

۸ هشتمین
کتاب سال بسته‌بندی
منتشر می‌شود

ماهنامه
صنعت

بسته‌بندی ۱۵۶

ISSN1735-4749

www.iranpack.ir

SANAT BASTEBANDI
PACKAGING MAGAZINE

سال هفدهم / آبان و آذر ۱۳۹۳ / ۴۰۰۰ تومان



رنگه‌های ما قوطی می‌سازند...



شرکت ماشین سازان
وانا پرس

دستگاه‌های چاپ ۸ و ۷ رنگ روتوگراور
با پیشرفته‌ترین تکنولوژی



آذین چاپ البرز

دارنده سیمرخ‌های 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 تک‌نفره (ساشه)



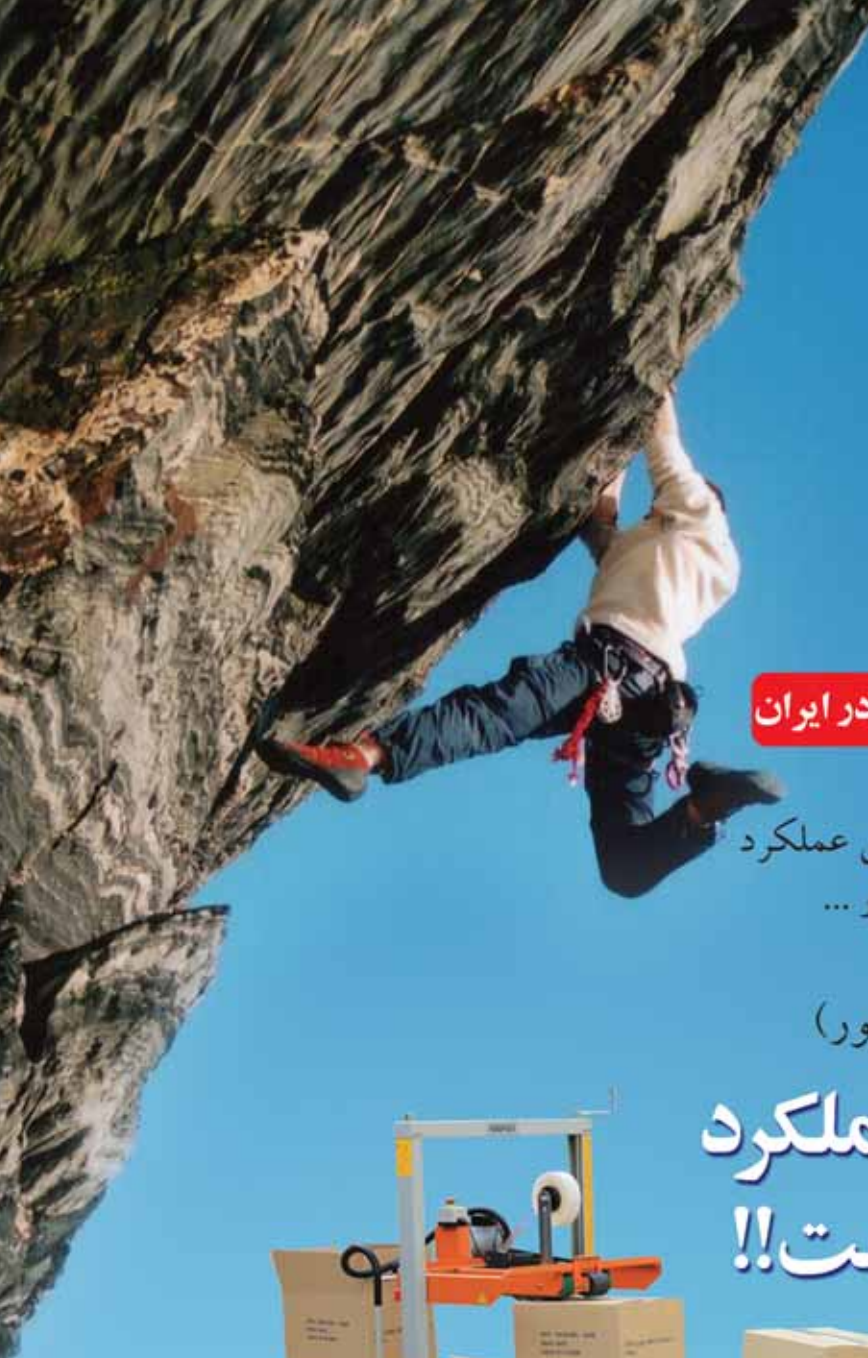
آذین چاپ، زینت بخش صنعت چاپ

پذیرش نمایندگی معتبر و فعال
در استان‌ها

دفتر تهران: تلفکس: ۰۲۱-۶۶۰۱۶۹۴۴-۶۶۰۴۶۸۵۰

کارخانه: قزوین، شهرک صنعتی کاسپین / صندوق پستی: قزوین ۳۴۱۸۵-۳۱۴۱-۷ / تلفن: ۰۲۸-۳۳۲۸۴۸۱۶۴-۷ / فاکس: ۰۲۸-۳۳۲۸۴۸۱۶۷

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



پرفروشترین ماشین آلات چسب زنی کارتن در ایران

تکنولوژی برتر + گارانتی برتر
گارانتی طلایی پایاپک شامل: ۳۶ 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

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

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

کد پستی: ۱۵۸۷۷
خیابان استاد مطهری، خیابان میرعماد، کوچه یازدهم، پلاک ۱۲، واحد ۵
تلفن: ۸۸۷۵۱۲۳۵ - ۸۸۷۵۴۴۲ - ۸۸۵۲۵۸۵۴ فکس: ۸۸۵۰۲۵۸۳ خدمات پس از فروش: ۸۸۷۳۸۷۲۶
www.payapack.com info@payapack.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

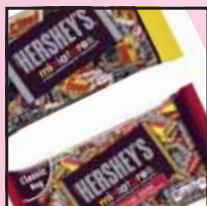
- موارد بسته بندی : مایعات نظیر شیر پاستوریزه ، دوغ ، شیر مدارس ، شیر کاکائو ، روغن خوراکی ، آب آشامیدنی
- حجم های قابل بسته بندی : ۲۰۰ میلی لیتر الی یک لیتر
- ظرفیت بسته بندی : ۲۰۰۰ بسته در ساعت



دفتر مرکزی : تهران ، استاد مطهری ، میرزای شیرازی
خیابان شهدا ، پلاک ۹ ، طبقه سوم ، واحد ۲۲
تلفن : ۱۷ - ۸۸۷۰۸۵۱۶ ، فاکس : ۸۸۷۲۸۲۲۲
همراه : ۰۹۱۳۱-۹۱۱۶۴
صندوق پستی : ۳۵۲۲ - ۱۶۷۶۵
کارخانه : تهران ، جاده آجلی ، جاجرود ، سعید آباد
خیابان البرز ، پلاک ۲۶
تلفن : ۷۶۲۰۲۶۱۹ (۰۲۱) ، فاکس : ۷۶۲۰۵۷۸۵ (۰۲۱)

فهرست مطالب

✿ ۶ سخن سردبیر ✿ عدالت فرسایشی ✿



۸ اخبار

- ۸ اخبار طراحی
- ۱۴ اخبار مواد و محصولات
- ۱۹ گرایش‌ها و تصمیمات
- ۲۱ اخبار ماشین‌آلات و تجهیزات

۳۵ اطلاعیه‌ها

- ۳۵ اطلاعیه نمایشگاه توپاک ۲۰۱۵ استانبول
- ۳۶ فهرست غرفه‌گذاران ترکیه در بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی چاپ و بسته‌بندی تهران
- ۳۸ اطلاعیه برنامه آموزش صادرات از رادیو اقتصاد

۲۴ گزارش

- ۲۴ سوله دو هزار متری خالی، چاپخانه یا تالار عروسی!؟

۲۸ تالیف‌ها و ترجمه‌ها

- ۲۸ تجربه‌های یک آژانس موفق طراحی بسته‌بندی
- ۳۰ پیش و پس از طراحی جدید
- ۳۴ نکته برای انتخاب دستگاه کارتنینگ
- ۳۸ نکته برای انتخاب دستگاه مولتی‌پک و شریک باندلینگ

۴۱ بازار بسته‌بندی

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

ماهنامه

بسته‌بندی

SANAT BASTEBANDI
PACKAGING MAGAZINE

(چاپ و بسته‌بندی سابق) فرهنگی، اقتصادی

ISSN 1735 - 4749

آبان و آذر ۱۳۹۳ - شماره ۱۵۶

صاحب امتیاز، مدیر مسئول، و سردبیر: رضا نورائی

• نشانی مراسلات پستی:

تهران، صندوق پستی: ۱۴۸۷ - ۱۳۱۴۵

• نشانی دفتر ماهنامه: (✿ تیر ۹۳ ✿)

تهران، خیابان ولی عصر، پایین تر از خیابان انقلاب،

نیش کوچه پرتوی، ساختمان وفا، واحد ۳۰۱

تلفن: ۶۶۹۸۹۴۱۵ - ۶۶۹۸۹۴۲۱ فکس: ۶۶۹۸۹۴۰۹

تلفن سیار: ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹ - ۰۹۳۵۷۴۳۰۵۳۸

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:

امیرھوشنگ زائری ۰۹۱۳۳۱۴۷۵۲۵

• صفحه آرای: زصادقی

• همکاران ترجمه: پانته‌آ مارالانی، محمدعلی بصائری

• امور آگهی‌ها: سیفی ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

ناجی ۰۹۳۶۳۷۲۷۷۷۴

ad@iranpack.ir

• کامپیوتر به پلیت: ایده‌پردازان نسیم

• چاپ و صحافی: شادرینگ

مطالب منتشر شده بیانگر نظرات نویسندگان آنها است

و الزاما نشانگر دیدگاه این ماهنامه نیست.

نقل مطالب این ماهنامه با ذکر ماخذ آزاد است.

برگزیدگان خود را معرفی کنید

نظر سنجی ماهنامه صنعت بسته‌بندی

در نظر سنجی ماهنامه صنعت بسته‌بندی شرکت کنید

در بیست و یکمین نمایشگاه چاپ و بسته‌بندی تهران / ۶ تا ۹ دی ۹۳

روی جلد این شماره:



واناپرس

سازنده انواع دستگاه‌های ساخت قوطی فلزی

تلفن: ۲۶۲۱ ۲۶۱۱

مدیریت: ۲۶۲۱ ۲۳۷۳

واروژ پیرعلی: ۲۶۲۱ ۳۰۶۰

فکس: ۲۶۲۱ ۴۰۳۰ / ۰۹۱۳۱۲۴۳۲۶۱

www.vanapress.com

IRAN PACK

www.iranpack.ir

News Email: news@iranpack.ir

Advertise Email: ad@iranpack.ir

Subscription Email: sub@iranpack.ir

iqpo

member
international
packaging press
organisation

SANAT BASTEBANDI

Monthly

Packaging Magazine

Since 1997

No.156, Nov.&Dec. 2014

Editor in cheif: Reza Nouraei

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

Tel: +9821 66989421 - 66989415

Fax: +9821 66989409



عدالت فرسایشی

رضا نورائی
سر دبیر

شاید یکی از دلایل واجب بودن امر به معروف و نهی از منکر در تعجیل برای برپایی حق باشد. یعنی به محض این که در جایگاهی قرار می‌گیری که از حق دفاع کنی و احساس می‌کنی که این وظیفه بر دوش تو افتاده نباید اهمال و وقت‌کشی کنی، بلکه در کمترین زمان از حق که ادعا می‌کنی به آن اعتقاد داری دفاع کرده و وظیفه‌ای را که بر گردنت افتاده انجام دهی.

بارها و بارها از همین رسانه‌های از صافی گذشته خودمان (مانند صدا و سیما) جمهوری اسلامی ایران) و از زبان عالی‌ترین مقام‌های مسئول عبارت "اطاله دادرسی" را شنیده‌ایم. گاهی طولانی شدن دادرسی باعث شده شاکه به همراه حق و حقوقش در طول زمان دادرسی به باد فنا رفته و معنی حق شاکه در عمل منقضی شده است.

واقعیتی است که عدالت در دل مردمان است. وقتی شاکه ذی‌حق به دلیل طولانی شدن زمان احقاق عدالت، رفته رفته دل‌سوخته می‌شود به ندرت دیده شده که پس از اجرای حکم، آن دل سوخته ترمیم شود.

با زبان بی‌سوادی خود می‌گویم. عدالت را در سه رکن می‌بینم. عدالت واقعی که توسط خداوند متعال یعنی حق مطلق اجرا می‌شود. عدالتی که

توسط قاضی و دستگاه قضا اجرا می‌شود. عدالتی که توسط مردم بر حسب وظیفه و اختیاراتی که در خود می‌بینند اجرا می‌شود. این مورد آخر بزرگترین و مهم‌ترین شکل اجرای عدالت توسط انسان‌ها است. آن جا که وقتی یک بنده خدا در قلب خود احساس تکلیف می‌کند که آن چه را بر سر جایش نیست در جای درست آن بنشانند. یعنی چیزی را در موضع حق قرار دهد. و این همیشه در محدوده قانون اما فراتر از توانایی دستگاه قضا است. یعنی مردم احساس می‌کنند که حق کسی پایمال شده و در چارچوب توانایی و اختیارات خود سعی می‌کنند نقش خود را در احقاق حق مظلوم ایفا کنند. واقعیتی است که همه مردم مسئول هستند. در واقع اگر مردم به مسئولیت‌هایی که در قبال جامعه خود دارند عمل کنند بسیاری از دعاوی نباید به قاضی برسد.

اما نقش آنها که کاری از دستشان برمی‌آید چیست؟ کسانی که فلسفه وجودی آنها حل مشکلات و آسان کردن امور برای اهل آن است. یک غریق نجات که وظیفه‌اش نجات دادن فرد در حال غرق شدن است باید برای انجام وظیفه خود بی‌فوت وقت و بدون ملاحظه مصلحت اقدام کند. بسیاری از مسئولان کشور وظیفه غریق نجات دارند. در عین حال تصمیم‌گیری از ویژگی‌های شاخص فرد مدیر است. اگر قرار باشد اصلاح امور را به زمان بسپاریم که ببینیم در گذر زمان چه می‌شود نتیجه‌ای جز گسترش و پرورش انرژی منفی نخواهد داشت.

چه کسی در قبال غرق‌ی که در آب گرفتار شده و زندگیش در شمارش لحظه‌ها افتاده مسئول است؟ وقتی حقی چنان از کسی ضایع می‌شود که پیوسته و هر ماه در حال پرداخت خسارت مال از دست رفته می‌باشد چگونه می‌توان او را توصیه به صبر و بردباری کرد. این خود زمان است که مال‌باخته را نابود می‌کند. در این جا وظیفه کسی که می‌تواند نقشی در احقاق حق از دست رفته ایفا کند چیست؟ مگر آن که او اعتقاد قلبی به این حق نداشته باشد. اگر نه مردان خدا وقتی بدانند که می‌توانند برای گرفتن حقی قدمی بردارند تا آن کار را نکنند قلبشان آرام نمی‌گیرد. در واقع خود به غرق‌ی تبدیل می‌شوند که بار مسئولیت، نفسشان را تنگ و قلبشان را سنگین کرده است.

تحمل انسان‌ها بی‌انتهای نیست. اگر کسی در زیر فشار بی‌عدالتی قرار گرفته و مدارا می‌کند باید بدانیم که این مدارا حد و نهایی دارد و اگر در این راستا زمان و فرصت جبران خسارت از بین رود همه کسانی که باخبر و ناظر بوده‌اند باید جوابگو باشند. عدالت و گرایش به آن تنها بر عهده قضات دادگاه‌ها نیست.

* ای کسانی که ایمان آورده‌اید، همواره برای خدا قیام کنید و از روی عدل و عدالت گواهی دهید. کینه و دشمنی با گروهی شما را به ترک عدالت وادار نسازد. عدالت کنید که به پرهیزگاری نزدیکتر است و از خدا بترسید که خدا از اعمال شما کاملا آگاه است. (سوره مائده آیه ۸)

فن و تخصص بسته‌بندی به زبان ساده



مجموعه کتابهای مبانی فن‌آوری بسته‌بندی

فروشگاه ۱- دفتر ماهنامه صنعت بسته‌بندی (چهارراه ولی عصر) ۶۶۹۸۹۴۱۵
فروشگاه ۲- انتشارات بازاربایی (مقابل دانشگاه تهران) ۶۶۴۰۸۲۵۱
فروشگاه ۳- شهر کتاب باهنر/نشر کارنامه (خ باهنر) ۷۰-۲۲۲۸۵۹۶۹
فروشگاه ۴/مرکز پخش - انتشارات پویانما (خ خرمشهر) ۸۸۴۰۴۱۹۰

با حمایت مالی شرکت‌های:
ایحاگستر شمال
پلاستیک ماشین الوان
پوشان پلاستیک
صنایع بسته‌بندی شادمهر
گلوکوزان

با همکاری:



ره‌آوری از:

Medad-e-Noghreh
Professional Packaging
Agency

مرکز تخصصی
طراحی بسته‌بندی
مداد نقره
22091234

www.medadenoghreh.com



صنایع بسته بندی

سیحون

SAEHON

Packing Industries



تلفن : ۰۲۱-۳۳۹۵۰۱۶۴

فاکس : ۰۲۱-۳۳۹۹۱۰۴۶

Email: alisaehon@yahoo.com

تولید کننده انواع ظروف و پوشش های طلقی

به روش وکیوم فرمینگ و ترمو فرمینگ

ظروفی که جذابیت در بخش B2B را بالا می‌برند

با این حال، ما مشتریان B2B خود را کم و بیش همانند مصرف‌کنندگان در نظر می‌گیریم. اگرچه آنها به عنوان خریدار عمل کرده و در ظرفیت حرفه‌ای خود تصمیم می‌گیرند، اما به وضوح به طراحی جذاب پاسخ مثبت می‌دهند. به همین دلیل است که کار هنری و طراحی بصری درجه یک بخش‌های حیاتی استراتژی برندسازی ما هستند.

۷ بنابراین، در حالی که ظروف SuperLift مواد تشکیل‌دهنده بستنی و شیرینی را در خود جای می‌دهند، تنها با نگاه کردن به بسته‌های آنها یاد شیرینی‌های آماده و اشتهاآور فندقی، کاکائویی و وانیلی می‌افتد که این محصولات تهیه می‌کنند. این ظروف به شیوه قالبگیری تزریقی از پلی‌پروپیلن در رنگ‌های همسان (سفید، مشکی و قهوه‌ای) ساخته شده‌اند و با تصاویر برجسیبی باکیفیت in-mould تزئین شده‌اند.

Elenka از ظرف Su-

perLift در دو سایز ۳/۱ لیتری و ۱۱/۳ لیتری با دسته‌های پلاستیکی استفاده می‌کند. بسته خیلی کاربردی بوده و با یک صدای کلیک می‌توان از بسته‌شدن مجدد آن اطمینان یافت.

SuperLift یک شکل

مخروطی گرد داشته و دسته آن فضای کافی برای کارهنری ویژه و براق باقی می‌گذارد.



ظروف SuperLift ساخت شرکت RPC Superfos با تزئینات زیبا نقشی کلیدی در استراتژی برندسازی تولیدکننده ایتالیایی Elenka بازی می‌کنند که مواد سازنده بستنی و شیرینی تولید می‌کند.

این شرکت خانوادگی خوشنام، که در جزیره‌ی سیسیل واقع است، سری محصولات خود را در اروپا، خاورمیانه، آمریکا و استرالیا می‌فروشد. بستنی‌فروشی‌ها و قنادی‌ها مایع یا پودر Elenka را با شکر و خامه مخلوط می‌کنند تا شیرینی و بستنی اصل ایتالیایی را به مشتریان خود عرضه کنند.

در حالی که بسته‌های بزرگ و لجستیک کارآمد بنیان‌های تجارت B2B هستند، طراحی هنری هم تاثیر مثبتی بر مدیران خرید می‌گذارد.

کار هنری جالب توجه روی ظروف SuperLift توسط مدیر بازاریابی و طراحی داخلی Rocco Niro، صورت گرفته است که تاکید دارد در هر فرآیند خریدی، چه در B2B یا B2C باید توجه مشتریان را جلب کرد.

او توضیح می‌دهد، "می‌دانیم که فرضیه رایج این است که در قیاس با میانگین مصرف‌کنندگان، خریداران توجه کمتری به کار هنری و طراحی بسته می‌کنند.

Grey Goose VX

هدف این طراحی هماهنگی با تصاویر سمبلیک برند و ایجاد حس تجملات فرانسوی است. "این ترکیب اصلاح‌شده به شکلی بی‌نقص در یک بسته‌بندی غافلگیرکننده که با روح Grey Goose سازگاری دارد قرار گرفته است. شیشه و درپوش آن با داشتن ویژگی‌های تجملی سبک فرانسوی به شدت از کنیاک الهام گرفته‌اند. تنگی که نیمی از آن سندبلاست شده است، مرغابی مشهور این برند را بر فراز کوهستان‌های برفی نشان می‌دهد که پشت آنها به شکلی ظریف silkscreen شده است. بسته‌بندی ثانویه هم همان تم ساده آبی و سفید را دارد اما فرم آن یک جعبه محکم و درشت با درب flip و برش‌های داخلی را به نمایش می‌گذارد که بطری را مثل یک اثر هنری را نشان می‌دهند. تلفیق طراحی زیبا و فرم خلاقانه در این بسته‌بندی، یک تجربه خیلی منحصر به فرد را ایجاد کرده است.



"جعبه Kiwi برای برای به تحقق رساندن آرزوها و تشویق خلاقیت و کنجکاوی طبیعی کودکان ساخته شده است. ما می‌خواهیم صرف زمان برای ساخت، کشف و خلق کردن به همراه یکدیگر را سرگرم‌کننده، ساده، و شاد کنیم. تیم جعبه Kiwi، از زمان شکل‌گیری ایده آن، رشد کرده است. ما والدین خلاق را به گروه افزودیم که پروژه‌ها را در ذهن خود پرورش می‌دادند، کارشناسانی که آنها را مرور می‌کردند و گروهی از کودکان که پروژه‌ها را تست کرده و به ما اطمینان می‌دهند که برنامه‌ها سرگرم‌کننده و جالب هستند. ما کار کردن روی جعبه Kiwi را دوست داریم و همکاری کودکان و دوستانمان برای محقق کردن محصول را ارج می‌نهیم. فرصت کمک به فراهم کردن این نوع تجربیات برای خانواده هیجان‌انگیز است.

