

Labelexpo Europe 2009

Fedezd fel világ legnagyobb nemzetközi címkegyártási szakkiallításon a válságból kilábalás, és a növekedés új lehetőségeit!

A világ nyomtatott és elektronikus médiái tavaly őszi óta szinte kizárólag a világválság okaival és annak negatív gazdasági következményeivel vannak elfoglalva. A globális reakció többnyire negatív: a jövőre nem gondoló többség a fogyasztás, a hirdetések, reklámok, a fejlesztések, befektetések visszafogásával, létszámleépítésekkel, az új beruházások halasztásával, a szakmai világkiállítások látogatására fordítandó költségek megtakarításával reagál az eseményekre.

Amire kevesebben, csak az előrettekintők gondolnak: a válság, egy olyan új, eddig felfedezetlen lehetséges forrása is, amelyekre érdemes odafigyelnünk! A *Labelexpo Europe 2009*. kiemelt jelentőségét éppen az adja, hogy koncentráltan tárja elénk (nem csak a címkegyártók elé!):

- a kilábalást segítő új stratégiákat,
- a költségcsökkentési, új, eddig elképzelhetetlen innovatív Hi-Tech technológiákat, anyagokat,
- a kisebb méretű, alacsonyabb üzemeltetési költség-terhű nyomtató és termékfeldolgozó berendezéseket,
- a környezetkímélő, mérsékeltebb idő- és hulladék-veszteséget okozó módszereket.
- a korszerű digitális nyomdatechnikát.
- a különböző új szoftver- és workflow-megoldásokat, a fejlettebb CIP4 menedzsment információs (MIS) rendszereket.
- a többletérték-növelő termékgyártási- és szerviz-megoldásokat,
- a páratlan befektetési módozatokat,
- a korszerű címkegyártási, konverter és alkalmazástechnikai megoldásokat.
- az egyéb innovatív teljesítmény- és versenyképesség-növelő lehetőségeket a *Nilpeter, Gallus, MPS, Mark Andy, HP Indigo, Xeicomn, Epson, EFI Jetrion, Durst, EskoArtwork*, és sok más kiállítótól, hogy csak néhányat említsünk a rangos kiállítók közül.

Beleértve a brazil, a kínai és az indiai kiállító cégeket is!

Látható: ezek mind olyan műszaki, gazdasági, piaci érvek, amelyek miatt, még a világgazdasági válságban sem engedheti meg magának senki, hogy a szakkiallításon ne vegyen részt és miatta ne utazzassa a brüsszeli Labelexpo-ra a jövőt megalapozó szakértő munkatársait.

Ez most egy olyan *átmeneti korszak*, amelyben, - a túlélés érdekében- fokozni kell a tevékenység-intenzitást, amikor fejlesztéssel, reklámmal kell megalapozni azt az időszakot, amikor vége lesz a válságnak!

Tehát, találkozzunk a Labelexpo Europe 2009 szakkiallításon!

2009. július 3.