

Arabic Inclusive

MIDDLE EAST

Printer

Middle East Print Communication Magazine

مجلة الشرق الأوسط للاتصالات المطبوعة

VOL. 25
ISSUE 194
MF-02-1824692
March-April
2024

Canon

THE POWER
TO MOVE



LEVEL UP YOUR GAME WITH

COLORADO M-SERIES

Date: May 28th to June 7th

Location: Canon booth at Hall 8A,
Messe Düsseldorf, Germany.

Scan to book a DEMO with Canon
Middle East Team at DRUPA.
Secure special benefits.



Obeikan Aims Another High
with 2nd HEIDELBERG Press



Decoding Success: A 15-Year
Canon Journey with Ayman Aly



"HP" ترسم ملامح المستقبل في
معرض "Saudi Signage 2024"



Equipped to win big

Take on the highest value jobs with the HP Latex 700 and 800 printer series



**UNFOLD
YOUR
POTENTIAL**

How can I unfold my full potential?

Challenge, change, improve. Elevate your current performance to the next level and future-proof your business with our broad range of products, services and end-to-end solutions.

→ drupa.heidelberg.com



Learn more about our solutions at drupa 2024,
from May 28 to June 7.

HEIDELBERG

CONTENTS

News

Regional

- Borouge Floats New Packaging Solutions to Fill Market Needs 4
- Gulf Biopolymers Industries Sets Up PLA Facility in KEZAD 5
- Propaper Dubai to Showcase MENA's Flourishing Paper Industry 5
- Gulf Print & Pack 2024 Draws to a Successful Close 6
- Kuwait's Al Mulla Offers Top-notch Printing & Paper Solutions 7
- Saudi Arabia's PIF Invests in MEPCO's Expansion Strategy 8
- UAQ Forms Installs New Heidelberg Speedmaster CX 104 8
- Obeikan Aims Another High with 2nd HEIDELBERG Press 9
- Vietnam's EuroPlas Opens Filler Masterbatch Plant in Egypt 10
- Paper & Tissue One Show Foresees Thumping Success 11
- Tetra Pak Head Visits Egypt, Eyes Huge Market Potential 12

International

- Drupa cube to Feature Impressive Line-up of Global Speakers 14
- Propaper Tanzania 2024 Highlights Africa's Growing Paper Market 15
- Flint Group Addresses Supply Chain Disruptions in the Red Sea 16
- Siegwerk Groundbreaking Recycling Project 16
- PRINTING United Alliance Announces G7+ 17

Interview

- The Challenge of Captivating Customers Meaningfully
- BOBST's Enhanced Service Experience in AFMETC
- Decoding Success: A 15-Year Canon Journey with Ayman Aly
- Reflections: FESPA Middle East 2024



Unraveling the Future of Textile Printing in Saudi Arabia

Drupa is the Global Nexus for Print Innovation

Events

FESPA Middle East 2024 Ends Successfully, Sets Future Course

Advertorial

HP's Bold Vision at the Saudi Signage Expo 2024

Editor's corner

From Gutenberg to Digital Disruption or Not

Technology

IML: Transforming Packaging with Advanced Technology

18

20

21

22

23

25

28

30

32

33

Editor's Note

Drupa 2024 - The Pinnacle of Print Innovation and Sustainability

As we edge closer to drupa 2024, the anticipation within the global print technologies sector reaches new heights. Directed by Sabine Geldermann, drupa stands as a beacon of innovation, sustainability, and digital transformation in the ever-evolving landscape of print technology. This year, drupa reaffirms its position as the global nexus for print innovation, showcasing world premieres, fostering international collaborations, and addressing the megatrends of sustainability and digitization.

In an exclusive interview with ME Printer, Sabine Geldermann reveals how drupa 2024 is adapting its approach to remain at the pinnacle of print technology showcases. Despite OEMs diversifying their product release cycles, drupa remains unmatched in its capacity to premiere global innovations. The event is set to emphasize sustainability and digitization, reflecting the industry's current megatrends, through innovation showcases and thought leadership forums.

The expected influx of 200,000 attendees highlights drupa's unwavering appeal amidst challenges such as geopolitical tensions. Strategies to attract a diverse international audience include targeted marketing campaigns, promotional events, and the drupa World Tour, engaging regions from the Middle East to the Americas, and fostering dialogues on digital and sustainable transformation.

With a significant presence of Chinese exhibitors, drupa 2024 aims to balance global representation, ensuring a wide spectrum of technologies and trends are showcased. The event's thematic organization and specialized forums promise a comprehensive insight into the industry's future direction, transcending geographical boundaries.

Media coverage, more extensive than in any previous edition, underscores the event's importance. It amplifies exhibitors' visibility, showcases innovations to a global audience, and enhances the event's overall success. Such coverage is pivotal in promoting international cooperation and facilitating business opportunities.

Reflecting on the dynamic industry landscape, drupa 2024 evolves its content and program to meet attendees' changing needs. Special forums on new technologies, applications, and sustainable solutions, alongside educational sessions, will enrich the visitor experience, addressing the industry's shift towards sustainability and digitalization. Looking ahead, drupa 2024 is set to define the future of print technology, with a focus on automation, digital printing, and sustainable packaging solutions. As the industry anticipates groundbreaking technologies and product premieres, drupa 2024 promises to be a transformative event, shaping the future of the global print and packaging industry.

The Comprehensive Magazine
Dedicated To The Graphic Arts Industry
Print Professionals In The Middle East

Vol.25, Issue 194, March-April, 2024

ME Printer FZE LLC

PO Box: 502183,
UAE
Tel: +971 4 3911210
E-mail: info@meprinter.com

Group Publishing Director

Morteza Karimian
karimian@meprinter.com

ME Printer Editorial Team

Editor in Chief
Alex Jahanbani
alex@meprinter.com

Editor- Arabic

Fayza Ibrahim
E-mail: arabic@meprinter.com

News Editor

Sanjeev Varma
E-mail: sanjeev@meprinter.com

Specialist Contributing Editors

Frank Romano
fxrppr@rit.edu

UK - Laurel Brunner

lb@digitaldots.org

UAE- Dr.Nicholas Hellmuth

E-mail: nhellmuth@flaar.org

Advertising Digital Manager

Prabhulla Chandran
+971559322637
meprinter@meprinter.com

Art Director

Karim Heydari
info@amir-heydari.com

Classifieds & Subscription

+971 4 391 1210
info@meprinter.com

Printed by United Printing & Publishing LLC
Correspondence and advertising materials to
Be sent to sales@meprinter.com

Correspondence and advertising

material to be sent to
ME Printer Magazine
meprinter@meprinter.com

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in whole or in part without written permission of the publisher. Whilst every care has been taken in the preparation of the editorial content, the publishers cannot be held responsible for any errors or omission. Readers are requested to seek specialist advice before acting on information contained in this publication, which is provided for general use and may not be appropriate for the reader's particular circumstances.



This issue of ME Printer magazine is packed with top-notch interviews and the latest news on investments in new equipment. The booming Middle East market has emerged as a hotbed for the printing and packaging industries, offering lucrative opportunities. Dive into this issue to discover all about it in the region's leading trade journal.

ME Printer
Media Partner



Gulf Biopolymers Industries Sets Up PLA Facility in KEZAD



“ GBI’s facility is more than an industrial venture; it is a catalyst for broader economic growth and environmental sustainability ”

Khalifa Economic Zones Abu Dhabi (KEZAD Group), the largest operator of integrated and purpose-built economic zones in the UAE has welcomed Dubai-based Gulf Biopolymers Industries (GBI) into its ecosystem. The GBI facility will be the first unique producer of biomass-based, recyclable, and biodegradable polymers in the Middle East. GBI’s commitment to sustainability and innovative technology in manufacturing polylactic acid (PLA) and its additional upstream products resonates with KEZAD’s vision of promoting eco-friendly and technologically advanced business

environments. GBI’s state-of-the-art facility spread across 1,35,000 square metres in KEZAD, with an annual production capacity of 30,000 metric tonnes, is dedicated to producing PLA, a biodegradable as well as recyclable polyester made from renewable feedstock. Biodegradable PLA have been developed as a substitute for conventional plastics for a variety of applications, including food packaging; the production of single-use bags, bottles, and tableware; textiles; other short life-cycle and high-volume disposable articles; and recently also as engineering plastics. The venture is a leap towards meeting the global demand for sustainable products and driving further research and development in biodegradable polymers. Mohamed Al Khadar Al Ahmed, CEO, KEZAD Group, says, “The establishment of GBI’s facility is more than an industrial venture; it is a catalyst for broader economic growth and environmental sustainability. By attracting similar industries and supporting services, KEZAD is creating a vibrant

network of innovation and business synergy with GBI as a key facet of this ecosystem. We look forward to the enduring, positive impact of our collaboration on the region and the industry at large. Together, we are setting new standards for industrial innovation and commitment to a sustainable future.” Harald Kroll, CEO, Gulf Biopolymers Industries, adds, “We are proud to announce the establishment of the first biopolymer plant in the MENA region. This project is a milestone for the reduction of fossil-based plastics and advancing the adoption of environmentally friendly PLA polymers. Together with our customers, we are actively contributing to decarbonisation, advancing the circular economy, and creating a less polluted future for our planet. GBI is very much looking forward to closely collaborate with the KEZAD Group with the best fit for our project.” Under the 50-year lease agreement, GBI will leverage KEZAD’s strategic location, advanced infrastructure, and a supportive ecosystem to foster growth and innovation.

Propaper Dubai to Showcase MENA’s Flourishing Paper Industry

“ This expo is a prime opportunity for industry professionals to explore partnerships and sustainable growth strategies ”



Propaper Dubai 2024 is gearing up to welcome industry stakeholders to its third edition, showcasing the upward momentum of the MENA region’s paper, pulp, and paper products sector. Set to be held from September 17-19, 2024, at the

Festival Arena in Dubai Festival City, the event is attracting significant interest from local, regional, and global players in the paper industry. This expo, organized by Dubai-based Verifair, is a prime opportunity for industry professionals to ex-

plore partnerships and sustainable growth strategies. With the GCC emerging as a key manufacturing hub for tissue, paperboard, and packaging, Propaper Dubai 2024 is uniquely positioned to capitalize on the region’s growth, bolstered by robust e-commerce trends and a youthful demographic. For more information, visit www.propaperdubai.com

Shaping the future of the packaging world



**Connect with BOBST
at drupa**

Hall 10 / Booth B-30

Experience the leading innovations that are **shaping the future of the packaging world** while powering performance with digitalization & expertise in four industries – **flexible packaging, folding carton, corrugated board and labels.** Come and visit us at drupa24 from May 28 to June 7.



Gulf Print & Pack 2024 Draws to a Successful Close



Gulf Print & Pack 2024, the leading print technology trade show for printers and Print Service Providers (PSPs), concluded yesterday at Dubai World Trade Centre, having seen strong regional participation and the unveiling of many cutting-edge products and solutions.

The 250-odd exhibitors showcased their latest machinery, materials, and software to regional buyers across three busy days.

Nayyar Ansari, Marketing Manager at Konica Minolta Business Solutions Middle East, says, "Gulf Print & Pack 2024 has been very productive for Konica Minolta. We invited potential customers from our partners across the GCC, to witness the power of digital print, embellishment, and labelling. As a result, we have sold five production machines and two Accuri-oShine 3600 units during the show." Martin Teilberg, Global Marketing Manager at Nilpeter, comments, "This is the first time Nilpeter has exhibited at Gulf Print & Pack; there is a good buzz, a good vibe at the show. Sustainable solutions, digitalization, and automation are the key trends at the moment, with customers looking to save money and optimise efficiency, and these are the features we have been highlighting."

