

نخستین رساله  
تخصصی بسته‌بندی  
در ایران

ماهنامه  
صنعت

۱۵۰

ISSN1735-4749

www.iranpack.ir

سال هفدهم / بهمن ۱۳۹۲ / ۴۰۰۰ تومان

SANAT BASTEBANDI  
PACKAGING MAGAZINE



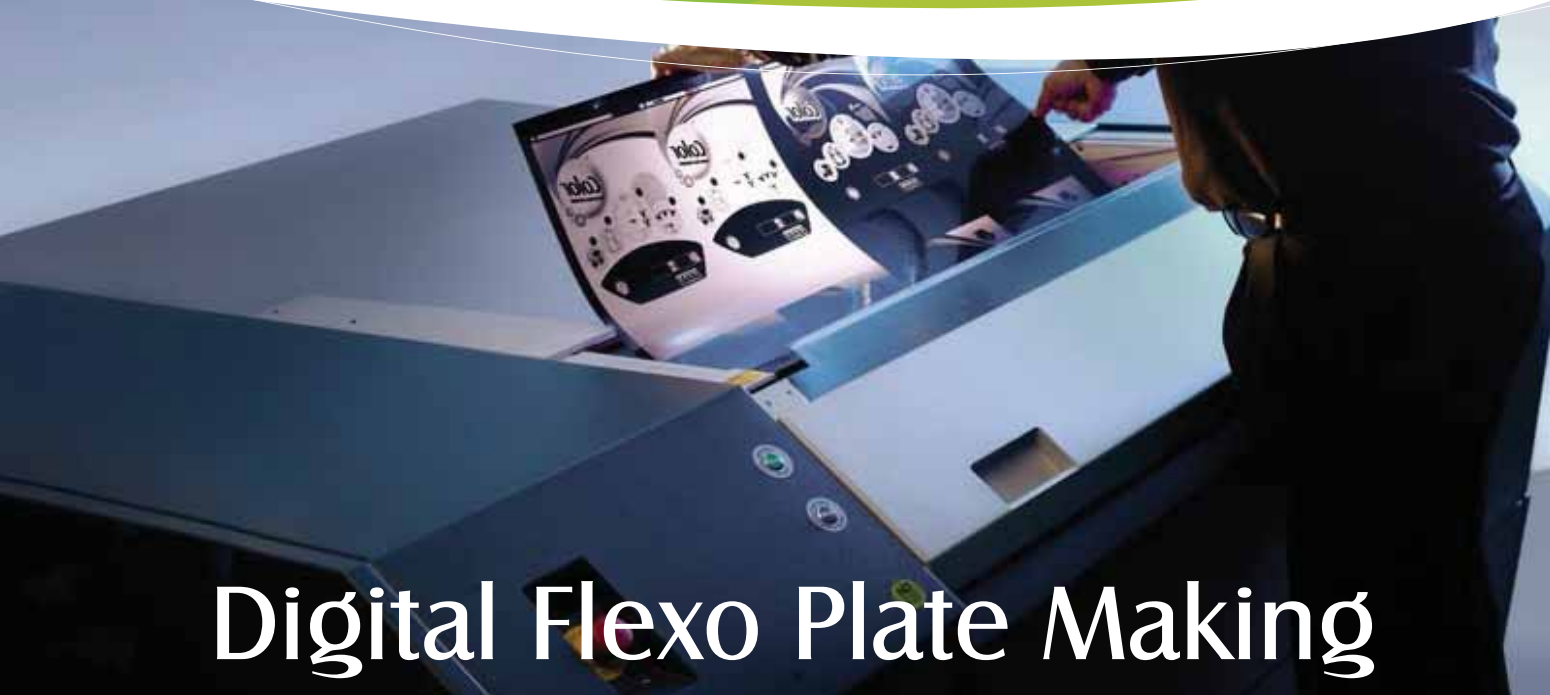
شرکت ماشین سازان  
واناپرس



رنگه‌ها هم ما قوطی می‌سازند...

# بیناگران

تصویر سبز



## Digital Flexo Plate Making

### ساخت پلیتهای دیجیتال فلکسو

مجهز به آخرین دستاورد کمپانی ESKO\*

دستگاههای نور و شستشو از معتبرترین کمپانی ایتالیا

آتلیه طراحی مجهز به مجموعه کامل نرم افزار آرت پرو 



آدرس: کیلومتر ۲۴ جاده مخصوص، بعد از کارخانه اتمسفر کوچه سروستان کوچه چهارم غربی پلاک ۱۱۵

تلفن: ۰۲۶۳۶۱۰۸۳۰۶ - ۰۲۶۳۶۱۰۸۳۱۵ - ۰۲۶۳۶۱۰۸۳۱۹

[customer@bits.co.ir](mailto:customer@bits.co.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](http://www.payapacksanat.com) [info@payapacksanat.com](mailto:info@payapacksanat.com)





دستگاه‌های چاپ ۸ و ۷ رنگ روتوگراور  
با پیشرفته‌ترین تکنولوژی



# آذین چاپ البرز

دارنده سیمرغ‌های زرین از جشنواره‌های صنعت چاپ ایران



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



- ✓ اولین و مدرن‌ترین 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٪

- ✓ تولید لفاف‌های بسته‌بندی 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)



آذین چاپ، زینت بخش صنعت چاپ

# JETPRINTER ANSER™ U2



شرکت بابک ماشین

Babak Machine CO.LTD

تلفن: ۰۲۱-۴۳۷۰۵۰۵۵-۰۲۷۴-۵۵۸۰۰۵۵۸

همراه: ۰۲۱-۸۸۰۸۸۰۸

خیابان ها خرداد - بازار پله نوروزخان - جنب مدرسه ایچی کبیر - پلاک ۳۷



# JETPRINTER ANSER™ U2



شرکت بابک ماشین

Babak Machine CO.LTD

Email: babackpack1355@gmail.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

بهمن ۱۳۹۲ - شماره ۱۵۰

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: سیفی ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

sub@iranpack.ir

• مرکز فروش تهران:

خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۱۲ فروردین، پاساژ کتاب

فروردین، انتشارات بازاریابی، تلفن: ۶۶۴۰۸۲۵۱

• نمایندگی اصفهان:

امیرهوشنگ زاری ۰۹۱۳۳۱۴۷۵۲۵

• صفحه آرای: زصادقی

• امور آگهی‌ها: سیفی ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

ad@iranpack.ir

• کامپیوتر به پلایت: ایده‌پردازان نسیم

• چاپ و صحافی: شادرنگ

مطالب منتشر شده بیانگر نظرات نویسندگان آنها است

و الزاما نشانگر دیدگاه این ماهنامه نیست

نقل مطالب این ماهنامه با ذکر ماخذ آزاد است

# فهرست مطالب

۱۰ سخن سردبیر \* \* \* خانه دوست کجاست؟؟ \*

## ۱۲ اخبار

۱۲ اخبار طراحی

۱۴ اخبار مواد و محصولات

۱۶ گرایش‌ها و تصمیمات

## ۱۷ اطلاعیه‌ها

۱۷ تور نمایشگاه اینترپک آلمان

## ۲۰ گزارش

۲۰ وقتی کار به حل اختلاف می‌رسد

(گفت و گو با علی نیکوسخن رییس اتحادیه چاپخانه‌داران تهران)

۲۲ انجمن تولیدکنندگان قوطی فلزی صنایع غذایی تاسیس شد

۲۴ استمداد از وزارت ارشاد (مهدی رضاییان مدیر چاپ اندیشه آمل در

گفت و گو با ماهنامه صنعت بسته‌بندی)

۲۶ سمینار تخصصی و کارگاه آموزشی مرکب‌های فلکسو و گراور

۲۹ مصاحبه با دکتر شیرماخر مدیر مرکب‌های فلکسو و گراور JS آلمان

۳۲ برگزیدگان سازمان جهانی بسته‌بندی در سال ۲۰۱۳

## ۳۰ تالیف‌ها و ترجمه‌ها

۳۰ تشخیص تفاوت‌ها

۳۴ زمان رنگ‌آمیزی

۳۶ کروماتوگرافت خاصیت بازدارندگی به کاغذ می‌دهد

## ۴۰ بازار بسته‌بندی



## توسعه صنعت بسته‌بندی کشور با کتاب‌های تخصصی بسته‌بندی وسی‌دی‌های مجلات معتبر بسته‌بندی در جهان

با اشتراک مجله صنعت بسته‌بندی ارتباط خود را با قوی‌ترین مرکز اطلاعات و ارتباطات

بسته‌بندی در کشور محکم‌تر کرده و از مزایای آن بهره‌بردار شوید

روی جلد این شماره:



شرکت ماشین سازان  
واناپرس

سازنده انواع دستگاه‌های  
ساخت قوطی فلزی

تلفن: ۲۶۱۱ ۷۶۲۱

مدیریت: ۲۳۷۳ ۷۶۲۱

واروژ پیرعلی ۳۰۶ ۷۶۲۱

فکس: ۴۰۳۰ ۷۶۲۱ ۰۹۱۳۱۲۴۳۲۶۱

www.vanapress.com



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.150, Jan. 2014

Editor in cheif: Reza Nouraei

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

Tel: +9821 77607963 - 77513341

Fax: +9821 77512899



رضا نورائی  
سر دبیر

# خانه دوست کجاست؟؟!!

چند ماهی است از لبخندهای دیپلماتیکی که همه رسانه‌های داخلی ما را پر کرده بود می‌گذرد. چندی است که آن موج بزرگ خوشبینی که پس از اولین نشست ایران با ۱+۵، سراسر کشور را فرا گرفته بود جای خود را به عقل‌گرایی داده است. در همان زمان هم افراد نکته‌بینی بودند که فارغ از احساسات، اعتقاد داشتند که مشکلات پیش‌آمده به این آسانی قابل حل نیستند. امروز بسیاری بر این باور هستند که آن لبخندهای دیپلماتیک که دائم بر لبان اعضای دستگاه دیپلماسی خارجی ما روان می‌شد بیشتر مصرف داخلی داشته و هنوز جایی برای لبخند زدن و خود را پیروز نشان دادن نیست. گاهی که انسان به دلیل یک بیماری درد می‌کشد خیال می‌کند اگر از آن بیماری خلاصی یابد همه درد و رنج‌هایش به پایان می‌رسد و این یک احساس خوش‌بینی و امید غیر منطقی در انسان ایجاد می‌کند.

نمی‌دانم چرا بسیاری از ما فکر می‌کردیم که کلید همه چیز در مذاکرات هسته‌ای است و این که با اندکی نرمش می‌توانیم بسیاری از مشکلات کشور را حل کنیم. در هیچ کدام از فیلم‌های پلیسی که در غرب و حتی ایران ساخته شده نشان نداده‌اند که وقتی کسی در محاصره قرار گرفته اگر اندکی نرمش نشان دهد محاصره‌کنندگان بلافاصله با او از در نرمش و احترام در خواهند آمد! بلکه بهترین فرصت برای حمله و یکسره کردن کار همان زمانی است که فرد یا گروه محاصره شده به دلیل فشارهای ناشی از محاصره نرمش نشان داده و صحبت از مذاکره و از این دست کارها می‌کند.

پس بپذیریم که الان درست همان زمانی است که با نشان دادن نرمش از یک سو آماج عقده‌های خالی نشده تحریم‌کنندگان قرار خواهیم گرفت و از سوی دیگر با جاخالی دادن به ظاهر هم‌پیمانان خود روبرو خواهیم شد. در این میان این پرسش نیز مطرح است که اصولاً چرا با رفتار تهدیدآمیز و دور از تدبیر، خود را در چنین موقعیتی قرار دادیم.

اما آن سوی دیگر ماجرا مربوط به شریکان قافله است. نکته مهم و نگران‌کننده‌ای وجود دارد که با حرکت ایران به سمت تنش‌زدایی، خودش را نشان داده است. در سال‌هایی که ایران هیچ نرمشی از خود نشان نمی‌داد خیلی‌ها در ظاهر خود را در جبهه ایران نشان دادند. روسیه و چین از جمله کشورهایی بودند که حداقل در رسانه‌های ملی و همسو با دولت قبلی طوری نشان داده می‌شدند که گویی در جبهه ایران بوده و علاقمند به هم‌پیمانی با ایران هستند. هیچ کدام از کشورهای صنعتی که ایران در اخبار و رسانه‌های خود اظهارات آنها را به عنوان همسو و موافق معرفی می‌کرد از تحریم‌ها سرپیچی نکردند و در عین عافیت‌طلبی در محاصره اقتصادی ایران و مشکلات پیش‌آمده برای مردم نقش داشتند و دارند. اما امروز ایران با حقیقتی تلخ‌تر از آن چه در دوران تحریم بر این کشور گذشت روبرو است. امروز ما شاهد هستیم که بسیاری از کشورهایی که پول‌های ما را در بانک‌های خود گرو گرفته‌اند میلی به آزاد کردن دارایی‌های ایران ندارند.

ایران در زمان تحریم‌ها با دو دسته از ویژه‌خواران روبرو بود و هست. اول ویژه‌خواران خارجی که همان کشورهای طرف معامله با ایران از جمله چین و روسیه و... هستند. دوم ویژه‌خواران داخلی که از روی دست ویژه‌خواران خارجی کپی کرده و به بهانه بلوکه شدن پول‌های ایران، انواع چپاول را در حق بخش خصوصی و دولتی روا داشتند.

امروز رفع تحریم‌ها از ایران، بسیاری را نگران کرده است. امروز آن به‌ظاهر دوستان سابق که در دوران تحریم حاضر به معامله با ایران بودند و تحریم‌ها را بهانه‌ای برای عدم بازپرداخت بدهی‌های خود عنوان می‌کردند نگران‌تر از همیشه و هر کشوری هستند. گویی همه آنها در کمال ریاکاری و دورویی در دل خود ایران را بازنده نهایی دیده و فکر برگرداندن بدهی‌های خود به ایران را از سر خود بیرون کرده بودند.

زمانی که ایشان با واقعیت نرمش‌های ایران روبرو شدند و دریافتند که ایران برای احقاق حقوق پامال شده خود حاضر به نرمش و تنش‌زدایی شده حساب و کتاب‌های خود با ایران را بسیار نگران‌کننده یافتند. واقعیت این است که آنها اکنون و در میانه مشکلات اقتصادی خود بیشتر در فکر راه‌کارهای پرداخت نکردن بدهی‌های خود به ایران هستند تا کمک به ایران در برون‌رفت از حلقه محاصره اقتصادی.

گویی پول‌های ایران جزء بودجه سایر کشورها شده و هیچ کدام از بدهکاران ایران میل ندارند یک‌شبه و با یک توافقنامه مجبور به پرداخت ده‌ها میلیارد دلار پول به ایران شوند. نه آنها که دشمن نظام جمهوری اسلامی هستند این کار را صلاح می‌دانند و نه آنانی که ظاهراً از در دوستی با ایران درآمدن علاقه‌ای به این کار نشان می‌دهند.

این جا همان نقطه فشار است. جایی که دوست و دشمن در یک جبهه قرار گرفته و هیچ کدام به نفع ایران عمل نخواهند کرد. چین و روسیه نیز در همین زمره هستند.

چطور می‌شود که پس از آغاز مذاکرات سیاسی بین ایران و غرب و احتمال آزادی دارایی‌های ایران شرکت لادای روسیه هم خود را قابل می‌بیند که با ایران وارد مذاکره فروش کارخانه به ایران شود. در واقع کسی قصد ندارد پولی به ایران بپردازد. همه در پی آن هستند که محصولات و خدمات خود را به ایران عرضه کنند. محصولات و خدماتی که با درصد بالایی ارزش افزوده و ره‌آورد اشتغال برای مردم آنان در قالب رد بدهی به ایران به ما فروخته خواهد شد. پول‌های حبس شده ایران در کشورها می‌تواند نقش موثری در حل موقت بعضی مشکلات اقتصادی بعضی از آنها داشته باشد.

شرایط فعلی و باور این موضوع از سوی کشورهای بدهکار به ایران که رفع تحریم‌ها آنها را وادار به بازگرداندن پول‌های انباشته شده ایران خواهد کرد آنها را به وضعیتی می‌کشاند که بر خلاف آن چه در ظاهر نشان می‌دادند ریاکارانه به سیاه‌نمایی در مورد ایران و تشویق غرب و در راس آن آمریکا به ادامه تحریم‌ها بپردازند. قطعاً تحریکات پشت پرده ایشان به عنوان نزدیکان به ایران اثرات جدی‌تری در باورهای تحریم‌کنندگان خواهد گذاشت. این جا دیگر صحبت از آرمان‌های مشترک یا دشمن مشترک نیست. وقتی قرار باشد بدهکاران ایران بدهی خود را بدهند دیگر کسی شریک ایران نیست. بلکه شرایط قبلی برای ایشان مطلوب‌تر است. البته همین وضعیت نیز برای ایران قابل بهره‌برداری است. اما با این همه نگرش درون‌گرا در دولت که بخش اعظم انرژی دولت را متوجه حل مشکلات درون‌سازمانی کرده انتظار ظهور رویکردهای بزرگ و بلندمدت چندان نزدیک به واقع نیست. متأسفانه سال‌هاست که دولت‌های ما علاقه به رویکردهای کوتاه‌مدت و مدیریت بحران دارند که نتیجه آن حل نشدن قطعی برخی مشکلات پس از گذشت سه دهه است.

با این حال می‌توان در این جا نیز نوعی نرمش نشان داد و بخشی از مطالبات را به صورت تامین مواد، تجهیزات و تکنولوژی از کشورهای بدهکار تسویه حساب کرد. لازمه این کار بهره‌گیری صادقانه و مسئولانه از کارآفرینان و صنعتگران بخش خصوصی است. تا نیازهای خود را که باید از خارج تامین شود اعلام کنند. این کار می‌تواند به جای اعطای تسهیلات به واحدهای صنعتی انجام شده و بازپرداخت آن شبیه وام عمل شود. به عبارتی دولت با ساز و کاری ویژه بخشی از مطالبات خود از کشورهای بدهکار را با سفارش صنعتگران داخلی از طریق خرید مواد و تجهیزات تسویه کند.

**گویی پول‌های ایران جزء بودجه و دارایی سایر کشورها شده و هیچ کدام از بدهکاران ایران میل ندارند یک‌شبه و بر اثر یک توافقنامه مجبور به پرداخت ده‌ها میلیارد دلار پول به ایران شوند. آنها که دشمن نظام جمهوری اسلامی هستند این کار را صلاح نمی‌دانند و آنان که ظاهراً از در دوستی با ایران درآمدن علاقه‌ای به این کار نشان نمی‌دهند.**



# SAEHON

تولیدکننده ظروف بسته‌بندی‌های و کیومی با دستگاه‌های اتوماتیک



صنایع بسته‌بندی

# سیهون

فکس: ۰۲۱-۳۳۹۹۱۰۴۶

تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۵۰۱۶۴

Email: [alisaehon@yahoo.com](mailto:alisaehon@yahoo.com)

## Lubripack، خلاقانه و مشتری پسند

طرح خلاقانه و مشتری پسند جدید که اندازه‌های آن مشابه سری کنونی Autopack است، ظاهری مدرن و شیک داشته و بخش‌های مختلف بازار را علاوه بر بخش اتومبیل جذب می‌کند. این سری در پاسخ به نیازهای مشتریان بعد از یک برنامه وسیع تحقیق بازار ایجاد شده است. این محصول با یک قسمت بزرگ برای قراردادن برچسب، به روش‌های امروزی نمایش روی قفسه توجه می‌کند تا بتوان طرح‌ها و گرافیک‌های چشمگیر را روی این محصول جدید قرار داد. سری جدید در زمان معرفی در دو سایز ۱ لیتری و ۵ لیتری در دسترس خواهد بود، اما سایزهای بزرگتر مثل ۲ لیتری و ۴ لیتری بعداً معرفی خواهند شد. مدل ۱ لیتری ۵۵ گرم و مدل ۵ لیتری ۱۸۰ گرم وزن دارند. سری Lubripack در رنگ‌های مشکی، خاکستری روشن، زغال سنگی یا حتی سفارشی تولید می‌شوند.



## بسته‌های سیاه و سفید برای کشف طرح‌های مناسب کودک

نسل جدید تشکیل دهیم. حالا بیصبرانه منتظر کارهای ارسالی هستیم تا ببینیم شرکت‌کنندگان چه طرح‌هایی خلق کرده‌اند. برای هر گروه سنی یک نفر اول و یک نفر دوم در نظر گرفته خواهد شد. به برندگان جایزه اول اوراق قرضه به مبلغ ۱۰۰۰ دلار تعلق خواهد گرفت. همچنین طرح آنها برای سری ولنتاین ۲۰۱۵ آبنبات Sweethearts استفاده خواهد شد. نفر دوم برنده یک کیسه بزرگ از اجناس NECCO خواهد شد که هر کدام ۲۰۰ دلار ارزش دارند. نفر برنده دو هفته بعد از اتمام دوره ارسال طرح‌ها اعلام خواهد شد. اطلاعات بیشتر و قوانین مسابقه در وب سایت [www.necco.com](http://www.necco.com) قابل دسترسی است.

آبنبات‌های قلبی کنونی Sweethearts Conversation Hearts در سال ۱۹۰۲ تولید شدند و از cockles که نوعی آبنبات کوچک و ترد ساخته شده از شکر و آرد به شکل صدف یا گوش‌ماهی بود، الهام گرفته شدند. آبنبات‌های قلبی اول برای روز عروسی رایج بودند و پیام‌هایی برای عروس و داماد داشتند، اما خیلی زود کل خانواده از این نوع آبنبات‌ها استفاده کردند. Sweethearts حالا پر فروش‌ترین آبنبات غیرشکلاتی روز ولنتاین است و همچنان برخی شعارهای اصلی خود "مرا ببوس" و "مال من باش" را حفظ کرده است. در شش هفته منتهی به روز ولنتاین، بیش از ۴ میلیارد پوند آبنبات Sweethearts فروخته می‌شوند.

شرکت شکلات‌سازی New England اعلام کرد که بسته‌بندی جدیدی برای آبنبات‌های Sweethearts تدارک دیده و به مناسبت روز ولنتاین یک مسابقه "رنگ‌آمیزی" برای کودکان برگزار می‌کند. NECCO، سازنده Sweethearts Conversation Hearts، یک بسته‌بندی جدید و مات سیاه و سفید قابل رنگ‌آمیزی برای شکوفایی خلاقیت کودکان طراحی کرده است. جعبه‌های آب نبات قابل رنگ‌آمیزی با ماژیک و مدادشمعی نقش بوم نقاشی را برای بچه‌ها بازی خواهند کرد تا هدیه‌ای سفارشی از طرف شرکت باشند و طراحی‌ها می‌تواند در مسابقه "رنگ‌آمیزی" که از ۱ مارس ۲۰۱۴ شروع می‌شود شرکت داد.

این مسابقه که برای کودکان سه رده سنی (۵-۷، ۸-۱۰ و ۱۱-۱۲ سال) برگزار می‌شود، از شرکت‌کنندگان جوان می‌خواهد که جعبه آبنبات Sweethearts را رنگ کرده و طراحی منحصر به فرد خود را خلق کنند. کودکان با کمک یک بزرگسال، طرح خود را در سایت [www.necco.com](http://www.necco.com) و در لینک رنگ‌آمیزی بارگزاری می‌کنند. تمامی طرح‌ها توسط NECCO بررسی شده و رنگ و خلاقیت آنها مورد داوری قرار می‌گیرد. Alyssa Hills، رئیس بازاریابی NECCO، می‌گوید، "ما به دنبال شیوه‌ای جالب و تعاملی برای ارتباط برقرار کردن با طرفداران Sweethearts بودیم. امروزه بچه‌ها خیلی با تکنولوژی آشنا هستند و ما مشتاق بودیم که خلاقیت آنها را با بوم سیاه این بسته تشویق کنیم و شبکه‌ای برای





Procter & Gamble یک برنامه موفق وفاداری مشتری در بلژیک برپا کرد و به خریداران یک اسباب‌بازی مجانی هدیه داد که در یک ظرف با ظاهر قدیمی ساخت شرکت RPC Superfos قرار دارد.

آن چه شبیه به یک ظرف کوچک حاوی پودر لباسشویی به نظر می‌رسد در واقع یک ظرف پلاستیکی RPC از سری Painter@ است که ۱۵۰ تکه پازل شرکت بلژیکی اسباب‌بازی Clics را در خود جای داده است. مدیر بازاریابی Jean Reusens می‌گوید، "این ظرف کوچک دوست داشتنی شبیه به بسته‌بندی پودر لباسشویی ۴۰ سال پیش است. به لطف Pintainer ما از طریق برجسب‌گذاری in-mould به اندازه درست و تقریباً گزینه‌های بیشماری برای تزئین دست یافتیم. RPC Superfos خیلی انعطاف‌پذیر، حرفه‌ای و کارآمد عمل کرد و همچنین یک درب سفارشی برای ظرف تولید کرد که ظرف کاربردوست‌تر بوده و برای کودکان مناسب باشد. برای اطمینان از تمامی نیازمندی‌های کیفیت هم اسباب‌بازی‌ها و هم بسته‌بندی به طور کامل توسط P&G تست شد. به گفته Jean Reusens، RPC Superfos، و اسباب‌بازی‌های Clics کیفیت و تولید بی‌نقصی دارند. کمپین توسعه‌ای یک موفقیت عظیم بود. والدین و پدربزرگ و مادربزرگ‌ها هم هنگامی که از P&G شوینده تهیه می‌کردند، از این بسته‌بندی بامزه و ایده خریدن اسباب‌بازی‌های سرگرم‌کننده و آموزشی برای کودکان و نوه‌هایشان خیلی خوششان آمد.