جعبه Kiwi



Paradise Gourmet قهوه خارجی

طراحی کنیم که ارتباط نزدیکی با فرهنگ منطقه کشت هر نوع قهوه داشته باشند. ترکیبی از گرافیک‌ها، شکل بسته‌بندی (استوانه‌ای) و ویژگی‌های فنی (حک کردن، کاغذ گرافیکی) تصویر یک محصول ممتاز را ایجاد می‌کند. بسته‌بندی Paradise Gourmet مثل یک جعبه جواهرات است. جعبه هدیه چوبی زیرفونی ساده و روستایی به نظر می‌رسد، اما هنگامی که باز می‌شود قسمتهای مجزای داخل آن به خوبی با گرافیکهای طلایی و نقره‌ای درخشان روی استوانه‌هایی که با کاغذ مشکی مات پوشانده شده‌اند، تناسب دارند.

استودیوی طراحی Artemov Artel یک بسته‌بندی هدیه ویژه برای سری قهوه‌های Paradise Gourmet Club طراحی کرده است. شرکت برای این قهوه‌ها که بسیار گرانتر از قهوه سنتی بوده و خیلی برای مصرف‌کنندگان شناخته شده نیستند، بسته‌بندی‌ای می‌خواست که خاص بودن و امتیاز ویژه این سری هدیه دارای جعبه را نشان دهد. "هر نوع قهوه این مجموعه تنها در مناطق خاصی تولید شده و یک طعم متفاوت و خاص دارد. ویژگی‌های رمزآلود Tiki (هاوایی)، Barong (اندونزی)، La Tolita Culture (اکوادور)، Taino (جامائیکا)، Mahaka- (نیپال)، Furisiya (یمن) ما را بر آن داشتند که تصاویر سرزنده‌ای را



صابون شبیه بستنی

این صابون‌های Delicious Milk Soap ها که از شیر ارگانیک بزهای نیوزلندی ساخته شده‌اند مثل بستنی‌های چوبی بسته‌بندی شده و اطلاعات غذایی روی آنها ذکر شده است! Ahhaproject که در مونیخ و سنول شعبه دارد. مسئول طراحی و برندسازی قالب‌های صابون برای Stitch Bears بود که یک مغازه آنلاین برای محصولات کودکان، مثل لوازم خواب، پتوی بچه و اسباب بازی است. هر کدام از صابون‌ها حاوی روغن‌های اساسی بوده و هر کدام یک اثر تحریک‌کننده متمایز، مثل تسکین آلرژی، رفع خارش و مرطوب‌سازی پوست دارد.



شهر در کاغذ بسته‌بندی

بیشتر سائفرانسیسکو را به خاطر ساختمان Transamerica و شکل هرمی آن با سردرهای فواره‌ای اطرافش دوست داشتیم. دیترویت در آخر لیست علاقمندی‌هایم قرار داشت. حالا می‌توانم تصوراتم را با کاغذ کادوی Skyline Gift Wrap ساخت شرکت Suck UK که هدایا و لوازم منحصر به فردی می‌سازد از نو مجسم کنم.

در کودکی خطوط افق دغدغه ذهنی من بودند. در روزهایی که هنوز از اینترنت خبری نبود، در دایره‌المعارف‌ها و اطلس‌ها به دنبال خطوط افق شهری می‌گشتم و به ساختمان‌ها دقت می‌کردم و به دنبال این بودم که چطور یک کل جمعی باعث ساخت یا خرابی شهرها می‌شود. از همه



مازند فیل

سازنده دستگاه‌های پرکن لیوانی

MFRI SERIES

دستگاه پرکن روتاری تک نازل
فلروفگرد و چهار گوش

MFL SERIES

دستگاه پرکن خطی سه، چهار و پنج نازل

MFRD SERIES

دستگاه روتاری پرکن و سیل دبه و سطل





دارد که آنها را از یکدیگر متمایز می کند.
 " Zombís برند جدیدی از بستنی های
 ساخت شرکت بستنی سازی ایسلندی Kjörís
 است. بسته بندی و طراحی آن توسط Bran-
 denburg انجام شده است.

Zombís

سراسر ایسلند را برای خلق این پروژه به کار
 گرفته و هر زومبی شخصیت، اسم و ویژگی هایی

Zombís یک برند از نوشیدنی های
 فریزری است که طوری طراحی شده اند که
 از "مغز" بسته خورده شوند. در این بسته که
 توسط Brandenburg طراحی شده، این
 تولیدکننده بستنی ایسلندی ۲۴ زومبی از



لاچین کارت

تلفن: ۰۲۱-۵۶۵۴۴۶۶۷-۶

فکس: ۰۲۱-۵۶۵۴۴۶۶۷

lachincarton.co@gmail.com

ماشین آلات

لمینت تمام اتوماتیک ژاپنی

جعبه چسبانی تمام اتوماتیک ژاپنی (لاک باتوم)

دایکات بابست تمام اتوماتیک ژاپنی سایز ۸۰ x ۱۲۰

دایکات فکی سایز های ۱۱۰ x ۱۵۰ ، ۸۰ x ۱۱۰ ، ۷۰ x ۱۰۰

سلفون کشی

دوخت منگنه کارتن و ماشین آلات دیگر

تولید انواع ورق های سه لایه و پنج لایه و ایفلوت در ترکیب های مختلف

تولید انواع جعبه و کارتن های لمینتی در تیراژهای مختلف با دستگاه های

تمام اتوماتیک ژاپنی

تولید جعبه های متالایز

تولید کارتن های مادر با چاپ ۴ رنگ ترامه ترکیبی

تولید جعبه و کارتن های لمینتی سایز بزرگ تا ۱۱۰ x ۱۵۰ سانتی متر (یک تکه)



بسیار مفتخر خواهیم بود که شما را نیز در کنار خود داشته باشیم

تازه ماندن برای مدت طولانی تر



هویت برند موثر و جذابیت قفسه‌های زیادی در قفسه‌های شلوغ فروشگاه‌ها دارد. طراحی‌های اختصاصی، همچنین انتخاب سازه‌ها می‌تواند نیازهای خاص مشتریان را برطرف کند. به گفته Dave Pratt، مدیر فروش RPC UK Injection Moulding: "عنصر همیشگی راحتی در کاربری در بخش غذا باعث بالا رفتن تقاضا برای بسته‌های جذاب و کاربردی شده است که کیفیت و تازگی محصول را حفظ کرده و در عین حال وجهه یک برند ممتاز را ارتقا بخشیده و تقویت کنند."

کردن محصول برگردانده شوند، برای انبارسازی کارآمد قابل توده کردن هستند و صدای کمی در روی خط پرکنی دارند. همچنین سبک بوده، کربن پایینی داشته و کاملاً قابل بازیافت هستند و مزایای پایداری مهمی دارند. مزایای مصرف‌کنندگان عبارتند از جابجایی راحت و ایمن، قابلیت بستن مجدد، و قابل استفاده در ماکروویو، ماشین ظرفشویی و فریزر. برچسب درون قالبی IML خلاقانه که لایه مقاوم هم دارد چاپ با کیفیتی داشته و گرافیک‌های چشمگیر و برجسته‌ای دارد که

ظروف SuperLock® یک لایه مقاوم در برابر اکسیژن روی تمام سطوح را با یک سیل غشایی ترکیب می‌کنند تا نرخ انتقال اکسیژن را به صفر برسانند. این کار باعث عمر قفسه‌ای محیطی تا ۲۴ ماه برای دامنه گسترده‌ای از محصولات شامل غذاهای آماده، سس‌ها، سوپ‌ها، دسرهای میوه‌ای، آجیل‌ها، کرم‌های سبزیجات، محصولات لبنی ترشی‌ها می‌گردد. برای تولیدکنندگان، این بسته‌ها هم برای پرکنی داغ و هم سرد مناسب هستند و می‌توانند برای پاستوریزه کردن یا استریلیزه

زندگی دوم بطری‌های کوکاکولا



زندگی دوم یا عمر دوم بطری‌ها نام کمپینی است که شرکت کوکاکولا با همکاری یک شرکت تبلیغاتی چینی در ویتنام راه انداخته است. در این کمپین تعداد چهار هزار درپوش بطری کوکاکولا که بطری خالی را برای مصارف دیگری قابل استفاده می‌کنند توزیع شد. کوکاکولا بسته‌هایی را به خریداران می‌دهد که در آن قطعاتی قرار دارد که به جای درپوش بطری بسته می‌شوند و بطری را به افشانه، پمپ مایع شوینده، قلم مو، حباب‌ساز، مدادتراش، دمبل، لامپ، بطری ورزشی و... تبدیل می‌کند. در مجموع شانزده کاربرد برای این درپوش‌ها در نظر گرفته شده است. کلیپ کوتاهی در باره این کمپین ساخته شده که در صفحه ماهنامه صنعت بسته‌بندی در فیس‌بوک نیز قابل دیدن است.



کیفیت و تمایز در طراحی بسته

کل این ویژگی‌ها عملکرد عالی محصولات را به نمایش می‌گذارند. سری Evolve در سایزهای مختلفی از ۵۰۰ میلی‌لیتر تا ۵ لیتر موجود است که ظروف بزرگتر یک دستگیره‌ی بزرگ برای حمل و نقل و ریختن آسان دارند. رنگ خاکستری گرم مکمل ایده‌آلی برای برند و لوگوی جدید Comma به منظور ایجاد یک تمایز موثر روی قفسه فروشگاه است.

RPC برای برچسب شخصی Comma، یک طراحی خیلی متفاوت با خطوط و منحنی‌های نرم ایجاد کرده است.

این سری که Max 3 نامیده می‌شود، ترکیبی از یک ناحیه بزرگ برای برچسب‌زنی و انتخاب رنگ‌ها بوده و به Comma کمک می‌کند هر ظرف را به منظور ایجاد هویت‌های مستقل برند برای محصولات مختلفی که در ظروف بسته‌بندی می‌شوند، تخصیص دهد. اندازه‌های ۵۰۰ میلی‌لیتری تا ۵ میلی‌لیتری سری‌های خانوادگی کامل ایجاد می‌کنند.



RPC Design دو سری ظرف سفارشی برای یکی از متخصصین بازار خودرو، شرکت Oil and Chemicals Comma تولید کرده است. طرح‌های جدید قرار است هویت‌های انفرادی برای سری محصولات Comma و محصولاتی که برای برندهای مشتری تولید می‌کند ایجاد کنند. هر دو بسته باید یک تصویر مدرن و با کیفیت از محصول ارائه داده و ضمن ارائه راحتی و کاربری، جذابیت قفسه‌ای زیادی می‌داشتند.

همچنین مهم بود که بلندی و گنجایش مشابه ظروف قبلی داشته باشند تا به راحتی در خطوط پرکنی قبلی قرار بگیرند. ظروف سری عملکرد عالی Comma به نام Evolve طراحی زاویه‌دار جدیدی به همراه دو شیار در گوشه چپ و پایین دارد که باعث جلب توجه می‌شود.

Empress، قوطی کرم بسیار موفق با دیواره‌های ضخیم محصول جدید شرکت RPC Bramlage در دو اندازه معرفی شده است. اندازه‌های ۱۵ میلی و ۳۰ میلی‌لیتری به یک سری اضافه شده‌اند که اکثراً به خاطر طراحی آسان و توانایی ارائه یک تصویر با کیفیت، توسط مشتریان بزرگ انتخاب می‌شوند.

قوطی‌های Empress جذاب بوده، از یک قوطی داخلی از جنس PP و یک قوطی بیرونی از جنس SAN ساخته شده‌اند.

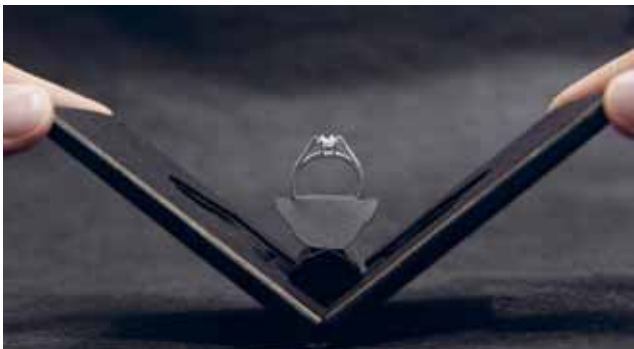
این قوطی‌ها برای شیشه‌های مختلف تزئین مثل رنگ مات یا براق، رنگ‌آمیزی، برچسب‌زنی، فویل‌زنی، فلزینه کردن، اسلیوگذاری، چاپ اسکرین و چاپ Pad مناسب هستند. کل بسته، علی‌رغم استفاده از پلاستیک وزن سبک و مزایای ضدشکنندگی که آن را ایمن و کاربردی می‌سازد، یک جلوه براق شیک با دیواره ضخیم دارد.



سری EMPRESS بزرگتر می‌شود

جعبه حلقه نامزدی Clifton

طراح بسته‌بندی کانادایی Andrew Zo جعبه حلقه نامزدی Clifton را طراحی و تولید کرده است که طرح مفهومی آن را در سال ۲۰۱۱ ریخته است. طراحی دقیق این جعبه باعث می‌شود به راحتی در جیب یا کیف پول مخفی شده و قابل مشاهده نباشد. این جعبه با ضخامت تقریباً ۱ سانتی‌متری حلقه را به زیبایی یک گل در حال شکوفایی به نمایش گذاشته و لحظات به یاد ماندنی و دل‌انگیزتری را به وجود می‌آورد. این محصول در سال ۲۰۱۴ تحت عنوان Clifton ارائه شد.



لیبل داخل قالب ترموفرمینگ

RPC Bebo-Plastik پس از نصب خط اختصاصی در کارخانه خود در پرمرفورده آلمان، تولید بسته‌ها را با استفاده از فناوری پیشرفته ترموفرم درون قالبی لیبل (IML-T) آغاز می‌کند. اولین مشتری این شرکت، تولیدکننده پیشروی آلمانی موتزارلا یعنی Goldsteig خواهد بود که RPC Bebo یک ظرف قالبگیری شده سفارشی جدید را برای آن تولید می‌کند. در حال حاضر سفارشات جدید بیشتری در مرحله نهایی شدن به سر می‌برند. IML-T ظاهر با کیفیت ممتاز را برای بخش ترموفرم به ارمغان آورده و امکان برندینگ موثر و متمایزسازی محصولات روی قفسه را در بازارهای شدیداً رقابتی برای تولیدکنندگان مواد خوراکی فراهم می‌کند. سبکی وزن و بازدارندگی بسته‌های ترموفرم شده اثبات شده است و شرکت‌ها می‌توانند علاوه بر اینها از کیفیت دکوراتیو ممتاز نیز بهره‌مند شوند. تولید ظرفیت بالا موجب مقرون به صرفه شدن سرمایه‌گذاری برای ابزار و تجهیزات لازم این فناوری شده و تجهیزات کنونی می‌توانند با



حداقل هزینه با آن منطبق شوند. IML-T لیبل‌های پیش‌چاپ را حین فرآیند ترموفرم به یک ظرف می‌چسباند و به این ترتیب، امکان اجرای طراحی‌های پیچیده و چندرنگ تا هشت رنگ برای دستیابی به سطح بهتر پرداخت و پوشش بیشتر نسبت به چاپ مستقیم فراهم می‌شود. لیبل‌ها را می‌توان به ظروف با اشکال مختلف چسباند و یک سیستم می‌تواند بسته‌های به اشکال و وزن‌های مختلف را آماده کند.

نسل جدید مقواهای ضخیم

بسیار کم و سطحی لطیف بوده و برای چاپ و تجربه‌ی سطحی نرم پیشنهاد می‌شود. Carry مقوایی دیگر از محصولات این شرکت است که بسیار قوی بوده و برای بسته‌بندی و محافظت از محموله‌های سنگین (و بسته‌بندی‌های سنگینی که دارای دستگیره بوده یا به جایی آویز می‌شوند) مناسب است. مقوای Light یک ماده‌ی ایده‌آل برای بسته‌بندی مواد خوراکی خشک و منجمد بوده و ضد رطوبت و کاملاً خالص می‌باشد.

لویسنون معتقد است که "فرایند ارائه‌ی یک محصول جدید بسیار دشوار و پیچیده است، و در مورد تولید مقواهای جدید، بایستی بحث افزایش چگالی کاغذ را نیز مدنظر قرار داد. میزان سوددهی مقواهای جدید کری و لایت نسبت به سایر محصولات، بسیار بالاتر است. علاوه بر خواص بهبودیافته‌ی مقواهای، تغییر وضعیت دستگاه‌های ساخت مقوا را می‌توان به‌عنوان یک عامل تضمین‌کننده در افزایش ظرفیت تولید به حساب آورد."

مقابل دانه‌دانه شدن (Mottling) مقاوم بوده و دارای قابلیت چاپ رنگی بهتری است. شما قادر به چاپ و تکثیر تصاویر طبیعی و زنده با تعداد بیشتر، با رنگ‌های پرتراوت‌تر و با محدوده‌ی گسترده‌تری از رنگ‌ها هستید.

علاوه بر این، مقواهای ضخیم جدید ثبات کیفی بهتری از خود نشان داده که موجب می‌شود نتایج چاپ در هرزمانی، عالی به نظر برسد. شرکت BillerudKorsnäs چهار گرید سفارشی از مقواهای بسته‌بندی خود را صرفاً به منظور بسته‌بندی محصولات لوکس و مارک‌دار مانند آب‌جو، خوراکی جات، عطر، شکلات و محصولات آرایشی و بهداشتی گرانقیمت، عرضه می‌کند.

مقوای سفید (White) شرکت BillerudKorsnäs یک محصول خیلی سفید ویژه با ترکیبی از خواص منحصربفرد استحکامی، شکل‌پذیری و قابلیت چاپ به‌شمار می‌آید. Ar-tisan نام مقوایی دیگر از محصولات شرکت BillerudKorsnäs است که دارای وزن

شرکت BillerudKorsnäs در حال عملیاتی کردن نسل جدید مقواهای ضخیم برای بکارگیری در بسته‌بندی‌های باکیفیت است. تغییر وضعیت گسترده در دستگاه‌های ساخت مقوا، تعامل نزدیک با مشتریان و داشتن دید شفاف نسبت به واقعیات دنیای تجارت به خلق و توسعه‌ی نسل جدیدی از مقواهای ضخیم با عملکرد بسیار عالی که دارای ظاهر و قابلیت چاپ بهبودیافته‌ای هستند، منجر شده‌است.

مگنِس لویسنون، مدیر بخش تجاری شرکت BillerudKorsnäs درباره تغییرات به‌وجودآمده در شرکت می‌گوید که "آن چه رخ داده است، چیزی بیشتر از یک تغییر ظاهر ساده است. هم‌اکنون شاهد نسل جدیدی از مقواهای ضخیم مورد استفاده در بسته‌بندی هستیم، نسلی که استانداردهای جدیدی را برای قابلیت چاپ تعریف می‌کند. ما سطحی برای چاپ تولید کردیم که ۳ لایه پوشش بر روی آن اعمال شده است. سطح حاصله در





تغییر در برنامه تولید آمکور

علاوه بر این، Amcor با شرکت‌های تبدیل‌کننده فیلم به منظور شناسایی منابع جایگزین یا جدید رزین به منظور تامین بلندمدت فیلم معادل همکاری دارد. Amcor نسبت به ماهیت بحرانی کاربردهایی که از فیلم Barex ۲۱۰ بهره می‌گیرند و به ویژه پیچیدگی فرآیند تأیید کیفی مجدد حساس است. به این دلیل، آمکور از سال ۲۰۱۲ سرمایه‌گذاری عظیمی را به منظور توسعه یک فیلم آلترناتیو برخوردار از خواص خنثی مشابه با Barex و استخراج پذیری و درزگیری بهتر و فرآیند تولید با پایداری بیشتر صورت داده است.

Amcor در تاریخ ۲۹ اکتبر از تصمیم شرکت INEOS Barex مبنی بر تعطیل کردن تنها واحد تولیدی خود در شهر لیما ایالت اوهایو تا اوایل سال ۲۰۱۵ مطلع شد. در حال حاضر تیم‌های خرید و فنی شرکت Amcor همکاری نزدیکی را با تبدیل‌کننده‌های فیلم به منظور تامین میزان کافی رزین INEOS Barex پیش از تعطیلی آنها دارند. همچنین تعهد به تهیه موجودی سه ساله از پیش تنظیم شده است. این موجودی وابسته به تعهدات الزام‌آور در قبال مشتری است که تا انتهای نوامبر ارائه می‌شوند و شرایط تجاری آنها هنوز مشخص نیست.

بطری‌های جدید عطر در نمایشگاه لوکس‌پک

حالتی ظریف، آزاد و درعین حال ورزشی و ماجراجویانه را از بودن در کنار دریا به انسان القا می‌کند.

۴- بطری برای عطر تابستانه‌ی لایفاستایل
ادکلن جدید و تابستانه‌ی شرکت لایفاستایل که در سال ۲۰۱۴ برای فرناندا براندو عرضه شده است، دومین ادکلن ساخت این شرکت بوده که برای این خواننده‌ی برزیلی ساخته می‌شود. بطری ساخته‌شده در کمپانی گرشیمر با خطوط تیز و زاویه‌دارش، در وهله‌ی اول شمایل یک سنگ قیمتی را تداعی کرده و از طرفی طراحی متمایز و برازنده‌اش را به رخ می‌کشد. رایحه‌ی این ادکلن یادآور بوی روزهای تابستانی برزیل است که از ترکیب ظرافتمندانه‌ی عطر گلی و میوه‌ای مانند انار و توت‌آسای حاصل می‌شود. طرح نارنجی-فیروزه‌ای بکاررفته در ساخت بطری این ادکلن در کنار ظاهر شبیه‌به سنگ‌های قیمتی آن، جذابیت و چشم‌نوازی فوق‌العاده‌ای به این محصول بخشیده است.