VINSAK Director Ranesh Bajaj observes, "The quality of visitors to our stand was high at Gulf Print & Pack 2024, reflected in the fact that we sold 11 machines, including label presses, and finishing and embellishing equipment, during the show. The second day was particularly positive, with orders from new territories."

Elif Servinc, Marketing Assistant at Frimpeks, remarks, "Gulf Print & Pack 2024 was a good opportunity for Frimpeks to exhibit its products

and solutions to the MENA region, and the UAE market in particular."

Barry Killengrey, Event Director Gulf Print & Pack 2024, was overwhelmed by the response: "Gulf Print & Pack 2024 has delivered beyond our expectations. It's been fantastic to connect with so many visitors and exhibitors from across the MENA region and beyond. There were a lot of business deals signed on the show floor and lots of new innovations came to life from across commercial and digital printing."

Jade Grace, Managing Director, Labelexpo Global Series, adds, "We are

pleased with such positive feedback from both exhibitors and visitors who came to Gulf Print & Pack 2024. The MENA region is a key market for the commercial and package printing sector and the array of new technologies and innovations across areas such as digital embellishment, hybrid printing, and sustainable packaging demonstrated on the show floor reflected the dynamism of this industry. Thank you to all who visited and exhibited and to our media partners and sponsors for all their support in making this year's show a huge success."

Labels & Labeling magazine was the Principal Sponsor of the 2024 edition of Gulf Print & Pack, with Ricoh, Konica Minolta, and Frimpeks as Gold Partners, and Al Ghurair Printing and Publishing, MOOD Group, and AFRA supporting as Associate Sponsors.

Gulf Print & Pack will be back at the same venue in 2026, to be held from 31 March to 2 April, 2026. For further updates, log on to www.gulfprintpack.com

“

Gulf Print & Pack 2024 has delivered beyond our expectations. It's been fantastic to connect with so many visitors and exhibitors from across the MENA region and beyond

”



Kuwait's Al Mulla Offers Top-notch Printing & Paper Solutions

Al Mulla Office Automation Solutions, a subsidiary of Kuwait-based Al Mulla Group, has announced the launch of a series of printing and paper solutions for the fast-growing packaging, printing, and labelling markets. The high-value products include NS Multi 800 printer, a new solution from MTEX NS – the Portuguese digital printer manufacturer – and myCordenons – the premium Italian paper brand used for commercial packaging, procured from Dubai-based paper distributor Sona Commercial.

The innovative solutions were launched at a special ceremony at the company head office in Shuwaikh, Kuwait City, attended by Hormuzda Davar, Managing Director – Trading, Manufacturing & Financial Services Group at Al Mulla Group, Diogo Liz, Sales Manager at MTEX NS, Bhaskar Sharma, Export Manager at Sona Commercial, Rawal Jain, Director, Trading & Manufacturing at Al Mulla Group, and Santanu Das, General Manager – Office Automation & Health Care Solutions at Al Mulla Group, accompanied by the company's administrative staff and other employees.

Besides a Q&A session on the use of the new NS MULTI 800 printer, a team of technicians demonstrated its versatility on packaging, paper, and corrugated printing.

MTEX NS has built a global reputation in the field of printing, based on its unique range of industrial machines tailored to serve a wide variety of markets, including textile, using direct and transfer paper, Viscom design tool for signage and décor, and labelling and packaging on corrugated paper. The company manufactures a range of digital printing and pre- and post-finishing equipment as per the highest European standards. All of the company's digital printing solutions and equipment are 100% CE certified, bringing all its manufacturing processes under one roof with complete control over design, production, and product testing processes.

The first of its kind in Kuwait, NS MULTI 800 is an entry-level digital printer packed with features for pro-



fessional packaging and paper bag production for a range of industries including e-commerce, F&B, healthcare, logistics, and many more.

As part of its commitment to provide a comprehensive solution for all printing requirements, Al Mulla Office Automation Solutions has tied up with Sona Commercial, a leading global supplier of specialty papers, boards, and 100% recycled paper sourced from manufacturers around the world for commercial printing and publishing businesses.

The new product lines of Milan-based myCordenons, – a subsidiary company of Fedrigoni Group – and a leading producer of creative graphic papers, offer a variety of distinctive papers. With its ancient Italian roots and long-standing traditions dating back to 1630, the company combines craftsmanship with innovation, and is renowned for its wide range of coated, embossed, and metallic paper types used for creative, graphic designing, and printing applications. With over 2,500 items developed to inspire experimentation and satisfy the requisites of every type of job,



myCordenons reflects a unique experience that meets all types of market requirements.

Founded in 1980 as a distributor of leading brands of office automation products, Al Mulla Office Automation Solutions continues to excel in the Kuwaiti market and expand its business network with strategic partnerships with leading international companies, offering a complete range of office automation solutions under one roof through a portfolio of products and after-sales service that uses cutting-edge technology from renowned international brands.

“ Al Mulla Office Automation Solutions continues to excel in the Kuwaiti market and expand its business network with strategic partnerships with leading international companies ”



Saudi Arabia's PIF Invests in MEPCO's Expansion Strategy



“With growing demand for local products, the Saudi Arabian market provides great opportunities for investment in paper and paper products”



Public Investment Fund (PIF), Saudi Arabia's sovereign wealth fund, has announced the completion of a deal to invest in Jeddah-based Middle East Paper Company (MEPCO), a leading manufacturer of paper and recycled paper-based products in the MENA region. PIF has acquired a 23.08% stake in MEPCO by way of a capital increase and subscription to new shares.

The investment is in line with the sustainability goals of the kingdom and PIF, enabling the paper company to expand its production capacity, boost operational efficiency, and support environmental

sustainability through recyclable products, including paper goods.

The investment will further contribute to MEPCO's expansion strategy, especially for packaging and specialized building materials like gypsum plasterboards – typically used in interior wall lining systems – strengthening the local supply chain for current and future projects. PIF has a diversified portfolio of investments in the construction services sector to support the sustainable growth of the Saudi economy, attract local and foreign investments, expand operational capacity, and transfer technology.

PIF's Industrials & Mining Sector Head Muhammad AlDawood, who has been overseeing investments in the MENA region, says, “PIF's investment in MEPCO reflects the attractive opportunities for growth in promising sectors such as recycling, retail, and building materials. This investment enables MEPCO to expand its sustainable production activities while focusing on high value-added products and growing its export activities.”

Sami Safran, Group President at MEPCO, adds, “PIF's investment further enables the implementation of our expansion strategy and captures

significant growth potential, both locally and regionally. This will help create new opportunities as MEPCO continues its journey to become a national champion in our industry. Our company strives for sustainable growth and a better future, thanks to its unique strategy which integrates paper products and waste management. MEPCO is investing in the sector through ambitious projects to support Saudi Arabia's goals of sustainability and transition to a circular economy by recycling, reducing waste, and converting it into energy sources to meet our business needs.”

With growing demand for local products, the Saudi Arabian market provides great opportunities for investment in paper and paper products such as hygienic tissues. In this light, PIF's investment in MEPCO supports the kingdom's private sector by boosting local produce, increasing high-value ready-for-market exports, and getting competitive with improved product quality.

The transaction was completed after securing approvals from relevant authorities as well as MEPCO's shareholders, who approved it at an extraordinary general meeting.

UAQ Forms Installs New Heidelberg Speedmaster CX 104



Umm Al Quwain Computer Forms (UAQ Forms), the flagship company of the diversified Al Faisal Group, has inaugurated their latest Heidelberg Speedmaster CX 104 five colour with coating printing machine.

The Speedmaster CX 104 opens up a wide range of possibilities – including navigated or autonomous production, ensured by intelligent support systems such as Intellistart 3 and the unique Intelliline. Equipped with conventional and UV printing and coating to cater for a wider range of commercial and packaging products, the versatile Speedmaster CX 104 can easily handle all materials, from lightweight paper to rigid carton stock for packaging. “Even in high performance ranges with speeds of up to 16,500 sheets per hour, it not only impresses packaging professionals but the commercial and label printers as well. The pio-

neering machine design ensures excellent user-friendly operation and optimal ergonomic working conditions,” explains Roger Nicodeme, General Manager at Heidelberg Gulf LLC.

Established as a web-offset printing company in 1989, UAQ Forms eventually diversified into commercial offset printing investing in a full-fledged printing, packaging, and finishing facility equipped with state-of-the-art technologies. The company provides bespoke packaging and professional printing solutions for a broad spectrum of industries including F&B, healthcare, hospitality, marketing, retail, restaurants and catering, and more.

Obeikan Aims Another High with 2nd HEIDELBERG Press



Obeikan Folding Carton (OFC), the packaging arm of Riyadh-based Obeikan Investment Group, and one of the biggest corrugated board packaging manufacturers in the Middle East, is on the way to set yet another record by investing in a second latest generation HEIDELBERG Speedmaster XL 106.

As a packaging producer exposed to tough competitive and cost pressures, OFC has automated its processes to a high degree, reaffirming its confidence in this technology to maximize productivity in a cost-efficient manner. The new Speedmaster XL 106, equipped with Push to Stop technology, has already proven its capabilities. Seven months after its commissioning, the print counter showed over 40 million good sheets, and is well on the way to surpass the record set by its older sister press. Earlier, Obeikan had won HEIDELBERG's business partner award for surpassing 600 million sheet impressions with the same machine, achieved in a landmark space of just 10 years, highlighting how the company has managed to instrumentally and effectively optimize the day-to-day production workflow facilitated by the state-of-the-art HEIDELBERG technology.

Abdallah Al Obeikan, CEO, Obeikan Investment Group, says, "An outstanding performance by a true master in printing, which highlights how instrumentally and effectively the Obeikan team manages to optimize the day-to-day production flow, facilitated by the state-of-the-art HEIDELBERG superior technology."

Haitham R. Soliman, Maintenance & Engineering Director, Obeikan Investment Group, attributes the



company's success to HEIDELBERG's latest technology and the close monitoring and support received from Jeddah-headquartered Juffali Printing Systems – distributors of HEIDELBERG products in Saudi Arabia. "Service is the lifeblood of any organisation. Customer service is not a department, it's an attitude. We can see it with Heidelberg Druckmaschinen AG and Juffali Printing Systems teams. Hard work and dedication are the bedrock of every great achievement," adds Soliman. The Speedmaster XL 106 is considered the most intelligent yet from HEIDELBERG's vast portfolio, offering innovative solutions specially tailored to the needs of classic commercial printing as well as complex packag-

ing printing applications. Its constant high quality output with production speeds of 18,000 sheets per hour in straight printing or perfecting mode is also impressive in longer runs. Speedmaster XL 106's parallel make-ready processes increase productivity in packaging, commercial, and label printing, while its intelligent interaction of automation components enables cost-effective printing production. Obeikan Folding Carton supplies national and multinational brands with high-quality packaging made of solid board and corrugated board. Its state-of-the-art production facility in Riyadh processes 50,000 tonnes of solid board and corrugated board per year.

“The Speedmaster XL 106 is considered the most intelligent yet from HEIDELBERG's vast portfolio, offering innovative solutions specially tailored to the needs of classic commercial printing as well as complex packaging printing applications”

Vietnam's EuroPlas Opens Filler Masterbatch Plant in Egypt

“

the start of operations at EuP Egypt demonstrated the efforts of the Egyptian government to attract foreign investors, particularly Vietnamese investments into the Egyptian market

”



Vietnam's EuroPlas (EuP), the world's leading filler masterbatch manufacturer, opened the first phase of its factory in Egypt's Sadat City.