## ظرفی با ظاهر قدیمی، جایزه توسعه را برد

## توسعه شبکه توزیع دارو در آفریقا با کمک بسته‌بندی

رئیس زیرکمیته روابط خارجی سنای آمریکا در امور آفریقا است. در بخشی از این مراسم، از برندگان قبلی که پروژه‌های موفق آنها آغازگر تغییرات اجتماعی شده تقدیر به عمل آمد و نقشی که بسته‌بندی می‌تواند در آینده اجتماع داشته باشد بررسی شد. همچنین در این مراسم از برندگان قبلی که موفق به دریافت پنج یا تعداد بیشتری جایزه شده بودند با "جایزه نوآوری مستمر" دوپونت تقدیر به عمل آمد. مور می‌گوید: "بیست و پنجمین سالانه این مراسم فرصتی برای بسته‌بندی بود تا نقش خود به عنوان "رهبر خاموش" را نشان داده، به کانون توجه تبدیل شده و تحسین همه را برانگیزد." مراسم اهدای جوایز دوپونت برای نوآوری در بسته‌بندی، قدیمی‌ترین مراسم جهانی داوری مستقل در این صنعت با معیارهای نوآوری و همکاری در سراسر زنجیره ارزش است.

هر ساله در این مراسم، برندگان جوایز الماس، طلا و نقره بر اساس یک یا هر سه معیارهای نوآوری، پایداری و کاهش هزینه/بازده توسط یک هیات عالی انتخاب می‌شوند. امسال یک جایزه الماس، چهار جایزه طلا و ده جایزه نقره برای بسته‌بندی در بازارهای مختلف به برندگان اهدا شد.

توسط شرکت طراحی و بسته‌بندی pi ۳ برای سازمان ColaLife طراحی شده است.

ColaLife یک سازمان مستقل غیرانتفاعی است که شبکه توزیع شرکت کوکاکولا برای رساندن داروها و دستورالعمل‌ها به مناطق دورافتاده را اداره می‌کند. AidPod یک کیت کامل ضد اسهال است که در جعبه‌های کوکاکولا بین بطری‌ها قرار داده می‌شود. این AidPod نسل بزنده به مرور توسعه داده شد تا به بخشی از خود کیت تبدیل شود و هم به عنوان ظرف مخلوط‌سازی با دوز اندازه‌گیری شده عمل کرده و هم امکان نوشیدن از خود آن فراهم شود. سناتور آمریکایی کریس کونز در مورد آن می‌گوید:

"ویژگی این بسته تنها کوچک بودن و هدف خیرخواهانه آن نیست. بلکه تولید آن نیز هوشمندانه بوده است. AidPod گواهی بر این است که تلفیق نبوغ، نوآوری و الهام، قدرت کافی برای مقابله با بزرگترین چالش‌های پیش روی انسان‌دوستی را دارد. تلفیق بسته‌بندی هوشمند با یک پلتفرم توزیع موثر توسط دو شرکت ColaLife و pi۳، از پتانسیل فوق‌العاده‌ای برای تغییر وضع اساسی در آفریقای جنوب صحرا برخوردار است." سناتور کونز

DuPont بیست و پنجمین دوره برنامه جوایز جهانی بسته‌بندی را برگزار کرد. در این مراسم جوایز برتر به شرکت طراحی انگلیسی الاصل pi3 به خاطر بسته AidPod اهدا شد که داروهای حیاتی را به روستاهای دورافتاده جنوب صحرای آفریقا می‌رساند.

این برنامه منحصر به فرد بسته‌بندی و توزیع، جایزه معروف به الماس برتر و جایزه ویژه بیست و پنجمین سالگرد این مراسم برای "امنیت غذا" را از آن خود کرد. ویلیام هاروی رئیس شرکت پلیمرهای بسته‌بندی و صنعتی دوپونت می‌گوید: "بیست و پنج سال پیش نگرش ما به مراسم اهدای جوایز دوپونت برای برنامه نوآوری در بسته‌بندی، ایجاد فرصتی برای ارتباط با این صنعت پویا و حمایت از همکاری به عنوان یک مولفه کلیدی در نوآوری بود. اکنون با نگاهی به برندگان امسال به وضوح پی می‌برید که برای نوآوری در این بازار، همچنان همکاری از اهمیت محوری برخوردار است." به گفته شانامور رئیس برنامه جوایز بسته‌بندی دوپونت، برندگان برتر امسال، نمونه‌های موفق همکاری هستند و نشان می‌دهند که بسته‌بندی چگونه می‌تواند ارزش افزوده ایجاد کند. AidPod



# Esko و بسته نرم‌افزاری Suite 12.1

شرکت Esko در جلسه سالانه خود با کاربران که در شهر فینیکس ایالت آریزونا برگزار شد، از عرضه بسته نرم‌افزاری Esko Suite 12.1 خبر داد. Suite 12.1 شامل آپدیت‌هایی برای نرم‌افزار اصلی ویرایش و اتوماسیون این بسته است. Suite 12.1 شامل بهبودهایی در زنجیره تامین چاپ و بسته‌بندی است که برای تمامی ذی‌نفعین حتی برای افراد تازه کار و محیط‌های پیچیده ساده‌تر و پرسودتر می‌کند. بهبودهای اصلی که در این نسخه دیده می‌شود عبارتند از: گردش کار در تمپلیت استاندارد: برای کاربران ناشی، راه‌اندازی یک جریان کار کارآمد، یک تمرین کم‌اهمیت نیست. با ارائه تمپلیت‌های گردش کار استاندارد برای کاربردهای معمول از قبیل کارت، لیبل‌ها، علائم و غیره، سرعت یادگیری برای کاربران کم تجربه‌تر افزایش می‌یابد. قابلیت CombiPress: در صنعت لیبل، تلفیق فرآیندهای مختلف چاپ (آفت، فلکسو، دیجیتال، سیلک) در قالب یک عملیات، رایج است به طوری که هر فرآیند مستلزم آماده‌سازی متفاوتی با دیگری است. با CombiPress حتی لب‌پوشانی برچسب به طور خودکار، محاسبات چاپ روی هم را مبتنی بر هر نوع از فرآیندهای چاپ که مد نظر باشد انجام می‌شود.

متن بریل که در فرآیند تضمین کیفیت پیش‌چاپ ضروری است برطرف شده است. سازگاری با مقررات غذایی EU: بند شماره ۱۱۶۹/۲۰۱۱ از مقررات EU از تاریخ ۱۳ دسامبر سال ۲۰۱۴ به اجرا در می‌آید. در این قانون، ملزومات حداقل اندازه فونت برای اعلان مواد غذایی بر روی بسته‌های غذا تعیین شده است. در Desk Pack 12.1 قابلیت موسوم به Preflight قادر به تشخیص تطابق متن با این قانون، تضمین استفاده از اندازه فونت صحیح و اثبات کردن این تطابق است. اتوماسیون چاپ گروهی برای پرنترهای تخت: در صورت زیاد بودن تعداد دوره‌های کوتاه چاپ، اتوماسیون چاپ گروهی (gang print) بر روی پرنترهای دیجیتال تخت (flatbed) با فرمت وسیع، عملیات را پرسودتر می‌کند. با موتور اتوماسیون ۱۲،۱، امکان پیاده‌سازی چندین طرح با اشکال عجیب بر روی تنها یک طرح (layout) برگه چاپ، ضمن بهبود بهره‌وری اپراتور و کاهش ضایعات زیرلایه‌های گران قیمت ایجاد می‌شود. برنارد زانپول نایب رئیس ارشد بخش نرم‌افزار

شرکت Esko در جلسه سالانه خود با کاربران که در شهر فینیکس ایالت آریزونا برگزار شد، از عرضه بسته نرم‌افزاری Esko Suite 12.1 خبر داد. Suite 12.1 شامل آپدیت‌هایی برای نرم‌افزار اصلی ویرایش و اتوماسیون این بسته است. Suite 12.1 شامل بهبودهایی در زنجیره تامین چاپ و بسته‌بندی است که برای تمامی ذی‌نفعین حتی برای افراد تازه کار و محیط‌های پیچیده ساده‌تر و پرسودتر می‌کند. بهبودهای اصلی که در این نسخه دیده می‌شود عبارتند از: گردش کار در تمپلیت استاندارد: برای کاربران ناشی، راه‌اندازی یک جریان کار کارآمد، یک تمرین کم‌اهمیت نیست. با ارائه تمپلیت‌های گردش کار استاندارد برای کاربردهای معمول از قبیل کارت، لیبل‌ها، علائم و غیره، سرعت یادگیری برای کاربران کم تجربه‌تر افزایش می‌یابد. قابلیت CombiPress: در صنعت لیبل، تلفیق فرآیندهای مختلف چاپ (آفت، فلکسو، دیجیتال، سیلک) در قالب یک عملیات، رایج است به طوری که هر فرآیند مستلزم آماده‌سازی متفاوتی با دیگری است. با CombiPress حتی لب‌پوشانی برچسب به طور خودکار، محاسبات چاپ روی هم را مبتنی بر هر نوع از فرآیندهای چاپ که مد نظر باشد انجام می‌شود.

Esko Viewer: Esko Viewer در موتور اتوماسیون ۱۲،۱ مجهز به یک ریدر بارکد و خط بریل شده است. به این ترتیب، دشواری بررسی دستی و چشمی دقت یک بارکد یا یک سطر از

شرکت اسکو می‌گوید: "پس از نمایشگاه اروپا، بسته نرم‌افزاری Suite 12 اسکو به عنوان مرجع استاندارد صنعت شناخته شد. اما ما به این موفقیت قانع نشده و زمان زیادی را به مشتریان خود برای فهم ملزومات افزایشنده ارزش برای آنها اختصاص دادیم که بسیاری از آنها با این نسخه جدید تامین می‌شوند. Suite 12.1 با گسترش قابلیت‌های ما به حد فراتر از وظایف سنتی پیش‌چاپ، ارزش بی‌سابقه‌ای را برای ارائه‌دهندگان سرویس، مبدل‌ها و همچنین چاپگرها فراهم می‌کند، زیرا آنها در تلاش برای حفظ حضور رقابتی و مدرن خود در محیط پویای این بازار هستند." فروش Suite 12.1 از جولای ۲۰۱۳ آغاز شد و به مشتریان کنونی این شرکت نیز عرضه می‌شود.



## MATERIAL & PRODUCT NEWS

## اخبار مواد و محصولات

# کاغذ Corrosorber® بسته‌بندی ضد کدرشدگی با تکنولوژی Nano-VpCl®

انبارش یا حمل و نقل به شیوه‌های مختلف استفاده کرد. فلزات خود را به سادگی بسته‌بندی کرده و لب‌ها را تا کنبد تا هیچ هوایی عبور نکند. Corrosorber® یک جاذب سولفید هیدروژن و نشانگر اشباع دارد که به شکلی موثر از فلزات در برابر شرایط محیطی خطرناک مثل رطوبت، SO<sub>2</sub>, H<sub>2</sub>S و خوردگی گالوانیکی ناشی از فلزات نامتشابه محافظت می‌کنند. فلزات تحت محافظت با این روش عبارتند از: نقره، مس، نیکل، کروم، برنج، قلع، فلزات با روکش ورقه طلا و آلیاژهای آلومینیوم یا آهن. در این کاغذ دوستدار محیط زیست هیچ نیتريت، فسفات، سیلیکون، آمین و هیچ فلز سنگین دیگری به کار نرفته است.

می‌توان برای بسته‌بندی و نگهداری محصولات تکی یا چندتایی به منظور



کرده و تا دو سال یا تا زمانی که رنگ کاغذ از سبز روشن به قهوه‌ای تغییر کند، از فلزات گرانبها محافظت می‌کند. پوشش بخار شده و به تمام سطح فلز می‌رسد تا مانع کاملی در برابر کدرشدن باشد. بسیاری از مواد مانع کدرشدگی باید بعد از استفاده پاک شوند، اما با کاغذ Corrosorber® VpCl® به این موضوع نیازی نیست. این کاغذ منحصربه‌فرد به هیچ وجه بر فراوری آینده فلز گرانبها تاثیر نگذاشته یا ویژگی‌های فیزیکی آن مثل رسانایی یا حساسیت سطحی را تغییر نمی‌دهد. مطمئن باشید که فلزات ارزشمند شما ظاهر خود را حفظ کرده و هیچ اثر مخربی روی قطعات بسته‌بندی شده ایجاد نمی‌شود. Corrosorber® را

© Cortec Corporation کاغذ پیشرفته‌ای تولید کرده است که از تکنولوژی Nano-VpCl® - Corrosorber® استفاده می‌کند. این کاغذ بسته‌بندی ضدکدرشدگی به طور خاص برای فلزات ارزشمند مثل نقره، قلع و فلزاتی با روکش طلا در نظر گرفته شده است و به محافظت از این فلزات در برابر کدرشدن که ارزش آنها را کم می‌نماید، کمک می‌کند. یک طرف کاغذ پوشش ویژه‌ای دارد که مانع عبور گاز H<sub>2</sub>S می‌شود. هنگامی که مقدار قابل توجهی گاز H<sub>2</sub>S توسط کاغذ جذب می‌شود، رنگ کاغذ از سبز روشن به قهوه‌ای تغییر می‌کند. طرف دیگر کاغذ یک لایه VpCl® دارد که مثل مانع جلا عمل



باشد. حفاظ کالا با لبه‌های سیل شده ORBIS سفارشی طراحی و ساخته شده و تمرکز آن بر دوام و اطمینان از کارایی آن در محیط‌های تولیدی و مونتاژی است. مزایای دیگر این حفاظ عبارتند از:

- یک لبه صاف و گرد برای ارگونومی بهتر ایجاد می‌کند.
- در ورقه‌های ۳/۵ تا ۶ میلی‌متری موجود است.
- در عرض یا طول شیارها سیل شده است.
- برای تقسیم‌کننده‌های بسته‌های StakPak, BulkPak و Maximus (محصولات شرکت ORBIS) ایده‌آل است.

کاربرد طولانی‌مدت حفاظ کالای دارای لبه‌های سیل شده ORBIS با حفظ مقادیر ثابت در هر محفظه، کنترل موجودی را بهبود می‌بخشد. اضافه‌کردن لبه سیل شده ORBIS به حفاظ کالا با تسهیل ایمن‌تر و قابل اطمینان‌تر برداشتن و جابجا کردن قطعات، کارایی لبه‌ها را بهبود می‌بخشد. آگاهی بیشتر: [www.orbiscorporation.com](http://www.orbiscorporation.com)

## حفاظ کالا با لبه‌های سیل شده



ORBIS Corp، سازنده بین‌المللی بسته‌بندی قابل‌باز یافت و متخصص در بهینه‌سازی زنجیره عرضه، یک تکنولوژی جدید با لبه‌های سیل شده معرفی کرده است که جایگزین کارآتری برای استفاده از طرح دارای لبه تا شده یا دوخت شده روی لبه‌های ورقه‌های پلاستیکی موجدار (کارتن پلاست) است که به عنوان تقسیم‌کننده‌هایی که قطعات خودرو را نگهداری می‌کنند استفاده می‌شوند. این فرآیند یک لبه گرد ایجاد می‌کند که کمتر تیز بوده و برای کارگر و محصول ایمنی بیشتری به همراه دارد.

Adam Glorioso، مدیر محصول ORBIS، می‌گوید، "ایمنی، راحتی و کارایی کارگران دغدغه مهمی در عملیات سریع مونتاژ محصولات خودرویی است." ما این دغدغه را جدی می‌گیریم و می‌دانیم که بسته‌بندی ارگونومیک می‌تواند خیلی از این مزایا را داشته

فسیلی مانند PET را دارد. PEF از خواص ممتازی نسبت به PET برخوردار است، از جمله ممانعت‌کنندگی بسیار بالاتر در برابر اکسیژن، دی‌اکسید کربن و آب، طول عمر بالاتر محصول و کاهش هزینه‌های تولید. یک مطالعه مستقل آنالیز طول عمر که توسط موسسه کوپرنیکوس در دانشگاه یوترکت انجام شد نشان داده که رد پای کربن PEF حدوداً ۵۰ تا ۷۰ درصد کمتر از PET امروزی است.

## همکاری یک شرکت مبدل پلاستیک با کوکاکولا و دنون در توسعه بطری‌های PEF

مراقبت در منزل و مراقبت شخصی هستیم. قابلیت پایداری، انگیزه کلیدی آلیا و مشتریان ماست. بنابر این مفتخر به همکاری با آوانتیوم برای عرضه اولین بطری‌های PEF صد درصد زیست‌پایه و قابل بازیافت هستیم."

Avantium که یک شرکت فعال در زمینه مواد شیمیایی تجدیدپذیر است و AL- PLA Werke Alwin Lehner GmbH یکی از شرکتهای پیشروی جهانی مبدل پلاستیک است، از توافقنامه توسعه مشترک برای بطری‌های PEF خبر دادند. آلیا پس از کوکاکولا و Danone سومین شرکتهای است که برای توسعه PEF با آوانتیوم همکاری می‌کند. PEF یک بیوپلاستیک مبتنی بر فناوری اختصاصی YXY شرکت آوانتیوم است. هدف از این همکاری‌ها، عرضه بطری‌های ساخته شده از صد درصد PEF زیست‌پایه به بازار تا سال ۲۰۱۶ عنوان شده است. تام ون، آکن مدیرعامل اجرایی شرکت آوانتیوم می‌گوید:

### بطری‌های PEF

توسعه بطری‌های PEF توسط آلیا شامل محصولات مراقبت شخصی، کاربردهای مراقبت در منزل (از قبیل مواد آرایشی و شوینده‌ها) و برای کاربردهای غذایی (از قبیل سس و درسینگ، غذای نوزاد و روغن‌های خوراکی) خواهد بود. در حال حاضر آوانتیوم برای تامین شرکای خود از PEF ساخته شده از ماده تولیدی در واحد پایلوت خود واقع در شهر گلین کشور هلند استفاده می‌کند. آوانتیوم در حال برنامه‌ریزی ساخت یک واحد تولید تجاری ۵۰۰۰۰ تنی است که پیش‌بینی می‌شود برای سال ۲۰۱۶ آماده کار شده و عرضه کاملاً تجاری اولین بطری‌های PEF را ممکن کند.

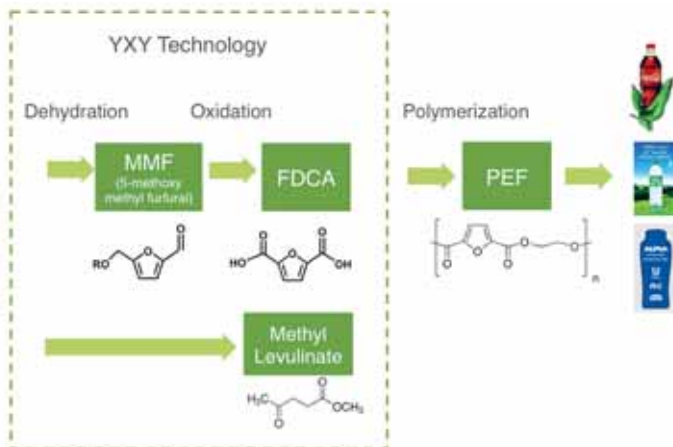
### فناوری YXY

گرایش مالکین برند از مواد بسته‌بندی بر پایه منابع فسیلی از جمله PET (پلی اتیلن ترفتالات) به مواد زیست‌پایه تغییر کرده است. مواد زیست‌پایه باید با راهکارهای بازیافت موجود سازگاری داشته باشند. پلتفرم فناوری YXY یک فناوری کاتالیستی نوآورانه با قابلیت رقابت در هزینه است که برای تبدیل مواد پایه گیاهی به بلوک‌های سازنده مواد شیمیایی برای زیست‌پلاستیک‌ها از جمله PEF (پلی اتیلن فورانویت) به کار می‌رود.

PEF نسل جدیدی از پلی استر صد درصد زیست‌پایه و قابل بازیافت است که قابلیت جایگزینی با مواد ماندگار معمول بر پایه منابع

"ما از ورود آلیا به پلتفرم توسعه مشترک برای بطری‌های PEF خوشحالیم. آلیا با دانش فنی گسترده و اثبات شده خود در تبدیل PET و طراحی و تولید بطری، نقش اساسی در تسریع عرضه تجاری و صنعتی‌سازی PEF خواهد داشت. ما با همکاری می‌توانیم PEF را آماده بسته‌بندی برای بازارهای نوآورانه و کاربردهای سنتی کنیم. آلیا به عنوان یکی از شرکتهای تبدیل‌کننده با بیشترین نوآوری، عامل کلیدی توسعه بطری‌های PEF که ملزومات فنی بازار را برآورده کنند خواهد بود."

گوئنتر لیر مدیرعامل اجرایی شرکت آلیا می‌گوید: "با امضای این توافق، آلیا بار دیگر پیشرو بودن خود در نوآوری برای این صنعت را اثبات می‌کند. آلیا در دهه ۱۹۸۰ اولین شرکتهای بود که بطری دومرحله‌ای PET را به بازار عرضه کرد و موجب آغاز تغییر گرایش از PVC به PEF شد. امروز ما قادر به پیشبرد این نوآوری و عرضه پلی استر زیست‌پایه جدید نسل آینده خود یعنی PEF برای محصولات غذایی،



## تقدیر از مدیر گروه RPC

به خاطر کمک‌های برجسته‌اش به صنعت بسته‌بندی در جهان

یک بخش کلیدی از استراتژی رشد Ron تشخیص این بود که موفقیت در تمرکز بر توسعه بسته‌ها برای بازارهای تخصصی نهفته است. بنابراین RPC از رقابت در بخشهای محصولات بازار عمده که تنها بر قیمت مبتنی هستند اجتناب کرده و در عوض بر بخشهایی تمرکز کرد که ارزش افزوده به مشتریان تعلق می‌گرفت. تا این تاریخ این کار باعث موفقیت چشمگیر در حوزه‌هایی مثل دانه‌های قهوه، بسته‌های غذایی با محافظ طولانی مدت، بسته‌بندی‌های شیک برای لوازم آرایش و اسپری‌ها و دستگاه‌های بخور دارویی شده است.

شهرت او در صنعت بسته‌بندی به عنوان یک کل در این حقیقت منعکس شده است که او به طور منظم در صدر سه نفر از تاثیرگذارترین افراد در بسته‌بندی نظرسنجی Packaging News بود و سال گذشته جایزه طلای BPF را برای خدمات متمایز به صنعت پلاستیک برنده شد.

به این ترتیب گروه می‌تواند گسترده‌ترین دامنه شیوه‌های بسته‌بندی مرتبط با نیازهای محصول با برند را به مشتریانش عرضه کند و RPC امروزه با قالبگیری تزریقی، قالبگیری بادی و شکل‌دهی با گرما در ارائه بسته‌بندی موفق است. نکته مهم دیگر این است که این رویکرد همچنین به این معناست که کارخانه‌ها در برخی تکنولوژی‌های خاص و بخش‌های بازار متخصص هستند و می‌توانند شراکت‌های کاری نزدیکی با هر مشتری ایجاد کنند. همزمان، سایت‌های مجزا می‌توانند با هم کار کنند تا یک راه‌حل on-stop برای نیازمندی‌های بسته‌بندی فراهم شود. هنگامی که شرکت به رشد خود ادامه می‌داد، این استراتژی با گروه‌بندی تجارت‌های کوچک به چندین "خوشه" پالایش شد.

Ron Marsh، مدیر اجرایی ارشد بازنشسته RPC Group بعد از این که شرکت را طوری هدایت کرد که به یکی از تولیدکنندگان برتر بسته‌بندی پلاستیک سخت تبدیل شد، جایزه بسته‌بندی بریتانیا را برای کمک برجسته به صنعت بسته‌بندی دریافت کرد. او در ماه مه سال ۱۹۹۱ پروسه خرید مدیریت را هدایت کرد که باعث تاسیس RPC Containers شد که از آن زمان از ۵ کارخانه اصلی در بریتانیا به بیش از ۵۰ سایت در سراسر اروپا و آمریکا رشد یافته است. در طی دوران تصدی او به عنوان پست مدیر ارشد اجرایی، شرکت به طور مستمر رشدی عالی در درآمد و سود را تجربه کرد و به عنوان یکی از بهترین و استوارترین سازمانها در صنعت بسته‌بندی شناخته شد.

