تخصصی پمپ پیستونی و پرکن مواد غلیظ غیر نیومی دقیق حجمی، وزنی (لودسلی) مناسب صنایع  
آرایشی بهداشتی، غذایی، شیمیایی، رنگ و روغن به سفارش و نیاز صنایع و تیراژ تولید  
بررسی مشاوره و اجرا می گردد.

جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت کاتالوگ با شماره های زیر تماس بگیرید

۶۶ ۸۰ ۱۵ ۲۱

۰۹۱۲ ۲۱۱ ۸۳ ۱۱

# اجرای موفق سیستم

## مدیریت مصرف انرژی

### در کارخانجات کارتن سازی امریکا

این فرآیند تنها از تجهیزات محافظت نمی‌کند بلکه کارآمدی را تسهیل نموده و عمر کاری دستگاه را نیز افزایش می‌دهد.

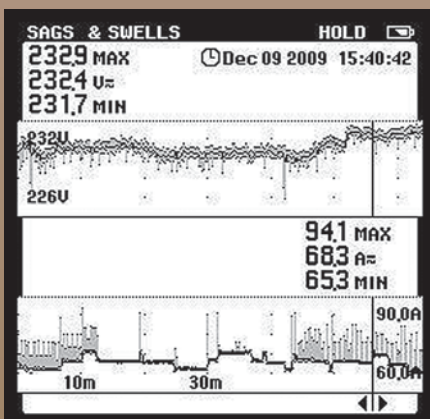
#### آغاز صرفه‌جویی‌ها

تمامی سیستم‌های مدیریت انرژی تعبیه شده توسط WPS Global به طور سفارشی به منظور کاهش مستقیم مصرف کیلووات برای هر ساختمان طراحی شده و از این نظر منحصر به فرد می‌باشند. با ایجاد یک طرح مخصوص ساختمان مد نظر، انتخاب دستگاه و قرار دادن آن بر اساس نیازهای خاص مشتری، بلافاصله صرفه‌جویی‌های چشمگیر و مداوم در مصرف برق به مدت ۱۵ سال یا بیشتر آغاز می‌شوند.

سازنده این سیستم خود ۱۰ درصد کاهش هزینه را با پیش‌بینی صرفه‌جویی‌ها و تجربیات واقعی سایر شرکتها تضمین می‌کند. بکارگیری چنین سیستمی نیاز به انجام یک بازرسی جامع انرژی از کارخانه سفارش‌دهنده دارد و در ادامه آن طرح مفصلی تهیه می‌شود. پس از تایید و پذیرش طرح توسط سفارش‌دهنده، فرآیند سفارشی خود برای صرفه‌جویی در انرژی را اجرا کرده و در خصوص شرکت Freedom طی چند هفته، کاهش چشمگیر مصرف و هزینه‌های انرژی را حاصل می‌شود.

Behrmann می‌گوید: تنها در ماه اول، مصرف برق شرکت Freedom نزدیک به ۲۵ درصد و صورتحساب مصرف برق آن تقریباً ۱۳۰۰۰ دلار کاهش یافت.

این طراح سیستم مدیریت انرژی می‌افزاید: وقتی مشتریان از این تاثیر آبی چشمگیر مطلع می‌شوند، تصور بازگشت سرمایه آنها با خرید این سیستم، برایشان دشوار نخواهد بود.



این سرمایه‌گذاری حین عمر کاری سیستم، بیش از ده برابر هزینه‌ای که باتش پرداخت شده را بازمی‌گرداند. این بهترین نتیجه ممکن است. وی می‌افزاید: صرفه‌جویی در هزینه تنها یکی از مزایای حاصل از این سیستم کنترل مصرف است. زیست‌سازگاری و محافظت در برابر نوسانات برق، دیگر جنبه‌های مفید آن هستند. این سیستم در ۲۴ ماه، تصاعدات CO2 شرکت ما را به طور متوسط ۷۲/۸۵ تن بر ماه کاهش داده است. پیش‌بینی ما این است که تا سال پانزدهم، تصاعدات CO2 آن در مجموع ۱۳۱۱۳ تن کاهش یابد.

Dave Galasso می‌گوید: سیستم مدیریت انرژی، هزینه‌های عملیاتی ما در زمینه‌های دیگر را نیز کاهش می‌دهد. از زمان نصب سیستم مذکور ما در نتیجه کاهش قطع برق، کاهش زمان‌های از کار افتادگی و تعمیرات کمتر، در هزینه‌های نگهداری نیز صرفه‌جویی داشته‌ایم و انتظار داریم که این مساله به افزایش طول عمر تجهیزاتمان بیانجامد.

