

# M-real vevőtálálkozó

GALYATETŐ, 2006. SZEPTEMBER 6.

**Az M-real vevőtálálkozó az idén Galyatetőn került megrendezésre, melyen a cég tízéves magyarországi fennállását ünnepelte.**

Több mint 180 résztvevő jött el, a szakma jeles képviselői, akiket *Risto Rytkönen*, az M-real Kft. vezérigazgatója köszöntött.



*Risto Rytkönen, az M-real Kft. vezérigazgatója*

A szakmai részt *Gerely Gábor*, az M-real irodai papírjainak kereskedelmi vezetője kezdte, az irodai papírokkal kapcsolatos újdonságokról beszélt. Prezentációja során érzékeltette, hogy a papírmentes iroda egyelőre csupán mítosz, megvalósulása meglehetősen távolinak tűnik. A gyakorlat és a statisztikák szerint ugyanis a számítógépet használók számának gyarapodásával párhuzamosan egyre nő az irodai másolópapír fogyasztása. A szükségletek kielégítésében élen járó M-real irodai kommunikációs üzletágának gyáregységei az elmúlt évben 1,2 millió tonna mázolatlan, fénymásoló, boríték-, csekk- és tekerces irodai papírt gyártottak.

A könnyebb vizuális megkülönböztetés érdekében a mindennapos felhasználásra szánt Data Copy sárga, a különleges minőségű papír kék színű csomagolásban kerül forgalomba, a doboz megújulása a praktikumot is szolgálja.

Következő előadóként *Bettina Fuchs*, a Csoma-



*Ilka Grabener, az M-real Deutschland GmbH marketingigazgatója*

goló Üzletág marketingvezetője az M-real *Kemi* papírgyár mázolt hullámkartonlemez-gyártó gépe mázolóegységének felújításáról számolt be. A felújítás a lapképző szakasznál a nyomtathatóságot is javította. Ez a technikai-technológiai megoldás 6,5 millió euróba került. A simpelei gyárban – hatvanmillió eurós beruházással – a papírgépen meghosszabbították a szitaszakaszt, továbbá felújították az enyvező- és mázolószakaszt, miáltal javult az itt készülő kartonok minősége, s egyben a volumenitásuk, valamint a papír merevsége is kedvezően változott, a hatékonyabb csomagolási megoldásokat támogatva. A gyár





termelőkapacitása háromszorosára emelkedett, amellyel a hajlított kartont gyártó cégek piacán ezáltal még jelentősebben pozícionálhat. Az M-real termékei mellett szó esett az innovációs részleg új márkavédelmi technológiáiról, az elektronikus jeladók elhelyezéséről, a több színben fluoreszkáló anyagokról, a lakkrétegben elhelyezett fém-



fóliamentes hologramról, a különböző márkavédelmi szolgáltatásokról, a kiszállítási, logisztikai csatornák bővüléséről, a műszaki információk világhálón történő elérhetőségéről, a vevőkkel való rendszeres konzultációk módjairól.

Az M-real kutatói-fejlesztői közel nyolc éve a Helsinki Egyetem szakembereivel közösen vizsgálják a papírnak és a csomagolásnak az adott márkára kifejtett hatását. Véleményük szerint, fel kell kelteni a fogyasztó figyelmét a termék iránt, a figyelmet meg kell tartani, és ezt a márképítést a jól tervezett csomagolás segíti; a grafikai tervnek tehát idomulnia kell az adott márkához, termékhez, és a kivitelezésnek, az esztétikai összhangnak hatnia kell a fogyasztóra.

*Ilka Grabener*, az M-real Deutschland GmbH marketingigazgatója előadásában a kiadói papírokról beszélt. Az M-real álláspontja szerint, a helyesen kiválasztott papírnak az adott termék tartalmához kell igazodnia, hiszen az olvasó érzelmeire a tartalom mellett a magazinok papírjának



fehérsége, volumenitása, négyzetmétertömege és fényessége is jelentékeny hatást gyakorol. Az M-real ezért testre szabott elemzéseket szervez a színkezelésről, de munkatársai a megtervezett termék makettjének elkészítéséhez is adnak tanácsot. Segítséget nyújtanak ahhoz, hogy egy adott termékhez a leginkább illő papírt lehessen kiválasztani: a cég magazin-adatbázisából az ügyfelek azt is megtudhatják, hogy melyek készültek például *Galerie* papírra.

Az előadó rámutatott arra, hogy a különböző tanulmányok kidolgozásához a Helsinki Egyetemmel közösen végzett kutatások eredményei kitűnő támpontot nyújtanak. Az együttesen végzett munkát az immáron hetven éve megjelenő SEURA című családi hetilap példájával illusztrálta: e magazin új arculatát – amelyet a korábbiaknál sokkal tetszetősebb és más négyzetmétertömegű papírral, valamint a belső oldalakon és a borítókön alkalmazott optimális tipográfiai arányok meghatározásával alkottak meg – csapatmunkában alakították ki. Az olvasókra a lap fizikai és vizuális megjelenésének újdonsága kedvező benyomást tett, amelyet az is ékeken bizonyít, hogy az említett változtatások után emelkedett az eladott példányszám.

*Tehát a papír maradandóan hat, és alkotó jellege befolyással bír.*

*„Make it real!” – Valósítsuk meg együtt!*

M-REAL