

# interpack 2011

A VÁSÁR TÖRTÉNETÉNEK EGYIK LEGSIKERESEBB RENDEZVÉNYE

**Pesti Sándor**

**A május 12–18. között megrendezett interpack az egyik legnagyobb sikerű rendezvényként vonul be a szakvásár 53 éves történetébe.**

Megerősítette, hogy a konjunktúra hosszú távon is felfelé ível – mondta el *Christian Traumann*, az interpack 2011 szakvásár elnöke, úgy is, mint egy német csomagolóanyag multi cégvezetője.

A 60 országból érkezett 2700 kiállító egyöntetűen elismeréssel szólt a kompetens látogatókkal folytatott nagyszámú, igen jó eredménnyel lezajlott tárgyalásokról. (Néhány kiállítói vélemény a cikk végén.) **Növekedett a döntéshozók aránya is. A látogatók 60%-a külföldről érkezett és a 166 000 szakmai látogató közel háromnegyede döntésekért felelős vezető volt.**

Az előző interpackhoz viszonyítva feltűnő a döntésekért felelős vezetők arányának további jelentős emelkedése. A szakmai látogatók közel háromnegyede vállalatvezető – ez az arány abszolút csúcst jelent, és eléréséhez jelentős mértékben járultak hozzá a legfelső szintű vezetők, akik még nagyobb számban érkeztek az interpackra. Az összesen 166 000 szakmai látogató 60%-a (több mint százezer fő) Németországon kívülről érkezett. A kiemelkedő nem-



zetközi jelleg miatt változatlanul az interpack maradt az iparág világviszonylatban első számú seregszemléje.

Figyelemre méltó viszont, hogy az interpack idejében a vásárterület melletti arénában tartott Eurovizíós Dalfesztivál döntő változást hozott az egyes vásárnapok látogatottságában is, mert sok szakember csak a dalfesztivál döntőjét követően, május 14-én érkezett Düsseldorfba. Nem tisztünk tanácsot adni a városvezetésnek – bár mivel nem magyar városi és vásári vezetők az érintettek, így talán meghallgatásra találnak a kívülről jött észrevételek is –, de megfontolandó lenne az ilyen, önmagukban is kiemelkedő események egyidejűségének az elkerülése. Például a péntek este már olyan terhelést jelentett a híres altstadti vendéglátó-kínálatnak, ami sokakat már riasztott.

A látogatók kitűnőnek ítélték a szakvásár kínálatát: a fenntarthatóság, a biztonság és a kényelmi termékek uralták a vásárcsarnokokat. Rendkívül jó fogadtatásra talált az interpack a kiemelt témák megválasztása és megjelenítése miatt is, mert ezekkel – a világviszonylatban is magas színvonalon bemutatott kérdésekkel – páratlan kommunikációs platformot kínált a szakembereknek.



W&H stand

## SAVE FOOD – ÁLLÍTSUK MEG AZ ÉLELMISZERPAZARLÁST!

A kiemelt témák közül több mint 300 VIP kongresszusi résztvevőt vonzott szerte a világból az élelmiszer-pocsékolás ellen nemzetközi szinten küzdő SAVE FOOD kezdeményezés ősbemutatója, amelyet a Messe Düsseldorf a FAO-val (az ENSZ Élelmezési Világszervezete) közösen rendezett.

Az élelmiszerek világszerte tapasztalható pocsékolásának problémáját más és más szempontból világitották meg a rangos előadók.

„A SAVE FOOD kezdeményezés sikere bizonyítja, hogy a Messe Düsseldorf részéről olyan összefüggésbe helyeztük a csomagolás terén szerzett nemzetközi kompetenciánkat, amely a csomagolási ágazaton kívüli területeken is hasznosul.” (Az interpack keretében bemutatott SAVE FOOD kiállítást már idén októberben bemutatják a FAO székhelyén, Rómában is, az Élelmiszer Világnapjának hetében.)

Az „Életminőség” jelmonddal rendezett **Innovationparc Packaging** innovációs bemutató öt területen, *az egészség, az értelem, az esztétikum, az egyszerűség és az identitás* „boltjában” fogta össze a teljes értékteremtési lánc vállalata-



HP digitális kínálat már mindenre

taik: itt mutatták be a különbemutatóra kifejlesztett, a kiállítói munkacsoportban kidolgozott legjobb gyakorlati megoldásokat és jövőbeli elképzeléseket. Ezzel a konstruktív párbeszédnek és a kreatív ötleteknek teret adó egyedülálló fórum jött létre.

Szintén új kiemelt témakörként jelent meg a **Metal Packaging Plaza**, ami nem nagyon



STI kínálat

titkoltan az esseni Metalexpo interpackba integrálását célozta. Az elképzelés helyességét a helyszínen tapasztaltak, a kiállítói és látogatói elégedettség igazolták. A Metal Packaging Plaza így az interpack keretében lett a fémcsomagolások központi színtere.