سمینار بین‌المللی چاپ روتوگراور  
در تهران برگزار می‌شود

به منظور آشنایی بیشتر دست‌اندرکاران صنعت روتوگراور با آخرین تحولات این حوزه از صنعت چاپ جهان، سمینار آموزشی چاپ روتوگراور توسط گروه ترنج با همکاری انجمن روتوگراور اروپا (ERA) هفته چهارم فروردین ۹۳ در تهران برگزار می‌شود. جلال ذکایی مدیر گروه ترنج با اعلام این خبر گفت: با توجه به رشد و توسعه بسته‌بندی در کشور و ضرورت به‌روزرسانی اطلاعات و دانش فعالان این حوزه نسبت به تحولات تکنولوژیک در عرصه بسته‌بندی انعطاف‌پذیر، بویژه چاپ روتوگراور، اولین سمینار بین‌المللی چاپ روتوگراور با حضور جیمز سیور دبیرکل انجمن روتوگراور اروپا و سخنرانانی از شرکت‌های بزرگ اروپایی نظیر: ویندمولر، دت‌وایر و ... در تهران برگزار خواهد شد. این نخستین بار است که این تعداد از صاحب‌نظران بین‌المللی چاپ روتوگراور برای انتقال دانش فنی خود به ایران می‌آیند. وی همچنین گفت: تاریخ دقیق این سمینار روزهای ۲۰ و ۲۱ فروردین ۱۳۹۳ خواهد بود که مباحث آموزشی در روز دوم مطرح خواهد شد. همچنین بنا بر اعلام گروه ترنج، اسامی و موضوعات سخنرانی سخنرانان خارجی در این سمینار به قرار زیر است:

۱- James Siever از آلمان دبیرکل انجمن اروپایی



روتوگراور

European Rotogravure Association (ERA)

عنوان سخنرانی: گراور و بازارهای آن

۲- Ulrich Harte از آلمان. از شرکت Windmüller & Hölischer

Hölischer

عنوان سخنرانی: نوآوری‌ها در فن‌آوری چاپ روتوگراور

۳- Lars Lieb از سوییس. از شرکت Daetwyler SwissTec

عنوان سخنرانی: "داکتر بلید"، ابزاری مهم برای کیفیت چاپ

۴- Uwe Dittmar از آلمان.

از شرکت Graphische Technik und Handel Heimann

عنوان سخنرانی: ابزار اندازه‌گیری برای کنترل کیفی سیلندر چاپ گراور

۵- Christian Karg از سوییس. از Daetwyler Graphics

عنوان سخنرانی: تولید موفق سیلندر گراور

۶- Juergen Seitz از آلمان. از شرکت GMG

عنوان سخنرانی: نمونه‌گیری در گردش کار بسته‌بندی

کلیه علاقمندان شرکت در این سمینار می‌توانند با مراجعه به پایگاه اطلاع‌رسانی گروه ترنج [www.toranj-group.ir](http://www.toranj-group.ir) نسبت به ثبت‌نام اقدام نمایند.

## بازگشت خسرو تاج به دولت

مجتبی خسرو تاج یکی از شخصیت‌های فعال عرصه مدیریت بازرگانی کشور در دولت‌های پیش از دولت احمدی‌نژاد به اتاق کار دولت بازگشت. وی با حکم محمدرضا نعمت‌زاده وزیر صنعت، معدن و تجارت پس از پست قائم‌مقامی وزیر در سمت معاون بازرگانی داخلی مشغول به کار شد.

مجتبی خسرو تاج در دوران قبلی فعالیت دولتی خویش فردی فعال و با فکر باز بود که برای انجام وظایفی که بر عهده داشت هر فرصتی را جدی می‌گرفت. در آن زمان وی برخلاف بسیاری از هم‌تایان خود از نشست و برخاست با ارباب رجوع عادی و کسانی که حرفی برای گفتن داشتند ابایی نداشت و دیوانسالاری رایج دولتی در ایران فرصت‌های ملاقات با وی را از مردم نمی‌گرفت. مجتبی خسرو تاج همچنین حافظه‌ای خوب و ذهنی چندبعدی دارد و به مسائل از ابعاد مختلفی می‌نگرد تا وجه مفید آن را یافته و به کار گیرد.



باید امیدوار بود که او همچنان دارای همان روحیه و خلق خوب باشد و گذشت زمان و بد اخلاقی‌های رایج شده در بعضی مدیران شامل حال وی نشده باشد. حوزه بازرگانی داخلی فضایی پیچیده و تودرتو دارد. طمعکاران زیادی بر روی آن چنبره زده‌اند. چالش‌های خاص این حوزه مدیران پاک‌دست را یا ناتوان نشان می‌دهد و یا آنچنان به خود می‌پیچاند که رخت تن خود را هم از دست می‌دهند. مردم چشم امید به این حوزه معاونت دارند تا با برقراری عدالت و نظم در تامین و توزیع ارزاق و نیازهای زندگی آنها کمی از مشکلات اقتصادی را کاهش دهد. در این میان تا جایی که ما به یاد داریم بسته‌بندی راه‌حلی است که خسرو تاج از آن شناخت دارد و امیدواریم بتواند با بهره‌گیری از راه‌کارهای این صنعت، حوزه جدید فعالیت خود را از سلامت و بهره‌وری بالایی برخوردار کند.



DÜSSELDORF  
GERMANY  
08 TO 14  
MAY 2014  
INTERPACK.COM



با ما همراه شوید  
برای رفتن به نمایشگاه اینترپک

صنعت  
**بسته‌بندی**

۷۷۶۰۷۹۶۳-۰۷۷۶-۷۷۵۱۳۳۴۱

**interpack**

فن و تخصص بسته‌بندی به زبان ساده



# مجموعه کتابهای مبانی فن آوری بسته‌بندی

فروشگاه ۱- دفتر ماهنامه صنعت بسته‌بندی (میدان سپاه) ۷۷۶۰۷۹۶۳  
فروشگاه ۲- انتشارات بازاریابی (مقابل دانشگاه تهران) ۶۶۴۰۸۲۵۱  
فروشگاه ۳- شهر کتاب باهنر/نشر کارنامه (خ باهنر) ۷۰-۲۲۲۸۵۹۶۹  
فروشگاه ۴/مرکز پخش- انتشارات پویانما (خ خرمشهر) ۸۴۰۴۱۹۰



با حمایت مالی شرکتهای:

با همکاری:

ره‌آوردی از:

شرکت مجتمع منابع بسته‌بندی و چاپ  
**ایچا گستر شمال**  
IHA GOSTAR SHOMAL  
Packaging & Printing Industries Complex



نکاتی از April Crow، رئیس پایداری جهانی و بسته‌بندی شرکت کوکاکولا در مورد "حرکت به سمت اقتصاد گردشی" و Jill Boughton، رئیس‌مدیر شرکت W2Worth Innovations در خصوص "طراحی بازیابی منابع آلاینده" خواهند شنید. Lisa McTigue Pierce مشاور کنفرانس، گفت، "ایده‌ها معمولا در خلاء رخ نمی‌دهند، معاشرت با رهبران فکری و دیگر افرادی که در موقعیت مشابه هستند، می‌تواند کمک چشمگیری باشد. ما یک برنامه دینامیک دیگر هم برنامه‌ریزی کرده‌ایم که شیوه‌های جدید تفکر در مورد پایداری بسته‌بندی را تولید می‌کند. سازمانهای زیر از دیگر فعالان در این کنفرانس هستند:

Amcor, Animation Dynamics, Bonsucro, Flexible Packaging Assn., Happy Family Brands, Herman Miller, Innventia AB, Kaleidoscope, OtterBox, Pearlfisher, Procter & Gamble, RTI International, Safeway, Tetra Pak, US Department of Defense, Williams-Sonoma

## کنفرانسی برای ارائه ایده‌های نوین در بسته‌بندی پایدار

Smithers Pira، با همکاری صاحبان برندهای پیشرو، تولیدکنندگان بسته‌بندی، طراحان، رهبران حوزه پایداری و... را در هشتمین کنفرانس و نمایشگاه سالانه پایداری در بسته‌بندی گرد هم آورده‌اند. Microsoft، Aveda، Waste Management، The Coca-Cola Co.، Method و Zappos برخی از رهبران این صنعت هستند که از ۵ تا ۷ مارچ در اورلاندو فلوریدا برای بیش از ۲۵۰ تن از مبتکرین بسته‌بندی سخنرانی خواهند کرد.

Barbara Fowler، دبیر کنفرانس در Smithers Pira می‌گوید، این کنفرانس آخرین اطلاعات در مورد استفاده از طرحهای بسته‌بندی و مواد جدید را برای تقویت پایداری در اختیار شرکت‌کنندگان قرار می‌دهد.

تکنولوژی‌های جدیدی مثل چاپ سه‌بعدی و بسته‌بندی قابل برگشت، و شیوه‌های خلاقانه برای بسته‌بندی انعطاف‌پذیر به اضافه بسیاری موارد دیگر از این قرارند. نمایندگان حاضر در کنفرانس پایداری در بسته‌بندی ۲۰۱۴

## جعل لیبل‌های رایتل

خریدار با این تصور که خرید موفق انجام داده با خوشحالی سعی در فعال کردن سیم‌کارت می‌کند اما سیم‌کارت فعال نمی‌شود. پس از چند روز کلنجار رفتن با این ماجرا و اظهار رایتل که ما اصولا کد سه رقم اول شماره شما را هنوز راه‌اندازی نکرده‌ایم معلوم می‌شود همه چیز مربوط به برچسبی است که روی سیم‌کارت چسبانده شده است. آری برچسبی جعلی با شماره تلفن مورد نظر مشتری در حالی که سیم‌کارت متعلق به یک شماره معمولی است که اصلا ربطی به شماره مورد معامله ندارد. در واقع با توسعه امکانات و ابزار صنعتی امکانات کپی‌کاری هم به همان نسبت توسعه یافته است که یک نمونه آن همین چاپ لیبل سیم‌کارت‌های رایتل است. از آن جا که شرکت مربوطه برای لیبل سیم‌کارت‌های خود از ابتدایی‌ترین امکانات چاپ لیبل استفاده کرده براحتمی و با کم‌ترین هزینه می‌توان مشابه لیبل‌های آن را چاپ کرده و با بهره گرفتن از غفلت خریدار(در خواندن شماره سریال روی خود سیم‌کارت) سیم‌کارت جعلی فروخت.

فردی با تلفن همراه یکی از شهروندان تماس می‌گیرد و چنین ادعا می‌کند که "شماره فعلی شما را در سیم‌کارت اعتباری رایتل با کد ۹۲۱ داریم و آن را چون ژند است به مبلغ پنجاه هزار تومان به شما واگذار می‌کنیم."

خوانندگان محترم توجه داشته باشند که در آن زمان سیم‌کارت اعتباری رایتل بیست هزار تومان بوده است. توافق حاصل شده و پیک موتوری سیم‌کارت را آورده، خریدار شماره تلفن را روی برچسب سیم‌کارت دیده و پیک پنجاه هزار تومان را می‌گیرد و می‌رود.



## تقلب با نام سازمان توسعه تجارت ایران

نکته جالب و عجیب وجود دارد که پذیرش انجام علنی چنین تبهکاری‌های فاحشی را زیر سیل این همه نیروهای توانمند اطلاعاتی و حراستی که در چشم به هم زدن بی‌نشان‌ترین مجرمان را هم شناسایی می‌کنند دشوار می‌کند.

۱- درج یک شماره واقعی بر بالای برگه فکس که به صورت اتوماتیک توسط سیستم ارسال‌کننده فکس درج می‌شود.

۲- شماره فکسی که در نامه برای دریافت اطلاعات قرار داده شده بود واقعی بود و بوق فکس می‌زد.

۳- نام و نشان یک مسئول دولتی

۴- معرفی بانک عامل به نام بانک صنعت و معدن در واقع ماجرا شبیه یک آزمون هوش و حواس جمعی است که البته به شکلی کاملا ابتدایی و پیش پا افتاده ترتیب داده شده است.

چندی پیش فکسی به واحدهای صنعتی و خدماتی از جمله ماهنامه صنعت بسته‌بندی ارسال شد که مضمون آن گرفتن اطلاعات بانکی برای واریز یارانه صنعت! بود. ظاهر نامه کاملا اداری بود اما نکات مشکوکی در آن وجود داشت که از جمله آنها می‌توان به درج مهر "محرمانه" و "خیلی فوری" (آن هم در شرایطی که نام دریافت‌کننده عنوان نشده)، تفاوت فونت مربوط به شماره فکس دریافت اطلاعات و از همه مهم‌تر درخواست اطلاعات محرمانه حساب بانکی از جمله رمز دوم کارت اشاره کرد.

با این حال از آن جا که فرد متقلب ناچار بوده نامه را با امضای یکی از مسئولان دولتی ارسال کند پس از تماس با دفتر مسئول مربوطه بلافاصله جعلی بودن نامه اعلام شد. در این میان اما چند







## Experience added value, bit by bit

Flexible filling technology from SIG Combibloc opens new ways for product concepts that turn drinks with extra bits into a new taste experience. Whether it is pieces of fruit or vegetables that are added: with SIG Combibloc, great product ideas become reality. With the *drinksplus* concept, new possibilities for innovative non-carbonated soft drinks open up – offering exciting drinking experiences and real added value.

Want to know more? Call in at: [www.sig.biz/drinksplus](http://www.sig.biz/drinksplus)



آدرس: تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونک،  
پلاک ۲۴۸۳ (برج نگار)، طبقه ۱۷، واحد ۵  
تلفن: ۰۶-۸۸۶۴۱۹۳۴ (۰۹۸۲۱) فاکس: ۸۸۶۴۱۹۳۷ (۰۹۸۲۱)  
[www.sigcombiblocobeikan.com](http://www.sigcombiblocobeikan.com)

# وقتی کار به حل اختلاف می‌رسد.

**گفت و گو با علی نیکوسخن  
رییس اتحادیه چاپخانه‌داران تهران**

## \* درباره ساز و کار و چگونگی حل اختلافات صنفی در اتحادیه چاپخانه‌داران تهران بفرمایید.

\*\* اتحادیه طبق مقررات قانون صنفی باید پنج کمیسیون داشته باشد، که هر کدام در حوزه‌های خاص فعالیت دارند. در اتحادیه چاپخانه‌داران تهران کمیسیون‌های فنی، حل اختلاف، بازرسی، بررسی و شکایت و کمیسیون آموزش وجود دارد. بعضی مسائل از بیرون به اتحادیه محول می‌شود و یا اشخاص حقیقی یا حقوقی، مستقیماً به اتحادیه مراجعه می‌کنند. اشخاصی که به اتحادیه مراجعه می‌کنند ممکن است در مسائل تخصصی و یا مشکلاتی که با افراد بیرون دارند نیازمند رای و نظر اتحادیه باشند. هر یک از موارد مطرح شده که در صلاحیت اتحادیه باشد، اعلام نظر می‌شود و هر جا که لازم بود راهنمایی می‌کنیم که به مراجع مربوط مراجعه کنند. بعضی مسائل فنی هستند که باید در اتحادیه نظر داده شود و بعضی از مسائل است که اشخاص حقیقی یا حقوقی، طی مکاتبات، قراردادهای و توافقنامه‌هایی که دارند، اتحادیه را به عنوان حکم معرفی می‌کنند.

در این راستا، هر یک از طرفین که به اتحادیه مراجعه کنند و درخواست داشتند، اتحادیه موظف است که در چارچوب همان قراردادی که اتحادیه را حکم قرار داده، رسیدگی کند. حتی در مواردی هم که ممکن است ابهاماتی داشته باشد از رای یا مشاوره کارشناسان خبره در آن قضیه (بر اساس تشخیص اتحادیه) استفاده می‌شود طوری که تداخلی در مسائل قوه قضاییه نداشته باشد. بیشتر مواردی که به اتحادیه وارد شده از طریق نظرانی که کارشناسان و خبرگان ما داشتند در خود اتحادیه حل و فصل شده است.

## \* چند درصد از موارد اختلافی که در اتحادیه مطرح می‌شود به محاکم قضایی ارجاع می‌شود؟

\*\* طی پنج سال گذشته بندرت از هر یکصد مورد اختلاف حداکثر ممکن است ده درصد از آن به قوه قضاییه ارجاع شده باشد.

این روزها کار آفرینان به دلیل شرایط خاص اقتصادی حاکم بر کشور حالات خاصی را تجربه می‌کنند. اغلب هم فقیرند و هم ثروتمند. هم بدقول شده‌اند و هم از بدقولی دیگران گله دارند. از عده‌ای طلب دارند و شاکه از دیرکرد تسویه حساب آنها و خود به عده‌ای دیگر بدهکارند و از نظر آنها بدقول هستند. بعضی از کیفیت انجام سفارش خود رضایت ندارند و بعضی معتقدند آن چه به دست آورده‌اند با آن چه می‌خواستند برابر نیست. بسیاری از دلگیری‌ها با صبر و تحمل و توکل بالاخره حل می‌شود. اما بعضی اختلافات هم براحتی حل نشده و نیاز به ورود شخص سوم به عنوان حکم دارد. یکی از فعالیت‌های اتحادیه‌های صنفی حکمیت است.

اتحادیه چاپخانه‌داران تهران از جمله نهادهای صنفی است که همه ساله با تعداد زیادی از دعوای صنفی روبرو است که منشاء بسیاری از آنها بی‌اطلاعی از دامنه تعهداتی است که بین طرفین رد و بدل شده و گاه نیز جدی نگرفتن تعهداتی که داده می‌شود. البته بسیاری از این دعوای خود اتحادیه حل و فصل می‌شود. اما بعضی از دعوای نیز پس از صدور رای کارشناسی اتحادیه برای اعلام نظر قاضی و اجرای حکم به قوه قضاییه می‌رود.

از آن جا که تعداد قابل توجهی از اعضای اتحادیه چاپخانه‌داران در زمینه چاپ بسته‌بندی فعالیت دارند و به آن دلیل که این اتحادیه از سابقه چندین دهه میانجی‌گری و حکمیت در بخشهای صنعت، بازرگانی و خدمات برخوردار می‌باشد بر آن شدیم با علی نیکوسخن رییس اتحادیه چاپخانه‌داران تهران و یکی از قدیمی‌ترین اعضای کمیسیون‌های حل اختلاف در این اتحادیه گفت و گویی داشته باشیم. وی درباره شیوه عملکرد و دیدگاه اتحادیه در دعوای صنفی توضیحاتی داد.

تا آن جا که ما اطلاع داریم، رای‌هایی که به قوه قضاییه می‌رود، مستقیماً به دایره اجرای احکام ارجاع داده می‌شود. در این میان گاهی در حین اجرای رای یا بعد از آن کسی که محکوم شده به اتحادیه مراجعه می‌کند و کمک می‌خواهد، ولی کار در این مرحله از دست ما خارج شده است. البته منظور بنده از بیان این نکته آن نیست که بعضی آراء اتحادیه در قوه قضاییه نقض نشده باشد، در واقع صلاحیت قاضی خیلی بالاتر از صلاحیت اعضای ما و خود بنده و اتحادیه است.

## \* آیا رای کمیسیون‌ها همان رای اتحادیه است؟

ما در چارچوبی کار می‌کنیم که رای صادره، رای اتحادیه باشد. وقتی مرجعی از اتحادیه رای و نظر می‌خواهد اتحادیه هم وظیفه خود می‌داند که رای را جواب دهد. ما از کارشناسان برای تکمیل پرونده کمک می‌گیریم. نظرات را جمع‌آوری و نظر نهایی را به عنوان رای اتحادیه به مرجع یا اشخاصی که از ما نظر خواستند اعلام می‌کنیم.

در واقع وقتی حکمیت به اتحادیه واگذار می‌شود، اتحادیه مختار است که برای صدور حکم، از ابزار مختلفی استفاده کند از جمله کمیسیون. ابزاری که به کار گرفته می‌شود ممکن است از داخل صنف یا خارج صنف باشد و این به شرایط موردی که در دست بررسی است بستگی دارد.

## \* کیفیت کارشناسی و داوری اتحادیه در چه حدی است؟

\*\* در حال حاضر ما مدارک و اسناد و پرونده‌هایی داریم که خود قوه قضاییه، از اتحادیه سوال کرده و نظر کارشناسانه خواسته است. ما هم دقیقاً بررسی می‌کنیم و جوابش را به قوه قضاییه می‌دهیم. خود قوه قضاییه هم در این زمینه از نظر کارشناسی کارشناسان رسمی و خبره اتحادیه استفاده می‌کند و در مجموع روابط بسیار خوبی بین اتحادیه و قوه قضاییه برقرار است.

تا به حال پیش نیامده که نظری از ما بخواهند و مشکلی به وجود آمده باشد. در واقع اتحادیه در رای که می‌دهد بسیار حساس است. آن چه از این جا بیرون می‌رود رای اتحادیه است، نه رای نیکوسخن است نه رای عضو کمیسیون و نه رای عضو هیئت مدیره. بلکه رای اتحادیه است. برای مثال ما کمیسیون فنی و آزمون داریم، که هیئت مدیره یک گروهی را مشخص کرده است. مثلاً وقتی کسی که می‌خواهد چاپخانه خریداری و یا تاسیس کند، وزارت ارشاد تایید صلاحیت فنی را به این اتحادیه محول می‌کند.

برای کاری که از نظر فنی کارشناس چاپ لازم دارد، کمیسیونی وجود دارد که اعضای آن کارشناس چاپ هستند، هم ماشینچی، هم خبره، هم قدیمی و کهنه‌کار، فوراً تشخیص می‌دهند کار چند رنگ است، با چه چیزی چاپ شده، با چه ترمی است و کیفیتش در چه حدی است. بعضی مواقع کار ساده است یا فنی نیست، به کمیسیون حل اختلاف یا بررسی و شکایت می‌رود.





همیشه این طور است که هر کس محکوم می شود حالت بی تفاوتی و منفی بافی اش شروع می شود. شروع می کند به فرافکنی، در محضر قاضی که نمی تواند سخن اضافه ای بگوید یا کسی را متهم کند. اما می آید و برای مثال درباره اتحادیه و نیکوسخن بد و بیراه می گوید. ما به این حرفها اهمیتی نمی دهیم. هر چه از اتحادیه بیرون می رود، وجاهت اتحادیه است و اتحادیه پای آن ایستاده است. اتحادیه مرجع صنفی است. وقتی کسی به آن حکمیت می دهد باید همه جوانب کار را قبل از حکمیت بسنجد.

ممکن است حکم صادره له یا علیه من طرف دعوا باشد. نباید این طور شود که اگر حکم به نفع من بود از حکم تعریف کنم و اگر نبود شروع به شانتاژ کنم و کل شخصیت حقیقی و حقوقی حکم را که آمده حرف حق زده زیر سوال ببرم.

ما آن چه که مربوط به صنعت چاپ باشد و به اتحادیه حکمیت داده باشند بدون گرایش به زمینه خاصی بررسی می کنیم. البته ممکن است حرفهای زیادی در حاشیه زده شود که فلانی به نفع یا ضرر یکی از طرفین دعوا حرف زده. ما ذی نفع نیستیم و دنیا و آخرت خود را به باد نمی دهیم. وقتی مدارک روی میز می آید و همه چیز واضح و بدیهی است بنده نمی توانم بگویم نبوده یا ندیده ام. جامعه پر از افراد راضی و ناراضی است که ممکن است رضایت یا عدم رضایت آنها بحق نباشد.

باید ببینیم قانون چه می گوید. قانون این را می گوید که وقتی شما کسی را به عنوان حکم و داور معرفی می کنید خارج از این که شخصیت خود حکم چه باشد باید بدانید که حرف حکم لازم الاجرا است، قوه قضاییه هم بر این صحنه گذاشته است. البته پیشتر هم گفته شد که ممکن است مواردی هم پیش بیاید که قاضی تشخیص دهد که رای حکم را نقض کند. در قوه قضائیه هم دادگاه تجدید نظر به همین خاطر است مشاهده شده که مواردی رای بدوی در تجدید نظر نقض می گردد.

### ✱ اگر توصیه خاصی به همکاران دارید بفرمایید.

✱ کسانی که میخواهند قراردادی برای خرید و فروش ماشین آلات و دیگر موارد داد و ستد در این صنف چاپ ببندند قبل از آن بررسی کنند، مشاوره بگیرند بعد از آن اقدام به بستن قرارداد بکنند. هر جا که به مشکل برخوردند اتحادیه موظف است که مشاوره رایگان به آنها بدهد. اگر صلاح دانستند هر شخص حقیقی یا حقوقی و حتی اتحادیه را با ذکر حدود اختیارات به عنوان حکم قرار دهند.

به هر حال در قراردادهای حکم داشته باشند که مورد تأیید طرفین باشد تا در مواردی که به مشکل برخوردند وجود حکم چاره ساز باشد. مضاف بر این که در قرارداد دو تا سه نفر شاهد نیز داشته باشند، امضاء و اثر انگشت خریدار و فروشنده هم باشد، باید در تمام مسائل داخلی، خارجی، ارزی و ربالی دقت شود و با مشاوره قبلی قرارداد را منعقد کنند و بدون اطلاع این کار را انجام ندهند. ✱

کمیسیون حل اختلاف نظر خود را می دهد، نظر کمیسیون در اتحادیه بررسی می شود، بعد از مشورت، بر اساس آن رأی نوشته می شود، بعد از آن آماده می شود و به مرجع مورد نظر حقیقی یا حقوقی یا کسانی که برای این کار به اتحادیه مراجعه کردند فرستاده می شود. وقتی کاری به این جا ارجاع می شود بنده کار را به کسی می دهم که خبره آن کار باشد. من حدود ۳۰ سال تجربه در این اتحادیه دارم. در میان انبوه پرونده هایی که در این مدت دیده ام شاید کمتر از ده درصد آنها از این اتحادیه بیرون رفته باشد، همه آنها به دلیل تجربه، متانت، تواضع و کارایی به صورت کدخدامنشی توسط کمیسیون حل شده اند.

