

# Hajlékonyfalú csomagolóanyag gyártás HP Indigóval

3-PRINT HUNGARY KFT. – HP INC. MAGYARORSZÁG KFT.

A címkenyomtatási piacon bekövetkezett egyértelmű digitalizálódási átalakuláshoz hasonlóan ma már az olyan – klasszikusan hagyományos technológiákra épülő – területeken is elindult az átalakulás, mint amilyen a flexibilis csomagolóanyag gyártás. Nincs ebben semmi meglepő. A környezetünket meghatározó digitalizálódás, a márkatulajdonosok igényei, az ellátási lánc folyamatok, a társadalmi átalakulások és a fogyasztói szokások változása erre a piaci szegmensre is hatnak. A hosszú átfutási időket, a nagy minimális rendelési mennyiségeket és a technológiai megkötéseket a piac egyre kevésbé tolerálja, és előtérbe került a megrendelők igény szerinti kiszolgálása, azaz „amire-amikor-ahogyan” szükség van szemlélet.

Számos cikk és tanulmány foglalkozott részletesen a nyomdaiparra is hatást gyakorló piaci változásokkal. A téma kifejezetten izgalmas, a változás egyértelmű. A környezetünket meghatározó folyamatok eredményeként a ma sikeres globális vállalatokat példaként jellemzi, hogy a legnagyobb szállásadó nem rendelkezik saját ingatlanlával; a legnagyobb taxitársaságnak nincs egyetlen saját autója sem; míg a legsikeresebb kereskedésnek egyáltalán nincs raktárkészlete. Ami közös bennük: „amire-amikor-ahogyan” szükség van szolgáltatást nyújtanak.

Ez a szemlélet, ez a szolgáltatási forma indokolja a digitális nyomtatás térnyerését a hajlékonyfalú csomagolóanyagok piacán is, sokszor mint kiegészítő nyomógép, de több esetben tisztán digitális technológiára épülő vállalkozások formájában.

## PIACI ÁTALAKULÁS SZÁMOKBAN

Emlékezzünk a címkepiac átalakulására: az elmúlt tíz évben az átlagos nyomtatási hossz közel 70%-kal csökkent, és jelenleg már 1000 m alatti, míg a megrendelések közel 40%-a többféle termékverzióban készül (eltérő ízek, illatok stb.). A digitális nyomógépek térnyerése tehát egyértelműen indokolható. (Forrás: LPC/AWA/HP kutatások.)

Mit láthatunk a hajlékonyfalú csomagolóanyagok esetén, amelyek a globális csomagolóanyagpiac 25%-át teszik ki jelenleg? Ez a szegmens egy egyértelműen növekvő terület, mondhatjuk azt, hogy a csomagolási piac új, feltörekvő csillaga, hiszen 2017 óta évi 4,7% növekedést produkál (kizárólag fogyasztói piacon, ipari terület nélkül), és 2022-re egy globálisan 130 Mrd USD értékű piacot reprezentál. (Forrás: Pira – The future of flexible packaging to 2022.)

A hajlékonyfalú csomagolóanyagok jelenleg meghatározóan analóg nyomtatási eljárásokkal





készülnek, a piacot óriási vállalatok uralják, nagy a nyomás az árakon és nagyok a példányszámok. Ugyanakkor, mint a fentiekben is utaltunk rá, a trendek és az igények máris változnak. Határozott igény jelent meg a megrendelők részéről a megszemélyesített, limitált kiadású és eltérő termékverziójú fogyasztási termékekre, miközben a termékéletrajz, a rendelési tételek és az átfutási idők folyamatosan csökkennek – mindezek természetesen hatnak magára a csomagolásra, és ugyanígy hatnak a nyomtatási technológiára is.

