

# drupa 2008 – A nyomda- és a papírfeldolgozó technológia fejlődési irányzatai

**Dorothee Olivier**

## ***Nyomtassa ki a hirdetését, és hívja fel magára a figyelmet!***

A gépek vásárlói közül sokan a reklámpiacon dolgoznak, és nap mint nap gyártanak magazínokat, újságokat, posztereket, reklámprospektusokat és reklámmelléleteket. A nyomtatás stabil részesedéssel rendelkezik a reklámpiacon. Az elektronikus médiával folytatott versenyben, valamint a példányszámok csökkenésével a stratégia és a technológia módosítása, valamint nagyobb fokú rugalmasság szükséges.

Az elektronikus média ez idáig még nem jelentett komoly fenyegetést a nyomdaiparra, sőt gyakorta még szárnyakat is adott a fejlődésnek – még az olyan internetes vállalatok, mint az eBay is fontosnak tekinti a nyomtatott reklámot. Tanulmányok igazolták, hogy a hirdetés a televízió, az online megjelenés, a kültéri reklám és a nyomdai termékek médiamixével éri el a legnagyobb eredményt. A költségkeret legnagyobb részét az eredményes kampányoknál a nyomtatott médiára fordítják.

A nyomtatott reklám előnyei kézenfekvőek: ez a hirdetés szállítható, kedvező költségű, egyszerűen használható, és a magas nyomdai minőséggel, valamint az utómunkával képes átadni a hirdetett termék minőségi színvonalát. A márkás termékek vezető gyártói ezért több pénzt fektetnek a nyomtatott reklámba.

A reklámpiacon új termékek is megjelentek, további piaci lehetőségeket kínálva. A vevők kötődésének erősítésére vonzó lehetőség a vállalati kiadványok területe. A vállalati folyóiratok és üzleti jelentések mellett az úgynevezett vállalati könyvek azok, amelyek a reklámüzenet mellett a termékekre vonatkozó fontos tudnivalókat, a vállalat filozófiáját és az ágazatot közelebbről bemutatja, sőt gyakran megvilágítja a környezetvédelmi szempontokat, az életstílust, valamint ismeretekkel szolgál különböző területeken.

## ***A csomagolás jövője***

A csomagolóipar egy folyamatos innovációval gerjesztett növekedő piacot jelent. A csomagolásnak főként a luxustermékeknel és a márkás áruknál vannak jó kilátásai, hiszen a vevők magas elvárásokat támasztanak a csomagolásokkal szemben. A megfelelő utómunkákkal járulékos előnyöket lehet teremteni: erre többek között rendhagyó színeket, arany- és ezüstszíneket, fényes és fémhatású lakkokat, valamint különböző technológiákat, például vaknyomást vagy fólianyomást alkalmaznak. Különleges matt és fényes ellentétpárokat lehet elérni a kettős lakkbevonattal.

A megfelelő berendezésekkel a lakkozás biztonságosabban alkalmazható, és a cseremodulokkal gyorsabban átállítható.

Azáltal, hogy egyes utómunkákat közvetlenül a nyomdagépekben valósítanak meg, a nyomtatáson belüli fóliakasírozással és a nyomtatáson belüli nyomóvágással időt és költséget lehet megtakarítani. A megfelelő műszaki megoldás beszerzése lehetőséget nyújt arra, hogy a magasabb szintű utómunkákkal kitűnjenek a versenytársak közül, valamint hogy új megbízókat nyerjenek meg.

## ***Védje meg a márkáját, ruházza fel egy ujjenyomattal!***

A csomagolásokkal kapcsolatban a márkavédelemnek egyre fontosabb szerepe van. Az RFID rádiófrekvenciás azonosítás mellett nyomtatási technológiák és nyomdai utómunkák is lehetőséget kínálnak a hamisítás elleni védelem területén.