### ✱ در خصوص موارد اختلافی که مربوط به عملیات چاپ نمی شود. یعنی نکات فنی چاپ ندارد. برای مثال اختلافات اداری، بازرگانی یا موارد کلاهبرداری و امثال آن اتحادیه چگونه عمل می کند؟

✱✱ قراردادهایی داریم که بازرگانی هستند، شکل تخصصی چاپ ندارند، اتحادیه آنها را به کمیسیونی که دعوای بازرگانی را حل کند ارجاع می دهد. در مواردی شخص خودش مراجعه می کند و در مواردی دیگر که قراردادی بسته می شود ولی مثلاً خریدار و فروشنده آن طور که تعهد داده عمل نمی کنند اما حکم هم اتحادیه است. وقتی شما حکمیت می دهید دیگر این خود اتحادیه است که تشخیص می دهد از یک یا چند کارشناس که در این حوزه هستند استفاده کند. تشخیص تعداد کارشناس و شکل و کیفیت کار کارشناسی که انجام می شود با اتحادیه است که به عنوان حکم از سوی طرفهای ذی نفع تعیین شده است.

در واقع مواردی که به اتحادیه ارجاع داده شده، خارج از صنعت چاپ نبوده است. همه بنوعی در رابطه با بخش های مختلف چاپ اعم از ماشین، کاغذ، مرکب، زینک، فیلم، شراکت، دعوا و... بوده است. چون این موارد در خانواده صنعت چاپ است و اتحادیه هم خانه صنفی است و آمادگی حل اختلاف را دارد پس اتحادیه وظیفه خود می داند این مشکلات را حل کند، بار دولت را کم کند، بار قوه قضاییه را کم کند، در نتیجه همیشه آماده است. افرادی هم که اتحادیه در این گونه مسائل از آنها کمک می گیرد برای رضای خدا و اصلاح امور وارد کار می شوند و اغلب پس از حل مسئله به خاطر تلاشی که در ایجاد صلح بین شهروندان انجام داده اند راضی و شکرگذار هستند.

### ✱ ممکن است موقعی پیش بیاید که کسی خودش اتحادیه را حکم قرار داده ولی وقتی رای اتحادیه صادر شد با رأی صادره موافق نباشد. معمولاً بر خوردها در این زمان چگونه است؟

✱✱ شما اگر در مدخل هر یک از مجتمع های قضایی که بایستید می بینید اینها که بیرون می آیند یکی خواهان است و دیگری خوانده. یک نفر راضی و یکی دیگر ناراضی است.

**قراردادهایی داریم که بازرگانی هستند، شکل تخصصی چاپ ندارند، اتحادیه آنها را به کمیسیونی که دعوای بازرگانی را حل کند ارجاع می دهد**

**در واقع وقتی حکمیت به اتحادیه واگذار می شود، اتحادیه مختار است که برای صدور حکم، از ابزار مختلفی از جمله کمیسیون استفاده کند.**

**هر چه از اتحادیه بیرون می رود، وجاهت اتحادیه است و اتحادیه پای آن ایستاده است.**

**اتحادیه مرجع صنفی است. وقتی کسی به آن حکمیت می دهد باید همه جوانب کار را قبل از حکمیت بسنجد.**



تاسیس شد

# انجمن تولیدکنندگان قوطی فلزی صنایع غذایی

عکس و گزارش از س.ع

۲- بهبود وضع اقتصادی کارفرمایان که خود متضمن حفظ منافع جامعه است.

ب: نام: انجمن صنفی کارفرمایی تولیدکنندگان قوطی فلزی صنایع غذایی که در اساسنامه به اختصار "انجمن صنفی" نامگذاری شده است.

پ: حوزه فعالیت بدین شرح است: حوزه جغرافیایی سراسر کشور، و محل استقرار دفتر مرکزی آن در شهر تهران می باشد و در صورتی که زمانی ایجاد کند نشانی انجمن صنفی در محدوده حوزه فعالیت خود تغییر داده شود، این تغییرات را انجمن به مراتب به طور کتبی به اطلاع اعضا و وزارت کار و رفاه اجتماعی منعکس نماید.

ج: وظایف اساسی انجمن:

۱- پوشش در جهت استیفای حقوق و خواسته های مشروع و قانونی اعضا از طریق ایجاد زمینه های مساعد به منظور نیل به اهداف انجمن.

۲- جمع آوری اطلاعات، بررسی و تحقیق درباره مشکلات، شناخت نیازها و اولویتها

۳- برنامه ریزی برای تامین نیازهای صنفی و آموزش، توسعه و گسترش فعالیتها

۴- پوشش در ارتقاء بهره وری منافع و ظرفیت تولید، انتقال نوآوری تکنولوژی

سپس معرفی حضار در جلسه توسط آقای رضایی انجام شد که بدین شرح بود:

فرهاد اسدی از شرکت صنایع بسته بندی ایران

منشی زاده از شرکت ایران قوطی

مهندس عاقل از صنایع بسته بندی مشهد

محمدباقر حمیدی از شرکت فر

نظری از مازند قوطی

علی پور از صنایع بسته بندی خوش بهار

رفیعی از قوطی سازی آذر

گودرزی از شرکت عباس آباد

احمدسیف از شرکت بهنام کوشا

رضایی پور از شرکت تنگه نور

نظری از قوطی سازی نظری

لیلی دریانورزاده از شرکت سهنند تبریز

پس از آن آقای رضایی به نمایندگی از اعضا شروع به قرائت اساسنامه کرد. در ادامه بخشهایی از اساسنامه را می خوانید:

فصل اول اساسنامه شامل اهداف انجمن، نام و حوزه فعالیت، اقامتگاه قانونی انجمن صنفی، وظایف اساسی انجمن صنفی می باشد.

الف: هدف از ایجاد انجمن شامل موارد زیر است

۱- به منظور حفظ حقوق و منافع مشروع و قانونی

سال ۱۳۹۲ از جهاتی برای بخش بسته بندی کشور خوش یمن بود. در این سال تا این زمان دو شکل حرفه ای که ارتباط مستقیم با بسته بندی دارند به وجود آمدند. روز چهارشنبه ۱۳۹۲/۱۰/۴ مجمع عمومی در اتاق بازرگانی تحت عنوان "انجمن تولیدکنندگان قوطی فلزی صنایع غذایی" تشکیل شد. با توجه به این که حد نصاب اعضا برای تشکیل این انجمن ۱۵ نفر بود، با حضور ۱۹ نفر نماینده از شرکت های تولیدی از جمله صنایع بسته بندی ایران، صنایع قوطی تبریز، شرکت نظری و ... جلسه رسماً در ساعت ۱۴ آغاز شد.

در این انجمن میترا رفیعی زاده به عنوان نماینده وزارت کار حضور داشت. پس از صحبت های اولیه آقای رضایی در مورد تشکیل انجمن و قرار دادن متن اساسنامه در اختیار نماینده وزارت کار توسط وی، چند دقیقه ای وقت در اختیار رفیعی زاده قرار داده شد. او نیز نکاتی را در رابطه با اهداف انجمن و همچنین نکاتی در مورد قوانین اساسنامه این تشکل بیان کرد. از جمله این که پیش نویس اساسنامه توسط هیئت رئیسه خوانده شود، ۳ یا ۵ نفر از میان اعضا به عنوان هیئت رئیسه باید انتخاب شوند که این چند نفر ریاست انجمن را بر عهده دارند.







اساسنامه که مورد بحث و نظر خواهی است سخنانی را بازگو کرد.

در روند مباحث مبنی بر محل استقرار شرکت تصمیماتی گرفته شد که بدین شرح است:

الف) دریافت مبلغ حق عضویت ماهانه از هر یک اعضا به ارزش ۳۰۰۰۰۰ تومان

ب) دریافت ورودیه به ارزش ۲۰۰۰۰۰۰ تومان، جهت اجاره ملک.

پ) در زمینه تبلیغات شرکت و انجمن نیز بر اساس توافق اعضا مینا بر این شد که تبلیغات در روزنامه کثیرالانتشار و "دنیای اقتصاد" انجام گردد.

برای تشکیل جلسات بعد به این گونه بین اعضا توافق شد که دعوتنامه‌های مجمع عمومی از طریق روزنامه کثیرالانتشار و فکس صورت گیرد. در ضمن اعلام تصمیم‌گیری‌های مربوط به آدرس انجمن وظیفه هیئت مدیره می‌باشد.

پایان این جلسه انتخابات اعضای هیئت مدیره و بازرسین بود. کاندیدای این انتخابات دو گروه کاندیدای عضویت در هیئت مدیره:

- صنایع بسته‌بندی ایران
- صنایع بسته‌بندی مشهد
- صنایع قوطی تبریز
- ایران قوطی تنگه نور
- نیکان قوطی
- سهندحلب تبریز
- شرکت بهنام کوشا

و کاندیدای عضویت به عنوان بازرس: شرکت فر شرکت خوش‌نهال

شرکت نظری شرکت روژین تاک بر همین اساس اوراق رای‌گیری در اختیار اعضا قرار داده شد تا بنا به نظر خود به کاندیدای رای خود را اعلام کنند.

پس از انجام رای‌گیری آرا توسط اسدی ناظر انتخابات خوانده شد. بنا به نتیجه این انتخابات از میان کاندیدای هیئت مدیره:

- صنایع قوطی تبریز با ۱۵ رای
- صنایع بسته‌بندی مشهد با ۱۴ رای
- ایران قوطی با ۱۴ رای
- صنایع بسته‌بندی ایران با ۱۳ رای
- شرکت صنایع تکنور با ۸ رای

به عنوان "اعضای هیئت مدیره" اعلام شدند. در ضمن نیکان قوطی با ۷ رای و سهندحلب تبریز با ۳ رای به عنوان عضو "علی‌البدل" هیئت مدیره اعلام شدند.

و از میان کاندیدای عضویت به عنوان بازرس: شرکت فر با ۷ رای به عنوان "بازرس اصلی" و روژین تاک با ۵ رای به عنوان "بازرس علی‌البدل" انتخاب شدند.

در این میان نکته‌ای که در اساسنامه نوشته شده بود و بعد به اتفاق توافق اعضا تغییر کرد این بود که:

اعضای هیئت مدیره باید "حقیقی" باشند. اما با توجه به صحبت‌ها و نظرات انجام شده بین اعضای جلسه مینا این شد که اعضای هیئت رئیسه اشخاص "حقوقی" باشند و این شخص نماینده باید مدیرعامل یا یکی از اعضای هیئت مدیره و یا یکی از مدیران ارشد باشد.

۵- سعی در بهبود کیفیت تولید یا بررسی و شناخت روش‌های کنترل کیفیت

۶- پوشش برای هماهنگی در امور آموزش، ارتقای مهارت و تامین نیروی انسانی مورد نیاز، همکاری با وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و سایر دستگاه‌ها و نهادهای ذی‌ربط بر انجام آموزش‌های مربوط به حفاظت فنی و بهداشتی کار.

۷- تحقیقات لازم برای ارائه مزایای مشورتی و حقوقی در خصوص طرح‌های مربوط به قوانین کار و تامین اجتماعی و مسائل رفاهی و حقوق قانونی کارفرمایان به مراجع ذی‌ربط.

۸- دریافت ورودیه، حق عضویت و کمک‌های مالی داوطلبانه مطابق اساسنامه.

۹- همکاری در جهت تاسیس، تقویت و گسترش شرکت‌های تعاونی و صندوق قرض‌الحسنه منطبق با وظایف انجمن صنفی به منظور برخورداری اعضا از تسهیلات بیشتر...

پس از قرائت اساسنامه و معرفی اعضا نوبت به تایین محل استقرار، تبلیغات و اقدامات اولیه جهت راه‌اندازی شرکت شد.

منشی‌زاده (مدیرعامل ایران قوطی) به عنوان نایب رئیس چند دقیقه‌ای در مورد کلیت انجمن، رای‌گیری و انتخابات، محل استقرار و مسائل مالی مربوط به تاسیس شرکت و تبلیغات آن و همچنین اشکالات و ایرادات و مسائلی در خصوص مفاد



# استمداداران و مهدی رضاییان مدیر چاپ اندیشه آه

در ارتباط با آگهی پشت جلد

بیش از یک و نیم سال است که از انتشار اخبار خرید یک دستگاه ماشین افسست ورقی پنج‌رنگ راپیدا ۱۴۵ ک.ب.آ توسط چاپ اندیشه آمل گذشته ولی هنوز از راه‌اندازی آن خبری نیست. در آن زمان با محاسبه تاریخ بهره‌برداری از این خط پیشرفته چاپ، چشم‌انداز توسعه صنایع چاپ و بسته‌بندی در استان مازندران برای نیمه نخست سال ۹۲ از رشد بالایی برخوردار شد. اما با گذشت زمان نصب و راه‌اندازی این دستگاه در استان مازندران و نرسیدن آن، خنده بر لبان واحدهای تولیدی که در انتظار ارتقای کیفی سفارشات خود بودند خشکید و کشتی توسعه بخش چاپ و بسته‌بندی در استان مازندران به گل نشست. به نظر می‌آید با نصب این خط چاپ پیشرفته، منطقه مازندران دچار تحولی بزرگ در عرصه چاپ بسته‌های سلولزی می‌شد که متأسفانه تا امروز این امر تحقق نیافته است. گفتنی است شرکت نورتک تابان به مدیریت سعید علیرضایی به عنوان نماینده رسمی شرکت‌های ک.ب.آ و کدکاک نیز یک سوی این پروژه قرار دارد. پس از انجام نشدن تعهدات توسط شرکت نورتک، با شکایت چاپ اندیشه آمل از نورتک، این پروژه بزرگ منطقه شمال کشور قبل از ظهور

اتحادیه می‌گفت که این شرکت در یک پروژه چندین میلیارد تومانی با حکم اتحادیه صنف چاپخانه‌داران محکوم شده و فعلاً تصویر مخدوشی دارد، شاید از پذیرفتن ایشان به عنوان حامی جشنواره چاپ صرف نظر می‌کردند. من اعتقاد دارم، اگر برای دفتر چاپ و نشر وزارت ارشاد امکان دارد بیایند و گوشه‌ای از کار را برای کسانی که قرارداد بسته‌اند و قراردادشان توسط فروشنده‌ها یک‌طرفه است بررسی کنند. علاوه بر شرکت نورتک شرکت‌های دیگری نیز هستند. به این تخلفات باید رسیدگی شود. من از این متعجبم که آقای علیرضایی چطور می‌تواند چنین گزارشی بنویسد؟

ملی، حداقل از وضعیت گذشته یا حال او با خبر باشد و این که آیا حامی مالی به این صنف خیانت کرده یا خدمت؟ یا حداقل نظر صنف در این باره چیست. قبول بفرمایید که مطرح شدن هر حامی مالی در چنین مناسبت‌های بزرگ، تاییدیه‌ای بر عملکرد گذشته او می‌باشد و با توجه به این که همه اهالی صنعت چاپ ممکن است از واقیعت‌های موجود در زمان مقرر مطلع نشوند، و بیشتر تحت تاثیر اطلاعات تبلیغاتی و اعلام قضاوت‌های بی‌پایه و پیش از موعد قرار گیرند، باید بپذیریم که در این صورت اندیشه‌های آمل دیگری نیز به این جمع مال‌باخته‌ها اضافه خواهند شد. من مطمئن هستم اگر وزارت ارشاد از اتحادیه استعلام می‌کرد و

با این گونه اقدامات خود فقط می‌خواهند خود را از مخمصه‌ای که به دست خودشان ایجاد کردند رها کرده و در منظر عموم اهالی خردمند صنعت چاپ، قضاوت را به نفع خود تمام کرده و خود را مبرا و بی‌گناه جلوه دهند.

## \* در حال حاضر چگونه باید مشکل را حل کرد؟

\*\* ابتدا باید بر نکته‌ای تاکید کنم. همانطور که اشاره کردم، معمولاً رسم نیست طرفین پیش از پایان قطعی دادرسی خود را برنده یا بازنده اعلام کنند. زیرا می‌تواند آثاری بر کسانی که پرونده را دنبال می‌کنند داشته باشد. شما تصور کنید این خبر کذب به گوش کارگران و مشتریان من برسد. در واقع نشر این گونه موارد موجب تشویش اذهان شده و پرونده را در مسیری جدید قرار می‌دهد. ما حق خود می‌دانیم که آثار سوء احتمالی این کار را نیز دنبال کرده و در صورت لزوم دادخواست جدیدی وارد پرونده کنیم.

اما در پاسخ سوالی که پرسیدید باید بگویم من از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که سیاستگذار و متولی اصلی صنعت چاپ کشور می‌باشد هم گله‌ای دارم. این گلابه بصورت روشن ناظر بر انتخاب شرکت نورتک، با توضیحاتی که در بالا ذکر شد، به عنوان حامی مالی نمایشگاه صنعت چاپ سال جاری می‌باشد.

شما می‌دانید که اگر فردی حتی در پایین‌ترین سطح استخدامی و پست سازمانی حتی به شکل قراردادی بخواهد در یک مرکز دولتی یا وابسته به دولت استخدام شود، و یا این که افرادی که در انتخابات اتحادیه رای می‌آورند، باید از طریق مراجع ذی‌ربط تایید صلاحیت شوند. در بسیاری از مناسبت‌ها که در سطح ملی اثرگذاری دارند، حامیان مالی باید افرادی باصلاحیت باشند که از این طریق، سوء استفاده‌ای صورت نگیرد. از آن جا که مشابه مشکل پدید آمده در قرارداد فی مابین نورتک با اندیشه آمل، برای چند مرکز دیگر در صنعت چاپ در استان‌های اصفهان و فارس هم به وجود آمده بود، ما انتظار داشتیم این وزارتخانه بخصوص در شرایط استثنایی دولت جدید، بررسی لازم را از مرجع تخصصی این صنعت در بخش خصوصی که همان اتحادیه می‌باشد، قبلاً انجام می‌داد و در مورد حامی مالی یک مناسبت در سطح

## \* ماجرای این پروژه بزرگ و قرارداد چاپ اندیشه آمل با شرکت نورتک به کجا رسید؟

\*\* پس از صدور رای داور (از سوی حکم که همان اتحادیه چاپخانه‌داران تهران باشد) و گذشت بیش از یک ماه از آن و عدم تمکین آقای علیرضایی و نورتک، ناگزیر در دادگستری اقامه دعوی کردیم و در تاریخ ۹۲/۷/۱ من و جناب علیرضایی به مجتمع قضایی صدر رفتیم. در آن جا، طرف مقابل برای قاضی پرونده شبیهه ایجاد کرد که کمیسیون حل اختلاف اتحادیه، که رای را صادر کرده است، مجاز به صدور رای نبوده و خود اتحادیه (که در قرارداد به عنوان حکم تعیین شده) باید رای صادر می‌کرد. اگرچه متأسفانه این شبیهه تاخیری در رسیدگی ایجاد کرد، اما نظر اتحادیه بر این مبنا اعلام شد است که "اتحادیه به عنوان شخصیت حقوقی از طریق کارشناسان خود در کمیسیون‌های مختلف و متعددی که زیر مجموعه اتحادیه هستند، به حل و فصل اختلافات و صدور رای می‌پردازد." کما این که ما در صورت جلسه ۹۱/۱۲/۱۵ در اتحادیه چاپخانه‌داران تهران و با حضور آقایان نیکوسخن، تهرانی، رحیمی، علیرضایی و.. که صورت جلسه آن هم موجود است، توافق نموده و پرونده را به کمیسیون حل اختلاف اتحادیه واگذار کرده بودیم.

## \* پس در حال حاضر پرونده باز است و رای نهایی صادر نشده؟

\*\* بله، و نکته جالب این است که نه تنها طرفین این دعوی بلکه همه مردم هم می‌دانند که بعد از رای اولیه، هر دو طرف می‌توانند درخواست تجدید نظر کنند و تا زمانی که رای دادگاه تجدید نظر صادر نشود، نمی‌توان اظهار کرد که رای به نفع کیست. اما علی‌رغم این اصل بدیهی، متأسفانه آقای علیرضایی در اولین شماره بولتن داخلی مجله شرکت خود مدعی شده که دادرسی این پرونده تمام شده و حکم نهایی به نفع شرکت نورتک صادر شده و این فرمایش آقای علیرضایی بسیار ناپخته، زودرس و کذب محض است، چرا که پرونده هنوز به دادگاه تجدید نظر ارسال نشده و رای قطعی هم هنوز صادر نشده است. در حال حاضر پرونده هنوز از دادگاه بدوی به دادگاه تجدید نظر نرفته که رای نهایی صادر شود. پس می‌توان این گونه نتیجه‌گیری کرد که ایشان

دشواری‌های روز به روز شد. در یک نمونه گریبان بود و نیم میلیون بود. پروژه اند بود. امکان اجرا برای نورتک و هر چند در پروسه





# دزخ‌تازان ارشاد

در سالن چاپخانه وارد قوه قضائیه شد تا دعوای بین طرفین حل و فصل شود. شکایت ابتدا در اتحادیه چاپخانه‌داران تهران که در قرارداد به عنوان حکم تعیین شده بود مطرح و پس از صدور حکم به نفع اندیشه آمل از سوی اتحادیه، به قوه قضائیه رفت. اکنون این پروژه در حالی که همه در انتظار تحقق آن بوده و هستند در پیچ و خم امور قضایی مانده است. از آن جا که اصولا خبر این تحول بزرگ ابتدا از سوی چاپ اندیشه آمل مطرح شده بود و این مجله قبلا نیز مراحل اولیه پیگیری‌های حقوقی را اطلاع‌رسانی کرده بود، برای پیگیری دلیل متوقف ماندن پروژه و اقدامات انجام شده در جهت تحقق پروژه با نتیجه‌گیری اقدامات حقوقی، با مهدی رضاییان مدیرعامل این چاپخانه گفت و گوی دوباره‌ای انجام دادیم.

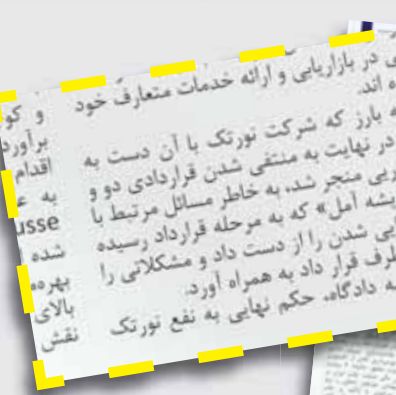
علاوه بر این که نمونه ماشین‌آلات ما، در استان مازندران اصلا وجود ندارد یا برای مثال سایر امکانات فنی ما نظیر دایکات بوبست، اس.تی.اس، جعبه‌چسبانی یا گنبرگ، دستگاه یووی، چاپ چهار و نیم ورقی چهار رنگ، مضاف بر سالن و امکانات و ۹۳ نفر نیروی انسانی که بالای ۶۰ نفر آنها تحصیلات از فوق دیپلم تا فوق لیسانس دارند را دارا می‌باشم. در عین حال همین ۹۳ نفر نیروی کار می‌تواند نشانه ۹۳ خانواده باشد که منبع درآمدشان از این چاپخانه است.

اعتقاد من بر این است، وزارت فرهنگ و ارشاد که متولی بنده است، نظارتی بر این صنعت داشته باشد و با تدابیر پیشگیرانه‌ای که اتخاذ می‌کند، راه بروز هر گونه اختلاف‌های بعدی را کاهش دهد. این اقدام می‌تواند تحت نظارت کمیته مشترکی با اتحادیه باشد که با اتکالی به تجارب تلخی همچون تجربه ما، محورهای لازم که باید در قراردادهای صنعت چاپ مورد نظر قرار گیرد، پیشنهاد نماید.

آیا کسی این گزارش را بررسی نکرده که آیا شرکت نور تک به صورت حقیقی، رضایت مشتری را جلب کرده و در حد اعلا کار می‌کند؟

**\* در واقع شما اعتقاد دارید که یکی از وظایف حمایتی وزارت ارشاد این باشد که نظارتی بر دعوایی که در حوزه چاپ رخ می‌دهد هم داشته باشد یا حداقل از آن باخبر باشد که در عرصه صنف چاپ حقی ضایع نشود؟**

\*\* بنده بتنهایی در میان مجموع ۲۱۳ چاپخانه دارای مجوز بهره‌برداری در استان مازندران ۱۷ درصد استعداد چاپ ورقی استان را در اختیار دارم.



## \* فروشنده چه مقدار پول از شما دریافت کرده است؟

\*\* ۸۴۹۷۲۱ یورو دریافت کرده است که این مبلغ بدون احتساب زیان‌های مستقیم وارد شده به شرکت چاپ اندیشه آمل و سود محبوس نمودن این پول که هنوز پرداخت نشده است می‌باشد.

## \* در حال حاضر که هیچ دستگاهی خریداری نشده این پول در کجا نگهداری می‌شود؟

\*\* تا کنون هیچ جواب روشنی نه از سوی کارخانه ک.ب.آ و نه از سوی نمایندگی رسمی آن یعنی نور تک به من داده نشده است. واقعا برای من ثابت شد که ک.ب.آ به عنوان یک شرکت بین‌المللی متاسفانه به هیچ عنوان اصول مشتری‌مداری را رعایت نمی‌کند بلکه فقط نمایندگی‌مداری را می‌داند. بنده به عنوان یکی از چاپخانه‌داران بزرگ، از مدیریت محترم ذی‌ربط در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، این توقع را دارم که پرونده را کاملا مطالعه کرده و در صورت لزوم از اتحادیه هم کسب اطلاع نماید تا بتواند شرکت نور تک را ملزم به انجام تعهدات خود کند تا پس از این، این شرکت نتواند مسئله‌ای کذب و دروغین را مطرح کرده و باعث انحراف اذهان شود.