همکاری شرکت کاتی (شرکت تولیدکننده مواد و لوازم آرایشی) در سال ۲۰۱۴ عرضه شده است. بطری شیشه‌ای ساخته شده توسط گرشیمر دارای ظاهری جذاب، رنگ قرمز مات و نام حک‌شده‌ی انریکه ایگلسیاس بوده و دارای یک سر اسپری‌کننده نیز می‌باشد. محتوای این تنگ شیشه‌ای درخشان، مخلوطی از فلفل سیاه معطر و زعفران است که در بستر گرم تونکا (نوعی دانه‌ی معطر استوایی) حل شده و با رایحه‌ی شگفت‌انگیز نارنگی و برگ‌های بنفشه مزین شده است. ظاهر تنگ‌گونه‌ی این بطری مدرن، موجب بازتاب رایحه‌ی مردانه و تند و تیز آن می‌شود.

۳- ادکلن جدید ناتیکا لایف
شرکت کاتی، ادکلن جدید ناتیکا لایف را با طرحی از شرکت مُد ناتیکا، تولید کرده است. این ادکلن درون یک بطری استوانه‌ای کشیده با درب چوبی محکم و طلاکوب شده عرضه شده است. رنگ آبی کمرنگ استفاده شده در ساخت بطری این ادکلن (توسط شرکت گرشیمر)

۱- خط عطر PRIME LEAGUE
FASHION COMPANY S. OLIVER
امسال یک خط عطر با نام PRIME LEAGUE را راه‌اندازی کرده که توسط Mäurer + Wirtz در یک بطری خیره‌کننده، محصول Ger-resheimer تولید می‌شود. این عطر که روی آن یک تاج به همراه حروف اول PRIME LEAGUE چاپ شده، از بطری با ظاهر ساده و جذاب برخوردار بوده و سبک زندگی جوانی، توام با ورزش و پویایی را انعکاس می‌دهد. عطر خانم‌ها رایحه گل و میوه‌ای دارد در حالی که عطر آقایان از بوی چوبی-آروماتیک به همراه رایحه دریایی تقویت شده برخوردار است. بطری‌های رنگارنگ این عطر خیره‌کننده هستند: رنگ صورتی با یک تاج برای خانم‌ها و رنگ آبی با یک تاج آبی برای آقایان.

۲- بطری‌های جدید کاتی در لوکس‌پک
یکی از محصولات جدیدی که در نمایشگاه امسال لوکس‌پک به چشم می‌خورد ادکلن جدید انریکه ایگلسیاس به نام آدرنالین است که با



آمپک و عرضه فیلم با بازدارندگی فوق العاده

گازهای گلخانه‌ای و مصرف انرژی در فرآیندهای ساخت و توزیع کاهش می‌یابد. لمینیت‌هایی که در آنها از فیلم بازدارنده Flexi FoilFree HB استفاده می‌شود ظاهر و حسی را که مشتریان از بسته‌بندی می‌خواهند را داشته و کیفیت بسته یا محصول را تنزل نمی‌دهد. بسته تولیدی با فیلم Flexi FoilFree HB، ظاهر تعریف شده خود را حتی پس از فرآوری و جابجایی نیز حفظ کرده و ظاهر ناخوشایند بسته‌هایی که به مدت طولانی در انبار مانده‌اند را نشان نمی‌دهند.

یک مزیت چشمگیر دیگر لمینیت فیلم، هزینه اقتصادی آن نسبت به کامپوزیت‌های بر پایه فویل آلومینیوم است. یک کامپوزیت دو یا سه لایه Flexi FoilFree HB در مقایسه با لمینیت‌های سه و چهار لایه بر پایه فویل، از خواص بازدارندگی یکسانی نسبت به اکسیژن و WVTR برخوردار بوده بنابر این هزینه ماده را کاهش می‌دهد. لمینیت‌های بازدارنده نسبت به فیلم‌های بازدارنده متالایز از بازدارندگی بالاتری برخوردارند. فیلم بازدارنده Flexi FoilFree HB کاربردهای بسته‌بندی فراوانی در بازارهای مراقبت از سلامتی، مواد خوراکی و صنعتی دارد.

استفاده از این فیلم برای محصولاتی مناسب است که بازدارندگی در برابر اکسیژن و/یا رطوبت بالا در حفظ کارایی و عمر آنها در قفسه موثر است. کاربردهای این فیلم برای بازار مراقبت از سلامتی شامل تشخیص، داروسازی، زیست‌فناوری و لوازم پزشکی است. لمینیت‌های Flexi FoilFree HB، با موفقیت جایگزین لمینیت‌های فویل ۳ و ۴ لایه در بخش مواد خوراکی برای بسته‌بندی مواد خوراکی خشک و تر از جمله میکس‌های کیک، سوپ‌های پودری، انواع سس از جمله سس پنیر مایع شده است.

به گفته دیو بارتیش، مدیرعامل بازاریابی شرکت Ampac، "لمینیت‌های بر پایه Flexi FoilFree HB جایگزین عالی برای کامپوزیت‌های فویل آلومینیوم گران‌قیمت‌تر هستند و مزایای افزوده‌ای از جمله مقاومت بیشتر به ترک ناشی از خمش مکرر و سوراخ شدن، ظاهر جذاب‌تر و پایداری بالاتر فراهم می‌کنند. Ampac مفتخر به عرضه این فیلم با بازدارندگی فوق العاده و ارائه جایگزین ارزانه‌تری برای لمینیت‌های بر پایه فویل استاندارد کنونی است.



Ampac که از شرکت‌های پیشرو در زمینه ارائه راهکارهای خلاقانه بسته‌بندی است، FLEXI FOILFREE HB را به بازار عرضه می‌کند که یک فناوری فیلم با بازدارندگی بالاست. این فناوری وقتی در یک لمینیت به کار برده شود، از خواص بازدارندگی (در برابر رطوبت، اکسیژن و بخار) نزدیک به لمینیت‌های فویل آلومینیوم بدون استفاده از فویل برخوردار می‌شود. لمینیت‌های بازدارنده Ampac's Flexi FoilFree HB خصوصیات کارکردی عالی را در مقایسه با مواد فویل نازک سنتی تامین می‌کنند. مقاومت به ترک ناشی از خمش مکرر و مقاومت به سوراخ شدن کامپوزیت‌های Flexi FoilFree HB وقتی به جای فویل استفاده شوند به طور چشمگیر ارتقا یافته و "باز شدن با پارگی" آن نسبت به زیرلایه‌های بر پایه فویل آسانتر است.

لمینیت‌های بازدارنده Flexi FoilFree HB جایگزین پایدارتری نسبت به مواد بر پایه فویل محسوب می‌شوند. بسته‌بندی با این ماده، نرخ تولید را بهبود داده و به واسطه وزن کمتر آنها در مقایسه با فویل، تولید

ایجاد علاقه به برند، با پمپ جدید!

همچنان تجربه مصرف‌کننده از برند و محصول را ارتقا می‌دهد. Amplify™ یک فناوری بی‌هوا است که علاوه بر تامین راحتی قرار داشتن پمپ روی تیوب، محافظت کافی و به کار انداختن آرام حاصل از فناوری موتور ثبت اختراع شده شرکت یعنی Rolling Bellow برخوردار است. از این رو این راهکار برای محصولات مراقبت از پوست ایده‌آل بوده و دیسپنس راحت، آسان، یکنواخت و کنترل شده، محافظت از محصول و قابلیت استفاده به صورت سرپایی را برای برند و مصرف‌کنندگان ممکن می‌سازد.

MWV با استفاده از یافته‌های خود از تحقیق اخیرش بر روی مراقبت از پوست، Am- plify را با هدف کاربردی بودن در نقاط درد مصرف‌کننده و تجربه مثبت مد نظر او طراحی کرده است. این نوع تجربه پیشرفته، روابط احساسی عمیق و وفاداری به برند را تقویت کرده و به خرید پی در پی منجر می‌شود.

دارند و تمایزات بین محصولات همه پسند، پرفروش و لوکس در حال تغییر است. ما در MWV از این تغییر به واسطه این ایده استقبال کرده‌ایم که هر نوع محصولی می‌تواند احساس ممتاز بودن را در سطح بالاتری داشته باشد. این احساس دیگر مختص به گرانترین محصولات زیبایی نیست. ما با Amplify™ پمپی را برای خلق ارزش مطلوب طراحی کرده‌ایم که

شرکت MeadWestvaco که یک شرکت پیشرو در زمینه بسته‌بندی و ارائه راهکار در این زمینه است، بتازگی Amplify آخرین محصول شرکت را به پورتفولیوی دیسپنس محصولات مراقبت از پوست خود اضافه کرده است. به گفته کوین کلارک مدیرعامل MWV Home & Beauty: "مصرف‌کنندگان امروزی به ازای هر سنت افزایش قیمت انتظار بالاتری



Metsä Board همچنین از دیگر انواع بسته‌بندی‌های مراقبت از زیبایی و ممتاز خود از جمله Carta Integra، Carta Elegia، Carta Solida و Avanta Prima علاوه بر سری Chromolux با پوشش ریختگی رونمایی کرده که همگی از فیبرهای جنگلی تازه قابل ردیابی تهیه می‌شوند. سری دیجیتال جدید Chromolux به طور خاص برای کاربردهای HP Indigo و تونر طراحی شده است و از جلای بالا و القای احساس لوکس بودن به همراه تطبیق پذیری و سرعت چاپ دیجیتال برای حصول نتایج خیره‌کننده برخوردار است.



مقوای جدید METSÄ BOARD

محصولات ممتاز تاثیر مطلوب را ارائه می‌دهد. Carta Allura برای محصولات مراقبت از زیبایی، مواد خوراکی و نوشیدنی‌های ممتاز و همچنین کاربردهای گرافیکی ایده‌آل است و سبک وزنی آن در کنار سفتی، تعداد کارتن بیشتری به ازای تن ارائه داده و پایداری را ارتقا می‌دهد. دانسیته و سفتی مناسب این کارتن مشکلات فرآیندی را به حداقل رسانده و سمت پشت آن نیز به منظور تضمین پرداخت خوب با داخل کارتن پوشش داده می‌شود.

سری لاینرهای Modo Northern Light علاوه بر سبکی وزن در دو نوع تماماً پلیچ شده پوشش‌دار و فاقد پوشش هم در بسته‌بندی‌های میکروفلوت و هم موجدار سنتی قابل استفاده‌اند و نوع فاقد پوشش آنها به صورت فلوتینگ نیز عرضه می‌شود. نوع جدید Modo Northern Light Litho به طور خاص برای لیتولمنیت‌سازی طراحی شده و همچنین برای کاربردهای آفست مناسب است. نوع جدید پوشش‌دار Modo Northern Light Flexo برای پیش از چاپ فلکسو و مقوای موجدار (کارتن) معمول طراحی شده است. همچنین برای پایانه فروش، کیسه‌های خرید و هر بسته مصرفی سبک وزن یا ساختارهای درونی قابل استفاده‌اند. این مقوا برای بسته‌بندی ایده‌آل است که با گرایش‌ها به سمت استفاده از مواد سازنده طبیعی‌تر در محصولات مراقبت از زیبایی تطابق دارند.

در لوکس‌پک ۲۰۱۴، METSÄ BOARD از پورتفولیوی گسترده مقوای سبک وزن خود رونمایی کرد. مقوای جدید این شرکت با نام Carta Allura به طور خاص برای کاربردهای نهایی تجملی طراحی شده است. همچنین در این نمایشگاه از لاینرهای جدید تماماً پلیچ شده Modo Northern Light رونمایی شد که برای میکروفلوت ایده‌آل بوده و نتیجه چاپ مطلوب برای بسته‌های موج‌دار را فراهم می‌کند.

Carta Allura از صافی استثنایی برخوردار است که آن را برای لمینیت‌سازی فویل، جلای براق و سایر جلوه‌های ویژه ایده‌آل می‌کند. همچنین از درخشندگی و ظاهر جذابی برخوردار است که در صورت استفاده برای



سیحون شانه حمل تخم بلدرچین ساخت

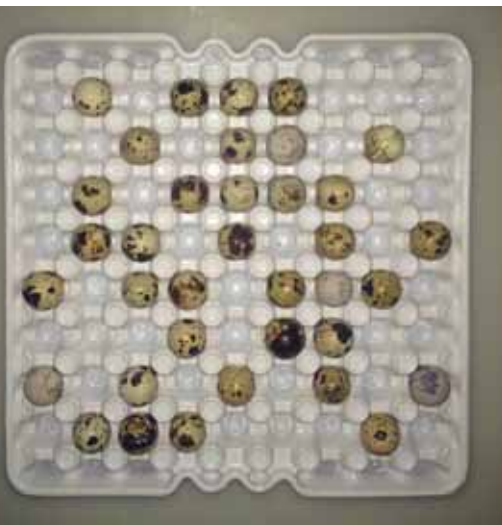
علی فتاحی مدیر شرکت سیحون نیز افزود: "این محصول جدید ضایعات تخم بلدرچین در حمل و نقل را به حداقل رسانده و می‌تواند باعث کاهش بهای آن شود. محل مصرف آن در مراکز پرورش بلدرچین است

و از همان ابتدای کار باعث محافظت فیزیکی از محصول می‌شود. همچنین به دلیل بازاریابی با PET، بالای ماده هم طبقات روی هم قرار گرفته هیچ ارتباط بیولوژیکی و شیمیایی با هم نداشته و رطوبت یا محتوای تخم‌ها از آن به طبقات پایین منتقل نشده و از این جهت نیز کاملاً بهداشتی است."

شرکت صنایع بسته‌بندی سیحون محصول جدید خود را معرفی کرد. این محصول، شانه حمل تخم بلدرچین است.

شرکت صنایع بسته‌بندی سیحون، پس از مدت‌ها تحقیق و بررسی، نظرسنجی و استفاده از کارشناسان گروه تحقیق و توسعه (R&D) خود موفق شد شانه‌ای برای حمل تخم بلدرچین تولید کند که نقش بزرگی در کاهش هزینه و خسارات ناشی از جمع‌آوری و حمل سنتی تخم بلدرچین در مزارع پرورش و تخم‌گذاری بلدرچین دارد. اگر چه بنا به گفته سعید فکوری رئیس گروه تحقیق و توسعه شرکت سیحون، طراحی و ساخت قالب این استند پیچیدگی‌های خاص و بسیار حرفه‌ای داشت که فقط با تحقیق و توسعه امکان‌پذیر شد اما حالا با تولید انبوه این شانه حمل، هزاران پرورش‌دهنده بلدرچین در کشور می‌توانند از هزینه‌های زاید و خسارت‌های قابل اجتناب جلوگیری کنند و با کاهش ریسک این نوع سرمایه‌گذاری افراد بیشتری به جمع تولیدکنندگان بلدرچین بپیوندند.

با این شانه حمل که ظرفیت ۷۲ عدد تخم بلدرچین را دارد می‌توان ۱۴ ردیف معادل ۱۰۰۰ عدد تخم بلدرچین را روی هم در کارتن گذاشت. این شانه قادر است ۶۰ کیلوگرم وزن بار روی خود را تحمل کند بدون آن که در حمل و نقل حتی در مسیرهای دور تخم‌ها بشکند یا بیرون بریزد. نکته حائز اهمیت این است که این استند با مواد PET و با روش وکیوم فرمینگ و قالب آلومینیومی ارزان ساخته و تولید می‌شود.



Nyloflex® NEX T

Nyloflex® NEF

معرض این تکنولوژی قرار گرفته و جوهر را به بهترین شکل از سطوح جامد عبور می‌دهند. در چاپ‌های موج، استفاده از لامپ LED به بهبود کنترل پروفیل خروجی کمک کرده و نتیجتاً میزان چین خوردگی به طرز قابل توجهی کاهش می‌یابد. تاکنون پلیت‌های چاپی فتوپلیمری ny- loflex® ACE پس از قرارگیری در معرض ny- loflex® NEX T مورد استفاده قرار می‌گرفتند که طی این فرایند، با استفاده از ساختارهای سطحی در فرایند چاپ، چگالی رنگ بسیار بالایی قابل دستیابی بوده است. گروه فلینت به طور همزمان، پلیت‌های چاپی جدیدی را با عنوان nyloflex® NEF دیجیتال به بازار معرفی کرده است که به طور خاص برای قرارگیری در معرض nyloflex® NEX T و چاپ بسته‌بندی‌ها و برچسب‌های انعطاف‌پذیر طراحی شده است. مزیت مهم فناوری فوق، کاهش قابل توجه زمان در معرض قرار گرفتن، نسبت به ورق‌های استاندارد است. برند سنینگ درباره این پلیت‌ها این گونه می‌گوید که "با استفاده از المان‌های بسیار ظریف موجود بر روی این پلیت‌های جدید، چاپ و تکثیر بهینه‌ی طرح‌های پرنرنگ و سایه‌روشن‌های بسیار کمرنگ به بهترین کیفیت و با بیشترین میزان سازگاری میسر شده است." او ادامه می‌دهد: "علاوه بر این، با تنظیم بهتر

از بسته‌بندی‌های تکرنگ مخصوص حمل و نقل شروع شده و تا برچسب‌های چندرنگ و تصاویر چاپی پیچیده برای بسته‌بندی‌های اصلی تنوع دارد. این شرکت برای چاپ محصولات فوق از طرح‌های جامع گروه فلینت و تعداد بسیار زیادی از پلیت‌های چاپی Nyloflex® flex با ضخامت‌های مختلف استفاده می‌کند. برند سنینگ، رئیس بخش نوآوری و خدمات شرکت فلکسیکون، از ارتباط کاری خوب با سایر شرکت‌ها می‌گوید: "احساس من آن است که همکاری با گروه فلینت بسیار مثبت باشد. اطلاعات مورد نیاز در بهترین زمان ممکن آماده شده و پیشنهادهایی که ارائه کردیم به خوبی و در هر زمانی مورد پذیرش قرار گرفته و به سرعت اجرایی شده است."

هدف همیشگی شرکت فلکسیکون، نمونه بودن در تمامی بخش‌های صنعت است. شرط تحقق این هدف، هماهنگی تصمیمات و عملکرد شرکت با محوریت نیاز مشتری است. این شرکت همواره درصدد ارائه‌ی بالاترین

پلیت چاپ جدید گروه فلینت، مطمئناً شهرت زیادی کسب خواهد کرد. به عنوان یک شرکت جهانی فعال در زمینه پیش از چاپ برای صنعت کالاهای مصرفی بین‌المللی، فلکسیکون مجموعه‌ی کاملی از فرایندهای پیش از چاپ را ارائه می‌دهد. از این رو فلکسیکون اساساً بر روی پیش چاپ بسته‌های پیشرفته اولیه و ثانویه با سطح کیفی بالا متمرکز است. سالانه در حدود ۴۰۰۰۰ متر مربع فرم‌های چاپ فلکسو در سراسر دنیا تولید می‌شود. رمز کیفیت بالای محصولات این شرکت، تولید کارکرد بالا و مدیریت کیفیت بهینه است. از این رو بیش از ۳۵۰ تولیدکننده‌ی محصولات برتر و معتبر در سراسر دنیا به نقاط قوت فلکسیکون اتکا می‌کنند.

فلکسیکون که در سال ۱۹۸۵ و به همت یک تولیدکننده‌ی محصولات چاپ بسته‌بندی به نام برند ساندر تاسیس شد، در ابتدا تنها به تولید پلیت‌های چاپ فلکسو مشغول بود. اما دیری نپایید که گستره‌ی محصولات و خدمات این شرکت در بخش پیش از چاپ توسعه‌ی چشمگیری یافت و واحد چاپ و تکثیر تماماً دیجیتال آن احداث گردید. با گذشت زمان، خدمات ابتکاری و جدیدی مانند طرح‌های هنری چاپی و سیستم مدیریت تولیدات چاپی به مجموعه اضافه شدند. زودتر از آن چه که تصور می‌شد، محدوده‌ی فعالیت‌های شرکت از ساختمان واقع در شهر هال، وست‌فاليا (آلمان) به سایر کشورها توسعه یافت. مثلاً یک شرکت تابعه در سال ۱۹۹۶ در شهر دلیان، واقع در

سواحل شمالی کشور چین تاسیس شد. پس از این که آوازه‌ی محصولات شرکت فلکسیکون به عنوان پیش‌گام صنعت چاپ، در بازار چاپ فلکسوی چین پیچید، شعبات دیگری از این شرکت به سرعت در اروپا، ایالات متحده‌ی آمریکا، امریکای لاتین و شرق نزدیک تاسیس شد. نسل دوم شرکت فلکسیکون که از سال ۱۹۹۸ با مدیریت گابریل کیسون به‌فعالیت مشغول است، امروزه به یکی از بزرگترین کسب‌وکارهای مالک-محور در بازارهای بین‌المللی صنعت پیش از چاپ تبدیل شده است. در سراسر دنیا و در بیش از ۸۰ کشور حدوداً ۳۰۰ کارمند در حال ارائه‌ی خدمات به مشتریان هستند.

شرکت فلکسیکون پلیت‌های چاپ متناسب با هر نیازی را تولید می‌کند. محصولات این شرکت بسیار متنوع بوده و محدوده‌ی آن



جوهر، می‌توان چگالی جوهر جامد را مجدداً بهبود بخشیده و در نتیجه تنوع نقش‌های چاپی را به طرز خیره‌کننده‌ی افزایش داد."

پلیت دیجیتال nyloflex® NEF که با هدف ایجاد کارآمد نقاط فلت تاپ و تکثیر پوشش‌های سطحی با بهترین کیفیت طراحی شده در اوایل ماه آگوست (۲۰۱۴) به بازار معرفی شد. این پلیت کیفیت فوق‌العاده‌ای را در مناطق‌های لایت نشان می‌دهد. همچنین با کاهش ناهمواری‌های سطحی به افزایش کنتراست تصویر کمک شایانی می‌کنند.

