

Etykietowe TGV

IV Kongres Etykiety Samoprzylepne 2024



Frekwencja na tegorocznym Kongresie Etykiety Samoprzylepne przekroczyła nasze oczekiwania – w Folwarku Łochów w dniach 15 i 16 kwietnia gościliśmy niemal 300 osób. W ramach XIX Konferencji „Etykiety samoprzylepne – najnowsze technologie” wysłuchaliśmy kilkunastu prezentacji, wzięliśmy udział w bardzo ciekawym panelu dyskusyjnym, ogromnym zainteresowaniem cieszyła się także seria warsztatów zorganizowana przez Avery Dennison, jak również ekspozycje firm przygotowane w ramach wystawy technologii i rozwiązań dla producentów etykiet samoprzylepnych, która towarzyszyła konferencji. Jak co roku nie zabrakło okazji do nawiązania kontaktów, wymiany poglądów i wspólnej zabawy.

Organizatorem wydarzenia w ramach Akademii Wiedzy jest Polski Drukarz sp. z o.o., wydawca miesięcznika „Świat DRUKU”, współorganizatorami tegorocznej edycji były firmy: Api Foilmakers, Avery Dennison, Beontag, BOBST, Digiprint, Digiprint PL, Epson, Excelitas Technologies, Flexcon, Heidelberg, Koenig & Bauer, PrintsPaul, Profex elektronik, SCORPIO; partnerami – firmy: BST Group, Cicero Stapro Group, Frimpeks, Laser Systems Integrators, Label Traxx, MultiSTIQ, Print Systems i tesa. Patronat branżowy nad wydarzeniem objęły: Europejskie Stowarzyszenie Branży Etykiet Samoprzylepnych FINAT, Polska Izba Druku, Polska Izba Fleksografów, Polska Izba Opakowań, Polska Izba Odzysku i Recyklingu Opakowań, Polskie Stowarzyszenie Sitodruku

i Druku Cyfrowego oraz Stowarzyszenie Polskich Producentów Etykiet Samoprzylepnych.



Obrazy Kongresu tradycyjnie rozpoczęła prezes wydawnictwa Polski Drukarz i redaktor naczelna magazynu „Świat DRUKU” – **Jolanta Ziemiak-Ronke**. Po powitaniu wszystkich uczestników zaprosiła do zwiedzania podczas przerw konferencyjnych wystawy technologicznej przygotowanej przez współorganizatorów i partnerów Kongresu oraz do rozmów z ekspertami, po czym oddała głos prelegentom.

Pierwsze wystąpienie, należące do przedstawicieli Avery Dennison, poświęcone było technologii atma.io w produkcji etykiet 4.0. **Małgorzata Zaniewska**, Country Manager, i **Hie-**



ronim Gawryszczak, Sales Manager, opowiedzieli o jednym z segmentów działalności firmy, skupiającym się na technologii RFID. Jak zaznaczyli, jest to bardzo dynamicznie rozwijający się sektor branży; RFID początkowo



było stosowane głównie w przemyśle odzieżowym, obecnie coraz częściej pojawia się w sektorach: logistycznym, spożywczym, kosmetycznym, wyrobów alkoholowych i luksusowych. Główną ideą tego rozwiązania jest połączenie fizycznej i wirtualnej sfery produkcji/produktu. W ciągu ostatnich lat wraz z rozwojem Przemysłu 4.0 także w tym obszarze nastąpiła ewolucja – powstała technologia atma.io. To cyfrowa platforma, która generuje kody QR dla przedmiotów codziennego użytku, łączy je z dowolnymi treściami, komunikuje się z tymi kodami i kompleksowo analizuje tę komunikację; producentom pozwala tworzyć, aktualizować i zarządzać przekierowaniami, a konsumentom śledzić wszelkie informacje o danym produkcie od źródła jego powstania. Takie rozwiązanie umożliwia ograniczenie objętości oraz masy opakowań i etykiet, jak również spełnia wymogi najnowszych regulacji UE nakazujących minimalizowanie opakowań i ich obieg zamknięty; pozwala też na pełną identyfikowalność produktów typu baterie do aut elektrycznych (od 2027 r. będzie obowiązywał cyfrowy paszport produktu mający potwierdzać pochodzenie wszystkich kom-





María Jaworek (pośrodku) z winnicy Jaworek dołączyła do przedstawicieli Avery Dennison podczas ich prezentacji

ponentów, wpływać na wydłużenie „życia” oraz zapewnienie odzysku i ponownego użycia) czy wina (od grudnia 2023 r. producenci wina muszą informować na etykiecie butelki o wartości energetycznej i wykazie składników produktów winiarskich). Rozwiązanie to, we współpracy z drukarnią Eticod i Avery Dennison, zdecydowała się wdrożyć winnica Jaworek. Jej współwłaścicielka **María Jaworek** zabrała głos, podkreślając kluczową zaletę cyfrowej wersji informacji na etykiecie – dzięki niej etykieta, choć spełnia wszystkie wymogi prawne, sama może pozostać elementem marketingowym; dodała też, że proces wdrożenia rozwiązania nie nastąpił trudności.



Kolejną prelewentką, **Katarzyna Kozłńska**, Country Manager Poland, API Procurement, API Foilmakers, przybliżyła słuchaczom temat wdrażania technologii API w drukarni etykiet. Tym razem zaprosiła do wspólnego wystąpienia przedstawicielkę swojego wieloletniego partnera bizne-

sowego – firmę Grafpol z Bydgoszczy. Reprezentującą rodzinną drukarnię **Paulina Łukowicz** opowiedziała o jej 40-letniej historii, parku maszynowym, planach rozwoju i specjalizacji produkcji, która w ostatnich latach skupia się na wytwarzaniu wysoko uszlachetnionych etykiet dla branży m.in. kosmetycznej, stąd ścisła kooperacja z dostawcą folii. Jak podkreśliła Katarzyna Kozłńska, strategia API Foilmakers jest osadzona właśnie na bliskiej współpracy z klientem, która opiera się zarówno na specjalistycznych szkoleniach dla pracowników wszystkich działów drukarni (handlowego, projektowego, produkcji), jak i regularnych wizytach techników w zakładzie. Wszystkie produkty są wytwarzane we własnych zakładach w Europie z wykorzystaniem w dużej części surowców dostarczanych przez lokalnych producentów, co pozwala na płynną i szybką realizację zamówień i wpisuje się w trend prośrodowiskowy. Na koniec zachęciła przedstawicieli innych drukarni, by zgłaszali pytania i wątpliwości dotyczące problemów produkcyjnych wynikających z coraz większych wymagań klientów. Jak



Katarzynie Kozłńskiej na scenie towarzyszyła Paulina Łukowicz z drukarni Grafpol

wskazała, zamówienia dotyczą coraz bardziej skomplikowanych projektów, wymagających zastosowania różnych technologii, dlatego warto sprawdzić, czy posiadana wiedza pokrywa się ze stanem faktycznym i jest uporządkowana.