نوسانات برق می‌تواند به تجهیزات آسیب‌پذیر تحت کنترل کامپیوتر صدمه جدی وارد کند. هر سیستم WPS Global شامل چندین عضو است که با همکاری هم، نوسانات را از مدارهای حساس دستگاه منحرف می‌کنند.

Bill Berhmann طراح ارشد سیستم‌های WPS می‌گوید: ما این فرآیند را محافظت نوسانات روی استروئیدها می‌نامیم.

شرکت Freedom Corrugated پیش‌بینی می‌کند که به‌کارگیری یک سیستم مدیریت انرژی به نام supply-side که از سازمان WPS Global تامین کرده به صرفه‌جویی‌های چشمگیری منجر شود. در اکتبر سال ۲۰۱۰ شرکت آمریکایی Free-dom Corrugated یک سیستم کاهش انرژی از سازمان WPS Global خریداری و نصب کرد.

این شرکت پیش‌بینی کاهش قطعی حداقل ۱۰ درصد هزینه‌های برق را داشته و اطمینان دارد که بدین وسیله، گام‌های بلندتری به سوی کاهش تصاعد گاز CO2 نیز خواهد داشت. مدیریت شرکت مذکور با اطلاع از موفقیت سایر کارتن‌سازی‌هایی که از این سیستم استفاده کرده بودند مشتاقانه از آن استقبال کرد.

در حال حاضر بیش از دو سال از نصب سیستم مدیریت انرژی WPS Global گذشته و تیم مدیریت شرکت Freedom Corrugated به‌کارگیری آن کاملاً راضی است. شرکت مذکور به کاهش کل مصرف انرژی معادل ۱۵/۳۸ درصد و بیش از ۱۷۷۰۰۰ دلار صرفه‌جویی در هزینه انرژی دست یافته است. این صرفه‌جویی‌ها حداقل به مدت ۱۳ سال دیگر ادامه داشته و پیش‌بینی می‌شود که طی ۱۵ سال، به بیش از ۱۳۰۰۰۰۰ دلار صرفه‌جویی منجر شود.

Dave Galasso مدیر شرکت مذکور می‌گوید: از این پس هزاران دلار صرفه‌جویی ماهانه در هزینه‌هایی که باید پرداخت کنیم به درآمدهای ما افزوده خواهد شد.





# Packing & Printing Machinery EXHIBITION

TEHRAN 19<sup>th</sup>-22<sup>nd</sup> Dec. 2013  
Venue: Tehran International Permanent Fairground

# 20th

## اطلاعیه مهم

### بیستمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته ایران - تهران ۲۸ آذر تا ۱ دی ماه ۱۳۹۲

بدین وسیله به اطلاع کلیه صنعتگران چاپ و بسته‌بندی می‌رساند بیستمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته با مجوز سه ساله ۸۹/۳۲۰/۱۹۴۷ مورخه ۸۹/۹/۱۵ سازمان توسعه تجارت ایران توسط شرکت صنوف تولیدی و خدمات فنی تهران در تاریخ ۲۸ آذر تا ۱ دی ماه ۱۳۹۲ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار می‌گردد و از کلیه شرکت‌هایی که در این راستا فعالیت می‌نمایند جهت مشارکت در نمایشگاه فوق دعوت به عمل می‌آورد.

لذا در صورت تمایل به حضور در نمایشگاه در بخش داخلی و خارجی می‌توانید اطلاعات ذیل خود را تکمیل و به شماره فکس ۸۸۴۷۶۵۹۰ و ۸۸۴۷۶۵۵۶ ارسال نمایید و در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر می‌توانید با تلفن‌های: ۸۵۵۴۳۱۲۶ - ۸۵۵۴۳۱۱۱ - ۸۵۵۴۳۱۱۳ - ۸۵۵۴۳۱۲۴ تماس حاصل نمایید.

نام شرکت: ..... مدیرعامل:

نوع فعالیت: .....

ریالی  
 ارزی

مترای درخواستی: .....

تلفن: .....

فکس: .....

موبایل: .....

#### ستاد برگزاری

بیستمین نمایشگاه چاپ، بسته‌بندی و ماشین‌آلات وابسته

تلفن‌های ضروری: ۰۹۱۲۵۱۰۸۲۱۵ آقای میرمیری

۰۹۱۲۱۵۷۵۶۱۱ آقای توکل

نشانی: خیابان شریعتی، بالاتر از خیابان ملک، جنب اداره پست،

پلاک ۴۵۶ طبقه اول، امور نمایشگاه‌ها

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

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



بیستمین نمایشگاه بین‌المللی  
ماشین‌آلات چاپ و بسته‌بندی

شرکت بازرگانی



# بیلاستوا ایران

با مدیریت خانم سلیمی

تلفن: ۳-۸۸۷۵۶۶۹۲  
۰۹۳۷ ۱۹۹۶۵۴۷  
۰۹۱۲ ۷۶۹۶۰۰۵

فروش انواع مواد اولیه پلاستیک (بدون واسطه با نازل ترین قیمت روز)

انواع پلی اتیلن سبک و سنگین (LDPE, HDPE)

انواع پلی پروپیلن (PP)

انواع پلی استایرن های مقاوم ( هایمپکت - کریستال )

انواع پلی استایرن انبساطی (EPS)



به هیچ عنوان دستگاه سیل القایی نخرید!!!  
قبل از مشورت با متخصصین...