The project – the first 100% Vietnamese investment in Egypt – was inaugurated by Hossam Heiba, President, General Authority for Investment and Free Zones (GAFI), the principal governmental authority concerned with regulating and facilitating investments in Egypt. The launching ceremony also included Hoang Quoc Huy, Chairman of EuP, Nguyen Huy Dung, Vietnamese Ambassador to Egypt, and Moataz Baha El-Din, CEO at CPC Industrial Development Company – develop-

enhance printability and surface quality of finished products. EuP's masterbatch is a tailor-made solution combining calcium carbonate (CaCO₃), plastic resin beads, and plastic additives.

The first phase of the facility has been set up at an investment of \$30 million, and when fully operational, is expected to have a total of 24 production lines with an annual output of around 3,00,000 tonnes, catering to the needs of both domestic and export markets.

Appreciating the significance of the project, GAFI President Heiba said that the start of operations at EuP Egypt demonstrated the efforts

of the Egyptian government to attract foreign investors, particularly Vietnamese investments into the Egyptian market.

EuP Chairman Huy added that the investment in EuP Egypt was an important step in the company's expansion strategy and was a symbol of cooperation and development between Vietnam and Egypt, bringing employment opportunities and added value to the local community.

The Hanoi headquartered company currently operates seven factories in Vietnam with a production capacity of 6,00,000 tonnes per annum and a revenue of \$250 million.



ers of CPC Sadat City industrial park. Covering an area of 34,000 square metres, EuP's Egyptian unit specializes in the production of filler masterbatch which is commonly used in the process of making plastic products. Filler masterbatch is widely used in the plastic industry as a solution to help save production costs, improve several properties of end-products, increase stability in the manufacturing process, and



Paper & Tissue One Show Foresees Thumping Success



A hectic schedule of diverse and exciting exhibitions across the UAE dedicated to the printing, packaging, and paper industries is beckoning visitors for a busy year ahead.

Abu Dhabi will be hosting the 9th edition of Paper & Tissue One Show, the premier international paper exhibition in the MENA region, at the sprawling, state-of-the-art Abu Dhabi National Exhibition Centre (ADNEC) from 16-18 April, 2024. More than 150 exhibitors from over 25 countries have confirmed their participation and include major players like Crown Paper Mill (UAE), Gambini (Italy), MEPCO and its subsidiary Juthor Paper Manufacturing Company (Saudi Arabia), OMET (Italy), Saudi Paper Manufacturing (Saudi Arabia), Toscotec (Italy), Valmet (Finland), and Voight Group (Germany). The organizers also expect a visitor footfall of more than 16,000. Besides host nation UAE and Saudi Arabia, some of the other regional participants include Algeria, Egypt, Jordan, Lebanon, and Turkey. Dedicated to all kinds of paper and paper manufacturing; paper jumbo rolls; finished products; printing, writing, tissue, and hygienic papers; tissue converting machinery; packaging and wrapping machines; cartons; paperboard; raw materials; and more, the event brings together a wide variety of manufacturers and buyers from the paper industry. The three days will provide attendees ample scope to discover new business opportunities, identify new markets, and network with like-minded professionals, focusing exclusively on the very best that the international paper industry and its suppliers have to offer.

Since its inception in 2007, Paper & Tissue One Show has not only be-

come one of the premier exhibitions of its kind, but has also gained a well-known reputation by adding value to the industry with high-quality fairs, symposiums, trade missions, and B2B meetings being held in the MENA region.

As the 21st century is gradually redefining the world through digitalization, the paper industry has followed suit, undertaking breakthroughs by adopting the latest technologies and innovations. The show organizer Al Furat capitalized on the developments by successfully conducting Paper One Show Virtual, the world's first virtual paper fair in May 2020, followed by the second edition of the virtual event in November 2020. Both events witnessed the participation of many leading companies from the paper industry. The highly successful 8th edition of Paper & Tissue One Show 2023 in Sharjah featured over 161 exhibitors from 30 countries and witnessed a record footfall exceeding 14,250 industry professionals from 103 countries.

The 9th edition of Paper & Tissue One Show will also bring together the world's leading paper manufacturers, suppliers, economists, industry analysts, and customers for a worldwide knowledge and networking

opportunity with the simultaneously held MENA Pulp Week that will host B2B meetings and conferences on sustainability and pulp.

Paper & Tissue One Show plays a significant role in supporting the growing paper industry in the region, especially so with a booming e-commerce industry and the growing demand in the packaging sector throughout the region.

Venue: Abu Dhabi National Exhibition Centre (ADNEC), Al Khaleej Al Arabi Street, Al Ma'arid, Abu Dhabi, United Arab Emirates.

Opening Hours: (16-17 April, 2024): 10am – 6pm, (18 April, 2024): 10am – 5pm.

“ Paper & Tissue One Show plays a significant role in supporting the growing paper industry in the region ”



Tetra Pak Head Visits Egypt, Eyes Huge Market Potential

“

The progress of the country's infrastructure is quite remarkable. I was impressed by the adoption of digital tools and latest technologies within our customers' operations

”



Seeing huge growth opportunities in Egypt, Tetra Pak President and CEO Adolfo Orive paid a visit to the North African nation to meet major stakeholders and deepen his understanding of the Egyptian market



and opportunities we can tackle jointly. I see great growth potential in Egypt," says Orive.

Speaking about his tour, Orive adds, "This is my first visit to Egypt



dairy farm, and explored both traditional and modern trade outlets. The company head also got a sneak peek into the progress of the Used Beverage Cartons (UBC) recycling plant in Sadat City, set to be operational in Q3 2024 with an annual capacity of 8,000 tonnes. The UBC facility is a joint venture between Tetra Pak and Uniboard, Egypt's largest cardboard manufacturer.

"I had the chance to see firsthand the entire value chain for milk production in Egypt. I also had the privilege to meet most of our key customers and discuss challenges

in many years. The progress of the country's infrastructure is quite remarkable. I was impressed by the adoption of digital tools and latest technologies within our customers' operations."

Wael Khoury, Managing Director, Tetra Pak Egypt Area, remarks, "We are delighted to have started the year with Adolfo's visit to our market. The visit was filled with fruitful discussions with industry leaders. It also reinforced our commitment to collaborating with our customers to offer solutions that are optimized for their specific needs."

and its potential.

During his three day trip, Orive met most of Tetra Pak's key customers and had discussions on future business opportunities in food processing and packaging, visited some of their production sites, including a





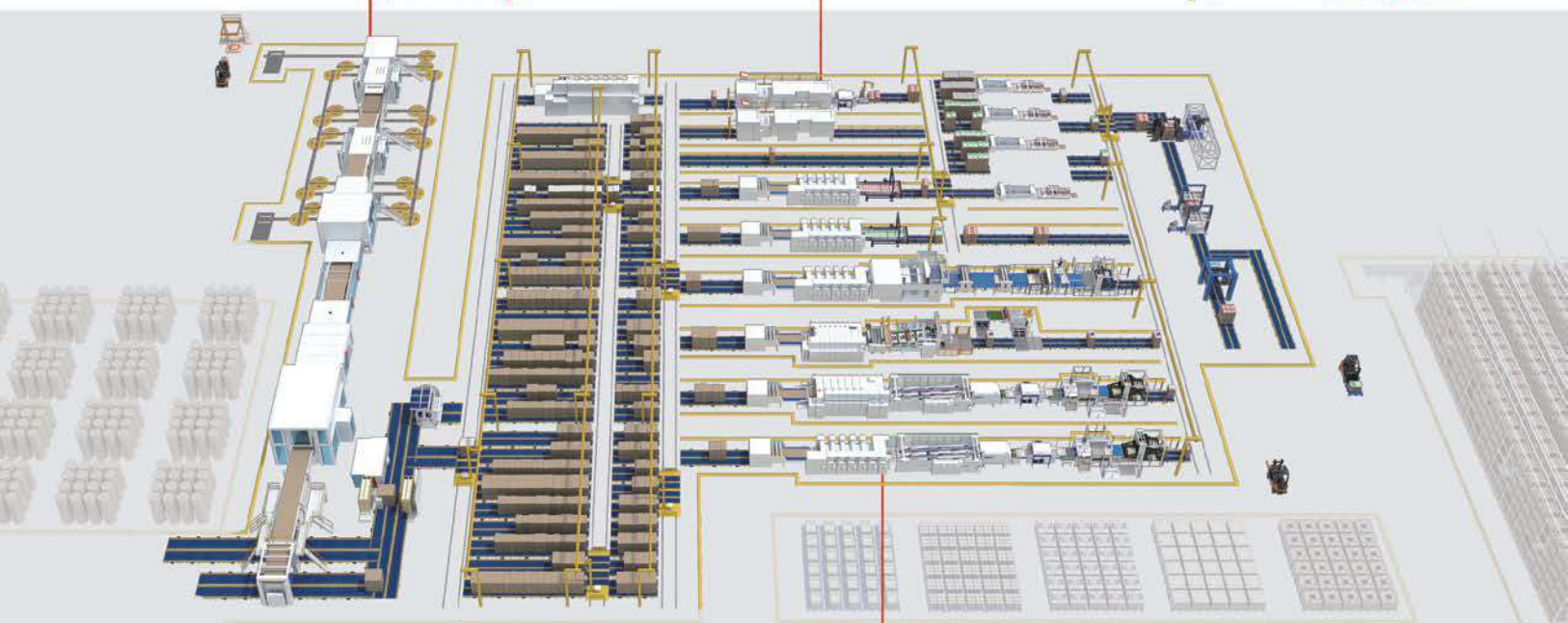
INDUSTRY SMART FACTORY SOLUTIONS

行业智慧工厂整体解决方案

瓦楞纸板生产线
CORRUGATED BOARD
PRODUCTION LINE



数码印刷装备
DIGITAL PRINTING EQUIPMENT



智慧工厂
SMART FACTORY



瓦楞纸箱印刷包装设备/智能物流
CORRUGATED BOX & PACKAGING EQUIPMENT / INTELLIGENT LOGISTICS



Group Brands



GUANGDONG DONGFANG PRECISION SCIENCE & TECHNOLOGY CO., LTD.
Add : No. 2, Qiangshi Road, Shishan Town, Nanhai District, Foshan City Guangdong Province, China.
Tel : +86 - 757 - 86692362 Email : market1@vmtdf.com http://www.df-global.cn

drupa cube to Feature Impressive Line-up of Global Speakers



drupa has always highlighted the most important trends in the printing industry, examining and evaluating them from different perspectives in an interdisciplinary manner. At drupa 2024, drupa cube will once again be the central discussion forum for print and packaging leaders. Internationally renowned speakers will inspire visitors with a range of topics and thought-provoking presentations in support of drupa cube's goal to Engage, Entertain, and Educate the drupa audience.

Why print is more important than ever in the digital age? Why don't consumers always see print products as sustainable? And how can you calculate your carbon footprint? These are just some of the subjects that will be addressed at the conference. The special forum drupa cube provides inspiration and expertise in more than 50 sessions. The agenda includes five impressive keynote presentations plus sessions focused on boosting business success, the circular economy and sustainability, plus print and packaging futures along with sessions on new business models and trends. Speakers will share examples of best practices and discuss the global megatrends that have already influenced and

will continue to affect the print and packaging industry.