Przez następne pół godziny przemawiali **Ferdinand Ruesch**, Senior VP Global Key Accounts, Gallus Ferd. Ruesch AG, Vice President of Gallus Group and Member of the Supervisory Board of Heidelberg i **Edwin Piotrowski**, Sales



Manager Narrow Web z firmy Heidelberg Polska. Na początku Edwin Piotrowski, nawiązując do wystąpienia poprzedników oraz do tytułu swojego referatu („ONE answer for all challenges in label industry”), stwierdził, że reprezentowana przez niego firma również stara się oferować jedną odpowiedź właściwą dla wszystkich wyzwań, jakie przed przedsiębiorcami dziś stawia rzeczywistość rynkowa. Wśród najważniejszych zmian Ferdinanda Ruescha wymienił: trendy demograficzne i zmiany pokoleniowe (oraz wiążącą się z nimi dostępność zasobów ludzkich), tzw. czynniki wejściowe (czyli koszty energii elektrycznej, materiałów, kapitału itp.), zrównoważony rozwój (konieczność dostosowania się do praktyk i regulacji prawnych), konsolidację branży. Mówiąc o demografii, przytoczył garść danych, zaznaczając, że ludzkość w ciągu niecałych 70 lat potroiła populację (przekroczyliśmy liczbę 8 mld), a jednocześnie pracodawcy już teraz borykają się z brakiem pracowników, w dodatku w ciągu dekady na emeryturę przejdzie najliczniejsze w historii, doświadczone pokolenie. Kolejne problemy to fakt, że w skali globalnej życie skupia się w miastach, zaś fabryki branży opakowaniowej zazwyczaj nie są w nich zlokalizowane, ponadto styl życia i priorytety młodego pokolenia nie przystają do potrzeb pracodawców. Zaangażowanie człowieka staje się wąskim gardłem w produkcji, a automatyzacja, komunikacja IoT, Przemysł 4.0 nie są już kwestią redukcji kosztów, ale koniecznością umożliwiającą przetrwanie naszej branży, dlatego trzeba znaleźć nowy sposób, by zaangażować kolejne generacje



i dostosować do zmian cały przemysł. Odpowiedzią jest budowanie inteligentnego, połączonego i działającego środowiska druku jutra, które zależy od wielu rozwiązań: najwyższego poziomu automatyzacji, łączności w chmurze, integracji Przemysłu 4.0, wszechstronności i elastyczności w projektowaniu, nowych rozwiązań cyfrowych; wszystkie te potrzeby – jak podkreślili prelegenci – uwzględniła portfolio Gallus.



Po przerwie kawowej głos zabrała reprezentująca firmę Flexcon **Dorota Witthuhn**, Key Account Manager Eastern Europe & Business Development Emerging Technologies. Referat na temat rozpoczęcia nowego rozdziału historii firmy rozpoczęła od zaprezentowania odświeżonego – po niemal 70 latach działalności – logotypu globalnego producenta powlekanych i laminowanych folii oraz klejów do wytwarzania elementów funkcjonalnych w produkowanych konstrukcjach. Nowa grafika podkreśla trwałe dążenie firmy do ewolucji z wykorzystaniem zdolno-

ści adaptacyjnych do zmieniających się warunków, a także pokazuje, że przedsiębiorstwo nieustannie dąży do doskonałości i osiągnięcia pełnego potencjału; poszczególne elementy nawiązują też do wytwarzanych materiałów w roli, wszechstronnego charakteru i różnorodności portfolio, zaś zastosowany kolor – Flexcon Blue – odzwierciedla „zaangażowanie zespołu firmy w przesuwanie granic”. Jak zaznaczyła prelegentka, rebranding to początek nowej drogi; ambicją firmy jest naukowe opracowywanie rozwiązań dla potrzeb rynkowych wielu segmentów przemysłu (największym odbiorcą produktów firmy jest branża automotive). W ofercie marki są materiały do aplikacji przemysłowych (odporne na ogień oraz chemikalia, barierowe i przewodzące, taśmy klejące i transferowe, materiały funkcjonalne i chroniące przed wibracjami), do zastosowań w ochronie zdrowia, diagnostyce i etykietowaniu wyrobów medycznych), a także do produkcji opakowań (wcześniej dostępne tylko na rynku amerykańskim, teraz także w Europie). Co istotne, firma uzyskała wszystkie wymagane certyfikaty dla

produktów mających bezpośredni i pośredni kontakt z żywnością. Na zakończenie Dorota Witthuhn zaproponowała quiz wiedzy o firmie, w którym nagrodą było prosecco, a z okazji 10. rocznicy obecności swojej firmy na konferencjach z cyklu „Etykiety samoprzylepne – najnowsze technologie” przekazała jej organizatorom upominki i podziękowania za współpracę.