Érdekes adalék, hogy maga a „megszemélyesített” kifejezés elcsépelet gépkereskedői fogásnak tűnhet, mely igénnyel a gyártók nem igazán találkoznak. Mégis, a kutatások szerint a megrendelők 36%-a szívesen vásárolna megszemélyesített terméket, és 20%-uk hajlandó lenne magasabb árat is fizetni a megszemélyesítésért, valamint 22%-uk szívesen megosztaná a meg-

személyesített termék élményét a közösségi médiában, ezzel is építve, erősítve az adott márkát. A megszemélyesített termékek várható piaci mérete 2021-re 31 Mrd USD, ami 55%-os növekedést jelent 2016-hoz viszonyítva. (Forrás: Deloitte Customer Review.)

## MEGHATÁROZÓ TRENDKÉK ÉS KIHÍVÁSOK

A változás motorja alapvetően az alábbi trendeknek köszönhető a hajlékonyfalú csomagolóanyagok esetén.

A termékverziók száma nő. Ezt a társadalmi átalakulások, a családok méretének csökkenése befolyásolja az Y-generáció praktikus, személyre szabott igényei és kényelmet választó döntése mellett.

Az egyszeri fogyasztási vagy elviteles termékek egyre népszerűbbek, ezen a területen a gyártók a



hagyományos vagy családi kiserelésekkel szemben akár három-négyszeres egységáron tudják termékeiket értékesíteni.

A termékéletciklus drasztikusan csökken. Összehasonlítva, a nyolcvanas években egy termék életciklusa 2,25 év volt. A kilencvenes évekre ez 1,67 évre csökkent, míg a 2000-es években már csupán 1,08 év, napjainkat pedig 0,62 év jellemzi a teljes termékéletciklust vizsgálva.

A fenntarthatóság szerepe egyre meghatározóbb. A globális környezeti változások mellett nem meglepő, hogy az óceánokon úszó szemétdombok helyett az egyre tudatosabb vásárlók az újonnan megjelenő 100%-ban komposztálható vagy újrahasznosítható termékcsomagolásokat választják.

A hagyományos termékcsomagolások flexibilis csomagolássá alakulnak. Ez az átalakulás is számos hatásnak köszönhető, szerepet játszik benne a környezettudatosság, a szállítási költségek csökkentése az óriási verseny hatására, de a praktikum és az esztétikum is komoly befolyásoló hatással bír. Ennek köszönhetően olyan klasszikus flakonos csomagolások, mint pl. mustárok, szószok is hajlékonyfalú, visszazárható kupakos tasakokba kerülnek, de a konzervek tartalma is egyre több esetben kap különböző szendvicskonstrukciós csomagolást (levesek, halak stb.).

Ez a megváltozott környezet, az új megrendelői igények természetesen átalakulásra készítetik a beszállítókat, és komoly kihívás elé állítják a hajlékonyfalú csomagolóanyag gyártókat is. Az összetettebb tervezési és kivitelezési feladatok mellett kisebb példányszámú munkákat kell növekvő megrendelésállomány mellett kezelniük a napi gyártásban. Ezekhez pedig csökkenő átfutási idők és magasabb minőségi elvárások is társulnak a megnövekedett logisztikai feladatokon túl.

A flexibilis csomagolóanyag gyártás és nyomtatás értékteremtését, a szolgáltatás szemléletét tehát újra kell pozícionálni, és a kihívásból lehetőséget kovácsolni. Olyan csomagolóanyagot nyomtatni, „amire” szükség van, akkor „amikor” erre szükség van, és mindezt úgy „ahogyan” arra szükség van.

## HP INDIGO MEGOLDÁSOK

A HP Indigo a HP Indigo 20000 nyomógépével a fentiekben bemutatott piaci átalakulásra és kihívásokra válaszolt, és mutatott alternatívát, adott új jövőképet és új üzleti lehetőséget a hajlékonyfalú csomagolóanyagot gyártó cégeknek. A berendezés a 2014-es Interpack óta erős piaci elfogadottságot tudhat magáénak, hiszen az eltelt időszakban a HP Indigo több mint 160 darab ilyen nyomógépet értékesített 40 különböző országban. Ezekből több mint 120 darab nyomógép hajlékonyfalú csomagolóanyagot gyárt.

