

هفتمین کتاب سال
بسته بندی همزمان با
نمایشگاه چاپ و بسته بندی
منتشر می شود

ماهنامه

صنعت

بسته بندی ۱۴۸

ISSN1735-4749

www.iranpack.ir

SANAT BASTEBANDI
PACKAGING MAGAZINE

سال شانزدهم / آبان ۱۳۹۲ / ۴۰۰۰ تومان



JET PRINTER

ایده ای نو در جهان چاپگرها

ANSER™ U2

شرکت بابک ماشین

BABAK MACHINE CO.LTD

Email:babackpack1355@gmail.com



دستگاه‌های چاپ ۸ و ۷ رنگ رو تو گراور
با پیشرفته ترین تکنولوژی

شرکت صنایع بسته بندی آذین چاپ البرز



دارنده سیمرغ‌های زرین جشنواره صنعت چاپ ایران

دستگاه تولید فیلم P.V.C شرینگ
با عرض ۱۰۵۰ میلی‌متر بعنوان
تنها تولید کننده در کشور



لیبل‌های PVC شرینگ

- ✓ اولین و مدرن ترین مجموعه تخصصی تولید و چاپ
- ✓ لیبل‌های رول و برش خورده P.V.C شرینگ
- ✓ تولید لیبل‌های P.V.C با شرینگ‌پذیری ۶۰%
- ✓ تولید لیبل‌های PET با شرینگ‌پذیری ۷۵%



لفاف و لیبل‌های OPP



- ✓ تولید لفاف‌های بسته بندی و لیبل‌های رول OPP
- ✓ چاپ و لمینیت فیلم‌های OPP-PVC-PP-PE-PET
- ✓ چاپ فویل‌های آلومینیومی
- ✓ چاپ کاغذ‌های رول
- ✓ لمینیت فیلم OPP چاپی یا شفاف به کاغذ
- ✓ تولید لفاف سس‌های تک نفره (ساشه)

دفتر تهران: تلفکس: ۰۲۱-۶۶۰۱۶۹۴۴-۶۶۰۴۶۸۵۰

کارخانه: قزوین، شهرک صنعتی کاسپین / صندوق پستی: قزوین ۳۴۱۸۵-۳۱۴۱ تلفن: ۰۲۸۲-۲۸۴۸۱۶۴-۷ فاکس: ۰۲۸۲-۲۸۴۸۱۶۷

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



پرفروش ترین ماشین آلات چسب زنی کارتن در ایران

تکنولوژی برتر + گارانتی برتر
گارانتی طلایی پایاپک شامل: ۳۰ ماه گارانتی عملکرد
و ۳۰ روز گارانتی تعویض و برگشت و ...
۶۰ ماه گارانتی موتورها
(بی نظیر در صنایع بسته بندی کشور)

سرعت و دقت عملکرد
در نهایت استقامت!!



PAYAPACK

پایاپک صنعت

اولین و تنها مرکز تخصصی ماشین آلات
اتوماتیک چسب زنی کارتن در ایران

مجهز به شمارشگر کارتن (امکان محاسبه
مقدار چسب مصرفی روزانه) و پایه های مدرج

کد پستی: ۱۵۸۷۷
خیابان استاد مطهری، خیابان میرعماد، کوچه یازدهم، پلاک ۱۲، واحد ۵
تلفن: ۸۸۷۵۱۲۹۵ - ۸۸۷۵۴۳۴۲ - ۸۸۵۲۵۸۵۴ فکس: ۸۸۵۰۲۵۸۳ خدمات پس از فروش: ۸۸۷۳۸۷۲۶
www.payapacksanat.com info@payapacksanat.com



ماشین سازی حکمایی

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



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

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

آبان و آذر ۱۳۹۲ - شماره ۱۴۸

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

• امور مشترکان: هاشم سیفی ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

sub@iranpack.ir

• مرکز فروش تهران:

خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۱۲ فروردین، پاساژ کتاب

فروردین، فروشگاه بازارباب، تلفن: ۶۶۴۰۸۲۵۱

• نمایندگی اصفهان:

امیرهوشنگ زاری ۰۹۱۳۳۱۴۷۵۲۵

• امور آگهی‌ها:

سیفی ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

ad@iranpack.ir

• کامپیوتر به پلیت: ایده‌پردازان نسیم

• چاپ و صحافی: شادرینگ

مطالب منتشر شده بیانگر نظرات نویسندگان آنها است

و الزاما نشانگر دیدگاه این ماهنامه نیست

نقل مطالب این ماهنامه با ذکر ماخذ آزاد است

فهرست مطالب

۶ سخن سردبیر * پلاستیک‌ها در حال تغییر * منبأخ *

۸ اخبار

۸ اخبار طراحی

۱۴ اخبار مواد و محصولات

۱۶ گرایش‌ها و تصمیمات

۱۸ اخبار داخلی

۷ اطلاعیه‌ها

۷ اطلاعیه بیستمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تهران

۲۱ معرفی کتابهای تخصصی بسته‌بندی

۲۲ گزارش

۲۲ برگزیدگان دوازدهمین دوره مسابقات تخصصی چاپ

۲۴ چرخ توسعه صنعت چاپ و گرافیک در آمل می‌چرخد

۲۶ نخستین جشنواره بسته‌بندی اصفهان برگزیدگان خود را معرفی کرد

۲۸ برگزیدگان سازمان جهانی بسته‌بندی در سال ۲۰۱۳

۳۲ پیام سفیران اینترپک ۲۰۱۴: از روندهای جهانی عقب نمانید

۳۶ تالیف‌ها و ترجمه‌ها

۳۶ چرا بسته‌ها ستاره سوپرمارکت هستند؟

۴۰ بازار بسته‌بندی



در گذرند فرصت‌ها

ماهنامه صنعت بسته‌بندی هم‌زمان با

بیستمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران منتشر می‌کند

کتاب سال بسته‌بندی ۱۳۹۲

این ویژه‌نامه سالانه صنعت بسته‌بندی آماده درج اخبار و آگهی‌های شماست

زمان را از دست ندهید...!

روی جلد این شماره:

شرکت پکی ماشین
BABAK MACHINE CO.LTD

JET PRINTER - STRETCH WRAPPER
SHRINK MACHINE - BAND SEALER
STRAPPING MACHINE
TWIST TIE MACHINE

شرکت تولیدی بازرگانی بابک ماشین

خیابان ۵۵ خرداد

بازار پله نوروخان - پلاک ۳۴

تلفن: ۰۲۱-۸۵۸۰۰۲۷۴ - ۰۲۱-۸۵۸۰۰۲۷۴

فکس: ۰۲۱-۸۵۸۰۰۲۷۴

همراه: ۰۲۱-۸۵۸۰۰۲۷۴

babackpack1355@gmail.com

IRAN PACK

www.iranpack.ir

News Email: news@iranpack.ir

Advertise Email: ad@iranpack.ir

Subscription Email: sub@iranpack.ir

iqpo
member

international
packaging press
organisation

SANAT BASTEBANDI

Monthly

Packaging Magazine

Since 1997

No.148, Nov. 2013

Editor in cheif: Reza Nouraei

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

Tel: +9821 77607963 - 77513341

Fax: +9821 77512899



رضا نورائی
سرمدیر

پلاستیک‌ها، در حال تغییر

بسرعت مسیر تجاری شدن و ورود به بازار را طی می‌کنند. بازار فیلم‌های پلاستیکی بسرعت در حال حرکت به سمت مواد جدید است. روزی فیلم CPP در ایران ناشناخته بود. امروز این فیلم پلاستیکی برای کاربردهای گوناگونی به مصرف می‌رسد. با این حال فیلم CPP هنوز به نیمی از ظرفیت واقعی خود نیز نرسیده است.

برای مثال CPP از خواص انعطاف‌پذیری بهتری نسبت به OPP برخوردار است. این برتری باعث می‌شود در بسیاری از پاکت‌های چندلایه ترجیح داده شود. در مورد پاکت‌های تک‌لایه نیز که در بازار به سلفون معروف هستند و در اندازه‌های متفاوت به فروش می‌رسند، کاربرد CPP بهتر است. پاکت‌های پلاستیکی که مرکز فروش آنها در تهران بازار نوروزخان است بیشتر بازار بسته‌بندی‌های دستی (آنهايي که به صورت دستی پر می‌شوند) را به خود اختصاص داده است. بخش اعظم مطبوعات و محصولات مشابه آن در این گونه پاکت‌ها بسته‌بندی می‌شوند. بخش بسیار بزرگی از پوشاک بسته‌بندی شده در این پاکت‌ها قرار می‌گیرند. همچنین انواع مواد خوراکی و تنقلات نیز در ابعاد کوچک و بزرگ این پاکت‌ها ریخته و بسته‌بندی می‌شوند.

در حال حاضر این پاکت‌ها که در بازار به آنها سلفون گفته می‌شود همه از جنس OPP هستند و فیلم اولیه آنها حتی با ماشین‌آلات ساخت ایران نیز قابل تولید است. این فیلم‌ها در بازار و توسط فروشندگان دودخت خورده و به صورت پاکت در می‌آیند. ضخامت فیلم پلاستیک مورد استفاده برای این پاکت‌های پلاستیکی زیر چهل میکرون (میکرومتر) می‌باشد. همچنین پاکت‌های ساخته شده از آن نیز که به صورت وزنی فروخته می‌شوند در مقیاس خرده‌فروشی تا کیلویی هفت هزار و پانصد تومان فروخته شده‌اند.

اما فیلم CPP با شفافیت بهتر از OPP و حدود یک و نیم برابر مقاومت به پارگی بیشتر و جایگزین بسیار بهتری برای پاکت‌های پلاستیکی فعلی است. از آن جا که CPP مقاومت کشش و پارگی بالاتر از OPP دارد می‌تواند در ضخامت‌های پایینتر عرضه شده و همان کارایی OPP را ارائه دهد. این مورد نمونه‌ای بود از تغییراتی که در زمینه پلاستیک‌ها انجام می‌شود و می‌تواند تاثیرات عمیقی در بازار گذاشته و آن را دگرگون کند.

ظاهرشان شبیه به هم است. البته باتجربه‌ها و متخصصان تا حدی توان تفکیک آنها از یکدیگر را دارند. اما مردم عادی بسختی می‌توانند آنها را از یکدیگر تمیز دهند. حتی فروشندگان معمولی همین پلاستیک‌ها هم چیز زیادی از تفاوت‌های آنها با یکدیگر درک نمی‌کنند. این قدرت شیمی پلیمر است که می‌تواند محصولاتی شبیه به هم و با خاصیت‌های متفاوت ایجاد کند.

درباره فیلم‌های پلاستیکی می‌گوییم. ظاهرشان مانند هم است اما اختلاف قیمت آنها گاهی تا دو برابر هم می‌رسد. این اختلاف قیمت به خاطر اختلاف در کارایی و میزان سهولت کاربرد آنهاست. برای مثال فیلمی که نفوذناپذیرتر باشد بهتر است. فیلمی که مقاومت بالایی به سرما و گرما داشته باشد گران‌تر است. فیلمی که دودخت بهتر، چاپ بهتر، برش بهتر بخورد کاربرد بیشتری دارد. فیلمی که در بخش تبدیل مانند لمینیت یا پوشش‌دهی کارایی بیشتری داشته باشد بیشتر مورد درخواست است. و در همه این موارد تناسب کاربردها با قیمت محصول است که پاسخ نهایی را روشن می‌کند.

به یاد داشته باشیم پلاستیک‌ها موادی هستند که تنها ترکیب شیمیایی آنها برای ثبات خواص کاربردی کافی نیست. نوع فرایند کردن هر ماده پلاستیکی به طور عمیقی بر رفتار و خواص پلاستیک‌ها اثر دارد.

برای مثال سه فیلم BOPP، OPP و CPP با آن که هر سه از پلی‌پروپیلن به دست می‌آیند اما به دلیل آن که فرایند تولید آنها تفاوت‌های فیزیکی دارد رفتار و خواص مربوط به خود را پیدا می‌کنند. همین امر باعث می‌شود صنعت فیلم‌های پلیمری با نوآوری و تغییرات در شیمی مواد و فیزیک فرایند هر از چندگاهی به شکل‌های جدیدی از محصولات پلیمری برسد که البته همه

دوستان توجه داشته باشند وقتی روی بسته‌بندی یک محصول نوشته می‌شود مطابق با فلان استاندارد، یعنی همان طور که از آن جمله برمی‌آید محصول مورد نظر با استاندارد اعلام شده مطابقت دارد. در این جا نمونه بسته‌بندی محصولی ارائه شده که با وجود ظاهر زیبا و قابل اعتماد اما از آن چه اعلام کرده کاملاً تبعیت نکرده است. بر روی بسته‌بندی این محصول نوشته شده "مطابق با استاندارد ملی شماره ۳۶۸۰ - ۳۵۴۴".

در استاندارد ملی ۳۶۸۰ در بند آخر که معمولاً مربوط به نشانه‌گذاری است آمده است:

تصویر صفحه ۹
استاندارد ملی ۳۶۸۰
که بر روی بسته مورد
نظر به آن اشاره
شده است. در این
بخش چگونگی درج
اطلاعات محصول
از جمله زبان درج
اطلاعات، تعیین
شده است.

۹ نشانه گذاری

بر روی هر بسته قند کله در کارتن یا کیسه، نشکسته و یا شکسته شده، باید آگاهی‌های زیر با خطوط خوانا و جوهر غیر سمی و پاک‌نشدنی برای مصارف داخلی به زبان فارسی و در صورت صدور به زبان انگلیسی و یا زبان کشور خریدار چاپ و یا برچسب شود:

- ۱-۹ نام و نوع کالا
- ۲-۹ نام و نشانی تولیدکننده و کارگاه شکستن قند کله
- ۳-۹ شماره پروانه ساخت از وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی
- ۴-۹ تاریخ تولید و یا بسته‌بندی به ماه و سال
- ۵-۹ تاریخ انقضای قابلیت مصرف به ماه و سال
- ۶-۹ وزن خالص
- ۷-۹ عبارت (ساخت ایران)
- ۸-۹ شرایط نگهداری (دما، رطوبت)

یادآوری - کارگاه‌های مجاز که دارای مسئولیت تهیه و بسته‌بندی قند کله شکسته شده بهداشتی می‌باشند، باید قند کله را فقط از واحدهای تولیدی دارای پروانه استاندارد اجباری تهیه کنند.

منه‌باخ (منو نگاه کن)

در زبان آذری





Packing & Printing Machinery EXHIBITION

TEHRAN 19th-22th Dec, 2013
Venue: Tehran International Permanent Fairground

20th

بیستمین نمایشگاه بین المللی
ماشین آلات چاپ و بسته بندی



تهران ۲۸ آذر تا ۱ دی ماه ۱۳۹۲

محل دائمی نمایشگاه‌های بین المللی تهران

ساعات بازدید ۹ صبح تا ۴ بعدازظهر

مجری: شرکت صنوف تولیدی و خدمات فنی تهران
با همکاری اتحادیه‌های کلیشه و لیتوگراف، چاپخانه‌داران،
صحاف تهران و انجمن مدیران صنایع کارتن و ورق

ای طراح پر تلاش ایرانی

تو هم می توانی جدیدترین نوآوری های خود در طراحی بسته بندی کالای ایرانی را به صورت مصور در این بخش معرفی کرده و باعث افزایش آگاهی و خودباوری کارآفرینان کشور باشی

آلمان، طراح جدید برای دربندی NIVEA

شرکت آلمانی لوازم آرایش و نوارچسب Bei- Shersdorf شرکت Global Closure Systems را برای طراحی دربندی های مرطوب کننده بدن جدید Nivea انتخاب کرده است. دربندهای bi-injected توسط سایت Obrist شرکت Global Closure Systems در نزدیکی مادرید تولید می شوند.

آمریکا، افزایش قیمت

Sonoco در نیمه دوم سال قیمت کاغذ و محصولات بسته بندی تغییر یافته صنعتی و مصرف کننده را افزایش می دهد. این اخبار زمانی رسیدند که گول بسته بندی آمریکایی از درآمد شش ماهه دوم خود با سود ۷/۱ درصدی پرده برداشت.

هلند، سرمایه گذاری سنگین برای ایفای نقش اول در صنعت غذا

شعبه هلند گروه Paccor که بیشتر در بخش بسته بندی سرویس مواد غذایی فعالیت دارد ۹/۴ میلیون پوند (۱۱ میلیون یورو) در کسب و کار منطقه خود سرمایه گذاری کرده است. زمینه اصلی کار این گروه بزرگ بین المللی که در بیشتر کشورهای اروپا شعبه دارد ظروف پلاستیکی بسته بندی است. پاکور هلند بخشی از استراتژی توسعه خود را بر تبدیل شدن به یک بازیگر بزرگ در بازار بسته بندی غذایی قرار داده و بزودی از آن بیشتر خواهیم شنید.



کوتاه از جهان

برزیل، نازل جدید برای اسپری

تولیدکننده دربندی های ائروسول Lindal Group یک اکچویاتور (سیستم تخلیه) چرخشی برای سازندگان دئودورانت و ضدتعریق ساخته است. بسته جدید که Sunny نامیده می شود، یک "جایگزین جذاب و جدید" برای دئودورانتها و ضدتعریقها، و محصولات ضدآفتاب و برنزه است. Sunny اولین محصول Lindal است که در کارخانه Itupeva سائوپائولو در برزیل تولید می شود.



استرالیا، سری جدید Maggi از شرکت نستله

موسسه طراحی Blue Marlin یک بسته بندی جدید برای سری جدید Maggi Just for 2 شرکت نستله طراحی کرده است. بسته های جدید در فروشگاه های استرالیا پخش شده اند و هدفشان مصرف کنندگان جوان غیر از کودکان هستند. به گفته Blue Marline در طراحی جدید این بسته رنگ زرد که شاخصه Maggi بود با یک زمینه سفید رنگ و درخشان ارتقا پیدا کرده است.



L'ORÉAL

با Elnett جدید

اولین همکاری بین L'Oréal و RPC Paris، RPC Bramlage Kutentholz برای تولید بطری شیک محصولات موی Elnett صورت گرفته است. ظرف بیرونی توسط RPC Bramlage به شکل قالبگیری تزریقی در PET ساخته شده است. بطری داخلی بر اساس طرح ویژه ای از L'Oréal توسط RPC Kutentholz از PP با قالبگیری بادی استروژنی ساخته شده است. سپس بطری و ظرف بیرونی در RPC Bramlage در کنار هم قرار گرفته اند. ظرف، با پمپ ماشه ای خاص خود یک بسته بندی با کیفیت برای یک محصول با کلاس مراقبت از مو ایجاد کرده است که در سراسر اروپا عرضه می شود.



پرسیل سلطنتی!

اواخر تابستان امسال بسته‌بندی‌های مربوط به تولد نوزاد سلطنتی در انگلستان با تعداد محدود توسط نشان‌های تجاری شرکت Comfort، Unilever و Persil تولید شدند. این بسته‌ها، برای Comfort Pure و پودر Persil Non-Bio، تزئینات و نوشته‌های طلایی رنگ و یک پیام "نسخه محدود" داشت تا روی قفسه بسیار شاخص باشد.

بسته‌های تولید شده توسط Comfort، یک در بطری طلایی هم داشتند تا تاثیرگذاری بیشتری در فروشگاه داشته باشند.



لباس عروس از ظروف پلاستیکی!

این لباس برای Tracey Leahy مدیرعامل Mannvend درست شده است که یک قرارداد ۵ ساله با Kenfig برای تهیه لیوان‌های پلاستیکی دارد. مدیرعامل Kenfig توضیح می‌دهد، "Tracey گفت که دارد ازدواج می‌کند و از من خواست که یک لباس عروس از جنس لیوان پلاستیکی برایش درست کنم. تیم خلاق Kenfig از این ایده استقبال کردند و طراحی را شروع کردند." مجموعه Mannvend توسط پدر Tracey تاسیس شد و بیش از ۵۰۰۰ ظرف خوراکی شامل ماشین‌های نوشیدنی داغ، ماشین‌های سازنده قوطی، ماشین‌های سازنده اسنک و ماشین‌های خوراکی در ایسلند داشته و بیش از ۳۵۰۰۰ نوشیدنی در روز تامین می‌کند.



و مانند آن‌ها رقابت می‌کند. نتیجتاً رنگ آن‌ها نسبت به مشتریان هدفشان متفاوت است، آبی روشن و سفید برای Extreme Sports که خیلی از رنگ معمول این گونه نوشیدنی‌ها که زرد/نارنجی است، متفاوت است. رنگ مشکی نوشیدنی انرژی‌زای Extreme قطعاً آن را به عنوان "نوشیدنی مناسب شب" معرفی می‌کند.

جذابیت روی قفسه ۸/۱۰

Extreme Sport جذابیت خوبی روی قفسه داشته و برای کسانی که به دنبال نوشیدنی انرژی‌زا با ظاهری شیک‌تر هستند، جذاب تر است. Extreme Energy هم خیلی جذاب است اما برخی خریداران ممکن است به خاطر رنگش از خرید آن منصرف شوند. این بطری بیشتر شبیه روغن موتور است تا یک نوشیدنی انرژی‌زا. سیاه می‌تواند یک رنگ ترسناک و ناخوشایند باشد، با این حال کسانی که ذهنیت ماجراجو و عصیانگری دارند ممکن است فکر کنند این بطری ظاهر و اعتبار محلی آن‌ها را تکمیل می‌کند.

امتیاز کلی ۸/۱۰

هردوی این نوشیدنی‌ها نمونه‌های جالبی هستند که به مجموعه کنونی نوشیدنی‌های انرژی‌زا با رنگ‌های ترسناک اضافه می‌شوند: یک نوع ترکیب روز و شب/بین و یانگ هستند. لوگوی مشخص Extreme هم با توجه به معروفیت این نشان تجاری در ماجراجویی، هیجان و پشت سر گذاشتن محدودیت‌های شخصی به تشخیص و تحریریک به امتحان کردن آن کمک می‌کند.

بررسی طراحی جدید محصول EXTREME



هرماه Monica Lucas، رئیس و مدیرتحقیقات مشاور فروشگاه‌های Pragma از نقطه‌نظر مصرف‌کننده نگاهی به بسته‌بندی‌های جدید بازار اروپا می‌اندازد. این بار وی محصولی ورزشی به نام Extreme را بررسی کرده است.

زمینه

Extreme یک نشان تجاری است که گروه هدف آن افراد ورزشکاری است که به دنبال هیجان هستند و اکنون این محصول به هتل‌ها و محصولات مد، غذا و نوشیدنی، لوازم الکترونیک، بازی‌های ویدئویی و مراقبت‌های شخصی گسترش یافته است.

Extreme Sport و Extreme Energy دو محصول در بخش نوشیدنی‌های کاربردی، این ماه وارد قفسه‌های فروشگاه می‌شوند. ارزش بازار نوشیدنی‌های انرژی‌زای بریتانیا ۸۰۰ میلیون پوند در سال است.

گرافیک ۸/۱۰

بطری Extreme اشکال موج‌مانندی دارد که روی سطح بطری حک شده و شبیه رمپ اسکیت بوده و یک شکل قوی به آن می‌دهند که بطری را از دیگر محصولات مشابه متمایز می‌کنند. این بطری‌ها با دیگر رهبران بازار Red Bull، Luvozade، Gatorade، Powerade و Bull به شکل قابل توجهی متفاوت هستند.