Prezentacja kolejnego prelegenta, **Pawła Stolińskiego**, menedżera ds. technologii fleksograficznej, reprezentującego

firmę SCORPIO, dotyczyła sprawnego i precyzyjnego montażu form drukowych, który stanowi podstawę wydajności produkcji. Na wstępie krótko przedstawił reprezentowaną przez siebie firmę – od ponad 30 lat zajmuje się ona dystrybucją rozwiązań do druku cyfrowego, fleksograficznego, tamponowego, offsetowego oraz dla introligatorni. Jednym z segmentów portfolio są urządzenia do montażu fleksograficznych form drukowych dla sektora wąskiej wstęgi. Jak zaznaczył, uporządkowany proces ma





ogromny wpływ na wydajność pracy, a sam montaż form – zwłaszcza w realiach coraz częstszych zmian zleceń – odgrywa tu coraz większą rolę. Urządzenia tego typu oferuje firma Heaford, obecna na rynku od 40 lat. W każdym zakładzie pożądane jest usprawnienie i przyspieszenie procesu produkcji, ale przy zachowaniu jakości. Urządzenie JM Heaford FTS (zakupione przez firmę Mal-Pol i prezentowane na stoisku w strefie wystawy towarzyszącej konferencji) pozwala zamontować sześć cylindrów w zaledwie cztery minuty. Maszyna ta jest prosta w obsłudze, zapewnia precyzyjny montaż formy (przy czym dokładność w minimalnym stopniu zależy od umiejętności operatora) oraz pozwala na szybką zmianę adapterów dla innego typu cylindrów formatowych lub tulei typu sleeve (wynosi on do 40 s). Istotne opcje dostępne dla maszyny to kamery z napędem silnikowym, pre-register (wstępne pasowanie), dwa rodzaje uchwytów na rolkę taśmy, system precyzyjnego cięcia płyt. Innym, podobnym rozwiązaniem jest model JM Heaford AutoMoulder – automatyczny

system montażu, zapewniający stałą, powtarzalną dokładność i szybką pracę. Rozwiązania te odpowiadają na potrzeby rynku (krótkie serie produkcyjne, coraz wyższe wymagania jakościowe czy brak wykwalifikowanej kadry). Paweł Stoliński zaprezentował też urządzenie tej samej marki, przeznaczone do przygotowania cylindrów lub tulei (czyli do demontażu i oklejania form drukowych) – Sleeve Preparation Unit.



Alex Aarslew-Jensen, International Sales Manager, reprezentujący firmę Nilpeter, swoją prezentację zatytułowaną „Zdobądź swój Matterhorn – digital shadow” poświęcił przyszłości fleksografii. Jak zaznaczył, dzisiejsze procesy produkcyjne opierają się na danych; dostęp do nich umożliwia optymalizację pracy i zwiększenie wydajności (w zgodzie z założeniami zrównoważonego rozwoju), a co za tym idzie – pozwala na zwiększenie przychodów i osiągnięcie stabilnej pozycji biznesowej. Codzienne działania może znacząco usprawnić tech-

nologia cyfrowa. Nilpeter proponuje rozwiązanie Digital Shadow, które kompleksowo odzwierciedla sprzęt fizyczny w sferze cyfrowej; przechwytuje i pokazuje wyczerpujące dane dotyczące użytkownika, wydajności oraz wymagań dotyczących konserwacji zapobiegawczej i predykcyjnej urządzenia. Technologia ta, pozwalając na skrupulatne śledzenie danych, umożliwia m.in. diagnostykę zapobiegawczą (nadzór nad stanem części zamiennych, silników, napędów, kluczowych komponentów elektronicznych oraz części zużywalnych), dogłębne symulacje (np. potencjalnych ulepszeń procesu) i monitorowanie wydajności w czasie rzeczywistym (co pozwala m.in. na optymalizację operacji produkcyjnych czy monitorowanie zużycia energii); rozwiązanie firmy Nilpeter wspiera również szkolenie operatorów – dzięki symulacji cyfrowej obsługa może zyskać wiedzę



o poprawnym działaniu maszyny bez fizycznego urządzenia. Kolejny kwadrans należał do **Paula Arndta**, założycie-





la i właściciela firmy PrintsPaul. Wystąpienie w Łochowie było dla niego okazją do zaprezentowania stworzonej przez siebie marki przed szerokim branżowym gronem z naszego kraju. Działająca od 20 lat firma, mająca siedzibę w zachodniej części Niemiec, oferuje urządzenia do druku etykiet o szerokości wstęgi 300–900 mm, zarówno pracujące w technologii cyfrowej, jak i analogowej, jak również do konwertowania. Wszystkie urządzenia są projektowane w Niemczech przez zespół PrintsPaul, ale produkowane w Chinach, co – jak podkreślił prelegent – wcale ich nie dyskwalifikuje, bo „choć się o tym nie mówi, codziennie korzystamy z markowych przedmiotów wytwarzanych w Kraju Środka, powstaje tam także wiele maszyn poligraficznych”. Jak zaznaczył, rozwiązania oferowane przez jego firmę są dostosowywane do indywidualnych potrzeb odbiorcy (dotyczy to także języka – polski użytkownik otrzyma urządzenie z polskimi oznaczeniami i instrukcją) i pozwalają na wysoką produktywność, elastyczność oraz konkurencyjność. Oferta przedsię-

biorstwa dotyczy także wynajmu standardowych urządzeń.



Po przerwie obiadowej głos zabrała **Dana Kilárska**, Vice President, FINAT, która przedstawiła prognozy dotyczące branży etykiet. W swoim referacie oparła się na danych zebranych przez Europejskie Stowarzyszenie Branży Etykiet Samoprzylepnych FINAT, którego zadaniem jest m.in. tworzenie platformy do integracji społeczności, ale też zarządzanie projektami, reprezentacja interesów sektora etykiet przed np. unijnymi organami regulacyjnymi oraz gromadzenie i przekazywanie wiedzy. Ten ostatni filar działalności materializowany jest przede wszystkim pod postacią raportów kwartalnych, z których wyłania się realny obraz rynku i kondycji sektora etykiet. Prezentując serię wykresów wskazała, że wolumeny produkcyjne podczas pandemii notowały duże wzrosty, następnie gwałtownie spadły; ostatnie cztery kwartały pokazują, że sektor etykiet w krajach Unii boryka się z proble-

mami. W odniesieniu do prognozy ostatniego stabilnego roku – 2020 – przewidywania na rok 2024 przedstawiają się w bardziej negatywnym świetle (co istotne, raport FINAT Radar zawiera dane pokazujące ogólną tendencję dotyczącą zarówno etykiet identyfikacyjnych, jak i „zwykłych”, dekoracyjnych). Stabilne wolumeny wynikają prawdopodobnie z utrzymującej się niepewności gospodarczej, na którą nakłada się także niepewność dotycząca łańcucha dostaw i regulacji związanych ze zrównoważonym rozwojem. Jednak – jak podsumowała specjalistka – w długoterminowej perspektywie obraz sektora etykiet samoprzylepnych przedstawia się zasadniczo pozytywnie.