## سپند الکترونیک پارسیس

ارائه دهنده انواع دستگاه ها و واشرهای سیل القایی

انواع دستگاه اینداکشن پرتابل هواخنک  
Hand-Held Models (Air Cooled)



انواع دستگاه اینداکشن آب خنک  
Water Cooled Induction Cap Sealing



دستگاه لیبلینگ پشت چسب دار  
Wrap-Around Labeler



دستگاه سیل القایی + درزبند  
2 in 1 Induction Cap Sealing-Capping Machine



Semi-Auto Induction Cap Sealing  
700W (Air Cooled)

دستگاه نیمه اتوماتیک سیل القایی

Aluminium Seal

Single-Type, Double-Type & Pressible Induction Seal



انواع آلومینیوم سیل (واشر سیل)



دستگاه اینداکشن هواخنک  
Air Cooled Induction Cap Sealing

استعداد در انتخاب برترین هاست...

سپند الکترونیک پارسیس



کارگاه : شهریار، وحیدیه، کمربندی شهید رجایی، پلاک ۲۶۴  
تلفن : ۰۲۶۲-۳۶۳۵۴۱۰  
دفتر مرکزی :  
تلفن : ۰۲۱-۴۴۵۰۷۵۴۵  
همراه : ۰۹۱۲۱۳۲۳۲۸۴  
فکس : ۰۲۶۲-۳۶۳۵۴۳۴  
فکس : ۰۲۱-۴۴۵۰۵۳۹۲  
info@sepand-electronic.com

www.sepand-electronic.com



Tel: 021-65438113-17  
 واحد بازرگانی و فروش: 021-65438117  
 Fax: 021-65438112  
 www.maniplast.ir

- تولیدکننده انواع ظروف بادی و تزریقی در اوزان و حجم‌های مختلف
- ساخت انواع قالب‌های بادی و تزریقی با گارانتی سه‌ساله
- نشانی: شهریار، شهرک صنعتی مفاذشت

## مجتمع بسته بندی کیا پک

با اتکاء به امکانات و ماشین آلات مدرن و تمام اتوماتیک با تکنولوژی ژاپن

### تولید انواع

- کارتن و جعبه‌های لمینتی با سلفون
- کارتن با چاپ ۴ رنگ ترامه
- جعبه‌های متالایز (مقوایی و لمینتی)

تولید کننده

کیفیت کم نظیر

قیمت‌های استثنایی

kiapack@ymail.com

تلفن: ۰۶-۵۶۲۳۵۳۲۵ فکس: ۵۶۲۳۵۳۲۶ همراه: ۰۹۱۲-۳۹۹۳۸۸۰



## این جا بازار بسته بندی است

این بخش از مجله **فرستی** است بسیار مناسب، برای فعالان صنعت بسته بندی، که در کنار سایر همکاران، خود را معرفی کنند. **آگهی رنگی کوچک** و ارزان را فقط در **اینجا** تجربه کنید. از آن جا که ماهنامه صنعت بسته بندی به صورت تمام رنگی منتشر می شود، بخش بازار بسته بندی نیز رنگی است. محاسبات بسیار دقیقی انجام شده تا بهای آگهی در این سیستم **مشکلسپی و متعادل** باشد. گفتنی است کمترین تعداد حضور در بخش بازار بسته بندی، **۶ ثوبیت** می باشد. فروش **اقلام دست دوم** شامل این شرط نیست.



**سلمان پلاستیک**  
تولیدکننده انواع ظروف بادی و تزریقی  
تولیدکننده ظروف:  
✓ صنایع غذایی  
✓ صنایع دارویی  
✓ صنایع آرایشی و بهداشتی

**WWW.SAMAN PLASTIC.COM**  
کرج، کما لشهر، نرسیده به پلیس راه، جنب شرکت روس، خیابان صفا، پلاک ۲  
تلفن: ۰۲۶-۴۷۰۰۰۴۸ فکس: ۰۲۶-۴۷۰۰۰۴۸ همراه: ۰۹۱۲۱۶۱۳۹۶۱ و ۰۹۱۲۱۶۸۴۰۱۴

# بدون برچسب ایمنی، هرگز!

کارآفرینان و تجارانی که در حوزه بسته بندی فعالیت می کنند، باید به اهمیت برچسب های ایمنی توجه ویژه داشته باشند. این برچسب ها نه تنها به ایمنی بسته بندی کمک می کند، بلکه به کاهش هزینه های حمل و نقل نیز منجر می شود.