در صورت اعمال پوشش‌های سطحی، میزان تنظیم جوهر به طرز قابل توجهی بهبود یافته و چگالی جوهر بالا ممکن می‌شود. نتیجه در عملکرد چاپ درخشان این پلیت‌ها برای فیلم، فویل و زیرلایه‌های کاغذی پوشش‌دار مشاهده می‌شود.

کیفیت، بهترین خدمات و درعین حال سودمندی بهینه بوده و هست. برای رسیدن به این هدف، فلکسیکون خواستار گام برداشتن در لبه‌ی دانش است و آنها همواره از مهارت متخصصان فرایند CTP (کامپیوتر به پلیت) یا متخصصان فناوری نمایشگرهای HD را بهره می‌برند. بنابراین منطقی به نظر می‌رسد که واحد ارائه دهنده‌ی نسل جدید Nyloflex® از گروه فلینت نیز بخشی از تجهیزات مورد استفاده‌ی آنها باشد. در این فناوری نوآورانه از یک منبع نور UV-A LED استفاده شده است که پیش از وقوع واکنش بازدارندگی اکسیژن، موجب ایجاد اتصالات عرضی در سطح فتوپلیمر می‌شود. استفاده از خروجی قوی UV-A موجب چاپ و تکثیر بسیار دقیق اطلاعات دیجیتالی بر روی سطح صفحات چاپی می‌شود. در بسته بندی‌های انعطاف‌پذیر، صفحات چاپی در

جشنواره بسته‌بندی با رویکرد کارآفرینی

بنا بر خبر دریافتی، جشنواره برترین‌های صنعت بسته‌بندی با رویکرد توسعه اشتغال پایدار شامل دوره بین‌المللی، همایش، مسابقه مقاله‌نویسی و نمایشگاه B2B و B2C، با مشارکت دانشگاه صنعتی شریف و دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران و...، از ۹ تا ۱۹ اسفند ماه ۹۳ به مدت ۱۰ روز در محل مصلی بزرگ امام خمینی (ره) با محورهای توسعه صنعتی، اشتغال‌زایی، کارآفرینی و دانش شهروندی برگزار می‌شود.

تلفن دبیرخانه: ۲۲۴۴۶۵۵۵
www.packagingfestival.com

آموزش ایندیزاین در تعاونی مطبوعات

اولین دوره آموزشی نرم‌افزار Indesign در محل تعاونی مطبوعات برگزار شد. بیش از بیست نشریه عضو تعاونی مطبوعات تعداد بیست و نه نفر از کارکنان خود را برای گذراندن این دوره معرفی کرده بودند. مهندس کیوان فتوحی مدرس این دوره اعلام کرد بزودی دوره Indesign2 نیز برگزار خواهد شد.

اعضای تعاونی مطبوعات را مدیران مسئول مطبوعات تشکیل می‌دهند و از چندی پیش با تشکیل کارگروه آموزش در این تعاونی، برنامه‌های آموزشی راه‌اندازی شده است. گفتنی است دوره‌های بازارپایی و چاپ نیز از جمله برنامه‌های آموزشی تعاونی مطبوعات هستند.



حکمایی در مسیر Eco Recharge

دستگاه پرکن مایعات یک لیتری را می‌بینی که به جای روده ۱۵ سانتی‌متری روده ۱۰ سانتی‌متری می‌گیرد و ماده‌ای با حجم ۵۰۰ میلی‌لیتر را در آن پر کرده گوشه بسته برای تخلیه بدون ریزش دوخت و برش می‌زند.

چه چیز عوض شده است؟ در واقع گرایش و درخواست بازار تغییر کرده است. اکنون مایع نرم‌کننده لباس را به صورت غلیظ که در حجم پانصد میلی‌لیتر می‌فروشند. برای تکمیل این محصول نیاز است دو لیتر آب می‌باشد که توسط مصرف‌کننده به آن اضافه می‌شود.

نیما سیدالحکمایی مدیر شرکت ماشین‌سازی حکمایی می‌گوید: "با ایجاد تغییرات روی دستگاه قدیم قابلیت جدیدی به آن اضافه کرده‌ایم. بسته‌های سه تایی ۲۵۰ میلی‌لیتری آب ژاول که کنسانتره است بسته‌بندی می‌کند و مصرف‌کننده آب لازم را در ظرف قبلی که داشته اضافه می‌کند." این نسل از کالاهای بسته‌بندی شده را بسته‌های Eco Recharge می‌گویند. یکی از نمونه‌های کاربردی آن که در فروشگاه‌های فرانسه رواج پیدا کرده صابون مایع است. ماشین‌سازی حکمایی با ایجاد تغییرات لازم در سیستم‌های پرکن خود زمینه لازم برای تولیدکنندگان را در این جهش جدید بازار فراهم کرده است. محصول بدون آب فروخته می‌شود و مصرف‌کننده خودش آب لازم را به آن اضافه می‌کند تا به غلظت استاندارد برسد.

حکمی برای اصلاح قیمت لیتوگرافان

احمد ابوالحسنی رییس اتحادیه صنف لیتوگراف در حکمی فرهاد عماد مدیر لیتوگرافی عماد را مامور تشکیل کارگروهی برای بررسی و تعیین بهای خدمات لیتوگرافان کرد. صنف لیتوگرافان از دیرباز با چالش ارزان‌فروشی روبرو است. اگر چه بخشی از این چالش از بیرون از صنف به آن تحمیل می‌شود اما به زعم اعضای صنف و اتحادیه تعدادی از اعضای صنف لیتوگرافان نیز برای جذب مشتریان اقدام به شکستن قیمت خدمات خود می‌کنند.

شاید بتوان گفت قیمت‌شکنی اصلی را بیشتر چاپخانه‌دارانی که سیستم‌های پیش از چاپ راه‌اندازی کرده‌اند انجام می‌دهند. خرید تجهیزات پیش از چاپ توسط چاپخانه‌داران کاملاً در مسیر حرکت صنعت چاپ دنیا است. چرا که ابتدا این شرکت‌های سازنده ماشین‌آلات چاپ بودند که اقدام به خرید شرکت‌های سازنده تجهیزات پیش از چاپ کردند. نمایندگان آنها نیز در تمام جهان همین نسخه را اجرا کرده و شروع به فروش تجهیزات پیش از چاپ تایید شده توسط سازنده ماشین چاپ به چاپخانه‌داران کردند. در این میان صنف لیتوگرافان دچار آسیب‌هایی شد که یکی از آنها بی‌نظمی در بهای خدمات بود.

در حال حاضر یک تخفیف عرفی نیز می‌تواند تهدیدی برای همکاران محسوب شود. از این رو با جدی‌تر شدن معضل بهای خدمات و در پی بحث‌های پیرامون آن اتحادیه صنف لیتوگرافان تصمیم گرفت که افرادی را مسئول رسیدگی به این موضوع کند. انتظار می‌رود با انرژی موجود در اعضای صنف برای حل این مشکل، کارگروه مورد نظر هر چه سریع‌تر دست به کار تعیین ضوابطی برای تعیین بهای خدمات و اجرای آن شود.



ماشین کارتن سازی خطی HD-LSP با قابلیت autoloader



چند بسته‌ای را بدون ترس از افتادن محصول با سرعت خیلی بالا جابجا کرد. ساختار open frame باعث وضوح دید بیشتر برای اپراتور شده و در تشخیص‌های غلط به کمک می‌آید. تکنولوژی All Servo روی HD-LSP عملکرد روان و نگهداری کمتر را تضمین می‌کند. HD-LSP با توانایی تولید بسته، کیسه، ... و بسیاری کاربردهای دیگر، انعطاف‌پذیری زیادی برای تمامی نیازهای کارتن‌سازی دارد.

HD-LSP یک ماشین کارتن‌سازی قوی است که می‌تواند فرآیندهای سریع را به راحتی انجام دهد. این دستگاه که قابلیت کار با بیش از ۵۰۰ محصول را در دقیقه دارد، از سیستم بستن کارتن Sure-LoadTM استفاده می‌کند. Sure-LoadTM یک سیستم ریلی بستن کارتن است که اطمینان می‌دهد محصول هنگام عملکرد بستن به صورت flap از جعبه بیرون نخواهد افتاد. با این ویژگی، می‌توان کارتن‌های

رولند برنده ۱۲ جایزه بزرگ Golden Image در SGIA 2014

شرکت Roland DGA اعلام کرد که ۶ مالک Roland در مجموع ۱۲ جایزه معتبر Golden Image را در نمایشگاه ۲۰۱۴ انجمن تصاویر گرافیکی تخصصی (SGIA) برنده شده‌اند. نمایشگاه SGIA که ۲۲-۲۴ اکتبر در لاس وگاس برگزار شد، در بسیاری نقاط



به عنوان برجسته‌ترین اجتماع سالانه صنعت شناخته می‌شود که تصویرسازان دیجیتال در آن بهترین آثار خود را به نمایش می‌گذارند. از جمله بخشهایی که شرکت رولند در آنها چند جایزه طلا و نقره گرفت گروه برجسب و استیکر و گروه محصولات پلاستیکی است.



ID Technology و سری جدید چاپگرهای CIJ

ID Technology، با همکاری Pro Mach، یک تهیه‌کننده عمده برجسب، کدسازی و نشانه‌گذاری، از ساخت سری چاپگرهای inkjet مستمر (CIJ) شرکت Citronix سری ci3000 آخرین به‌روزرسانی سری تاییدشده‌ی CiSeries خبر داد. چاپگرهای سری Citronix ci3000 برای اولین بار در نمایشگاه بین‌المللی Pack Expo در غرفه شرکت ID Tech-nology نمایش داده خواهند شد.

در آمریکا، چاپگرهای Citronix به‌طور اختصاصی از ID Technology قابل خریداری هستند و این چاپگر inkjet کوچک و پرسرعت نسل آینده شامل مدل‌های و ci3200، ci3300، ci3500 و ci3650 است که بر موفقیت ماشین‌های قبلی -ciS- eries مبتنی هستند. چاپگرهای Citronix به خاطر استحکام، کاربری راحت و نگهداری آسان شهرت دارند و محصول جدید هم بر همین محورها استوار است.

ویژگی‌های کلیدی مدل‌های قبلی به سری جدید ci3000 انتقال یافته و برخی اصلاحات چشمگیر در سیستم fluidics، الکترونیک و نرم‌افزاری رخ داده است که منجر به ساخت پرنترهای CIJ با توانایی

یک Case Erector تمام اتوماتیک entry-level جدید

Richmond، BC- DEKKA با همکاری Pro Mach یک سیستم جدید -case erector entry-level ساخته است که ارتقا به یک سیستم تمام اتوماتیک را حتی برای شرکت‌هایی با بودجه محدود، به کاری ساده بدل می‌کند. Case Erector اتوماتیک جدید DEKKA 500 کارآیی تولید مضاعفی تا ۱۰ مورد در دقیقه، یک اینترفیس کاربری با عملکرد ساده، تنظیم ساین آسان و کاربرد قابل اطمینان نوار دار.. DEKKA 500 برای تولیدکنندگانی که در خطوط کم سرعت کار می‌کنند و تا کنون به نظرشان سیستم‌های اتوماتیک کم‌هزینه هستند، ایده‌آل است. یک فرد می‌تواند به راحتی با DEKKA 500 از طریق کنترل‌های HMI آن و دستورالعمل‌های رنگی و آسان روی دستگاه که تغییرات و تنظیم ساین را نشان می‌دهند، کار کند. این دستگاه یک سر نوار بادوام و عالی برای تغییر لود نوار (۳۰ تا بیشتر)، پیشروی نوار ویژه "بدون پارگی"، و سیل نوار بسیار قابل اعتماد و کارآمدی دارد. Sander Smith، مدیر محصولات DEKKA، می‌گوید: "DEKKA 500 طراحی ساده و اثبات شده‌ای دارد که در بسیاری از



تولیدکنندگان چراغ، کارخانه‌های فرآوری مواد غذایی و شرکت‌های سلامتی و زیبایی که با خطوط اتوماتیک و کم سرعت کار می‌کنند، به کار رفته است. این دومین مورد در مجموعه ای از ماشین‌های بسته‌بندی نوار فشرده بر پایه سر نوار مشهور DEKKA است که بهره‌وری عالی را با یک سرمایه‌گذاری منطقی به مشتریان ادامه می‌دهد. "DEKKA، از ۱۹۹۹ هزاران سر نوار ممتاز خود را فروخته و در case sealer ها و erector های مختلف نصب کرده است. سر نوار محکم DEKKA که به راحتی نیز تعمیر می‌شود، برای بسیاری از شرکت‌های تولیدکننده و بسته‌بندی سراسر جهان عملکرد طولانی‌مدت و قابل اعتمادی و کارایی واقعی داشته است.

اپلیکیتور اسلیو شریک با عملکرد خوب



شده و یا لو می‌روند، در کنترل دسترسی به ماشین‌آلات موثرتر است.

تحقیقات انجام شده با مشتریان در حین تولید Lanzara نشان داد که پرسنلی که دسترسی غیرمجاز داشتند، فکر می‌کردند که تنظیمات روتین روی ماشین انجام می‌دهند در حالی که این تغییرات همگی منجر به کاهش محصول و تضعیف کیفیت می‌شد.

Brad Wegner، معاون و مدیر عمومی Axon می‌گوید، "به مدت بیش از یک سال، تیم توسعه ما با Schneider الکتریک روی ساختارهای نرم‌افزاری که عملکرد مکانیکی را از نظر خروجی و زمان فعالیت دستگاه ارتقاء می‌داد کار کرد. ما با مشتری‌ها دیدار می‌کردیم تا ببینیم ماشین‌هایمان چطور در سایت عمل می‌کنند تا ماشینی طراحی کنیم که استفاده از آن به شکلی باورنکردنی ساده باشد. و بعد انبوهی از احتمالات و امکانات را کشف کردیم که PackML برای ارتباط بی‌نقص و سریع با بازار در اختیار می‌گذاشت. تمامی این تلاشها منجر به دستگاهی با بهره‌وری فوق‌العاده و قیمت منطقی Lanzara شد."

با یک سیستم جدید Smart Cutting، Axon تکنولوژی برش فیلم خود را بهبود بخشیده؛ تعداد دفعات تعویض تیغه‌ها را نسبت به دستگاه‌های نسل قبل ۶۶ درصد کاهش داده است. علاوه بر این، Lanzara، یک سیستم خوراک فیلم هوشمند و جدید دارد که کشیده شدن فیلم را تسهیل کرده و کنترل شبکه فیلم را هنگام حرکت در داخل ماشین به ویژه در سرعت‌های بالاتر خیلی بهبود بخشیده و ضایعات و زمان توقف را کاهش می‌دهد. نمایشگر لمسی رنگی ۱۰ اینچ HMI جدید یک رابط تصویری عالی برای اپراتورها و تکنیسین‌های خدماتی است.

HMI پنجره‌ای به سوی برنامه تشخیص هوشمند Lanzara است که عملکرد دستگاه را مانیتور کرده، بر اساس آن عملکرد و تاریخچه نگهداری پیشگیرانه محاسباتی انجام داده و دقیقاً در تاریخی که باید تعمیرات صورت بگیرد به اپراتورها هشدار می‌دهد.

عب‌یابی هوشمند در راستای تعمیرات پیشگیرانه اطمینان می‌دهد که دستگاه با بالاترین کارایی عمل کرده و هر ساعت محصولاتی با کیفیت بالا تولید می‌کند.

یکی دیگر از ویژگی‌های تعمیرات پیشگیرانه دستگاه اختیاری تشخیص اثر انگشت Axon Smart Touch Security است که جایگزین دستیابی به عملکردهای ماشین از طریق رمز عبور می‌باشد. این دستگاه هوشمند تا ۲۰۰ اثر انگشت را ذخیره کرده و در مقایسه با رمزهای عبور که به راحتی فراموش یا گم

اپلیکیتور جدید اسلیو شریک Lanzara طوری طراحی شده است که به مشتریان بالاترین سطح کارایی تجهیز (OEE) در کلاس خود را ارائه دهد.

Lanzara، که موتور خودکار داشته و یک ماشین سبک سنبه‌ای است از ابتدا برای تولید بالاترین خروجی با بهترین قیمت نسبت به اپلیکیتورهای موجود در صنعت با سرعت ۴۰۰ واحد در دقیقه طراحی شد.

قلب Lanzara پلتفرم اتوماسیون Pac-Drive شرکت Schneider Electric™ است که PLC، حرکت و کاربری IT را در یک ماشین بسته‌بندی عالی گرد هم می‌آورد. PacDrive ۳ توقف‌های حرکتی I/O را در یک میلی ثانیه به روزآوری می‌کند که هر کدام به Lanzara کنترل حرکت و انعطاف‌پذیری کلی فوق‌العاده می‌دهند.

مثلاً، با ویژگی جدید Axon Smart Speed Control، Lanzara می‌تواند به طور اتوماتیک نرخ اسلیو‌گذاری را افزایش یا کاهش داده و سرعت خط بالادست یا پایین دست را بدون دخالت اپراتور برای "تنظیم کن و فراموش کن" هماهنگ کند. کنترل سرعت هوشمند باعث عملکرد، زمان فعالیت و کیفیت بهینه است.

Lanzara براساس استاندارد PackML بوده و با تجهیزات بالادست و پایین دست ارتباط و انسجام دارد. این منجر به استارت سریعتر، عملکرد بسیار منسجم با دیگر ماشینهای روی خط و رفع عبیب سریعتر می‌گردد.

چاپ عالی، قابل اعتماد و ارزشمند شده است. ضمانت ۳۰ ماهه و فواصل خدماتی ۶۰۰۰ ساعته عملکرد عالی را تضمین کرده و زمان نقص فنی پیش‌بینی شده را کاهش داده است.

ضمانت‌های طولانی‌تر هم تحت برنامه ID Technology Gov-ered! امکان‌پذیر هستند. کیفیت چاپ و سرعت با معرفی سیستم کنترل مرحله‌ای و روان ciPrecisionPlus رشد چشمگیری داشته و منجر به دقت بالاتر در ریختن جوهر می‌شود.

اینترفیس کاربری گرافیکی حسی wizardهای بسط یافته‌ای برای تسهیل دستورالعمل‌های تنظیم onscreen و تنظیم پیام‌ها دارد. استفاده از Keypad هم با یک ترکیب جدید و ساده‌تر تسهیل شده است.

Guy Bradford، مدیر محصولات Inkjet این شرکت می‌گوید: "خوشحالم که می‌توانم نسل جدید پرینتر Citronix را به خاطر کیفیت برتر چاپ این مدل جدید به مشتریان معرفی کنم.

پیشرفت‌ها و به‌روزروی‌های الکترونیک، نرم‌افزاری و اضافه کردن مانیفولد‌های fluidic یکپارچه به واقع کیفیت چاپ را بهینه کرده‌اند. سری جدید پرینترهای ci3000، که همگی در آمریکا طراحی و تولید شده‌اند، همچنان از لحاظ کاربری و نگهداری ساده‌ترین چاپگرهای inkjet مستمر در بازار هستند. سری ci3000 همچنین شامل مدل‌های متفاوت Micro، Pigment HS50 و Heavy Pigment برای کاربردهای ویژه هستند.



ماشین سازی طرسام به فن آوری تولید پوکه کپسول دست یافت

اسماعیل شیرزاده درباره این دستگاه گفت: "این پروژه از حساسیت بالایی برخوردار است و ما موفق شدیم همه آزمون‌های مربوطه را بگذرانیم." مدیر شرکت طراحی و مهندسی طرسام با ارتباط دادن جایگاه مهم این محصول در صنعت دارو و اقتصاد مقاومتی، ساخت این دستگاه را تجسم واقعی اقتصاد مقاومتی دانست و اظهار امیدواری کرد که این گام بزرگ در دو صنعت دارو و بسته‌بندی بتواند موقعیت ایران در جهان را بیش از پیش تقویت کند. با ساخت خط تولید پوکه کپسول در ایران، کشور ما از واردات این محصول بی‌نیاز خواهد شد. همچنین نگرانی اعمال تحریم و بداخلاقی شرکت‌های سازنده خارجی نیز برطرف خواهد شد. در حال حاضر ظرفیت بالایی برای صادرات این محصول وجود دارد که این کار از دو مسیر جداگانه امکان‌پذیر خواهد بود. یکی در قالب داروهای کپسولی و دیگری به صورت خام برای شرکت‌های داروسازی که آن را خریده و محصولات خود را در آن پر کنند. شیرزاده درباره کیفیت تیم تحقیق و توسعه این پروژه گفت: "این کار توسط یک تیم مهندسی ایرانی، کانادایی و آلمانی انجام شده اما عملیات ساخت در ایران صورت گرفته است." گفتنی است تولید داخلی پوکه کپسول با این ماشین‌آلات داخلی می‌تواند بهای این محصول را به بیست درصد قیمت آن در بازار سیاه رسانده از طرفی تا یکپهزار میلیارد ریال صرفه‌جویی به دنبال داشته باشد.

طبق آمار حوزه توزیع دارو سالانه بیش از هفت میلیارد کپسول دارویی در کشور مصرف می‌شود و به اندازه نیمی از این مقدار نیز صادرات داروی کپسولی داریم که تعداد آن بالغ بر یازده میلیون قطعه می‌شود. بخش بزرگی از داروها به صورت کپسول ساخته می‌شوند و نظام تامین و توزیع دارو به آن وابسته می‌باشد. ساخت پوکه کپسول یا همان ظرف کوچک قابل هضمی که دارو درون آن ریخته شده و بسته می‌شود نیاز به فناوری پیچیده‌ای دارد که تنها در اختیار چهار کشور جهان است. این چهار کشور عبارتند از کانادا، سوئد، چین و هند. چین و هند بتازگی به جمع دو کشور قبلی اضافه شده‌اند ولی هنوز نتوانسته‌اند دستگاه‌های خود را در محلی غیر از شرکت سازنده به تولید و بهره‌برداری برسانند. در این میان کانادا و سوئد هم تدابیر سختی برای حفظ فناوری خود به کار می‌برند و از فروش به بعضی کشورها خودداری می‌کنند. ضخامت لایه در پوکه کپسول در حد ۵ میکرون است و این ضخامت باید در تمام سطح کپسول یکسان باشد. این کار بسیار سخت است و به فناوری پیچیده‌ای نیاز دارد. پوکه کپسول از ژل مخصوصی ساخته شده و از دو قطعه تشکیل می‌شود که یکی به منزله قفل کپسول می‌باشد. با وجود همه این پیچیدگی‌ها شرکت طرسام موفق شده اولین نمونه موفق خط تولید پوکه کپسول را در ایران بسازد.