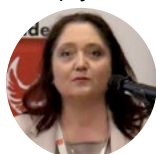
O tym, że „Przyszłość jest teraz”, czyli o kluczowych zaletach utwardzania UV LED, przekonywał audytorium **Jamie Neill**, Sales Manager – UK & Ireland, reprezentujący firmę GEW. Po krótkim wstępie, w którym przedstawił profil działalności przedsiębiorstwa, omówił podstawowe systemy UV z portfolio





producenta, przeznaczone dla wymagających aplikacji drukarskich i działające w oparciu o moduły LED chłodzone cieczą lub powietrzem. Specjalista wśród głównych zalet technologii LED UV wymienił: do 70% mniejsze zapotrzebowanie na energię elektryczną, stałą moc UV przez cały okres eksploatacji diod LED, natychmiastowe włączenie/wyłączenie (oszczędność czasu), brak rżenia, żywotność ponad 40 tys. godzin oraz brak odbłyśników lub przesłon. Omówił także parametry dotyczące zużycia energii w kontekście wymiany lamp łukowych na lampy LED (jak wskazał, modernizacja dwóch maszyn drukujących zapewnia oszczędności energii wystarczające na zasilenie kolejnego urządzenia), a następnie podkreślił, że stabilna wydajność diod LED zapewnia stałą moc UV, co przekłada się na niezawodność procesu. Na koniec przywołał opublikowany w nrze 3/2024 „Świata DRUKU” artykuł dotyczący modernizacji czterech maszyn fleksograficznych do technologii AeroLED w firmie Etyflex i zawarte w nim słowa dyrektora tej drukarni etykiet samoprzylepnych:

„Proces produkcji jest często skomplikowany, bardzo ważna jest w nim kolejność poszczególnych procesów, stąd każdy zespół drukujący musi mieć możliwość utrwalenia farby UV tradycyjnej i farby UV LED. (...) Celem jest nie tylko dostosowanie się do zmieniających się potrzeb rynku, ale też optymalizacja produkcji”.



Temat przyszłości (a dokładniej jej „tworzenia”) pojawił się również w referacie **Hanny Barcińskiej**, właścicielki Eurostick i przedstawicielki handlowej Scandstick – producenta materiałów samoprzylepnych z grupy Beontag. Ta globalna marka na rynek europejski weszła dwa lata temu; dysponuje fabrykami w 20 krajach, a sprzedaż jest prowadzona w ponad 40 krajach na całym świecie. Koncern oferuje różnorodne materiały graficzne i etykietowe, rozwiązania RFID i z zakresu Internetu Rzeczy, przez co ułatwia producentom etykiet transformację cyfrową przeprowadzaną w sposób zrównoważony. Produkty powstające

w obrębie grupy pozwalają wytwarzać nowoczesne etykiety służące rozszerzonej, prostej komunikacji między firmami i konsumentami. Niedawno grupa Beontag podzieliła się na dwie jednostki biznesowe: DTE (Digital Transformation Enabler, obejmująca produkty z grupy RFID i rozwiązania bezdotykowe jak NFC, HF, UHF) oraz GLM (Graphic & Label Materials, skupiająca się na materiałach samoprzylepnych). W dalszej części wystąpienia prelegentka przedstawiła także produkty z obszernego i zróżnicowanego portfolio koncernu, omówiła pokrótce wolumeny i stopień zaawansowania produkcji oraz zaakcentowała rozwój firmy (duże inwestycje w USA) i realizowaną przez nią strategię zrównoważonego rozwoju.



Następnie **Leszek Trzaskowski**, prezes zarządu firmy Rotary, w prezentacji zatytułowanej „Jedna maszyna, wiele technologii – gwarancja sukcesu” przybliżył słuchaczom hybrydowe rozwiązania BOBST do druku etykiet. Na wstępie





zaprezentował podstawową wersję maszyny Digital Master typu All-in-One (zawiera standardowy nawijak i odwijak, drukującą sekcję cyfrową na początku, AccuCheck do 100-procentowej inspekcji druku i kalibracji maszyny); podkreślił przy tym, że kluczową zaletą tego urządzenia jest modułowa budowa pozwalająca na dowolną konfigurację (od wersji wyłączonej cyfrowej po wyspecjalizowaną konfigurację, uwzględniającą integrację inline wszystkich modułów dostępnych w technologii flekso) oraz zapewniająca możliwość rozbudowy maszyny w późniejszym czasie. Urządzenia serii Digital Master oferują oprócz druku etykiet także uszlachetnianie i wycinanie w jednym przebiegu oraz bezproblemową integrację pomiędzy atramentowym silnikiem cyfrowym UV a modułami fleksograficznymi i wykańczającymi. Maszyny pracują z dużą prędkością i pozwalają

na zadruk w czterech lub sześciu kolorach oraz opcjonalnie w kolorze białym. Następnie prelegent przedstawił dwie drukarnie, które w ostatnim czasie zainstalowały maszynę BOBST Digital Master 340 – hiszpańską Germark oraz niderlandzką Geostick. Omawiając studia przypadku wskazał, na jaką konfigurację maszyny zdecydowały się te firmy (jedna z nich zamówiła dodatkowo zintegrowany automatyczny system turreta LEMU GTU) i podkreślił, że inwestycja w zdigitalizowaną i zautomatyzowaną linię produkcyjną pozwoliła tym firmom na znaczne zwiększenie możliwości produkcyjnych.