این دو نوشیدنی با هم فرق دارند: Extreme Sports برای افرادی است که خارج از خانه ورزش می‌کنند و با نوشیدنی‌هایی که الکترولیت جایگزین می‌کنند در رقابت است؛ درحالی‌که Extreme Energy با Red Bull، Relentless

قانون "بسته‌های ساده" سیگار و چالش‌های آن در دولت استرالیا



با آن که درج جملات هشداردهنده بر روی بسته‌های سیگار بزرگترین موفقیت تاریخی در عرصه فعالیت‌های ضد دخانیات به شمار می‌آید هنوز بعضی سیاستمداران آن طور که باید در مقابل آن تمکین نکرده‌اند. طبق مطالعه‌ای که توسط نشریه British Medical Journal انجام شده قوانین بسته‌بندی استرالیا در حال تغییر و تشویق سیگاری‌ها به ترک هستند. این یافته‌ها بعد از آن به دست آمد که وزرای این کشور برای معلق نگه داشتن طرحی برای تحمیل بسته‌های ساده در انگلستان مورد انتقاد قرار گرفتند و یک طوفان سیاسی در مورد نقش لابی‌گری‌ها در Westminster به وجود آمد.

تحقیقات مجله BMJ قرار بود مشخص کند که آیا سیگاری‌هایی که از بسته‌های ساخته شده تحت قوانین "بسته‌بندی ساده" استرالیا استفاده می‌کردند، نسبت به کسانی که هنوز از بسته‌هایی با نشان تجاری استفاده می‌کنند، عقاید متفاوتی نسبت به سیگار کشیدن و ترک آن دارند یا خیر. استرالیا به طور رسمی در اول دسامبر ۲۰۱۲ بسته‌بندی ساده و قهوه‌ای رنگ را به همراه هشدارهای گرافیکی سلامتی که سه چهارم جلوی بسته را اشغال می‌کنند، معرفی کرد.

تحقیق آزاد BMJ به تاثیر این سیاست بر ۵۳۶ فرد سیگاری در ایالت ویکتوریا در نوامبر و اوائل دسامبر ۲۰۱۲ پرداخت. تقریباً سه نفر از هر چهار نفر (۷۲/۳ درصد) از "بسته‌های ساده" سیگار می‌کشیدند در حالی که بقیه (۲۷/۷ درصد) همچنان از بسته‌هایی با نشان تجاری و هشدارهای سلامتی کوچکتر استفاده می‌کردند. BMJ ادعا می‌کند که طبق تحقیق در مقایسه با مشتریان خریدار بسته‌هایی با نشان تجاری، احتمال این که مصرف‌کنندگان "بسته‌های ساده" فکر کنند این سیگارها نسبت به یک سال قبل کیفیت پائینتری داشته ۶۶ درصد بیشتر بود و احتمال این که بگویند کمتر رضایتشان را جلب کرده است ۷۰ درصد بالاتر بود. این نظر سنجی مورد انتقاد Mike Ridgway سخنگوی تولیدکنندگان بسته‌بندی بریتانیا در بخش تنباکو قرار گرفت. به گفته او "این به اصطلاح

سرشماری هیچ چیز جدیدی را نشان نمی‌دهد به ویژه از آن جا که در نوامبر سال پیش، قبل از این که بسته‌های ساده معرفی شوند، انجام شده است و فقط تفکرات احتمالی سیگاری‌ها را در آینده نشان می‌دهد و نه آن چه که واقعا اتفاق افتاده است. روند سیگار کشیدن در استرالیا هنوز قطعی نیست چون شواهدی از فروشگاه‌های خرده‌فروشی نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان در واقع به دنبال محصولات ارزانتر هستند."

ماه گذشته David Camero به خاطر نقش برنامه‌ریز انتخاباتی‌اش Lunton Crosby و ارتباط او با شرکت‌های تنباکو مورد حمله قرار گرفت. گزارش‌ها ادعا کردند که تاثیر او باعث شد نخست وزیر برنامه‌های "بسته‌بندی ساده" را معلق نگه دارد. Crosby و دفتر نخست وزیر به شدت این ادعا را رد کردند.

ظاهری جدید برای لوازم خانگی کوچک

آژانس طراحی BOS Design یک بسته‌بندی جدید برای سری لوازم خانگی کوچک (SDA) Hotpoint and Ariston تولید کرده است. این بسته‌بندی به شیوه‌ای غیررئانی نمایانگر ویژگی‌ها و مزایای محصولات بوده و حول صبحانه، آماده‌سازی غذا و محصولات خانگی کار می‌کنند. به گفته BOS طراحی این بسته‌ها همچنین از سری High Defini- tion (HD) در بخش لوازم خانگی بزرگ الهام گرفته شده است. به طور کلی ۸۳ محصول SDA در شش ماه ساخته شده‌اند.

مدیر خلاق BOS، Andy Willingham می‌گوید: "بسته‌های این گروه با شعارها و ابزارهای گرافیکی شلوغ می‌شوند، بنابراین ما یک رویکرد گرافیکی ساده اتخاذ کردیم. استفاده قوی از رنگ مشکی این سری را از رقیب جدا کرده و آن را مطمئن و بی‌آلایش نشان می‌دهد."

او اضافه می‌کند که "در ضمن ساخت یک زمینه سیاه و سفید، یک "هاله آبی رنگ" دور تصویر محصول اصلی در جلو و کناره‌های بسته طراحی شد تا سطح بالا بودن محصولات را نمایش دهد."

"ما ظاهر و علامت‌های ساده روی بسته ایجاد کردیم تا به مصرف‌کنندگان کمک کنیم. پیام خط HD با استفاده از "مربع‌های فوکوس" روی دو طرف بسته تقویت شده و بر ویژگی‌های کلیدی محصول تاکید کنند." Maria Stassi مدیر بازاریابی گروه‌های جدید Indes- it اضافه کرد: "پروژه بسته‌بندی برای خط HD خیلی چالش‌برانگیز و پرزحمت بوده است. BOS ثابت کرده است که نه تنها یک شریک بسیار توانمند در اجراست بلکه با توصیه‌ها و پیشنهادات ارزشمند از کل اجرای پروژه حمایت کرده است."



Carton meets bottle.

combidome



شرکت اس آی جی کومبیبلوک با ارائه کومبیبی ڈم بسته بندی را معرفی کرده که تا به حال در هیچ سوپرمارکتی مشابه آن را ندیده اید. کومبیبی دم بهترین خصوصیات پاکت و بطری را در هم آمیخته است تا متمایزترین نوع بسته بندی را برای هر نوشیدنی ضمانت نماید. برای اطلاعات بیشتر از سایت www.combidome.com دیدن فرمائید.



العبيكان
SIG Combibloc

آدرس: تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونک، پلاک ۲۴۸۳ (برج نگار)، طبقه ۱۶، واحد ۵
تلفن: ۰۶-۸۸۶۴۱۹۳۴ (+۹۸۲۱) فاکس: ۸۸۶۴۱۹۳۷ (+۹۸۲۱)
www.sigcombiblocobeikan.com

یک گزارش خواندنی

چالش‌های صنعت و نظرسنجی در مورد نحوه باز شدن



دست بکشند و بیش از نیمی از آنها گاهی باز کردن بسته‌ها برایشان عذاب‌آور است. به این شکل مسائل بنیادین سلامتی و تندرستی به خطر می‌افتد.

پس از آن بسته‌بندی شریک و پوسته‌های جداشدنی قرار می‌گیرند. بسته‌بندی که بیشترین آسیب را ایجاد می‌کرد قوطی حلبی بود، در حالی که ۸۹ درصد افراد برای باز کردن بسته‌های پلاستیکی از قیچی، ۶۶ درصد از چاقو، ۸ درصد از چاقوهای جیبی، ۴ درصد از تیغ و ۲ درصد از چکش استفاده می‌کردند.

Alaster Yoxal محقق اصلی مرکز تحقیقات هنر و طراحی دانشگاه Sheffield Hallam در این تحقیق کمک کرده است. او به نشریه Packaging News (منبع خبر) گفت: "مردم به غذاهای بسته‌بندی شده متکی هستند و این غذاها باید مقوی و بازکردنشان راحت باشد."

اما Dick Searle مدیر اجرایی فدراسیون بسته‌بندی، گفت: "اگر بسته غذا را در آشپزخانه باز می‌کنید، احتمالاً یک قیچی در دسترس‌تان هست. من هیچ مشکلی در استفاده از ابزار مناسب، مثل قیچی، برای باز کردن بسته، نمی‌بینم، مگر این که وسیله خطرناکی باشد."

محقق نشریه Joanna Pearl، Which? می‌گوید: "اگر ماشینی بخرید و باز کردن در آن مشکل باشد، اعصابتان خرد می‌شود، اما کلافگی برای باز کردن بسته‌های اجناس روزانه به نظر چیزی است که باید آن را تحمل کنیم."

"اما نباید مشکل بسته‌بندی ضعیف را نادیده گرفت این موضوع می‌تواند واقعاً روی زندگی روزمره ما تاثیر بگذارد. این یعنی یک چهارم از مردم از خوردن چیزی که می‌خواهند

انتخاب بین بسته‌بندی محکم و آسایش مصرف‌کننده هنگام باز کردن بسته موضوعی چالش‌برانگیز شده است. متخصصین بسته‌بندی نظرات مختلفی در مورد یک نظرسنجی چاپ شده در نشریه Which? چاپ انگلیس داشتند که طبق آن مردم بریتانیا از غذاهایی که بسته‌بندی آن‌ها به سختی باز می‌شود استقبال نمی‌کنند.

کارشناس تحقیقات مصرف‌کننده با ۲۰۰۰ مصرف‌کننده مصاحبه کرده و گفت که از هر ۵ نفر یک نفر ادعا کرد که هنگام خرید، انتخاب‌های خود را طبق پیچیدگی بسته‌بندی محدود می‌کنند. بنا بر این نظرسنجی، سه چهارم از مردم معتقدند باز کردن بسته‌بندی‌های امروزی بیش از آن چه لازم باشد، مشکل است و ۶۷ درصد افراد هنگام برخورد با این بسته‌بندی‌ها کلافه می‌شوند.

طبق این گزارش، بسته‌بندی پلاستیک قالب‌گیری شده "clam-shell" (بلیستر دوطرفه) بزرگترین مورد کلافه‌کننده بوده و



تاثیر تکنولوژی افست بر صنعت لبنیات

ظرف جدید Eco&Pack شرکت RPC Bebo France مصرف گسترده‌ای برای کاربردهای متعدد لبنی پیدا کرده است.

Eco&Pack را می‌توان در اندازه‌های مختلف و از جنس PS، PP یا PP/EVOH/PP چندلایه برای عمر قفسه‌ای طولانی‌تر ساخت. این یعنی بسته‌ها را می‌توان برای برآورده ساختن نیازهای خاص محصولات مختلف، مانند محصولات کودک، تغذیه و غذای حیوانات خانگی تولید کرد.

انتخاب گزینه‌های تزئینی شامل چاپ آفست Gauguin هم می‌شود که گرافیک‌هایی با کیفیت عالی ایجاد می‌کند تا بسته‌ها سفارشی شده و یک هویت تجاری ویژه و متمایز روی قفسه فروشگاه داشته باشند. این تکنولوژی اخیراً توسط Lactalis برای خلق تزئینات تاثیرگذار برای نشان تجاری Bridelight استفاده شده است.

ظروف Eco&Pack در جعبه‌های مقوایی و روی پالتهای پلاستیکی بهداشتی بسته‌بندی می‌شوند که باعث می‌شود فضای انبارش تا ۳۰ درصد افزایش یابد. RPC Bebo France می‌گوید که در کنار وزن سبک ظروف، می‌توان کل ردپای کربنی شرکت را تا ۱۵ درصد با همکاری جدید Gauguin و Eco&Pack کاهش داد.





نشی مقوایی پارس



محافظت از محصول
خود را به ما بسپارید.

www.pkcco.ir

۸۸۸۰۰۱۴۴-۸۸۹۰۲۹۰۳

- مخاطبات معمول از آسیب های اقلی
- افزایش استحکام و دوام بسته بندی
- سهولت در حمل و انبارش کالا
- کاهش هزینه بسته بندی
- قابل بازگشت به محیط زیست

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 + دریند
2 in 1 (Induction Cap Sealing/Capping Machine)



دستگاه نیمه اتوماتیک سیل القایی
Semi-Auto Induction Cap Sealing
700W (Air Cooled)



Aluminium Seal
Single-Type, Double-Type & Peelable 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 فکس : ۰۲۶۲-۳۶۳۵۴۳۴
 دفتر مرکزی :
 تلفن : ۰۲۱-۴۴۵۰۷۵۴۵ فکس : ۰۲۱-۴۴۵۰۵۳۹۲
 همراه : ۰۹۱۲۱۳۲۳۲۸۴
info@sepand-electronic.com

www.sepand-electronic.com

اعتراض مقامات چینی به Tetra Pak

مقامات چینی تتراپک را به سوءاستفاده از تسلط این شرکت در چین متهم کرده و بازرسی از این غول بسته‌بندی را آغاز کرده‌اند. چین جزئیاتی از دلایل خود برای بازرسی را ارائه کرده اما Zhang Mao، رئیس سازمان صنعت و بازرگانی دولتی (SAIC) گفت که این بررسی ها ۲۰ استان و مرکز شهر را دربرمی‌گیرد. این سازمان ادعا کرده است که تتراپک مرتباً

متهم به سوءاستفاده از نقش مسط خود در بازار شده و باعث انجام بازرسی‌هایی از سایت‌ها و تحقیقات مستمر شده است.

تتراپک از سال ۱۹۷۲ وارد بازار چین شد و یک مرکز تحقیقات در شانگهای و چندین سایت تولید مواد بسته‌بندی (لفاف چندلایه) در شهرهای مختلف چین دارد.

سخنگوی تتراپک در پاسخ به پرسش نشریه Packaging News، گفت "ما تأیید می‌کنیم که سازمان دولتی صنعت و بازرگانی چین (SAIC) از تتراپک خواسته است که اطلاعاتی مرتبط با تجارت ما در چین ارائه کند."



این سخنگو افزود: "با این حال، در این مرحله، ما هیچ اطلاعات دیگری در خصوص سئوال‌ها آنها یا هرگونه بررسی رسمی نداریم. البته به همکاری با روند کار SAIC ادامه خواهیم داد."

فیلم قابل دوباره‌بندی

شرکت Avery Dennison Label and Packaging Materials سری Select Solutions Reclosure از محصولات خود را معرفی کرده است. این محصولات برای کمک به طراحان و شرکت‌های عرضه کالاهای بسته‌بندی شده ارائه می‌شوند تا نیازهای مشتریانشان برای بهره‌مندی از سهولت فناوری دوباره‌بندی را تأمین کنند. دیوید کالینز مدیر بخش کاغذهای اصلی و خاص شرکت Avery Dennison Label and Pack-aging Materials می‌گوید: این سری جدید از کاغذ (facstock) فیلم و چسب‌های مهندسی شده خاص برای نصب تر و خشک روی محصولات خانگی، مراقبت فردی و محصولات غذایی ایده‌آل است.

این سری متشکل از چندین نوع از استحکام سیل و انواع چسبندگی است. علاوه بر این، مقاومت عالی به رطوبت، حلال‌ها، روغن‌ها و چربی‌ها داشته و برای بسیاری از بخش‌ها و محصولات بازار قابل استفاده است. برای افزودن سفتی به بدنه می‌توان روی محصول را با فیلم‌های شفاف PP یا



Reclosure یکی از پورتفولیوهای جدید سری Se-PET لمینیت کرد. Avery Dennison Label and Packaging Materials از شرکت Avery Dennison Select Solutions منحصر به فرد و مختص کاربردهای مد نظر مالکین برند، به منظور رفع نیازها و چالش‌های معمول آنها تولید می‌شوند.

بطری ترمالیت جدید APPE هدف‌گیری بخش غذا

حمل‌ونقل صرفه‌جویی می‌شود. همچنین هنگام فرآیند پرکردن انرژی کمتری مصرف کرده و سروصدای کمتری داشته و خطر شکستگی روی خط تولید از بین می‌رود.

هم‌اکنون این ظرف در ۶ سایز از ۳۷ میلی‌لیتر - ۷۲۰ میلی‌لیتر در طرح‌های گرد و هشت ضلعی موجود است و دیگر اشکال و سایزها در حال تولید هستند.

Mike Hanratty رئیس توسعه تجاری APPE می‌گوید: "ظرف ترمالیت جدید ما یک انقلاب واقعی است که برای اولین بار به شکل قابل پاستوریزاسیون ارائه شده و شفافیتی همانند شیشه اما با وزن سبک و راحتی پلاستیک دارد."

APPE متخصص بسته‌بندی‌های پلاستیکی محکم یک ظرف ترمالیت از جنس PET ساخته است که می‌توان آن را به صورت داغ پر کرده و تا ۹۵ درجه سلسیوس پاستوریزه کرد.

ظرف جدید نتیجه مشارکت استراتژیک شرکت APPE با Nissei ASB است. به گفته APPE این ظرف نسبت به شیشه برخی مزایای پایداری، ایمنی و راحتی برای تولیدکنندگان و فروشندگان مواد غذایی و چندین مزایا برای مصرف‌کنندگان دارد، از قبیل حمل، خالی کردن محتویات، و بازبسته کردن آسان.

APPE می‌گوید که این ظرف ۸۵ درصد از شیشه سبک تر بوده، ردپای کربنی کمتری داشته و قبل و بعد از پرکردن در هزینه‌های





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
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-Company

دلایل رشد درآمد غول کارتن سازی اروپا در نیمه اول سال میلادی

۲۰۱۳ بوده و کل هزینه های صرفه جویی شده در سال را به ۴۶ میلیون یورو رسانده است. انتظار می رود هدف ۱۰۰ میلیون یورویی برای ۲۰۱۳ به خوبی محقق شود و مقادیر پس انداز شده انباشته به ۶۰۰ میلیون یورو برسد چون اولین برنامه این چنینی در ۲۰۰۷ آغاز شد. Smurfit Kappa گفت که EBITDA آن برای نیمه اول سال از درآمدهای بالاتر در قاره آمریکا خبر می دهد.

از طرف دیگر، این گروه اعلام کرد که قیمت مقوای بازیافتی به ازای هر تن ۵۰ یورو افزایش می یابد. Smurfit Kappa گفته است که افزایش قیمت خوراک و بهبود شرایط در صنعت کاغذ اروپا سطح پایین دارایی ها، بازارهای سخت برای صادرات و نرخ نسبتا بالای عملیاتی موجب حمایت از قیمت های بالاتر برای مقوای بازیافتی می شوند. به گفته Smurfit Kappa این روند به حرکت رو به جلوی قیمت گذاری برای مقوای بازیافتی پایدار کمک می کند.

Smurfit Kappa در ۲۱ کشور قاره اروپا و ۱۱ کشور قاره آمریکا کارخانه دارد. این شرکت ۴۱۰۰۰ کارمند و کارگر در سراسر جهان داشته و فروش آن در سال ۲۰۱۲ معادل ۷/۳ میلیارد یورو بوده است.

Smurfit Kappa غول بسته های مقوایی اروپا یک رشد ۶ درصدی در درآمدهای شش ماه منتهی به ژوئن را گزارش کرد، چون درآمدهای قبل از سود و مالیات (EBITDA) برای این دوره تا ۵۱۲ میلیون یورو رشد کرده بود.

با توجه به صورت های مالی نیمه اول سال این غول مقوای موجدار، Gary McGann مدیر ارشد اجرایی شرکت گفت که این رشد نتیجه قیمت گذاری بالاتر، کاهش مستمر هزینه ها و برنامه های تقویت کارایی است.

درآمد نیمه اول سال از ۳/۶ میلیارد میلیارد یورو در ۲۰۱۲ به ۳/۹ میلیارد یورو افزایش داشته است. با این حال، سود قبل از کسر مالیات از ۱۸۴ میلیون یورو در ۲۰۱۲ به ۱۲۷ میلیون یورو در ۲۰۱۳ کاهش داشته است.

حجم کارتن در بازار اروپا سالانه بیش از دو درصد رشد داشته و در آمریکا این حجم به غیر از شرکت Smurfit Kappa واقع در Orange Coun-ty که باختصار SKOC گفته می شود پنج درصد رشد داشته است.

این گروه یک ۲۶ میلیون یوروی دیگر گزارش کرده اند که ناشی از کاهش هزینه ها در نیمه دوم

جاذب اکسیژن

جاذب های اکسیژن Oxy-Guard از شرکت Clariant قابلیت استفاده به منظور محافظت از محصولات پخته شده، آجیل، دانه های خشک کننده، ماکارونی، گوشت های فرآوری و خشک شده، قهوه و چای شکلات و شیرینی جات، محصولات لبنی، پروتئین های پودری و نوشیدنی ها، غذاهای منجمد و غذای حیوانات را دارند.

این جاذب ها در انواع اندازه از ۲۰ تا ۲۰۰ سانتی متر مکعب (وابسته به اندازه بسته و هوای مانده داخلی) موجودند و می توان برای قرار دادن اتوماتیک آنها را به صورت پاکت های تک یا به صورت نوارهای پیوسته استفاده کرد.



TREND & DECISION

گرایش ها و تصمیمات

اتحادیه اروپا، کشورهای این منطقه را وادار به کاهش مصرف ۸۰ درصدی پلاستیک می کند

می رسد و مشکلات محیط زیستی ایجاد می کند. برای مثال حیوان ها قسمت هایی از این پلاستیک ها را می بلعند. مسوول حفاظت از محیط زیست اتحادیه اروپا طرحی را برای تغییر قانون بسته بندی ارائه داده است. بر اساس این طرح قرار است که تمام کشورهای عضو اتحادیه اروپا مصرف کیسه پلاستیک خود را کاهش دهند. به گفته بنیامین بونگارت، اتحادیه اروپا می تواند همانند یک لوکوموتیو برای کشورهای دیگر عمل کند. وی می افزاید که آلودگی آب در کشورهای در حال توسعه بسیار بالاتر از کشورهای صنعتی است و با افزایش رفاه در این کشورها مصرف محصولات پلاستیک بالاتر می رود.

ایرنا: محققان امروزه بیش از پیش ذرات پلاستیکی را در بدن آبزیان و پرندگان می یابند. اتحادیه اروپا در یک طرح قصد دارد کشورهای اروپایی را وادار کند تا مصرف پلاستیک خود را به میزان ۸۰ درصد کاهش دهند. بیش از ۱۰ سال است که محققان تلاش می کنند از طریق پرندگان مرده در دریا، به میزان آلودگی آب اقیانوس ها دست یابند. این محققان به طور متوسط حدود ۳۱ ذره پلاستیکی را در معده ی حیواناتی که به ساحل می رسند، پیدا می کنند.