Located in the impressive Hall 6 at drupa 2024, drupa cube will be a conference highlight, a place for unique knowledge transfer and networking. Guest speakers will include not only thought leaders from the print industry, but also personalities from advertising agencies, market research, academia, consulting, and professional trade associations. drupa cube will once again bring together industry experts and visionaries from all over the world with presentations and panels typically lasting around 45 minutes.

drupa cube to feature some of the top speakers of 2024

The more thought and effort you invest in communicating something, the more convincing the message will be: this is the thesis of Rory Sutherland, Vice Chairman at Ogilvy UK – one of the world's most influential advertising agencies. One of the headline speakers at this year's drupa, Sutherland will show why print is more important than ever in the digital age in this forum. Renowned scientist and Professor of Earth System Science at University College London (UCL) Mark Maslin will discuss the effects of climate change, the future consequences, and the responsibility

that commercial organisations have in saving our planet. He will also discuss specifically, the role of the printing industry in helping to achieve sustainability goals.

Calvin Lakhan, Research Scientist at York University, Toronto, promises to give the drupa cube audience a fascinating insight into his work. Lakhan is a specialist in environmental science, with a focus on waste management, recycling, and sustainability. He is part of the "Waste Wiki" project, aiming to bridge the gap between academia, industry, and government on waste management issues to promote the circular economy.

James Loudon, IoT ONE Managing Partner, EMEA, who consults companies on global business ecosystems, is another keynote speaker who will talk about Asian markets as a source of growth and innovation. Loudon has spent more than 40% of his life in Asia and will share his insights and experiences of working with multinational companies looking to grow in new markets and new approaches to partnering in those growth markets in drupa cube.

Four key themes with deep content

drupa cube comprises four exciting themes, viz. 'Print and Packaging Futures', 'Business Boosters', 'Trends', and 'Circular Economy and Sustainability'.

'Print and Packaging Futures' will focus on visions for developments in print and packaging technologies, with an emphasis on innovation, the circular economy and sustainability, as well as innovations in digital printing. While Admir Jonuz, Head of R&D & Innovation at TRESU, will talk about the future of digital and flexo hybrid solutions in the face of transformation pressures, Steve Knight, Director, Digital Direct Technologies, will discuss the impact of technology on print. Besides a presentation outlining the existing global regulations for printing inks on food contact materials, Mark Nixon, EVP Global Sales & Marketing at SCODIX, will be giving an exciting presentation on the challenges faced by brands.

“The special forum drupa cube provides inspiration and expertise in more than 50 sessions”





The leadership audience at the cube will also benefit from the 'Business Booster' sessions. Covering a range of topics including sales, marketing, and innovation culture all aiming to give actionable insights to the audience, Robert Norum, Propolis ABM & Growth Expert at B2B Marketing, will give an insight into account-based sales and marketing; Frazer Chesterman, Director at FuturePrint and EcoPrint, will explain how ideas are generated and new offerings introduced, discussing the VUCA world – 'Volatility, Uncertainty,

Complexity, Ambiguity' approach; while Danna Drion, General Manager Marketing & PM EMEA at Mimaki Europe, will talk about her journey towards building diverse and inclusive working environment and the significance of this for future business success. Drion will also encourage women in particular to aspire to leadership positions in the industry.

The 'Trends' theme will offer insights on global trends and emerging business models that can help companies planning for evolu-

tion and transformation as part of their strategy. Dario Urbinati, CEO, Gallus Group, explains why vision is so important. The focus will be on strategies for tackling current challenges such as the skills shortage or making the most of digitisation.

This year's programme also places a strong focus on the key topics and challenges of the future 'The Circular Economy and Sustainability', with sessions dedicated to this theme and many sessions incorporating it. Jonathan Tame, Managing Director at Two Sides UK, is one of the speakers who will share the results of a consumer study on the evaluation of print products in terms of sustainability. The VDMA (German Engineering Federation) panel discussion 'Sustainability Enablers in Print' with Thomas Schiemann of VDMA Printing and Paper Technology, and other experts will focus on sustainability as one of the most important driving forces in the printing and packaging market. For further updates on drupa cube, log on to www.drupa.com/en/Program

“ This year's programme also places a strong focus on the key topics and challenges of the future 'The Circular Economy and Sustainability' ”

Propaper Tanzania 2024 Highlights Africa's Growing Paper Market

Set against the backdrop of Africa's burgeoning economies, Propaper Tanzania 2024 is poised to open from November 7-9 in Dar Es Salaam. This premier three-day B2B event offers a strategic platform for global paper and paper products players to tap into Africa's growth potential, driven by an expanding middle class and youthful population.

Hosted at the Diamond Jubilee Hall and organized by Dubai-based Verifair Events, the show will focus on key areas such as tissue, paperboard, packaging, and hygiene tissue. Participants can explore partnerships and strategize market entries to leverage the continent's surging consumption rates. For more details, visit www.propapertanzania.com



“ the show will focus on key areas such as tissue, paperboard, packaging, and hygiene tissue ”

Flint Group Addresses Supply Chain Disruptions in the Red Sea

Flint Group is closely monitoring these cost increases and considering the necessity of introducing freight surcharges accordingly. Arno de Groot, Vice President of Procurement at Flint Group, detailed further complications, including the increased need for 'feeder trans-shipments' to manage the decrease in direct port calls. This involves transferring containers at smaller ports to larger hubs, a process that can add up to an additional four weeks to delivery times. The unpredictable scheduling of vessels may also cause congestion at ports globally.

Flint Group's procurement and customer service teams are actively working to alleviate the strain on supply chains, employing strategies such as monitoring incoming materials, adjusting stock levels, and exploring alternative transportation methods to expedite deliveries. "Our foremost concern is to ensure our customers' operations remain unaffected. We are committed to keeping our customers informed and are making every effort to minimize disruptions," stated Aldred. Customers are advised to anticipate extended lead times and plan their inventory accordingly. Flint Group's sales and service teams are on hand to provide assistance and support during these challenging times, ensuring customers can maintain their operations without interruption.

Flint Group, a prominent supplier of inks and coatings, has issued a statement regarding the significant disruptions affecting global shipping routes, particularly through the Middle East. The disturbances, which began in late October due to hostile actions against ships heading to the Suez Canal by Houthi forces, have led to a considerable rethink in navigation strategies. Many carriers are now opting to detour via the Cape of Good Hope, a choice that extends travel times by approximately two to three weeks and increases the likelihood of encountering severe weather.

Doug Aldred, Flint Group's Chief Commercial Officer, remarked on the situation, noting, "Like many

companies worldwide, the recent events in the Red Sea have adversely affected our supply chain, extending delivery times and escalating costs." The shift away from the Red Sea-Suez Canal route to circumnavigate the Cape of Good Hope is expected to lengthen delivery schedules significantly, affecting not just the affected routes but also other critical shipping lanes due to the ripple effects on container and vessel availability.

The company has acknowledged the growing concern over the scarcity of containers and the surge in costs for sea freight containers. With several carriers implementing surcharges to offset the additional expenses incurred by rerouting,

“We are committed to keeping our customers informed and are making every effort to minimize disruptions”



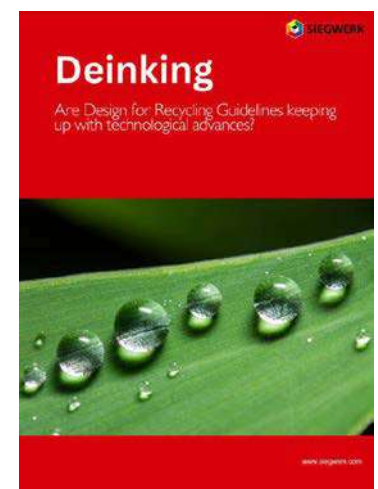
Siegwerk Groundbreaking Recycling Project



SIEGWERK

Set against the backdrop of Africa's burgeoning economies, Propaper Tanzania 2024 is poised to open from November 7-9 in Dar Es Salaam. This premier three-day B2B event offers a strategic platform for global paper and paper products players to tap into Africa's growth potential, driven by an expanding middle class and youthful population.

Hosted at the Diamond Jubilee Hall and organized by Dubai-based Verifair Events, the show will focus on key areas such as tissue, paperboard, packaging, and hygiene tissue. Participants can explore partnerships and strategize market entries to leverage the continent's surging consumption rates. For more details, visit www.propapertanzania.com



PRINTING United Alliance Announces G7+

G7+ introduces advanced calibration and verification algorithms for new technologies, preserving the familiar features and overall appearance as legacy G7

PRINTING United Alliance, the most comprehensive member-based printing and graphic arts association in North America, today announces the release of G7+, the next evolution in color calibration. G7+ is a new and improved calibration specification that replaces legacy G7® with new logic and algorithms, but with similar overall appearance. G7+ training and certification will be available in-person during the COLOR Conference portion of the PRINTING United Technical Event Series this March 12-14 in Dallas, Texas; and soon on the Alliance's iLEARNING+ platform. Learn more about G7+ here: www.printing.org/g7plus

New and Improved G7+ Calibration Specification

After an incredible 19-year run and over three years of R&D by PRINTING



United Alliance, G7+ is designed to work equally well with all printing technologies and offers increased value and effectiveness for a wider range of markets and applications, while preserving the value of existing G7 workflows. G7+ maintains the features, benefits, and general appearance of G7, but with more accurate gray balance, improved tonality, and better performance in unusual printing conditions.

"PRINTING United Alliance is excited to announce G7+ to continue our mission in supporting leading printers and print buyers around the world,"



says Jordan Gorski, executive director, Idealliance. "G7 has raised the bar in the world of print and color output as colorimetry and visual output became the norm rather than simply relying on density for matching color. G7+ now integrates all modern print technology to be a standard that is applicable to all print, on all media, paper, board, film, signage, or textile, for any output condition that will truly provide print buyers and printers the

ability to match color on packaging, publications, signage and wide format graphics, while maintaining alignment to the standards in place among existing workflows. "Much like the Alliance has grown and evolved to provide the industry with a community to gather and collaborate, the G7+ specification now serves all members of our industry for unified optimal color output regardless of where and how you print."

G7+ is improved and optimized to:

- Improve gray balance and tonality across a wider range of print systems,

including textile, web-offset, newsprint, and inkjet, while maintaining GRACoL® visual similarity.

- Achieve smooth, highly saturated color in high-density inkjet printing.
- Use Substrate Colorimetric Color Aims (SCCA) for more precise neutral gray on color substrates.
- Attain accurate ICC profiles and lifelike images on calibrated systems without color management.