Cykl prezentacji pierwszego dnia konferencji przypieczętowali **Marcin Zaporowski**, HP Indigo Country Manager Poland & Baltics z firmy HP, oraz **Filip Fortuniak**, Sales Manager Labels & Flexible Packaging, reprezentujący Digiprint. Swoje wystąpienie opatrzone tytułem „Szybciej i więcej z HP Indigo” poświęcili zagadnieniom dotyczącym tej technologii, o które – jak podkreślili – najczęściej pytają klienci. Maszyny marki odznaczają się wszechstronnością – obsługują większość podłoży foliowych i papierowych w zakresie od 10 µm do 450 µm oraz oferują bardzo różnorodne aplikacje. Wysoka elastyczność maszyny jest możliwa dzięki zintegrowanej jednostce printera wodnego (ILP), która pozwala drukować na niemal każdym podłożu. Kolejne zalety urządzeń to wysoka produktywność, zwłaszcza przy realizacji niskich nakładów (szybka zmia-



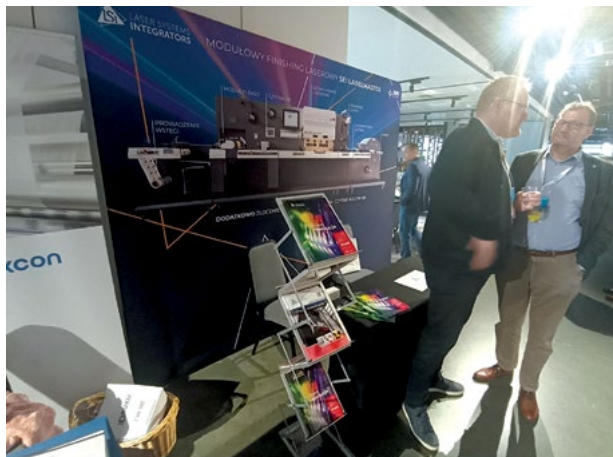
na zadań) i łatwość obsługi (operator nie musi mieć rozległej wiedzy ani długiego doświadczenia). Za zarządzanie przepływem pracy maszyny odpowiada serwer DFE (dostarczany w pakiecie; można go łatwo zintegrować z systemami automatyzującymi produkcję), rolę wspierającą pełnią też różnego rodzaju aplikacje kompatybilne z systemem oraz rozbudowany system operacyjny HP PrintOS, usprawniający codzienną pracę i pozwalający efektywnie zarządzać zasobami. W zakresie odwzorowania kolorów ważną rolę odgrywa narzędzie Spot Master (pozwala w bardzo krótkim czasie uzyskać kolory specjalne) oraz wbudowany spektrofotometr. Prelegenci podkreślili również wysoką trwałość maszyn HP Indigo oraz ich ekonomię (m.in. technologia EPM, pomijająca czarny atrament), możliwość personalizowania wydruków oraz ochrony marki (etykiety z elementami zabezpieczającymi) i zminimalizowany wpływ na środowisko.

Po wykładach przyszedł czas na rozmowy kulturalne lub odpoczynek, zaś wieczorem goście spotkali się na uroczystej kolacji integracyjnej. Zabawa przy muzyce trwała do późnych godzin nocnych, a jednym z jej atrakcyjnych punktów była fotobudka, z której wszyscy chętnie korzystali.

Drugi dzień Kongresu obszerną prezentacją o tytule „Recykling opakowań – czy to konieczność” otworzył **Konrad Nowakowski**, prezes Polskiej Izby Odzysku i Recyklingu Opakowań. Jak podkreślił specjalista, ponowne wykorzystywanie surowców, w tym recykling tworzyw sztucznych, jest jednym z priorytetowych kierunków unijnej



Drugi dzień Kongresu obszerną prezentacją o tytule „Recykling opakowań – czy to konieczność” otworzył **Konrad Nowakowski**, prezes Polskiej Izby Odzysku i Recyklingu Opakowań. Jak podkreślił specjalista, ponowne wykorzystywanie surowców, w tym recykling tworzyw sztucznych, jest jednym z priorytetowych kierunków unijnej



100% jakości dla całego procesu drukowania

Odwiedź nas:
drupa 2024, Düsseldorf, 28.5. - 7.6. 2024
Hala 3, Stoisko 101

PCI Days, Warszawa, 19.-20-6.2024
Stoisko A.08



Warsztaty pt. „Wymagania i uwarunkowania dla etykiet w gospodarce obiegu zamkniętego” prowadzone przez specjalistów z Avery Dennison Polska

polityki; dotyczy to także etykiet. Niestety producenci etykiet i opakowań borykają się z problemem chaosu prawnego i często zmienianych regulacji i definicji (zmieniono np. definicję opakowania wielomateriałowego); drugą stroną medalu jest dyskusyjna skuteczność dotychczasowych działań w zakresie rzeczywistych możliwości odzysku surowców (recyklerzy nie radzą sobie z różnorodnością etykiet na butelkach, w efekcie zbyt wiele zużytych opakowań jest spalanych lub trafia na wysypisko śmieci). Recykling dla mniejszych frakcji (odseparowanych etykiet) jest obecnie nieopłacalny, więc aby obieg zamknięty w tym obszarze spełniał wymogi ekonomii, musi dopłacić konsument. Działania UE zmierzają w kierunku ograniczenia użycia tworzyw sztucznych i zmaksymalizowania ich odzysku, jednak droga jest długa i kręta (dodatkowo przed nami wybory do Parlamentu Europejskiego i być może prace regulacyjne trzeba będzie zacząć od nowa). Pojawiają się też rozwiązania eliminujące etykietę (bezpośredni nadruk cyfrowy na butelce PET), które zmniejszają masę opakowania i ułatwiają odzysk tworzyw; powstał także projekt ustawy zakazującej stosowania etykiet samoprzylepnych; to wszystko w dłuższej perspektywie oznacza duże zagrożenie dla sektora etykiet. Aby nie dopuścić do strat, należy już teraz rozpocząć proces transformacji, którego filarem powinno być używanie odpowiednio dobranych podłoży (a także farb i klejów) do ich produkcji; to zadanie dla drukarń.

Kolejny prelegent, **Zbigniew Jemioło**, Sales Manager Esko Software and Digital Flexo Solutions, reprezentujący firmę Digiprint PL, opowiedział



o nowościach Esko dla branży etykietowej, które producent zamierza pokazać na targach drupa 2024.