Az azóta több fontos fejlesztést is megélt nyomógép 762 mm-es pályaszélességével és 746 × 1120 mm-es (hossz- és keresztirányban is változtatható) nyomtatási méretével ideális választás az új típusú hajlékonyfalú termékcsomagolások előállítására is, de természetesen keskenyebb, 330 mm pályaszélességű gépek is elérhetők a kínálatban. A szegmensre jellemző elvárásokat a nyomógép mind teljesíti, hiszen a prémium minőséget a hétszínű HP ElectroInk technológiájával és ofset nyomóműre emlékeztető felépítésével kompromisszumok nélkül biztosítja. Nem jelent problémát a 10–250 mikrométeres alapanyagok nyomtatása, sőt a csomagolóanyag-iparra jellemző direktszínek gyártása (akár szimulációval, akár valós direktszínekkel), vagy az igazán tipikus fehér szín nyomtatása sem (eltérő opacitású festékekkel, színsorrendben vagy speciális shrink-sleeve fehérrel). A berendezésben alkalmazott festékek megfelelnek a legszigorúbb élelmiszer-biztonsági előírásoknak is, és nem jelent problémát a festékréteg laminálása a hagyomá-

nyos eljárásokkal sem. Ugyanakkor a HP Indigo és a Karlville közös fejlesztéseként piacra dobott Pack Ready thermo-laminálási technológia szintén óriási előny, hiszen a ragasztómentes eljárás néhány órás átfutást biztosít a teljes gyártás számára, mivel a festékréteg azonnal laminálható és nincs száradási idő a lamináláskor sem.

## IDEÁLIS CÉGPROFIL ÉS KULCS A SIKERHEZ

Alapvetően három jellemző cégprofil különböztethető meg az „ideális” helyzetben lévő ügyfelek között, akik sikeresek tudnak lenni digitális nyomtatási fejlesztésükkel a hajlékonyfalú csomagolási területen. A jelenleg is hajlékonyfalú csomagolást gyártó cégek számára a hatékonyság növelése és a költséghatékonyabb működés, a rövidebb átfutási idők és a piacon való megkülönböztetés (új igények kiszolgálása) a kulcsszó. A címkenyomtatással foglalkozó vállalatok számára a már ismert digitális technológia és ennek ügyfélköre, a szélesebb pályán történő címkenyomtatás, illetve az új piacokra lépés ad lehetőséget. Az új piaci belépők számára pedig egy tisztán digitális üzem felépítése az új szemlélettel, online

ügymenettel, egyszerűsített gyártási háttérrel, kis beruházással nyit utat a nagy profit felé.

A HP Indigóval már sikeres, meglévő ügyfeleket tanulmányozva láthatjuk, a közös halmaz bennük az, hogy tasakot gyártanak, kis és közepes márkákat céloznak meg, a gyors piacra kerülést biztosítják ügyfeleiknek, a digitális nyomtatást elkülönítik hagyományos üzletágaiktól, munkafolyamataik optimalizáltak, külön értékesítőket alkalmaznak ezen a területen, és fő piacuknak a száraz élelmiszert, kávé, snacket, süteményeket és gyógykészítményeket tartják. Ezek az ügyfelek az „amire-amikor-ahogyan” szemlélettel többszörös eladási árat tudnak érvényesíteni a tömegtermékekhez viszonyítva, és természetesen az árréstartalom is lényegesen magasabb a megszokottnál.

Tartozzon bármelyik csoportba is az Ön cége, egyszerű modellezéssel és átlátható üzleti konstrukciókat kínálva segítünk megtervezni digitális beruházását a hajlékonyfalú csomagolóanyag gyártás vagy címkenyomtatás területén. Keresse bizalommal a 3-Print Hungary Kft. értékesítő kollégáit!