PRINTING United Technical Event Series Presents G7+ Keynote and Training Opportunity

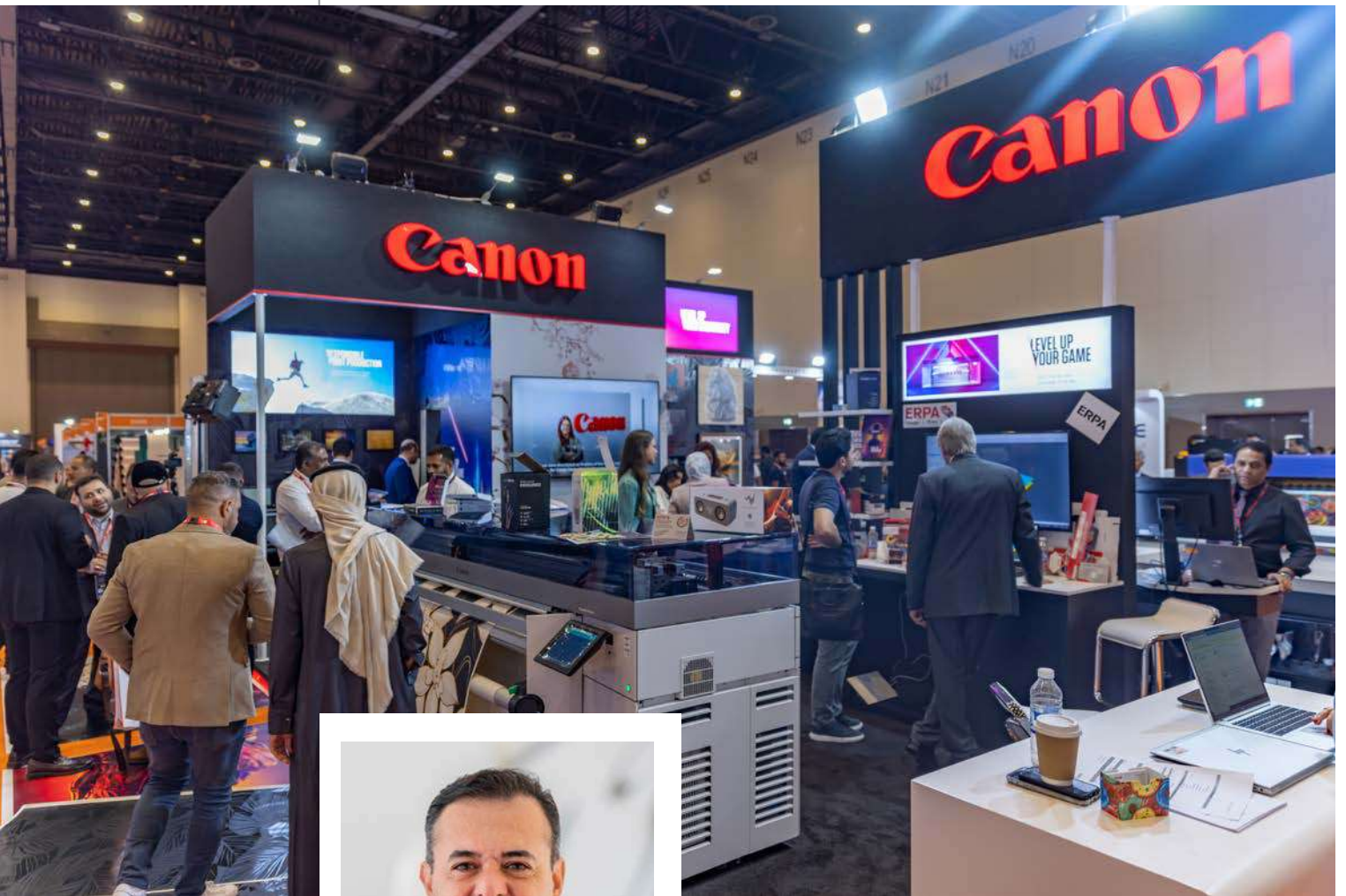
Those interested in learning more about G7+ in person will have the opportunity during the PRINTING United Technical Event Series this March in Dallas. During the event's keynote address, "G7+, the World's Best Calibration System, Made Better," R&D team leader Don Hutcheson will highlight the revolutionary changes in calibration and verification algorithms developed by the Alliance. Visual examples will show how G7+ improves on G7, yet how similar it is to G7 in typical commercial work – an important feature that means existing files and workflows need not be changed as users transition to G7+. Current G7-certified experts and professionals can become the first group trained and certified to G7+ during a special pre-conference session at the PRINTING United Technical Event Series. Hutcheson will present the intensive the G7+ Expert certification training.

Register for the session at: <https://technicalseries.printing.org/>.

More information about G7+ is available at: www.printing.org/g7plus, or email: g7plus@printing.org.

“G7 has raised the bar in the world of print and color output as colorimetry and visual output became the norm rather than simply relying on density for matching color”

The Challenge of Captivating Customers Meaningfully



Credited to: Shadi Bakhour, B2B Business Unit Director at Canon Middle East

“The sheer volume of digital communications compels many to switch off, actively seeking methods to minimise online content intake



In a digitally saturated world, captivating customers meaningfully presents a growing challenge. While digital communication appeals to many businesses due to its measurability, affordability, and wide reach, authentic customer engagement necessitates diversification. Customers, increasingly aware of

online targeting, are experiencing digital fatigue. The sheer volume of digital communications compels many to switch off, actively seeking methods to minimise online content intake. In fact, 42.7% of global internet users leverage ad blockers, demonstrating the inadequacy of digital-only campaigns in influencing audiences effectively. This has prompted businesses to re-evaluate their communication strategies, exploring avenues beyond the digital realm to reach customers and prospects. Integrating high-quality, uniquely personalised printed materials into the communication mix presents an opportunity to reconnect with customers and cultivate brand loyalty.

Achieving a competitive edge through print

Print can bring the cut through that brands are looking for in a predominantly digital environment. With

the flood of emails in customer inboxes, the unique message each is trying to convey is getting lost and subsequently lacks impact. Content that flashes on and off the screen can be quickly forgotten by consumers as they are served the next ad moments later. Print offers a promising alternative and an addition to the communication mix which needs to be considered due to its tangibility, which leads to improved brand recall and a higher level of information retention. The fact that it's different and tactile to the other content customers are served means it is more likely to linger in their minds for longer. Individuals also have more control over when they choose to engage with a printed asset which leads to a better focus on the material, unlike digital communications that are designed to be served wherever customers are online.



Seizing the 'in-house' opportunity

To capitalise on the benefits printed content can provide, many organisations are turning to third parties and specialist print shops for their printing needs. In Middle East region majority of businesses outsource their colour print material, but with operating costs rising because of the current economic backdrop, many will likely be looking for ways to minimise extra spend where possible.

While there are many reasons outsourcing can work and offer advantages, in-house printing offers both the benefits of increasing internal productivity, with the opportunity to boost customer engagement through the flexibility it provides.

Enhancing customer engagement

First of all, in-house printing removes all the additional time intensive administration associated with outsourcing, such as choosing a provider, signing contracts, and processing payments. More importantly, cutting lead times offers the opportunity to increase customer engagement as it helps businesses to bolster content relevancy. They can be more flexible with their communications and adapt campaigns at short notice to align to the latest trends – or capture immediate competitive opportunities as they arise. Personalisation is also a critical way to have a longer lasting impact on individual engagement, as individuals are more likely to turn to brands that offer them a relevant and personalised experience. With

in-house print capabilities, this is easier to achieve, as businesses can change and customise documents for each individual or group at no extra cost.

Customers also value quality, and with in-house capabilities this grants businesses more control over the end-product. By having a say in the devices that they choose, organisations can achieve a high-quality output consistently and can check quality regularly. With people more naturally inclined to remember poor brand experiences over good ones, this highlights the importance of getting the quality of your printed materials perfect every single time.

Bolstering internal productivity

Outsourcing print may be a short-term cost saving, however, bringing print capabilities in-house also helps to reduce operating costs well into the future. While investing in hardware requires upfront investment, it is more cost-effective long term as it removes the need to pay for external support each time a new printed asset needs to be produced. With the right technology, internal operating costs can also be streamlined through full usage visibility that helps to optimise the internal print environment.

Security is another factor that in-house printing can help to resolve. Whether preparing for a product launch or handling sensitive internal communications, investing in internal printing capabilities improves data security by keeping sensitive material within the company infrastructure. This avoids

the need for external parties to have access, whilst also removing additional contract administration related to disclosure.

Striking a balance

Digital communication will always have a place in engaging customers, however, as attitudes towards online platforms are changing, digital only campaigns no longer serve all purposes. Thankfully, this does not mean businesses must choose between investing in digital and print technologies, but instead they should be seen as complimentary systems.

Print is an opportunity for businesses to increase engagement and reconnect with customers in a meaningful way. Bringing print capabilities in-house can offer internal benefits, greater control over the process from start to finish and increased flexibility. Print, therefore, presents an opportunity for businesses to boost engagement and meaningfully reconnect with customers, particularly in a country such as Saudi Arabia, where the "touch and feel" aspect of marketing still holds value.

Canon's new Customer Experience Centre in Riyadh offers this opportunity for first-hand experience with the print format for businesses. This direct engagement, coupled with renowned quality and outstanding support, has been instrumental in the brand's remarkable growth in Saudi Arabia, with revenues doubling in two years. The brand's "local" approach, blending global expertise with local investment, aligns with Saudi Vision 2030 and has been well-received by customers.

In conclusion, print's true value lies in its ability to elevate communication to the next level in a format that provides a more creative and memorable experience. This personalised approach demonstrates the true value of the customer relationship, a principle at the heart of both successful business strategies and progressive national visions like Saudi Arabia's Vision 2030.

“Print presents an opportunity for businesses to boost engagement and meaningfully reconnect with customers, particularly in a country such as Saudi Arabia, where the “touch and feel” aspect of marketing still holds value



BOBST's Enhanced Service Experience in AFMETC



Exclusive Interview with Manuel Cortizo, Bobst Region Service Director for Middle East, Africa, Turkey and Caucasus region

“ Amidst a landscape of geopolitical tensions and economic uncertainties, BOBST's proactive approach not only signifies its adaptability but also its dedication to fostering sustainable growth and innovation within the industry ”

Recognizing the unique challenges and opportunities in the Middle East, Africa, Turkey, and the Caucasus region (AFMETC), BOBST has strategically enhanced its technical service capabilities to offer efficient customer experiences. This commitment is underpinned by the establishment of a dedicated technical service team, aimed at addressing the specific needs of customers through tailored installations, services, and upgrades. Amidst a landscape of geopolitical tensions and economic uncertainties, BOBST's proactive approach not only signifies its adaptability but also its dedication to fostering sustainable growth and innovation within the industry. To delve deeper into this strategic initiative, we spoke with Manuel Cortizo, Region Service Director for AFMETC, who shared insights into the evolving market dynamics, the importance of customer service excellence, and the impact of digital transformation in shaping the future of packaging.

How has the market changed over the past few years?

The packaging industry is constantly growing but also changing as brand owners push for new ways to communicate their identity using their packaging

lines. At the same time, we are facing a difficult geopolitical situation. War and conflicts are a global concern at the moment, one that is particularly acute in the AFMETC region. It means there is a lack of stability in many economies around the world, so innovation and creativity are key to success.

How have BOBST's service priorities been adjusted in the AFMETC region?

One of the most important things to remember about this region is that it is very diverse – each country has its own unique needs. We have grown strongly in this region as our priority is always to align with the needs of each customer while maintaining the consistent processes within our organisation that ensure our customers get the level of service they expect from BOBST. We are already developing several programmes to further improve all aspects of our service.

Why establish a dedicated service team for installations, upgrades, and services?

This team helps us optimise our internal processes across the region, which helps us achieve rapid go-to-market for our customers. Having a dedicated service team across the product lines will help us to efficiently organise manpower, reduce lead times, and improve business operations for all of us to better serve and support our customers. As I have already said, it is not always easy due to the diversity of the region, but we are confident we are now set up for further success.

How does this team support BOBST's vision for the packaging industry in the region?

Digitalization, automation, and sustainability can definitively help to deliver great solutions and excellent service to our customers – and our customers' customers. By developing relationships built on trust, respect, passion and performance, we have the recipe

for success. And, as much as the AFMETC region has its own unique needs, this is a statement that can be applied to every region and country in the world.