Przez ostatnie osiem lat pojawiło się sporo nowych technologii i rozwiązań, pomagających w dostosowaniu się do nowych warunków. Na wystawie Esko (razem z partnerami – X-Rite, Pantone i Enfocus) pokaże moc zintegrowanych rozwiązań oprogramowania i urządzeń, które przyspieszają proces produkcji i dostarczenia produktu na rynek. Natywna platforma chmurowa dla wielu użytkowników – sCloud – zapewnia nową rzeczywistość technologiczną opartą na przetwarzaniu w chmurze, udostępnianiu danych i sztucznej inteligencji (wszystkie istniejące aplikacje Esko zostaną połączone z nową platformą, zapewniając dostęp w czasie rzeczywistym 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu, do bieżących danych i zasobów, gdziekolwiek na świecie się znajdują). Wiele zmian zostało wdrożonych w zakresie zarządzania barwą; najnowsza wersja Suite 24.03 wprowadziła możliwość proofingu spektralnego w systemie Cloud, obsługi maszyn cyfrowych z wykorzystaniem systemu w SaaS oraz wzbogaciła narzędzia Color Pre-flight czy Equinox o przetwarzanie w chmurze i weryfikację projektów w dowolnym miejscu na świecie. Aplikacje Agent komunikują się i pobierają gotowe pliki produkcyjne, informując operatora o stanie druku; gotowe pre-sety workflow optymalizujące koszty przetwarzają pliki w sposób ciągły za pomocą rozproszonego systemu w bezpiecznej chmurze Esko. Bezpieczeństwo, prostota i możliwość

Profiler Graphic



Kontrola przygotowania do druku

ProofRunner



100% kontroli (inline)

Profiler



Wydruk próbki i kontrola towarów przychodzących

Kontrola jakości druku od grafiki do wydrukowanej próbki - z jednego źródła

obsługi przez niewyspecjalizowanych operatorów są doceniane w wielu drukarniach cyfrowych, skupiających się wyłącznie na druku. Na drupie promowane będą też nowe wersje programów Esko: m.in. edytorów ArtPro+ i Deskpack, narzędzi automatyzujących przygotowanie etykiet Automation Engine i rozwiązań do akceptacji zdalnej WebCenter i Share & Approve, ale również wizualizacji opakowań ShrinkSleeve – Studio.



Kolejne wystąpienie należało do **Adama Robaka**, Sales Managera firmy Phoseon (Excelitas Technologies Brand),

który zaprezentował inteligentne systemy utwardzania UV LED, wpisujące się w założenia Przemysłu 4.0. Korporacja dysponuje globalną siecią lokalizacji projektowych i produkcyjnych w obu Amerykach, Europie i Azji, zatrudniając ponad 9 tys. osób, a jej specjalizacja to niestandardowe rozwiązania fotoniczne i kompleksowa integracja systemów OEM. Specjalista przybliżył założenia Przemysłu 4.0, który integruje ludzi oraz sterowane cyfrowo maszyny z internetem i technologiami informacyjnymi. Pożądanymi cechami produkcyjnymi są: stabilność i spójność procesu, powtarzalność, niezawodność, prosta obsługa i bezproblemowy serwis. Na te potrzeby odpowiada opracowana przez Phoseon technologia Nexus ONE, wykorzystująca opatentowane funkcje: Target CURE (kontrola otoczenia, przeregulowanie i równowaga termiczna, degradacja źródła światła w czasie) i Valid CURE (m.in. weryfikacja prawidłowego działania i emisji diod, ciągła kontrola mocy lampy, monitorowanie zmian i usterek, brak

potrzeby konserwacji i corocznej kalibracji). Jak podkreślił prelegent, jeśli czegoś nie da się zmierzyć, nie da się tym również zarządzać ani tego poprawić, a problem będzie niełatwo zdiagnozować i naprawić; Przemysł 4.0 dotyczy nie tylko technologii, ale też nowych sposobów pracy i roli ludzi w przemyśle.



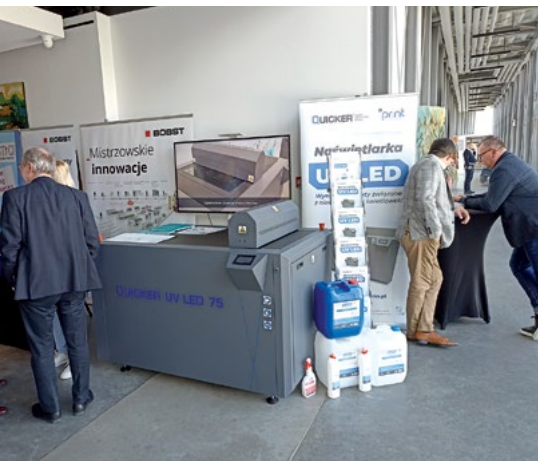
Nowe technologie i możliwości w druku cyfrowym etykiet w wystąpieniu pt. „Rozszerzony gamut czy efekty specjalne?” przybliżył gościom wydarzenia **Tomasz Kuciński**, Account Manager Supervisors – Commercial & Industrial Printing z firmy Epson Europe. Na wstępie zadał pytanie: co powoduje, że klient sięga po konkretny produkt? Oprócz marki, ceny i preferencji konsumenckich niebagatelną rolę odgrywają tu jakość opakowania oraz przyciągająca wzrok etykieta. Producenci etykiet mają duży wpływ na to, czy produkt wyróżni się na tle innych – mogą zastosować mnóstwo kombinacji uwzględniających kolory, efekty specjalne, treść, układ graficzny, kształt, rodzaj podłoża. Wiele jest także możliwości technologicznych, a wybór najlepszej metody może sprawić trudność. Jak stwierdził ekspert, właściwe odwzorowanie barw jest w druku etykiet najważniejsze, zatem trzeba umieć nimi zarządzać. Obecnie technologia znacząco to ułatwia. Jak wskazał, Epson jest największym producentem piezoelektrycznych głowic drukujących, które są stosowane zarówno w urządzeniach przemysłowych, jak i mniejszych, przeznaczonych do różnych aplikacji, w tym etykietowych. Dla tego sektora poligrafii producent proponuje rozwiązania zarówno do proofingu, jak i druku etykiet na żądanie, oraz maszyny do produkcji przemysłowej. Jeśli chodzi o urządzenia do wydruków próbnych, muszą one mieć odpowiednio szeroki gamut kolorystyczny, a potem należy je zgrać z właściwym oprogramowaniem. Producent oferuje również bardzo przydatne cyfrowe spektrofotometry. W zakresie kompaktowych rozwiązań etykietowych w jego portfolio znajdują się rozwiązania o zróżnicowanym stopniu produktywności, przeznaczone dla odbiorców o różnych potrzebach. Użytkownicy drukujący na skalę przemysłową również mogą