ماشین فرم/فیل/سیل آلتین پاک ماشین تبریز به تجهیزات بسته‌بندی پایان خط مجهز شد



این تجهیزات به سفارش و ویژه هر دستگاه طراحی و ساخته می‌شود. در طراحی و ساخت این تجهیزات برای رسیدن به سرعت و دقت بالا و نتیجه مطلوب از مدرنترین تجهیزات اتوماسیون و تکنولوژی سروو استفاده شده است. با ارائه این تجهیزات به استفاده‌کنندگان از ماشین‌آلات فرم/فیل/سیل ضمن تسهیل فرآیند بسته‌بندی، مقدار قابل توجهی نیز در هزینه‌های نیروی انسانی آنها صرفه‌جویی می‌شود. استفاده از تکنولوژی سروو در تجهیزات فیدر فیلم از دیگر مزیت‌های ماشین‌آلات جدید آلتین پاک ماشین تبریز می‌باشد.

شرکت آلتین پاک ماشین تبریز برای بروزرسانی ماشین‌آلات ساخت خود و تامین نیازهای مشتریان، اقدام به ساخت و ارائه تجهیزات جانبی به صورت آپشن در کنار ماشین‌آلات اصلی خود کرده است. یکی از مهمترین مشکلات استفاده‌کنندگان از دستگاه‌های بسته‌بندی پرتیراژ نحوه جمع‌آوری محصول بسته‌بندی شده در انتهای خط تولید و بسته‌بندی و کارتن‌گذاری محصول است. آلتین پاک ماشین با طراحی و ساخت تجهیزات جمع‌آوری و کارتن‌گذار در انتهای ماشین اصلی خود این مشکل را حل کرده است.



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



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

سوله دوهزار متری خالی... چاپخانه یا تالار عروسی؟!

نامه سرگشاده مهدی رضاییان مدیر چاپ اندیشه آمل به اهالی چاپ



به نام خدا

امروز همه دست‌اندرکاران صنعت چاپ و بسته‌بندی در جریان هستند مدت سه سال است که شرکت نورتک تابان به مدیریت آقای سعید علی‌رضائی مبلغ "هشتصد و پنجاه هزار یورو" بابت خرید یک دستگاه پلیت‌ستر VLF یک دستگاه ماشین چاپ نو ۵ رنگ با برج لاک به سایز ۱۴۵۰×۱۰۵۰ میلی‌متر KBA از بنده دریافت کرده که طبق قرارداد می‌بایست ماشین‌آلات خریداری شده تا تاریخ ۱۳۹۱/۱۱/۱۰ تحویل چاپ اندیشه آمل می‌شد. مثل حال و روز ما از آن تاریخ تاکنون مثل کسی است یک سفره نان و یک کوزه آب به دست گرفته و به دنبال سرابی که شرکت نورتک تابان برای ما درست کرده از این اداره به آن اداره در حال دوندگی و پاره کردن کفش است. حال آن که نه از پول پرداخت شده خبری هست و نه از ماشین‌آلات خریداری شده.

بله. متأسفانه تا این لحظه نه حتی یک سنت از ۸۵۰,۰۰۰ یورپی که پرداخت کرده‌ایم به ما برگشته و نه حتی یک پیچ از دستگاه‌هایی که پولش را داده‌ایم.

تاکنون شرکت نورتک تابان یا همان آقای سعید علی‌رضائی نه به حکم دادگاه اعتنایی کرده و نه به هیچ یک از پیشکش‌سوت‌های این صنعت حرمتی جهت حل و فصل کردن گذاشته است. او حتی دعوت و پیشنهاد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را جهت حل مشکل نپذیرفت. وی تنها حرف خود را می‌زند که در آن هم جز شانه

خالی کردن از پرداخت وجه دریافتی و خسارت وارده به چاپ اندیشه آمل سخن دیگری نیست. حال پرسش من از هم‌صنفی‌های محترم خودم این است که "اگر در جایگاه چاپ اندیشه قرار می‌گرفتند چه می‌کردند؟!"

بعد از گذشت ۲۹ ماه از پرداخت مبلغ ۸۵۰/۰۰۰ یورو و ساخت سوله مجهز و استاندارد برای ماشین‌آلات جدید که آن هم با هزینه‌های خاص خود تا به امروز بالای یک میلیارد تومان گردیده و پرداخت هزینه‌های رفت و آمد به دادگستری و غیره که آن هم برای خود عددی قابل ملاحظه می‌باشد اکنون چه در دست داریم؟! طبق آئین‌نامه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، برای تاسیس یک چاپخانه باید دوازده ورق ماشین چاپ افست خریداری و نصب شود اگر سال ساخت چنین ماشینی را ۲۰۰۴ فرض کنیم فقط هزینه خریداری و حمل، ترخیص و نصب ماشین فوق حدود ۱/۵ میلیارد تومان هزینه در بر دارد. هزینه مکان و ماشین‌آلات تکمیلی قبل و بعد از چاپ را هم حداقل ۱/۵ میلیارد تومان برآورد کنیم برای تاسیس چاپخانه باید حدود ۳ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری صورت گیرد. با این حجم سرمایه‌گذاری اگر چنان چه کار چاپی غیرمعماری توسط این چاپخانه صورت پذیرد وزارت محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی طبق ضوابط و قوانین خود آن مجموعه چاپی را با همه سرمایه‌گذاری و وجود همه نیروهای شاغل در آن به مدت معین پلمپ و از فعالیت آن جلوگیری به عمل می‌آورد. حتی

اگر مبلغ آن سفارش یک میلیون تومان بوده باشد.

در صورتی که یک چاپخانه دچار تعطیلی بیش از یک هفته شود، آسیب‌های جدی خواهد دید. از دست دادن مشتری و پراکنده شدن مشتریان و ... که فقط خدا می‌داند چه هزینه‌ای به آن واحد چاپی و سرمایه‌گذارش تحمیل خواهد شد.

حال برای تاسیس یک دفتر نمایندگی از طرف شرکت‌های خارجی به چه چیز نیاز دارید؟ یک مکان اجاره‌ای یا ملکی که خرید شده و به دو برابر قیمت واقعی در رهن بانک قرار گرفته است. یک منشی و یک ابدارچی و کفیس کمی انگلیسی بلد باشید، کراوات بزنید، یک ساعت رولکس دست دوم از یک سمساری خریده و به دستتان ببندید و سرتان را کامل تیغ کنید، آن وقت از اصفهان تا شیراز، تهران، مازندران قرارداد ببندید و با پول چاپخانه‌داران به اسب سواری یا مسافرت‌های خارجی بروید و یا بچه‌هایتان را به خارج کشور برای تحصیل بفرستید. حتی می‌توانید دست در دست متولی دولتی چاپ کشور در برگزاری جشنواره چاپ مشارکت کرده و صنعت چاپ کشور و مسئولان آن را مدیون خود کنید. حال چاپخانه‌دار برای پس گرفتن پول خود یک دو ماراتن را باید شروع کند و شاید زمانی به پولش برسد که دیگر آن پول بابت هزینه‌هایی که به او تحمیل شده نه تنها به ماشین‌آلات چاپ تبدیل نشود بلکه فقط و فقط هزینه شده است. این تفاوت نسل



حکایت ما اما با آقای سعید علیرضائی حکایت شتر مرغ است که وقتی می‌گویند بار ببر می‌گوید من مرغ هستم، وقتی می‌گویند پرواز کن می‌گوید من شتر هستم!

آقای سعید علیرضائی نه ماشین فروخته شده را تحویل داده است (که البته حالا مطمئن هستم توان مالی این قرارداد را نداشته و ندارد) و نه حاضر به بازگرداندن وجهی که دریافت کرده و خسارتی که به شرکت چاپ اندیشه وارد کرده می‌باشد. وی می‌گوید با بهره پولی که از من گرفته هزینه و کلاهی خود را پرداخته و تا آن جا که ممکن است به اطلاع دادرسی دامن میزند تا شاید من هم مثل دیگر دوستان اصفهانی و شیرازی کوتاه آمده و پی کار خود بروم. ولی بالاخره یک نفر باید در این صنعت در برابر این گونه ناجوانمردی‌ها قد علم کند و من تا آخر هستم.

بر مرتضی نوربانی فقید که صنعت چاپ کشور هنوز وامدار اوست و نشان داد که می‌توان هم تاجر بود هم شریف.

ظاهراً هنوز مسئولان امر به این باور نرسیده‌اند که خلخالی از پای دختری یهودی در مملکت اسلامی در آورده شده تا به توصیه مولای خود علی (ع) از ناراحتی این ظلم به ناحق رفته آن شوند که امامشان گفت...

به نظر می‌آید آن چه بر ما رفته هنوز در آن حد ناگوار نیست!

فعالیت تعدادی از نمایندگی‌های ماشین‌آلات چاپ در فروش و نصب ماشین‌آلات چاپ و عملیات تکمیلی به صورت عجیبی بی‌سر و صدا و با مخفی‌کاری انجام می‌شود که از دو حال خارج نیست! یا گریز از پرداخت مالیات واقعی فروشندگان می‌باشد و یا ترس از رقبا که به سراغ مشتری رفته و خرید او را مورد ارزیابی قرار دهند و پیشنهاد بهتری به او بدهند.

فعلی ماست. نسل قبل که به نمایندگی‌های مثل مرحوم مرتضی نوربانی مراجعه و با پرداخت مبلغ اندکی نقد و مابقی در اقساط بلندمدت چند ساله صاحب ماشین چاپ شده‌اند. بدون بهره بانکی کمرشکن فصلی و یا فروشندگان حقه‌باز.

آیا وقت آن نرسیده که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به جای این که فقط چاپخانه‌داران را تحت نظارت خود داشته باشد به فروشندگان ماشین‌آلات نیز توجه بفرماید؟

در شرایط فعلی اکثریت نمایندگی ماشین‌آلات چاپ دلال می‌باشند تا تاجر؟

اگر قرار است فقط با پول چاپخانه‌دار که آن هم اگر دلشان خواست ماشین چاپ تحویل دهند که هنر نکرده‌اند. معمولاً باید استنادی وجود داشته باشد که بر اساس آن معادل چند درصد از ماشین‌آلات فروخته شده باید لوازم یدکی پرمصرف وارد شود و نمایندگی موظف به موجود داشتن آنها در انبار شرکت باشد تا یک ماشین به خاطر قطعه‌ای و تا رسیدن آن از کشور مبداء به خواب نرود.

سیستم فنی آموزش دیده که بتواند در صورت نیاز به سراغ ماشین مورد نظر در کمترین زمان برسد وجود ندارد. هنوز چاپخانه‌داران برای تعمیر ماشین‌آلات خود از نیروی آموزش دیده نمایندگی‌های قبلی استفاده می‌کنند. نمایندگی‌های پیشین در زمان خود همه نوع امکانات خرید برای چاپخانه‌داران ایجاد می‌کردند و چاپخانه‌دار با کمترین آورده می‌توانست صاحب ماشین نو شود. در آن زمان متخصصان زیادی تربیت شدند. بسیاری از آنها در آلمان دوره‌های تخصصی دیدند. بسیاری از دوره‌دیده‌ها در صنعت چاپ کشور ما همان‌ها هستند. به واقع حاشیه سود آن نمایندگی‌ها با آن تسهیلات مالی و آموزشی که فراهم می‌کردند با عملکرد اکنون فروشندگان تجهیزات چاپ قابل مقایسه نیست. سودها میلیاردی شده اما خدمات جانبی، پاسخگویی و تربیت نیروی متخصص هیچ تناسبی با این سودهای میلیاردی ندارد.

حالا در سایه این اوضاع که گویی هیچ متولی و فرد نگرانی بر آن نظارت و مدیریت نمی‌کند دیگر کار به جایی رسیده که فروشنده پول را می‌گیرد سه سال پیش خود نگه می‌دارد (و کسی نمی‌داند قصد داشته چند سال دیگر آن را نگه دارد)، جنس خریده شده را هم نمی‌دهد. حکم حکمی را که خود تعیین کرده تمکین نمی‌کند، در خبرنگار خود نشر اکاذیب می‌کند، در جلسه کار گروه رسیدگی به تخلفات در سازمان متولی امر (وزارت ارشاد) بدون هیچ عذر و اطلاع قبلی شرکت نمی‌کند، تمسخر می‌کند، تبلیغات می‌کند، اسپانسر دولت هم می‌شود و خلاصه هر کار دلش می‌خواهد می‌کند و آب از آب تکان نمی‌خورد. این است تفاوت آن چه بودیم و آن چه هستیم. رحمت

چاپخانه یا تالار عروسی؟!*

دو واحد سوله داریم هر کدام بیش از ۲۰۰۰ متر مربع مساحت که یک واحد آن بیش از دو سال چشم براه ماشین‌آلات خریداری شده از آقای سعید علیرضایی است که یک سراب بود. سوله اول با دو شیفت کار در حال اجرای سفارشات است، که ارزش ماشین‌آلات و تاسیسات آن مبلغ ۵۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ پنجاه و دو میلیارد ریال بیمه می‌باشد. و به اندازه دو شیفت کاری، اعتماد و علاقه مشتریان را با خود داریم. با حدود ۹۰ نفر نیروی جوان و ماهر، از مجموع این سرمایه‌گذاری در پایان سال که بعد از کسر حقوق و دستمزد، بیمه، مالیات، مالیات بر ارزش افزوده و... نسبت به حجم سرمایه‌گذاری با شرایط فعلی اصلاً مقرون به صرفه نیست.

* تالار عروسی

چطور است ماشین‌آلات موجود را بفروش رسانده، و بعد از تسویه حساب طرف‌های تجاری، از این صنعت دل بکنم و سالن‌های چاپ را به تالار عروسی تبدیل نمایم زیرا در منطقه مازندران تالار عروسی به این مساحت وجود ندارد و حداقل شیبی ۱۰ میلیون تومان برای هر سالن اجاره بگیرم و دیگر استرس این که ادم‌های حقه‌باز پولم را بخورند یا هنگام خرابی ماشین چاپ، مشکل تامین لوازم یدکی و تامین مواد اولیه و غیره را نداشته باشم.

فناوری اولتراسونیک اطلس: درزگیری در سطحی نوین

که امکان ایجاد درزهای بهینه برای بسیاری از انواع فیلم اسنک را فراهم می‌کند. این دستگاه در نوع تک یا دوتیوب و با سرعت حداکثر ۱۴۰ کیسه بر دقیقه به ازای تیوب قابل تهیه است.

درزها حتی در سرعت‌های بالا از استحکام بالاتری برخوردار بوده و ظاهر همسانی دارند. مشخصات عملیات درزگیری و زمان را می‌توان به آسانی در یک صفحه لمسی وارد کرد



Ishida Europe فناوری اولتراسونیک را به سری Atlas از کیسه‌سازهای خود اضافه کرده است. Atlas 203-USS آن گونه که در غرفه Ishida در اینترپک ماه می معرفی شد، به کاهش مصرف فیلم و انرژی، صرفه‌جویی چشمگیر در هزینه و دستیابی به مزایای مرتبط با قابلیت پایداری می‌انجامد.

فناوری اولتراسونیک از پالس‌های صدا برای تحریک مولکول‌های فیلم استفاده می‌کند. به این ترتیب، ارتعاش مولکول‌ها و تولید حرارت لازم برای درزگیری بسته تامین می‌شود. بسته‌ها برای درزگیری کلی مستحکم‌تر و یکنواخت‌تر، به حالت پشت و رو (یعنی در حالی که سطح داخلی آنها رو به بیرون است) درزگیری می‌شوند.

تکنیک اولتراسونیک علاوه بر درزهای با کیفیت و همسان، به انرژی کمتری نیاز داشته و صرفه‌جویی ۴۰ درصدی انرژی را نسبت به عملیات استاندارد درزگیری پشت و سر بسته با حرارت به دنبال دارد.

در عین حال از آن جا که عمق درزگیری کیسه‌ها برای درز سر از ۱۰ میلیمتر به تنها ۳ میلیمتر و برای درز پشت از ۱۳ میلیمتر به تنها ۶ میلیمتر کاهش می‌یابد، مصرف فیلم نیز نزدیک به ۱۱ درصد کم می‌شود. همچنین

سیستم اختلاط وزن و کاهش دورریز مخلوط‌ها

پلتفرم‌های تکیه‌گاه Heat and Control برای کاربردهای خشک یا همراه با شستشو به یک استند شستشو برای ناودانی (hopper) وزن‌کننده، پایه‌های نقاله برای ساده سازی تمیزکاری، نوردهی یکپارچه و اتصالات کاربردی مجهز هستند.



سیستم اختلاط وزن Heat and Control که برای تولید آجیل، مخلوط‌های اسنک و ترکیبات غلات، سبزی‌های منجمد، گوشت‌ها، پاستا و سایر مخلوط‌ها طراحی شده، قادر به مخلوط کردن و وزن کردن دقیق حداکثر ۸ جزء محصول به طور همزمان است و دورریز محصولات مخلوط را کاهش می‌دهد.

آپشن‌های این سیستم که برای رفع نیازهای خاص طراحی شده، نقاله‌های FastBack برای تغذیه محصول با حرکت افقی، یک وزن‌کننده چندهد Ishida، فلزیاب CEIA، چک‌کننده وزن Ishida، یک سیستم بازرسی با اشعه ایکس از Ishida و یک پلتفرم تکیه‌گاه کامل برای تمامی قطعات است.

توزین Ishida که با ۳۲ هد وزن‌کننده و ۴ خروجی تخلیه در انواع خشک و قابل شستشو موجود است، با هر ماشین بسته‌بندی دیگری قادر به کار است. نقاله‌های FastBack، صدمه دیدن محصول و از دست رفتن چاشنی‌ها را به حداقل می‌رسانند و محصولات مخلوط را سالم حفظ می‌کنند. فلزیاب‌های CEIA MS21 به کاهش مردودی‌های اشتباه بدون کم شدن حساسیت کمک می‌کنند.

سیستم‌های اشعه ایکس Ishida قادر به شناسایی پلاستیک، سنگریزه، فلز، شیشه و محصولات ناقص یا معیوب هستند. چک‌کننده های وزن DACS-G از Ishida دو محدوده وزنی را بازرسی کرده و با سنسورهای وزن مختلف متناسب با کاربرد مد نظر عرضه می‌شوند.



شبیه‌سازی شرایط حمل و نقل برای بارهای بزرگ آماده حمل

اطمینان می‌دهد که مرکز تکنولوژی بر طبق استانداردهای ملی و بین‌المللی مشخص عمل کرده و روال‌های استاندارد را پیگیری می‌کند. تست بسته‌بندی برای اجناس تکی و واحدهای بارگیری کامل توسط شبیه‌سازی‌های حمل و نقلی شامل روش‌های تست زیر اعتباردهی شده‌اند:

- شتاب افقی - حرکات عمودی توسط Pitch & Roll

- تست‌های اقلیمی - تست‌های گردش - تست‌های دما

مشتریان مرکز تکنولوژی، علاوه بر یک گزارش تست جامع، گواهینامه‌ای دریافت می‌کنند که ایمن‌سازی بهینه موردنظر را نشان می‌دهد. نتیجه نه تنها استفاده اقتصادی از مواد بسته‌بندی، بلکه امنیت بهینه حمل و نقل و سازگاری با قوانین است.

DUO PLAST می‌تواند یک پورتفوی منحصر به فرد از محصول و خدمات را ارائه کند. بعد از توسعه و تولید فیلم‌های خلاقانه و تهیه ماشین‌آلات اجرای آن فیلم‌ها، اکنون ایمن‌سازی بارها را می‌توان اندازه گرفته و اعتباردهی کرد. اطلاعات بیشتر در www.duoplast.ag

DUO PLAST پیشروی تکنولوژیک در بازار فیلم استرچ است و فیلم‌های بسته‌بندی را با کیفیتی چشمگیر با ظرفیت بالای ۳۰,۰۰۰ تن تولید می‌کند. غیر از مرکز Lauterbach، شرکت آلمانی تولیدکننده فیلم یک سایت تولید دیگر در Sünna دارد که یکی از مدرن‌ترین‌ها در اروپا است. چندین نوآوری و یک مرکز جدید تکنولوژی برای بهینه‌سازی ایمنی بار این شرکت را در سراسر جهان منحصر به فرد ساخته است.

Lauterbach، آلمان. مرکز تکنولوژی امنیت بار و بارگیری آلمان، که به اختصار DUO LAB نامیده می‌شود، به طور رسمی توسط موسسه اعتباردهی آلمانی DAKKS گواهینامه دریافت کرده است. بنابر این این مرکز تکنولوژی بر طبق استانداردهای بازرسی ملی و بین‌المللی مجوز دارد که گواهینامه‌های مشخص را صادر کند.

دکتر Christian Rohm، مدیرعامل DUO PLAST AG می‌گوید، "بعد از یکسال ارسال مدارک و بازرسی‌های سخت، اکنون گواهی موسسه اعتباردهی آلمانی DAKKS در دستان ماست. این مهر کیفیت ما را به یکی از معدود آزمایشگاه‌های حوزه شبیه‌سازی، هماهنگی و تست دمای حمل و نقل تبدیل می‌کند." او تأکید می‌کند، "برای مشتریانی ما، اعتباردهی به معنی ایمنی بیشینه است، چون کار مرکز تکنولوژی ما توسط دولت نظارت می‌شود. بنابراین نتایج تست‌ها توسط مقامات بین‌المللی بررسی می‌شوند. Christoph Graefe، رییس مرکز تکنولوژی اضافه می‌کند: "اعتباردهی مشخص می‌کند که ما به طور مستقل عمل کرده و نتایج عینی را گزارش می‌کنیم. این نشانه کیفیت بوده و نتایج تصدیق شده تست‌ها را تضمین می‌کند."