In an increasingly digital world, a cloud-based solution is key to future-proof as much as we can in terms of solutions, service, and performance. This grants our customers peace of mind, as they know that we will constantly keep an eye on the solutions they acquired from us in case we can further improve performance or make their operations more cost-effective.

Our proactive approach to things like machine servicing helps to make the downstream value chain happy – and therefore, to make our customers happy, too. Again, it's a win-win-win. We want to offer best-in-class solutions focused on what will help the customer reach their goals. And, ultimately, we want more than just a commodity – we want to deliver value.

What advantages do customers experience with this dedicated technical service team?

Being close to the customers in the region means we can be more agile and flexible when trying to support their needs. We believe in being a partner our customers can rely on, making our relationship more than just a transactional one. It's a win-win-win – the customer wins, we win, and, most importantly, the project wins.

This approach means we can work more closely with our customers to develop new solutions that they can then offer to their customers. This helps our customers be more proactive. Our customers, together with our support team, have the potential to change the market by offering game-changing solutions to brands and retailers. On our side, we need to learn from the creativity and innovation shown by our customers to help us to adapt ourselves.

Decoding Success: A 15-Year Canon Journey with Ayman Aly



Unveiling the Art of Leadership and Innovation in the Heart of Canon Middle East

In this exclusive interview with Mr. Ayman Aly, the esteemed Marketing Director of Canon Middle East, we delve into his illustrious 15-year journey with the company. Celebrating a remarkable tenure marked by a recent long service award, Mr. Aly also reflects on his recognition as the “People Manager of the Year,” a pinnacle achievement in his 25 years of professional experience. Throughout this engaging conversation, Mr. Aly offers insights into the evolving landscape of marketing, his transformative leadership philosophy, key milestones from his career, future visions for Canon, and invaluable advice for aspiring leaders. Join us as we explore the depth of his expertise and the impactful contributions, he has made to Canon Middle East, providing a unique glimpse into the mind of a visionary leader in the industry.

Over your 15 years at Canon Middle East, what have been the most significant changes in the marketing landscape, and how have you adapted your strategies to stay ahead?

Over the past 15 years, the marketing environment has evolved significantly. Since 2008, when I joined Canon Middle East, I have been instrumental in establishing the professional printing division from the ground up. Our initial strategy focused on long-term partnerships

and active participation in major printing events, enhancing Canon’s visibility and forging key industry connections. A major shift in our approach came when we moved from a product-focused strategy to offering holistic digital printing solutions, solidifying our position as a reliable industry partner. The challenges brought by the pandemic were met with a swift pivot to digital printing and a heightened focus on customer needs. Despite these challenges, we continued to innovate, launching new products and embracing virtual events. Our rapid recovery post-pandemic underscores our commitment to innovation and customer-centric strategies. The transition from analog to digital printing marked a significant phase, with our diverse product range and consultative selling approach bolstering our market leadership. In 2024, we introduced the “Printing Consultant Certification Program” to enhance our sales team’s capabilities and foster customer trust. This journey reflects our adaptability and dedication to staying at the forefront of the professional printing sector.

Winning the “People Manager of the Year” award is a remarkable achievement. Can you share your philosophy on people management and how it contributes to the success of your team and Canon Middle East as a whole?

Winning the “People Manager of the Year” award has been a significant achievement. My leadership style is rooted in authenticity, building trust and open communication. I focus on nurturing personal connections with my team, understanding the importance of a supportive and empathetic work environment. The ‘work hard, play hard’ philosophy underpins my management approach, balancing professionalism with relaxation to maintain a positive culture. Tailoring communication to meet individual team members’ needs has been key to fostering understanding and cohesion. My goal is to inspire and empower my team through a leadership style that emphasizes inclusivity and alignment

with diverse values.

Looking back on your extensive 25-year professional career, what do you consider as your most defining moment or project at Canon Middle East, and why?

My time with Canon in the Middle East and Africa has been a journey of significant professional milestones and achievements: Reflecting on my career, significant moments include the expansion of Canon’s Professional Printing business and leading the integration of Océ channels into Canon’s practices across the Middle East and Africa. Establishing Canon Saudi Arabia’s Jeddah branch and expanding our B2B operations in the region were pivotal experiences, contributing greatly to Canon’s success in these areas.

As you look forward to continuing your contributions to Canon, what are the key areas of focus or initiatives you are most excited about in the coming years?

Looking forward, I am excited about aligning Canon’s brand with trends like sustainability, digital transformation, AI, and emerging technologies. My focus will be on maintaining Canon’s industry leadership through technological advancements in printing, such as flatbed, roll-to-roll, label printing, and industrial inkjet printing. Our goal is to meet customer needs while staying attuned to the evolving printing industry.

Advice for Aspiring Leaders: For individuals aspiring to have a long and impactful career in marketing and leadership, what advice would you offer based on your experiences and accomplishments at Canon Middle East?

For those starting their careers, I advise staying authentic to your values and maintaining personal and professional integrity. Seek out challenges, prioritize ethical decision-making, and build respectful relationships. Find satisfaction in your work and take ownership of your responsibilities. This approach will pave the way for a fulfilling and successful career.



“My focus will be on maintaining Canon’s industry leadership through technological advancements in printing, such as flatbed, roll-to-roll, label printing, and industrial inkjet printing”



Reflections: FESPA Middle East 2024

During a very hectic three day schedule at the recently concluded FESPA Middle East 2024, ME Printer managed to get down on the lively show floor for an exclusive, first-hand feedback from some of the top exhibitors participating in FESPA's maiden venture in the MENA region.

Looking at HP's future?

Overall, we see double-digit growth, particularly in our low-volume segment. Once again, we are starting to gain a strong position in the Middle East with our latest technologies. Water-based inks, the technology and versatility, and white ink are some of the few

are looking at partners to work at multiple levels in sustainability. Another initiative is that we are opening an innovation centre in Dubai.

Mimaki

What innovative solutions is Mimaki presenting at FESPA



Q&A (Excerpts):

HP

What are the current trends in wide format printing?

We're seeing growth across the world, particularly over a number of segments. Coming out of COVID, we think the industry is in good shape, and the Middle East, in particular, is showing good growth. Retail is back, back to a strength that we have seen, and obviously there are a lot more exhibitions. Decorations are a growing segment, not only from a commercial aspect but also from domestic consumption as well. The extension of this also goes into textiles, where domestic consumption is improving.

How important is the Middle East market for HP?

Speaking about the Middle East market, Saudi is obviously the major market, besides the UAE. Regional partners play a very important role in helping us in our growth. The investments that we make together really drive a good outcome. Saudi Arabia is where we expect some additional growth in the coming years.

applications which our customers are taking advantage of.

Epson

Can you elaborate on the latest technological advancements Epson is showcasing at FESPA Middle East?

We are showcasing our latest advancements in signage as well as textile. In our stand we have V7000 UV flatbed printer that offers endless possibilities. Besides applications on stained glass, we are also displaying 8610 for car wraps, our well-known loved machine. We're also showing the R5010 resin printer, ideal for an expanded portfolio to include wallpaper and textile printing, besides direct to textile printers.

How do Epson's current product lines respond to the latest trends in the printing and graphics industry? There are more customized applications in digital, personalized t-shirts, etc. Customers choose the fabric and the design.

What are Epson's initiatives towards sustainability in printing technologies?

We are working with partners with more sustainable materials and

Middle East, and what are their key features?

Let's take one step back. If we look at the Middle East market, we saw in the last fiscal, that there's a tremendous 134% growth in the regional market, which is huge. That was one of the main reasons why we chose to participate in the FESPA show. Working closely together with our partners who are all around us and our distributor, we also want to step into the Middle East. Looking at the market trends, cost efficiency is important, and so is sustainability. The products that we are offering here are all about being cost efficient, especially if you look at our high volume 330 and 100 production printer series. We also have a new 210 3M Performance Guarantee ink.

So basically, it is a combination of machine and material. We just cannot have a good machine. It also has to have good materials. Our 210 ink is very cost effective and performs well. We also have UV and the more popular solvent printers in the market, but we have to maintain a balance between their individual benefits.

How do you plan to meet the

“Coming out of COVID, we think the industry is in good shape, and the Middle East, in particular, is showing good growth”



needs of your target audience? And does Mimaki plan a market expansion?

By producing the machinery and innovations that the customer demands, for which we have lengthy conversations with them. Mimaki is known for innovation with a very strong R&D team.

it twice as fast as previous models. Finally it is versatile and flexible to print on a wide variety of substrates. Our second new product on display is BD-8, which is our most compact and affordable desktop UV flatbed printer. Ideal for a beginner, the printer is equipped with a simple-design and user-friendly utility software.

How does Roland DG ensure an optimal user experience with its new products?

We now have a software called Roland DG Connect, a machine monitoring app, that helps you gain a detailed understanding of your entire print production. The



Showcasing new solutions and applications is how we plan to enter new markets.

Talking about Mimaki and Sustainability?

We want to encourage our audience to see how beautiful nature is. We believe that sustainability is not a marketing word, but a process of educating people and working as a chain. We need to do it together, with our customers and our partners. We are also planning to achieve our ESG goals by 2027.

Roland DG at FESPA

What are the key products and technologies being showcased by Roland DG at FESPA Middle East?

This month we have already launched four new models worldwide, of which three of them are here at FESPA Middle East, ready for their regional launch. MO-240 is our UV flatbed printer which comes with three exciting features. It gives improved image quality with specially formulated UV inks that can reproduce high-quality designs and small texts and its additional Red and Orange inks ensure accurate colour matching. Another feature is its high-speed productivity with staggered printheads, making

Also on display at FESPA Middle East is BY-20 Direct-to-Film (DTF) printer. Based on our top-selling BN series, BY-20 is very reliable and durable. Besides printers, we are also showcasing digitally printed wallpapers with unique three-dimensional embossing, our new business product. Talking about the wallpaper industry, only 5% of printing has been digitized. So we see a lot of potential.

What are Roland DG's expectations from FESPA Middle East in terms of business in the region?

The Middle East market is very important. The market is growing, especially in Dubai. Saudi is another important market that is growing rapidly.

From the company's viewpoint, how is the printing industry evolving and how is the company adapting to these changes?

We're always trying to adapt with new clients, new technology, and so on in the sign and graphics industry. While we continue doing this, we're also seeking for new partnerships. Last year, we had a new joint venture in Europe, DG DIMENSE. With their very unique inks combining with our technology, maybe we can

cloud-based software helps users see the status of ink levels, monitor printheads for manual cleaning frequency, and review the days and weeks print production.

What are Roland DG's post FESPA Middle East plans for leveraging the connections and insights gained?

Having more partnerships in the region is what we are looking forward to. We already have long-term partners in the Middle East including Emirates Computers in Dubai and ZOOFiTECH in Saudi Arabia.

“sustainability is not a marketing word, but a process of educating people and working as a chain”



Unraveling the Future of Textile Printing in Saudi Arabia



An Exclusive Interview with Karim Shalaby on the Saudi Stitch & Tex Expo 2024

ME Printer met with Karim Shalaby, the visionary leader behind Vision Fairs, to delve into the intricacies of the upcoming Saudi Stitch & Tex Expo. This event is a cornerstone for the textile and apparel industries, especially within the context of Saudi Arabia's ambitious Vision 2030. Scheduled from November 18-20, 2024, at The Arena in Riyadh, the expo is set to be a landmark occasion for the region's textile printing sector.

Could you give us a detailed overview of what to expect at the Saudi Stitch & Tex Expo this November?