بر اساس استاندارد ابعادی سازمان جهانی استاندارد ISO تولید و پخش از دیدگستر  
تلفن: ۰۷۷۶۰۷۹۶۳ - ۷۷۵۱۳۳۴۱

صاحب اشتراک (حقوقی یا حقیقی):

نام دریافت کننده:

زمینه فعالیت:

نشانی دقیق:  منزل  محل کار

صندوق پستی:

کد پستی:

فکس:

موبایل (برای ارسال پیام های مهم):

پست الکترونیکی:



به نام خدا \* 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 یکی از حسابهای زیر واریز فرمایید:

- \* حساب جاری شماره ۱۳۵۸ ۵۰۵۴۳ بانک تجارت شعبه اردبیهشت به نام رضا نورائی
  - \* حساب بانک تجارت به شماره کارت ۶۲۷۳/۵۳۱۰/۲۰۳۸/۴۶۷۳ به نام رضا نورائی
  - \* حساب بانک صادرات به شماره کارت ۶۰۳۷/۶۹۱۱/۲۶۱۹/۶۴۱۹ به نام رضا نورائی
  - \* حساب بانک ملت به شماره کارت ۶۱۰۴/۳۳۷۰/۰۸۰۵/۱۱۹۳ به نام رضا نورائی
  - \* حساب بانک پاسارگاد به شماره کارت ۵۰۲۲/۲۹۱۰/۱۷۷۲/۰۵۷۲ به نام رضا نورائی
- ۳- رسید پرداخت و فرم اشتراک را به شماره ۰۲۱-۷۷۵۱۲۸۹۹ فکس کرده یا اصل مدارک را به نشانی تهران، صندوق پستی ۱۴۸۷-۱۳۱۴۵ به نام ماهنامه صنعت بسته بندی ارسال فرمایید.

## اشتراک + CD = تخفیف ۵۰٪ در قیمت CD

www.iranpack.ir/books

CD های تخصصی ماهنامه صنعت بسته بندی برای اطلاعات بیشتر به نشانی بالا بروید یا با امور مشترکان مجله تماس بگیرید

## بسته بندی صنعت ماهنامه

SANAT BASTEBANDI PACKAGING MAGAZINE

تلفن: ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹ - ۷۷۶۰۷۹۶۳

فکس: ۷۷۵۱۲۸۹۹

تهران صندوق پستی: ۱۴۸۷-۱۳۱۴۵

sub@iranpack.ir

شماره مورد نظر برای شروع اشتراک:

### پست عادی:

بارکد و کد رهگیری ندارد. در محل پلاک انداخته می شود. زمان رسیدن به مقصد بین ۱۰ تا ۱۵ روز می باشد. هزینه ارسال مجله شامل بسته بندی، حمل و پست عادی (با تعرفه پست ج.ا. در سال ۱۳۹۲) بین ۲۹۰ تا ۳۶۴ تومان می باشد.

### پست سفارشی:

بارکد و کد رهگیری دارد. به خود گیرنده تحویل داده می شود. زمان رسیدن به مقصد بین ۵ تا ۱۰ روز می باشد. هزینه ارسال مجله شامل بسته بندی، حمل و پست سفارشی (با تعرفه پست ج.ا. در سال ۱۳۹۲) بین ۱۱۴۰ تا ۱۴۰۰ تومان می باشد.

توجه: قیمتها به تومان و شامل بهای مجله باضافه هزینه ارسال می باشد که بین ۱۰ تا ۱۲ درصد تخفیف کلی اشتراک سالیانه به آن تعلق گرفته است.

شماره	لطفاً روی اشتراک مورد نظر ضریب بریزید		یک سری		۲ سری (۷٪ تخفیف)		۳ سری (۱۵٪ تخفیف)	
	عادی	سفارشی	عادی	سفارشی	عادی	سفارشی	عادی	سفارشی
۱۲ شماره	۳۶،۰۰۰	۴۶،۵۰۰	۶۷،۰۰۰	۸۶،۵۰۰	۹۱،۸۰۰	۱۱۸،۵۰۰	۱۷۴،۳۰۰	۲۲۵،۳۰۰
۲۴ شماره (۵٪ تخفیف)	۶۸،۴۰۰	۸۸،۳۵۰	۱۲۷،۲۰۰	۱۶۴،۳۰۰	۱۷۴،۳۰۰	۲۲۵،۳۰۰	۲۲۵،۳۰۰	۲۲۵،۳۰۰
دانشجویی ۱	۲۷،۰۰۰	۳۷،۲۰۰	برای دانشجویان رشته های بسته بندی، چاپ، گرافیک					
دانشجویی ۲	۳۰،۶۰۰	۳۹،۵۰۰	برای دانشجویان رشته های دیگر					