گواهینامه مرکز تکنولوژی آلمان برای امنیت بار و بارگیری

فرآیند پیچیده اعتباردهی بیش از یک سال طول کشید و شامل مرور جامع مرکز تکنولوژی، شامل فرآیندهای مدیریت، تکنولوژی بازرسی و تست می‌شد. اعتباردهی مطابق DIN EN ISO/IEC 17025:2005



تجربه‌های Chase Design Group یک آژانس موفق طراحی بسته‌بندی

گفت و گو از دای لاین

من هرگز قصد نداشتم شرکتی برای خودم تاسیس کنم. دائم فکر می‌کردم که بالاخره یک شغل عالی پیدا می‌کنم و هرگز هم پیدا نکردم. البته شروع عجولانه یک کسب و کار را توصیه نمی‌کنم. من چیزی بلد نبودم و باید با اشتباهات فراوان یاد می‌گرفتم. خوشبخت بودم که توانستم افراد باهوشی را پیدا کنم که در این مسیر به من کمک کنند. بدون آنها به این نقطه نمی‌رسیدم."

فلسفه‌ی Chase Design Group چیست؟

MC: "فلسفه اصلی ما این است، "همه چیز را زیر سوال ببر." ما خیلی به این شعار رجوع می‌کنیم. اگر سوالات درست را نپرسید هرگز واقعا مشکلی را که طراحی شما باید حل کند، متوجه نمی‌شوید. به چالش کشیدن امر مهمی در کل فرایند است. بپرسید، "آیا این به اندازه کافی خوب است؟" "آیا راه بهتر، ساده‌تری برای حل این مشکل وجود دارد؟" ما سعی می‌کنیم هرگز به "این کافی است" بسنده نکنیم."

Margo: Paula Hansanugrum واقعا کاری را که اعتقاد دارد انجام می‌دهد. او اولین نفری است که به کار خودش نگاه می‌کند و می‌گوید "به اندازه کافی خوب نیست." این مثال خیلی خوبی برای تمامی ماست. ما را در فضای یادگیری و بهبود مستمر قرار می‌دهد."

زمانی که طراح استخدام می‌کنید به دنبال چه چیزی هستید؟

MC: "آمیزه خوبی از مهارت‌ها. Paula طراح بسیار مستعدی است. هنگامی که برای مصاحبه آمد پورتفولیو و سابقه کاری خوبی داشت، اما مهمتر از همه قدرت بیانش بود و توانست چرایی پشت کار خود را توصیف کند. ما به دنبال توازن بین بخش چپ و راست مغز هستیم، یعنی طراحان خوبی که می‌توانند استراتژیک فکر کرده و علت‌هایی را که پشت کارهای آنهاست را توضیح دهند. Clark Goolsby، رییس خلاق دفتر نیویورک ما، این گونه است. او طراحی باورنکردنی است که می‌تواند کپی‌های خیلی خوب نوشته، استراتژی تعیین کرده و با فصاحت به مشتریان صحبت کند. بعضی افراد تیم من زمینه گرافیک کلاسیک دارند، اما دیگران زمینه‌ی تصویرسازی، علمی، هنرهای زیبا یا حتی مالی دارند. تمام این تنوع یک تیم طراحی هوشمند و موفق ساخته است."

برای یک طراح چقدر مهم است که بتوانند در مورد طراحی

صحبت کنند؟

MC: "بسیار مهم است. در حالی که فرصت برای طراح با استعدادی که فصاحت کلام هم ندارد وجود دارد، اما همیشه این ریسک چنین افرادی را تهدید می‌کند که فقط یک "طراح" باقی بمانند. برای بالاتر رفتن در زنجیره‌ی غذایی، باید بتوانید در مورد کار خود با مشتریان صحبت کنید. در نهایت ما طراحانی هستیم که برای مشتریانی کار می‌کنیم که خودشان از پس آن بر نمی‌آیند. مشتریان ما را استخدام می‌کنند چون ما در زبان بصری، یعنی طراحی، متخصص هستیم. ما باید بتوانیم واژگان بصری خود را به شکل کلماتی در آوریم که مشتریانمان درک کنند."

Chase Design Group یک آژانس طراحی خلاقانه است که دفاتر آن در نیویورک و کالیفرنیا واقع است. این آژانس با بیش از ۲۸ سال سابقه در صنعت طراحی، خود را به بازاریابی موفق از طریق استراتژی خلاقانه و طراحی نوین متعهد کرده است. تیم آن‌ها طراحی‌های تاثیرگذاری ارائه کرده که برنده جوایز متعدد شده و برای مصرف‌کننده‌ی نهایی جذاب بوده و نتایج ملموسی به دست دارد.

ما با Paula Hansa، مدیر اجرایی خلاق شرکت و Margo Hansanugrum، مدیر خلاق دفتر کالیفرنیا ملاقات کردیم تا از آنها در مورد شروع کار این آژانس و این که چطور کار آنها بر بخش برند مصرف‌کننده تاثیر گذاشته است، سوالاتی بپرسیم.

چه چیزی الهام‌بخش شما برای تاسیس شرکت طراحی خودتان بود؟

Margo Chase: "یک اتفاق بود. من دانشجوی زیست‌شناسی بودم و چند کلاس طراحی اختیاری برداشتم تا معدلم را بالا ببرم. عاشق طراحی شدم. سعی کردم با مطالعه تصویرسازی پزشکی، زیست‌شناسی و طراحی را در دوره فوق‌لیسانس ترکیب کنم. اما این رشته به اندازه طراحی گرافیکی خلاقانه و هیجان‌انگیز نبود. اکثر تصویرسازان پزشکی زمان زیادی را زیرزمین‌های بیمارستان‌ها می‌گذرانند... که مسلما به اندازه طراحی برای من فریبنده نیست!

بعد از این که فهمیدم می‌خواهم یک طراح گرافیک باشم، با پورتفولیویی پر از تصاویر جراحی و طراحی پای انسان شروع به شرکت در مصاحبه‌های شغلی کردم. هیچ کدام از شرکت‌های طراحی سن‌فرانسیسکو من را نپسندیدند. بقایای وام دانشجویی‌ام به سرعت در حال آب‌رفتن بود بنابراین به لس‌آنجلس رفتم و پیش دوستانم ماندم تا نهایتا یک کار آزاد در یک آژانس تبلیغاتی کوچک در Long beach پیدا کردم. این آژانس بسته‌بندی مغازه‌های خواربارفروشی Ralphs را برعهده داشت. سرانجام کار طراحی لفاف ساده بسته‌ها شد، نه آن کار پرهیجانی که آرزویش را داشتم!

دوستان دانشکده‌ام به کمک آمدند و من را به یک شرکت انتشاراتی معرفی کردند که در آن جا برای طراحی کتاب استخدام شدم. در همان حلقه ارتباطی، با زنی آشنا شدم که به عنوان مدیر هنری بخش موسیقی Warner Brothers کار می‌کرد. او مرا برای طراحی لوگوهای برندهای مختلف و بسته‌بندی موسیقی استخدام کرد. این موفقیت بزرگ من بود. ۱۰ سال بعدی کار را مشغول طراحی بسته‌بندی محصولات موسیقی بودم. این یک تحول واقعی بود.





شما در **Trending USA** به عنوان یکی از تاثیرگذارترین شرکت‌های طراحی در ۱۵ سال گذشته معرفی شده‌اید. چه عواملی باعث موفقیت شما بوده‌اند؟

MC: "مقداری خوش‌شانسی با اضافه سخت‌کوشی فراوان. من خوش‌شانس بوده‌ام که مشتریانی داشته‌ام که در طی سالیان به شکل مستمر خواهان همکاری با ما بوده‌اند. مثلاً، ما یک مشتری داریم که کارش را با **Mattel** شروع کرد، سپس به **Target** و بعد به **CVS** و نهایتاً به **Starbucks** رفت. او هر کجا رفت ما را با خود همراه کرد. ما به ندرت چنین روابطی داریم و واقعا گرانها هستند. رابطه خوب با مشتری به اندازه انجام یک کار طراحی خوب مهم است.

خوش‌شانسی چقدر در مسیر شغلی یک طراح نقش دارد؟
MC: "من فکر می‌کنم خوش‌شانسی چیزی است که زمانی اتفاق می‌افتد که شما سخت کار می‌کنید و تمایل دارید که ریسک کنید و از فرصتهای پیش‌آمده استفاده کنید. از بعضی جهات شناساندن خود در حال حاضر خیلی سخت‌تر است چون رقابت زیاد است. هنگامی که من کارم را شروع کردم خیلی ساده‌تر بود چون تعداد ما کم بود. هنوز باید روی آن کار کنید، اما امروزه می‌توان حضور آنلاین هم داشت، این در زمانی که من کارم را شروع کردم امر غیرممکنی بود. بسیاری از طراحان مستقل هوشمندتر شده‌اند و از رسانه‌های اجتماعی استفاده کرده و راه‌های جدیدی را برای معرفی خود به کار می‌بندند.

برندها و بسته‌بندی مصرف‌کنندگان چه تغییری داشته است؟
MC: "طراحی به یک جریان فکری تبدیل شده است. هم مشتریان و هم مصرف‌کنندگان به لحاظ بصری امروزه توانا تر هستند. مشتریان به سرعت ما می‌آیند و می‌گویند، "توی **dieline** بودم و ... را دیدم"، یا روی **instagram** یا **Pinterest** تصویر جمع‌آوری می‌کنند و برای خودشان **moodboard** درست می‌کنند. طراحان نمی‌توانند فقط به زیبا کردن چیزها اکتفا کنند. طراحی باید بیشتر از زیبا کردن باشد. باید واقعا کارایی داشته باشد."

PH: "همچنین، ما قبلاً تنها بر بسته‌بندی تمرکز داشتیم، حالا از ما انتظار می‌رود که فکر کنیم هر کاری که روی بسته انجام می‌دهیم با جنبه‌های دیگر (رویدادهای چاپ، انتشار، دیجیتال یا حتی تبلیغات) ارتباط برقرار می‌کند. این روزها دنیای "تصویر بزرگ" بسیار معنادارتر است چون مصرف‌کنندگان بیش از همیشه طراحی را درک می‌کنند."

طراحی در طول دوره حرفه‌ای شما چه تغییری کرده است؟
MC: "سبک و روال‌ها همیشه تغییر می‌کنند اما تغییرات تکنولوژی خیلی چشمگیر بوده‌اند. وقتی من اولین بار وارد کار طراحی شدم هیچ کامپیوتر رومیزی وجود نداشت. من با دست لوگوها و حروف‌گذاری را انجام می‌دادم. برای **comping** باید از **Photo-stat** و شیوه‌های انتقال مالشی **rubdown** استفاده می‌کردیم. کار زیادی بود و خیلی زمان می‌برد. من اولین کامپیوتر مک خودم را در سال ۱۹۹۱ گرفتم. با این که یک هارددرايو ۲۵۶ مگابایتی داشت و تقریباً هیچ کاری نمی‌کرد،

خیلی گران‌قیمت بود. فتوشاپ یک سالی بود که رواج پیدا کرده بود و خیلی کند و رقت‌انگیز بود و فقط یک بار قابلیت بازگردانی حین اصلاح را داشت. **Adobe Illustrator** موهبت دیگری بود. ناگهان من این توانایی را پیدا کردم که لی‌اوت نوشته‌های خود را بدون استفاده از ماشین حساب انجام دهم. مرکب‌زنی حروف متقارن به صورت دستی خیلی سخت است (من زمانی به این کار مشغول بودم) بنابراین **Illustrator** هم یک پیشرفت عمده بود.

در صنعت ضبط و ثبت اطلاعات، **CD** به بازار آمد و یک تغییر بزرگ ایجاد کرد. بعد اینترنت اتفاق افتاد. اینترنت طرز تفکر مردم راجع به برند و طراحی را هم کاملاً عوض کرده است. اینترنت طراحی و برندسازی را به کلمات رایج تبدیل کرده و فشار مضاعفی بر طراحان برای ارتقای خود وارد کرده است.

پروژه رویایی تان چیست؟

MC: "دوست دارم کار برندسازی یک ایرلاین را انجام دهم."
PH: "پروژه رویایی من برندسازی یک هتل کوچک است. من ایده طراحی و سازمان‌دهی یک تجربه کامل برای یک فرد (از هویت و وب‌سایت گرفته تا مسیریابی و نشانه‌های زیست‌محیطی، وسایل آرایشی، مواد به کار رفته در داخل اتاقها) یعنی همه چیز را دوست دارم.

اشتیاق را چگونه تعریف می‌کنید؟

MC: "اشتیاق این عقیده است که طراحی می‌تواند جهان را تغییر دهد. ما به عنوان طراح قدرت باورنکردنی داریم. کار زیادی می‌طلبید اما با پیام درست، در جای درست، می‌توانیم ذهن مردم را تغییر داده و هرکاری را ممکن سازیم.

وقتی در مورد چیزی اشتیاق دارید، سخت کار کردن برای آن اذیتان نمی‌کند. وقتی برای چیزی که در آن خوب هستید، سخت کار می‌کنید، شما را مشتاق‌تر هم می‌سازد. این یک چرخه بازخورد مطلوب است. در طول اولین دهه کارم به عنوان طراح من خارج از خانه‌ام کار می‌کردم. صبح بیدار می‌شدم و شروع به کار می‌کردم و ناگهان می‌دیدم که نیمه‌شب شده است. فکر می‌کنم قطعاً ۱۰۰۰۰ ساعت کار کرده‌ام. امروز همکاران فوق‌العاده با استعدادی دارم اما همچنان سخت کار می‌کنم. کاملاً ارزشش را دارد."





طراحی جدید

HERSHEY'S

این طرح جدید و امروزی شکلات‌های مینیاتوری Hershey است. این طراحی برجسته بوده و برای کاغذ بسته‌بندی و کیسه یک طراحی مجدد انجام شده است. این بسته‌بندی از لحاظ پایداری هم مناسب است. چون هر کاغذ بسته‌بندی ۰/۰۵۰ گرم نسبت به قبل کاهش وزن داشته است. به این شکل در مصرف



طراحی قبلی



طراحی جدید



۲۷۱،۸۰۰ کاغذ بسته‌بندی صرفه‌جویی شده که برای پرکردن ۱۱ تراکتور، نجات ۱۹۷۵ درخت و ذخیره برق کافی برای روشنایی ۵۶ خانه در یک سال کامل کافی است. طراحی کلی این بسته یک به‌روزرسانی استثنایی به حساب می‌آید. Laura Renaud سخنگوی Hershey، می‌گوید، "کاهش مصرف کاغذ ما ۱۹۵۷ درخت را نجات می‌دهد، در حالی که کاهش استفاده از آلومینیوم و انرژی برای ساخت آن مساوی با قطع کردن برق ۵۶ خانه در سال است. در Hershey، ما پروژه‌های پایداری بسته‌بندی بسیاری داشته‌ایم. بیش از ۱۷۵ مورد در سه کشور که ۱۴ میلیون پوند مواد بسته‌بندی را در تنها ۵ سال ذخیره کرده‌اند. این پروژه‌های بسته‌بندی بخشی از چگونگی کسب و کار هدفمند Hershey هستند."

Brandlab با طراحی جدید به بسته‌بندی غذایی Todinno گرما و صمیمیتی داد که یادآور آشپزخانه مادر بزرگ بوده و آن را با یک بسته‌بندی جدید با فضای سفید و یک لوگوی جدید و برجسته که سبک ساده‌ای داشت همراه کرد. در عین حال محصول جدید برای مصرف‌کنندگان، شخصی و جالب‌توجه است.



Nonniana

آژانس طراحی Brandlab با فروشگاه شیرینی‌جات پروئی Todinno همکاری کرده است تا شیرینی‌های مخصوص کودکان Dely را با یک برند جدید ارائه کند.

Todinno می‌خواست طراحی جدیدی برای کیک‌های کودکان Dely که با میوه خشک، Kiwicha (یک دانه پروئی) و کوینوا غنی شده‌اند ارائه کند که مزایای غذایی آن را نشان داده و برای مخاطبان گسترده‌تری جذابیت دارند، نشان دهد.

آژانس طراحی Brandlab: "چالش پیش روی ما یافتن اسمی بود که بتواند معنای مثبتی داشته به استراتژی محصول کمک کند. آنجا بود که Nonnina متولد شد. Nonnina یک اصطلاح محبت‌آمیز در زبان ایتالیایی و به معنای "مادر بزرگ کوچک" است. تصمیم گرفتیم که اسم و توضیح آن را با دستخط چاپ کنیم تا به محصول شخصیت داده و آن را در هنگام خرید متمایز سازیم."





طراحی جدید

چالش اصلی طراحی پاکت ایجاد برجسی بود که نه تنها جلب توجه کند، بلکه خواندن و درک آن ساده باشد. سلسله مراتب مهمترین جنبه یک برجسب است و بنابر این من کاری کردم که مهمترین اطلاعات (اسم و کشور تولیدکننده) به چشم بیاید. به عنوان فردی که تجربه فروش قهوه دارد، من توانستم اطلاعاتی را که مردم بیش از همه به آنها اهمیت می دهند را در بایام و یک برجسب موثر طراحی کنم. رنگ های مختلف برجسب نشانگر پروفیل های مختلف برشته سازی قهوه هستند، اسپرسو (قرمز)، بدون کافئین (آبی)، تصفیه شده (زرد)، و با این کار دسترسی مشتریان به آن چه دقیقاً مدنظر دارند ساده می شود. اطلاعات دیگر، مثل نکاتی در مورد طعم قهوه و تاریخ برشته کردن به وضوح قابل مشاهده و تمیز هستند. تیپوگرافی استفاده شده محصول کار Soto & Mission Gothic است. "در گوشه ها، یک قسمت متالیک استفاده شده است تا به پاکت بافت و درخشش بدهد. در یک طرف راهنمای دم کردن نوشته شده است تا به افراد کمک کند خوش طعم ترین قهوه را در منزل تهیه کنند. "پشت پاکت جایی بود که مشتری می خواست پیام خود را درج کند. بعد از بحث های فراوان در مورد در نظر داشتند، ما یک پیام ساده را انتخاب کردیم که به سرعت دو چیزی را که باعث تمایز Transcend است توضیح می دهد، "از منابع مشخص، برشته شده در ادمونتون". پشت بسته هم یک الگوی براق و شفاف دارد که هنگامی که مشتریان بسته را نگه می دارند دارای بافت باشد و باعث توجه به پیام خیلی مهمی که درج شده، شود."



Transcend Coffee

Transcend Coffee تصمیم گرفته است تا از بقیه محصولات متمایز شود. در پی ایجاد یک بسته بندی پاکت قهوه که رنگی و برای مصرف کننده، آموزشی باشد، این طراحی مجدد بر کاربری طراحی تمرکز داشته است. ساختن یک پاکت کوتاه تر به معنی خودایستا بودن بسته روی قفسه بود. یک فاکتور مهم دیگر داشتن یک شعار tag-line کوتاه و ساده بود: "منابع مشخص، بوداده در ادمونتون"

"قهوه Transcend از سال ۲۰۰۳ یک شرکت فرآوری قهوه در ادمونتون است که قهوه را از منابع مجاز گرفته و با کیفیت بالا فرآوری می کند. با رشد شرکت، کیفیت کار افزایش یافته و برند به صورت یک نشان تجاری همیشه قوی و خلاق تکامل یافته است. بخشی از این تکامل برداشتن یک قدم رو به جلو با تصویر کلی شرکت بود. در حین فرآیند تبیین ارزش های کلیدی، شرکت به این نتیجه رسید که وقت ایجاد یک انقلاب در برند رسیده است.

طراح: "در مورد پاکت قهوه، من دریافتیم که یک پاکت روشن و رنگی بهتر است چون این شرکت در حال گسترش کار خود به مشتریان عمده و مغازه های خواربارفروشی بیشتر است و باید بتواند در بین محصولات دیگر جلب توجه کند. چون Transcend همیشه یک شرکت برجسته بوده و هیچ وقت از ریسک کردن هراس نداشته است، من زمینه رنگ قرمز و نارنجی را انتخاب کردم. در گوشه های مختلف بسته از تکنیک های جلا استفاده شده است تا نظر مردم در هنگام عبور از کنار بسته روی قفسه جلب شده و بسته یک حس با کیفیت و با پرستیژ داشته باشد."

یک مشکل قبلی در مورد کیسه های قهوه ای Transcend این بود که به حالت ایستاده قرار نمی گرفتند، بنابر این ما یک شکل کوتاه تر و عرض تر با قاعده مثلثی انتخاب کردیم که به ایستادن بسته قهوه روی قفسه فروشگاه کمک کنیم."

و استراتژی دیجیتال Nescafé. که ۵۵۰۰ فنجان آن در هر ثانیه نوشیده می شود، چندین عنصر کلیدی طراحی دارد که با در نظر گرفتن مصرف کنندگان جوانتر ایجاد شده اند.

این عناصر شامل سمبل های قرمز Nes-café، که از نشان تجاری و مدرن شده ی Nes-café گرفته شده است، لیوان قرمز و سمبلیک Nescafé و یک ابزار گرافیکی هنری، Nescafé hub است که تصویری خیالی از یک لیوان قهوه است.



باید. با رقابتی تر شدن صنعت قهوه، Nestle نیاز به تغییر استراتژی ارتباطی و دیجیتال و طراحی بسته بندی خود را احساس کرد. رویکرد یکپارچه در طراحی بسته بندی، ارتباطات



Nescafé

Nescafé اخیراً یک کمپین برند بزرگ و جهانی را اعلام کرده است که گروه هدف آن نسل جوانتر طرفداران قهوه هستند. Nescafé در سال ۱۹۳۸ توسط Nestle با هدف تبدیل شدن به یکی از گسترده ترین برندهای قهوه فوری در سطح جهان تاسیس شد. Nescafé با تبدیل شدن به برند جهانی امروزی توانست به این هدف و البته بیشتر از آن دست



Lipton



هیجان و لذت مصرف کننده را القا می کند. برچسب جدید و بالای بطری، با تصاویر گرافیکی جذاب و جالب توجه تمایز بصری بالایی روی قفسه ایجاد می کند. برچسبی که در بالای بطری قرار گرفته نیز قرار است همان حس "بالتر بودن"ی را القا کند که مصرف کنندگان از نوشیدن چای سرد Lipton پیدا می کنند.