بر اساس این ارقام، محققان به این نتیجه رسیده اند که در هر کیلومتر مربع از سطح آب ها، حدود ۱۸ هزار ذرات پلاستیکی یافت می شوند. بنیامین بونگارت، به عنوان کارشناس در انجمن حفاظت از طبیعت آلمان برای مقابله با ایجاد زباله فعالیت می کند. او می گوید که بیشتر پلاستیک ها نه از دریا، بلکه از خشکی می آیند. به گفته او ۸۰ درصد کیسه های پلاستیکی از طریق توریست ها، ساکنان سواحل و یا از طریق باد وارد دریاها می شوند.

کمسیون اتحادیه اروپا در بروکسل قصد دارد که مصرف پلاستیک در کشورهای این اتحادیه را به شدت کاهش دهد. سالانه حدود ۱۰۰ میلیارد کیسه ی پلاستیکی در این قاره مصرف می شود. به گفته مسوول حفاظت از محیط زیست اتحادیه اروپا، بیش از هشت هشت میلیارد کیسه ی پلاستیکی به عنوان آشغال به مناطق طبیعی

محدودیت برای BPA توسط FDA

FDA استفاده از BPA در بسته بندی شیر خشک را ممنوع کرد، اما اقدامی در جهت مقابله با استفاده از مواد شیمیایی در قوطی های غذا انجام نمی دهد.

انجمن غذا و دارو (FDA) استفاده از bisphenol-A (BPA) در بسته بندی شیر خشک را ممنوع کرد. این ماده شیمیایی، به علت نگرانی های فزاینده عمومی درباره BPA در سال های اخیر، دیگر در ساخت بطری ها و لیوان های نوزادان و کودکان نوپا به کار نمی رود.

اکبری

ماشین سازی

وعده ما
بیستمین نمایشگاه
صنعت چاپ و
بسته بندی تهران
سالن ۳۵



Model:
HILDOROM
FO 2P
4000M/H

لمینیتور تمام اتوماتیک کارتن و سینگل فیس

- اطلاعات فروش: مطلب زاده ۰۹۱۴۴۷۱۵۰۳۷
- اطلاعات فنی: اکبری ۰۹۱۲۷۷۶۶۰۰۸
- شماره تماس ثابت: ۰۴۷۱۲۴۴۳۰۷۸

Akbari
Machinery Group

Iran, Tabriz, Shabestar, Alishah
Email: motalleb_2008@yahoo.com

نان‌های بسته‌بندی باید دارای مشخصات بهداشتی باشند

سرپرست معاونت غذا و داروی دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان نسبت به استفاده شهروندان از مصرف نان‌های بسته‌بندی شده بدون درج تاریخ تولید و انقضا هشدار داد.

دکتر حسین قاسمی با اشاره به این که در برخی از فروشگاه‌ها و مغازه‌های هرمزگان انواع نان‌های لواش، تافتون، بربری، سنگک و فانتزی عرضه می‌شود، اظهار داشت: نان‌های بسته‌بندی شده که بدون درج تاریخ تولید و انقضا و... عرضه می‌شود، توسط برخی از ناوایی‌ها در داخل و یا خارج از استان تهیه و یا توزیع می‌شود که این امر به هیچ عنوان با مقررات وزارت بهداشت مطابقت ندارد.

قاسمی خاطر نشان کرد: هرگونه مواد خوراکی بسته‌بندی شده طبق ماده ۱۱ قانون مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی مواد غذایی و دارویی باید با مشخصات بهداشتی باشد در غیر این صورت با عرضه کنندگان محصولات بدون پروانه ساخت و مشخصات بهداشتی برخورد قانونی می‌شود.

اگر شرایط مالی اجازه می‌داد ۱/۵ ساله مشکلات کاغذ را برطرف می‌کردیم

تسنیم: علی جنتی، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در حاشیه مراسم تودیع و معارفه معاونان فرهنگی، مطبوعاتی، حقوقی، پارلمانی و امور استان‌های این وزارتخانه در جمع خبرنگاران حاضر و درباره اولویت‌های کاری خود گفت: اولویت‌ها و برنامه‌های ما مشخص بوده و در شورای فرهنگ عمومی نیز بر آن تاکید است، بنابراین آسیب‌هایی که فرهنگ عمومی کشور دارد شناسایی شده و راه‌حلی برای ارائه شدن به آن داریم. در اجرا نیز همه دستگاه‌هایی که به نوعی درگیر فرهنگ عمومی هستند باید همکاری کرده تا بتوانیم در جهت ارتقاء سطح فرهنگ عمومی کشور کار کنیم.

وی افزود: بحث دیپلماسی فرهنگی و انتقال فرهنگ ایران اسلامی به ملت‌های جهان نیز از جمله مواردی است که با جدیت به دنبال آن هستیم. همچنین بحث اقتصاد فرهنگ و هنر و ارزش بخشیدن به فعالیت‌های فرهنگی و هنری به نحوی که هنرمندان بتوانند روی پای خود ایستاده و محصولات خود را ارائه کنند از اولویت‌های برنامه‌های در دست انجام ما است.

وزیر ارشاد با بیان این مطلب که امکانات فرهنگی باید در دورترین نقاط کشور ارائه شود، گفت: امکانات فرهنگی باید به گونه‌ای باشد که در همه کشور به شکل برابر از آن استفاده کنند. اتخاذ این سیاست‌ها اگرچه کار زیادی را می‌طلبد اما دولت تلاش خود را در این زمینه انجام می‌دهد.

وی همچنین درباره تغییر مدیر اداره کتاب و کتابخوانی وزارت ارشاد گفت: با توجه به نکاتی که مطرح شد و سیاست‌های دولت جدید حتما باید تغییرات اساسی داشته باشیم. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی همچنین در پاسخ به این پرسش که شاخص‌ترین برنامه حمایتی شما از نشر و ناشران چیست، گفت: طبیعتاً مشکلات چاپ و نشر بزرگترین مساله وزارت ارشاد است، امروز نیز با تعدادی از ناشران که صحبت می‌کردیم عمده‌ترین مشکل‌شان بالا بودن هزینه‌های چاپ و پابین بودن مشتریان کتاب است. باید تلاش کنیم در داخل کشور چاپخانه‌هایی را ایجاد کنیم که به صورت مدرن اقدام به چاپ کتاب کرده و کارخانجات کاغذ را در داخل راه‌اندازی کنیم.

جنتی افزود: طبعاً این مسائل اگر در شرایط شکوفایی مالی کشور بود، می‌توانستیم ظرف ۱/۵ سال به آن سامان دهیم اما در شرایط فعلی باید تأمل بیشتری در این زمینه صورت گیرد.

بازنگری در رشته مهندسی تکنولوژی بسته‌بندی

پس از برگزاری چهار دوره از رشته مهندسی تکنولوژی بسته‌بندی در مرکز علمی کاربردی غلات قائم در تهران این مرکز تصمیم به بازنگری در دروس این رشته گرفت. رشته مهندسی تکنولوژی بسته‌بندی از معدود رشته‌های کارشناسی پیوسته در دانشگاه جامع علمی کاربردی است که در موسسه آموزش علمی کاربردی وزارت جهاد کشاورزی تدوین و به تصویب شورای آموزش دانشگاه رسید.

نخستین جلسه بازنگری در این مواد درسی این رشته روز یکشنبه نوزدهم آبان در محل مرکز علمی کاربردی غلات قائم برگزار شد. در این جلسه قائم مقام مرکز، مرتضی شهرستانی مدیر فعلی این رشته در مرکز غلات قائم، افتخارالسادات شجاع‌الدینی دبیر وقت کمیسیون تدوین این رشته، رضا نورائی عضو وقت کمیسیون تدوین و نویسنده دروس تخصصی، حمیدرضا طاهری آستینانی کارشناس بسته‌بندی و جمعی از مدرسین این رشته حضور داشتند.

مهمترین چالش‌های این دوره عدم شناخت کافی مسئولان و متخصصان از وجود این رشته و مشکلات اجرای آن عنوان شد.

گفتنی است این رشته توسط متخصصان بسته‌بندی و با دقت زیاد در طول نزدیک به سه سال تدوین شد. در طول این مدت برنامه درسی تمام دانشگاه‌های معتبر جهان از جمله مدرسه بسته‌بندی دانشگاه ایالتی میشیگان که معتبرترین مرکز دانشگاهی این رشته در جهان است مورد بررسی دقیق و بومی‌سازی قرار گرفت. این درحالی است که سابقه تلاش برای تدوین این رشته، پیش از ادغام دو وزارتخانه جهاد سازندگی و کشاورزی آغاز شده بود. مشروح آن چه در جریان تدوین و تصویب این رشته گذشته تحت عنوان سیر تکوینی رشته مهندسی تکنولوژی بسته‌بندی در شماره‌های ۹۳، ۹۴ و ۹۵ ماهنامه صنعت بسته‌بندی منتشر شد که نسخه pdf این مجلات در سایت iranpack.ir موجود می‌باشد. ضمن آن که متن این سلسله مطالب به همراه سرفصل کامل دروس نیز به مناسبت بازنگری در این رشته بر روی سایت فوق قرار خواهد گرفت.

گفتنی است پیش از این جلسه موسسه آموزش عالی علمی کاربردی جهاد کشاورزی دست به کار بازنگری و تغییرات در این رشته شد که جلسات آن هم‌زمان با مرکز غلات قائم آغاز شده است. البته به طور کلی دلیل این که مراکز دست‌اندرکار این رشته احساس نیاز به بازنگری در این رشته کرده‌اند ناتوانی در اجرای کامل رشته بوده است. تامین مدرسان متخصص برای تدریس دروس تخصصی این رشته و امکانات آزمایشگاهی لازم برای آن از جمله مشکلات بر سر راه اجرای صحیح این رشته دانشگاهی بوده است.

راهکار بلند مدت وزیر ارشاد برای حل مشکل کاغذ

ایرنا: علی جنتی در حاشیه بازدید از چهارمین نمایشگاه کتاب دفاع مقدس در مصالای امام خمینی (ره) تهران به سوالات خبرنگاران پاسخ گفت.

وی در پاسخ به سوال خبرنگاری مبنی بر اینکه چه اقداماتی برای رفع مشکل کاغذ صورت گرفته، افزود: برای رفع مشکل کاغذ اقدامات کوتاه‌مدت نمی‌توان انجام داد اما به صورت بلندمدت و با حضور بخش خصوصی و همکاری دولت و ایجاد کارخانه کاغذسازی در کشور می‌توان تا حد زیادی مشکل کاغذ را برطرف کرد. وی افزود: اگر بتوانیم ۱۰ کارخانه کاغذسازی در کشور ایجاد کنیم، دیگر شاهد افزایش قیمت کاغذ نخواهیم بود و می‌توانیم تسهیلات بیشتری را در اختیار ناشران قرار دهیم.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان اینکه این موضوع در میان مدت اجرایی نمی‌شود و به چهار تا پنج سال زمان نیاز دارد تا به نتیجه برسیم، ادامه داد: اکنون نیز دیر شده و زمان را از دست داده ایم و باید به سرعت دست به کار شویم.

نبود ساز و کار مناسب بسته‌بندی، دلیل عقب‌ماندگی ایران در صنعت چاپ

عبدالله کاویانی رئیس هیئت مدیره انجمن تبلیغات خراسان رضوی گفت: اگر بخواهیم درباره نقش صنعت چاپ در توسعه کشور صحبت کنیم، باید گفت پس از امور اقتصادی و صنعتی در داخل، نیازمند تبادل کالا در عرصه بین‌المللی هستیم که این تجارت خود نیازمند فراهم شدن بستری برای تعامل بهتر و با استانداردهای جهانی است.

وی افزود: متأسفانه تاکنون شاهد بودیم که به این استانداردها چندان توجه نشده و همین مسئله سبب شد کالاهای ما مشتری زیادی در خارج از کشور نداشته باشد. به گفته این کارشناس چاپ، نبود ساز و کار مناسب بسته‌بندی سبب شده ما از بسیاری کشورهای دیگر عقب بمانیم، در حالی که کیفیت کالاهای تولید شده در کشور در بسیاری مواقع توان رقابت و برابری در عرصه جهانی را دارند.

کاویانی معتقد است باید در جشنواره‌ها و همچنین در آموزش‌های مختلف، از شکل قدیمی و سنتی خارج شد و با دانش جدید کالاهای تولیدی را به عرصه جهانی ارائه کرد تا ضمن رقابت، به درآمدهای ارزی خوبی دست یابیم. وی با بیان این که صنعت چاپ در کشور ایران مظلوم است، اظهار کرد: گذار از شیوه سنتی به استانداردهای روز دنیا، نیازمند برنامه‌ریزی است و علی‌رغم تمامی تلاش‌های صورت گرفته، هنوز این اتفاق نیفتاده است.

رئیس هیئت مدیره انجمن تبلیغات خراسان رضوی در ادامه صنعت چاپ را شامل دو بخش صنعتی و فرهنگی توصیف کرد و گفت: ما ابتدا باید بدانیم در بخش فرهنگی و صنعتی نیازمند چه هستیم و این دو را از هم جدا کنیم. همه می‌دانیم که بخش فرهنگی درآمدزا نیست و نمی‌توان توقع داشت که یک کتاب فروش به درآمد کلان دست یابد و مهم تر از هر چیز در این بخش، پیام‌های فرهنگی و تبادل در این زمینه است.

وی افزود: اما در بخش صنعت همیشه موضوع تجارت مطرح می‌شود و ما نیازمند آن هستیم که با تجارت درست و اصولی، بهره مالی نیز ببریم. در این بخش است که باید توجه داشت اگر یک کالا در بسته بندی غیراصولی و غیر حرفه‌ای ارائه می‌شود، نباید انتظار مشتری داشت.

لزوم کیفیت بسته‌بندی محصولات صادراتی فولاد مبارکه اصفهان

رییس بسته‌بندی و بارگیری ناحیه نورد سرد فولاد مبارکه اصفهان گفت: بسته‌بندی محصولات صادراتی با توجه به شرایط حمل دریایی، حساسیت‌های بیشتری خارجی و جابجایی‌های متعدد باید تضمین کننده کیفیت تولیدات این شرکت در صادرات محصولات به کشورهای اروپایی و آسیایی باشد.

علیرضا ریسی افزود: در پی راهبرد این شرکت برای افزایش ظرفیت صادرات محصولات سرد، گالوانیزه و رنگی، واحد بسته‌بندی موفق به ثبت رکورد جدید بسته‌بندی محصولات صادراتی با ظرفیت هزار و ۳۰۰ تن شد.

وی تصریح کرد: یک هزار و ۷۰۰ کلاف با وزن ۲۲ هزار و ۳۰۰ تن مهر امسال بسته‌بندی شد. رییس بسته‌بندی و بارگیری ناحیه نورد سرد فولاد مبارکه اصفهان افزود: این میزان بسته‌بندی کلاف در مقایسه با تیر سال گذشته ۳۱۵ درصد از لحاظ وزن و ۲۳۲ درصد از لحاظ تعداد افزایش داشت.

۲۰۰ میلیارد تومان اعتبار سالانه برای فعال‌سازی صنایع خرما

ایانا: عضو کمیسیون انرژی مجلس گفت: خرما در بسیاری از شهرهای جنوبی کشور نظیر بوشهر جزء مهم‌ترین اشتغالات کشاورزان به‌شمار می‌رود، اما به‌علت قیمت نامناسب و عدم بازاریابی و نبود صنایع تبدیلی، همواره کشاورزان با مشکل روبه‌رو هستند. وی گفت: خرما ثبات ارزشمند و ماندگار استان بوشهر است و در کارگاه‌های سنتی و خانگی بسته‌بندی می‌شود و لازم است با جذب سرمایه‌داران بخش خصوصی، صنایع ثانویه تولید خرما نظیر کارخانه‌های مدرن بسته‌بندی و صنایع تبدیلی و تکمیلی در شهرهای جنوبی متمرکز شوند. موسوی‌نژاد با اشاره به وضعیت تولید خرما ادامه داد: ستاد خرما پیش از این، سالانه اعتباری بیش از ۲۰۰ میلیارد تومان برای فعال‌سازی صنایع خرما از محل منابع هدایت‌شده بانکی وزارت تجارت در نظر گرفته شده بود که طی سه سال گذشته پرداخت آن متوقف شده و مشکلات زیادی برای کشاورزان به‌وجود آورده است.

شیر فله‌ای بسته‌بندی زمینه‌ساز بروز بیماری سل در جامعه

پاکتی ویژه ارایه شود تا یک بی‌سواد نیز بدون مشاهده برچسب متوجه شود که این شیر خام است و باید برای مصرف جوشانده شود.

محبی با بیان این‌که سازمان دامپزشکی به دامداری‌هایی مجوز عرضه شیرفله‌ای بسته‌بندی می‌دهد که تست سل و بروسلوز آن‌ها پاک باشد، افزود: این در حالی است که بیماری بروسلوز را می‌توان از طریق آزمایش اعلام کرد، اما تشخیص بیماری سل از طریق قرائت آزمایش با خطا همراه است.

وی ادامه داد: بخشی از شناسایی بیماری سل گاوی وابسته به قرائت آزمایش آن است، به طوری که بر اساس برخی اطلاعات، با تعویض مسوول دامپزشکی یک استان ممکن است آمار سل گاوی آن استان نیز تغییر کند. وی تاکید کرد در حال حاضر در بحث نظارت قرائت بیماری سل گاوی مشکلاتی داریم که انتظار می‌رود این نظارت بهبود یابد.

محبی مشکل دیگر شناسایی بیماری سل را در وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی عنوان کرد و افزود: به دلیل رایگان بودن درمان این بیماری، بیمار مورد آزمایش مولکولی برای تشخیص منبع آلودگی قرار نمی‌گیرد.

وی گفت: متأسفانه وزارت بهداشت بیماری سل را بیماری مشترک انسان و دام نمی‌داند. اما برخی کارشناسان معاونت کنترل بیماری‌های وزارت بهداشت معتقدند توزیع شیرفله‌ای بسته‌بندی باعث شیوع بیماری‌هایی نظیر سل و بروسلوز در جامعه می‌شود.

به گفته وی به دلیل این اختلاف‌ها هنوز نمی‌دانیم در صورت ورود شیرفله‌ای به بازار چه میزان به بیماری سل انسانی اضافه می‌شود.

ایرنا: نایب رییس جامعه دامپزشکان کشور از طرح صدور مجوز عرضه شیرفله‌ای بسته‌بندی از سوی سازمان دامپزشکی انتقاد کرد و گفت: عرضه شیر فله‌ای بسته‌بندی زمینه بروز و ابتلا به بیماری‌های سل و بروسلوز (تب مالت) را افزایش می‌دهد و سلامت بهداشتی جامعه را با مخاطراتی مواجه می‌سازد.

پیام محبی با بیان این‌که شیر فله‌ای بسته‌بندی همان شیر خام با بسته‌بندی است، افزود: در صورتی‌که سازمان دامپزشکی کشور مجوزی برای عرضه شیر فله‌ای بسته‌بندی بدهد، به طور حتم در این خصوص احساسی عمل کرده است. وی اظهار کرد: بکارگیری عبارت شیرفله‌ای بسته‌بندی راهکاری برای فرار از قوانین و دستورالعمل‌هاست و در واقع با این روش شیر خام بسته‌بندی به بازار بازگردانده و عرضه می‌شود.

رییس بیمارستان دامپزشکی تهران تاکید کرد سالهای طولانی اقدامات مطلوبی از سوی مسوولان برای مصرف نکردن شیر خام به دلیل بروز و انتقال آلودگی‌ها صورت گرفته است. محبی گفت: متأسفانه شیر پاستوریزه مصرفی کشور از کیفیت لازم برخوردار نیست، اما معتمد عرضه شیر خام بسته‌بندی نیز از دیدگاه بهداشتی به صلاح جامعه نخواهد بود.

وی افزود: مهم این است که شیر خام بسته‌بندی قرار است به چه شکلی به بازار عرضه شود تا مصرف‌کننده بی‌سواد نیز بتواند شیر خام را از شیر پاستوریزه تشخیص دهد، چرا که شیر با بسته‌بندی‌های مختلف از جمله شیر بسته‌بندی کیسه‌ای، پاکتی، بطری قوطی، مقوایی، تتراپک و شیشه‌ای به بازار عرضه می‌شود. وی تاکید کرد برای آگاهی عمومی جامعه باید شیرفله‌ای بسته‌بندی در

کاغذ پارس، خریداری تجهیزات از کشورهای اروپایی

عیدی‌وندی از انجام اقدامات اولیه جهت توسعه، بازسازی و نوسازی کارخانه توسط سرمایه‌گذار جدید خبر داد و گفت: مطالعات اولیه انجام شده، اقتصادسنجی لازم به انجام رسیده است. پیش‌بینی می‌کنیم که ظرفیت تولید به ۱۲۴ هزار و ۵۰۰ تن افزایش پیدا کند که از این میان ۸۹ هزار تن کاغذ تحریر تولید می‌شود. دسترسی آسان به ماده اولیه باگاس تفالیه نیشکر برای تولید کاغذ یکی از اصلی‌ترین مزایای فعالیت کارخانه کاغذ پارس است. در همان سال‌های اولیه تأسیس این کارخانه یعنی در سال ۱۳۴۹ ماشین کاغذ با ظرفیت اسمی ۳۵ هزار تن در سال و خط تولید خمیرسازی شماره یک به ظرفیت ۲۰ هزار تن در سال، شروع به کار نموده و موفق به تولید ۱۲ هزار و ۳۰۰ تن کاغذ چاپ و تحریر شد. اما از آنجا که این ظرفیت نیاز داخلی را تأمین نمی‌کرد، کارخانه با افزایش سرمایه که از اعتبارات بانکی تأمین شد، گسترش پیدا کرده و ماشین‌آلات مورد نیاز سفارش داده شد. پس از آن ظرفیت تولید ۷۰ هزار تنی تولید این کارخانه در سال به ۱۰۵ هزار تن در سال رسید. این طرح همچنین شامل یک واحد خمیرسازی به ظرفیت ۴۰ هزار تن در سال و یک واحد بازیابی سودآور به ظرفیت ۲۱۷ مترمکعب در روز می‌شد.

تسنیم، شاپور عیدی‌وندی مدیرعامل کارخانه کاغذ پارس گفت: پس از واگذاری کارخانه به بخش خصوصی که در هفته گذشته انجام شد، هم‌اکنون نتایج تحقیقات پژوهشی انجام شده در حال بررسی برای اجرا است و در تلاش هستیم تا بر روی خرید تجهیزات متمرکز شویم. وی با بیان این مطلب که برنامه‌ریزی ما برای ساماندهی وضعیت کارخانه در دو گروه برنامه‌های کوتاه مدت و برنامه‌های بلند مدت تقسیم‌بندی شده است، گفت: در بحث کوتاه‌مدت کارخانه فعلاً بر پاسخگویی به نیاز بازار در پایین متمرکز شده است، هم‌چنین برطرف کردن نقص‌های فنی ماشین‌آلات که پاشنه آشیل کارخانه به شمار می‌رود، در سریع‌ترین زمان ممکن در دستور کار ما قرار دارد. عیدی‌وندی گفت: تجهیزات مورد نیاز جهت بروز رسانی ماشین‌آلات تولیدی از اروپا خریداری شده و به زودی وارد کشور می‌شود، البته به دلیل مشکلات تحریمی ممکن است با تأخیر در ارسال تجهیزات روبرو شویم. وی گفت: بازسازی ۳ ماشین تولیدی کارخانه و ۲ ماشین خمیرسازی به زودی انجام می‌شود، تا تولیدات این کارخانه برای فصل پاییز افزایشی مطابق نیاز داشته باشد، در ادامه تلاش خواهیم کرد تا با سرعت تمام کارخانه را به روز کنیم.