آیا وزارت ارشاد هیچ گونه نظارتی بر مجله این شرکت ندارد که مسئله خلاف و دروغی گفته نشود. هدف از این کار چه بوده؟ انحراف اذهان بقیه چاپخانه‌دارها و هر فرد دیگری که با شرکت نور تک در حال معامله است؟

## \* هنگامی که رای نهایی صادر شود فارغ از این که به نفع شما یا به ضرر شما باشد، چه نوع برخوردی را از اتحادیه چاپخانه‌داران و وزارت ارشاد انتظار دارید؟

\*\* سقراط، ۳۰ قرن پیش، زمانی که محکوم شد جام زهر را بنوشد، به احترام قانون آن را نوشید. اعتقاد بنده هم بر همین است. با وجودی که مال‌باخته هستم، اگر قضات دادگاه تجدیدنظر به این باور برسند که من کذب می‌گویم و حق با آقای علیرضایی است، من آن رای را بالای سرم می‌گذارم و می‌روم. اما چنان چه حق من اثبات شود، هر حقی را که قانون برای من فرض کند، تا کمترین ذره خواهم گرفت.

بنده از هم‌صنفان خود می‌خواهم با هر شرکتی قرارداد می‌بندند و هر مبلغ پولی را پرداخت می‌کنند، حتما یک ضمانت‌نامه معتبر که بانک خود شخص چاپخانه‌دار تایید کند را بگیرند، تا به این مشکل دچار نشوند، که علاوه بر هزینه‌هایی که برای من ایجاد شده، در آستانه ورشکستگی قرار بگیرند.

همچنین توقع من از وزارت ارشاد این است که، اگر ما در مجموع ده یا بیست نمایندگی داریم، چرا عملکرد آن‌ها آنالیز نمی‌شود تا امثال من با تصور قانونی بودن یک نمایندگی، به این روز دچار نشوند. پولی که از چاپ اندیشه آمل به مبلغ ۸۴۹۷۲۱ یورو گرفته شده و در حال حاضر مدت نوزده ماه است که از پرداخت آن به شرکت نور تک گذشته، این چاپخانه را از نظر مالی در شرایط بحرانی قرار داده است.

من از جناب آقای برازش مدیرکل محترم دفتر امور چاپ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تقاضای عاجزانه دارم با توجه به تجربه بالای ایشان در چاپ آستان قدس رضوی و شناختی که ایشان از گردش کار چاپ دارند همچنین به عنوان عالی‌ترین مقام دولتی متولی امور چاپ کشور، ضمن مطالعه این پرونده، دستور رسیدگی به آن را صادر کرده و از فروشنده توضیح بخواهند که چرا علی‌رغم ناتوانی در تحویل اقلام مورد معامله همچنان پول دریافتی را پیش خود نگه داشته و یا احتمالا در جایی دیگر برای خود هزینه کرده است.

متاسفانه فروشنده محترم نه ماشین خریداری شده را تحویل می‌دهد نه پولی را که از بابت آن گرفته برمی‌گرداند.

در کجای دنیا مرسوم است که یک شخص پولی به این حجم در دریافت کرده اما نه توان تحویل ماشینی را که فروخته داشته باشد و نه بتواند در طول نوزده ماه و بعد از آن پولی را که دریافت کرده پس دهد. توجیهاتی هم که شنیده می‌شود شبیه اظهارات ویژه‌خوارانی است که تحریم را بهانه‌ای برای بازنگرداندن پول مردم به کشور عنوان کرده‌اند.

ما که از نور تک پاسخ قانع‌کننده‌ای دریافت نکردیم بلکه متولی امور چاپ کشور پاسخ قانع‌کننده‌ای برای این پرسش دریافت کند.

در محل دائمی نمایشگاهی آموزشی شرکت ایران روتاتیو (PTEC) برگزار شد؛

## سمینار تخصصی و کارگاه آموزشی مرکب های فلکسو و گراور با حضور آقای دکتر شیرماخر



دکتر شیرماخر را در ترجمه همزمان موارد مطرح شده همراهی می کردند.

کمپانی جی اس، یک کمپانی خانوادگی با سابقه ای بالغ بر شش نسل در زمینه تولید انواع مرکب های صنعت چاپ

کمپانی Jänecke and Schneemann (یانکه آند اشینمن) یا به اختصار J+S (جی اس) آلمان، یک کمپانی خانوادگی با سابقه ای بالغ بر شش نسل در زمینه تولید انواع مرکب های صنعت چاپ می باشد. دفتر مرکزی این کمپانی در هانور آلمان و با ۱۶۰ نفر پرسنل، پاسخگوی بیش از ۱۶۰۰ مشتری در بیش از یکصد کشور دنیا است.

شرکت ایران روتاتیو به دنبال شروع فعالیت خود در زمینه بازار فلکسو و گراور کشور و برگزاری سمینار اطلاع رسانی پیشین، پس از بررسی های لازم در خصوص نیازهای موجود در بازار فلکسو و گراور کشور در روز چهارشنبه ۲۰ آذر ۱۳۹۲ اقدام به برگزاری سمینار تخصصی و کارگاه آموزشی با حضور مدیر ارشد بخش مرکب های فلکسو و گراور کمپانی جی اس آلمان، آقای دکتر شیرماخر نمود. در این کارگاه آموزشی راهنمایی های لازم به منظور شناسایی ایرادات چاپی و راه حل های رفع مشکلات کار با مرکب های فلکسو و گراور به تفصیل بیان گردید.

سابقه حضور کمپانی جی اس در بازار ایران به سال ۱۳۸۴ در بخش مرکب های چاپ افست باز می گردد. عملکرد بسیار موفق این کمپانی طی این هشت سال به ویژه در زمینه کیفیت و ثبات بالا و نیز متناسب بودن مرکب های جی اس برای بازار افست کشورمان، سبب انتخاب این کمپانی به عنوان یک تولیدکننده معتبر اروپایی به منظور واردات مرکب های مورد نیاز بازار فلکسو و گراور ایران گردید.

مرکب های استاندارد و با کیفیت اروپایی و تعامل فنی با تولیدکنندگان عزیزمان سبب ارتقای هرچه بیشتر کیفیت تولیدات چاپی بسته بندی های انعطاف پذیر گشته و زمینه صادرات را بیش از پیش فراهم سازیم.

بر همین اساس در روز چهارشنبه بیستم آذر ماه، شرکت ایران روتاتیو پذیرای بالغ بر ۱۲۰ نفر از مدیران چاپخانه ها، مسوولین فنی و تولید و دست اندرکاران صنعت چاپ کشور در حوزه فلکسوگرافی و گراور بود.

اولین بخش سمینار پس از خیرمقدم به مهمانان، به معرفی کمپانی جی اس آلمان و زمینه فعالیت این کمپانی توسط آقای دکتر شیرماخر اختصاص داشت. آقای مهندس علی ظریف، مدیر پروژه های فروش شرکت ایران روتاتیو، آقای

هدف اصلی از برگزاری یک چنین سمینار و کارگاه آموزشی ای، ارتقاء سطح دانش فنی و کاربردی و همچنین پاسخ دهی به نیاز موجود بازار چاپ بسته بندی های انعطاف پذیر برای دستیابی به کیفیت و بهره برداری هر چه بهتر از ظرفیت های تولید بود. همانطور که می دانید عمده مصرف این نوع بسته بندی هادر صنایع غذایی بوده و بایست متضمن سلامتی مصرف کنندگان باشد. از این رو لازم است تا با شناخت بیشتر از تاثیر مواد و حلال ها به استانداردهای ایمنی و سلامتی چاپ بسته بندی های غذایی توجه ویژه ای گردد. به علاوه با توجه به پتانسیل های موجود برای صادرات، بر خود لازم دیدیم تا با کمک تجربیات یکصد و هفتاد ساله کمپانی جی اس آلمان در زمینه تولید و فروش



آقای دکتر شیرماخر، مدیر ارشد بخش مرکب های فلکسو و گراور کمپانی جی اس آلمان

آقای دکتر شیرماخر اینگونه کمپانی جی اس را توصیف می کند "از افتخارات کمپانی جی اس اعتقاد راسخ به این هدف مهم است که همواره باید شریک تجاری مشتریان خود و در کنار آنها باشد. جی اس تنها با داشتن یک چنین رویه ای است که می تواند با تمام تمایلات و گرایشات موجود در بازار آشنا گردیده و برای نیازهای هرچند پیچیده مشتریان و شرکای تجاری خویش، راهکارهای مناسب و مورد نیاز را ارائه نماید."





آقایان دکتر شیرماخر، مهندس ظریف و مهندس دری

کمپانی جی اس با برخورداری از خدمات شرکت آرگوس زیر مجموعه خود، با بکارگیری پیشرفته ترین تجهیزات آزمایشگاهی انجام آنالیزها و تحلیل های مورد نیاز برای ارائه خدمات به مشتریان را پشتیبانی می نماید

یکی از بخش های حائز اهمیت در کمپانی جی اس، بخش آرگوس است. در واقع آرگوس نام یکی از زیر مجموعه های کمپانی جی اس آلمان است که به ارائه خدمات تحقیقاتی به مشتریان می پردازد. این مجموعه مجهز به آزمایشگاه ها و تجهیزات پیشرفته و بروز آنالیزها و تحلیل های مورد نیاز برای ارائه خدمات به مشتریان جی اس به خصوص در زمینه استانداردهای بسته بندی های مواد غذایی در صنعت چاپ را پشتیبانی می نماید.

### کمپانی جی اس آلمان مرکب های خاص بسته بندی های مواد غذایی را با بالاترین استانداردهای جهانی عرضه می نماید

کمپانی جی اس آلمان به عنوان پیشرو در زمینه تولید مرکب های چاپ بسته بندی های انعطاف پذیر در دنیا، مرکب های خاص بسته بندی های غذایی را با بالاترین استانداردهای جهانی عرضه می نماید. در این عرصه تعداد تولیدکنندگان جهانی که بتوانند به تولید این گونه مرکب ها بپردازند محدود بوده، زیرا محصولات آنها باید دارای شرایط ویژه به منظور جلوگیری و یا عدم انتقال مواد مضر و سمی و حلال ها از مرکب به مواد غذایی باشد. بخش آرگوس کمپانی جی اس در این زمینه می تواند برای مشتریان در اقصی نقاط دنیا بسیار مفید و کارآمد باشد، چرا که با انجام آزمایشات و تحقیقات مورد نیاز، سلامت و ایمنی تولیدات غذایی را تضمین می نماید. این یکی از وجوه تمایز کمپانی جی اس به شمار می رود.

این بخش از سخنان آقای دکتر شیرماخر، پس از معرفی گستره ای از مرکب های خاص جی اس برای تولید چاپ بسته بندی های انعطاف پذیر در عرصه فلکسو و گراور به پایان رسید. پس از استراحتی کوتاه بخش بعدی سمینار، یعنی کارگاه آموزشی و تخصصی کار با مرکب های فلکسو و گراور و رفع ابهامات و ایرادات کار با مرکب، آغاز شد.

شرکت ایران روتاتیو برای اینکه بتواند به بهترین صورت ممکن، کارگاه آموزشی مورد

رشته شیمی کمپانی جی اس و مدیر ارشد بخش مرکب های فلکسو و گراور این کمپانی برگزار گردد. مهمان ویژه شرکت ایران روتاتیو در بخش کارگاه آموزشی آقای مهندس سیامک دری از کارشناسان و مدرسان صنعت چاپ بودند که به اتفاق آقای مهندس ظریف، آقای دکتر شیرماخر را در ارائه مطالب و تشریح آن برای مخاطبان همراهی نمودند.

### مواردی که در این بخش مطرح شد، گاه محصل سال ها تجربه اپراتوری ماشین آلات چاپ گراور و فلکسو می باشد که در این جلسه فرصتی مهیا شد تا بتوانیم تمامی اطلاعات مورد نظر را به اهالی فن و دست اندرکاران مربوطه ارائه نماییم.

در بخش مربوط به کارگاه آموزشی پس از بیان مقدمه ای کوتاه در مورد تکنولوژیهای فلکسو و گراور و طبقه بندی محصولات آن در بازار، مشکلات و ایرادات عمده در زمینه کار با مرکب در چاپ گراور و فلکسو با ارائه تصاویر مورد بررسی قرار گرفت و راهکارهای مناسب برای رفع هر یک نیز ارائه گردید. مواردی که در این بخش مطرح شد، چکیده ای حاصل از سال ها تجربه اپراتوری ماشین آلات چاپ گراور و فلکسو و کار با مرکب ها بود که در زمانی کوتاه به اهالی فن و دست اندرکاران ارائه گردید. از این بابت نیز مدیریت شرکت ایران روتاتیو و کلیه همکارانشان در این شرکت خداوند منان را شاکر هستند که توانستند در راستای ارتقای دانش عملی و کاربردی صنعت چاپ ایران عزیز در حوزه فلکسو و گراور گامی مؤثر بردارند.

نظر را برگزار نماید و به بیشترین تعداد سؤالات و ابهامات موجود در زمینه کار با مرکب در چاپ های فلکسو و گراور پاسخگو باشد؛ از سال گذشته شروع به بررسی و مطالعه دقیق شرایط موجود در بازار فلکسو و گراور کشور پرداخت. سرانجام پس از جمع بندی های صورت گرفته، موارد مطرح شده به عنوان مشکلات و نیازهای این عرصه به کمپانی جی اس ارسال شد و نهایتاً این سمینار و کارگاه آموزشی برنامه ریزی و اجرا گردید. طبیعتاً انجام کلیه مراحل ذکر شده بدون همکاری تنگاتنگ بخش تحقیقاتی و آزمایشگاهی کمپانی جی اس، امکانپذیر نبود. در عین حال، برای دستیابی به بهترین شکل پاسخگویی به نیاز بازار و سؤالات چاپکاران گرامی نیز تلاش گردید تا این سمینار و کارگاه تخصصی آموزشی با حضور یکی از متخصصین رشته شیمی کمپانی جی اس و مدیر ارشد بخش مرکب های فلکسو و گراور این کمپانی برگزار گردد. طبق برنامه ریزی های از پیش صورت گرفته توسط شرکت ایران روتاتیو و کمپانی جی اس، آقای دکتر شیرماخر در مدت اقامت یک هفته ای خود در تهران به اتفاق یک تیم مدیریتی و کارشناسی از ایران روتاتیو از مراکز چاپ فلکسو و گراور متعددی بازدید کرد و از نزدیک به بررسی وضعیت چاپخانه ها و تعاملات فنی با آنها به منظور افزایش میزان بهره وری و کیفیت کار چاپی در این مراکز پرداخت.

در عین حال، برای دستیابی به بهترین شکل پاسخگویی به نیاز بازار و سؤالات چاپکاران گرامی نیز تلاش گردید تا این سمینار و کارگاه تخصصی آموزشی با حضور یکی از متخصصین



آقای محمد شاپور اسفرجانی، مدیر عامل شرکت ایران روتاتیو



آقای دکتر شیرماخر و کارشناسان در حین پاسخگویی به سؤالات تخصصی شرکت کنندگان

جمع آوری و پاسخگویی در وب سایت شرکت ایران روتاتیو ([www.iranrotative.com](http://www.iranrotative.com)) ارایه گردد.

**آقای اسفرجانی عملکرد حرفه ای و مشتری مدارانه شرکت ایران روتاتیو را که در سوابق و عملکرد گذشته و حال این شرکت مشهود است، گواه تداوم قطعی این روند در زمینه چاپ فلکسو و گراور دانست.**

در آینده ای نزدیک نوید داد. آقای اسفرجانی عملکرد حرفه ای و مشتری مدارانه شرکت ایران روتاتیو را که در سوابق و عملکرد گذشته و حال این شرکت مشهود است، گواه تداوم قطعی این روند در زمینه چاپ فلکسو و گراور دانسته و از خداوند بزرگ برای موفقیت در زمینه حمایت هرچه بیشتر از فعالان این عرصه یاری خواست.

پایان بخش سمینار مراسم اهدای جوایز به برگزیدگان مسابقه برگزار شده بود که به قید قرعه به سه نفر از افرادی که به سؤالات توزیع شده بین حضار جواب درست داده بودند، سه دستگاه دوربین عکاسی دیجیتال حرفه ای کانن اهدا شد. در نهایت میهمانان شرکت کننده در سمینار پس از دریافت گواهینامه های حضور در سمینار و کارگاه آموزشی تخصصی و صرف شام بدرقه شدند.

در انتها آقای محمد شاپور اسفرجانی، مالک و مدیر عامل شرکت ایران روتاتیو، به جمع بندی مباحث مطرح شده سمینار پرداخت. ایشان از اینکه به اتفاق تیم همراهش در شرکت ایران روتاتیو توانسته است این بار نیز پذیرای تعداد زیادی از فعالان عرصه چاپ فلکسو و گراور باشد بسیار ابراز خرسندی نمود و برگزاری سمینارها و جلسات تخصصی اینچنینی را نیز

معرفی اجمالی مجموعه راهکارهای مناسب ارائه شده توسط شرکت ایران روتاتیو در صنعت چاپ افست و فلکسو توسط آقای ظریف، بخش بعدی سمینار را به خود اختصاص داد. جایگاه و اهمیت بازار چاپ بسته بندی در دنیای امروز محور اصلی این بخش از سخنان آقای ظریف بود. وی به بررسی راهکارهای اختصاصی چاپ بسته بندی مقوایی و انعطاف پذیر توسط کمپانی هایدلبرگ آلمان، گروه گالوس آلمان و سوییس و همچنین کمپانی سوما جمهوری چک پرداخت.



آقای مهندس علی ظریف، مدیر پروژه های فروش شرکت ایران روتاتیو

**سؤالاتی که فرصتی برای پاسخگویی به آنها مهیا نگردید پس از جمع آوری و پاسخگویی در وب سایت شرکت ایران روتاتیو ارایه خواهد گردید.**

سپس در بخش مربوط به پرسش و پاسخ، در حد امکان به سؤالات مطرح شده میهمانان توسط آقایان دکتر شیرماخر، مهندس علی ظریف و مهندس سیامک دری پاسخ داده شد و مقرر گردید تا مابقی سؤالاتی که فرصتی برای پاسخگویی به آنها مهیا نبود پس از



عکس یادبود با حضور شرکت کنندگان در سمینار





## مصاحبه با آقای دکتر شیرماخر، مدیر ارشد بخش مرکبهای فلکسو و گراور کمپانی جی اس آلمان؛ متأسفانه بازار چاپ فلکسو و گراور در ایران علیرغم داشتن پتانسیل، آنچنان که باید پیشرفت نداشته است!

انتظار اعلام می نماید.

۴- با در نظر گرفتن این نکته که اکثر چاپخانه های فلکسو و گراور ایران غالباً از مرکب های تولید داخلی استفاده می کنند، مزایای استفاده از مرکب های با کیفیت جی اس برای این مراکز چه خواهد بود؟ در صورت استفاده از مرکب های جی اس، چه مزیت های رقابتی در محصول تولید شده وجود خواهد داشت؟ یکی از مهم ترین مزایای استفاده از مرکب های جی اس، افزایش توانایی ماشین برای عملکرد مناسب و در نتیجه افزایش میزان راندمان تولید و نیز افزایش کیفیت کار چاپی است. در نتیجه حاصل آن تولید میزان محصول بیشتر با کیفیت بالاتر و قیمت تمام شده کمتر می باشد.

به علاوه برای برخورداری از راندمان تولید بالاتر و کیفیت بهتر، کمپانی جی اس سری مرکب های با درصد پیگمنت بالاتر خود را پیشنهاد می نماید که هم موجب افزایش بازده و کیفیت شده و همچنین سبب مصرف کمتر میزان مرکب و توانایی استفاده از نورد آنیلوکس ظریف تر و حساس تر برای تولید کیفیت های بالاتر می گردد.

بنابراین همانطور که ملاحظه می کنید، بسیاری از مشکلات و ایرادهای حین کار به نوع و ویژگی های مرکب های فلکسو و گراور بستگی دارد. یعنی در بسیاری از موارد نیازی به تغییر ماشین و یا سخت افزار مورد استفاده نیست و تنها با تغییر نوع مرکب و تعیین نمونه مناسب می توان به بسیاری از این راه حل ها دست یافت.

یکی دیگر از دلایل مهم استفاده از مرکب های جی اس، افزایش کیفیت تولید و دستیابی به کیفیت مطلوب برای صادرات به بازارهای منطقه و اروپا می باشد. رسیدن به این مهم تنها از طریق در اختیار داشتن دانش عمیق و کافی در مورد تمام شرایط لازم امکان پذیر می باشد. این شرایط هم مباحث فنی و تکنیکی لازم را در پروسه تولید شامل می شود و هم به آشنایی با قوانین بسیار سخت موجود در زمینه صادرات به بازارهای بین المللی و اروپایی مربوط می گردد. کمپانی جی اس با حمایت و پشتیبانی همه جانبه شرکت ایران روتاتیو در تمام زمینه های ذکر شده همه مشتریان خود را در موارد مورد نیاز آنها حمایت نموده و اطلاعات و شرایط لازم را در اختیار آنها قرار خواهد داد. چرا که مشتریان خود را شرکای تجاری خود می داند و موفقیت شرکای تجاری به معنی موفقیت خود کمپانی جی اس خواهد بود.

خوبی را در بازار چاپ افست ایران داشته است. به خصوص در بین مراکزی که خواهان تولید کارهای با کیفیت در ایران هستند، مرکب های جی اس طرفداران بسیاری دارد.

پس از ورود مؤثر شرکت ایران روتاتیو به بازار فلکسو و گراور ایران، کمپانی جی اس نیز تصمیم به گسترش تنوع مرکب های ارائه شده به این بازار گرفت. بنابراین با کمک شرکت ایران روتاتیو به مطالعه دقیق بازار فلکسوگرافی و گراور ایران پرداختیم و به این نتیجه رسیدیم که برای افزایش کیفیت تولیدات چاپ بسته بندی های انعطاف پذیر هم در عرصه مواد غذایی و هم در سایر زمینه های موجود باید انواع مرکب های مناسب مورد نظر را عرضه نماییم. با در نظر گرفتن شرایط بازار منطقه به خصوص بازار ترکیه که پیشرفت های بسیاری به ویژه در سال های گذشته داشته است، متأسفانه بازار چاپ فلکسو و گراور در ایران علیرغم پتانسیل، آنچنان که باید پیشرفت نداشته است. بگونه ای که اکنون شاهد آن هستیم که منابع مالی بسیاری از ایران برای برونسپاری اینگونه تولیدات چاپی به بازار ترکیه، از ایران خارج شده و به جیب رقبا خارج از ایران سرازیر می شود.

یکی از مهم ترین دلایل ضعف موجود در بازار ذکر شده، نبود کیفیت های مورد نظر و تطابق با استانداردهای جهانی شناخته شده، به ویژه در زمینه چاپ بسته بندی های مواد غذایی در ایران می باشد. با در نظر گرفتن نقش انکارناپذیر کیفیت مرکب های استفاده شده در کیفیت نهایی کار چاپی، بر آن شدیم تا با کمک شرکت ایران روتاتیو سطح کیفیت محصولات چاپ شده در ایران را ارتقا داده تا تولیدکنندگان با پتانسیل ایرانی بتوانند علاوه بر تولیدات داخلی، حتی به فکر صادرات به بازارهای جهانی و اروپایی نیز باشند.

کمپانی جی اس با توجه به برنامه ریزی های صورت گرفته با شرکت ایران روتاتیو، آمادگی خود را برای ارائه کمک های ممکن جهت ارتقاء کیفیت چاپ در حد مطلوب و مورد

۱- لطفا خودتان را معرفی کنید و در مورد کمپانی جی اس توضیح دهید.

من کریستین شیرماخر، مدیر ارشد بخش مرکب های فلکسو و گراور کمپانی جی اس آلمان و دارای مدرک دکترا در رشته شیمی هستم.

کمپانی J+S (جی اس)، یک کمپانی خانوادگی می باشد که در سال ۱۸۴۳ تأسیس شده و هم اکنون بیش از شش نسل است که به فعالیت خود ادامه می دهد. کمپانی جی اس همواره در زمینه تولید انواع مرکب در تمام زمینه های صنعت چاپ افست لیتو و یووی، گراور، فلکسو، اسکرین و در حال حاضر نیز دیجیتال در بازار پیشرو بوده و به خاطر برخورداری از بروزترین و جدیدترین تکنولوژی های مورد نیاز همواره توانایی خود را در ارائه بهترین راهکارهای مورد نیاز مشتریان حفظ نموده است.

با توجه به تجربیات ارزنده تیم تحقیقاتی و آزمایشگاهی کمپانی جی اس، از سال ۲۰۱۱ بر روی افزایش کیفیت مرکب های سری Migrastar کمپانی جی اس برای چاپ فلکسو و گراور تمرکز نموده ایم تا بهترین کیفیت ممکن را برای تولید بسته بندی های مناسب مواد غذایی ارائه دهیم.

۲- جایگاه کمپانی جی اس به عنوان یک تولیدکننده مرکب در صنعت چاپ در مقایسه با سایر تولیدکنندگان مرکب چگونه است؟ در بین تولیدکنندگان مرکب با ابعاد سازمانی متوسط، کمپانی جی اس آلمان از نظر گستره و تنوع مرکب های تولیدی برای تکنولوژی های گوناگون صنعت چاپ پیشروست و به جز انواع محدودی، تمام انواع مرکب های چاپ را تولید می کند.