wybrać spośród kilku dostępnych opcji, przy czym każda jest wyposażona w zestaw wielu autorskich głowic zapewniających wysoką jakość druku. Sześć- i siedmiokolorowe modele SurePress L-4733 (CMYK + zielony + pomarańczowy lub wersja z dodatkową bielą) zapewniają wyjątkowo szeroką przestrzeń barwną i – jak podkreślił prelegent – najwyższą na rynku dokładność reprodukcji kolorów w trakcie produkcji oraz ich powtarzalność; maszyny te są wyposażone także w zintegrowany spektrofotometr automatycznie kontrolujący kolory. Seria SurePress L-6534VW pozwala drukować w kombinacjach: CMYK + biały + lakier lub CMYK + biały + pomarańczowy. Technologia cyfrowa pozwala także na druk zmiennych danych.



Część wykładową konferencji zakończyło wystąpienie **Macieja Wojtaszka**, przedstawiciela Stowarzyszenia Polskich

Producentów Etykiet Samoprzylepnych, menedżera i współwłaściciela drukarni Aniflex, zatytułowane „Na czas, na miejsce, na pewno, czy może CCC”, które skupione było na czynnikach decydujących o zakupie etykiet samoprzylepnych według członków SPPES i ich klientów. Prelegent swój wywód rozpoczął od wskazania wyzwań stojących przed branżą etykiet. Zaliczył do nich nie tylko problemy związane strictly z działalnością drukarni (m.in. problemy z dostępnością surowców i wzrostem ich cen, coraz wyższe koszty pracy, niestabilną sytuację międzynarodową, brak alternatywy dla plastiku), ale i inflację. Wskazał również na spiralę cenowo-płacową (także wojnę cenową między dyskontami) i sytuację międzynarodową; w ostatnim czasie drukarnie nie tylko były zmuszone obniżyć ceny, ale też skracać terminy realizacji i oferować darmowe wydruki próbne czy transport. Centralnym punktem wystąpienia były wyniki ankiety przeprowadzonej przez Aniflex i innych członków SPPES – klientów drukarni zapytano o czynniki, na podstawie których decydują o wyborze dostawcy usług. Według badania klienci najczęściej szukają informacji o potencjalnych dostawcach/rozwiązaniach w internecie; jako najczęstszy powód rezygnacji ze współpracy wskazano na jej niejasne



warunki; na etapie dokonywania ostatecznej decyzji największe problemy firmy widziały w braku odpowiedzi na kluczowe pytania, niedotrzymywanie terminów i nieczytelną ofertę. Jako bardzo istotny wyznacznik przy wyborze dostawcy wskazywano posiadanie certyfikatów potwierdzających systemy zarządzania jakością, środowiskiem, bezpieczeństwem i higieną pracy, jak również jakość, dotrzymywanie terminów i gwarancję dostawy. Prelegent podkreślił, że obecnie jednym z największych wyzwań w kontekście digitalizacji procesu druku jest zarządzanie różnymi typami komunikacji zarówno pomiędzy różnymi urządzeniami, jak i pomiędzy właścicielem marki, agencją, drukarniami i producentami. Podczas gdy drukarnie i producenci poświęcają dużo energii na wybór najbardziej wydajnych maszyn, często nie doceniają złożoności całego przepływu pracy i przykładają zbyt małą wagę do dopracowania tego czynnika (chodzi tu o codzienne relacje z dostawcami – powinni oni się stać „partnerami”, a nie tylko „dostawcami”).

Po serii prezentacji miał miejsce półtoragodzinny panel dyskusyjny pt. „Wyzwania dla biznesu etykietowego”, poświęcony m.in. obecnym uwarunkowaniom rynkowym i przyszłości branży wąskiej wstęgi, technologiom produkcji etykiet oraz zrównoważonemu rozwojowi. W dyskusji, którą moderowała Jolanta Ziemniak-Ronke, wzięli udział: **Małgorzata Zaniewska** (Avery Dennison), **Adam Malesa** (Mal-Pol), **Michał Pabiasz** (Flexon), **Marek Cichy** (Etyflex), **Joanna Nguyen** (Atria Polska), **Janusz Hada** (Anro Flexo), **Maciej Wojtaszek** (Aniflex) oraz goście z sali.

Wszystkie reprezentowane przez panelistów drukarnie wykorzystują technologię fleksograficzną, część również – jako uzupełnienie – technologię cyfrową. Stąd zrodziło się pytanie, czy w obecnych czasach druk cyfrowy jest koniecznością. Zdecydowana większość rozmówców stwierdziła, że ze względu na ewolucję rynku i oczekiwań klientów inwestycje w tego typu rozwiązania są nieuniknione w przyszłości. Pojawił się też wątek jakości druku cyfrowego – zaznaczono, że zdigitalizowane urządzenia oferują jakość druku coraz bardziej zbliżoną do analogowych, podkreślono też bardzo istotną rolę wykorzystywanych podłoży i współpracy z dostawcami materiałów.

Na pytanie, czego klienci oczekują w zakresie uszlachetnień, rozmówcy stwierdzili, że temat ten jest skomplikowany, a odpowiedź zależy od segmentu produktów. Jak zaznaczano, bardzo istotną rolę odgrywa ekoprojektowanie, którego rolą jest tworzenie etykiet zachęcających do kupna, ale wytwarzanych w duchu zrównoważonego rozwoju. Proces projektowy powinien kompleksowo obejmować wszystkie aspekty procesu, uwzględniając podłoża i inne materiały wykorzystywane w produkcji (ważna monomateriałowość) oraz możliwości maszyn i technologii – celem jest ułatwienie recyklingu oraz pomoc markom w prezentowaniu ich prośrodowiskowej polityki. Co istotne, z doświadczeń niektórych panelistów wynika, że klienci drukarni często z rezerwą odnoszą się do tematu takiego projektowania etykiet, by wspierały one recykling opakowań (dostosują się pod przymusem, np. prawnym), jednak drukarnie starają się śledzić nowe rozwiązania, by przygotować się na nieuchronne – jak podkreślano – zmiany.