خرماداران طبس و فارس چشم به راه صنایع تبدیلی و بسته‌بندی

صادرات خرما در سال جاری به دلیل افزایش هزینه‌های بسته‌بندی کالاهای صادراتی است که این مهم نیاز به طرح‌های حمایتی صادراتی دارد. وی ادامه داد: بهره‌گیری از صنعت و مکانیزاسیون در تولید خرما و ایجاد صنایع فرآوری در حفظ و ارتقای جایگاه خرما فارس در بازارهای داخلی و خارجی تأثیرگذار است. مهدی صادقی معاون بهبود تولیدات گیاهی سازمان جهاد کشاورزی فارس هم گفت: در حال حاضر ۱۶ واحد صنعتی مرتبط با نگهداری، بسته‌بندی و فرآوری خرما تحت پوشش سازمان جهاد کشاورزی و صنایع فعالیت می‌کنند که ظرفیت نگهداری و فرآوری خرمای این واحدها ۴۰ هزار تن است. تاکنون ۳۱ مجوز برای واحدهای صنعتی فرآوری و بسته‌بندی خرما با ظرفیت ۵۴ هزار تن و ایجاد اشتغال ۴۱۶ نفر در این استان صادر شده و تنها ۹ واحد با ظرفیت ۲۰ هزار تن به بهره‌برداری رسیده است. وی افزود: در این میان تنها یک واحد در فرآوری خرما فعال است که آن هم برای صادرات محصولات خود با مشکل مواجه است.

محمود با کیفیت این شهرستان به نام دیگر استان‌ها به فروش برسد. نبود صنایع تبدیلی خرما در استان خراسان جنوبی به خصوص در قطب تولید آن یعنی شهرستان طبس موجب شده تا سودآوری این محصول با ارزش به سایر استان‌ها برود و کشاورزان زحمت کش این استان از عواید آن محروم بمانند. از سوی دیگر اکبر قناعتی، نخل‌دار جهرمی نیز می‌گوید: اگر چه جهرم یکی از شهرستان‌های وابسته به کشاورزی است اما هنوز از داشتن صنایع تبدیلی و فرآوری بی‌بهره است. سه کارخانه بسته‌بندی در جهرم وجود دارد که در طول سال قادر به بسته‌بندی سه هزار تن خرما هستند در حالی که در جهرم تنها ۳۰ هزار تن خرمای شاهانی تولید می‌شود. مهرزاد خرد رییس سازمان جهاد کشاورزی فارس نیز گفت: ایجاد صنایع مختلف بسته‌بندی و فرآوری در ایجاد ارزش افزوده این محصول بسیار اثرگذار است و زمینه اشتغال آن را چندین برابر خواهد کرد. وی افزود: کاهش هشت درصدی

مهر: شهرستان طبس سابقه هزار و ۵۰۰ ساله در نخل کاری دارد اما امروز هنوز نخل‌داران و تولیدکنندگان خرما در این شهرستان از کمبود صنایع بسته‌بندی و فرآوری خرما گلایه‌مند بوده و خواستار توجه مسئولان برای رسیدگی به مشکلات خود هستند. شهرستان طبس با وجود دارا بودن بیشترین سطح زیر کشت خرمای خراسان جنوبی در زمینه برداشت و هم‌چنین صنعت فرآوری این محصول با مشکلات زیادی روبرو است. کشت خرما در شهرستان طبس به دلیل موقعیت جغرافیایی و شرایط آب و هوایی مناسب از سابقه بسیار طولانی برخوردار است، به گونه‌ای که ویژگی‌های منحصر به فرد خرما و ارزش غذایی بالای این ماده غذایی، سبب شده است تا مردم این شهرستان، همواره نگاه ویژه‌ای به تولید این محصول داشته باشند. محمود اسدی رییس جهاد کشاورزی شهرستان طبس با بیان این‌که خرمای طبس با نام این شهرستان به فروش نمی‌رسد، گفت: بسته‌بندی مناسب و نبود یک نام تجاری برای محصول خرما در استان موجب شده تا

نسل جدید ماشین‌های لمینیت کارتن در ایران

کارتن‌سازان محترم سراسر کشور

شما را به بازدید از نسل جدید ماشین‌های

لمینیت اتوماتیک و نیمه اتوماتیک

تولید شده توسط این شرکت دعوت می‌نمایم

غلامرضا اکبری

مدیر عامل ماشین‌سازی اکبری



بیستمین نمایشگاه
چاپ و بسته‌بندی تهران
سالن ۳۵

چاپ جدید کتاب کارتن و مقوا

سری جدید کتاب کارتن و مقوا از مجموعه هشت گانه کتاب‌های مبانی فن آوری بسته‌بندی منتشر شد.

این کتاب همچون سایر کتاب‌های مجموعه مبانی فن آوری بسته‌بندی با زبانی ساده و صحیح، دانش کاربردی تولید کاغذ و مقوا و صنایع مرتبط با آن همچون ساخت کارتن و جعبه‌های مقوایی و موضوعات مربوط به آن را توضیح می‌دهد.

داشتن و مطالعه این کتاب برای همه کسانی که با کاغذ و مقوا سر و کار دارند مفید می‌باشد.

یک ویژگی بارز کتاب‌های مبانی فن آوری بسته‌بندی، روش بیان مباحث فنی است که بخوبی می‌توان از آن برای انتقال مفاهیم و روش‌ها به دیگران استفاده کرد.

این کتاب با حمایت مالی شرکت گلوکوزان (سهامی عام) به چاپ رسیده است.



کارتن و مقوا

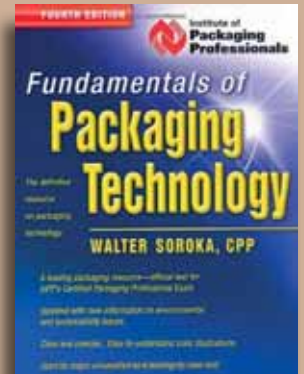
دکتر والتر سورا
تولید کننده مهندسی ماشین‌های
بندایش و نخود از فن آوری

مبانی
فن آوری
بسته‌بندی

تولید کاغذ و مقوا
جعبه‌های تاخورد مقوایی
کرومیت (کارتن)



مجموعه کتاب‌های
مبانی فن آوری
بسته‌بندی
فن و تخصص
بسته‌بندی
به زبان ساده



بهکار الکترونیک کرج

Induction Cap Sealing



دستگاه سیل القایی نیمه اتومات دستک

ظرفیت کاری مداوم ۱۰۰ عدد در ساعت
سیل بطری از دهانه ۱۰ تا 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 مداوم ۱۰۰ عدد در ساعت

ظرفیت کاری مداوم ۱۰۰ عدد در ساعت



تولید انواع آلومینیوم سیل

مخموس ظروف پلی اتیلن، پت و شیشه ای



✓ تضمینات تخصصی دستگاههای (روپایی و آمریکایی)



دستگاه سیل القایی اتومات ۴ کیلو وات

Automatic water cooled induction cap sealing

ظرفیت کاری مداوم ۱۰۰ عدد طرف در ساعت

ظرفیت کاری مداوم ۱۰۰ عدد طرف در ساعت

دفتر فروش: کرج، جاده ماهدشت، همایون ویلا، خیابان ارکید، پلاک ۲

تلفن: ۰۲۶-۳۶۳۰۹۴۷۹ - ۳۶۳۰۹۴۵۲ - ۰۲۶-۳۶۳۰۹۴۵۲ - ۰۲۶-۳۶۳۰۹۴۵۲

صندوق پستی: کرج، محمد شهر، ۱۹۹-۳۱۶۸۵

www.behkar.ir www.behkarelectronic.com

برگزیدگان دوازدهمین دوره مسابقات تخصصی صنعت چاپ



آیین سیزدهمین جشنواره صنعت چاپ شامگاه سه‌شنبه ۲۳ مهر با حضور علی جنتی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، سیدعباس صالحی معاون امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، احمد علمشاهی مدیرکل دفتر امور چاپ وزارت ارشاد، حجت الاسلام ابوترابی نایب رئیس مجلس شورای اسلامی، سید محمود دعایی نماینده مقام معظم رهبری در موسسه اطلاعات و جمعی از اهالی صنعت چاپ در سالن همایش‌های صدا و سیما برگزار و از برگزیدگان دوازدهمین دوره مسابقات تخصصی صنعت چاپ ایران تجلیل به عمل آمد.

هیأت داوران دوازدهمین دوره مسابقات تخصصی صنعت چاپ در مرحله نخست داوری بیش از ۲ هزار و ۸۰۰ اثر ارسال را مورد داوری قرار دادند که از این میان ۵۰ اثر به عنوان اثر برتر این دوره از مسابقات انتخاب و تجلیل شدند.

همچنین در این مراسم از شش پیشکسوت صنعت چاپ، «محمدحسین امینی» از استان زنجان، «سیاوش سعادت» از استان کرمانشاه، «ابراهیم صبوری آزاد» از استان فارس، «مهدی عابدپشکه» از استان تهران، «فریدون بشارتی» از استان تهران و «سید عبدالمطلب حسین پیامی» از تهران تجلیل شد. این افراد توسط انجمن فرهنگی پیشکسوتان صنعت چاپ انتخاب شده بودند.

معرفی برگزیدگان این دوره گروه فرایندها و روش‌های چاپی: پیش از چاپ افست»

*محمود رسایی، لیتوگرافی فرآیند گویا برای پردازش ارزشمند (کتاب طهران)
*احمدرضا جواهری، لیتوگرافی جامع هنر برای پیش از چاپ (کتاب رباعیات خیام)
*مهدی علمی، لیتوگرافی پارسیان برای پیش از چاپ (کتاب امپراتوری فراموش شده)
*چاپ افست ورقی، تولیدات اطلاع رسانی و نشر»

*محمدعلی هاشمی، چاپ شادرنگ برای چاپ (کتاب فارس)

*مجید رفتی، چاپ و نشر سبزآرنگ برای چاپ (قرآن کریم انتشارات جام زرین)

*علیرضا سمیع زاده، چاپ رایانه افق برای چاپ (کاتالوگ صبا کاشی)

«چاپ افست ورقی، تولیدات بسته‌بندی»

*اسکندر خمسه‌پور، چاپ ورنی چاپ برای چاپ (برچسب متالایز داروسازی زهراوی)

*امیرحسین رازقی، شرکت چاپ فراآرنگ آریا برای چاپ (بسته‌بندی کردند)

«چاپ افست رول»

*مهدی ذاکری، چاپخانه همشهری برای تولید (فصلنامه معماری)

*سیدمجتبی نبوی، شرکت رواق روشن مهر برای تولید (مجله کوک)

*مصطفی اسماعیل‌تبار، چاپ هنر سرزمین سبز برای تولید (مجله عکس آسمان)

«چاپ فلکسوگرافی»

*هادی صفریور، چاپ پتروصنعت پیشرو برای چاپ (بسته‌بندی پتروصنعت)

*سعید بهنام‌جو، چاپ سلطان چاپ برای چاپ (بسته‌بندی جای دبش)

*کمال فتحی‌بیطرف، چاپ آرتا پلاست برای چاپ (بسته‌بندی غذایی شرکت آترین)

«چاپ روتوگراور»

*محمدعلی آقایی‌زاده نیکجو، نقشینه چاپ تبریز برای چاپ (بسته‌بندی موادغذایی نگین)

*احمد توسلی بنابی، پلیمر پوشش افرا برای چاپ

(بسته‌بندی موادغذایی گلستان)

*محمدرضا روح‌روان، چاپ ایرانیان سپهر آسمان برای چاپ (بسته‌بندی موادغذایی به تک)

*سیدسینا شیخ‌الاسلامی، چاپ پاسارگاد پلیمر صنعت برای چاپ (بسته مواد غذایی یک و یک)

«چاپ اسکرین و پد»

هیأت داوران در این بخش، برگزیدگان را شایسته دریافت لوح تقدیر شناختند:

*محمدحسین حاتمی، چاپ سوژه برای چاپ (پارچه پرسپولیس)

*محمدهادی خواجوی، موسسه خواجوی برای چاپ (پارچه فلوک)

«صحافی هنری»

*علی‌اکبر مریخی، جلدسازی پردیس برای صحافی نفیس (کتاب محمود فرشچیان)

*حمید پورکلباسی، صحافی معین برای صحافی نفیس (شاهنامه فردوسی)

«صحافی صنعتی»

*ناصر احدی، صحافی علی برای صحافی نفیس (کتاب دیوان حافظ)

*فرج‌الله فراهانی، صحافی معراج برای صحافی (کتاب جشنواره فیلم فجر)

«چاپ دیجیتال»

*سیداحمد عظیمی، چاپ ایشترار برای چاپ (سنگ)

*داریوش مظهر سَرمَدی، چاپ سَرمَدی برای چاپ (کاتالوگ نیما)



«عملیات تکمیلی»

- * حمید متواضع، چاپ ابیانه برای (پس از چاپ صفحات داخلی سررسید)
- * محمدحسین صافدل، چاپ و بسته‌بندی پیمان مشهد برای (طلاکوب بسته‌بندی شکلات)
- * سعید شکوهی کتابچی، چاپ اندیشه برتر برای (پس از چاپ کاتالوگ اندیشه برتر)
- * محمود دهخدا، دهرنگ چاپ برای (بسته‌بندی امنیتی شرکت ایساکو)

گروه مدیریت پروژه های چاپی «انتشارات و کتاب»

- * ناصر میرباقری، انتشارات فرهنگ و هنر گویا برای تولید و انتشار (کتاب نفیس فرشچیان)
- * مهدی میردشتی، انتشارات فرهنگسرای میردشتی برای تولید و انتشار (کتاب نفیس گلستان سعدی)
- * علی اصغر سمیعی فرد، انتشارات کلهر برای تولید و انتشار (کتاب نفیس شاهنامه فردوسی)

«مجلات»

- * حامد خسروی، چاپ و تبلیغات اوج نیلی برای تولید (نشریه کوه نور)
- * پیام برومندفر، کانون آگهی و تبلیغات نودید برای تولید (آگهی نامه نودید)
- * شهریار خانی‌زاد، نشر هنر معماری قرن برای تولید و انتشار (مجله معماری شماره ۲۹)

«سررسید»

- * ترانه متواضع، انتشارات دایره سبز برای تولید سررسید ابیانه ۹۲
- * امیر شیخ الملوکی، صحافی آراد برای تولید سررسید چای دوغزال
- هیأت داوران در این بخش برگزیدگان را شایسته دریافت لوح تقدیر شناختند:
- * رضا حدیدی، شرکت آزاده برای تولید و انتشار دفاتر شکرستان
- * نامور عباسیان، برای تولید کاتالوگ ایتال استیل



«بسته‌بندی‌های سلولزی و جعبه‌ها»

- * علی مکی جاوید، شرکت رادینک رسانه برای تولید (بسته‌بندی شکلات فرمند)
- * امین دلرباف شرکت دی پک برای تولید (بسته‌بندی شکلات مرداس)
- * محمدحسین شهامت‌پور، شرکت روبان برای تولید (بسته‌بندی صنایع دستی زنجان)
- «لیبل‌های بسته‌بندی»
- * اصغر بیاضیان، پرینان چاپ برای تولید لیبل شریک راتین
- * ابراهیم خدابخش دُچانی، داروپات شرق برای تولید لیبل شریک سحر
- * مجید نصری آذین، چاپ البرز برای تولید لیبل آتسا
- * محمدعلی حقی ایجا، گستر شمال برای تولید دورپیچ روغن آفتاب
- * رستا توسلی بنایی، چاپ طلای ارومیه برای تولید دورپیچ بسته‌بندی فامیلا



- هیأت داوران در بخش لیبل پشت چسب‌دار برگزیدگان را شایسته دریافت لوح تقدیر شناختند:
- * اکبر اسدزاده آینه، فیلم پارسیان برای تولید لیبل پشت چسب‌دار گلزان
- * خیرالله محبوبی، کامل برچسب پرنده برای تولید لیبل پشت چسب‌دار تارمیتا
- «چاپ‌های ویژه و اوراق امنیتی»
- * سید حسین باقری، شرکت ریزموج سیستم برای تولید سی‌دی شرکت فینال
- * آرش زمانی‌راد، شرکت بعدنگار ایرانیان برای تولید هولوگرام بعدنگار
- * محمدرضا رحیمی یگانه، چاپ گلچین عصر برای چاپ کارت باشگاه کوپت
- * رضا منصوری، چاپ و نشر بانک ملی ایران برای تولید اوراق مشارکت وزارت نفت
- * مجید صنیعی، سازمان تولید اسکناس و مسکوک بانک مرکزی برای تولید شنانامه



چرخ توسعه صنعت چاپ و

اجرای انواع عملیات پوشش دهی و تزئینات پد

اندیشه آمل پردازیم که شیرینی آن نقد است و بزودی مشتریان این چاپخانه آن را خواهند چشید.

باید فضای اداری، کارکنان و ماشین خانه چاپ اندیشه آمل را از نزدیک دید تا با اطمینان به این واقعیت اعتراف کرد که قلب چاپ اندیشه آمل فقط برای رضایت مشتریانش و بلکه برای توسعه کشور می تپد. ایفای نقش مهم در توسعه شهر، استان و کشور وظیفه ای است که عمل به آن در نمودار عملکرد این چاپخانه با وجود مشکلاتی که بعضی برای آن پیش آوردند به وضوح دیده می شود.

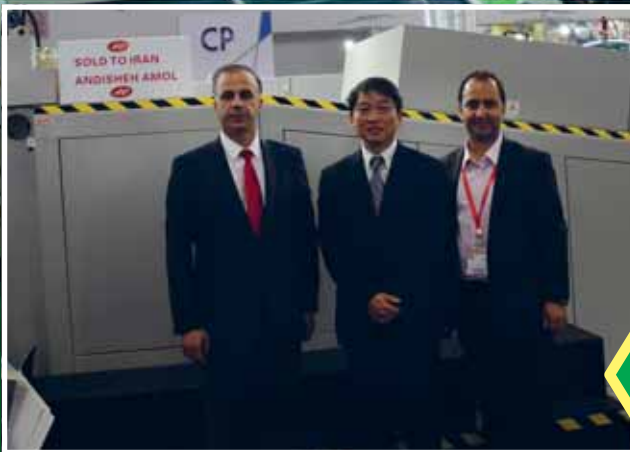
کافی است مشتریان چاپ اندیشه آمل به دنبال سطح خاصی از کیفیت یا کمیت سفارشات چاپی باشند و این چاپخانه از آن با خبر شود. در واقع دغدغه های چاپ اندیشه آمل چیزی جز این نیست. به همین دلیل است که این چاپخانه پیوسته در حال تغییر تجهیزات خود و به روز کردن آن است. البته این روزها مهدی رضاییان دغدغه ای غیر از رضایت مشتریان نیز دارد که همان احقاق حق پایمال شده اش در ماجرای خرید ماشین چاپ پیشرفته ک.ب.آ است. ولی ریشه همین نگرانی نیز در رضایت مشتریان نهفته است. زیرا چاپ اندیشه آمل به مشتریان خود قول داده بود که با بهترین کیفیت ممکن را با پیشرفته ترین امکانات برای آنها به ارمغان خواهد آورد. کاری که فعلا در

باز هم چاپ اندیشه آمل خبرساز شد. باز هم مهدی رضاییان ماشینی با توانمندی بالا را برگزید تا به مشتریان خود اطمینان دهد اگر در کسب و کار خود روی بسته بندی مقوایی و چاپ اندیشه آمل حساب باز کردند اشتباه نبوده و پول هایی که به این چاپخانه پرداخت کرده اند پیوسته صرف بهبود کیفیت کارهای خودشان شده است.

البته نقطه ایده آل سرمایه گذاری های چاپ اندیشه آمل همان ماشین چاپ راپیدا ۱۴۵۱ پنج رنگ ک.ب.آ است که پولش رفته ولی خودش هنوز نیامده است. ماشین چند میلیون یورویی که اگر به خانه اش یعنی چاپ اندیشه آمل برسد قوی ترین مرکز چاپ بسته های مقوایی را در کل منطقه رقم خواهد زد. بسیاری از صنایع در آمل و شهرک های اطراف همراه با مهدی رضاییان چشم انتظار رسیدن این ماشین چاپ خرید شده هستند.

با خبر هستیم که موضوع دستگاه چاپ تحویل نشده چاپ اندیشه آمل فکر بسیاری از سرمایه گذاران دیگر در سراسر ایران را نیز به خود مشغول داشته و منتظر تعیین تکلیف این پرونده سنگین هستند تا بدانند سرمایه های خود را به دست چه کسی بسپارند.

بهتر است از این چالش مهم بخش بازرگانی چاپ افست کشور بگذریم و به همان توانمندی های فعلی چاپ



گرافیک در آمل می چرخد

س از چاپ با امکانات جدید چاپ اندیشه آمل

اما انعطاف پذیری در عملکرد فقط به این جا ختم نمی شود. ورنی "یووی"، "یو آر" و "واتر بیس" هر سه در این بخش امکان پذیر هستند. در حال حاضر با اجرای ورنی پایه آب (Waterbase) به وسیله این دستگاه بر روی بسته های مواد غذایی توسط چاپ اندیشه آمل، مشتریان این چاپخانه، درخشش عالی ورنی را همراه با اجرای استانداردهای ملی و جهانی بسته بندی مواد غذایی به دست آورده اند. بدین ترتیب از این پس تقریباً تمام توانمندی های هنری و فنی چاپ در بخش پوشش دهی، در ایران، در شهر آمل و در چاپخانه اندیشه آمل در دسترس علاقمندان و صنایع کشور است.



چاپ اندیشه آمل

مجهزترین مرکز تولید بسته های مقوایی در استان مازندران
آمل، کیلومتر ۲ جاده هراز، روبروی دوراهی امامزاده عبدالله،
جنب شرکت گوشتی کاله و آمل طیور
تلفن: ۰۱۲۱)۳۲۸۰۷۰۰ (فکس: ۰۱۲۱)۳۲۸۰۷۰۱ (

حال انجام است اما نه با بهترین امکانات موجود جهان. اما رویکرد رضایت مشتری و رسیدن او به خواسته هایش همچنان در چاپخانه اندیشه آمل برقرار می باشد. دستگاه ورنی زنی جدید چاپ اندیشه آمل مناسب سفارشات چاپی این چاپخانه است و در ایران نیز بخوبی جواب داده زیرا تاکنون شش دستگاه از این ماشین در ایران نصب و راه اندازی شده است. این دستگاه کارهای تا اندازه ۷۰ X ۱۰۰ سانتی متر را ورنی زده و بلندترین تخته (ارتفاع دو برابر) را در رسته کاری خود دارد.