گروه تولیدی صنعتی شادمهر



(سهامی خاص)

تمایزترین سازنده و صادر کننده انواع ماشین آلات مدرن بسته بندی با کامل ترین خطوط تولید با حفظ کیفیت در بالاترین سطح برنند برتر سال ۱۳۹۰ در تولید ماشین آلات صنعت بسته بندی



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

E-Mail: [info@shadmehr.com](mailto:info@shadmehr.com)

دفتر مرکزی، کارخانه و نمایشگاه شرکت شادمهر: کیلومتر ۲۷ جاده قدیم تهران-ساوه، شهرستان بهارستان، بعد از سه راه آدران، شهرک صنعتی قلعه میر، خیابان شهید پروفیسور شهر یاری (رینگ کار سابق)، نبش چهارم غربی

تلفن: ۰۲۱-۴۷۹۲۲

تلفن: ۰۲۱-۵۶۸۶۳۰۴۴



PRO-DIGIT  
53-106

## کارتن نگار مطسا

توانایی چاپ هر نوع پیغام تا ارتفاع ۱۰۶-۵۳ با تکنولوژی تاج اسکرین و LCD رنگی و TFT صنعتی توانایی چاپ با سرعت ۷۰ متر بر دقیقه توانایی چاپ بارکد توانایی چاپ لوگو تا بی نهایت قابلیت چاپ اطلاعات به زبان های مختلف بطور همزمان امکان چاپ علائم مخصوص کارتن قابل اتصال به کامپیوتر از طریق پورت USB



تهران، سه راه طالقانی،  
خیابان خواجه نصیرالدین طوسی،  
نبش خیابان مقدم، پلاک ۸۰  
تلفن: ۷۷۶۲۸۷۷۲-۴

## کارتن لاصحن

دارای ۲ واحد مجزا تولید کارتن و جعبه

تولید جعبه های پتالایز:

مناسب جهت بسته بندی تولیدات آرایشی، بهداشتی و غذایی  
تولید جعبه و کارتن های لچینتی:  
مناسب جهت انواع بسته بندیهای صنعتی

کارتن های ۳ لایه و ۵ لایه با دستگاههای تمام اتوماتیک  
با امکان چاپ تا سه رنگ و طرح ترکیبی

آدرس: جاده قدیم قم، پانین تر از کوریزک  
جاده واوان، شمالغربی میدان قیصر آباد  
تلفن: ۰۲۱-۵۶۵۴۴۶۶۵-۶  
فاکس: ۰۲۱-۵۶۵۴۴۶۶۷

**دستگاه بسته بندی کارتونیگ**



<b>TR300/TR600</b>			
L	180	350	230 450
w	70	300	400 600
C	425		700
H	25	200	35 250



**Osterbergs** تماس: ۰۹۱۲ ۳۲۱ ۹۶ ۳۷

مشکلات در کمین هستند، اما...

# نترسید

## چیزی نیست!

با مشاوره حل می شود

مشکلات شما در بسته بندی را حل می کنیم

۷۷۶۰۷۹۶۳ - ۷۷۵۱۳۳۴۱

کلینیک بسته بندی دیدگستر



**نوار چسب بسته بندی ۹۰ یاردی**

با کیفیت و چسبندگی عالی

مستقیم از واردکننده

تلفن: ۰۲۱-۵۵۶۰۰۸۶۶ ۰۹۱۲-۱۱۶۲۴۶۸

بازرگانی اس. لک. کوی



**اسپید صنعت نوین**

تولید ماشین آلات صنایع غذایی و لبنی

تلفن: (۰۴۱۱) ۶۳۷۸۰۶۵-۶۷

فکس: (۰۴۱۱) ۶۳۷۸۰۶۸

www.speedsanat.ir



**IRANPACK.ir**

با چهره جدید

با قابلیت های بی باور نگر دنی

همراهنگ با عصر دیجیتال

بزودی



**آذین چاپ البرز**

برترین برگزیده جشنواره صنعت چاپ ایران

در چاپ لیبل های اسلیو و شرینگ

PET، PVC و OPP

صفحه ۲۱ را ببینید



**فروشگاه برادران کاشانی**

تولید و پخش انواع دستگیره های کارتن، کاور اداری، کیلپهای طلایی و کیسه برنج

تهران، ۱۵ خرداد، بازار آهنگران، کوچه بهبهانی، پاساژ صفا، طبقه همکف، پلاک ۵

تلفن: ۵۵۶۲۶۱۸۲ - ۵۵۸۱۶۴۸۷ - ۵۵۸۱۶۴۸۷

همراه: ۰۹۱۲-۱۱۹۲۵۳۲ (کاشانی)



**اجرای خدمات برش رول به رول انواع:**

نایلون (ساده و حبابدار)، سلفون، ترسافون، PET

صافی، متالایز، گونی، کاغذ و فویل و ...

