

DRUPA 2016

TOUCH THE FUTURE



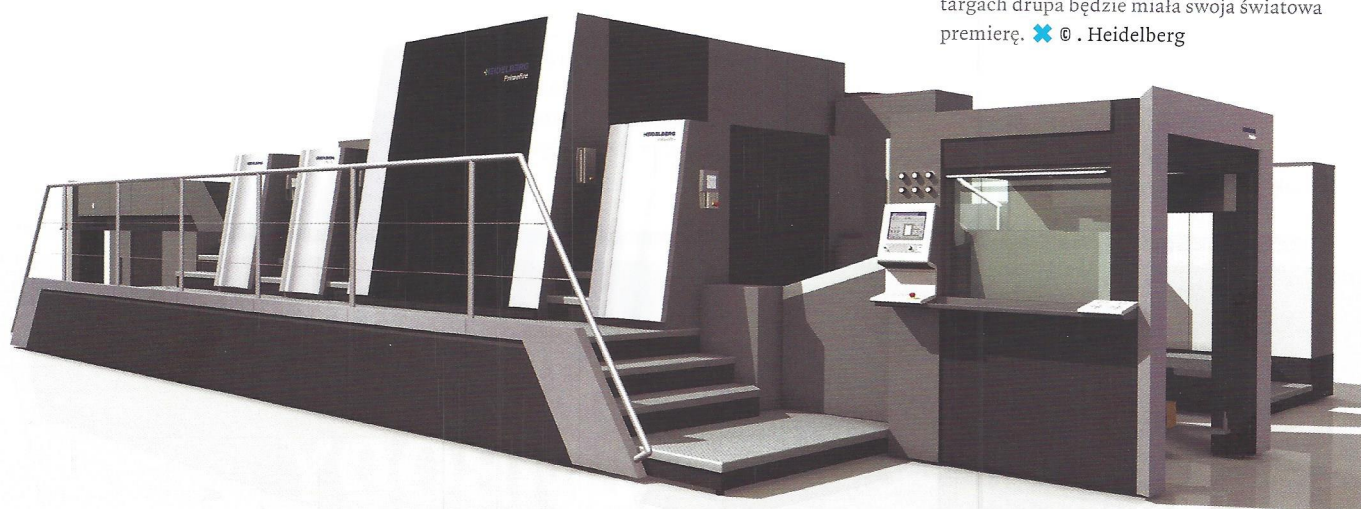
drupa

no. 1 for print
and crossmedia
solutions

W tym roku zaplanowano nowy kierunek strategiczny i wygląd drupy oraz udział 1650 wystawców, z ponad 50 krajów. Co więcej, od tej edycji targi odbywać się będą już nie co cztery, a co trzy lata, w formacie skróconym do 11 dni. Tym razem organizatorzy przedstawili motto targów »touch the future«, idealnie odzwierciedlające rzadki jak dotąd, tak intensywny proces transformacji, któremu podlega branża. Targi drupa mają być platformą do prezentowania technologii przyszłości takich jak druk, produkcja opakowań, multichannel, druk 3D, druk użytkowy czy ekologiczny.

AUTOR . Michael Seidl

Maszyna Primefire 106, produkcji Heidelberg przeznaczona jest dla rynku opakowań i na targach drupa będzie miała swoją światową premierę. ✕ © . Heidelberg



Dyrektor generalny KBA i jednocześnie przewodniczący komitetu targów drupa, Claus Bozla-Schünemann, ma powody do zadowolenia. Wg wyników najnowszych analiz, koncern odnotowuje małe, ale jednak zyski. Bozla-Schünemann stwierdził, że firma zbliża się do osiągnięcia strategicznego celu: powiększenia obrotów na rozwijającym się rynku opakowań i druku cyfrowego, a przez to zredukowanie zależności od cyklicznego druku zabezpieczającego (np. banknoty) i druku publikacji. Jeśli chodzi o nowe maszyny KBA, 70 procent z nich umożliwi zadruk opakowań. Dzięki temu przedsiębiorstwo wpisuje się w pełni w obecnie panujący trend, który widoczny będzie również na drupie. Fakt ten bynajmniej nie zaskakuje, ponieważ rynek opakowań rozwija się, a to czyni go atrakcyjnym.

Ogólnosiwiatowy rozwój rynku opakowań

Nieopakowane produkty spożywcze szybko się psują. Wg szacunków, corocznie 1,3 mld ton jedzenia ląduje w śmietniku, ponieważ uległy one zepsuciu w drodze z pola do sklepu lub już w sklepie, zanim zostały sprzedane. W zależności od regionu 20-40 proc. artykułów żywnościowych trafia do kosza z powodu braku odpowiedniego opakowania. »Konserwowanie« produktów poprzez pakowanie w kartony powlekane folią, folie z tworzyw sztucznych, puszki czy butelki może w znaczący sposób pomóc w walce z głodem na świecie i zachorowaniami z powodu braku higieny. Również towary które się nie psują, dzięki opakowaniom są lepiej chronione przed uszkodzeniami, których powstawanie wiąże się z obniżeniem wartości produktu

bądź wręcz z jego nieprzydatnością do spożycia i sprzedania. Także o tym, często pomijanym aspekcie warto pomyśleć, gdy mowa jest o ochronie surowców. Oprócz tej całkiem pierwotnej funkcji opakowania, może ono oczywiście zaoferować o wiele więcej - na przykład powierzchnię służącą do komunikacji. Z opakowań można czerpać wiele ważnych informacji, przykładowo na temat leków. Logistycy z zadrukowanych kartonów odczytują informacje o ich zawartości. Nie można również nie wspomnieć, że dla producentów, opakowania stanowią ważny element marketingu. Dzięki kodom QR informacje te można umieścić na pudełku w sposób multimedialny, co zdecydowanie pozytywnie wpływa na odbiór produktu, podkreślając jego jakość. Design opakowania kreuje obraz marki wśród konsumentów. Jeśli