سفر به آینده یعنی روندهای جهانی صنعت را بشناسیم و بر آنها سوار شویم. یکی از برجسته ترین روندهای صنعت که از سالها قبل آغاز شده اما هنوز از مهمترین نشانه های پیشرو بودن می باشد انعطاف پذیری در عملکرد است. تجهیزات ورنی زنی جدید چاپ اندیشه، انعطاف پذیری در این بخش از عملیات چاپ را معنی کرده و خیال مشتریان را از این که در بازار رقابت کم نیاورند آسوده می کند. بخش جدید ورنی زنی چاپ اندیشه آمل، هم با لاستیک کار می کند هم با کلیشه. این یعنی در نوع خود یک نوع ماشین چاپ هم محسوب می شود که می تواند به وسیله ورنی زنی بسیاری از ایده های خلاقانه طراحان گرافیک را جامه عمل بپوشاند.



نخستین جشنواره بسته بندی برگزیدگان خود

بیانیه هیأت داوران و اسامی برگزیدگان

به نام خدا

هیأت داوران (به ترتیب حروف الفبا) متشکل از شهروزاد اسفرجانی، علی سجادی، رضا نورائی و امیرحسین یآوری، گزارش خود را به شرح ذیل به اطلاع می‌رساند:

ضمن سپاس از تمام کسانی که آثار خود را به این دوره از مسابقات ارسال کردند، آثار با تأکید بر خلاقیت در کار، استفاده از مواد متناسب با نوع محصول و مواد سازگار با محیط زیست، جلوه‌های بصری در خدمت برندینگ و هویت سازمانی، طراحی ساختار و عوامل بهداشتی و امنیتی، طراحی گرافیک و اجرای دقیق و همچنین درج اطلاعات ضروری بر بسته مربوطه بررسی‌های لازم صورت گرفت و در مجموع از آثار آرسالی در سه بخش جایزه ویژه، ایده‌های برتر و بسته‌های برتر، این نتایج برای اهدای جوایز به دست آمد:

در بخش جایزه ویژه با توجه به نگاه راهبردی، استفاده از مصالح سازگار با محیط زیست، تنوع و گوناگونی در طراحی و تلاش قابل تقدیر مدیران شرکت «نگین نادر شمال» تحت عنوان «محصولات نادری» بر اساس تغییر نگرش سنتی و بسط برند به خانواده‌های محصول، همچنین «شرکت گز قدس» با خانواده محصولات «گز قدس» به خاطر تنوع در طراحی بسته‌ها و توجه به

نخستین جشنواره بسته بندی در اصفهان که همزمان با دهمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع چاپ، تبلیغات و بسته بندی اصفهان (۷ تا ۱۰ آبان) و سومین سمینار بسته بندی برگزار شد، با قرائت بیانیه هیأت داوران و معرفی برگزیدگان به کار خود پایان داد.

سومین سمینار بسته بندی اصفهان نیز که همزمان با نخستین مسابقه بسته بندی برگزار شد حاوی محورهایی چون نقش بسته بندی در قیمت تمام شده کالا (رضا نورائی)، گسترش برند بسته بندی در ایران (شهروزاد اسفرجانی)، معرفی و تحلیل آثار برتر جهان در سال ۲۰۱۳ (رضا نورائی)، توجه به جایگاه محصول و خلاقیت در بسته بندی (حسین یآوری) و گرایش‌های جهانی بسته بندی (رضا نورائی) بود.

از میان ۳۷ مقاله ارسال شده به دبیرخانه جشنواره، ۱۰ مقاله در بخش پوستر و یک مقاله برای ارایه انتخاب شد. همچنین از میان ۳۰۰ اثر ارسال شده به دبیرخانه، ۱۱۰ اثر در بخش نمایشگاه جای گرفت.

به گفته حسین یآوری دبیر علمی جشنواره، رویکرد رو به جلوی بسیاری از مجموعه‌های شرکت کننده، توسط گروه داوری جشنواره مورد تحسین قرار گرفت که این امر از ظرفیت بالای امر بسته بندی و امکان رشد اقتصادی این بخش در کشور حکایت دارد.

از رویکردهای اصلی این جشنواره و انتخاب برگزیدگان، توجه به مباحث زیست محیطی و استفاده از مواد قابل بازگشت به چرخه طبیعت بود.



سته‌بندی در اصفهان درا معرفی کرد



محصول و رنگ‌بندی‌های هوشیارانه و طراحی
گیرا و ساده شایسته تقدیر شناخته شد.

سته "زعفران قائنانه" با طراحی
"علیرضا چگینی" به خاطر قراردادان
گرانبهترین محصول طبیعت ایران در ساک
ساخته شده از کاغذ کرافت که متناسب با حس
و حال طبیعی و نزدیک به طبیعت محصول
است و نیز طراحی و اجرای حرفه‌ای، استفاده
از رنگ‌های مناسب با چاپ سیلک و بازتاب
محتوای زعفران در قالب فرم و بافت مناسب این
سته نیز مورد تقدیر قرار گرفت.

سته محصول "طوره" (چهارمغز) اثر
"مرتضی بصیرت"، "صنایع غذایی اسطوره"
به خاطر برخورد خلاقانه در تفکیک مغز بادام،
پسته، بادام هندی و گردو ارتباطی راحت و ساده
با مخاطب مورد تحسین قرار گرفت.

سته‌بندی "عسل آفرینش" اثر "ارس"
گرافیک" به خاطر نگاه کلی در طراحی بسته
و طراحی شیشه شش وجهی مورد توجه قرار
گرفت.

در بخش ایده‌های برتر مجموعه کارهای
"پریا سلیمیان" به دلیل بکارگیری هوشمندانه
فرم‌ها برای بیان بصری محتوای بسته‌ها،
ترکیب‌بندی‌های درست و نیز قابلیت ارتباط
راحت با مخاطبین، حائز رتبه اول شده و
مجموعه کارهای "پریسا جمشیدیان" به
دلیل جسارت در بکارگیری عناصر طبیعی و
استفاده درست از مواد معمول در دسترس در
خلق بسته‌ها و بازتاب‌های حسی موجود در آن،
آثار نامبرده رتبه دوم این بخش را بدست آورد.

بازارهای هدف متعدد برای یک محصول
مشترک، جایزه ویژه به هر دو شرکت نامبرده
تعلق می‌گیرد.

در بخش بسته برتر از میان آثار گوناگون،
سته‌بندی "روغن زیتون داراب" اثر
"سید محمود محمودی" به دلیل انتخاب و
طراحی بطری خاص، دربندی مطمئن و ایمن،
ثبت کامل اطلاعات، رنگ‌بندی و طراحی
متناسب با نوع محصول و انتخاب درست جامعه
هدف برای محصول، به عنوان برنده بسته برتر
انتخاب شد.

در میان دیگر آثار ارسالی موارد زیر
شایسته سپاس و تقدیر بودند:

سته‌بندی "شرکت نوشاد" اثر "محمد
خرمیان" به خاطر معماری خوب و رعایت
جزئیات در سلسله مراتب بسته‌های اولیه و
ثانویه، خوش‌دستی، عملکرد رنگ‌بندی هماهنگ
با محتوا، جلوه بصری در خدمت برندینگ،
اسلوگان (شعار) مناسب، کارگردانی اطلاعات،
استند نمایش مناسب برای فروشگاه‌ها تقدیر
شد و به دلیل استفاده نکردن از پتانسیل‌های
حروف فارسی و بکارگیری اعداد انگلیسی مورد
انتقاد قرار گرفت.

سته "داروی بیونول" اثر "صنایع چاپ
و بسته بندی ماتریس" به خاطر استفاده
از القبای بریل نابینایان و احترام به حقوق
مصرف‌کننده در حوزه مسئولیت اجتماعی و
طراحی معقول مورد تقدیر قرار گرفت.

مجموعه بسته‌های "گزمظفری" اثر
"امیررضا خوردآزاد" به دلیل استفاده از
نقش مایه‌های سنتی و فضاهای آثار تاریخی
اصفهان قدیم برای تأکید بر هویت بومی

برگزیدگان سازمان جهانی بسته‌بندی ۲۰۱۳

همه‌ساله سازمان جهانی بسته‌بندی از اعضای خود می‌خواهد برترین بسته‌های کشور خود را معرفی کنند تا از مجموع آثار رسیده برترین برترین‌ها را به عنوان برگزیدگان این سازمان معرفی کند. در واقع آثار برگزیده در سال قبل در مسابقات کشوری و منطقه‌ای برگزیده شده و در ابتدای سال میلادی بعد به صورت جهانی داوری شده و معرفی می‌شوند. در ادامه با منتخبی از آثار معرفی شده سال ۲۰۱۳ آشنا می‌شوید.

ایمنی، فرم صیقلی با گرافیک برجسته، بسته بیرونی مقوایی تمامی اطلاعات و برجسته‌های ضروری را داشته و ظاهر جعبه را تمیز و ساده نگه می‌دارد.

سلامتی و زیبایی

۱- نام محصول: Capricho Day & Night

این محصول دوگانگی شب و روز را با تضاد بین سیاه/سفید و تصاویری که به دنیای بزرگسالان مربوطند نشان می‌دهد. نتیجه: فروش لوسیونها ۲۱درصد بیشتر شد. تبلیغات خودجوش عالی در فیس بوک با ۱۲۰۰ like، ۲۸۰ نظر و ۶۶۴ بار اشتراک گذاری. "زود باشید، این بسته بندی بی نقص است!" "من طراحی جعبه را خیلی دوست داشتم، فوق العاده بامزه است."



۵

۲- نام محصول:

"تکنولوژی زیبایی تعاملی" De Vobis

De Vobis اولین عطر جهان با صفحه LCD است. این عطر با یک بسته بندی مجهز به LCD و طراحی خاص خود را بین دیگر محصولات بازار متمایز کرده است. مشتریان می‌توانند ویدئو، موزیک و عکس‌های موردعلاقه خود را از کامپیوترها و کارتهای SD بارگزاری کنند. De Vobis تلفیق تکنولوژی با طراحی شکوهمند یک عطر است. این تکنولوژی فرصتهای بسیار جذابی مانند تولید یک محصول سفارشی برای خوانندگان، باشگاه‌های ورزشی،... محبوب ایجاد کند.



۲

۳- نام محصول: Divinissima

دستیابی به این بطری یک چالش واقعی بود چون نیاز به ترکیب دقیق توزیع شیشه و حکاکی‌ها برای یک بطری عالی داشت تا نتیجه کار یک طرف با کیفیت و تجملی همراه تصویری شفاف از محتویات آن باشد.



۴

۵- نام محصول: Hydralyte Sports

Hydralyte Sports یک فرمت بسته بندی جذاب است که می‌تواند به یک نشان تجاری شناخته شده نیروی تازه ای بخشیده و با گسترش حضور نشان تجاری و یک فرمت ممتاز و جدید کاربرد موثری برای بازار ورزشی هدف خود داشته باشد. جعبه محکم پلی پروپیلن قالبگیری تزریقی با یک پرداخت صدفی جذاب و جفت



۶

۶- نام محصول: Natura Humor

Natura Humor همیشه شادی به همراه می‌آورد. هدف "Humor Refresh" ارائه عطری با کمی نعناست که احساس تازگی را به انسان بدهد. این محصول فرصتی برای سرگرمی فراهم کرده و یک جعبه بامزه با طرح یخچال دارد که این حس را به انسان می‌دهد که محتوای آن خنک است. با باز کردن در جعبه یک پنگوئن روی یخچال ظاهر می‌شود که آخرین حرکت بامزه این محصول است. چالش طراحی این بطری و جعبه، انتقال یک اثر هنری ساده و حس تازگی بود.

۷- نام محصول: پودر تالک NAVARATNA

بسته PP سه‌بعدی چرخان و یک slider راحت تالک Navratna Cool با بسته چرخان جالب و سه‌بعدی جدید خود که حتی در نمای دوبعدی هم قابل مشاهده است، نونما شده است و حضور خود را تثبیت کرده است. غیر از فرم امروزی و شیک آن، طراحی جدید و مکانیزم پخش Sliding محصول، در این گروه کار جدیدی است. قالبگیری تزریقی و اکستروژنی معمول PP برای ایجاد این فرم استفاده شده‌اند. طراحی سه تکه، ظرف اصلی/در/ slider و راحتی استفاده از slider با تنها یک انگشت، باعث سهولت پخش می‌گردد.

۸- نام محصول:

لوسیون بدن Parachute Advanced

شکل انحنادار بطری به یک لوسیون بدن مناسب زن مدرن اشاره داشته و رنگ آبی کم‌رنگ به نظر مشتری لطیف، مدرن و خاص است و به این شکل نشان تجاری از یک لوسیون بدن ساده به یک محصول دلخواه و واقعا موثر در زیبایی ارتقا پیدا کرده است. استفاده ظریف از فویل طلایی و نیم‌رخ زنانه با برجسب شفاف شکوه و زنانگی طرح را تقویت کرده است.



۸



۱



۳



۹



از یک ظرف داخلی و یک پوشش بیرونی تشکیل شده است. ما یک "محفظه خوشبوکننده هوا"ی جدید خلق کردیم که کیفیت و قدرت رایحه را حفظ می کند. علاوه بر این می توان از طراحی های مختلف و رایحه های متنوع این محصول لذت برد. بوی بد هوا از شکاف های جلویی محفظه داخلی توسط دانه ها گرفته شده و هوای تازه از شکاف های بالائی بیرون می آید. مشتریان با استفاده از پوشش های بیرونی می توانند از طراحی ها و رایحه های مختلف لذت ببرند.

۱۲- نام محصول :

Schick Intuition Naturals

این بسته خلاقانه تیغ اصلاح را که از PET بازیافتی و ۴۰ درصد مقوای جمع آوری شده از مصرف کنندگان تشکیل شده است، مصرف کننده می تواند به راحتی برای بازیافت از باقی مواد جدا کند. با وجود مواد و گرافیک انتخاب شده در این بسته پیام محصول یعنی "طبیعی بودن" را انتقال می دهند، این محصول هم در فروشگاه و هم در محیط زیست برنده است. فرآیندها و تجهیزات موجود برای تولید این بسته به کار رفته اند. Schick Intuition Naturals با استانداردهای آزمون کیفیت محصولات ممتاز ما هماهنگ بوده و مشاهده محصول در داخل بسته به خوبی برای مصرف کننده مقدر است.

۱۴

۱۳- نام محصول : محافظ جلا

این ماده با ساختار شگفت انگیزش که به راحتی ۱۰۰ درصد در طبیعت تجزیه می شود، از دیگر مواد بسته بندی برای محیط زیست مناسبتر است. این محصول خلاقانه با جلب توجه مشتری روی قفسه با جوهرهایی که ۵۶ درصد شفافتر هستند و جوهر خاصی که طبق زاویه دید رنگ عوض می کند، عملکردی دوستدار محیط زیست دارد. این ماده با فیلم "composed-shine" تولید می شود. تکنیکهای چاپ این فیلم را تقویت می کنند. این محصول با کیفیت جوهری که رنگها را طبق زاویه دید تغییر می دهد، منحصر به فرد است.

۱۳

۱۴- نام محصول :

Unilever: AXE „ANARCHY“ Display

ساخت خلاقانه، جلب توجه عالی: این display در شکل خلاقانه خود با ردیفهای اریب و غیرقرینه، تم سری "AXE "ANARCHY" (بی نظمی و اغتشاش) را انعکاس می دهد. چاپ عالی محصول بسیار چشمگیر است. این نمایشگر جذاب نشان تجاری را به وضوح به نمایش می گذارد. تستر محصول به مشتریان اجازه می دهد که قبل از خرید محصول را تجربه کنند. Dis-play برای ۶۰ قطعه ساخته شده است اما می توان تا ۱۲۰ قطعه را در آن جای داد.

۱۲



۱۰



۱۱

۴- نام محصول :

Himalaya Ayur Slim Entry

این بسته بندی بلیستر سیل سرد خیلی جذاب بوده و یک تصویر ۳۶۰ درجه از محصول به دست می دهد چون هم در جلو و هم در عقب بلیستر دارد. بسته مهر و موم بوده و برای دسترسی به داخل آن باید مقوا را پاره کرد.

۹- نام محصول : POLA B.A RED

سری محصولات آرایشی سطح بالای ما، گویای ارزشی جدید هستند که ارتباط مستقیمی با حواس دارند. حس جستجوی هویت و پیشرفت در این سری خلاصه شده و به چیزی بیشتر از محصولات آرایشی اشاره دارد. در طراحی این سری، حمایت از نیازهای زنان مدرنی که درگیر زندگی های سخت و در عین حال انعطاف پذیر هستند، مدنظر بوده است. فرم پراورژی این محصولات که حاصل زیبایی انحنای طبیعی و رنگ "قرمز آتشین" است، برای نمایش شکوه مطلق طراحی شده است.

نام محصول : ظرف قابل پرکردن مجدد برای کرم روز Mibelle یک سیستم خلاقانه برای پرکردن مجدد مرطوب کننده روزانه ارائه کرده است. وقتی مرطوب کننده تان تمام می شود، قسمت داخلی قوطی را با ظرف کوچک و سبک وزن یدکی تعویض کنید. این کار مصرف مواد سازنده را ۷۸ درصد کاهش می دهد و همزمان پول شما را ذخیره می کند. ظرف پرکردن مجدد با آلومینیوم سیل شده و با یک در کوچک محافظت می شود و می توان وقتی خالی شد آن را تعویض کرد. استفاده چندباره از قوطی بیرونی به معنای کاهش چشمگیر ضایعات تولیدی است.

۱۰- نام محصول :

بسته بلیستر با قابلیت سیل کردن مجدد

بسته ای که باز کردن آن ساده است، مصرف کننده به راحتی آن را باز کرده، محتویات را استفاده کرده و می بندد و هنگام استفاده مجدد، محتویات به راحتی بیرون می آیند. بسته دوستدار محیط زیستی که وزن بسیار کمتری داشته و می توان بیش از ۱۰۰ بار از آن استفاده کرد و می تواند جایگزین ظروف قالبگیری بادی شده و وزن محصولات را با آن کمتر کرد. تکنولوژی میکروپروسس برای ایجاد شکاف ۵۰ سانتی متری و سهولت باز کردن استفاده شده است. تکنولوژی ورقه سازی برای محافظت خوب از رطوبت و نگهداری از محتویات به کار رفته است.

۱۱- نام محصول :

Risesh Design Collections

مصرف کنندگان با خوشبوکننده های دانه ای که داخل ظرف یا قوطی هستند راضی نبودند. سیستم شرکت Kao



۷

۱۸- نام محصول:

بسته Bakri اورولوژیک Cook

بسته Bakri که با گرما شکل داده شده دو نوع محصول را برای دو دستورالعمل خاص سازماندهی می کند. به این ترتیب وقتی ثانیه ها در نجات جان یک فرد ارزشمندند، در زمان صرفه جویی می شود. مجموعه سینی و نگهدارنده، محصولات با بلندای مختلف را نگهداشته، استفاده از آنها ساده است و دارای محافظ هستند. حفره نوک نگهداره ها انتهای لوله را نگهداشته، لوله هایی با طولهای مختلف پیچیده شده سپس دو طرف بسته برای نگهداشتن لوله در جای خود با یکدیگر چفت و بسته می شوند. سینی، محصول خود را نگه می دارد.

۱۹- نام محصول: **بلیستر برگی Eparema**

بلیستر برگی مصداق شعار این نشان تجاری است، "انتخاب طبیعی برای هضم خوب"، چون این محصول یک داروی گیاهی ساخته شده از سه گیاه است. نه تنها فرمت آن، بلکه ایجاد یک ارتباط عالی بین ترکیب محصول و پیام نشان تجاری هم همگی خلاقانه هستند. ظاهر آن در فروش هم جذابیت بیشتری از محصولات مشابه دارد و به نشان تجاری خود کمک کرده که در همان ماه افتتاح پیشرو بوده و ارزش آن از ابتدای سال تا امروز ۶۹/۷ درصد رشد داشته است.

۲۰- نام محصول: **Fleximed Easymix**

Fleximed Easymix یک لوله پزشکی انعطاف پذیر است که جایگزین هوشمند و منحصربه فردی برای شیشه به کار رفته در بسته بندی غیرخوراکی است. Fleximed Easymix از نظر استعمال ساده و ایمن داروهای غیرخوراکی و مخلوط کردن دقیق دو یا چند ماده مزایای قابل توجهی دارد. Fleximed Easymix ویژگی های ضد بخار آب و اکسیژن عالی داشته و توانایی خاصی برای مخلوط کردن دو یا چند ماده قبل از تزریق یا کاربرد دارد. لوله را می توان با دو یا چند اتانک برای پرکردن محصولات خشک/امیغ یا امیغ/مایع تولید کرد.

۲۱- نام محصول:

بسته کارآمد و ایمن برای تزریق Pegstim

بسته کارآمد و ایمن به نحوی خلاقانه از سیستم بسته بندی برای سرنگ از پیش پر شده (PFS) استفاده کرده و حفاظت، راحتی، قابلیت دید، دسترسی، صرفه اقتصادی و بازاریابی عالی ارائه می کند. سینی PVC با شیارهای خاص، PFS را در جای خود محکم کرده و مانع از فشار تصادفی روی میله شناور شده و مانع از هدررفت شده و از سترونی محصول درحمل و نقل و کار محافظت می کند. گرافیک چشمگیر با چاپ UV به زیبایی بسته افزوده است.



۱۸

دارویی و پزشکی

۱۵- نام محصول: **Alukbliss - Alu look film**

Alukbliss یک محصول خلاقانه است که ظاهر آن شبیه فویل های بلیستر Cold Form با پوشش PVC است. این محصول غیرقابل جعل بوده و یک هویت متمایز و یک ظاهر بسیار هنری به محصول می دهد. Alukbliss برای فرمولهای ثابتی مناسب است که به محافظت زیاد احتیاج ندارند. مزایای این محصول عبارتند از فیلمهای قابل شکل دهی با گرما، ظاهر منحصربه فرد، عدم امکان فرورفتگی (که توده و انبار کردن آن را راحت می کند)، بلیسترهای متعدد در یک کارتن هزینه های ثانویه بسته بندی را کاهش می دهد، تشخیص محصولات از یکدیگر را امکانپذیر کرده و میتوان بر حسب میزان نیاز فرمولاسیون به محافظت، آنها را سفارشی ساخت.



۱۵



۱۶

۱۶- نام محصول: **AXOM 3-OMEGA 3**

ساختار ویژه و منحصربه فرد این بسته کارتنی شامل یک بطری حاوی مکمل غذایی امگا برای کودکان است. مکعبهای چاپ شده ای که روی یکدیگر سوارند، بسیار جذاب بوده و از بطری محافظت کرده و در عین حال اطلاعات محتویات بطری را با یک ظاهر جالب عرضه می کنند. این محصول قطره امگا برای کودکان است. بسته به شکل یک بازی مکعبی طراحی شده است که به کودک اجازه می دهد برای کشف بطری مکعب ها را باز و از یکدیگر تفکیک کند. این مکمل برای کودک مثل یک بازی است و باعث می شود والدین راحت تر بتوانند قطره های امگا را به او بخوراند.