کلمات "ICE TEA" که در سری قبلی بر کارکرد و نوع محصول تکیه داشتند، در سری جدید از برچسب حذف شده و تنها کلمه "Lipton" باقی مانده است. این برند با تقویت نام Lipton با استفاده از گرافیک های تصویری، امیدوار است که احساسات مصرف کنندگان را بیشتر درگیر کرده و محصولات Lipton را معادل تجدید حیات و سلامت طبیعی کند. De-sign Bridge هم با همراهی بطری جدید چای سرد Lipton در تولید محصولات چاپی کلیدی، شامل بیلبرد، پوستر، بنر و wobblers همکاری نزدیکی با Lipton داشته است.

آژانس طراحی Design Bridge یک طراحی جدید برای برند جهانی Lipton ایجاد کرده است تا توجه هزاران مخاطب را جلب کرده و جایگاه بالاتر و سالم تر این برند را انعکاس دهد. این پروژه شامل ویژگی های کلیدی طراحی و بازاریابی شامل برندسازی، ملاحظات بصری، ساختار بطری، و کمپین های تصویری برای ارتباطات بود.

آژانس طراحی Design Bridge: "بخشی از چالش چای سرد Lip-ton کمک به گسترش جذابیت بود تا به شکل همزمان با نوشیدنی های گازدار غیرالکلی (CSDs) و همچنین دیگر برندهای چای سرد روی قفسه فروشگاه رقابت کند. طراحی جدید با اجتناب از ظاهر شلوغ و پر حجم اکثر نوشیدنی های غیرالکلی، یک نوشیدنی سبک و سالم تر را با ویژگی های طبیعی و بهتر چای نشان می دهد.

در جواب باز خورد مصرف کنندگان مبنی بر این که مردم به شکلی مثبت شکل بطری را به امواج ساحل شبیه می بینند، طراحی جدید ارتباطی قوی با فرهنگ ساحلی دارد.

یکی از چالش های کلیدی Design Bridge ایجاد یک طرح بطری ساده برای Lipton Ice Tea بود که با تکنولوژی های پرکنی (filling) کاملاً مختلف در شبکه جهانی توزیع کنندگان و امتیازات فروش سازگار باشد. این برند بازرسی جهانی گسترده ای انجام داد تا دید واضحی از امکان پذیری یک طراحی بطری جدید و یکسان در سراسر جهان داشته باشد که با این تکنولوژی ها هماهنگ بوده و قاعده ها و گردن های مختلف و سازگاری با اندازه های جایگزین را در نظر گرفته باشد.

Andy Jordan، رییس نوآوری و استراتژی جهانی شرکت Lipton Ice Tea می گوید: "بطری جدید Lipton Ice Tea به خاطر پروفایل مدرن و فاقد جنسیت خود و شکل فیزیکی جالب به فرم یک استوانه دارای انحنای منعکس کننده بن مایه سمبولیک Lipton است، جذابیت قفسه ای بالایی دارد. بطری هنگام حمل حس خوبی در دستان ایجاد کرده و حس

Olden Water

Dinamo Design یک فیس لیفت در Olden water ایجاد کرده است تا این محصول را در بین طراحی های معمول و مینیمالیستی رقیبش متمایز کند. عقیده بر این بود که طراحی قبلی Olden طوری است که به خاطر برچسب آبی بالای بطری در بین باقی اجناس روی قفسه های فروشگاه گم می شود. با طراحی جدید، رنگ به شکلی جالبی دور بطری پیچیده شده است.

طراحی جدید



"نتیجه"

طراحی جدید با استقبال تجاری روبرو شده و فروش بالایی پیدا کرد. در خلیج شرقی نروژ سهم فروش آب معدنی (آب گازدار) این برند در چهار هفته اول بعد از به بازار آمدن محصول جدید ۸/۸ درصد افزایش یافته بود. حالا این میزان به ۳۰/۴ درصد کل آب معدنی خلیج غربی رسیده است. در سطح ملی، فروش آب معدنی Olden از سپتامبر ۲۰۱۰ تا فوریه ۲۰۱۱، ۸۵ درصد رشد داشته است. Olden در Retailprisen (جایزه سالانه خرده فروشی نروژ) و در سال ۲۰۱۰ در Visuelt (جایزه سالانه طراحی نروژ) جایزه طلا دریافت کرد.

طراحی پیشین



"سابقه و چالش"

Hansa Borg به چالش های Olden در یک بافت استراتژیک برند بزرگتر نگاه نمی کرد که این موجب افت مستمر فروش و کاهش برتری آن در بازار شد. زمان بازنگری و ارائه یک تعریف جدید برای برند Olden خیلی وقت بود که رسیده بود. اما، چطور می توانید برند خود را در گروهی که تفاوت های کاربردی کوچک و رقابت شدیدی بین محصولات وجود دارد و شما علاقمندی در حال افول در بین مشتریان دارید، متمایز کنید؟ "راه حل"

کار با تعریف یک ویژگی اصلی مرتبط و منحصر به فرد شروع شد. پیدا کردن یک ایده احساسی که به ما در ایجاد یک برند قوی و طولانی مدت کمک کند که باعث توسعه ارتباط، طراحی و توسعه محصول شود، یعنی تجربه ای منحصر به Olden. ما اسم این ایده را "بکر" گذاشتیم. "برای تبیین کردن ایده ی "بکر" در طراحی، ما بطری را به شکل یک "جواهر" نگاه کردیم. ضمن همکاری با Frost یک سری کلاسیک و شیک از بطری ها طراحی کردیم. طرحی که به وضوح نشانگر رفاه بوده و ویژگی های محصولات تجملی را داراست. این طرح ارتباطی بین برند Olden و اقلام طبیعی و نادر گران بها مثل الماس یا طلا ایجاد می کند.



طراحی جدید

باز خورد مشتریانان در خصوص طراحی جدید نسبت به جعبه‌های قهوه‌ای قبلی چگونه بوده است؟

بازخوردها نسبت به طرح جدید مثبت بوده است، همزمان ما به ایجاد اصلاحاتی هم فکر می‌کنیم. مثلاً چون بسته‌بندی خیلی رنگارنگ است باید به اسامی محصول هم فکر کنیم. اسامی باید بزرگتر و واضحتر باشند تا تشخیص هر محصول برای مشتریان ساده‌تر شود.

اما باز هم می‌شود گفت که می‌توانستید محصولات را خیلی ساده داخل یک بسته قهوه‌ای رنگ بریزید. چرا یک محصول خوب به طراحی برنامه‌ریزی شده نیاز دارد؟

ما در یک بازار ممتاز کار می‌کنیم. تولیدات ما کار زیادی می‌برد و محصول نهایی باید کیفیت عالی داشته باشد. بنابراین، بسته‌بندی هم باید به همان اندازه باکیفیت باشد تا هنگامی که مشتری آن را از قفسه برمی‌دارد، مفاهیم درست را در ذهن ایجاد کند.



The Beginnings

Asketic طرحی با الگوهای رنگی برای The Beginnings ساخته است که مواد تشکیل‌دهنده و مقوی غذای خام تولیدشده در سراسر جهان را ارائه می‌کند. هویت بصری و بسته‌بندی آن با استفاده از الگوهای نقاط مختلف جهان ایجاد شد. با تلفیق و تقابل این الگوها، Asketic طبیعت وحشی جنگلی را به شهر آورده است. مفهوم و هویت، بسته‌بندی محصول، کتابخانه‌ای از الگوهای ترسیم‌شده و راهنماهای تصویری برای کمک به گسترش هویت برند همزمان با تکامل آن هستند.

”قبل از شروع کار بر روی هویت بصری و طراحی بسته‌بندی، ما جوهر اصلی برند را تدوین کردیم- Begin در همه جا. انتخاب گزینه‌های سالم و بهتر غذا خوردن در هر زمان، هر سن و هر گوشه‌ی جهان امکانپذیر است. می‌توانید همین حالا، و همین‌جا شروع کنید!

ما توانستیم از ایده‌های غیرمعمول و موثر استفاده کنیم چون مشتری خاصی داشتیم که به ما اعتماد کامل داشت. این موضوع به ما اجازه داد که برند را از مدل معمولی و خاکستری اقتصادی/سلامت در آوریم تا توجه همه مشتریان را به خود جلب کند.

The Martins Vētra، یکی از موسسین برند غذای خام و سالم Beginnings، به چندین سوال در مورد طراحی جدید پاسخ داد.

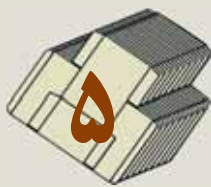
چه چیز به شما جرات اجرای چنین طرح متفاوت و غیر سنتی را داد؟ ما با یک دید واقعی به شرکت Asketic رو آوردیم و خواستیم که برندی برای یک بازار بین‌المللی طراحی کند. ما یک محصول صادراتی در لاتویا با طراحی‌ای بودیم که می‌توانست با محصولات مشابه در بازار جهانی رقابت کند. با برندهای قدیمی و نسخه‌های گرافیکی آنها کار کرده بودیم اما این بار من و Matiss روی یک موضوع توافق کردیم. این که قبل از صحبت با Asektic بین خودمان توافق کردیم هیچ محدودیت خلاقانه‌ای روی نتیجه کار نگذاریم و هر چه که شرکت طراحی ارائه کرد بپذیریم. هنگامی که پیشنهاد آنها را دیدیم خیلی ذوق‌زده شدیم به خصوص در مورد حس خودمانی‌ای که از طراحی به انسان دست می‌داد. فقط یک تصویر زیبا نبود. بلکه یک رویکرد تصویری هوشمندانه نسبت به ایده the beginning بود مبنی بر این که هر کسی گزینه مخصوص به خودش را دارد. حالا تصمیم گرفته‌ایم که با دو برند باقی بمانیم. RawGarden برای رستوران و بار آبمیوه، در حالی که The Beginnings چهره تولید و بسته‌بندی غذایی ما خواهد بود.



نکته برای انتخاب دستگاه کارتینگ

به مواد توجه کنید:

دستگاه کارتینگ، دستگاه نسبتاً ساده‌ای محسوب می‌شود و وقتی در کارتینگ مشکل ایجاد شود غالباً به مواد مربوط است. باید مواد را شناخته و اطمینان پیدا کنید که از گرید یا کیفیت مطلوب برخوردارند. مقوای شما نو یا بازیافتی است؟ جواب این سوال، تاثیر مستقیم بر نحوه‌ی کار روی کارتن دارد. باید طراحی فلپها (صفحات تا خورده) و الگوی چسبکاری کارتن را در نظر بگیرید. شما می‌توانید در یک الگوی کارتن دوخته شده از چسب کمتری استفاده کنید. موقعی که یک کیسه را وارد کارتن می‌کنید، مقدار هوای داخل کیسه حائز اهمیت است.



می‌توانید از یک دِفلیتور (آزاد کننده هوای محبوس) روی پُرکن یا یک متراکم‌کننده‌ی هوا روی کارتن‌ساز (cartoner) استفاده کنید. برای این منظور در هر صورت باید پیش از خرید دستگاه برنامه‌ریزی کنید. همواره محصولات و مواد خود را در کارخانه‌ی فروشنده تست کنید.

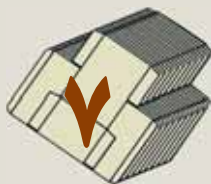
مکانیزم برداشتن را به دقت زیر نظر بگیرید:

این مساله غالباً مورد غفلت واقع می‌شود. به فناوری خاص مورد استفاده برای برداشتن ورقهای کارتن توجه کنید و سازگاری آن با محصول خاص خود را در نظر بگیرید. اگر برداشت ورقهای کارتن اولیه توسط دستگاه به درستی انجام نشود، چیزی نمی‌تواند آن را جبران کند.



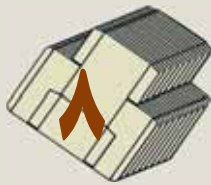
بارگیری از سر یا از کنار؟

کارتینگ از سر دستگاه (End load) وقتی کنترل روی محتویات مطلوب بوده و امکان ارسال آنها به کانالی با سر کوچکتر وجود داشته باشد مناسب است. به این ترتیب دستیابی به سرعتهای بالاتر ممکن می‌شود. معمولاً بارگیری از کنار وقتی استفاده می‌شود که چندین محصول (مثلاً گرانول‌بارها) باید وارد کارتون شده و در یک دهانه‌ی طولی بزرگتر انداخته شوند.



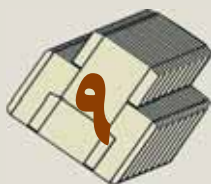
قطعات را فراموش نکنید:

تعداد قطعاتی که تعویض آنها برای تغییر اندازه کارتن لازم است باید تا حد امکان کم باشد. مسلماً امکان تعویض سریعتر تجهیزات موقع استفاده از کارتنهای با اندازه‌های مختلف یک مزیت کلیدی است. استانداردهای اجزایی که از قبل داشته‌اید، برای کاربران نهایی بسیار دشوارتر از آن است که فروشندگان فکر می‌کنند. برای تسهیل تعمیرات باید قطعات آماده در اختیار داشته باشید.



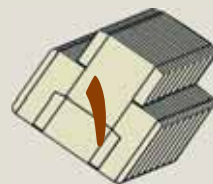
از نیازهای آینده آگاه باشید:

آیا در آینده به بسته‌ها یا مولتی‌پک‌های (بسته‌های چندتایی) بزرگتر نیاز نخواهید داشت؟ اگر دستگاه مد نظر شما تنها قابلیت کار با دو اندازه A و B را داشته باشد، ممکن است به تجهیزات دیگری نیاز داشته باشید. تجهیز دستگاه می‌تواند به طور بازدارنده‌ای پرهزینه باشد. تطبیق‌پذیری و قابلیت تغییر را از قبل در نظر بگیرید. ممکن است دست آخر به دستگاههایی برای هندسه‌های مختلف نیاز داشته باشید.



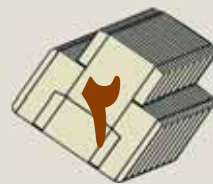
شناخت عملیات مد نظر:

انتخاب دستگاه باید بر اساس آگاهی از چگونگی عملکرد آن در کارخانه، سیستم کمپرسور و ورقهای کارتن اولیه (blank) انجام شود.



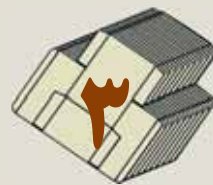
این محصول است که افقی یا عمودی بودن دستگاه را تعیین می‌کند:

برای نمونه اگر محصول از قابلیت جریان آزاد برخوردار باشد (دانه‌ای مثل پودر شوینده)، ممکن است بتوانید عمدتاً بر دستگاههای کارتینگ به فرم عمودی متمرکز شوید. اما برای محصولاتی که به طور عمودی یا افقی قابل کارتن کردن هستند، غالباً دستگاههای افقی بهترند. اکثر دستگاههای کارتینگ به طور افقی کار می‌کنند. عموماً این دستگاهها ضمن ارزان تر بودن از تطبیق‌پذیری بالاتری هم برخوردارند.



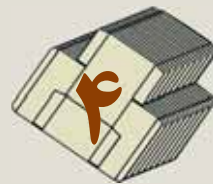
تعیین بهترین سرعت از لحاظ بهره‌وری:

ابتدا نوع عملیات را از نظر آفلاین یا آنلاین تعیین کنید. در حالت آنلاین، حداکثر سرعت ممکن را محاسبه کرده و آن را تقسیم بر تعداد محصولات به ازای کارتن کنید. سپس "قابلیت ارتقا" را در نظر بگیرید که عبارت است از "امکان افزایش سرعت از طریق فرآیندها یا فناوری‌های جدید". برای سرعت آفلاین، باید سهمیه‌های حمل روزانه، هفتگی و ماهانه را در نظر بگیرید. به منظور محاسبه تعداد کارتن لازم به ازای دقیقه، از اعداد واقع‌گرایانه برای روزهای هر هفته و ساعات "واقعی" برای هر روز استفاده کنید.



دستگاه را با توجه به قابلیت‌های فنی شرکت خود ارزیابی کنید:

دستگاه کارتینگ باید با مهارت فنی شرکت شما منطبق باشد. خرید یک دستگاه بسیار پیچیده می‌تواند مشکل‌ساز شود. یک بررسی سازمان‌یافته داشته باشید و با شرکت‌های همتای خود به منظور کسب آگاهی از سودمندی دستگاه مد نظر برای خود گفتگو کنید. از تخصص فروشنده در زمینه تکنولوژی برای محصول خود کمک گرفته و از محدودیت‌های هر بخش از دستگاهی که به خرید آن می‌اندیشید آگاه شوید.





EURASIA

PACKAGING® 2015 İSTANBUL

21st International Packaging Industry Fair

بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی صنعت بسته بندی

October 22 - 25, 2015

۳۰ مهر الی ۳ آبان ۱۳۹۴



برای اطلاعات بیشتر ، لطفا از سایت زیر بازدید کنید :

www.packagingfair.com

تویاپ تهران

تلفن تماس : ۰۲۱- ۸۸۱۹۱۰۱۷-۱۹



Reed | TÜYAP
Reed Tüyap Fuarçılık A.Ş.
www.reedtyap.com.tr



PACKAGING MANUFACTURERS
ASSOCIATION



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



Overseas Fairs
www.tuyap.com.tr



Discover
the potential



REPUBLIC OF TURKEY
MINISTRY OF ECONOMY

PACK & PRINT

Packaging and Printing Machinery Exhibition

Tehran / IRAN

27 - 30 December 2014

۶ الی ۹ دی ۱۳۹۳

Tehran Int. Permanent Fairground

محل دائمی نمایشگاههای بین المللی تهران

TURKISH NATIONAL PARTICIPATION





















Hall 31 A (Milad)

مشارکت ملی کشور ترکیه

سالن میلاد (۳۱ A)

PACK & PRINT

TURKISH PARTICIPANTS LIST

	AKER PLASTİK MAK. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.		LARTON AMBALAJ SAN. VE TİC. A.Ş.
	BETA-PAK OTOMATİK PAKET AMB. MAK. SAN. VE TİC. A.Ş.		MODUTECH KONVEYÖR BANT SİST. SAN. VE TİC. A.Ş.
	ÇAĞ AMBALAJ VE LOJİSTİK HİZ. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.		ÖMÜR ETİKET AMB. A.Ş.
	ÇAKIRLAR MATB. AMB. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.		ÖZARTAŞ AMB. MAK. SAN. İHR. VE TİC. LTD. ŞTİ.
	DEĞİRMENCİOĞLU MAKİNE SAN. LTD. ŞTİ.		SİNKOTECH MİKRO ENDÜSTRİYEL TEKNOLOJİLERİ SAN. DIŞ TİC. A.Ş.
	DİZAYN MAK. GIDA İNŞ. KUYUM. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.		SUN-KA KAĞIT SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
	ETİMAG ETİKET MATBAACILIK AMB. SAN. VE TİC. A.Ş.		ŞAKAR MAKİNE OTOMASYON İTH. İHR. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
	FRİGO MEKANİK İNŞ. TESİSAT VE TAAH. SAN. VE TİC. A.Ş.		ÜNLÜ MAKİNE SAN. AZİZ ÜNLÜ
	FTK PLASTİK VE AMBALAJ SAN. VE TİC. L.T.D. ŞTİ.		YENİLER ETİKET KIRTASIYE BARKOD MAK. SAN. VE DIŞ TİC. LTD. ŞTİ.
	IŞIKLAR AMBALAJ PAZARLAMA A.Ş.		YILMAZ MAK. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

نکته برای انتخاب دستگاه‌های مولتی‌پک و شرینگ‌باندلینگ

در این جا نکاتی را برای انتخاب دستگاه در این محیط
چالش‌برانگیز ارائه می‌دهیم:

بررسی امکان استفاده از فیلم‌های با ضخامت پایینتر:

استفاده از پلی‌اتیلن و فیلم‌های نازک
مشابه آن، یک فرصت عالی برای کاستن از
هزینه است.



پنجاه درصد مشتريان از فیلم‌های ضخیمتر از آن چه نیاز دارند
استفاده می‌کنند. چرا؟ علت آن است که ضخامت بالاتر در دسر را کم
می‌کند(!) و به شرکتها امکان می‌دهد تا ست‌آپ ضعیفتر انجام دهند، از
ماشین‌آلات با کارایی پایینتر استفاده کرده و اپراتورهای ناشی‌تر را به کار
گیرند. فیلم‌های ممتاز برای جبران این نقایص استفاده می‌شوند.
استفاده از فیلم نازکتر ملزومات زیادی دارد اما می‌تواند مفید باشد.
شما می‌توانید با دستگاه باندلینگ مناسب به جای استفاده از فیلمی که
هر پوند از آن ۴ دلار است، از فیلمی که هر پوند از آن ۰.۷۱ دلار است
استفاده کنید. امروزه فروشنده‌گان، فیلم‌های نازک با کیفیت بهتر و ارزان
تولید می‌کنند.

پیش‌نیازهای فناوری مناسب را تعیین کنید، به ویژه اگر فرآیند جدیدی برای بیزینس شماست:

فرقی نمی‌کند که فرآیند شما سینی
دورپیچی شده، پد کنگره‌دار و یا شرینگ‌باندل بدون پایه را شامل شود؛ در
هر صورت باید به محصول و محیط توزیع خود توجه کنید.
بسته‌هایی که تنها شرینگ می‌شوند نسبت به بسته‌های کنگره‌دار
از لحاظ هزینه به صرفه‌اند، اما استفاده از آنها مستلزم دوراندیشی و
برنامه‌ریزی متخصصین به منظور تضمین آسیب ندیدن بسته است.