## MAGYAR KIÁLLÍTÓK, VILÁGBAJNOK MAGYAR CSOMAGOLÁSOK

Az interpackon most négy magyar kiállító vett részt: a HACONA Kft., a HOK-PLASTIK Kft., a Pro-Form Kft. és a TU-PLAST Kft. Mindannyian visszatérő kiállítók, akik támogatás nélkül is (az ITDH már nem, a helyébe lépő HITA kormányhivatal pedig még nem foglalkozik az exporttámogatások konkrét megoldásával, így egyelőre pályázni sem lehet!) fontosnak tartották a részvételt.



Látogatók – Flexo 2000 Kft.

Idén szintén az interpackon volt a WPO (Word Packaging Organization) nemzetközi versenyének díjátadója is. A WPO által szervezett csomagolási világbajnokságon azok a cégek vehettek részt, amelyek hazájukban megnyerték a nemzeti csomagolási versenyt. Magyarországról a CSAOSZ által szervezett HUNGAROPACK verseny legjobbjai indulhattak. Idén négy magyar csomagolás is megkapta a legmagasabb elismerést, a World STAR díjat.

## KIÁLLÍTÓI VÉLEMÉNYEK, AMIK MESSZEBBRE MUTATNAK

♦ „Az interpack egyszerűen »A« platform az újdonságok nemzetközi szintű kommunikálására. Rendkívül örvendetes volt azoknak a szakmai látogatóknak a színvonala, akikkel a standunkon tárgyalhattunk.”

♦ „Az interpack egyszerűen csodás volt, mint mindig. Még soha nem láttam ennél ütőképebb interpackot – márpedig én már 1959 óta ott voltam mindegyikén. Ez az elsőszámú seregszemle, és véleményem szerint az is marad. Az interpack a szakvásárok között a nemzetközi csomagolóipari gép gyártók »otthona«. Valamennyien ügyelünk arra, hogy mindig igazi újdonságokat tudjunk felvonultatni az interpackon – és éppen ezért ennyire vonzó a seregszemle. Jó a hangulat, a látogatók színvonala pedig kiváló.”

♦ „Az interpack kétségtelenül a csomagolóipar legfontosabb kiállítása – ahol valamennyi fontos európai, ázsiai és amerikai vállalat megjelenik. Nem engedhetjük meg magunknak, hogy itt ne állítsunk ki.”

♦ „A szakvásárt tökéletesen szervezték, mint ahogy ez mindig is lenni szokott. A szakmai látogatók színvonala, a mi benyomásunk szerint, még a korábbi években tapasztaltaknál is

sokkal jobb volt. Ezért tehát rendkívül elégedettek vagyunk. A célcsoportjainkat maradéktalanul el tudtuk érni, új kapcsolatokat építettünk, és elmélyíthettük a már meglévő kapcsolatokat.”

♦ „A látogatói visszhang még a megelőző, 2008-as szakvásárnál is sokkal nagyobb volt – pedig már az is kitűnő volt. Ezen a téren igazi növekedést tapasztaltunk. Világosan érzékeljük azt is, hogy ismét meglódul a gazdaság.”

♦ „Az interpack egyszerűen csodálatos színtere az innovatív csomagolóanyagok bemutatásának. Számos érdeklődő szakmai látogatót köszönthettünk a standunkon, és bemutathattuk nekik az új piaci irányzatokat. A bioműanyagból készült új termékek bemutatásával hirtelen egész más ügyfélkört tudunk megszólítani; a bioműanyagok végleg leküzdötték a fogyasztóhoz vezető úton mutatkozó akadályokat. Biztos vagyok abban, hogy ez hatalmas lendületet adott az egész iparágnak. Arra számítunk, hogy a gyártókapacitás a következő öt évben több mint kétszeresére nő. A bioműanyagok piaci térhódítása folytatódik – és ez hatványozottan igaz a csomagolásokra.”

♦ „Az Innovationparc Packaging résztvevőitől kivétel nélkül pozitív visszajelzést kaptunk. Az egyes kiállítási területeken rendkívül magasan képzett látogatókat fogadtunk, és teljes mértékben bevált az az elképzelés, hogy kereskedelmi környezetben mutassunk be csomagolásokat az egyes shopokban.”

♦ Az Innovationparc Packaging olyan megoldásokat állított az előtérbe, amelyek egybeváltak a látogatók érdeklődésével. A kiállítók közös projektjeiben és a márkatermékek nemzetközi gyártóival és a kereskedőkkel folytatott párbeszéd keretében a szakvásári megjelenéssel születnek meg a jövő piacait szolgáló megoldások.”



Új szereplő a magyar piacon  
– a Zalai Nyomda új tulajdonosa



A WHO pavilonból