۲۰



۲۳

۱۷- نام محصول:

بطری برای ۶۰/۳۰ کپسول/قرص

این قوطی حاوی قرص/کپسولهای دارویی طب سنتی هندی است. بطری سیستم پخش جالبی داشته و طوری طراحی شده که هر بار که کج نگهداشته شود، یک یا دو قرص/کپسول از آن رها شود. بطری یک شکل متمایز و دوزنقه ای دارد که نگهداری آن ساده است و یک در قطور دارد که به راحتی باز می شود.



۱۷

قاعده بطری ۴ برجستگی کوچک دارد که باعث میشود سطح زیرین از گرد و غبار روی زمین فاصله داشته و بطری از آلودگی های ناشی از گردوغبار مصون بماند. جلوی بطری یک قسمت بزرگ برای چاپ نشان تجاری وجود دارد.



۱۹



۲۱

لوازم خانگی

۲۶- نام محصول: محصولات مراقبت از خودروی 3M Automotive

طراحی بسته جدید نسبت به بسته قبلی پیشرفت کرده است، چون با تغییر از PVC به PET، سازگاری بیشتری با محیط زیست پیدا کرده و از طرفی کاهش وزن بسته منجر به کاهش هزینه های حمل و نقل و مقرون به صرفه تر شده است. تعویض PVC با PET منجر به کاهش ۱۲/۵ درصدی وزن بطری ها شده و 63lbs/۰۶۳۰ PVC (به طور سالانه) از جریان ضایعات حذف شده اند. کل PCR ی که استفاده می شود ۱۴/۲۷۳ lbs است. (سالانه)

۲۴



۲۸



۲۷- نام محصول: نرم کننده پارچه Henkel Vernel Fuji Seal

Henkel Fuji Seal یک سیستم کاملاً جدید ایجاد کرده است: اسلیو شرینگهایی که می توان آنها را با لیزر برش داد و بخشی از اسلیو را بعد از شرینگ جدا کرد. با استفاده از این تکنولوژی انقلابی، یک فرآیند برش لیزری بخشی از اسلیو را جدا کرده و ناحیه تورفته ای که اینجا نشان داده شده است یا ظرفهایی با شکلهای خاص ایجاد می شوند. تکنولوژی لیزر به مشتریان اجازه می دهد محصولاتی که شکل منحصر به فردی دارند را اسلیو کنند، که این امر تا به حال غیرممکن بوده است.



۲۸- نام محصول: جعبه سینک آشپزخانه

بسته بندی جدید راهی مقرون به صرفه، ساده و انعطاف پذیر برای محافظت و حمل و نقل محصول ارائه می کند. علاوه بر این EPS قبلی (پلی استایرن مشبک) که از نظر زیست محیطی نامناسب بود، با مقوای موجدار تعویض شد. مزایای دیگر این بسته عبارتند از بهره وری بالاتر در فرآیند بسته بندی، ارگونومیک بهتر و ایمنی کار در خط بسته بندی، بازیافت ساده تر برای کاربر نهایی.

۲۶



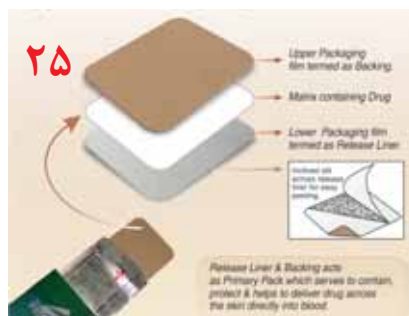
۲۹- نام محصول: کارتن نمایشگر Rollbox

جعبه display ما دوستدار محیط زیست بوده و در هر دو طرف اطلاعاتی در مورد محصول دارد، تشخیص محصول در آن ساده بوده و گرافیک به کار رفته در آن توجه افراد را جلب می کند. برخلاف دیگر محصولات این شرکت که کل سطح محصول چاپ شده است، فقط طرف باز این جعبه لمینت شده -۲۰ درصد از کل سطح جعبه را در بر می گیرد. جعبه display از مقوای بازیافتی ساخته شده است. سرهم کردن این جعبه هیچ ضایعاتی نداشته، چسب به کار رفته در آن طبیعی و نشاسته ای بوده و تجزیه آن سازگار با محیط زیست است.

۲۷



۲۵



۲۲



۲۹



از روندهای جهانی عقب نمانید

ابراز رضایت کرده‌اند. در اینترپک ۲۰۱۴ رشته‌های اصلی فعال در نمایشگاه از یکدیگر تفکیک و برای هر کدام شعاری برگزیده شده است.

وضعیت بازار

دوزه در ادامه سخنرانی خود به تجزیه و تحلیل وضعیت کنونی بازار بسته‌بندی پرداخت. وی با استفاده از آمارهای موسسه یورومونیتور اینترنشنال اعلام کرد هزینه‌کرد جهانی برای مواد غذایی و نوشیدنی‌های بسته‌بندی شده، در سال ۲۰۱۳ برابر ۲۷۱۵ میلیارد یورو (۳۵۵۵ میلیارد دلار) بوده و داده‌های آماری نشان می‌دهد که این مبلغ در سال ۲۰۱۷ به ۳۳۹۲ میلیارد یورو (۴۳۶۲ میلیارد دلار) خواهد رسید. (رشد ۲۲/۷ درصدی)

دوزه با ارائه آماری از اتحادیه سازندگان ماشین‌آلات آلمان، تحلیل کرد که سیر صعودی صادرات ماشین‌آلات بسته‌بندی در جهان همچنان ادامه داشته و در سال ۲۰۱۲ به بالاترین رقم خود معادل ۳۳ میلیارد یورو رسیده است. وی در ادامه آمارهای مهم و قابل توجهی از بازار مواد و ماشین‌آلات بسته‌بندی ارائه داد که در این جا منتشر شده است.

گرایش‌های کلان صنعت

دوزه پس از ارائه این آمار به معرفی گرایش‌های کلان صنعت در جهان پرداخت و آنها را یک به یک برشمرد.

۱- کارآمدی در استفاده از منابع که انگیزه اصلی نوآوری است و به صورت فعالیت‌های زیر به انجام می‌رسد.

- حفظ منابع و انرژی با اجرای فرآیندهای هوشمند و نوآورانه

- استفاده از قطعات با کیفیت بمنظور مصرف بهینه - صرفه‌جویی از طریق نوآوری در کنترل کارخانه

همچنین غرفه‌گذاران ایرانی این نمایشگاه چون ماشین‌سازی حکمایی و ماشین‌سازی خندابی نیز از مهمانان ویژه این مراسم بودند. حضور بخش خودروسازی نیز در این مراسم پررنگ، به نظر می‌رسید.

آغاز مراسم با سخنان نیلوفر پنکار نماینده رسمی شرکت نمایشگاه‌های دوسلدورف در ایران بود. وی در سخنان کوتاهی به ضعف بسته‌بندی در ایران اشاره کرده و مثال معروف زعفران ایران را به میان آورد. پنکار در ادامه، فقدان یک تشکل منسجم در رابطه با بسته‌بندی در ایران را نیز به عنوان مشکلی دیگر برای ارتباطات کلان با این صنعت برشمرد.

پس از آن دکتر ابوالحسن رامین‌فر مدیرعامل شرکت فوژان‌راهبران سخن گفت. فوژان‌راهبران که مجموعه‌ای از نمایندگی‌های معتبرترین نمایشگاه‌های صنعتی آلمان در ایران است میزبان ایرانی مراسم بود. دکتر رامین‌فر که در تولید فوم بسته‌بندی نیز دستی دارد با بیانی شیوا و استفاده از اشعار زیبایی فارسی از حضور مهمانان قدردانی کرد.

نخستین سخنران تخصصی سمینار، توماس دوزه مدیر نمایشگاه اینترپک ۲۰۱۴ بود. دوزه در این سمینار ابتدا برای بار دیگر به معرفی مرکز نمایشگاهی دوسلدورف پرداخت. وی پس از آن آمار خلاصه‌ای از مشارکت دست‌اندرکاران بسته‌بندی در اینترپک ۲۰۱۴ ارائه داد. به گفته وی نمایشگاه در نوزده سالن بزرگ و با مشارکت پنجاه و نه کشور جهان برپا خواهد شد. دو هزار و هفتصد غرفه‌گذار اعلام کرده‌اند که نوآوری‌های خود را که منشا ایده‌های نوین بسته‌بندی خواهند بود به نمایش خواهند گذاشت. دوزه همچنین اعلام کرد نود و هفت درصد بازدیدکنندگان دور قبل از وضعیت نمایشگاه



شعار اینترپک ۲۰۱۴ هر نوآوری، نقطه آغاز خود را دارد

سه سال دیگر گذشت و بار دیگر سر و کله مدیر بزرگترین نمایشگاه بسته‌بندی جهان در تهران پیدا شد. توماس دوزه مدیر نمایشگاه اینترپک عصر چهاردهم آبان در هتل پارسیان اوپن حاضر شد تا به همراه همکاران ایرانی خود خبرنگاران بسته‌بندی در ایران را به بازدید از نمایشگاه اینترپک ۲۰۱۴ دعوت کند. نمایشگاه اینترپک در ماه می ۲۰۱۴ میلادی و مانند همیشه در شهر دوسلدورف آلمان برپا خواهد شد.

نزدیک به یکصد نفر از متخصصان و صنعتگران صنعت بسته‌بندی کشور به همراه مسئولان سه نشریه تخصصی مرتبط در این مراسم حضور داشتند. حاضران از بخش‌های مختلف دولتی، نیمه‌خصوصی و خصوصی آمده بودند. بیشتر این افراد بازدیدکنندگان قبلی این نمایشگاه نیز بودند.



رضا نورانی



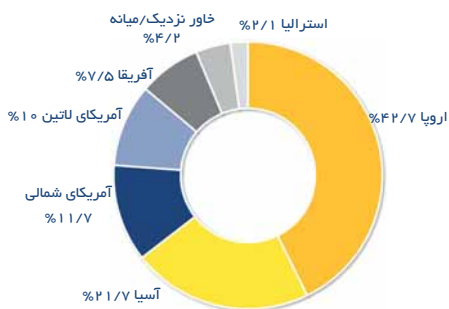
توماس دوزه



ابوالحسن رامین‌فر



نیلوفر پنکار

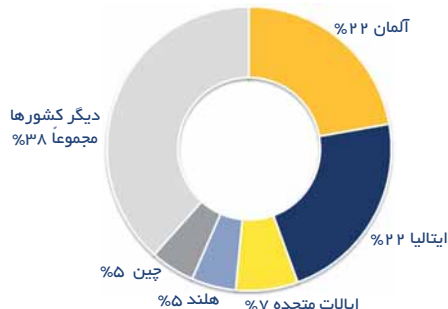


سهام فروشندگان و تأمین کنندگان از بازار در سال ۲۰۱۲
ارزش صادرات جهانی در سال ۲۰۱۲: بالغ بر ۳۳ میلیارد یورو
منبع: آمار صادرات ۴۷ کشور جهان به نقل از اتحادیه سازندگان کارخانجات آلمان (VDMA)

- سهولت استفاده، امکان جابجایی آسان و بی خطر
- مواد اولیه دارای غلظت بالای مواد مؤثر فعال
- داروهای شخصی
- داروهای ژنریک
- خطوط تولید بسیار انعطاف پذیر
- راهکارهای محافظت از دارو
- حصول اطمینان از رعایت بالاترین استانداردهای ایمنی و کیفیت با بهره گیری از سیستم های بازرسی کاملاً خودکار

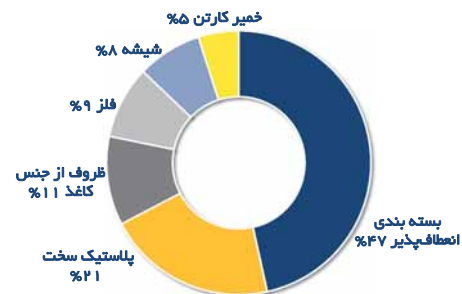
در این جا مدیر نمایشگاه اینترپک آلمان یادآور شد که شرکت دوسلدورف تنها به عملیات بسته بندی و مواد و لوازم آن فکر نمی کند بلکه نقش بسته بندی در حل مشکلات جهان نیز مورد توجه آنها است. شرکت نمایشگاهی دوسلدورف از دوره قبل نمایشگاه اینترپک با راه اندازی یک حرکت بین المللی به تبیین نقش واقعی بسته بندی پرداخت. نقشی که تاکید داشت بسته بندی یک فعالیت زباله ساز نیست بلکه می تواند از هدررفت مواد غذایی جلوگیری کرده و فرایند نگهداری و توزیع را به بهترین شکل ممکن توسعه دهد تا تعداد گرسنگان جهان و بحران غذا کاهش یابد.

دوزه راهبردهای شرکت نمایشگاهی دوسلدورف را در این رابطه این چنین برشمرد.
- برانگیختن آگاهی عمومی
- پی ریزی همکاری های بین المللی
- تدوین راهبردها و برنامه های بنیادین
- پشتیبانی از برنامه ها و پروژه های عملی و ملموس در حوزه سرمایه گذاری
وی افزود همایش Save Food در تاریخ ۱۷ و ۱۸ اردیبهشت ۱۳۹۳ (برابر با ۷ و ۸ می ۲۰۱۴) برپا خواهد شد.



سهام بازار کشورهای سازنده و تأمین کننده ماشین آلات در سال ۲۰۱۲
ارزش کل صادرات جهانی در سال ۲۰۱۲: ۳۳ میلیارد یورو
منبع: آمار صادرات ۴۷ کشور جهان به نقل از اتحادیه سازندگان کارخانجات آلمان (VDMA)

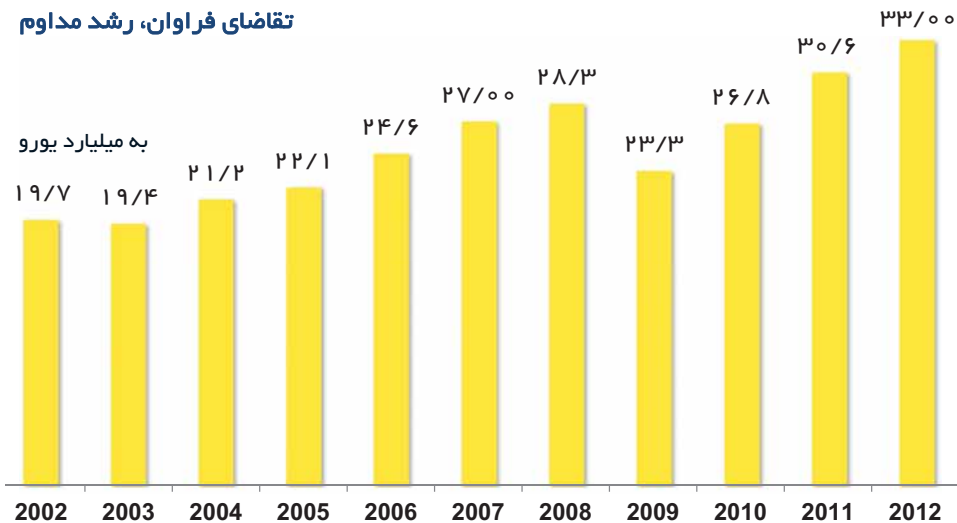
- آماده برای خوردن، آماده برای بردن
- مواد غذایی فرآوری و سرد شده، و فرش کات (Fresh Cut)
- تازگی و ماندگاری طولانی تر
- طراحی بهداشتی
- ماشین آلات بسته بندی مجهز به تجهیزات ویژه برای بسته بندی بهداشتی (مانند فناوری بسته بندی تحت اتمسفر تغییر یافته)
- سیلینگ با استفاده از فناوری اولتراسونیک
- بسته بندی های ابتکاری و نوآورانه برای دوزاژ و سهم بندی بهتر
- دفع کنترل شده
- سهولت باز کردن و بستن چندباره بسته بندی
- دوزه در ادامه چالش ها و گرایش ها صنعت شیرینی سازی را نیز برشمرد:
- طعم های تازه
- تلفیق طعم شیرین و ذائقه مصرف کننده
- رعایت مسایل مربوط به تندرستی، مانند: تولید محصولات بدون شکر، استفاده بیشتر از آنتی اکسیدان ها
- تولید لوکس و محدودیت ناشی از ماهیت کالا
- بسته بندی های نوآورانه، روی آوری به ابعاد کوچکتر
- بکارگیری فناوری هایی با بالاترین سطح از دانش فنی
- بهره گیری از سیستم های ماشین بینایی (MV) برای اطمینان از تولید محصولاتی بی نقص با بالاترین کیفیت
- اما چالش ها و گرایش های بازار محصولات دارویی همچنان به برخی موارد آشنا اشاره دارد که توماس دوزه به آنها نیز اشاره کرد:
- وسایل تحویل دارو



تقاضای جهانی بسته بندی در سال ۲۰۱۲، به تفکیک جنس فروش جهانی در سال ۲۰۱۲: ۴۱۲۵ میلیارد واحد
منبع: یوروماتیور اینترنشنال و اتحادیه سازندگان کارخانجات آلمان

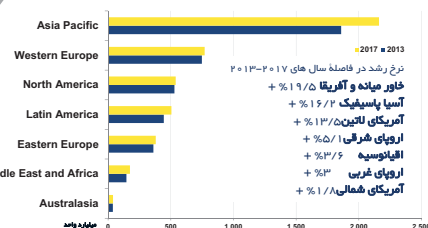
- کاهش حجم مصرف مواد مورد استفاده در بسته بندی با بهره گیری از فرآیندها و فناوری های نوآورانه
- استفاده از بسته بندی های سبک
- استفاده از سیستم های بازیافت
- ۲- کیفیت و ایمنی دوشادوش یکدیگرند. اعتقاد به این اصل در امور زیر نمایان می شود.
- سلامت و ایمنی محصول از بالاترین درجه اهمیت برخوردار است
- بهداشت اساس کیفیت است.
- دستیابی به سلامت و ایمنی با فناوری از طریق طراحی کارخانه و تجهیزات منطبق با اصول بهداشتی
- کنترل کیفیت از طریق: پایش و کنترل فرآیند و مستندسازی کامل اطلاعات مربوط به مواد خام
- اهتمام به قابلیت رهگیری محصول در تمامی مراحل زنجیره ارزش
- ۳- تنوع و انعطاف پذیری شامل:
- تغییر رفتار مصرف کنندگان
- تنوع فراوان انواع محصولات
- کوتاه کردن چرخه عمر محصولات
- فناوری پاسخ ده و سازگاری پذیر
- در این جا مدیر نمایشگاه اینترپک، دایره صنعت را به صنعت بسته بندی محدود کرد و به بیان روندها در داخل بازارهای هدف صنعت بسته بندی پرداخت. در این راستا وی به ارائه بعضی آمارها از بخش تولید نیز پرداخت که ارتباط مستقیم با عملیات بسته بندی داشتند. از جمله این آمارها می توان به آمار فروش جهانی مواد غذایی بسته بندی شده (به تفکیک منطقه)، اشاره کرد. وی چالش ها و گرایش های جهانی در این باره را چنین برشمرد:
- سهولت و راحتی





آمار جهانی صادرات ماشین آلات فرآوری و بسته‌بندی مواد غذایی
منبع: آمار صادرات ۴۷ کشور جهان
به نقل از اتحادیه سازندگان کارخانجات آلمان (VDMA)

آمار فروش جهانی بسته‌بندی، به تفکیک منطقه
حجم فروش جهانی در سال ۲۰۱۳: ۴۱۲۵ میلیارد واحد
بدون احتساب آمار بسته‌بندی دارویی و صنعتی
منبع: یوروماتیور اینترنشنال و اتحادیه سازندگان کارخانجات آلمان



در این جا سخنان توماس دوزه با ارائه اطلاعاتی از شهر دوسلدورف و راه‌های دریافت اطلاعات بیشتر از نمایشگاه پایان یافت. وی از حضاران دعوت کرد برای کسب اطلاعات بیشتر از سایت زیر دیدن کنند: www.interpack.com

نان گندم

دیگر سخنران ایرانی این مراسم اما رضا نورائی سردبیر همین مجله یعنی ماهنامه صنعت بسته‌بندی بود که بار دیگر به عنوان نماینده بخش بسته‌بندی کشور از سوی شرکت نمایشگاه‌های دوسلدورف انتخاب شده بود تا با مهمانان درباره آن چه در حال وقوع است و آن چه خواهد داد صحبت کند. نورائی ابتدا حاشیه‌ای بر گفته‌های نیلوفر پنکار درباره شکل‌های بسته‌بندی آورد. وی گفت: بخش بسته‌بندی در بسیاری از کشورهای جهان شکل یکپارچه فعال ندارد. دلیل آن هم تضاد منافع صنعتی صنایعی است که در زمینه بسته‌بندی فعالیت دارند. نمونه بارز آن تقابل بخش پلیمر و سلولز در سراسر جهان است. با این حال تعداد شکل‌های تخصصی و صنفی مرتبط با بسته‌بندی در حال افزایش است و جدیدترین آن انجمن تولیدکنندگان ظروف و یکبارمصرف است که با کمک و مشاوره ماهنامه صنایع پلاستیک و مدیرمسئول آن احمدعلی ساعت‌نیا (که در همین سمینار حضور داشت) در محل اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران تاسیس شد. وی به تمرکز جمعی از ماشین‌سازان بسته‌بندی در انجمن ماشین‌سازان صنایع غذایی نیز اشاره کرد. پس از آن نورائی گذری بر موضوع تحریم

ارایه راهکارهای نوآورانه در بسته‌بندی فلزی می‌داند. بازارچه بسته‌بندی فلزی با همکاری انجمن بسته‌بندی فلزی آلمان (VMV) و سازمان بسته‌بندی فلزی اروپا (EMPAC) برگزار خواهد شد.

بخش حاشیه‌ای دیگری که پیش از این نیز در ماهنامه صنعت بسته‌بندی معرفی شده بود نمایشگاه COMPONENTS، پیوند با آینده است که همزمان با سه روز نخست نمایشگاه اینترپک یعنی ۱۸ تا ۲۰ اردیبهشت ۱۳۹۳ برگزار خواهد شد. راهبردهای اصلی این حرکت عبارتند از:

- عرضه ویژگی‌های محیط و حوزه‌های فعالیت فروشندگان و تأمین‌کنندگان صنعت بسته‌بندی
- برپایی مجامع و نشست‌های بحث و گفتگو، سخنرانی‌های تخصصی، برنامه‌های معرفی و آرایه مقالات

اینترپک ۲۰۱۴ مانند دوره قبل بخش "پارک نوآوری" را هم خواهد داشت. پارک نوآوری صنعت بسته‌بندی "برنامه‌های ویژه است با تمرکز بر راهکارهای نوآورانه در بسته‌بندی، که یک جا و در قالب مجموعه‌ای جامع و فراگیر عرضه خواهد شد. در "پارک نوآوری صنعت بسته‌بندی ۲۰۱۴" (IPP 2014) راهکارهایی برای کاستن از ضایعات و هدررفت مواد غذایی در کل زنجیره ارزش صنعت بسته‌بندی (همراستا با پویای "Save Food")، آرایه خواهد شد.