با دستگاه مدرن

تلفن: ۷۷۳۱۳۰۰۲ - ۷۷۳۱۳۰۸۸ - ۷۷۳۱۳۰۸۶

همراه: ۰۹۱۲۱۹۶۶۳۸۶ (ایلخانی)

ilkhani.plastco@gmail.com

**دکلیدر**

گروه صنعتی

ماشینهای صنعت بسته بندی

تولیدات ما:

- \* لیبل چسبان صنعتی
- \* شستشو، پرکن و دربند مایعات رقیق
- \* پرکن روتاری مایعات غلیظ
- \* چاپگر جوهرافشان ریزنگار
- \* چاپگر بارکد

**دستگاه لیبل چسبان صنعتی**

چسباندن اتوماتیک برچسب به:

- \* دو، سه و یا چهار وجه ظروف تخت و مخروطی (با مقطع ۴ گوشه و دایره)
- \* دورتادور یا نیم دور ظروف استوانه ای (با مقطع منحنی)
- \* سطوح فوقانی درب ظروف یا کارتن ها
- \* قابلیت انطباق با سرعت خط تولید
- \* مجهز به میکروکنترلر و نمایشگر لمسی
- \* سهولت در تنظیم محل برچسب بر روی انواع ظروف
- \* ثبات دقت کارکرد حتی در سرعت های بالای ۸۰۰۰ بتر در ساعت
- \* ساخته شده از برترین برندهای مواد اولیه و قطعات مکانیکی و الکتریکی اروپایی
- \* بر اساس استاندارد بین المللی تضمین تداوم کیفیت ISO9001:2008
- \* استاندارد CE اروپا
- \* حاصل کار و فکر صنعتگر ایرانی

گروه صنعتی ویدر:

جاده تهران-ساوه، سه راه آذران، جاده شهریار، مجتمع صنعتی آذران، خ شاهین، پلاک ۵

تلفن: ۰۲۱-۸۸۶۷۱۹۱۶-۸ و ۰۲۱-۵۶۵۸۵۶۸۱-۳ و ۰۲۱-۵۶۵۸۵۶۸۰

فکس: ۰۲۱-۵۶۵۸۵۶۸۰

www.widder.ir

Email: technical@widder.ir



# کتاب سال بسته‌بندی ۱۳۹۲

آماده درج اخبار و آگهی‌های شما هستیم

## ماد پلیمر

تولید، طراحی و ساخت انواع درپوش‌های پلمپ و بدون پلمپ غذایی، شوینده، آرایشی، دارویی، پتروشیمی و...

تهران، ابتدای جاده آبدلی، ۳۵ متری اتحاد، ۱۹ اتحاد، کوی مجید، پلاک ۹  
تلفن: ۷۷۳۲۴۴۶۳ تلفکس: ۷۷۳۵۳۹۵۲  
فروش ۰۹۱۲ ۲۳۳ ۷۷ ۲۶  
تولید ۰۹۱۲ ۲۳۳ ۴۹ ۵۲  
www.maadpolymer.com

## بست تسمه وحدت

تولید انواع بست تسمه اعم از ۱۶، ۱۹ و ۱۶ پیچیده توزیع انواع تسمه بسته‌بندی  
۰۹۱۲۵۷۵۵۴۷۷



ماشینهای چسب گرم  
Robatech  
ساخت سوئیس



خیابان ۱۹ احمد قصیر ، شماره ۱۳ ، واحد ۴۰۲  
تلفن : ۱۸ - ۸۸۳۸۲۹۱۵  
فاکس : ۸۸۳۸۲۹۱۴  
E-mail: info@Tajrishi.com  
Website: www.Tajrishi.com

اطلاع‌رسانی سریع و موثر  
SMS  
سرویس SMS صنایع بسته‌بندی کشور  
-۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