The Saudi Stitch & Tex Expo, which debuted in Saudi Arabia in 2023 after 14 successful editions in Egypt, is a direct response to the Kingdom's industrial surge. It's more than an exhibition; it's a strategic move to align with Saudi Arabia's Vision 2030, aiming to showcase the latest in textile and apparel technologies. Our goal is to introduce cutting-edge technologies and applications in textiles, apparels, and textile printing to the burgeoning Saudi market, fostering growth and innovation.

What are your expectations for the 2024 edition of the Expo?

This year, we're expanding into a 6,000 square-meter space at The Arena, Riyadh, to accommodate



the growing interest from local and international companies. The overwhelming response from our first edition has shown us the critical need for more space to showcase the myriad of products and services our exhibitors have to offer. Our objective is not just to provide a platform for showcasing products but to facilitate the localization of the textile printing and apparel sectors, meeting the Kingdom's increasing market demands while fostering regional and global leadership in this field.

Can you highlight some of the major companies that will be participating this year?

The expo will feature a robust lineup of brands, underscoring the importance of textile printing. Participants include industry giants such as Aleph, Atexco, Audley, Brother, EFI, Epson, Fedar, Homer, HP, Keundo, Mimaki, Mutoh, ORIC

Systems, Twinjet, and Uras. This array of participants highlights the expo's role as a premier platform for showcasing the latest in textile and apparel manufacturing technologies.

How will the Expo foster communication and cooperation among business sector participants?

The Saudi Stitch & Tex Expo is more than an exhibition; it's a comprehensive platform for the industry. It brings together the latest technologies, trends, and materials in textiles, yarns, clothing, printing, dyeing, and embroidery. It offers a unique opportunity for companies and investors to explore new developments, network, and forge partnerships. The event will feature conferences, workshops, and professional training courses aimed at localizing the industry, addressing its challenges, and exploring opportunities for public-private

“It's more than an exhibition; it's a strategic move to align with Saudi Arabia's Vision 2030, aiming to showcase the latest in textile and apparel technologies”



“ Our next venture is the Morocco Stitch & Tex Expo, set for May this year. This expansion aims to cater to the well-established yarn, fabric, and ready-made clothing industry in Morocco ”

partnerships. It's a convergence point for stakeholders to discuss how to promote the industry in line with Saudi Arabia's industrial and environmental goals.

What future expansions do you envision for Vision Fairs?

Following our success over the years, attracting over 50,000 visitors and more than 2,000 brands, we're looking to broaden our horizons. Our next venture is the Morocco Stitch & Tex Expo, set for May this year. This expansion aims to cater to the well-established yarn, fabric, and ready-made clothing industry in Morocco, fostering growth and development in a new market.



Drupa is the Global Nexus for Print Innovation



Exclusive Interview with Sabine Geldermann, Director of drupa and Portfolio Print Technologies

In an era where innovation is pivotal, drupa 2024 stands at the forefront, shaping the future of the print technologies sector. Amidst changing industry dynamics and evolving technological landscapes, Sabine Geldermann, Director of drupa and Portfolio Print Technologies, sheds light on how this premier event continues to serve as the global nexus for print innovation, sustainability, and digital transformation. With an emphasis on showcasing world premieres, fostering international collaboration, and addressing the megatrends of sustainability and digitisation, drupa 2024 is poised to redefine industry standards and expectations.

With the observation that OEMs are no longer aligning product releases exclusively with drupa cycles, how is drupa 2024 adapting its approach to showcase innovations and maintain its relevance as a premier event in the print

technologies sector?

drupa is still THE platform for innovation and will feature more world premieres and product launches in direct international comparison than anywhere else. The large amount of exhibitor press conferences during the show, as well as the numerous responses from our exhibitors confirm that visitors can once again expect a wide range of innovations. The pre-drupa Media Conference, where selected exhibitors provide a preview of drupa, is also better booked than ever. This is another indicator of how strongly the industry is relying on drupa. But of course we are always adapting to the needs of the industry and focussing on its challenges and trends. This is why innovation showcases and thought leadership forums are an integral part of the drupa programme alongside the exhibitors' presentations at their stands. By highlighting cutting-edge technologies and emerging market trends, drupa will provide a comprehensive overview of the future direction of the print industry. This year, the focus will therefore be on the megatrends of sustainability and digitisation.

Through close collaboration and numerous partnerships within the global industry, drupa is creating a dynamic ecosystem for innovation and growth. By constantly evolving its concept in line with the changing needs of the print technology sector, drupa 2024 will emphasise its relevance as the industry's leading global event.

The anticipated visitor numbers for drupa 2024 reflect a significant change from past events, with expectations set at around 200,000 attendees. What strategies are being implemented to attract a diverse international audience, especially from regions like Middle East, India, and the Americas, despite the challenges such as the geopolitical situation affecting travel?

There is still a great need, now more than ever given the disruptive times we live in, to come to drupa to make sure you maintain or increase your competitive advantage. You need to be there to understand how the industry is developing and evolving. drupa works with industry associa-

tions and partners in target regions to promote the event and encourage attendance. This includes, for example, marketing campaigns, promotional events and roadshows. Our aim is to successfully activate existing and new visitor potential, especially in emerging markets such as South East Asia / Asia Pacific, Latin America, MEA, the US and certainly Europe. Even outreach to Australia and New Zealand via various marketing initiatives, cooperations, supported by our local reps.

The drupa World Tour took us to a total of 27 countries, including India, Egypt, Tunisia, Turkey, the UAE, China, the Philippines and many more. A very special highlight of our drupa World Tour were the "Print Promotion Industry Summits" in Asia and Latin America: With the motto "Enabling the Digital and Sustainable Transformation", Messe Düsseldorf, the Printing and Paper Technology Association of the German industrial organisation VDMA and some of the world's leading drupa exhibitors provided fascinating insights into the industry and initiated a valuable exchange of knowledge. The interest was huge, with an average of 200 industry professionals attending each event in Thailand, Indonesia, Vietnam, Mexico, Colombia and Brazil. During the tour I spoke to so many industry experts and partners and the anticipation for drupa was very noticeable. We are therefore confident that we successfully encouraged and inspired our audiences during our drupa world tour to come to Düsseldorf in May and June to experience and celebrate drupa with us.

Given the notable increase in Chinese exhibitors, occupying a significant portion of the exhibition space, how is drupa 2024 planning to balance the representation of global print technology innovators, ensuring a wide spectrum of technologies and trends are displayed?

The print industry in China has a long tradition and has a very impressive development. This has also been demonstrated at trade shows who are part of the drupa portfolio such as All in Print in China. Furthermore, our trade fairs in Asia have all exceeded expectations and this dynamic is

“By constantly evolving its concept in line with the changing needs of the print technology sector, drupa 2024 will emphasise its relevance as the industry's leading global event”

reflected as well at drupa. China is without doubt a strong and evolving market and eager to expand. Given this fact, European suppliers should highlight even more intensively their outstanding core and innovative competencies.

As in the past, drupa 2024 is strategically designed to ensure a balanced representation of all global print technology innovators. By organizing the exhibition space thematically rather than strictly by exhibitor origin, we aim to showcase a diverse array of print technologies and trends in an accessible and cohesive manner. Furthermore, drupa is hosting specialized forums, workshops, and panel discussions featuring industry experts from around the world to highlight global innovations and best practices. Through these initiatives, drupa 2024 strives to maintain a balanced representation of print technology innovators while providing attendees with comprehensive insights into the latest trends and developments shaping the industry.

The 2024 edition of drupa is expected to be covered more intensively by media than any previous edition, in more languages, and with a broad partnership network. Can you discuss the importance of media coverage for drupa, and how it impacts the visibility and success of exhibitors as well as the overall event?

Media coverage plays a crucial role in increasing the visibility and success of exhibitors by boosting their presence and showcasing their innovations to a global audience. Through extensive media coverage in multiple languages and partnerships with various networks, drupa is able to reach a wider audience of industry professionals, decision makers, investors and enthusiasts worldwide. This increased visibility not only increases the likelihood of attracting potential customers and partners for exhibitors, but also promotes brand recognition and credibility within the print technology sector. In addition, media coverage helps create buzz and excitement around the event, driving attendance and participation from key stakeholders. By showcasing exhibitors' products, technologies and achievements through various media channels, drupa can effectively position itself as the premier platform for showcasing the latest trends, innovations and advancements in the print

industry. Ultimately, robust media coverage contributes to the overall success of drupa by raising its profile, fostering international cooperation and facilitating meaningful interactions and business opportunities for exhibitors and visitors alike.

With a shift in the visitor profile since 2016 and a dynamic industry landscape, how is drupa 2024 evolving its content and program to address the changing needs and interests of attendees, from new technological showcases to educational sessions?

What makes drupa so unique is not only the high-calibre international exhibitors, but also the extensive supporting programme. Thus, drupa is not only a place for business and networking, but also for knowledge transfer. Five Special Forums will turn the trade fair into a hot spot for new technologies, applications and ideas. The drupa cube, drupa next age (dna) as well as touchpoint packaging, textile and sustainability all pick up on global mega trends, future technologies with growth potential and best practices covering a comprehensive spectrum of themes. Touchpoint sustainability is celebrating its premiere at drupa, enabling us to meet the ever-growing demand for sustainable print solutions. This forum will address the role of the printing and paper industry in a sustainable transformation and will provide a unique overview of the current state of the industry and its medium- and long-term developments. In addition to these special forums, we are also offering our visitors special guided tours on nine specific topics, which can be booked in addition to the entrance ticket. During the two-hour tours, exhibitors will showcase innovative products and business solutions.

The partnership with WhatTheyThink for producing the Daily Drupa and video content represents a significant effort to engage both attendees and those unable to attend. How do you envision this approach enhancing the drupa experience and fostering a global conversation about print technologies?

We are very happy to have found such a competent and experienced partner in WhatTheyThink. It is important to us that our product, the "drupa daily", becomes a special

print product that visitors receive on site in Düsseldorf. On the other hand, it is just as important to us that the content is distributed cross-media across all channels worldwide. So that even those who can't make it to Düsseldorf in person this time can experience the drupa feeling. There will be exciting interviews with the most important people in the industry, we will track down the hottest trends at the trade fair and provide the most important information on a daily basis. It's a huge project and a big task - but we're all looking forward to finally getting started soon.

Reflecting on the challenges and transformations within the print industry over the past eight years, what are some of the key trends or innovations that you believe will define the future of print technology, as may be highlighted at drupa 2024?

Automation of conventional processes, digital printing, especially inkjet technology, and cardboard packaging will be the focus at drupa 2024, in line with the principles of Industry 4.0. A common goal will be moving toward "Sustainable Printing." Attendees will experience a much stronger shift in terms of packaging production regarding corrugated, folding carton, labels and flexible packaging, given the potential of inkjet applications. Despite a decrease in print volumes, we observe an increase in value added printing and embellishment and decoration. This implies that the digitalization of processes in cardboard packaging contributes to efficiency and quality which brand owners require. Regulations and government restrictions with regards to sustainable print and packaging production will play a major role as well and even though this might vary from country to country and by continent, it will heavily impact our daily life and business.

The fact that the show will open its doors after eight years increases the anticipation and excitement of the global community for drupa 2024. The industry expects groundbreaking technologies and product premieres and given this fact, drupa will be the most significant trade fair of the year for the global print and packaging industry. For eleven days, it shapes the industry by unveiling emerging trends and innovations - even those that are set to be released in the coming years only.