اما حرکت دیگری که چندی است به اینترپک افزوده شده "بازارچه بسته‌بندی فلزی" است. دوزه این بازارچه را معیادگاه صنعت بین‌المللی بسته‌بندی فلزی و صنایع تأمین‌کننده آن و در جهت عرضه اطلاع رسانی، با پس زمینه موضوعات تخصصی روز و



بر حسب ۱۰۰۰ تن	۲۰۱۳	۲۰۱۷	درصد رشد از ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۷
جهان	۱۵۰۰۲۶	۱۶۰۲۱۱	۷/۹%
اروپای غربی	۳۰۷۷۱	۳۰۸۵۶	۲/۳%
آسیا - پاسیفیک	۳۰۴۶۳	۴۰۰۹۶	۱۸/۳+
آمریکای شمالی	۲۰۷۴۰	۲۰۷۳۷	-۰/۱
اروپای شرقی	۲۰۱۴۳	۲۰۲۸۳	۶/۵+
آمریکای لاتین	۱۰۶۴۶	۱۰۷۷۹	۸/۱+
خاور میانه و آفریقا	۱۰۰۲۷	۱۰۱۹۵	۱۶/۴%
اقیانوسیه	۲۳۶	۲۶۴	۱۱/۹%

آمار فروش جهانی محصولات قنادی، به تفکیک منطقه منبع: یوروماتیور اینترنشنال و اتحادیه سازندگان کارخانجات آلمان

بر حسب ۱۰۰۰ تن	۲۰۱۳	۲۰۱۷	درصد رشد از ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۷
جهان	۷۴۸۰۲۸۵	۸۲۸۰۹۰۱	۱۰/۸+
آسیا - اقیانوس آرام (آسیا - پاسیفیک)	۲۱۵۰۶۶۸	۲۶۳۰۱۴۶	۲۲+
اروپای غربی	۱۵۶۰۵۵۸	۱۶۰۰۱۵۴	۲/۳+
آمریکای شمالی	۱۱۱۰۳۳۶	۱۱۳۰۴۸۷	۱/۹+
آمریکای لاتین	۱۰۸۰۸۷۱	۱۱۸۰۱۹۰	۸/۶+
خاور میانه و آفریقا	۸۳۰۱۴۳	۹۶۰۷۴۴	۱۶/۴+
اروپای شرقی	۶۳۰۸۶۸	۶۷۰۹۲۹	۶/۴+
اقیانوسیه	۸۰۸۴۰	۹۰۲۵۲	۴/۷+

آمار فروش جهانی مواد غذایی بسته‌بندی شده، به تفکیک منطقه منبع: یوروماتیور اینترنشنال و اتحادیه سازندگان کارخانجات آلمان



تاثیر آن در سمینار قبلی اینترنتیک (سه سال پیش) داشت و گفت: امسال با وجود گذشت سه سال از اجرای تحریم‌های سختگیرانه اما چهره صنعتگران حاضر در این جلسه با آن روز تفاوت دارد و آرامش و عزمی مصمم در رفتار آنها دیده می‌شود. گویی به هر حال تا حدی از پس تحریم‌ها بر آمده‌اند.

مشاور ایرانی نمایشگاه اینترنتیک در ادامه همین موضوع را به صحنه نمایشگاه اینترنتیک کشاند و تاکید کرد: نمایشگاه اینترنتیک به لطف مدیریت گردانندگان آن منطقه‌ای آزاد است که تاثیر سیاست و مسائلی چون تحریم در آن دیده نمی‌شود و صنعتگران و کارشناسان ایرانی بدون نگرانی می‌توانند آخرین پیشرفت‌ها در رابطه با تخصص خود را شناخته و با پدیدآورندگان آنها از نزدیک گفت و گو کنند. این فرصت در شرایط فعلی باید غنیمت شمرده شود.

نورائی به روندهای صنعت بسته‌بندی در جهان که توسط مدیر نمایشگاه اینترنتیک شمرده شد اشاره کرد و گفت: من هم در پژوهش‌های خود به بیشتر این روندها رسیدم و آنها را دو روز قبل، در سمیناری در اتاق بازرگانی استان اصفهان ارائه دادم. اما این را از مهارت خود نمی‌دانم بلکه احتمال می‌دهم این روندها آن قدر مشهود و برجسته هستند که نمی‌توان آنها را ندید. وقتی پدیده‌ای به این حد ظهور پیدا می‌کند سرعت فراگیر می‌شود. در نتیجه کسانی که آن را نادیده گرفته باشند از بقیه عقب می‌مانند. جبران این عقب‌ماندگی در بازار امروز بسیار سخت است.

وی در پایان سخنان خود موضوع بالا را دلیلی دانست که ایجاب می‌کند کارشناسان و صنعتگران در نمایشگاه اینترنتیک حضور پیدا کرده و از نزدیک آینده بسته‌بندی را ببینند. نورائی تاکید کرد: شنیدن مانند دیدن نیست. باید خودتان از نزدیک ببینید. عده‌ای که به دنبال ضرب‌المثل "خورده‌ایم نون گندم، ولی دیدیم دست مردم" هستند باید بدانند آنها که این نان را خورده‌اند مزه آن را فراموش نکرده و دیگر به دیدن آن در دست مردم قناعت نمی‌کنند و به دنبال به دست آوردن آن هستند.

سمینار اینترنتیک ۲۰۱۴ با بیان نکته‌ای از سوی مهندس ساعت‌نیا مدیرمسئول ماهنامه صنایع پلاستیک به پایان رسید و مراسم شام فرصتی شد تا مهمانان، هم‌نشین دوستان و همکاران خود شوند. هم‌نشینی که فقط به لطف چنین نشست‌های تخصصی پیش می‌آید و بعضی حتی پس از چند سال یکدیگر را ملاقات کرده و قرارهای کاری جدید می‌گذارند.

چرا بسته‌ها ستاره‌ساز

برجسته استفاده کنید. یک نمونه خوب Ella's Kitchen در بخش غذای کودک است.

هنگامی که Ella's وارد بازار شد، موفق شد با استفاده خلاقانه از بسته‌های کیسه‌ای و رنگهای شاد یک کار متفاوت در گروه غذای کودک انجام دهد. به گفته Olivia Adamson، رئیس عملیات شرکت Ella's Kitchen از آن زمان بسته‌بندی نقش مهمی در موفقیت این برند بازی کرده است. Adamson می‌گوید، "هدف Ella's Kitchen این است که غذا برای کودکان سالم، آماده و سرگرم‌کننده باشد. راحتی استفاده از کیسه‌ها به همراه رنگهای شاد و روشن و ترکیبات خلاقانه، مثل سیب‌زمینی شیرین، کدو، سیب و بلوبری با یک برند بسیار شخصی که مردم با آن ارتباط برقرار می‌کنند تقویت شد.

این کاربرد رنگهای شاد رویکردی بود که مورد علاقه Jonty White، رئیس سابق Burts Chips، هم بود که بعدها شرکت پاپ‌کورن خودش را به نام Portlebay Popcorn تأسیس کرد. White می‌گوید که فرآیند طراحی بسته ۶ ماه طول کشید، اما او قصد کم‌کاری نداشت چون می‌دانست که برندها برای انتقال پیامشان به خریداران چقدر کمبود وقت دارند.

او می‌گوید، "من قویا معتقدم که رنگ بخش ذاتی بسته‌بندی و برند است. ما تا الان عکس‌العمل فوق‌العاده‌ای، از طرف خریداران و مصرف‌کنندگان، به بسته‌بندی‌مان و محصول محتوی آن دریافت کرده‌ایم."

تیم زن‌شوه‌ری Debbie و Andrew Keeble که قبلا به شکل موفقیت آمیزی از رنگ برای معرفی یک محصول متفاوت در گروه محصولات پروتئینی استفاده کرده بودند با یک طرح جالب برای بسته‌بندی برای سوسیس‌های Debbie & Andrews شرکت را فروختند تا یک شراکت جدید به نام Heck را شروع کنند. آنها می‌خواستند یک بسته جدید درست کنند که

نداشته باشد. و از طرف دیگر با روند بسته‌بندی دوستدار محیط زیست مواجه هستیم، که طبیعی، مهرآمیز و دلسوزانه است. "Chris Peach، رئیس تحقیقات Marketing Sciences هشدار می‌دهد که برندهایی که رویکرد دوم را انتخاب می‌کنند، باید خیلی به دقت گام بردارند.

Peach می‌گوید، "اگر روی بسته خیلی ساده باشد، این ریسک پیش می‌آید که مصرف‌کنندگان فکر کنند شما چیز زیادی برای گفتن نداشته‌اید. رنگهای ساده همچنین می‌تواند باعث شود مشتریان فکر کنند محصول طبیعی‌تر است و یا طعم ملایمی دارد. ایجاد یک توازن مناسب برای برندهای دسته دوم یک چالش واقعی بوده است." به گفته Ads Ellis، مدیر امور خلاقانه مشاورین برند The Cabinet، از طرف دیگر، اگر در استفاده از رنگها خیلی زیاده روی کنید که باعث ایجاد آشفتگی شود، سپس این خطر وجود دارد که برند شما به خوبی مشخص نباشد. Ellis می‌گوید، "رنگ می‌تواند اثر خود را از دست بدهد. هنگامی که در راهروی کورن‌فلکس هستید، همه بسته‌ها به نظر مثل هم می‌آیند." مسئول فنی PackHub، Barry Pamplin می‌گوید ایجاد این توازن کار دشواری است اما اگر به آنچه در طبیعت اتفاق می‌افتد توجه کنید، از پس آن بر می‌آید.

"در طبیعت هنگامی که موجودات می‌خواهند جنس مخالف را به خود جذب کنند از رنگهای قوی و متضاد استفاده می‌کنند. این رنگها طوری تکامل یافته‌اند که در محیط و بافت طبیعی متمایز جلوه کنند. اگر تمام اطراف شما سبز باشد، به رنگهای قوی و زنده برای متمایز بودن از محیط نیاز دارید. همین تکنیک را می‌توان در بسته‌بندی به کار بست. اگر می‌خواهید به چشم بیایید، به رقبایتان نگاه کنید. برای برجسته بودن باید به رنگهایی که آنها انتخاب کرده‌اند دقت کنید. اگر آنها از سبز استفاده کرده‌اند، شما از رنگهای

برای این که بسته‌ها بتوانند به خوبی نقش خود را در فروشگاه ایفا کنند، طراحان و صاحبان نشان‌های تجاری با چالش‌های فراوانی روبرو هستند. Simon Creasy به چگونگی انجام این کار پرداخته است.

قبلا بسته‌بندی به سه امر محدود می‌شد: محافظت، نگهداری و ارائه. اما امروزه مسئله خیلی پیچیده‌تر از اینهاست. علاوه بر فراهم کردن موارد ذکر شده، بسته‌بندی باید بتواند حرفی درباره برند بزند. در واقع، صاحبان برند و طراحان بسته‌بندی باید مثل یک متصدی رفتار کنند. آنها مجبورند عناصر متفاوت بسیاری (تصویر، صدا، حس و گاهی حتی رایحه) را در کنار هم قرار دهند تا مطمئن شوند که شخصیت برند در یک طراحی بسته‌بندی چندوجهی منعکس می‌شود.

علاوه بر تمامی این ویژگی‌ها، بسته باید روی قفسه فروشگاه هم جذابیت داشته باشد. این ویژگی حیاتی است چون طبق گزارشی به نام قدرت پنهان بسته‌بندی، که توسط British Brands Groups منتشر شده است، هنگامی که مصرف‌کنندگان در یک سوپرمارکت در بریتانیا خرید می‌کنند، در هر دقیقه ۹۰۰ مورد را ارزیابی می‌کنند. در نتیجه در هر بار پلک زدن یک تصمیم خرید می‌گیرند. بنابر این صاحبان برندهای تجاری و طراحان بسته‌بندی از چه حقه‌هایی می‌توانند استفاده کنند تا مطمئن شوند که محصولاتشان از باقی اجناس متمایز بوده و به چشم مصرف‌کنندگان می‌آیند؟

رنگارنگ یا ساده

هنگامی که نگاه دقیقتری به بازار FMCG می‌اندازیم، می‌بینیم که از نظر رنگ دو روند متفاوت در حال رخ‌دادن است.

Brigitte Armstrong، مدیر محصولات Payne، می‌گوید: "برخی شرکتها سنت‌شکنی کرده و به دنبال رنگهای روشنی می‌روند که ممکن است در آن گروه خاص از محصولات سابقه



وپر مارکت هستند؟

تائید کرده و می‌گوید "مشتریان علاقه زیادی به بسته‌های لمسی نشان داده‌اند، که ممکن است به خاطر حسی باشد که با لمس نقاط برجسته یا حک شده یا خود زیرپایه بوجود می‌آید."

Cathy Barnes استاد خلاقیت خرده‌فروشی در دانشگاه Leeds Metropolitan و رئیس مرکز Faraday در خرده‌فروشی ممتاز می‌گوید اگرچه محبوبیت بسته‌های لمسی در حال افزایش است، چالش اصلی حول بسته‌های لمسی این است که آیا هزینه‌های مالی این کار مقرون به صرفه است یا خیر.

Barnes می‌گوید، "من طبق مطالعاتی که داشتم می‌گویم که صد در صد ارزشش را دارد. یکی از دلایل اصلی این که آیفون اینقدر موفق بوده است این است که تجربه لمسی زیبایی دارد. تجربه لمسی با بسته‌هایی که ما بیشتر با آنها سر و کار داریم-محصولاتی که از کابینت زیاد بیرون می‌آیند، مانند سس گوجه-مزیت بزرگی است، اما فکر نمی‌کنم تحلیل مزیت هزینه‌ای روی آن انجام شده باشد."

یکی از حوزه‌هایی که مطالعاتی در مورد آن انجام شده و به نظر می‌رسد موفق باشد استفاده از صدا در بسته‌بندی است. David Hyams، مدیر موسسه تخصصی صوتی Talking Print، شاهد رشد چشمگیری در تعداد درخواستهای برندهای مختلف برای استفاده از صوت در ۱۲ ماه گذشته بوده است.

Wilson می‌گوید، "بسیاری از برندهای FMCG در حال کاهش کیفیت بسته‌بندی‌هایشان هستند تا از هزینه‌ها بکاهند. برچسبها بد چسبانده می‌شوند، نازک هستند و پرداخت نمی‌شوند. همه اینها به ضرر برند است."

با این حال همه به ظاهر و حس بسته‌هایشان بی‌توجه نشده‌اند. برخی در تزئینات و پرداختهای ویژه از هولوگرامها و برچسبهای رایحه‌دار (Stick & Sniff) گرفته تا تزئینات صوتی سرمایه‌گذاری می‌کنند تا مشتریانشان یک تجربه عالی با برند داشته باشند. به گفته Brigitte Armstrong از Payne، یکی از گروه‌هایی که اکنون خیلی در این حیظه فعال است سلامت و زیبایی است.

Armstrong می‌گوید "بروید و راهروی خمیرندان را نگاه کنید و شگفت‌زده خواهید شد که چند تا از بسته‌ها هولوگرام دارند. روی یک بسته خمیرندان Crest برچسب رایحه‌داری قرار گرفته که از طریق آن می‌توانید بوی نعنا را حس کنید. او به استفاده از برچسب رایحه دار روی بسته تیغهای Venus اشاره کرده و معتقد است "بو چیزی است که صاحبان برندها می‌توانند برای درگیری بیشتر افراد با بسته از آن استفاده کنند." نکته دیگری که برندها در حال حاضر از آن استفاده می‌کنند بسته‌های لمسی هستند. Simon Wildash، رئیس بازاریابی Payne این موضوع را

تحول جدیدی در گروه محصولات پروتئینی ایجاد کرده و برای مخاطبین جوانتر جذابیت داشته باشد.

به گفته Debbie Keeble، نتیجه، یک طرح برجسته برای بسته بود که "صدافت و انسجام" محصول داخل بسته را منعکس می‌کند. رنگهای شادی که برای هر کدام از ۸ بسته استفاده شد، طوری طراحی شده بودند که متمایز بوده و یک تضاد شدید با بسته‌های سیاه و تصاویری که رقیبا استفاده می‌کنند داشت. او توضیح می‌دهد که "رنگهای Farrow and Ball تاثیر خود را از روندهای امروزی به سمت مینی‌مالیزم و مکتب حیات دوباره در طراحی اولیه می‌گیرد-مانند رجوع به طرح‌های قابل اعتمادی که تجربیات معنادار مورد پسند مشتریان روشنفکر را منعکس می‌کنند."

جلوه‌های ویژه چاپ

Elliot Wilson، مدیر استراتژی The Cabi-net می‌گوید، زمانی که فکر می‌کنید برندها بیشترین سرمایه‌گذاری را در ظاهر و حس بسته‌بندی محصولات خود کرده و تمامی تزئینات و پرداختهای مختلف را به کار می‌گیرند تا تهدید روزافزون تقلید را کاهش دهند، به نظر می‌رسد عکس این روند در حال رخ دادن است.



این تلاش در واقع به سود شما نیست، بلکه برای منافع خود شرکت است، بنابراین خیلی هوشمندانه و تاکتیکی است. چنین کمپین شگفت‌انگیزی کمپین Fentimans است که می‌گوید: نوشابه‌ای بخر که اسم دوستت روی آن است یا به عبارت بهتر، نوشابه‌ای که اسم ما روی آن است."

جدا از این که شما در کجای مزایای استفاده از Coke از برجسبهای شخصی فراوان ایستاده‌اید، برای بسیاری از نشان‌های تجاری این نوع فعالیتها و رای بودجه تعیین شده آنهاست. با این حال، اگر شرکتها رویکرد تاکتیکی تری اتخاذ کنند، می‌توانند از



مانند "Amber" و "Zoe" گرفتند. به گفته سخنگوی کوکاکولا، هنگامی که شرکت کمپین مشابهی را در استرالیا راه انداخت فروش ۴ درصد رشد داشت و Coke در مورد چشم‌انداز کمپین بریتانیا هم همین عقیده را دارد.

به گفته سخنگوی شرکت "از زمانی که ما این کمپین را راه انداختیم دیدن واکنش مثبت مردم عالی بوده است. بسیاری از مردم سراسر کشور با ارسال عکسهای خوب خودشان و فعالیت آنلاین هیجان خود را نشان داده‌اند. این همان چیزی است که این کمپین به دنبالش است."

Stergios Bititsios، مدیر بسته‌بندی و طراحی MMR Research Worldwide یکی از سخنگوهای بسته‌بندی است که فکر می‌کند استفاده برندهای نوشیدنی از شخصی‌سازی یک ایده "هوشمندانه" بوده است.

"من معمولاً کوکاکولا نمی‌خرم اما این برجسب جدید باعث شد بروم و قفسه فروشگاه را نگاه کنم چون به نظرم جالب آمد. این برجسب جدید توانست یک مصرف‌کننده قدیمی یا در واقع کسی که قبلاً اصلاً کوکاکولا نمی‌خریده است را متقاعد کند که به قفسه فروشگاه مراجعه کرده و احتمالاً در نهایت محصول را بخرد."

اگرچه کمپین مورد توجه Bititsios قرار گرفت، Barbra Wright، مدیر هویت و بسته‌بندی برند در Dragon Rouge کمتر متقاعد شده و استدلال کرد که این بسته‌بندی اصلاً شخصی نیست.

Wright می‌گوید، "فکر می‌کنم برقراری ارتباط با شما به عنوان یک فرد تلاش بزرگی از طرف یک نشان تجاری است، اما

Hymes اخیراً کاری برای Dairylea تکمیل کرد و صدای گاو را روی بسته‌های پنیر شرکت اضافه کرد که هنگامی که در بسته باز می‌شود فعال می‌شود. Hyams می‌گوید، "این کمپین خیلی موفق بود. این که مردم هنوز راجع به آن حرف می‌زنند گواه این موفقیت است."

به گفته Joe Schurtz، معاون اجرایی PRS Research البته، بسیاری از پرداختهای چاپی ممتاز، که هزینه بالایی هم دارند، فراتر از بودجه مالی بسیاری از شرکتها FMCG است. و حتی اگر این وضعیت در آینده تغییر کند و آنها بتوانند از پس هزینه آن بر بیایند، شاید منطقی نباشد.

"جوهرهای رفلکسی، هولوگرام و برجسته سازی ابزارهای متمایزی هستند اما به شکل انتخابی تری استفاده می‌شوند که به آنها اجازه می‌دهد پیام مربوطه را به مناسبترین شکل انتقال دهند. این ابزار هرچه رایجتر شده و توسط برندهای بیشتری در گروه استفاده می‌شوند به ابزار قدرتمندتری برای افزایش اعتبار یا ایجاد تمایز تبدیل می‌شوند."

خلق تمامی این نقاط متمایز با اضافه کردن تزئینات چشمگیر به یک بسته مسلماً جذابیت‌هایی دارد، اما هر برندی که بخواهد این شیوه را اتخاذ کند به توصیه El-lis از The Cabinet باید مطمئن شود که زیاده‌روی نمی‌کند.

"نکته اصلی این است که اگر بسته قرار است چند ماه استفاده شود-مثلاً بسته لوازم آرایش یا الکل-پس انجام این کار منطقی است چون بسته جلوی چشم است، اما بسته چپبسی که یک برگ طلایی روی آن باشد، برای یک محصول FMCG به نظر اغراق آمیز و نامناسب می‌آید.

شخصی سازی

Stella، HP، Heinz لیست برندهای بزرگی که از شخصی سازی برای نزدیک شدن به مصرف کنندگانشان استفاده کرده‌اند همچنان بلندتر می‌شود، اما آیا این تکنیک ارزش هزینه و تلاش اضافی را دارد؟

جدیدترین نمونه ممتاز شخصی سازی (یا حداقل، مدل کوتاه مدت) کوکاکولا است که از طرف سخنگویان بسته‌بندی مورد نقدهای متفاوتی قرار گرفته ست. اوائل امسال این غول نوشیدنی های غیرالکلی کمپین "کوکاکولای شریکی" خود را رونمایی کرد که منجر به چاپ ۲۵۰ تا از محبوبترین نامهای بریتانیا روی میلیونها بطری کوکاکولا شد و جای لوگوی کوکاکولا را اسامی شخصی



تکنولوژی شخصی سازی پرینت سود ببرند. مثلاً، Absolute Vodka، سال پیش کمپینی به راه انداخت که چهار میلیون بطری را با اسپری رنگ کرد و هر کدام از بطری‌ها یک طرح خاص داشتند و Heinz ترتیبی داد که خریداران قوطی‌های سفارشی این شرکت با نوشته "امیدوارم زود بهبود پیدا کنی" را از طریق یک صفحه فیس بوک خریداری کرده و ۱/۹۹ یورو برای این خدمات دریافت کرد. Wildash از Payne می‌گوید: "ما نمونه‌هایی مثل Wrigley's را هم دیده‌ایم که به مصرف‌کنندگان اجازه می‌داد بسته‌های آدامس را با تصاویر و پیام‌های شخصی سفارش دهند."

Wrigley's برای استفاده از تصاویر و پیام‌های شخصی روی بسته‌ها تنها ۵ دلار از مصرف‌کنندگان می‌گرفت و در آمریکا Heinz یک وبسایت به نام myHeinz طراحی کرده است که به کاربران اجازه می‌دهد بسته‌های شخصی خود را برای سس گوجه‌فرنگی و خردل طراحی کنند. این سوال پیش می‌آید که صاحبان نشان‌های تجاری به سفارشی سازی به عنوان یک طرفند هوشمندانه برای فروش بیشتر نگاه می‌کنند یا یک منبع بالقوه برای درآمد بیشتر.