۳- دلیل سفر شما به ایران چه بوده است؟ همانطور که می دانید کمپانی جی اس آلمان در طی سالیان گذشته از طریق همکاری با شریک تجاری خود شرکت ایران روتاتیو فروش بسیار

آدرس دفتر مرکزی: تهران / خیابان سهروردی شمالی / خیابان دکتر قندی / سیبویه شمالی / نبش کوچه دوازدهم / پلاک ۲ / ساختمان هایدلبرگ

تلفن: ۰۶-۸۷۷۸۱۱۰۵ / فکس: ۸۸۵۱۹۷۴۷ / www.iranrotative.com

# تشخیص تفاوت‌ها

حال که دیگر ارائه محصولات خوب با برچسب شخصی هم فروشگاه‌ها را راضی نمی‌کند، شروع به تولید برندهای شراکتی کرده‌اند که تمامی نشانه‌های یک برند FMCG را دارند (تا حدی که مصرف‌کنندگان دیگر تفاوت یک محصول مارک‌دار و محصول مشابه با برند مشارکتی را تشخیص نمی‌دهند).

Joe Schurtz، معاون اجرایی موسسه Per-ception Research Services توضیح می‌دهد که "آن چه شما شاهد آن بوده‌اید این است که صاحبان برندهای شخصی ارزش استراتژیک بسته‌بندی را دریافته‌اند. آنها آگاهانه تصمیم گرفته‌اند که یکی از سه مسیر متفاوت را دنبال کنند. اولین مسیر این است که به پول اهمیت بدهید، بنابراین ظاهر بسته‌بندی را چنان ساده طراحی کنید که خریداران این سیگنال را دریافت کنند که این یک گزینه خرید ارزان قیمت است. دومین رویکرد دارایی استقراری شده است، که در آن برند دارای برچسب شخصی از رنگ، طراحی و معماری رهبر گروه محصولات استفاده می‌کند تا نشان دهد که محصولش ویژگی‌های مشابه را با قیمتی پایینتر ارائه می‌کند."

"مسیر سوم این است که یک ظاهر مارک‌دار انتخاب کنیم و این جاست که برچسب خصوصی مطرح می‌شود. این کار در گروه‌هایی انجام می‌شود که ممکن است آگاهی یا وفاداری زیادی نسبت به برند نداشته باشند بنابراین بتوان بسته‌بندی و لوگوهای با برچسب شخصی طراحی کرد که همان اعتبار محصولات مارک‌دار را داشته باشد. آن چه آنها سعی دارند انجام دهند محکم کردن جای پایشان در سطح برند و جلب توجه مصرف‌کنندگان است." تحقیقاتی که اخیراً Which? منتشر کرده است نشان می‌دهد که این تاکتیک جواب می‌دهد و ۱۸ درصد اعضای گروه مشتریان می‌گویند که عمداً یک محصول با برچسب شخصی خرید می‌کنند چون شبیه یک نمونه مارک‌دار است.

این رقم در سال ۲۰۰۸، ۴۰ درصد بود. به نظر می‌رسد این استراتژی کارآمد است. تحقیقات بازار که اوایل امسال توسط آژانس him! انجام شد، نشان داد که ۲۲ درصد خریداران بریتانیایی قصد داشتند در سال ۲۰۱۳ غذا و نوشیدنی بیشتری با برند شخصی خریداری کنند. علاوه بر این، در ژوئن امسال، ۳۱ درصد مصرف‌کنندگان بریتانیایی گزارش دادند که از ارقام مارک‌دار به سراغ فروشگاه‌های برند شخصی که ارزانتر هستند می‌روند. (Mintel)

## توسعه برچسب شخصی

در واقع مجموعه‌های برچسب شخصی سوپرمارکتی پدیدهای جدیدی نیستند. Sainsbury's (یکی از قدیمی‌ترین فروشگاه‌های زنجیره‌ای بریتانیا) ۱۳۰ سال است که محصولاتی با برند شخصی می‌فروشد.

اما در دهه ۱۹۷۰، به دنبال یک رکود پایدار، چندین فروشگاه به محصولاتی با برند شخصی روی آوردند. در حالی که کارشناسان صنعت معتقدند که در ۱۹۷۰ محصولاتی با برند شخصی تنها حدود ۲۰ درصد بازار خرده‌فروشی را شامل می‌شدند، در دهه بعدی برند شخصی توسعه بیشتری یافت.

امروزه محصولات برند شخصی بخش قابل توجهی از درآمد برخی سوپرمارکت‌های بزرگ را تشکیل می‌دهند (درآمد کنونی Sainsbury's به طور مساوی بین محصولات برچسب شخصی و مارک‌دار تقسیم می‌شود) و به گفته Justin King مدیر اجرایی ارشد Sainsbury's، این موضوع هیچ اشکالی ندارد. سال گذشته او به شبکه Radio4 گفت که خواروبار با برچسب شخصی نقش مهمی در محیط فروشگاه‌های خرده‌فروشی بازی می‌کند و "برندها را صادق نگه می‌دارد". این استدلال معتبر است، اما به نظر می‌رسد در چند سال گذشته برخی از خرده‌فروشان خواروبار یک استراتژی جدید را انتخاب کرده‌اند که ممکن است چنین نیت صادقانه‌ای نداشته باشد: خلق محصولات مشابهی که در برخی مواقع جایگزین محصولات مارک‌دار موجود در قفسه‌های فروشگاه می‌شوند.

برچسب‌های شخصی همچنان با افزایش تعداد فروشگاه‌هایی که در خطوط تولید جدید سرمایه‌گذاری می‌کنند، رو به رشد هستند. اما آیا این خطر وجود دارد که مصرف‌کنندگان در مورد برندها سردرگم شوند؟ Simon Creasy چگونگی اجتناب از این سردرگمی را بررسی می‌کند.

در طی دو سال گذشته راهروهای سوپرمارکت‌های اروپا لبریز از انواع مختلف NDP شده‌اند. برندهایی مثل سری غذای ایتالیایی Parioli، بستنی ویژه ChokaBlok، غذای گربه NutriCat، ماست Yoo و سوپ New York به لطف بسته‌بندی چشمگیر و قیمت پایین، سروصدای زیادی به پا کرده‌اند.

اما در حالی که این بسته‌ها ممکن است همان ویژگی‌های همتایان مارک‌دار گروه خود را داشته باشند، اگر پرینت کوچک روی بسته را به همراه نوشته "ساخته شده در بریتانیا برای Tesco" بخوانید، معما آشکار می‌شود. این به خاطر این است که این محصولات دارای برچسب‌های شخصی (Private Labels) یا "برندهای مشارکتی" هستند که مالک آنها خود فروشگاه است (یعنی این محصولات تنها در فروشگاه‌های Tesco عرضه می‌شوند).

Tesco، همانند فروشگاه‌های رقیبش در ۵ سال گذشته میلیون‌ها پوند در توسعه محصولاتی سرمایه‌گذاری کرده است که ظاهر، بو، صدا و طعمی مشابه برندی را دارند که توسط یکی از گروه‌های بزرگ FMCG تولید می‌شود.

قضیه تنها منحصر به برندهای مشارکتی نیست. طی دو سال گذشته منابع زیادی در طراحی مجدد برچسب‌های شخصی استاندارد سرمایه‌گذاری شده‌اند که در این بین تغییر شکل نوارهای Value متعلق به Tesco و مجموعه "by Sainsbury" به بازار آمده، شرکت Morrison سری M خود را بازنگری کرده و ورود سری Love Life شرکت Waitrose نمونه‌هایی از آن هستند.

وسعت جنبش برچسب شخصی در آمار بیشتر مشخص است. بر طبق Mintel، ۵۱ درصد تمامی مواد غذایی و نوشیدنی بریتانیا که در سال ۲۰۱۲ وارد بازار شده‌اند دارای برچسب شخصی بودند که





## خطرات تولید برندهای شخصی

Caroline Dilloway، رئیس خدمات مشتریان Elmwood معتقد است اگرچه فروشگاه‌ها ممکن است مزایای این استراتژی را دریافت کنند، این رویکرد در صورت بروز اشتباه می‌تواند خطرناک باشد. به گفته Dilloway، "اگر یک برند شخصی شبیه به یک برند دیگر باشد، آن وقت مشتری در شرف مقایسه قرار می‌گیرد، که به این معناست که برند شخصی بد قیمت‌گذاری شده است، به ویژه هنگامی که برندها تخفیف می‌خورند و گاهی قیمتشان پائینتر از برند شخصی می‌شود. با این حال، این توازن مناسبی است چون برای هر گروه از محصولات سرخ‌هایی وجود دارد که برندهای پیشرو آنها را خلق می‌کنند و اگر مشتری آنها را روی محصول نبیند مشتریان ممکن است اصلا فلسفه محصولی که با برند شخصی ارائه شده است را درک نکنند.

یکی از راه‌های حل این مشکل برای فروشگاه‌ها سرمایه‌گذاری زمان و پول بسیار در طراحی محصولات است تا بتوانند روی قفسه فروشگاه به چشم آمده و با امتیازات خود توجه مصرف‌کنندگان را به خود جلب کنند. Nick Verebelyi، مدیر خدمات مشتریان R Design می‌گوید "این موضوع در جایی که قدرت برندهای فروشگاه‌ها آن قدر زیاد است که سرمایه زیادی برای محصولات خودشان به ارمغان می‌آورد که اغلب در ذهن مصرف‌کنندگان از سرمایه برندهای مستقل فراتر است، کاملا منطقی است."

او استدلال می‌کند که طراحی خوب برند دارایی انحصاری مالکین برند نیست و نمونه‌های فراوانی از فروشگاه‌ها هستند که برای تولید برندهای شخصی قدرتمند سخت کار کرده‌اند.

Verebelyi می‌گوید، "مثلا، ما نمونه‌هایی از برندهای مستقلی مانند نوشیدنی انرژی‌زای KX برای Tesco خلق کرده‌ایم که یک شخصیت ویژه و مستقل داشته و طراحی محصول این شخصیت را انعکاس می‌دهد. ضمنا، در گروه‌هایی مثل چای، تنقلات همراه بسته‌نی یا وسایل حمام کودک، ما یک زبان طراحی کاملا منحصر به فرد ایجاد کرده‌ایم که کیفیت و اصالت را نشان دهد چون قدرت و اعتبار برند Tesco این پتانسیل را دارد. به عقیده ی Wright، مدیرعامل Greenwich Design، علت عمده این مسئله این است که سوپرمارکتها از مکانهایی برای فروش محصولات دیگران به محل فروش محصولات شناخته شده و جذاب خودشان تبدیل شده اند.

Wright می‌گوید، "زمان، رقابت و درک برند به این موضوع کمک کرده است. چهل سال پیش

با وجود برچسب‌های شخصی مثل Harrods یا Fortnum و Mason، تنها محصولات مارک دار روی قفسه‌های آشپزخانه‌ها دیده می‌شدند. سی سال پیش Marks & Spencer به جمع برچسب‌های شخصی اضافه شد. اکنون Waitrose و Sainsbury's به آنها پیوسته‌اند. حقیقت این است که سوپرمارکت‌ها تجربه و درک زیادی از شیوه نگرش مصرف‌کننده دارند و اغلب از متقاعد کردن، اعتمادسازی و وفاداری در برند، از برندهای بزرگ بهتر هستند. این نکته آخر به گفته Dillo-way از شرکت Elmwood خیلی مهم است. اگرچه او معتقد است که علت رشد برندهای شخصی این است که در این دوران پراز تنگنا، مصرف‌کنندگان به قیمت بیشتر توجه می‌کنند، و برندهای شخصی اغلب ارزانتر هستند، به این هم فکر می‌کند که این محصولات موفق بوده‌اند چون فروشگاه‌ها توانسته‌اند اعتبار خود را در زمینه استاندارد و تضمین کیفیت اثبات کنند.

"فروشگاه‌ها به طور کلی توانسته‌اند انسجام خود را نشان دهند، و اعتماد مشتریان را به دست آورند درحالی‌که برخی از برندهای بزرگ در نظر مردم صادق نیستند که نمونه آن رسوایی گوشت اسب است. وقتی یک برند شخصی با افتخار از برند فروشگاه‌ها صحبت می‌کند - چه یک برند اصلی باشد و چه یک برند فرعی - مهر تأیید فروشگاه را بر خود می‌زند. اما شاید مهمتر از همه این باشد که فروشگاه‌ها امروزه در رویکرد خود به طراحی برندهای شخصی بهتر از آنچه در یک دهه گذشته یا بیشتر انجام می‌دادند، عمل می‌کنند.

Benjamin Punchard، آنالیزست ارشد بسته بندی بین المللی Mintel می‌گوید، به این ترتیب، اگرچه من در نتیجه تحقیق Which? مبنی بر اینکه مصرف‌کنندگان همچنان محصولات با برند خصوصی را به جای محصولات مارک دار اشتباه می‌گیرند تردید ندارم، به این هم معتقدم که این موضوع رفته رفته اهمیت خود را به عنوان یک استراتژی بسته بندی برای فروشگاه‌ها از دست می‌دهد. او به استفاده خلاقانه Sainsbury's از کارتن‌های مایع به جای قوطی برای گوجه فرنگی و حبوبات کنسرو شده اش (که برخی برندها از آن تقلید کردند)، و حرکت اخیر Marks & Spencer در تغییر شیشه‌های خیارشور به ظروف PET، به عنوان نمونه‌هایی از فروشگاه‌هایی اشاره می‌کند که به جای دنباله روی به دنبال نوآوری هستند.

علی‌رغم این مقاصد ارزشمند، هنوز مواردی رخ می‌دهد که فروشگاه‌ها متهم به تقلید می‌شوند. Punchard می‌گوید، "مشکل معمولاً زمانی ایجاد می‌شود که یک برند برای ایجاد یک گروه محصول جدید سرمایه‌گذاری کرده و بعد یک برند شخصی می‌خواهد یک محصول رقیب را به بازار معرفی کند. تنها سرخ‌های بسته بندی که مصرف‌کنندگان با آنها آشنا هستند به برند آغازکننده برمی‌گردد، بنابراین برای گفتن این نکته به مشتریان که محصول جدید همان کار را انجام می‌دهد، کپی کردن برخی از آن نکات ساده ترین راه است."

یک مثال جدید و خوب این مسئله قهوه یخی Morrison's است که شباهتهای زیادی به قهوه یخی Jimmy's دارد که یک برند خصوصی و کوچک است. در ماه جولای، نشریه صنعت غذا و نوشیدنی گزارش داد که قهوه یخی M در همان کارتهای ۳۳۰ میلی لیتری Tetra Prisma Aseptic که مورد استفاده Jimmy's هم هست بسته بندی خواهند شد، اما RSP برند فروشگاه‌های حدود ۴۰p کمتر از نمونه مارک دار است.

به عقیده Wright از Greenwich شاید متواضعانه ترین شکل تملق گویی باشد، اما فروشگاه‌ها باید مطمئن شوند که برای اجتناب از نارضایتی مصرف‌کننده، هنگامی که محصولاتی با برند شخصی تولید می‌کنند، توازن لازم برقرار می‌شود. Wright هشدار می‌دهد که "بعضی نکات مشترک وجود دارند که هر گروهی باید برای فروش محصول و برند خود از آن استفاده کند، اما تقلید آشکار در سطوح مختلف اشتباه بوده و نهایتاً بر ملا خواهد شد. فروشگاه‌ها باید این هشدار را جدی بگیرند."

### برچسبهای شخصی در آمار

#### ۵۱ درصد

تمامی محصولات غذا و نوشیدنی که در ۲۰۱۲ وارد بازار شده‌اند دارای برچسب شخصی بوده‌اند

#### ۲۲ درصد

خریداران بریتانیایی تمایل دارند که در سال ۲۰۱۳ بیشتر غذا و نوشیدنی با برند شخصی خریداری کنند

#### ۳۱ درصد

مصرف‌کنندگان بریتانیایی به جای محصولات مارک دار کم به سراغ فروشگاه‌هایی با برچسب شخصی می‌روند

#### ۶۰ درصد

خریداران بریتانیایی گفتند که محصولاتی با برند شخصی می‌خرند چون ارزانتر است



# 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.

به‌آسانی بسته‌های tamper-evident را باز و مجدداً می‌بندد و طول عمر محصول بالا رفته و هویت نشان تجاری Walkers محافظت می‌شود. کیفیت چاپ و فرم بسته‌بندی عالی Printpack ظاهر و ویژگی‌های نمایش آن روی قفسه را تقویت می‌کند. بسته جای متمایز برای قراردادن برچسب قابل سیل مجدد دارد که می‌توان به سادگی آن را پیدا کرد.

## ۲۷- محصول: جعبه Dumpling برنج ۲۰۱۲

این بسته برای جشن فستیوال Dragon Boat تولید شده است و طوری طراحی شده است که شبیه یک Dumpling برنج باشد، که غذایی است که مرتبط با فستیوال Dragon Boat است. جعبه ظاهراً سه قسمت دارد و همانند dumpling یک قسمت از لفاف آن برای نشان دادن محتویات برداشته شده است. بسته یک قاعده مستطیل داشته و به خوبی روی سطح می‌ایستد، اما بالای آن تخت بوده و هنگامی که از کنار به بسته نگاه می‌شود، یک شکل مثلثی دارد.

## ۲۸- محصول: شکلات‌های Rich

این پروژه برای تقویت خدمات غذایی شرکت Rich's ضروری بود که ارائه دهنده کیک و دسر است. خواست ما این بود که کیفیت و خدماتی را که Rich's به قنادهای بزرگ ارائه می‌دهد از طریق بسته بندی قابل انتقال باشد، یعنی یک محصول ممتاز با عملکرد عالی جهت استفاده حرفه‌ای. تصویر قنادها لذت کار گروهی را نشان داده و تصویر دسر اشتها را تحریک می‌کند.

## ۲۹- محصول: SM Kids

خط بسته بندی ساندویچ دو جنبه توسعه ای مهم داشت: ساختاری و طراحی گرافیکی. این پروژه در حال ارتقای سیستم تولید گرافیکی بسته است تا با استفاده بهتر از مواد و ساده کردن مرحله سرهم سازی هزینه‌ها را برای شرکت کاهش دهد. طراحی گرافیکی بسته با استفاده از عناصر سرگرم کننده و رنگهای شاد دنیای جادویی کودکانه را نشان می‌دهد تا موجب ارتباط کارآمد و مستقیم با مصرف کننده هدف شود.

## بخش مواد غذایی

### ۲۳- نام محصول: Poli Pate

بسته Poli Pâté یک بسته سفارشی برای راحتی مشتری و اثرگذاری روی قفسه فروشگاه است. این بسته روی قفسه جذابیت داشته و به مصرف کننده اجازه داده که بسته را بدون فشار کنترل شده کاملاً خالی کند. چالش‌های فنی بسته شامل ایجاد یک محافظ مهندسی شده بود که آن را برای مدت یک سال به محصول ثابت روی قفسه تبدیل کرد. که با استفاده از یک فیلم PE ساخته شده (عمر قفسه‌ای ۶۰ روز). Ampac یک فیلم PP و یک تیوب را با قابلیت بستن و استفاده مجدد بازسازی کرد که عمر قفسه‌ای را تا ۱۲ ماه در ۴ درجه سانتی گراد بدون cool chain افزایش داد.

### ۲۴- محصول: بسته بندی ممتاز برای میوه

بسته بندی عالی برای میوه از مقوای موج دار با کاغذ گلاسه و چاپ فلکسی ۵ رنگ که تا ۵ کیلو میوه را می‌توان در آن قرار داد. مواد قفسه آن از EB و پوشش آن از E ساخته شده و ظاهر شیک و داشته و حمل محصول در آن بسیار بهینه و مقرون به صرفه است. این بسته جدید مناسب یک بسته خانوادگی در مقایسه با بسته های استاندارد، ۰ درصد کاهش هزینه دارد. نیز بسته بندی ممتاز باعث می‌شود به ازای هر کیلوگرم میوه، ۱۵ درصد قیمت را بالاتر ببرید.

### ۲۵- محصول: قوطی Pure Magic

یک بسته خلاقانه به شکل استوانه است که از مقوا و گرافیکهای چاپ شده عالی با استفاده از تکنولوژی افست UV و ایجاد افکتهای ترکیبی جلا و مات ساخته شده است تا ظاهر جذابتری روی قفسه فروشگاه داشته باشد.

### ۲۶- نام محصول: اولین کاربرد تکنولوژی

"سیل مجدد" VFFS شرکت Printpack در همکاری با برچسبهای Macfarlane اولین بار است که این فرمت قابل بستن مجدد روی یک VFFS (سیل عمودی) به کار می‌رود. مصرف کننده



۲۳



۲۴



۲۶



۲۹



۲۸



۲۷

۲۵





**۳۵ - محصول: جعبه حمل دو تکه مارچوبه**

جعبه حمل دو تکه مارچوبه شرکت Gourmet Trading Company همان کارایی بسته قبلی را دارد در حالیکه تازگی محصول، نمایش نشان تجاری، جذابیت قفسه‌ای، قابلیت انبارش و کارآمدی جابجایی در آن افزایش یافته است. شرکت Gourmet Trading Company بیش از ۱/۸۶۱/۱۳۸ جعبه به Wal-Mart فروخته است و این فروشگاه جعبه‌ها را برای مارچوبه به کار گرفته است.



۳۲

**۳۶ - محصول: جوانه های نخودفرنگی VHB**

برای سری J Sainsbury "taste the difference" در و سینی مقوایی (با جداره PET) ۵ بسته "جوانه نخودفرنگی" را در خود جای می‌دهند که در یک کیسه پلاستیکی که مانع از ورود آب به مقوای موجدار می‌شود رشد می‌کنند. سینی با جداره PET کیسه‌های پلاستیکی (دارای سوراخهایی برای تخلیه) را نگه داشته و باعث می‌شود فرآیند رشد حین بسته بندی و انتقال ادامه یابد. بسته موجدار جدید باید انعطاف پذیر می‌بود تا با تغییر از سینی پلی استایرن شکل داده شده با گرما به یک ماده کاغذی سازگاری پیدا کرده و در عین حال برای انبار و توده کردن به اندازه کافی قوی باشد.



۳۳



۳۴

**۳۷ - محصول: "جعبه تخم مرغ Zurück zum Ursprung"**

جعبه تخم مرغ سازگار با محیط زیست ابتدائاً از مقوای موجدار ساخته شده است؛ قسمت داخلی آن کارتنی است. تقریباً کل قسمت داخلی و خارجی جعبه با فیبرهای بازیافت شده ساخته شده است. ماده FSC استفاده شده شامل حداقل ۸۵ درصد ضایعات جمع شده از مصرف کنندگان است. انرژی پروسه ساخت از برق حاصل از منابع تجدیدپذیر تامین می‌شود (که با معیارهای Greenpeace هماهنگ است). جوهر فاقد روغن معدنی برای چاپ استفاده شده و اطلاعات مصرف کننده را می‌توان به شکلی موثر روی بسته قرار داد.



۳۵

**۳۸ - محصول: بسته بهترین سوپ های Tesco**

بسته Tesco نسبت به بسته‌های استاندارد دارای تفاوت محسوسی است، چون برای تبلیغات روی آن از فیلم چاپ شده فلکسوگرافی استفاده شده است، که دستاوردی است با کیفیت چاپ روتاگراور قابل مقایسه و رقابت است. نتیجه این تکنولوژی جذابیت عالی روی قفسه، گرافیک استثنائی و چاپ فلکس یکدست است. استفاده از جوهر فلکسوگرافی برای روتاگراور، دامنه گزینه‌های بسته بندی retort را گسترش می‌دهد. بسته Tesco چاپ شده به طریق فلکسوگرافی یک دستاورد فنی و گرافیکی است که یک موفقیت هزینه‌ای در چاپ فلکس به حساب می‌آید



۳۸

**۳۰ - محصول: خانواده نودل SOBA با در و ویژه**

خانواده نودل ژاپنی در ظرفهای مشکی با طرح و شکل جدید و منحصر به فرد که با تکنولوژی IML و درهای رنگی ساخته شده بودند، پا به بازارهای اروپایی گذاشت. درها عملکرد فیلترینگ فعالی حین آماده سازی غذا دارند و رنگهای مختلف آنها نشان دهنده طعم نودلهاست. Nis-sin اولین تولیدکننده سوپ نودل در جهان این غذاهای ویژه را با این شکل بسته بندی به اروپا معرفی کرده است.



۳۰

**۳۱ - محصول: Stairway**

Stairway یک سینی عمودی اتوماتیک با پلکان عمودی اتوماتیک است. محصول اکنون ۲ قسمت دارد که در مقایسه با قبل که دارای سه قسمت بود، ۲۲ درصد در مواد صرفه جویی شده و فرآیند بسته بندی تسهیل شده است. Stairway یک اختراع کاملاً امتحان شده است که هماهنگی خوبی با زنجیره تقاضا و ظاهر قفسه‌ای دارد. هر طبقه آن می‌تواند تا ۴ محصول اولیه را نشان دهد.

**۳۲ - محصول: Stapack**

Stapack یک نوآوری انقلابی در بسته‌بندی فست فود به ویژه برای حمل غذا است که ناشی از نوع کاغذ به کار رفته برای حفظ فضا هنگام انبارش بوده و به راحتی تا می‌شود. هنگام استفاده از Stapack تنها کافی است باله را به داخل تای جعبه وارد کرد تا محکم شود، برای بلند کردن هر توده Stapack تنها یک دسته لازم است.