## فروشی فروشی

### خط تولید ساک پلاستیکی

فروش خط کامل و حرفه‌ای تولید و چاپ ساک پلاستیکی

فیلم: دستگاه ALPIN آلمان مدل ۹۵

پلی اتیلن تک لایه، عرض حباب ۱۰۰ سانتی‌متر

چاپ: MAXI ایتالیا مدل ۹۵

چهاررنگ دور و استک ظرفیت اسمی ساعتی ۱۰۰ کیلو

۰۹۳۵۷۴۳۰۵۳۸

## خریدار و فروشنده انواع دستگاه‌های دربندی قوطی

۰۹۳۵ ۷۸۳ ۴۱ ۳۱

## سبلان و کیوم

کلیه خدمات بسته‌بندی نازک و ضخیم به طریقه و کیوم فرمینگ با ورقهای هایم‌پک PET و ABS جهت کالاهای غذایی، بهداشتی، دارویی و غیره ساخت قالب و کیوم و دستگاه و کیوم فرمینگ  
کارخانه: ۵۵۲۵۸۵۹۳ همراه: ۰۹۱۲۶۱۶۴۲۵۶ - ۰۹۱۲۶۱۲۱۸۰۶ (وکیل‌زاده)

## گشتا صنعت اصفهان

تولید کننده دستگاه‌های بسته‌بندی و تاریخزن

- دستگاههای تاریخزن جهت چاپ تاریخ تولید، انقضا، قیمت و سایر مشخصات بر روی بسته‌های کالا مورد استفاده قرار می‌گیرند.
- دستگاههای دوخت جهت درب دوزی کیسه‌های پلاستیکی (پلی اتیلن، متالایز، لامینت و سایر جنس‌های مشابه)
- دستگاه‌های وکیوم جهت تخلیه هوای داخل بسته‌های مواد غذایی



اصفهان - دروازه شیراز - خیابان فرابورگ - نبش کوچه ۱۷ - پلاک ۱ - ۳۸ طبقه همکف  
تلفن: ۰۹۱۲۶۹۷۸۲۶ - ۰۳۱۱)۶۶۹۵۴۴۳( تلفکس: ۰۳۱۱)۶۶۹۵۴۴۳( همراه: ۰۹۱۲۱۱۹۷۰۵۵ (جوانمرد)  
WWW.GASHTACO.COM WWW.GASHTACO.BLOGFA.COM



- ◀ واردکننده انواع تسمه‌کش‌های فلزی و پلاستیکی (پنوماتیک - برقی)
- ◀ واردکننده انواع تسمه‌های فولادی فنری
- ◀ تولید انواع تسمه‌های بسته‌بندی و صنعتی
- ◀ برش انواع فلزات به صورت رول به رول
- ◀ تولید انواع بست تسمه



تلفن: ۷ - ۵۵۵۷۹۰۲۶ فکس: ۵۵۸۹۶۹۵۱  
www.sanayekaveh.com

SP

صنایع تولید و چاپ ظروف یکبار مصرف و بازرگانی ماشین آلات وابسته  
باسابقه ترین مرکز تخصصی چاپ بر روی انواع ظروف بصورت تک رنگ و چند رنگ  
ارائه کننده انواع ظروف لینیات و بستنی به اکثر کارخانجات معتبر ایران و صادر کننده به کشورهای مختلف  
دارنده لوح تقدیر از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بعنوان تولید کننده محصولات چاپی با کیفیت برتر  
دارنده گواهینامه سیستم مدیریت کیفیت ISO9001:2008 از انگلستان  
عضو انجمن همگن پلاستیک ایران و .....

**Sinaplast** Artavil



**سینا پلاست** آرتاویل

شماره ثبت: ۳۹۳۶۵۸  
شماره پروانه: ۳۴/۱۴۴۵/۸۸/ش

**Packing & printing**

Producer of disposable plastic wares & Related industries Trading

www.sina\_plast.com  
E-mail: sina\_plast\_co@gmail.com

آدرس: مکتوبات، دفتر پستی شهر صنعتی کرمان - پ ۱۱۴-۳۱۷۴۵ کدپستی: ۳۱۷۴۶-۸۳۵۵۱  
تلفن تماس: ۰۶۵۷۳۳۹۹۲-۰۶۵۷۳۳۹۹۲ مدیریت عاملی: ۰۲۱-۰۲۲۶۷۱-۰۹۱۱۲۱  
تلفکس: ۰۶۵۷۳۳۴۱۰-۰۶۵۷۳۳۴۱۰ E-mail: Bahramameli@gmail.com



تولیدکننده فیلم‌های پلاستیک برای مصارف دستی و ماشینی  
در عرض‌ها و ضخامت‌های متنوع

**استرچ و شرینگ**

- صرفه جویی در زمان و هزینه‌های بسته‌بندی
- محافظت از کالا در انبار و جابجایی
- غیرقابل نفوذ در برابر گرد و غبار و رطوبت
- سهولت در بسته‌بندی و بازگشایی

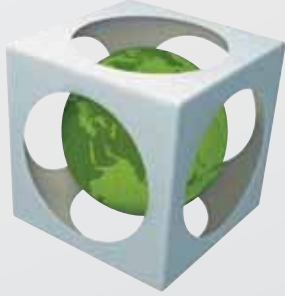
کارخانه:

اتوبان ساوه، شهرک صنعتی مامونیه  
دفتر مرکزی: ۱۸-۸۸۹۹۴۱۱۷، ۸۸۹۷۷۴۹۷  
فاکس: ۸۸۹۷۷۴۹۸  
ایمیل: info@esiranian.com



www.ESIranian.com

ترکیه صنعت بسته بندی منطقه را 19 سال پیایی با  
رشد سریع دورهم جمع کرده است.