نقش کدهای QR

هنگامی که Toni & Guy تصمیم گرفت مجموعه محصولات مراقبت از مو و آرایش خود را دوباره راه بیندازد، می‌خواست از یک بسته‌بندی متفاوت استفاده کند. یکی از گلایه‌های معمول شرکت‌های محصولات مراقبت از مو این است که مشتریان نمی‌توانند ظاهر خود را با آن چیزی که بسته ادعا می‌کند تطبیق دهند. نمی‌توان دستورالعمل پیچیده‌ی قدم

به قدم روی بسته گنجانند و یک جزوه رنگی برای راهنمایی کاربران هم پرهزینه خواهد بود، بنابراین شرکت طراحی JDO به فکر قرارداد یک کد QR روی محصول افتاد که مشتریان را به وبسایت راهنمایی کرده و در آنجا چند سری ویدئوی آموزشی به افراد کمک می‌کردند به ظاهر مورد نظرشان دست پیدا کنند.

در دو یا چند سالی که از ورود این بسته‌ها گذشته-چون خیلی مورد استقبال مصرف‌کنندگان قرار گرفتند- استفاده از کدهای QR توسط نشان‌های تجاری مختلف خیلی گسترده شده است. علی‌رغم عمر کوتاه این تکنولوژی، طبق گزارشی در سال ۲۰۱۲ توسط Pitney Bows به طور میانگین در آمریکا، بریتانیا، فرانسه و آلمان، ۱۵ درصد مردم از یک کد QR استفاده کرده‌اند، که این میزان در بریتانیا ۱۵ درصد بوده که تنها کشوری است که قبل از آمریکا با ۱۹ درصد استفاده قرار دارد.

در آمریکا، ۱۸ درصد مصرف‌کنندگان بین سنین ۱۸-۲۴ سال از کدهای QR روی بسته‌بندی‌ها استفاده کرده‌اند (۱۷ درصد مشتریان سنین بین ۲۵-۳۴ سال از کدهای QR روی بسته استفاده کرده‌اند)، که انتظار می‌رود این ارقام در سال‌های آتی با گسترش استفاده و آگاهی از کدهای QR به رشد خود ادامه دهند.

اگرچه اکثریت بزرگترین گروه‌های FMCG تاکنون از این کدها روی بسته‌بندی یا مواد بازاریابی استفاده کرده‌اند، Schurtz از شرکت PRS فکر می‌کند که این کدها پتانسیل بلندمدت قابل توجهی دارند. Shurtz می‌گوید، "من فکر نمی‌کنم این تکنولوژی هنوز به قله خود رسیده باشد، و هنوز باید تجربه بیشتری با آن کسب کرد."

با این حال، آن چه من می‌دانم این است که استفاده از تلفن‌های هوشمند این روند را تقویت می‌کند. این ابزاری که مردم در طی ۲۴ ساعت همراه خود دارند وسیله‌ای است که فرصت‌های بیشتری برای صاحبان نشان‌های تجاری ایجاد می‌کند، بنابراین چالش پیش رو این خواهد بود که چطور من به عنوان بازاریاب از این ابزار پیغام‌رسانی استفاده کنم و چطور با وسیله‌ای که هر روز اخبار بیشتری حول آن می‌شنویم، پیام را با شفافیت انتقال دهم."

به گفته Barbara Wright از شرکت Dragon Rouge فرصت‌های استفاده از واقعیت افزوده (AR) به طور بالقوه جذابتر هستند، اما این تکنولوژی به لحاظ تکاملی از کدهای QR هم عقبتر است.

Wright می‌گوید، "من فکر می‌کنم شیوه استفاده نشان‌های تجاری از این تکنولوژی خیلی جالب است چون از کدهای QR موثرتر هستند. این تکنولوژی سرگرم‌کننده، جالب و جادویی است و چون جادویی است شما را جذب می‌کند و باعث می‌شود که شرکت احساس کند نسبت به دیگر نشان‌های تجاری برتری داشته و بیشتر از کدهای QR تصور یا واقعیت برتری را ایجاد می‌کند."

به عقیده‌ی Bititsios از شرکت MMR فضای دیگری که در آن کدهای QR و AR نقش بسیار مهمی در آینده بازی خواهند کرد خرید آنلاین است.

"بسته‌بندی فیزیکی نمی‌تواند ویژگی‌های درست را نشان دهد چون شما از طریق یک صفحه به آن نگاه می‌کنید، بنابراین این تکنولوژی‌هایی مثل QR و AR به مصرف‌کنندگان کمک می‌کنند هنگامی که آنلاین خرید می‌کنند، تصمیمات بهتری بگیرند."



دستگاه بسته بندی کارتونینگ



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



Osterbergs

تلفن: ۰۹۱۲ ۳۲۱ ۹۶ ۳۷ تماس

شرکت تینا فلز آسیا

TINA
Tina Felez Asia

- تولید کننده: سوزن منگنه و میخ شانه ای
- جهت مصرف: صنایع بسته بندی، دوخت کارتن، تحریر، تشک، نجاری، رویه کوبی و...
- وارد کننده: منگنه کوب، میخکوب بادی و دستی، انواع پیچ و ابزار آلات بسته بندی








www.tinafelez.com info@tinafelez.com

آدرس: تهران، خیابان مطهری، ابتدای خیابان میر عماد، کوچه دوم، پلاک ۲۰، طبقه دوم، واحد ۴
تلفن: ۸۸۵۲۷۱۱-۸۸۵۲۷۹۹ فکس: ۸۸۷۳۵۸۵۲

شرکت فراکوه

FARAKOH

www.Farakoh.ir

زمینه فعالیت: شفت انکودر و تجهیزات تابلویی و کنترلی، تولید و تامین خازن و بانکهای خازنی MV و LV، تامین کلید فیوز LV، فیوز MV، فیلترهای اکتیو، کلیدهای فشار ضعیف و فشار متوسط و متعلقات و تحلیگر شبکه و مدیریت مصرف انرژی، تحت لیسانس و نمایندگی شرکتیهای: Frako, Efen, Wachendorff(Germany), AblereX (Taiwan), Vitzrotech(Korea), Lovato, Ducati(Italy)

تلفن: ۰۲۰-۸۸۶۱۸۳۱۶ فکس: ۸۸۶۱۸۳۲۸

سیحون

تلفن: فاکس:

فروشگاه برادران کاشانی

تولید و پخش انواع دستگاههای کارتین، کاور اداری، کیبدهای طلایی و کیبسه برنج



تهران، ۱۵ خرداد، بازار آهنگران، کوچه بهبهانی، پاساژ صفا، طبقه همکف، پلاک ۵
تلفن: ۵۵۶۲۶۱۸۲ تلفکس: ۵۵۸۱۶۴۸۷ همراه: ۰۹۱۲-۱۱۹۲۵۳۲ (کاشانی)

اجرای خدمات برش رول به رول انواع:

نایلون (ساده و حبابدار)، سلفون، ترسافون، PET
صدفی، متالاینز، گونی، کاغذ و فویل و ...

◀ با دستگاه مدرن ▶

تلفن: ۰۷۷۳۱۳۰۰۲ - ۷۷۳۱۳۰۸۸ همراه: ۰۹۱۲۱۹۶۶۳۸۶ (ایلخانی)
ilkhani.plastco@gmail.com



تریلوک ماهبان رفق



لیمیل چسبان صنعتی

ماشین های بسته بندی، جاکرهای صنعتی، ابزار دقیق صنعتی، مواد ولارز، جاکرهای صنعتی

www.widder.ir

گروه صنعتی ویدر
آدرس: تهران، جاده ساوه، سه راه آدران، جاده شهریار، مجتمع صنعتی آدران، خیابان شاهین، پلاک ۵
تلفن: ۰۲۱-۵۶۵۸۵۰۱۷ فاکس: ۰۲۱-۵۶۵۸۵۸۱۰۳ ایمیل: info@widder.ir

شرکت صنایع بسته بندی



شادمهر



تمایزترین سازنده و صادر کننده

انواع ماشین آلات مدرن بسته بندی با کامل ترین خطوط تولید
۲۴ ماه گارانتی ۱۰ سال خدمات پس از فروش



SM-909

دستگاه بسته بندی چهار توزین

جهت بسته بندی انواع مواد گرانولی مانند: حبوبات، خشکبار و...



SM-904

دستگاه بسته بندی پودری

جهت بسته بندی مواد پودری مانند انواع آرد و...



SM-FGS

دستگاه نی بگ هرمی با انولوپ

جهت بسته بندی چای نی بگ به صورت هرمی



SM-917

دستگاه کبسه پرکن پدالی دو توزین

جهت کبسه کردن انواع مواد گرانولی مانند: حبوبات، لپات، خشکبار، مواد پزوشیمی و...



SM-100G

دستگاه بسته بندی سانه چهار طرف دوخت گرانولی با کلاه حصی



SM-6030AH+SM-6040

دستگاه دوخت و نول شبرینگ



SM-2600

دستگاه بسته بندی عمودی دوگلو (با مالتی هد ۱۶ توزین)
بسته بندی انواع مواد گرانولی با سرعت بالا



SM-911

دستگاه بسته بندی لوله ای پرکن پودری (ریلی)
مناسب برای انواع لوله های پلاستیکی، مغزایی، شیشه ای و فلزی

آدرس: تهران کیلومتر ۲۷ جاده ساوه، شهرستان یهراستان، بعد از سه راه آدران،
خیابان شهید پروفوسور علی شهبازی (رینگ کار سابق)، نش چهارم غربی
تلفن: ۰۲۱-۵۶۴۵۰۲۰۰-۴ دورنگار: ۰۲۱-۵۶۸۶۵۲۰۴



**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،
نش خیابان مقدم، پلاک ۸۰
تلفن: ۷۷۶۳۸۷۷۲-۴

کارتن لاصن

دارای ۲ واحد مجزا تولید کارتن و جعبه

تولید جعبه های هتالایز:

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

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

آدرس: جاده قدیم قم، پانین تر از کهریزک
جاده واوان، شمالغربی میدان قیصرآباد
تلفن: ۰۲۱-۵۶۵۴۴۶۶۵-۶
فاکس: ۰۲۱-۵۶۵۴۴۶۶۷



- ◀ 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



صنعت کاران متحد



پیشگام در تولید ماشین آلات :

- ⚙️ سورت و بسته بندی انواع خرما
- ⚙️ سورت و بسته بندی حبوبات ، برنج و ...
- ⚙️ خط تولید،تفت و شور کن خشکبار و آجیل
- ⚙️ خط تولید و بسته بندی چیپس و خلال سیب زمینی
- ⚙️ خط تولید و بسته بندی انواع میوه و سبزی خشک
- ⚙️ دستگاه های قند خرد کن با ظرفیت های مختلف
- ⚙️ خط تولید قندکله ،شمشی،حبه(پخت و پرس
- ⚙️ شستشو و بسته بندی انواع مرکبات
- ⚙️ فرآوری و بسته بندی چای



کارخانه و نمایشگاه : کرج ، کمالشهر ، خیابان کفر ۱۲ ، کوچه صنعت ، پلاک ۲
تلفن: ۶-۴۷۱۴۹۶۴-۰۲۶۳ فکس: ۰۲۶۳-۴۷۱۴۹۶۹ همراه: ۰۹۱۲۵۶۶۲۹۲
سایت اینترنتی: WWW.SanatKaranCO.Com



تولیدکننده فیلمهای پلاستیک برای مصارف دستی و ماشینی
در عرض ها و ضخامت های متنوع

استرچ و شرینگ

- صرفه جویی در زمان و هزینه های بسته بندی
- محافظت از کالا در انبار و جابجایی
- غیر قابل نفوذ در برابر گرد و غبار و رطوبت
- سهولت در بسته بندی و بازگشایی



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



www.ESIranian.com

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
 اسدگی
 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

بسیار یکتای ایرانیان

تولید انواع فیلم پلی اتیلن سه و پنج لایه، استرچ صنعتی، شریک تک لایه و سه لایه، ساک دستی تبلیغاتی پلی اتیلن تا چاپ ۸ رنگ
 ۰۹۱۲۷۹۹۰۴۴۱ و ۲۲۷۵۴۷۳۵

اطلاع رسانی سریع
 و موثر
SMS
 سرویس SMS
 صنایع بسته‌بندی کشور
 ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

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

WWW.SAMAN PLASTIC.COM
 کرج، کمالشهر، ترسیده به پلیس راه، جنب شرکت رنوس، خیابان صفا، پلاک ۲
 تلفن: ۰۲۶۱-۴۷۰۰۰۴۸ فکس: ۴۷۰۰۰۴۹-۵۰ همراه: ۰۹۱۲۱۶۱۳۹۶۱ و ۰۹۱۲۱۶۸۴۰۱۴

خریدار و فروشنده انواع دستگاه‌های دربندی قوطی
 ۰۹۳۵ ۷۸۳ ۴۱ ۳۱

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

هنوز هم با هزار تومان کارهای خیلی مهمی میشه کرد
 شما می‌توانید با پرداخت تنها هزار تومان در ماه به خانواده بزرگ محک بپیوندید.
با ما تماس بگیرید: ۰۲۱ - ۲۳۵۴۰
 با شماره گیری کد ۷۳۳۰۷۰ و یا ۰۷۶۰ از طریق تلفن همراه، ما را یاری دهید.

محک
 مؤسسه خیریه حمایت از کودکان معلول به سران
 mahak-charity.org

بدون برچسب ایمنی، هرگز!

کارخانه تولید بسته‌بندی و چاپ گشتا صنعت اصفهان
 چاپ و برچسب‌های صنعتی و پزشکی
 چاپ و برچسب‌های صنعتی و پزشکی



بر اساس استاندارد ابعادی سازمان جهانی استاندارد ISO
 تولید و پخش از دیدگستر
 تلفن: ۷۷۶۰۷۹۶۳ - ۷۷۵۱۳۳۴۱

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 - ۲۸ طبقه همکف
 تلفن: ۶۶۹۵۴۴۶ - ۶۶۹۷۸۲۶ (۰۳۱۱) ۶۶۹۵۴۴۳ (همراه: ۰۳۱۱) ۶۶۹۵۵۰۵ - ۹۱۳۱۱۹۷۰۵ (جوانسرد)
 WWW.GASHTACO.COM WWW.GASHTACO.BLOGFA.COM

صاحب اشتراک (حقوقی یا حقیقی):

نام دریافت‌کننده:

زمینه فعالیت:

نشانی دقیق: منزل محل کار

صندوق پستی:

کد پستی:

تلفن: فکس:

موبایل (برای ارسال پیام‌های مهم):

پست الکترونیکی:



بسته‌بندی
 SMS

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 ۶۰۳۷/۶۹۱۷/۸۳۰۶/۴۰۳۳ به نام رضا نورائی
 * حساب بانک ملت به شماره کارت ۶۱۰۴/۳۳۷۲/۵۰۰۸/۱۴۶۸ 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 بسته‌بندی ارسال فرمایید.

اشتراک + CD = تخفیف ۵۰٪ در قیمت CD

www.iranpack.ir/books
 CDهای تخصصی ماهنامه صنعت بسته‌بندی برای اطلاعات بیشتر به نشانی بالا بروید یا با امور مشترکان مجله تماس بگیرید

شماره مورد نظر برای شروع اشتراک:

ماهنامه صنعت بسته‌بندی
 SANAT BASTEBANDI
 PACKAGING MAGAZINE

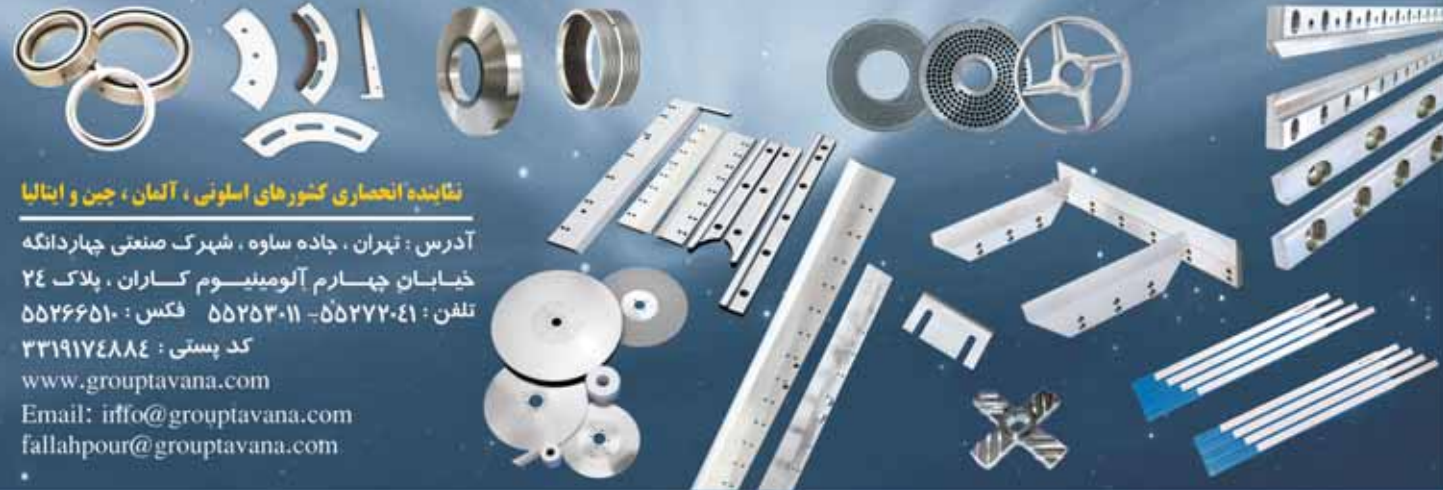
تلفن: ۷۷۶۰۷۹۶۳ - ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹
 فکس: ۷۷۵۱۲۸۹۹
 تهران صندوق پستی: ۱۳۱۴۵-۱۴۸۷
 sub@iranpack.ir

پست عادی:
 بارکد و کد رهگیری ندارد.
 در محل پلاک انداخته می‌شود.
 زمان رسیدن به مقصد بین ۱۰ تا ۱۵ روز می‌باشد.
 هزینه ارسال مجله شامل بسته‌بندی، حمل و پست عادی (با تعرفه پست ج.ا. در سال ۱۳۹۲) به طور متوسط معادل ۴۰۵ تومان می‌باشد.

پست سفارشی:
 بارکد و کد رهگیری دارد.
 به خود گیرنده تحویل داده می‌شود.
 زمان رسیدن به مقصد بین ۵ تا ۱۰ روز می‌باشد.
 هزینه ارسال مجله شامل بسته‌بندی، حمل و پست سفارشی (با تعرفه پست ج.ا. در سال ۱۳۹۲) به طور متوسط معادل ۱۵۴۰ تومان می‌باشد.

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

لطفاً روی اشتراک مورد نظر ضررید بزنید	یک سری		۲ سری (۷٪ تخفیف)		۳ سری (۱۵٪ تخفیف)	
	عادی	سفارشی	عادی	سفارشی	عادی	سفارشی
شماره ۱۲	۵۲،۸۰۰	۶۶،۵۰۰	۹۸،۲۰۰	۱۲۳،۷۰۰	۱۳۴،۶۰۰	۱۶۹،۶۰۰
شماره ۲۴ (۵٪ تخفیف)	۱۰۰،۳۰۰	۱۲۶،۳۰۰	۱۸۶،۶۰۰	۲۳۵،۰۰۰	۲۵۵،۸۰۰	۳۲۲،۰۰۰
دانشجویی ۱	۳۹،۶۰۰	۴۹،۹۰۰	برای دانشجویان رشته‌های بسته‌بندی، چاپ، گرافیک			
دانشجویی ۲	۴۴،۹۰۰	۵۶،۵۰۰	برای دانشجویان رشته‌های دیگر			



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





برگزیده چهار دوره جشنواره چاپ کشور

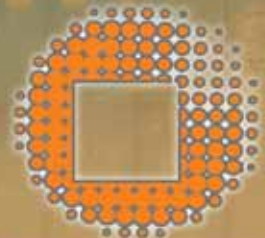
افتخارات ملی :

- سال ۸۴ چاپ برتر کشور
- سال ۸۸ تنها کارآفرین نمونه در صنعت چاپ کشور
- سال ۸۹ چاپ برتر در کشور
- سال ۹۰ کارآفرین برتر کشور
- سال ۹۰ واحد فعال برگزیده کشور معرفی در سال جهاد اقتصادی با حضور رهبر معظم
- سال ۹۱ چاپ برتر در کشور
- سال ۹۲ واحد برتر چاپ کشور

افتخارات بین المللی :

- سال ۸۷ سایت نمونه پیش از چاپ از اروپا
 - سال ۸۹ جایزه جهانی عقاب طلایی ۲۰۱۰ از اروپا به جهت اعتبار و کیفیت
 - سال ۹۰ جایزه جهانی عقاب نقره ای ۲۰۱۱ از اروپا به جهت اعتبار و کیفیت
 - سال ۹۱ جایزه جهانی از مؤسسه SIQS سوییس (تولید و مدیریت در حد استاندارد اروپا)
 - سال ۹۱ جایزه جهانی از کمیته بین المللی داوران سقراط اروپا (کیفیت محصول در حد استاندارد اروپا)
 - سال ۹۱ دریافت جایزه جهانی کیفیت و مدیریت از مجمع تجاری اروپا
 - دریافت گواهینامه های HSE , ISO ۱۰۰۰۲ , ISO ۱۰۰۰۴ , OHSAS ۱۸۰۰۱ , ISO ۱۴۰۰۱ , ISO ۹۰۰۱ از QS سوییس
- (موارد بالا غیر از افتخارات اکتسابی استانی می باشد)





شرکت مجتمع صنایع بسته بندی و چاپ

ایحا گستر شمال

Packaging & Printing Industries Complex

IHA GOSTAR SHOMAL

- پیش از چاپ
- چاپ
- پس از چاپ
- تولید



رشت
مستودق پستی : ۳۴۱۴-۴۱۶۳۵
تلفن : ۳-۱۳۲۵۸۷۳۱۸۱-۱۳۲۵۸۷۳۱۸۱ فکس : ۱۳۲۵۸۷۲۶۷۶
www.ihagostar.com info@ihagostar.com



دستگاه‌های ما قوطی‌های سازنده...



شرکت ماشین سازان
واناپرس

شرکت ماشین سازان وانا پرس، مفتخر است که خطوط قوطی‌های گرد و چهار گوش ساخت این شرکت، در اکثر کارخانجات فعال کشور در حال تولید شبانه روزی می‌باشند.

تهران، جاده آبعلی، بلوار اصلی خرم‌دشت، خیابان اول شرقی، شماره ۷۹

تلفن: ۷۶ ۲۱ ۲۶۱۱ - ۷۶ ۲۱ ۲۳۷۳ - ۷۶ ۲۱ ۳۰۶۰

فاکس: ۷۶ ۲۱ ۴۰۳۰ مدیریت: واروژ پیرعلی ۰۹۱۲۱۲۴۳۲۶۱

www.vanapress.com