سرعت اهمیت فراوانی دارد:

سرعت بسته‌بندی یا باندلینگ یک پارامتر
کلیدی است. تعداد محصولات روی یک پد یا
شرینگ باندل، منحنی رشد را دستخوش تغییر
می‌کند. هر چند اثر توسعه محصول بر سرعت
باندلینگ، ثابت و یکسان نیست اما غیر قابل
انکار است.



امروز در عملیات مولتی‌پکینگ (بسته‌بندی چندتایی) و
شرینگ‌باندلینگ (شرینگ دسته‌ای محصولات)، نیاز به تطبیق پذیری و
تعویض دقیق و قابل تکرار تجهیزات از اهمیت بیشتر و بیشتری برخوردار
می‌شود. این نیازها در طراحی، حتی در مورد دستگاه‌های بسیار پیچیده،
یک ملاک تعیین‌کننده‌اند. همچنین کاستن از پیچیدگی دستگاه‌ها
منحصراً برای تعویض تجهیزات و تطبیق‌پذیری را در پی دارند و از
این طریق، مسئولیت در این خصوص از دوش اپراتورها یا به طور کامل
برداشته می‌شود. کاربران این دستگاهها خواهان ارتقای اثربخشی جامع
تجهیزات (OEE)، افزایش زمان متوسط تا از کار افتادگی و بهبود قابلیت
پیشبینی می‌باشند.

سازندگان به جای اینکه با یکپارچه‌سازی دستگاه با دستگاهی دیگر،
یک عامل دیگر به سیستم اضافه کنند، از طریق رباتیک کاملاً یکپارچه،
کنترل را ارتقا می‌دهند. برای مثال، فروشنده‌گان به جای استفاده از سه
محور حرکت خطی (مثلاً یک پوشر)، می‌توانند یک روبات دلتا یا Carte-
sian را راه‌اندازی کنند. روباتها نسبت به سابق ساده‌تر و ارزاتر شده‌اند
و فضای کمتری را نیز اشغال می‌کنند.

تکثیر SKU و تعدد برندها موجب محدود شدن فضای قفسه‌ها شده
است و این مساله به نوبه‌ی خود به افزایش گردش موجودی و تمایل به
استفاده از بسته‌های کوچکتر انجامیده است. این نیاز به طور چشمگیری
به افزایش سرعت باندلینگ (بسته‌بندی چندتایی) منجر شده است.
هزینه‌های باندلینگ، لیبل‌زنی و کدگذاری به علت ارسال همان تناژ سابق
در دسته‌های کوچکتر، تقریباً دو برابر شده است!

قابل توجه صادرکنندگان محترم

"آموزش صادرات"

موضوع محوری: بسته‌بندی

شنبه‌ها، از ساعت ۱۳/۲۰ * تکرار: جمعه‌ها

نشانی دانلود برنامه‌های پخش شده:

www.iranpack.ir/voice/voice.htm

www.iranseda.ir/Radio

راديو اقتصاد

موج FM

ردیف ۹۸

ظرفیت را فراموش نکنید:

استفاده از روباتهای تطبیق پذیر مستلزم برخورداری از فضای بیشتر است و شما باید از یک یا دو دستگاه اضافی برخوردار باشید تا اگر یکی از آنها خراب شد خط از کار نیافتد. تدارک ظرفیت اضافی برای بسته بندی می تواند زمان کار کل (overall uptime) را افزایش دهد.



اندازه هم مهم است:

به طول تونل شرینگ توجه نموده و اندازه آن را دقیقاً بررسی کنید. زمان معینی برای حرارت دیدن و جمع شدن (shrink) فیلم لازم است. انتخاب تونلهای حرارتی کوتاهتر با حرارت بیشتر منطقی نیست. برای سرعتهای بالاتر، تونلهای می توانند بلندتر باشند و غالباً برای کاهش ردپای کربن مورد توجه هستند. تونلهای با محفظه کوچک می توانند به طور موضعی داغ شده و اثر مخرب بر کیفیت بسته بگذارند.



محیط نهایی و نمایش را مد نظر داشته باشید:

اگر محصول تحت تاثیر دما قرار می گیرد، کیس پکینگ (بسته بندی در جعبه) می تواند بر شرینگ باندلینگ ارجحیت داشته باشد. اگر امکان دیده شدن محصول اهمیت داشته باشد، بسته بندی با شرینگ بهتر است مگر آنکه فشار شرینگ باندلینگ بر محصول آسیب وارد کند.



تونلهای شرینگ با سرعت هوای پایینتر مناسبترند:

تونلهای با جریان هوای سرعت بالا می توانند فیلم را نامنظم کرده و موجب ایجاد چین و چروک شوند.



اثرات انعطاف پذیری:

مواد انعطاف پذیر در مولتی پکینگ تعیین کننده اند. شرینگ باندلینگ بعضی از کیسه های انعطاف پذیر ممکن نیست زیرا نسبت به اعوجاج آسیب پذیرند و دور پیچی محکم (tight-wrap) در این مورد به کار می آید. در غیر این صورت می توان شرینگ باندل را بر روی بسته ای اولیه انجام داد.



مسائل مربوط به انبارش و جابجایی اهمیت دارند:

انبارش صحیح شرینگ فیلم، فوق العاده مهم است. آیا تلورانسهای رول فیلم طبق مشخصات لازم (مثلاً یکنواختی تنش، حداقل پیش لبه) هستند؟ برای تنظیم تنش فیلم و یکنواختی آن به امکانات دستگاه از قبیل کنترل و کیوم برای لبه های فیلم توجه کنید.



بهکار الکترونیک کرج

Induction Cap Sealing

دستگاه سیل القایی هوا خنک

Automatic air cooled induction cap sealling

توانایی سیل کردن ۱۰۰۰۰ عدد ظرف در ساعت



دستگاه سیل القایی نیمه اتومات دستی

ظرفیت کاری مداوم ۱۲۰۰ عدد در ساعت

سیل بطری از دهانه ۱۰ تا ۱۵۰ میلیمتر



تولید انواع آلومینیوم سیل

مخصوص ظروف پلی اتیلن، پت و شیشه ای

دستگاه سیل القایی آب خنک

توانایی سیل کردن ۹۰۰۰ عدد ظرف در ساعت

Automatic water cooled induction cap sealling



دستگاه سیل القایی هوا خنک

Automatic water cooled induction cap sealling

توانایی سیل کردن ۲۰۰۰۰ عدد ظرف در ساعت



دفتر فروش: کرج، جاده ماهدشت، همایون ویلا، خیابان ارکید، پلاک ۲
تلفن: ۰۲۶-۳۶۳۰۹۴۵۴ - ۳۶۳۰۹۴۷۹ - ۰۲۶ - ۳۶۳۲۰۰۱۹ فکس:
صندوق پستی: کرج، محمدشهر، ۱۹۹-۳۱۶۸۵

www.behkar.ir www.behkarelectronic.com

تعمیرات تخصصی دستگاههای اروپایی و امریکایی

- واردکننده انواع تسمه کش های فلزی و پلاستیکی (پنوماتیک - برقی)
- واردکننده انواع تسمه های فولادی فنری
- تولید انواع تسمه های بسته بندی و صنعتی
- برش انواع فلزات به صورت رول به رول
- تولید انواع بست تسمه



سپند الکترونیک پارسیس
SEPAND ELECTRONIC
PARSIS Co.

دارنده گواهینامه های بین المللی ایزو ۹۰۰۱ و ۹۰۰۳
TUV ICB / G-CERT ISO Certifications



ISO 9001:2008 ISO 10002:2004

استعداد در انتخاب برترین هاست...

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



Model : TW

دستگاه اینداکشن سیل آب خنک



Model : ISP

دستگاه اینداکشن سیل آب خنک



دستگاه اینداکشن پرتابل هواخنک



دستگاه اینداکشن پرتابل کانتردار



دستگاه اینداکشن نیمه اتوماتیک



دستگاه اینداکشن خطی نیمه اتوماتیک



دستگاه سیل القایی + دریند



دستگاه اینداکشن سیل هواخنک



واشر سیل القایی (آلومینیوم سیل)



Model : FXJ5050

کارتن چسب زن نیمه اتوماتیک



Model : FXJ5050

کارتن چسب زن نیمه اتوماتیک



دستگاه جاکداری واشر سیل القایی

این جا بازار بسته‌بندی است

این بخش از مجله **فرصتی** است بسیار مناسب، برای فعالان صنعت بسته‌بندی، که در کنار سایر همکاران، خود را معرفی کنند. **آگهی رنگی کوچک** و ارزان را فقط در این جا تجربه کنید. از آن جا که ماهنامه صنعت بسته‌بندی به صورت تمام‌رنگی منتشر می‌شود، بخش بازار بسته‌بندی نیز رنگی است. محاسبات بسیار دقیقی انجام شده تا بهای آگهی در این سیستم متناسب و متعادل باشد. گفتنی است کمترین تعداد حضور در بخش بازار بسته‌بندی، **۶ ثوبت** می‌باشد. فروش **اقلام دست دوم** شامل این شرط نیست.

فروش دستگاہ ورق P.P- P.S

به عرض ۸۰cm - ضخامت ۲/۲- mm الی ۲ mm
رحمانی ۸۰ ۱۹ ۴۱۸ ۰۹۱۴

پیرو عملکردها خطوط و ماشین‌آلات بسته‌بندی

رفع عیوب مکانیکی و افزایش راندمان خط تولید
طراحی و تطبیق ساختار بسته‌بندی با خط تولید

رامین لاهیجی ۰۹۳۹۱۴۵۴۷۱۳



فروشگاه برادران کاشانی
تولید و پخش انواع دستگیره های غارتن، کاور
اباری، کیلهای طلای و کیسه برنج

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

اجرای خدمات برش رول به رول انواع:

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

با دستگاه مدرن

تلفن: ۷۷۳۱۳۰۰۲ - ۷۷۳۱۳۰۸۸ همراه: ۰۹۱۲۱۹۶۶۳۸۶ (ایلخانی)
ilkhani.plastco@gmail.com

دستگاه مخصوص بسته‌بندی

نشریات و کاتالوگ
ساخت ایتالیا * در حد نو

۰۹۳۵۷۴۳۰۵۳۸



۱۳۸۶

کتاب سال بسته‌بندی

۱۳۸۷

کتاب سال بسته‌بندی

۱۳۸۸

کتاب سال بسته‌بندی

۱۳۸۹

کتاب سال بسته‌بندی

۱۳۹۰

کتاب سال بسته‌بندی

۱۳۹۱

کتاب سال بسته‌بندی

۱۳۹۲

کتاب سال بسته‌بندی

۱۳۹۳

کتاب سال بسته‌بندی

تغییر مثبت
با اقدام مثبت

هشتمین

کتاب سال بسته‌بندی

ویژه‌نامه سالانه مجله صنعت بسته‌بندی

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 شرینگ بصورت رول، روده و یا برش شده
تلفن دفتر مرکزی: ۸۸۰ ۱۵۴ ۳۹ و ۸۸۰ ۱۵۴ ۹۲ / تلفنکس: ۸۸۰ ۰۰ ۲۷ ۶۱

آگهی استخدام اپراتور چاپ فلکسو

یک شرکت معتبر تولیدی به یک نفر اپراتور چاپ فلکسو (سیلاندر مرکزی یا استک) با حداقل ۵ سال سابقه کار مفید، با حقوق و مزایای مکفی نیاز دارد.
تلفن تماس: ۰۳۵۱۵۲۲۶۴۲۱ ساعت تماس: ۸ صبح تا ۳ بعدازظهر

دیناپک

طراح و تولید کننده انواع جعبه های لمینتی
تلفن: ۹-۸۸۵۲۶۷۲۸ Email: dinapackco@yahoo.com

سبلان و کیوم

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



محک

مؤسسه خیریه حمایت از
کودکان مبتلا به سرطان

mahak-charity.org

۰۲۱-۲۳۵۴۰

رنگه های ما قوطی می سازند...

شرکت ماشین سازان
واناپرس



۷۶۲۱۲۶۱۱
۷۶۲۱۲۳۷۳
۷۶۲۱۳۰۶۰
مدیریت: اروژ پیرعلی
۰۹۱۲۱۲۴۳۲۶۱

صاحب اشتراک (حقوقی یا حقیقی):

نام دریافت کننده:

زمینه فعالیت:

نشانی دقیق: منزل محل کار

صندوق پستی:

کد پستی:

تلفن:

موبایل (برای ارسال پیام های مهم):

پست الکترونیکی:



بسته بندی SMS

به نام خدا * ۱- فرم اشتراک را کامل و خوانا پر کنید.
۲- پس از انتخاب نوع اشتراک مورد نظر در جدول پایین فرم، مبلغ آن را به یکی از حسابهای زیر واریز فرمایید:
* حساب جاری شماره ۱۳۵۸ ۵۰۵۴۳ بانک تجارت شعبه اردبیهشت به نام رضا نورائی
* حساب بانک تجارت به شماره کارت ۶۲۷۳/۵۳۱۰/۲۰۳۸/۴۶۷۳ به نام رضا نورائی
* حساب بانک صادرات به شماره کارت ۶۰۳۷/۶۹۱۷/۸۳۰۶/۴۰۳۳ به نام رضا نورائی
* حساب بانک ملت به شماره کارت ۶۱۰۴/۳۳۷۲/۵۰۰۸/۱۴۶۸ به نام رضا نورائی
* حساب بانک پاسارگاد به شماره کارت ۵۰۲۲/۲۹۱۰/۱۷۷۲/۰۵۷۲ به نام رضا نورائی
۳- رسید پرداخت و فرم اشتراک را به شماره ۰۲۱-۶۶۹۸۹۴۰۹ 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



تلفن: ۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹ - ۶۶۹۸۹۴۱۵

فکس: ۶۶۹۸۹۴۰۹

تهران صندوق پستی: ۱۴۸۷-۱۳۱۴۵

sub@iranpack.ir

شماره مورد نظر برای شروع اشتراک:

پست عادی:

بارکد و کد رهگیری ندارد.
در محل پلاک انداخته می شود.
زمان رسیدن به مقصد بین ۱۰ تا ۱۵ روز می باشد.
هزینه ارسال مجله شامل بسته بندی، حمل و پست عادی (با تعرفه پست ج.ا. در سال ۱۳۹۲) 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. در سال ۱۳۹۲) به طور متوسط معادل ۱۵۴۰ تومان می باشد.

توجه: قیمتها به تومان و شامل بهای مجله 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	۲۲۲.۰۰۰	۲۵۵.۸۰۰
۱۰۰.۳۰۰	۱۲۶.۳۰۰	۱۸۶.۶۰۰	۲۳۵.۰۰۰	۲۳۵.۰۰۰	۳۲۲.۰۰۰	۳۲۲.۰۰۰	۳۲۲.۰۰۰
دانشجویی ۱	۳۹.۶۰۰	۴۹.۹۰۰	برای دانشجویان رشته های بسته بندی، چاپ، گرافیک				
دانشجویی ۲	۴۴.۹۰۰	۵۶.۵۰۰	برای دانشجویان رشته های دیگر				

DELSHAAD INC. - 417-152-2117

www.sadrpolymer.com

۰۲۱ ۲۲۲۳۱۴۹۹
۰۹۱۰ ۲۱۲ ۶۲۸۳

PET, PVC, PP

TAJRISHI **RO** Robatech

ماشینهای چسب گرم
ساخت سوئیس

خیابان ۱۹ احمد قصیر ،
شماره ۱۳ ، واحد ۴۰۲
تلفن : ۱۸۰ - 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: ۷۷۳۲۴۶۴۳ تلفکس: ۷۷۳۵۳۹۵۲
فروش ۰۹۱۲ ۲۳۳ ۷۷ ۲۶
تولید ۰۹۱۲ ۲۳۳ ۴۹ ۵۲
اسدگی
www.maadpolymer.com

معتبر ترین مجلات تخصصی بسته بندی
گردآوری و انتشار ماهنامه صنعت بسته بندی

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

این کادر، فقط
۱۵۰۰۰ تومان

www.SALAK.IR **ساک**
طراحی انواع بسته بندی
و قوطی های فلزی
۰۹۱۴۸۱۳۱۲۰۱

دستگاه چاپ آبرنگ
دو رنگ
دستگاه چاپ سیلک
نیمه اتوماتیک - صفحه ۱x۱
۰۳۵۵۷۸۵۵۸۵۵
۰۳۵۵۷۸۵۵۸۵۵

بوجاری
انواع ریزدانه با کیفیت بالا
ارزن، یونجه و ...
قم، جاده کوه سفید ۱۴۵۲۶۱۴۵
۰۹۱۲۲۵۲۶۱۴۵

ساخت قالب های فوم بسته بندی،
پلاستیک و دایکست
شرکت جدید پتروشیمی ازاد اصفهان
اصفهان، شهرک صنعتی شماره یک نجف آباد
تلفن ۳۱ - ۳۱۴۴۴۵۱۰۲۹ - داخلی ۱۲
www.hpe-mold.ir

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: ۰۹۱۲۱۱۲۲۶۴۵ * همراه: ۳۳۹۹۱۰۴۶ * فکس: ۳۳۹۵۰۱۶۴ * ۳۳۹۰۹۸۰۸

*** فروشی ***

۴/۵ ورقی ۴ رنگ
مدل ۱۹۸۵
سالم در حال کار

۴/۵ ورقی تک رنگ
سالم در حال کار

دایکات بوبست
۱۲۰x۹۲ مدل ۱۹۶۰
سالم در حال کار

۰۹۱۱۱۲۵۹۹۱۹

گستا صنعت اصفهان

تولید کننده دستگاه‌های بسته‌بندی و تاریخ‌زن

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



اصفهان، خیابان امام خمینی، خیابان عطاالملک، نبش چهارراه نوآوران، پلاک ۱۰۷ تلفکس: ۳-۳۳۸۷۸۶۸۱ - ۳۱

اطلاع‌رسانی سریع و موثر

دعوت برای بازدید از غرفه

SMS

سرویس SMS صنایع چاپ و بسته‌بندی
۰۹۳۵۹۹۰۱۰۱۹

جعبه و کارت‌سازی نفیسی

تولید کننده جعبه شیرینی، پیترزا و کارت‌های دایکاتی و لمینتی با ضخامت و ترکیب‌های متفاوت جهت تولیدات صنعتی و بهداشتی ارائه‌کننده خدمات L.V، سلفون‌کشی و چاپ برجسته

تلفن: ۵۶۸۲۴۹۸ * فکس: ۵۶۸۲۴۷۹۸ * همراه: ۰۹۱۲۴۳۱۸۸۵
ایمیل: nafisbox@yahoo.com
نشانی: اسلامشهر، شهرک صنعتی ایرین، خیابان شهید ابراهیمی، پلاک ۴




تزیلرک ماهان رفیق

اریان هولوگرام

ماینر های بسته بندی جاگرهای صنعتی ابزار دقیق صنعتی مواد و لوازم جاگرهای صنعتی



لمیل جسیان صنعتی

گروه صنعتی ویدر
ادرس: تهران، جاده ساوه، سه راه آدران، جاده شهریار، مجتمع صنعتی آدران، خیابان شاهین، پلاک ۵۵
تلفن: ۰۲۱-۵۶۵۸۵۰۱۷ فاکس: ۰۲۱-۵۶۵۸۵۶۸۱۰۳
ایمیل: info@wider.ir



تولید اوراق و اسناد غیر قابل جعل
هولوگرام و برچسب‌های امنیتی
www.arianhologram.com

سامان پلاستیک

تولید کننده انواع ظروف بادی و تزریقی
تولید کننده ظروف:

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

کرج، کما لشهر، نرسیده به پلیس راه، جنب شرکت رنوس، خیابان صفا، پلاک ۲
تلفن: ۰۲۶-۳۴۷۰۰۰۴۹۹ فکس: ۳۴۷۰۰۰۴۹۸ همراه: ۰۹۱۲۱۶۱۳۹۶۱ و ۰۹۱۲۱۶۸۴۰۱۴

شرکت دلتاسلولز سفیدرود

با مدیریت جدید و اهداف نو تولیدکننده کاغذ بازیافتی ساده و رنگی با مشخصات زیر در خدمت صنایع بسته‌بندی ایران می‌باشد:

تولیدات این شرکت از عرض ۵۰ تا ۲۵۰ سانتیمتر
و گراماژهای تولیدی از ۱۲۵ تا ۱۷۰ گرم می‌باشد

اولین هدف ما رضایت خریداران خواهد بود و به یاد داشته باشیم:
با حمایت از تولید داخلی می‌توان جامعه را از رکود خارج نمود
و حمایت از واردات یعنی تخریب سرمایه‌های ملی

تلفن سفارشات: ۰۲۱-۳۳۸۸۴۲۲۰-۳۳۸۸۴۲۲۴-۰۱۳ فاکس: ۰۱۳-۳۳۸۸۴۲۲۴

واحد بازرگانی و فروش: سعید عطارزاده

مجتمع بسته بندی کیا پک

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

تولید انواع

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

قیمت‌های استثنایی کیفیت کم نظیر توان تولید بالا

kiapack.co@gmail.com

تلفن: ۰۶-۵۶۲۳۵۳۲۵-۵۶۲۳۵۳۲۶ همراهِ: ۰۹۱۲-۳۹۹۳۸۸۰



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

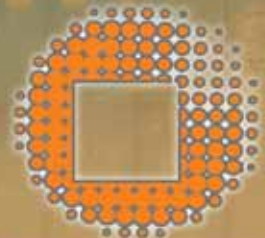
Packaging & Printing Industries Complex

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



Sapra

اهمیت جایگاه صنعت چاپ و بسته بندی در دنیای امروز، شرکت ایراندار را بر آن داشت تا با بهره گیری از تکنولوژی روز دنیا و تکیه بر استانداردهای جهانی، اقدام به تولید انواع مواد اولیه پشت چسبدار نماید. شرکت ایراندار در کنار سایر تولیدکنندگان داخلی افتخار این را دارد که نیاز کشور در تولید محصولاتی با کیفیت جهانی را برآورده سازد.



انواع فیلم و کاغذ پشت چسبدار به صورت رول و ورق

تلفن واحد فروش: ۰۲۱-۸۹۳۱۶۵۰۱ info@irandar.co.ir