# EURASIA PACKAGING® 2013 İSTANBUL

نوزدهمین نمایشگاه بین المللی صنعت بسته بندی استانبول

**September 12 - 15, 2013**

**۲۱ الی ۲۴ شهریور ۱۳۹۲**

**همزمان با:**

هشتمین نمایشگاه تکنولوژی مواد غذایی و نوشیدنی،  
ایمنی مواد غذایی، افزودنی ها، سیستم هوادهی و  
خنک کردن، سیستم های انبارداری و حمل و نقل



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

تویاپ تهران

میدان ونک، برج آسمان ونک، واحد ۸۰۵

تلفن تماس: ۸۸۱۹۱۰۱۷-۱۹

 **Reed | TÜYAP**

Reed Tüyap Fuarçılık A.Ş.  
[www.reedtuyp.com.tr](http://www.reedtuyp.com.tr)



**MASD**



**SEPA**



**İSTANBUL**



TÜYAP FAIR CONVENTION AND CONGRESS CENTER  
Büyükkçekmece, İstanbul / Turkey

THIS FAIR IS HELD UPON THE AUTHORIZATION OF THE UNION OF CHAMBERS AND  
COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY, IN ACCORDANCE WITH LAW NUMBER 5174.



## خط کامل IML (اینمدا لیبلینگ)



## برای اولین بار در کشور به صورت کامل (صد در صد)

### الف - تولید:

- ظروف و قطعات پلاستیکی به صورت تزریق
- ظروف یکبار مصرف بصورت فرمینگ (پلی اتیلن، پت، پلی استارین، پلی پروپیلین)
- ورق یک تا سه لایه (پت، پلی استارین، پلی پروپیلین)
- بطری (پت و پلی اتیلن)
- درب پلاستیکی (آب بند و گاز بند)
- پریفرم در اوزان مختلف (از ۷ تا ۴۵ گرم)

### فیلم:

- پی وی سی
- پلی اتیلن

### خط کامل:

- لیوان و ظروف مقوایی یک و دو جداره
- شیرینگ لیبل
- اینمدا لیبلینگ (IML)

### ب - پیش از چاپ:

- عکاسی
- طراحی و گرافیک
- زینک سازی
- کلیشه سازی
- سیلندر سازی

### ج - چاپ:

- افست خشک بصورت مدور و چهار گوش تا هشت رنگ
- افست رل تا ده رنگ
- فلکسو تا ده رنگ
- هلیو تا ده رنگ

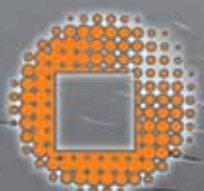
### د - پس از چاپ:

- لمینت (دو لایه بدون حلال انواع فیلم، دو و سه لایه بدون حلال انواع فیلم و فویل، کاغذ به مقوا و مقوا به کارتن، سلفون به کاغذ و مقوا)
- یو وی
- دایکات (رول، شیت، پانچ)
- برش (طولی، عرضی، شیت)
- پرفراژ (رول، شیت)
- جعبه چسبان (اتوماتیک)



شرکت مجتمع صنایع بسته بندی و چاپ

**ایحا گستر شمال**  
Packaging & Printing Industries Complex  
**IHA GOSTAR SHOMAL**



شرکت مجتمع صنایع بسته بندی و چاپ

**ایحا گستر شمال**

Packaging & Printing Industries Complex

**IHA Gostar Shomal**

**هر آنچه می خواهید**



# شرکت ماشین سازان وانا پرس

اولین سازنده و صادر کننده خط تولید قوطی های فلزی چهار گوش، گرد و قوطی کنسرو، در ابعاد و اندازه های گوناگون، آمادگی خود را جهت ارائه خدمات فنی و مهندسی که شامل طراحی، قالب سازی، ساخت ماشین آلات و... می باشد را با پیشرفته ترین امکانات و مهندسیین مجرب به کارخانجات قوطی سازی اعلام می دارد.

شرکت وانا پرس، مفتخر است که خطوط قوطی های گرد و چهار گوش ساخت این شرکت، در اکثر کارخانجات فعال کشور در حال تولید شبانه روزی می باشند.