A termékhamisítás és a márkák kalózmásolása főként a minőségi és márkavédett termékeknel okoz említésre méltó veszteséget. Manapság szinte minden sikeres terméket – gyógyszer, játékot, pótalkatrészt, szoftvert, szórakoztató elektronikai cikket, kozmetikumot, textíliát – má-

solnak. Becslések szerint a hamisított termékekkel évente mintegy 300 milliárd eurónyi veszteséget okoznak. Az anyagi veszteség mellett figyelembe kell venni a gyártók hírnevén eső csorbát is, mivel a hamisított termékek a legtöbb esetben nem ugyanolyan minőségűek, mint az eredetiek. Kritikus a helyzet a hamisított gyógyszereknél, mert ezek hatástalanok lehetnek vagy akár veszélyes anyagokat is tartalmazhatnak, ami világszerte már több ezer áldozatot követelt. Ebből adódóan a csomagolásokat a legkülönbözőbb látható és láthatatlan biztonsági védjeggyel ruházzák fel annak érdekében, hogy a hamisítványokat meg lehessen különböztetni az eredetitől.

### **Válasszon eredeti berendezéseket, válasszon eredeti pótalkatrészeket!**

Ami a fogyasztási cikkekre igaz, ugyanígy érvényes a beruházási javakra is: a gépekre, a berendezésekre és a készülékekre. A gépgyártás ugyanis szintén egyre inkább szembesül a világpiacon az utángyártott gépekkel és a hamisított pótalkatrészekkel. Ez nem csupán a szabadalmak megsértését és az eredeti alkatrész gyártóinak okozott anyagi kárt jelenti, ugyanis az utángyártott gépek és alkatrészek jelentős biztonsági kockázatot jelentenek, és személyi sérülést vagy biztosítási problémákat okozhatnak.

Kizárólag az eredeti gépek és alkatrészek kí-

#### **Tények a papírról 2007**

##### **Németország: papír- és papírostipar**

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>06 : 05</b>
Népesség (millió fő)	82,4	82,3	-0
Nominális GDP (milliárd €)	2.241,0	2.302,7	+3
<b>Külkereskedelem (millió €)</b>			
Kivitel összesen	912 270	1 034 310	+13
Behozatal összesen	796 260	920 200	+16
Külkereskedelmi többlet (+) vagy hiány (-)	116 010	114 110	-2
<b>Árbevétel (millió €)</b>			
Ipar összesen	1 488 647	1 585 703	+7
Papír- és papírostipar	12 966	14 000	
<b>Dolgozói állomány (ezer fő)</b>			
Ipar összesen	5928	5895	-1
Papír- és papírostipar	45,9	45,5	
<b>Termelői árindex (2000 = 100)</b>			
Ipar összesen	110,7	116,8	
Papír- és papírostipar	94,0	94,8	
Papír- és kartonfeldolgozó ipar	103,4	105,2	
Nyomdaipar és könyvkiadás	97,0	96,6	
Papír és karton	94,5	95,3	
Újságpapír	96,9	103,4	
Egyéb grafikai papír	95,0	95,4	
Kraft papír/csomagolópapír	87,0	88,2	
Füzetek	82,8	89,4	
<b>Termelői index (2000 = 100)</b>			
Ipar összesen	104,1	109,4	
Papír- és papírostipar	113,4	116,2	

nálják a nagyfokú biztonságot, a magas termelékenységet, megbízhatóságot és hosszú élettartamot, és a végeredmény minősége is függ a gép színvonalától. A beruházásokról hozott döntéseknél javasolt annak a beható ellenőrzése is, hogy eredeti vagy hamisított eszközről van szó. A német gépgyártók a VDMA szakmai szövetségükkel karöltve hívták életre a *Choose the Original, Choose Success!* kampányt, amellyel az eredeti termékek előnyeit hirdetik.

A drupa szakvásár a megfelelő fórum arra, hogy átfogóan információkat gyűjtsenek a beruházási döntéseikhez. A német gyártók megoldásokat kínálnak, és igazi partnerek: a megrendelőikkel közösen fejlesztik az új koncepciókat és alkalmazásokat, hogy még jobban teljesítsék a piaci követelményeket. A gépek folyamatos finomítása, a termelékenység és a felhasználóbarát kialakítás javítása, valamint a kiterjedt szervizhálózat működtetése magától értetődő.