MultiFol

Uszlachetnianie druku

TAJEMNICA USZLACHETNIEŃ

Złocenie

do formatu B1

- foliami metalicznymi
- foliami dyfrakcyjnymi.
- **Liquid Silver**
(Cold Stamping).

Lakierowanie UV

- wybiórcze
- po całości
- brokatowanie
- zdrapki
- lakier wypukły 3D
- lakiery specjalne
- **lakier holograficzny.**

Wykrawanie.

Kalandrowanie

- faktura płótna
- faktura skóry
- faktura prążków.

Foliowanie

do formatu B0

- foliowanie arkuszy z wyciętym okienkiem
- folią matową
- folią błyszczącą
- folią PET metalizowaną
- folią strukturalną.





Panel dyskusyjny. Od prawej: Jolanta Ziemiak-Ronke, Małgorzata Zaniewska, Adam Malesa, Michał Pabiasz, Marek Cichy, Joanna Nguyen, Janusz Hada, Maciej Wojtaszek

Jednym z wątków rozmowy były także trendy rzutujące na przyszłość branży. Wskazywano m.in. na znaczące rozproszenie sektora etykiet i jego nieuniknioną, jak się wydaje, konsolidację, a z drugiej strony na mocne strony małych firm, które np. są w stanie odpowiedzieć na oczekiwania klientów w obszarze różnorodności i unikalności etykiet (koncerny są skupione na dużych nakładach i standaryzacji, nie na zleceniodawcach lokalnych). Wspomniano także o rozwoju automatyzacji i sztucznej inteligencji oraz o zmianie pokoleniowej, generującej duże wyzwania dla pracodawców.

Kolejnym ważnym wydarzeniem towarzyszącym tegorocznemu Kongresowi były warsztaty pt. „Wymagania i uwarunkowania dla etykiet w gospodarce obiegu zamkniętego” poprowadzone przez specjalistów z Avery Dennison Polska: Roberta Branję, Bartosza Graczyka i Piotra Krassowskiego. Ekspertcy mówili m.in. o tym, jak w praktyce wygląda odzyskiwanie odpadów opakowaniowych w kontekście stosowanych etykiet ze szczególnym uwzględnieniem materiałów (podłoży i klejów) wykorzystywanych do ich produkcji, gdyż odpowiednio dobrane ułatwiają proces recyklingu. Te krótkie spotkania warsztatowe prowadzone w kameralnych grupach dla drukarni etykiet samoprzylepnych cieszyły się dużym zainteresowaniem.

W przerwach konferencyjnych goście wydarzenia mogli także zwiedzić strefę wystawową Kongresu i porozmawiać z przedstawicielami firm

współpracujących przy organizacji tego eventu przy stolikach partnerskich. W tym roku ekspozycja została wzbogacona pokazem pracujących maszyn. Print Systems zaprezentowało urządzenie do naświetlania płyt fotopolimerowych – **Quicker UV LED**, a SCORPIO przedstawiło rozwiązanie do montażu form dla maszyn wąskostęgowych – **Heaford FTS 700**.

Dodajmy, że tegoroczne identyfikatory dla gości Kongresu przygotował (już po raz piąty z rzędu) **Eticod**, który w tym roku połączył dwie idee. Pierwszą z nich było podkreślenie branżowego charakteru wydarzenia – motywem przewodnim były separacje barwne CMYK. Poszczególne identyfikatory wydrukowano na przezroczystej folii PET, każdy zawierał m.in. grafikę przedstawiającą czterokolorowy kwiat, który był wydrukowany tylko w jednej z czterech separacji CMYK. Efekt prezentujący grafikę w pełnej gamie kolorystycznej można było osiągnąć przez nałożenie na siebie czterech identyfikatorów wydrukowanych w C, M, Y i K. W tym celu goście musieli się dobrać w czteroosobowe grupy, co spełniało drugi cel, czyli dostarczenie impulsu do interakcji między uczestnikami wydarzenia.

Kongres tradycyjnie zwińczyło losowanie nagród ufundowanych przez organizatora, w tym zaproszenia na tegoroczną **18. Konferencję z cyklu „Akademia Zarządzania Barwą”**, której będą towarzyszyć warsztaty „Color management w praktyce”. Wydarzenie odbędzie się w dniach **26–27 listopada** w Warszawie.

Bardzo dziękujemy uczestnikom tegorocznej edycji konferencji poświęconej wąskiej wstędze za liczne przybycie do Łochowa, a współorganizatorom i partnerom za współpracę. To dla nas powód do dumy, że organizowane przez nasz zespół wydarzenie poświęcone wąskiej wstędze cieszy się Państwa niezmiernie dużym zainteresowaniem. Dziękujemy za wspaniałą atmosferę oraz liczne wyrazy sympatii i do zobaczenia w przyszłym roku!

A gdzie? Zachęcamy do śledzenia naszej strony internetowej, newslettera i profili społecznościowych, gdzie w swoim czasie będziemy publikować informacje na ten temat.

AD



Tegoroczne identyfikatory zachęcały do towarzyskiej integracji

Dziękujemy wszystkim uczestnikom Kongresu, prelegentom,
współorganizatorom



partnerom



patronom



reklama

KONFERENCJA

TEKTURA FALISTA
NAJNOWSZE TECHNOLOGIE

14-15.10.2024



WWW.TEKTURAFALISTA.AKADEMIA-WIEDZY.EU
WWW.INNOWACYJNEOPAKOWANIA.AKADEMIA-WIEDZY.EU



15-16.10.2024



KONFERENCJA

INNOWACYJNE OPAKOWANIA
PROJEKTOWANIE I PRODUKCJA
OPAKOWAŃ Z TEKTURY LITEJ