**۳۳ - محصول: نمایشگر دمای Tempix**

نمایشگر دما - ساعت Tempix کل زنجیره سرد از تولیدکننده تا صندوق فروشگاه را ایمن می‌کند. این نمایشگر کارکردی عالی داشته، فهم آن ساده بوده، ارزان قیمت است و با تکنولوژی اثبات شده امروزی ساخت آن آسان است. نمایشگر را می‌توان در یک محدوده دمای گسترده با دقت بسیار بالا تنظیم کرد. با این وسیله، شفافیت افزایش یافته و مرزهای مسئولیت تولید، انبار، حمل و نقل واضح تر می‌شوند.

**۳۴ - محصول: بسته مقوایی برای شکلات**

این بسته شکلات به جای فلز از مقوا ساخته شده است. بسته معمول برای شکلات از جنس فلز است. فلز گرم می‌شود اما مقوا اینطور نیست. بنابراین گرما آسیب کمتری به شکلات‌ها می‌زند. شکل و زیرابه با گرافیک به کار رفته ظاهری شیک به بسته داده و شبیه فلز به نظر می‌رسند. مزایای هزینه‌ای این جایگزینی از این قرارند که بسته فلزی ۱۶ دلار آمریکا و بسته مقوای ۱/۳ دلار تمام می‌شود. مزیت هزینه‌ای برای هر بسته ۱۳/۶ دلار است.



۳۶



۳۱



۳۷

# زمان رنگ آمیزی

که توسط شرکت Colour Engine در بریتانیا توزیع می‌شوند. انتخاب رنگ درست در ابتدای فرآیند تاثیر به سزایی در نقطه تحویل دارد. اما اگر چه لازم است پرینترها معیارهای از پیش تعیین شده را برآورده سازند، کمک به ایجاد دقیقترین ترکیب رنگ ممکن، به شکل چشمگیری حاشیه خطا را در دستیابی به اهداف کاهش می‌دهد.

Richard Geller مدیر فنی، می‌گوید: "قبل از انجام هر اقدامی، Amberley Adhesive Labels یک استاندارد ممتاز را تعیین می‌کند که اغلب پائینتر از Delta-E 1 است. هر چه تکنولوژی نرم‌افزار و کالیبراسیون رنگ هر قدر هم که خوب باشد، موارد روزمره، مثل تیغه‌ها یا aniloxanهای کهنه یا کوچکترین لکه روی کارتک برای اضافه کردن تنها یک گرم رنگ نازنجی به یک سطل ۱۰ کیلوگرمی رنگ قرمز، همگی می‌توانند رنگ را از حالت طبیعی خارج کنند.

برخی پرینترها نور و واریاسیونهای تیره اضافی با پارامترهای تولرانس می‌کنیم این موضوع منجر به ایجاد رنگهای مختلف می‌شود."

Geller اضافه می‌کند: "ما یک نمونه روی زیرلایه درست، روی پرس مناسب و با استفاده از جوهرها و ترکیب درست، چه

مصرف کننده نسبت به کیفیت محتوای آنها دچار چالش شود. اشتباه در این نقطه مثل این است که اسم خودتان را اشتباه بنویسید. چالش پیش روی شرکتی که از رنگ مناسب بهره می‌برد، این است که از تکرار دائمی در بازار شلوغ و پراکنده اطمینان یابد؛ این دستاوردی است که خیلی به همکاری شرکای زنجیره عرضه‌اش بستگی دارد.

O'Donnell اشاره می‌کند که "مواد، پرینترها، فرآیندهای پرینت، حتی تولیدکنندگان مختلف جوهر همگی در چالشهایی که ما با مدیریت سازگاری رنگ در نشان تجاری سروکار داریم نقش دارند. بهترین کار این است که رنگ، چاپ و تولید را در فرآیند طراحی بررسی کنیم."

Elmwood از جمله استودیوهای طراحی خلاقانه‌ای است که مجبور شده در یک تکنولوژی چاپ رنگی سرمایه‌گذاری کند که همان پروفیل‌های رنگی شرکای چاپ و تولیدش را استفاده می‌کند.

سیستمهای موجود در بازار شامل Esko's Color Engine software suite، GMG's ColorProof، و AI-wan's Remote Director هستند

و مشتریان در طی خرید هفتگی در سوپرمارکت، که می‌تواند به یک تصمیم‌گیری ۱۰ ثانیه‌ای برای خرید منجر شود، آن را انتخاب می‌کنند.

مدیر بازاریابی شرکت GMG Barry Singleton، Color UK، می‌گوید:

"مغز ما طوری برنامه‌ریزی شده است که به رنگ عکس‌العمل نشان دهند و نشانهای تجاری به دقت طراحی شده‌اند تا با این زبان نهادینه شده آگاه و ناخودآگاه ارتباط برقرار کنند."

## دلالت بر نشان تجاری

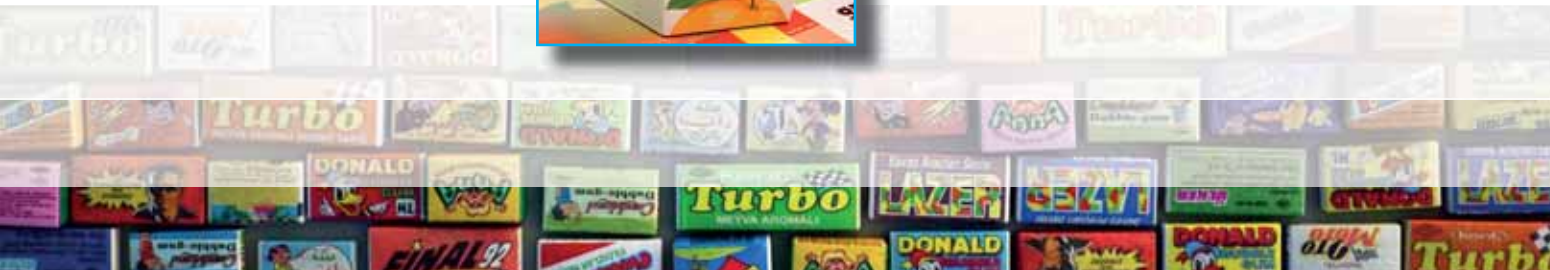
سازگاری بخش کلیدی نشانهای تجاری بزرگ است.

مسئول خدمات خلاقانه Elmwood Design، Mark O'Donnell، در تأیید این موضوع می‌گوید: "در محیط فروشگاه، رنگ سمبل نشان تجاری است و شما باید در کنار رقبا روی قفسه جلب توجه کنید و به ذهن ناخودآگاه مصرف کننده نفوذ کنید." او اضافه می‌کند: "نبود سازگاری رنگی در بین محصولات باعث می‌شود

به گزارش Des King ارائه تصویری با رنگ آمیزی ثابت و ساده فارغ از مکان عرضه محصول، بخشی جدانشدنی از DNA یک نشان تجاری است. اما مدیریت موفق بازارهای مختلف و مواد متفاوت اصلا کار راحتی نیست.

وقتی رنگ مشکی را انتخاب می‌کنیم دیگر با محدودیتهای کاربردی‌ای که مدنظر هنری فورد بود، روبرو نیستیم.

درواقع متغیرها با هر تعداد و شیوه‌ای که باشند، از مواد افزودنی در یک توده کاغذ گرفته تا رطوبت داخل اتاق چاپ هنگام کار، می‌توانند آن گزینه‌ی به ظاهر محدود را به منشوری از تفاوت‌های Delta-E تبدیل کند. اما در این صورت هزینه پیگیری مزیت، در حالیکه از یک گردش در پارک چالش برانگیزتر نباشد، چیست؟ صاحبان نشانهای تجاری تنها از دید تبلیغات شرکتی به دنبال تصاویر دقیق نیستند، بلکه می‌خواهند مطمئن باشند که محصول به سرعت در بین دیگر اجناس تشخیص داده می‌شود







به ۸۰ درصد پروژه‌های محصولات جدید شکست می‌خورند، بنابراین کاهش ریسک امروزه حرف اول را می‌زند.

در حالیکه دیگر سیستمهای ColorDrive cloud-based مثل Schawk و CoZone از GMG برای رقابت با Pantone Live صف کشیده‌اند، برخی نشانهای تجاری این ایده را دارند که با به چالش کشیدن استقلال پالت پانتون و استفاده بیشتر از فرآیند شش-رنگی می‌توان راحت‌تر و با هزینه‌ی کمتر به سازگاری دست یافت.

پتانسیلی که می‌تواند از طریق کل رنگهای CMYK به اضافه دو رنگ دیگر محقق می‌شود گزینه‌ای است که Esko Artwork و Kodak به طور فعالانه به ترتیب با Equinox و Spot-less پیش می‌برند.

تعیین تعداد نقاط لازم هنگامی که پرس تنظیم شده است، تولید فضای رنگی که به دست می‌آید و انتقال رنگهای پانتون به داخل آن فضا ممکن است خیلی آینده‌نگرانه به نظر نرسد، اما صرفه‌جویی‌هایی که به این شکل در هزینه‌ها رخ می‌دهد خیلی حیرت‌انگیز است.

### رنگ در cloud

به نظر Thompson، "وقعا هیجان‌انگیز است چون تمامی بازیگران دخیل در فرآیند را با فراهم کردن داده‌های طیفی مشترک، به هم مرتبط می‌کند." در کنار X-Esko، Rite و SBS و Chesapeake بخشی از تیم اصلی start-up در افتتاح پروژه Pantone Live در سال گذشته بوده است.

Cloud همچنین اطمینان می‌دهد که مالکیت فکری هر استراتژی طراحی برای صاحب نشان تجاری محفوظ می‌ماند. اگرچه P&G اخیرا در ورود به سیستم از Heinz پیروی کرده است، Paul Bates، مدیر محلی Esko در بریتانیا می‌گوید، تعهد گسترده‌ای در این خصوص وجود نداشته است. "اگر همکاری همه‌جانبه نباشد، هیچ اتفاقی نمی‌افتد. مهمترین چیزی که این روش به شما می‌دهد، قابل‌پیش‌بینی بودن است؛ یعنی اگر با یک جوهر خاص روی یک زیرلایه خاص چاپ کنید، می‌توانید ببینید که نتیجه چه خواهد بود. چیزی نزدیک

طراحی، شرکت صاحب نشان تجاری و پرینترهای مختلفی که برای چاپ محصول استفاده می‌شوند، عمل می‌کنند. ما داده‌ها را روی یک زیرلایه خاص جمع‌آوری کرده و هر پرس مجزا را برش می‌دهیم؛ ما با تولیدکنندگان جوهر برای آنالیز تعامل بین رنگها و زیرلایه‌های مختلف همکاری می‌کنیم تا به بهترین و کوچکترین خرج مشترک برسیم.

"فرض کنید می‌خواهید پانتون ۴۸۵، یک رنگ قرمز گرم را روی یک virgin stock و سپس داخل PET چاپ کنید. ظاهر این دو کاملا متفاوت خواهد بود؛ نه فقط زیرلایه به زیرلایه، بلکه پرس به پرس هم متفاوت هستند. این موضوع در مورد کاری که بین‌المللی است بیشتر اهمیت داشته و به کار زمینه‌ای بیشتری احتیاج دارد." همچنین در این بین مشخصات تغییر می‌کنند، پرینترها تعویض می‌شوند. مذاکره در مورد پیشرفت طراحی یک بسته در واحد تدارکات برای کاهش هزینه و زمان، و استراتژی بازاریابی طراحی شده برای بهبود کیفیت و افزودن ارزش یک اقدام مدیریتی است.

هدایت مسیر و ایجاد انسجام بیشتر در زنجیره عرضه در طی مراحل تکامل یک پروژه، هدف اصلی روند کنونی برای سیستمهای مدیریت رنگ cloud-based است.

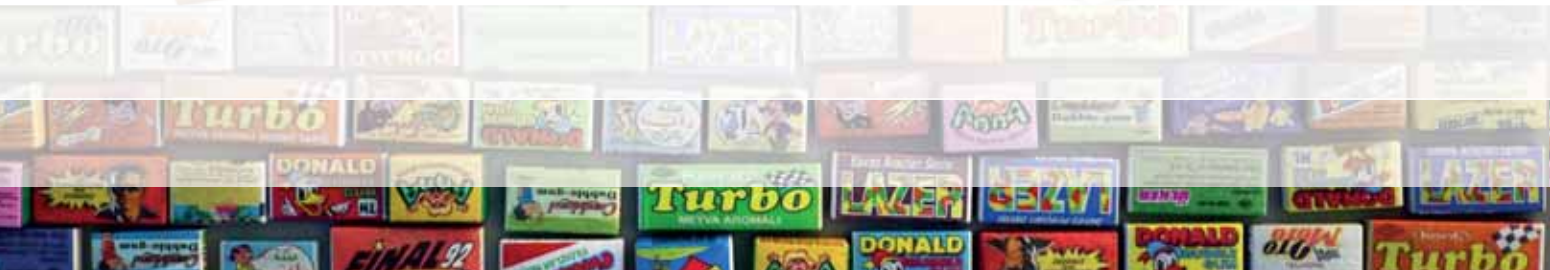
دیجیتال و چه فلکس باشد، چاپ می‌کنیم." Geller می‌گوید:

"این کار پرهزینه است، اما برای شرکت‌های مشهور لوازم آرایشی و مراقبت‌های شخصی، مثل Estée Lauder، کمی بیشتر مایه گذاشتن ارزشش را دارد. اگر نتیجه مورد رضایتشان نباشد، آن را رد می‌کنند و از آنجا که چاپ مجدد پرهزینه است، بهترین کار این است که یک نمونه چاپ شده و در صورت نیاز اصلاح شود و سپس در سالهای بعدی همان استاندارد حفظ گردد."

به گفته Geller: "سپس هر بار که بخواهیم آن کار موردنظر را چاپ کنیم، رنگ استاندارد بیرون می‌آید. ما یک اسپکتروفتومتر X-Rite هم داریم که اجازه می‌دهد در صورت نیاز تنظیمات لازم را انجام دهیم. باقی کار بسته به مهارت و تجربه دارد؛ معمولا همین‌ها کفایت می‌کند."

Sue Thompson، مسئول بخش تجاری شرکت Sun Branding Systems (SBS) تشریح می‌کند که هرچه تولیدکنندگان FMCG بیش از بسته‌بندی محصولاتشان، به کیفیت آنها دقت می‌کنند و پرینترها توانایی مدیریت رنگ بیشتری پیدا می‌کنند، چاپخانه‌ها اغلب به مسئولین بالفعل یک نشان تجاری بدل می‌شوند.

"سازمانهایی مثل SBS به عنوان یک رابط ارتباطی بین تیم



# کروماتوگرافت

# خاصیت بازدارندگی به

منبع: Packaging Digest

## به روزرسانی در سمپوزیوم TAPPI

نتیجه کار آن گروه در چکیده یک مقاله فنی خلاصه شده و در سپتامبر سال پیش توسط شرکت BT3 در دوازدهمین سمپوزیوم "مبانی پوشش‌های پیشرفته" انجمن فنی صنعت خمیر و کاغذ (TAPPI) ارائه شد. این چکیده دربردارنده مرور مناسبی از توسعه فعالیت آن گروه است: محصولات بر پایه سلولز از قبیل کاغذها و مقواها به طور استثنایی چندمنظوره بوده و به ویژه از نظر قابلیت دوام مواد جذابی هستند. با این وجود، قابلیت کاربرد این مواد در مقایسه با فیلم‌های پلاستیکی که رقیبشان محسوب می‌شوند به سبب عدم مقاومت از نوع بازدارندگی در برابر آب، چربی و گازها محدود است. بنابر این باید ساختارهای چندلایه کامپوزیتی تولید و توسعه داده شوند که مسلمان اثر مخربی بر قابلیت دوام (sustainability) خواهند داشت.

طبق بررسی‌های انجام گرفته دیده شده که کروماتوگرافت (یا کروماتوژنی) می‌تواند بخشی از راه حل این مشکل باشد. این فناوری شامل پیوندزنی مولکولی اسیدهای چرب طبیعی روی گروه‌های بیرونی OH از الیاف سلولزی است. اثر آگریزی حاصله خواص عالی بازدارندگی به آب مایع داده و کاملاً با قابلیت دوام کاغذ سازگار است. ما در ابتدا نشان می‌دهیم که می‌توان قابلیت استفاده از کروماتوگرافت را با استفاده از پوشش قبلی لایه‌های الکل پلی‌وینیل (PVOH یا PVA) به بازدارندگی در برابر چربی و گازها توسعه داد. سپس نشان می‌دهیم که می‌توان خواص بازدارندگی لایه‌های کروماتوگرافت شده PVOH را از طریق افزودن ذرات پوشش داده شده با PVOH ارتقا داد. این ذرات، ذرات هوشمند کروماتوژنی واکنشی نامیده می‌شوند. این بدان معناست که با کمک فناوری اصلی شرکت، می‌توان با استفاده از یک پیش‌فرآیند یعنی واکنش زیرلایه‌ها با PVOH، زیرلایه‌های کاغذی مقاوم به آب تولید کرده و خواص بازدارندگی به محصولات نهایی داد.

علاوه بر این، استفاده از ذرات مخصوص پوشش داده شده با PVOH منجر به تولید بازدارنده‌های بهتری خواهد شد. شرکت BT3 مواد بازدارنده را در سه سطح و با ترتیب اولیوی زیر تولید می‌کند که از لحاظ خواص بازدارندگی، سطح ۳ از ۲ و سطح ۱ بالاتر است.

۱- کروماتوگرافت اسیدهای چرب با استفاده از کاغذ معمولی، مقاومت در برابر آب به آن می‌دهد.

۲- کروماتوگرافت اسیدهای چرب با استفاده از کاغذ PVOH بازدارندگی در برابر چربی و گاز فراهم می‌کند.

۳- کروماتوگرافت اسیدهای چرب با استفاده از کاغذ PVOH نانو/میکروذرات هوشمند کروماتوگرافت واکنشی از قبیل خاک رس، تالک یا کلسیم کربنات، بازدارندگی مطلوبی فراهم می‌کند.

یک روش پایدار (sustainable) پیشنهاد شده توسط شرکت فرانسوی BT3 Technologies اسیدهای چرب را روی کاغذ رسوب می‌دهد تا خواص بازدارندگی ممتازی در برابر رطوبت و اکسیژن ایجاد کند.

در فناوری معروف به کروماتوگرافت که توسط شرکت BT3 Technologies ابداع شده از حرکت آرام مرغابی‌ها و غازها روی آب بدون آن که در آن فرو روند الهام گرفته شده و با استفاده از "شیمی سبز"، خواص بازدارندگی به زیرلایه‌های کاغذی داده می‌شود. شاید شما هیچ وقت توجه نکرده باشید که راز دفع شدن آب توسط پرندگان آبی در وجود موم‌های هیدروفوبیک (آگریز) به شکل استرها بین الکل‌های بلندزنجیره و اسیدهای چرب بلندزنجیره نهفته است. اکنون این شرکت نوپا با توسعه و تجاری شدن محصولات و فرآیندهای شیمی سبز که به موادی با خواص منحصر به فرد اختصاص دارد در انتظار توسعه فناوری‌اش است. این خواص عبارتند از:

- دفع آب
- دفع گریس (چربی)
- خواص ممانعت‌کنندگی در برابر گاز
- باقی ماندن به صورت قابل بازیافت و تخریب‌پذیر

بازارهای هدف اصلی این شرکت، کاغذها، ظروف موجداری، منسوجات و بسته‌بندی غذا می‌باشند. آن چه چندین سال قبل توجه محققان شرکت مذکور را به خود جلب کرد، نیاز مبرم به توسعه راه‌حل‌های تکنولوژیکی جدیدی بود که ضمن تولید کاغذها و مقواها با خواص بازدارندگی مطلوب، به ویژگی‌های قابل دوام آنها آسیب نرسانند. به این منظور، تیم BT3 مدتی پیرامون قابلیت پیوندزنی مولکولی به منظور دستیابی به خواص بهتر بازدارندگی با استفاده از زیرلایه‌های سلولزی تحقیق کرد. در سال ۲۰۱۰ گروه Cleantech با ۶ نفر کارمند و با سابقه ۱۵ سال در بخش تحقیق و توسعه توسط شرکت CNRS-CERMAV و ۵ سال شراکت با مرکز فنی خمیر و کاغذ فرانسه (Centre du Papier Technique) تاسیس شد. شرکت BT3 با هدف توسعه و فروش محصولات و فرآیندهای "شیمی سبز" مختص مواد سلولزی دایر شد.



# کاغذ می دهد

## فرآیند سریع در فشار محیط

اصل بنیادی کل فرآیند، کنترل فشار بخار است که امکان رسوبدهی بسیار سریع یک لایه فوق العاده نازک از مولکول‌های با منشا گیاهی (اسیدهای چرب) را روی سطح کاغذ فراهم کرده و یک واکنش منتج به تهیه کاغذ آبگریز را به راه می‌اندازد. سیستم فرآورش پیش‌نمونه شرکت BT3 در مرکز CTP به منظور واکنش دادن یک کاغذ به وزن ۳۰ تا ۴۰۰ گرم بر متر مربع و قطر رول کاغذ برابر ۱۲۰۰۰ میلی‌متر، از پهنای وب تا حداکثر ۲۴۰ میلی‌متر و تا سرعت ۴۰۰ متر بر دقیقه استفاده می‌کند. واکنش در فشار محیط و دمای ۱۲۰ تا ۱۸۰ درجه سانتی‌گراد طی مدت یک ثانیه اتفاق می‌افتد. Olivier Muquet مدیر بازاریابی و فروش شرکت BT3 Technologies در مورد مقایسه این فرآیند با چاپ می‌گوید: این فرآیند اساساً مشابه یک فرآیند چاپ است،

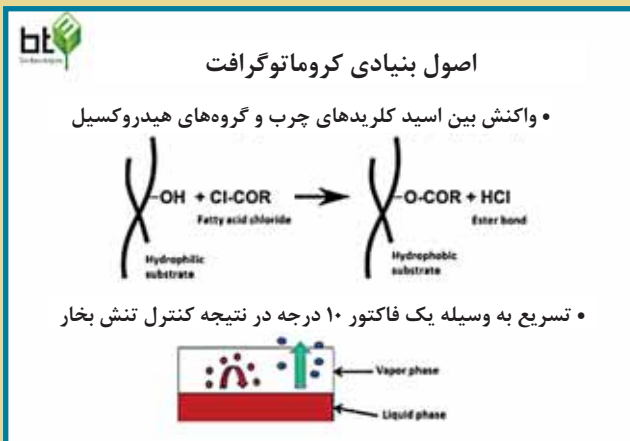
به این صورت که ما اسیدهای کلرید چرب را در حالت مایع روی کاغذ قرار می‌دهیم. سپس دما را افزایش می‌دهیم تا آن را به حالت گازی درآوریم. این کار موجب محافظت تمامی سطح کاغذ در برابر آب می‌شود زیرا پیوند شیمیایی مستقیم بین هیدروکسیل‌های سطحی و اسیدهای چرب ایجاد خواهد شد.

او ادامه می‌دهد: پیوند در سه بعد و جایی بین داخل و روی زیرلایه کاغذی اتفاق می‌افتد. Muquet پیش‌بینی می‌کند که بکارگیری این فناوری، افزایش کارایی مواد سلولزی و کاهش مقدار مواد (الیاف) مورد استفاده را به همراه داشته باشد، او می‌گوید: فناوری ما از مقواها در برابر آب و رطوبت محافظت کرده و به کاهش ضخامت آنها می‌انجامد. این فناوری هم به صورت رول به رول و هم بر روی اشیای سه بعدی از قبیل (خمیرهای) قالب‌گیری شده قابل استفاده بوده و بسیار آینده‌دار به نظر می‌رسد.

مواد کروماتوگراف شده قابل دوام می‌توانند به تعدیل روند رو به رشد وضع مالیات بر کربن و مالیات‌های مربوطه در زمینه محیط زیست کمک کنند. این مالیات‌ها برای مواد مختلفی وضع می‌شوند که بازیافت آنها دشوار بوده یا زیست‌تخریب‌پذیر نیستند. البته او بر این نکته واقف است که یکی از چالش‌های پیش روی آنها برطرف کردن (ناپود کردن) لایه‌های PVOH بدون ایجاد سوراخ‌های ریز در کاربردهای مستلزم بازدارندگی بالاست. شرکت مذکور یک استراتژی کلی از لحاظ جغرافیایی دارد.

او در این باره می‌گوید: بازارهای هدف اولویت ما اروپا و ایالات متحده آمریکا و در وهله بعد گسترش جهانی این فناوری است. ما به دنبال شرکای صنعتی محلی برای تمامی بازارهای مذکور هستیم.

ما فعلاً به منظور تسریع رشد در فرآیند سرمایه‌افزایی بوده و آماده بررسی فرصت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر در آمریکا هستیم. آقای Muquet به نشریه Packaging Digest می‌گوید: شرکت ما در حال حاضر در بیست طرح توسعه‌ای با شرکای صنعتی در زمینه‌های مختلف از جمله بسته‌بندی با مقوای موجدار (کارتن) مشغول به کار است.



## کروماتوگرافت: تلفیق دو تکنیک

طبق تعریف سایت ویکی‌پدیا کروماتوگرافی یک عبارت جامع است که به مجموعه‌ای از تکنیک‌های آزمایشگاهی برای جداسازی مخلوط‌ها اطلاق می‌شود. مخلوطی که در یک سیال حل می‌شود، فاز متحرک نامیده شده و آن مخلوط را از ساختار دیگری که نگهدارنده ماده دیگر یعنی فاز ساکن است، عبور می‌دهد.