## Az Altor felvásárolta a Papyrus csoportot

Március 6-án az Altor aláírta a Stora Enso-val kötött megállapodást, amelynek értelmében felvásárolja a Papyrus csoportot. Az új tulajdonosok célja a vállalat növekedésének elősegítése a következő években, és az, hogy európai piacvezetővé váljon papírok és csomagolóanyagok területén.

Március 6-án, csütörtökön az Altor bejelentette a Stora Enso kizárólagos tulajdonában lévő Papyrus csoport felvásárlását. Az Altor támogatásával a Papyrus további felvásárlásokra lesz képes mind a meglévő, mind pedig a jövőbeli piacokon, mind pedig új termékterületeken. A vállalatot továbbra is a Mölndalban lévő központi irodából a meglévő vezetés fogja irányítani.

„Biztos vagyok abban, hogy a Papyrus az új tulajdonosokkal együtt tovább tud haladni azon az úton, amelynek révén Európa vezető szolgáltató vállalatává válik a papír- és csomagolóanyagok piacán. A Papyrusnak minden adottsága megvan ahhoz, hogy a vevők széles körének értéknövelő szolgáltatásokat nyújtson. A vezetői csapat várja, hogy az Altorral és a Papyrus egész szervezetével együtt dolgozhasson annak a célnak az érdekében, amely az akvizíciókon alapuló terjeszkedés és az organikus növekedés révén valósul meg” – nyilatkozta Mats Nordlander, a Papyrus elnöke.

„Vevői és partnerei körében a Papyrus kitűnő reputációval rendelkezik, valamint gyakorlott vezetői csapattal bír. A Papyrus vezetése és az Altor közötti partneri viszony az elmúlt hét hónap alatt jött létre, és egy gyümölcsöző együttműködésre számítnak. Együttes célunk az, hogy létrehozzuk Európa vezető és leginkább vevőorientált nagykereskedőjét. Ebből a Papyrus vevői, alkalmazottai és a stratégiai szállítói is profitálhatnak majd” – nyilatkozta Claes Ekström, az Altor Equity Partners AB társtulajdonosa.

A tranzakció a szokásos jogi eljárás befejezésével fog lezárulni.

### További információkért felelős kapcsolattartó:

♦ Mats Nordlander, President of Papyrus  
Tel.: +46 703 370890

Az Altor alapok magántulajdonban lévő befektetési alapok, amelyek magukba foglalják az Altor 2003 alapot, 650 millió EUR tőkével és az Altor II alapot 1150 millió EUR tőkével. Az Altor az Altor Equity Partners vezeti. Az Altor közepes méretű vállalatokba fektet be a skandináv régióban, elsősorban a növekedési kezdeményezések által létrejövő értékteremtésre, a stratégiai fejlesztésekre és a működési hatékonyság javítására fókuszálva. Az Altor befektetései között szerepelnek a következő cégek: Lindorff, AGR Group (az oslói tőzsdén jegyzett cég), Relacom, Ferrosan, Meyn, Aalborg Industries, PaloDEX, Navico, Byggmax, Nimbus Boats, SPT Group, PIAB, Dustin, Helly Hansen, Euro Cater, Vatus, Northstar, Wrist, Q-matic and Constructor (Aker Material Handling). További információkért látogassa meg a [www.altor.com](http://www.altor.com) honlapot.

A Papyrus egyike Európa vezető papír-nagykereskedőinek, 2007. évi nettó árbevétele 2006 millió EUR volt. A Papyrus jelenleg 22 európai országban van jelen 3100 alkalmazottal. Központja Mölndalban, Svédországban van.

A Papyrus saját márkanevén kívül a Schneidersöhne, Sihl+Eika, Scaldia és Classen-Papier márkanevek alatt is jelen van. Bár a Papyrus különböző nevek alatt működik, egyöntetű elkötelezettséggel rendelkezik abból a célból, hogy minőségi termékeket, magas szolgáltatási szintet és kitűnő logisztikai szolgáltatásokat kínáljon vevőinek.