اجزای مختلف مخلوط با سرعت‌های مختلف حرکت می‌کنند و همین موجب جداسازی آنها می‌شود. جدایش مبتنی بر توزیع افتراقی فازهای متحرک و ساکن است. اختلاف ناچیز ضریب توزیع یک ترکیب منجر به باقی ماندن مقدار متفاوتی از فاز متحرک روی فاز ساکن و در نتیجه جداسازی می‌شود.

یک منبع دیگر کروماتوگرافی را به طور خلاصه این‌گونه تعریف می‌کند: یک روش جداسازی اجزای یک ماده به قصد آنالیز. پیوندزنی (Grafting) یک تکنیک باغبانی است که به واسطه آن بافت‌های یک گیاه در بافت‌های گیاهی دیگر قرار داده می‌شوند، به این قصد که بافت‌های آوندی آنها به هم بپیوندند. در فناوری تلفیقی شرکت BT3 یعنی کروماتوگرافت،

این دو روش با استفاده از حرارت و فشار بخار به منظور پیوندزدن اسیدهای چرب (که منبع زیستی دارند) بر روی زیرلایه‌های کاغذی به کار می‌روند تا خواص بازدارندگی مطلوب حاصل شوند. شرکت مذکور ادعا کرده که این روش عاری از حلال، بر خاصیت بازیافت‌پذیری و زیست‌تخریب‌پذیری ماده جدید تأثیری نخواهد داشت.

✓ تصمیرات تفصیص دستگاهاای اروپایی و آمریکایی



دستگاه سیل القایی اتومات ۴ کیلو وات  
Automatic water cooled induction cap sealing  
توانایی سیل کردن ۹۰۰۰ عدد ظرف در ساعت



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



دستگاه سیل القایی نیمه اتومات دستگی  
ظرفیت کاری حداقل ۱۶۰۰ عدد در ساعت  
سرل بطری از دهانه ۱۰ تا ۱۵۰ میلیمتر

2000 W



دستگاه سیل القایی اتومات ۲ کیلو وات  
Automatic water cooled induction cap sealing  
توانایی سیل کردن ۲۰۰۰ عدد ظرف در ساعت



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

دفتر فروش: کرج، جاده ماهدشت، همایون ویلا، خیابان ارکید، پلاک ۲  
تلفن: ۰۲۶-۳۶۳۰۹۴۷۹ - ۰۲۶-۳۶۳۰۹۴۵۴ - فکس: ۰۲۶-۳۶۳۲۰۰۱۹  
صندوق پستی: کرج، محمد شهر، ۱۹۹-۳۱۶۸۵  
[www.bekkar.ir](http://www.bekkar.ir) [www.bekkar.electronic.com](http://www.bekkar.electronic.com)

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 + درپند  
2 in 1 (Induction Cap Sealing-Capping Machine)



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

دستگاه نیمه اتوماتیک سیل القایی



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





# مازند فیل

سازنده دستگاه های پرکن لیوانی



### MFRI SERIES

دستگاه پرکن روتاری تک نازله  
ظروف گرد و چهار گوش

### MFL SERIES

دستگاه پرکن خطی سه، چهار و پنج نازله

### MFRD SERIES

دستگاه روتاری پرکن و سیل دبه و سطل



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

قائم شهر، کیلومتر ۵ جاده کینگا، شهرک صنعتی سنگتاپ، پلاک ۳۰  
تلفن: ۳ - ۳۱۷۴۰۰۱ - ۱۲۳ - فکس: ۳۱۷۴۰۰۴ - ۱۲۳ واحد فروش: ۱۰۹۴۲۰۳ - ۹۱۲

## مجتمع بسته بندی کیا پک

با اتکا، به امکانات و ماشین آلات  
مدرن و تمام اتوماتیک  
با تکنولوژی ژاپن

### تولید انواع

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

تولید کننده

کیفیت کم نظیر


قیمت های استثنایی

[kiapack@ymail.com](mailto:kiapack@ymail.com)


تلفن: ۶-۵۶۲۳۵۳۲۵ - فکس: ۵۶۲۳۵۳۲۶ همراه: ۰۹۱۲-۳۹۹۳۸۸۰







**شیرت**  
**مدکار**  
**پیشرو**



**تولید کننده انواع کارتن های سه لایه و پنج لایه  
با چاپ فلکسو، لمینیت و دایکات**

تلفن: ۵-۴۵۲۵۳۸۱۲-۸۶  
فکس: ۴۵۲۵۳۸۱۶-۸۶  
کد پستی: ۹۳۴۴۷-۳۹۴۱۸  
www.hamed-carton.ir  
info@hamed-carton.ir

اتحادیه تهران - ساز و کار پخش  
شهرک صنعتی ماسریب  
خیابان پلاک ۸۶

**ماشین تمام اتوماتیک سور تینگ محصولات**



انواع **جسهای نواری** مخصوص  
ماشین **جسب زن**



نقاله مخصوص بارگیری و تخلیه



**آرین کارپک**

سورت بر اساس رنگ و شکل  
دقت سورت **۹۹٪**  
ظرفیت **۱ تا ۸** تن در ساعت  
مجهز به صفحه کنترل لمسی  
فارسی و انگلیسی

جدا سازی انواع خشکیار (کنس و میوه های خشک)  
جدا سازی انواع حیوانات و غلات (برنج، گندم، لوبیا، نخود...)

عرضه انواع ماشینهای اتوماتیک  
**جسب زن کارتن**  
**رولر سورت**  
**بک سورت**



تعمیرات و قطعات بدکی انواع **جسب زن**  
طراحی و ساخت انواع نقاله های کارخانه ای

تلفن: ۰۲۱-۷۷۹۱۷۴۱۵ و ۰۱۷-۷۷۹۱۷۴۱۵

**www.ariancarpack.com**  
**arian@ariancarpack.com**

**سازنده انواع دستگاه ساخت قوطی فلزی**

تلفن: ۲۶۱۱ ۷۶۲۱  
مدیریت: ۲۳۷۳ ۷۶۲۱  
واروژ پیرعلی: ۳۰۶ ۷۶۲۱  
فکس: ۴۰۳۰ ۷۶۲۱ \* ۰۹۱۲۱۲۴۳۲۶۱



**شرکت ماشین سازان  
واناپرس**  
www.vanapress.com

**صنایع بسته بندی سیحون**

**تولید قطعات و ظروف بسته بندی یکبار مصرف و کیومی  
(انواع پوشش های حبیبی) از مواد PP, PVC, PET, PS**

خیابان فردوسی جنوبی، نبش کوچه باربد، پاساژ صدا و سیما، طبقه اول پلاک ۴۹  
تلفن: ۰۹۸۰۸-۳۳۹۰۱۶۴-۳۳۹۵۰ \* فکس: ۳۳۹۹۱۰۴۶ \* همراه: ۰۹۱۲۱۱۲۲۶۴۵

**فروشگاه برادران کاشانی**

تولید و پخش انواع دستگاه های کارتن، کاور  
اداری، کیفهای طلایی و کیسه برنج



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

**اجرای خدمات برش رول به رول انواع:**

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

◀ با دستگاه مدرن ▶

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

**تزیینات چاپ**



تزیینات چاپ با دستگاه های ورق

**ماشین های بسته بندی**



لیمیل جسیمان صنعتی

**www.ariancarpack.com**

تهران، جاده ساوه، سه راه آدران، جاده  
شهریار، مجتمع صنعتی آدران، خیابان شاهین، پلاک ۵  
تلفن: ۰۲۱-۵۶۵۸۵۰۱۷ \* فاکس: ۰۲۱-۵۶۵۸۵۰۱۷  
ایمیل: info@wider.ir



شرکت صنایع بسته بندی



**شادمهر**



تمتایزترین 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، لپت، خشکبار، مواد پتروشیمی 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 استفاده در انواع لوله های پلاستیکی، مومایی، شیشه ای و فلزی

www.shadmehr.com

www.shadmehr.com

آدرس: تهران کیلومتر ۲۷ جاده ساوه، شهرستان چهارستان، 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 mm  
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: ۴-۷۷۶۳۸۷۷۲

**کارتن لاصین**

تولید ورق سه B و C و پنج BC و E فلوٹ  
سایز ۱۶۰، ۱۵۰، ۱۴۰، ۱۳۰، ۱۲۰  
تولید سینگل B و E بصورت شیت و رول نیز پذیرفته می شود

دارای ۲ واحد مجزای تولید کارتن و جعبه

تولید جعبه های متالایز:  
مناسب جعبه بسته بندی تولیدات آرایشی، بهداشتی و غذایی  
تولید جعبه و کارتن های لمینتی:  
مناسب جعبه انواع بسته بندی های صنعتی

کارتن های ۳ لایه و ۵ لایه با دستگاههای تمام اتوماتیک  
با امکان چاپ تا دو رنگ ترجمه 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 قفر ۱۲ ، کوچه صنعت ، پلاک ۲  
تلفن : ۶-۰۲۷۱۴۹۶۴-۰۲۹۳-۰۲۹۳ فکس : ۰۲۹۳-۰۲۷۱۴۹۶۴-۰۲۹۳  
سایت اینترنتی: WWW.SanatKaranCO.Com

## fidar design

طراحی بسته بندی

با ما متفاوت باشید

www.fidardesign.ir  
info@fidardesign.ir  
TEL : 0411- 3372005  
0411- 6684155



## جای یانچ توحید

TOHID.TRADING@YAHOO.COM

- ◊ چاپ فویل آلومینیوم بصورت رول و پانچ در سایزهای گرد و چهارگوش پنیر UF و ...
  - ◊ چاپ انواع فیلمهای صدفی، شفاف و PVC شترینک بصورت رول، روده و یا برش شده
- تلفن دفتر مرکزی: ۸۸۰ ۱۵۴ ۳۹ / ۸۸۰ ۱۵۴ ۹۲ / تلفکس: ۸۸۰ ۰۰ ۲۷ ۶۱



## سلمان پلاستیک

تولیدکننده انواع ظروف بادی و تزریقی  
تولیدکننده ظروف:

- ✓ صنایع غذایی
- ✓ صنایع دارویی
- ✓ صنایع آرایشی و بهداشتی



WWW.SAMAN PLASTIC.COM

کرج ، کما لشهر، نرسیده به پلیس راه، جنب شرکت رنوس ،خیابان صفا،پلاک ۲  
تلفن: ۵۰-۰۳۴۷۰۰۰۴۹-۳۴۷۰۰۰۴۸ فکس: ۰۲۶-۳۴۷۰۰۰۴۸ همراه: ۰۹۱۲۱۶۱۳۹۶۱ و ۰۹۱۲۱۶۸۴۰۱۴



## سبلان وکیوم

کلیه خدمات بسته بندی 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 (وکیل زاده)

www.Farakoh.ir

شرکت فراکوه  
FARAKOH

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

تلفن: ۰۲۰-۸۸۶۱۸۳۱۶ فکس: ۸۸۶۱۸۲۳۸

TAJRISHI TAJRISHI RO  
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

## ماد پلیمر

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

تهران، ابتدای جاده آبدلی، ۳۵ متری اتحاد،  
۱۹ اتحاد، کوی مجید، پلاک ۹  
تلفن: ۷۷۳۲۴۶۳۳ تلفکس: ۷۷۳۵۹۵۲  
فروش ۰۹۱۲ ۲۳۳ ۷۷ ۲۶  
تولید ۰۹۱۲ ۲۳۳ ۴۹ ۵۲  
اسدگی  
www.maadpolymer.com

معتبرترین مجلات تخصصی بسته بندی در جهان  
گردآوری و انتشار: ماهنامه صنعت بسته بندی



فروشی یک دستگاه  
دوخت چینی ۴ کاره  
(بندی، تقویت، زباله بنددار)  
(Pre-Loaded Punching Bag)  
دارای سیستم کنترل  
PLC و SERVO  
۰۹۱۲۳۰۰۸۴۴۳

بست تسمه وحدت  
تولید انواع بست تسمه  
اعم از ۱۶، ۱۹، ۱۶ پیچیده  
توزیع انواع تسمه بسته بندی  
۰۹۱۲۵۷۵۵۴۷۷

www.SALAK.IR  
طراحی انواع بسته بندی  
و قوطی های فلزی  
۰۹۱۴۱۸۱۳۱۴۰۱

دستگاه چاپ سیلک  
نیمه اتوماتیک - صفحه ۱x۱  
۰۳۵۵۷۷۸۷۳۳۳  
۰۳۵۵۷۷۸۷۳۳۳

دستگاه چاپ آبرنگ  
نورنگ  
۰۳۵۵۷۷۸۷۳۳۳  
۰۳۵۵۷۷۸۷۳۳۳

## گشتا صنعت اصفهان

تولید کننده دستگاه های بسته بندی و تاریخزن

- دستگاههای تاریخزن جهت چاپ تاریخ تولید، انقضا، قیمت و سایر مشخصات بر روی بسته های کالا مورد استفاده قرار می گیرند.
- دستگاههای دوخت جهت درب دوزی کیسه های پلاستیکی (پلی اتیلن، متالایز، لامینت و سایر جنس های مشابه)
- دستگاه های وکیوم جهت تخلیه هوای داخل بسته های مواد غذایی



اصفهان - دروازه شیراز - خیابان فرابورگ - پلاک ۱۷ - پلاک ۱ - طبقه همکف  
تلفن: ۰۶۶۹۵۴۴۶ - ۰۶۶۹۷۸۲۶ (۰۳۱) تلفکس: ۰۶۶۹۵۴۴۳ (۰۳۱) همراه: ۰۹۱۳۱۱۹۷۰۵۵ (جوانمرد)  
WWW.GASHTACO.COM WWW.GASHTACO.BLOGFA.COM

کدام بسته بندی را برای محصول خود انتخاب کنید؟  
بندی، تقویت، زباله بنددار  
دوخت چینی ۴ کاره = سیلک و آبرنگ



بر اساس استاندارد ابعادی سازمان جهانی استاندارد ISO  
تولید و پخش از دیدگستر  
تلفن: ۰۷۷۶۰۷۹۶۳ - ۰۷۷۵۱۳۳۴۱

بدون برچسب ایمنی، هرگز!

# تولید کننده انواع ظروف پلمپ دار



## مناسب جهت استفاده در :

رستوران ها و بسته بندی مواد غذایی  
از قبیل : عسل ، خرما ، حلواشکری  
و بسته بندی انواع مواد شیمیایی و صنعتی

همراه : ۰۹۱۲۲۳۰۶۲۹۸  
تلفن دفتر : ۰۲۱ - ۷۷۳۱۰۰۷۴  
کارگران

صاحب اشتراک (حقوقی یا حقیقی):

نام دریافت کننده:

زمینه فعالیت:

نشانی دقیق:  محل کار  منزل

صندوق پستی:

کد پستی:

تلفن:

موبایل (برای ارسال پیام های مهم):

پست الکترونیکی:



بهمراه مشتری  
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 اردیبهشت 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 بسته بندی ارسال فرمایید.

## اشتراک + CD = تخفیف ۵۰٪ در قیمت CD

www.iranpack.ir/books

CD های تخصصی ماهنامه صنعت بسته بندی

برای اطلاعات بیشتر به نشانی بالا بروید یا با امور مشترکان مجله تماس بگیرید

شماره مورد نظر برای شروع اشتراک:

### پست عادی:

بارکد و کد رهگیری ندارد.

در محل پلاک انداخته می شود.

زمان رسیدن به مقصد بین ۱۰ تا ۱۵ روز می باشد.

هزینه ارسال مجله شامل بسته بندی، حمل و

پست عادی (با تعرفه پست ج.ا.ا در سال ۱۳۹۲)

به طور متوسط معادل ۴۰۵ تومان می باشد.

### پست سفارشی:

بارکد و کد رهگیری دارد.

به خود گیرنده تحویل داده می شود.

زمان رسیدن به مقصد بین ۵ تا ۱۰ روز می باشد.

هزینه ارسال مجله شامل بسته بندی، حمل و

پست سفارشی (با تعرفه پست ج.ا.ا در سال ۱۳۹۲)

به طور متوسط معادل ۱۵۴۰ تومان می باشد.

## بسته بندی صنعت

SANAT BASTEBANDI  
PACKAGING MAGAZINE

تلفن: ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹ - ۷۷۶۰۷۹۶۳

فکس: ۷۷۵۱۲۸۹۹

تهران صندوق پستی: ۱۴۸۷-۱۳۱۴۵

sub@iranpack.ir

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

لطفا روی اشتراک مورد نظر ضربدر بزنید		یک سری		۲ سری (۷٪ تخفیف)		۳ سری (۱۵٪ تخفیف)	
عادی	سفارشی	عادی	سفارشی	عادی	سفارشی	عادی	سفارشی
۵۲.۸۰۰	۶۶.۵۰۰	۹۸.۲۰۰	۱۲۳.۷۰۰	۱۳۴.۶۰۰	۱۶۹.۶۰۰	۲۵۵.۸۰۰	۳۲۲.۰۰۰
۱۰۰.۳۰۰	۱۲۶.۳۰۰	۱۸۶.۶۰۰	۲۳۵.۰۰۰	۲۳۹.۶۰۰	۲۹۶.۶۰۰	۴۹۰.۹۰۰	۵۶۰.۵۰۰
شماره ۱۲		شماره ۲۴ (۵٪ تخفیف)		دانشجویی ۱		دانشجویی ۲	
برای دانشجویان رشته های بسته بندی، چاپ، گرافیک							
برای دانشجویان رشته های دیگر							





# PASCONO

Plastic Manufacturing

تولیدکننده ظروف جداره نازک پلاستیکی

چنانچه شما نیز به

## کیفیت ، زیبایی و بهداشت

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



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

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

## افتخارات :

### استانی :

• سال ۸۵ کارآفرین برتر استان

• سال ۸۶ طرح نمونه استان

• سال ۸۸ واحد برتر استاندارد در استان

• سال ۸۸ برگزیده سومین جشنواره فکر برتر (پارک علم و فناوری استان گیلان)

• سال ۸۹ برگزیده سومین جشنواره فکر برتر (پارک علم و فناوری استان گیلان)

• سال ۸۹ واحد تولیدی برتر از طرف معاونت غذا و داروی استان

• سال ۹۱ واحد برتر استاندارد در استان

• سال ۹۱ طرح برتر بهداشت از سازمان غذا و داروی استان گیلان

• سال ۹۱ برگزیده پنجمین جشنواره فکر برتر (پارک علم و فناوری استان گیلان)

### ملی :

• سال ۸۴ چاپ برتر کشور

• سال ۸۸ تنها کارآفرین نمونه در صنعت چاپ کشور

• سال ۸۸ اولین حضور نمایشگاهی (نمایشگاه بین المللی اکو-مشهد)

• سال ۸۹ چاپ برتر کشور

• سال ۹۰ کارآفرین برتر کشور

• سال ۹۰ واحد فعال برگزیده کشور معرفی در سال جهاد اقتصادی

با حضور رهبر معظم

• سال ۹۱ برگزیده همایش ملی روز جهانی غذا

• سال ۹۱ برگزیده چهارمین گردهمایی بین المللی و تخصصی نامداران

صنعت و تجارت ایران

• سال ۹۱ چاپ برتر کشور

• سال ۹۱ تشویق و تقدیر از سوی بانک مرکزی برای شرکت درنمایشگاه

تخصصی ۲۰۱۲ دوسلدورف آلمان (انجام نشد)

• سال ۹۱ دریافت لوح تقدیر از مجمع تشخیص مصلحت نظام

• سال ۹۱ دریافت لوح تقدیر به عنوان تلاشگر کیفیت کشور

• سال ۹۲ چاپ برتر کشور (منتخب ۴ دوره جشنواره صنعت چاپ کشور- سیمرغ طلایی)

• سال ۹۲ دریافت مدال و نشان کیفیت برتر در جشنواره تلاشگران کیفیت کشور

### بین المللی :

• سال ۸۷ سایت نمونه پیش از چاپ از اروپا

• سال ۸۹ تندیس و نشان جهانی عقاب طلایی ۲۰۱۰ از اروپا به جهت اعتبار و کیفیت

• سال ۸۹ تندیس و نشان جهانی عقاب نقره ای ۲۰۱۱ از اروپا به جهت اعتبار و کیفیت

• سال ۹۱ دریافت گواهینامه جهانی از موسسه SIQS سوییس

(محصول و مدیریت در حد استاندارد اروپا)

• سال ۹۱ لوح تقدیر کیفیت محصول و کیفیت مدیریت از کمیته بین المللی داوران سقراط اروپا

(کیفیت مدیریت در حد استاندارد اروپا)

• سال ۹۱ دریافت لوح تقدیر ، گواهینامه ، نشان و تندیس طلایی کیفیت مدیریت از مجمع کسب و کار اروپا

• سال ۹۱ دریافت گواهینامه خلاقیت مدیریت از شرکت INOCERT (کانادا)

### قابلیت های انحصاری :

• لیوان مقوایی دو جداره ← ملی

• خط کامل IML (اینملدلیبلینگ) ← ملی

• کلیشه سازی بصورت لیزری با ۲۵۰ ال پی آی برای چاپ فلکسو ← بین المللی

• چاپ رنگی با ۲۵۰ ال پی آی (چاپ فلکسو) ← بین المللی

• کلیشه سازی بصورت لیزری با ۱۵۰ ال پی آی برای چاپ آفست خشک ← بین المللی

• چاپ رنگی با ۱۵۰ ال پی آی (چاپ آفست خشک) ← بین المللی

• زینک سازی با ۲۵۰ ال پی آی ← بین المللی

• چاپ رنگی (افست رول) با ۲۵۰ ال پی آی روی فیلم بیست میکرون ← بین المللی

• چاپ رنگی بصورت افست رول روی فیلم پلی اتیلن ← بین المللی

• برای اولین بار در دنیا استفاده از ترام کانستریک ساخت اروپا

## فعالیت ها و قابلیت ها :

### تولید :

ظروف و قطعات پلاستیکی بصورت تزریق

ظروف یکبار مصرف بصورت فرمینک (PP, PS, PET, PE)

ورق یک تا سه لایه (PP, PS, PET)

لیوان مقوایی (تک جداره ، دو جداره)

انواع فیلم (PE, PVC)

پریفرم (در اوزان مختلف)

بطری (پت ، پلی اتیلن)

درب بطری (آب بند ، گاز بند)

خط کامل :

شیرینگ لیبل ، لیوان مقوایی و آی.ام.ال (اینملد لیبلینگ)

### پیش از چاپ :

عکاسی ، طراحی ، گرافیک

کلیشه سازی ، زینک سازی ، سیلندر سازی

### چاپ :

افست خشک بصورت مدور و چهارکوش تا هشت رنگ

افست رول تا ده رنگ

فلکسو تا ده رنگ

هلیو تا ده رنگ

### پس از چاپ :

لمینت (دو تا سه لایه)

یو وی

سلفون کشی

دایکات (رول ، شیت ، پانچ)

برش (طولی ، عرضی ، شیت)

پرفراژ (رول ، شیت)

جعبه چسبان

• دریافت گواهینامه های HSE ، ISO10002 ، ISO 10004 ، ISO9001 ، ISO14001 ، OHSAS18001 ، از QS سوییس



شرکت مجتمع صنایع بسته بندی و چاپ

**ایحا گستر شمال**

Packaging & Printing Industries Complex

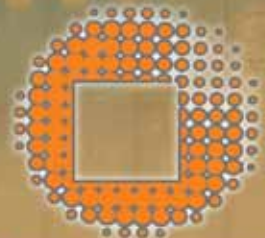
**IHA GOSTAR SHOMAL**

ایران - رشت ، صندوق پستی : ۴۱۶۳۵-۳۴۱۴

تلفن : ۰۱۳۲۵۸۷۳۱۸۱-۳ فاکس : ۰۱۳۲۵۸۷۲۶۷۶

ایمیل : info@ihagostar.com وبسایت : www.ihagostar.com





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 : ۰۱۳۲۵۸۷۳۱۸۱-۳ فکس : ۰۱۳۲۵۸۷۲۶۷۶  
www.ihagostar.com info@ihagostar.com



# چاپ اندیشه آمل

مجهزترین مرکز تولید بسته‌های مقوایی  
در استان مازندران

گزارش صفحات ۲۴ و ۲۵ را بخوانید



بیش از یک سال و نیم  
منتظر نصب و راه‌اندازی  
ماشین چاپ پنج رنگ KBA  
با برج ورنی و عرض ۱۴۵ سانتی‌متر  
مدل ۲۰۱۲ که در سال ۱۳۹۱ خریداری  
اما هنوز توسط فروشنده تعویل نشده است

۲  
سالن



۱  
سالن

آمل، کیلومتر ۵ جاده هران، روبروی دوراهی امامزاده عبداللہ، جنب شرکت گوشتی کاله و آمل طیور، تلفن: ۰۷۰۷۰۳۲۸۰۳۲۸ (۰۱۱۲۱۱) فکس: ۰۱۳۲۸۰۷۰۱ (۰۱۱۲۱۱)  
andishheprint11@yahoo.com

آمل، کیلومتر ۵ جاده هران، روبروی دوراهی امامزاده عبداللہ، جنب شرکت گوشتی کاله و آمل طیور، تلفن: ۰۷۰۷۰۳۲۸۰۳۲۸ (۰۱۱۲۱۱) فکس: ۰۱۳۲۸۰۷۰۱ (۰۱۱۲۱۱)