“The industry expects groundbreaking technologies and product premieres and given this fact, drupa will be the most significant trade fair of the year for the global print and packaging industry”

FESPA Middle East 2024 Ends Successfully, Sets Future Course



“For three days, the halls of the Dubai Exhibition Centre were abuzz with conversations about investments, partnerships, industry trends, shared experiences, and creative business growth ideas”

The inaugural FESPA Middle East 2024 exhibition (29-31 January, 2024, Dubai Exhibition Centre) ended on a high note, connecting senior decision-makers from print and signage businesses with leading OEM suppliers and distributors, and featuring a strong programme of educational content, facilitating conversations on investments, partnerships, and industry growth plans.

Bazil Cassim, Regional Manager - FESPA Middle East, gives a brief overview of the event: “The inaugural event reaffirms the need for a dedicated exhibition for specialty print and signage in the Middle East. For three days, the halls of the Dubai Exhibition Centre were abuzz with conversations about investments, partnerships, industry trends, shared experiences, and creative business growth ideas. In addition to our comprehensive line-up of represented brands, visitors also had the opportunity to immerse themselves in a series of educational opportunities.”

Fillip for Regional Print and Signage

54% of visitors shared they were planning to invest at, or within six months of, the show. Of those visitors who shared their investment budget, the average was \$2,05,000 per visitor, with a collective budget of over \$486 million.

With a compelling line-up of over 150 brands, the event attracted a high quality audience of senior decision-makers, who accounted for 51% of visitors. A further 18% were influencers in the decision-making process and 78% of the audience held top or senior level company positions such as owners, partners, directors, managing directors, and managers. Over the three days, the event attracted 3,146 visits from over 2,500 unique visitors from 88 countries, including Bahrain, Egypt, India, Iran, Iraq, Jordan, Kuwait, Oman, Pakistan, Qatar, Saudi Arabia, and Turkey, besides the UAE.

Speaking about the significance of an event like FESPA Middle East in serving the specialty print, signage, and visual communications industry in the Middle East and Africa region, FESPA CEO Neil Felton says, “Our goal

is to deliver a platform that provides access to the latest innovations in digital wide format, screen and textile printing, signage and visual communications; enable knowledge exchange between regional businesses; and connect printers and signmakers with industry experts to expand their knowledge on the opportunities that exist in our market.” With the region showing strong growth in recent years, Felton believes that this was the right time to enhance the Middle East’s print, signage, and visual communications community with the exhibition and supporting feature programmes. “Just as FESPA Africa has already established itself as an important brand serving the specialty print industry in southern Africa, FESPA Middle East will now extend a similar proposition to print businesses from North Africa for whom Dubai is a more accessible location,” explains Felton.

Bigger Show at FESPA Middle East

Such was the interest shown by global suppliers and regional distributors that FESPA had to add a third hall to the exhibition, increasing the size of its marquee event in the Middle East by 40%.

Over 150 brands provided the visiting delegates an opportunity to see digital wide format, screen, and textile printing hardware, software, media, and consumables, as well as printed and non-printed signage solutions.

Visitors could also see print and signage solutions from event sponsors Canon, CMYK, Epson, Flex-Europa, and Signtrade, and hardware from leading suppliers IECHO, Mimaki, Roland, and Vanklaser. Companies such as Aerolam, Avery Dennison, BestSub, Boyang, MacTac, and Mecolour presented media and consumables.

FESPA Middle East also featured a strong line-up of distributors showcasing a range of global brands including 3M, Arlon, Brother, Grando, Graphtec, GZ, HP, Mutoh, Onyx, Orafol, Philips Digital Signage, PONGS, swissQprint, Valiani, Vision, and many more.

Platinum sponsor Signtrade took up a significant space to showcase

solutions from over 30 brands, including 3M, Cosign, HP, Starflex, and swissQprint.

Major Brands Speak with Cutting-edge Technologies

Technology major HP presented the HP Latex portfolio and solutions in collaboration with Signtrade, targeting Print Service Providers to help them meet high levels of demand, optimize work processes, and grow their businesses. Michael Boyle, Senior Vice President - HP Large Format Print Worldwide, says, “Speaking about the Middle East market, regional partners play a very important role in helping us in our growth. An event like FESPA Middle East has opened the door for us to gain a strong footprint in the region with our latest technologies.

As a key region, Mimaki - a global industry leader and manufacturer of wide-format inkjet printers, cutting plotters, and 3D printers - demonstrated its broad portfolio of high performing printing and cutting solutions designed for sign graphics, industrial, and textile markets, including the high volume 330 and 100 printer series alongside a series of cost-efficient inks. Mimaki also demonstrated several cost effective solutions, including UJV 100-160Plus, Mimaki’s highly competitive LED UV printer, using the new LUS-210 3M Performance Guarantee ink, and the UJV55-320 for those looking to create wider-format prints with Mimaki’s UV printing technology.

The company’s solvent printer portfolio at the show featured the eco-solvent CJV330-160 that produces high resolution, durable prints for signage. Another display was the entry level JV100-160B solvent printer - part of a full print and cut workflow demonstration - operating in conjunction with the CG-130AR cutting plotter from the CG-AR series. For textile printers, the TS100-1600 sublimation transfer inkjet printer was of particular interest.

“So basically, what we had was a combination of machine and material. We just cannot have a good machine. It also has to have good materials. Our 210 ink is very cost effective and performs well,” explains Danna Drion, General Manager Marketing & PM

EMEA, Mimaki Europe B.V.
Brother Industrial EMEA - manufacturers of direct to garment and large wide format printers - gave visitors a chance

Middle East 2024.

Delegates Praise FESPA for Immense Business Opportunities



to explore their latest innovations in industrial printing technology.

The GTX600 garment printer, dubbed the 'next BIG thing in mass production', which can meet the dual challenges of high-quality design reproduction and industrial level activity, and the WF1 L640 wide format latex printer developed for the first time for signs and displays, and versatile enough to give endless possibilities to express design and creativity on a wide range of materials such as canvas, paper, PVC, wallpaper, and more, were some of Brother's standout solutions on display.

Another leading brand, Epson, showcased their latest advancements in signage as well as textile. Anke Brandts, Manager Product Management, Epson Middle East, elaborates, "We displayed the V7000 UV flatbed printer that offers endless possibilities. Besides applications on stained glass, we also displayed the 8610 for car wraps, our well-known loved machine. Also on show was the R5010 resin printer, ideal for an expanded portfolio to include wallpaper and textile printing, besides direct to textile printers."

Out of the four new models launched worldwide, Roland DG unveiled three of them at FESPA Middle East as part of their regional launch. Products included the MO-240 UV flatbed printer that gives improved image quality with specially formulated inks, the compact and affordable BD-8 desktop UV flatbed printer, and the BY-20 Direct-to-Film (DTF) printer known for its reliability and durability. "The Middle East market is very important. The market is growing, especially in Dubai. Saudi is another important market that is growing rapidly," explains Takuto Hasegawa on the reason behind Roland DG Corporation participating in FESPA

The response from visitors was upbeat, with delegates praising FESPA for the opportunity to access innovative technologies and connect with new suppliers.

Shoaib Merchant, Director at Champion Group, says, "All the important industry players were there and there were a lot of products on show. It was a great opportunity for the industry to come together to discuss the latest trends and technologies and I hope that FESPA organises more events in this region in the future."

Exhibitors commented on the high quality of contacts and conversations. Yasin Merchant, Managing Director, Signtrade, comments, "We've had good footfall, lots of high-quality visitors and we're happy that a lot of them are new customers now. It's been a great experience and I wish FESPA would have hosted an event in the Middle East sooner."

Mathew Faulkner, Director of Marketing & Innovation, Wide Format Printing business, Canon EMEA, explains, "FESPA has a big draw within the wide format industry, so it's important for us to be present at their events and to share new opportunities for the market in the Middle East. FESPA Middle East was of the same high quality as FESPA in Europe. There was an excellent content programme, covering a wide variety of new and existing market opportunities and we're really looking forward to next year's event." Shihab Ahmed Zubair, Sales Manager, Epson Middle East, says, "FESPA is always our favourite show, so we were very excited for FESPA Middle East. FESPA will add a lot of value to the region from an educational standpoint, providing fresh ideas to visitors and having all the key brands at their events. We had a great show and we're hoping for more events in the future." Folker Stachetzki, Marketing Man-

ager, Brother Industrial EMEA, shares his views: "The Middle East and North Africa is one of the fastest growing markets for us and there's a trend towards high volume, high-quality print production. The show was very good and we had very high-quality visitors. We were very excited to exhibit and it definitely won't be the last time."

Danna Drion, General Manager Marketing & PM EMEA at Mimaki Europe B.V., adds, "We had a very busy show, a lot of building new relationships with customers and prospects, and it was great to see so much interest in this region for our products and innovations. Being at the event with our partners and distributors allowed us to enrich our partnerships and to work together on this great show, and we're looking forward to the future."

Education, Sustainability, Colour Management, Vehicle Wrapping...and much more

The educational feature programme was also well received. Visitors learnt about alternative materials and substrates for more environmentally-conscious production at the Sustainability Spotlight and explored the world of vehicle wrapping at World Wrap Masters. The FLEX sessions and colour management workshops inspired lively discussions and delegates had the opportunity to network and connect with the wider community, as well as become FESPA Direct members at the Club FESPA lounge.

FESPA Middle East 2025 Dates Confirmed

On the very opening day of FESPA Middle East 2024, FESPA announced that the second edition of the event will return to the same venue - Dubai Exhibition Centre (DEC) - from 20 -22 January, 2025. The decision to host the event in 2025 follows the positive response to the launch of FESPA Middle East 2024.

"The exhibitor and visitor feedback to the launch of FESPA Middle East has been overwhelmingly positive and reaffirms our decision to expand our offering into the Middle East, North Africa, and South Asia region. In response to this, we're delighted to be returning to Dubai Exhibition Centre for our second edition in 2025 and look forward to offering a platform that builds on the success and our learnings from the 2024 event," says FESPA's Cassim.

“The exhibitor and visitor feedback to the launch of FESPA Middle East has been overwhelmingly positive and reaffirms our decision to expand our offering into the Middle East, North Africa, and South Asia region”

HP's Bold Vision at the Saudi Signage Expo 2024



“ HP is strategically prepared to showcase its leadership in digital printing in Saudi Arabia, emphasizing innovation and sustainability with solutions that meet local business needs



Abdallah Aoude discusses HP's strategy for the Saudi Signage Expo and the company's dedication to the Saudi market.

The Saudi Signage Expo, scheduled for March 5-7, 2024, is poised to attract significant attention, featuring leading large format printing companies, with HP Middle East planning a vibrant and impactful presence. This event aligns perfectly with Saudi Arabia's ambitious Saudi Vision 2030, aiming to diversify the economy and reduce oil dependence, offering a prime opportunity for companies like HP to connect with the kingdom's dynamic market.

Abdallah Aoude, HP's Large Format Pro Lead for the Middle East and Africa, emphasizes the importance of HP's participation, highlighting it as a demonstration of the company's dedication to the Saudi market and its commitment to leading in technological advancements in digital printing and sustainable decor. Aoude notes the expo as an excellent venue for HP to present its innovative solutions, engage with customers, and showcase how HP's technologies can bolster business growth. Aoude explains that HP is strategically prepared to showcase its leadership in digital printing in Saudi

Arabia, emphasizing innovation and sustainability with solutions that meet local business needs. The goal is to reinforce HP's reputation as a reliable and innovative partner. At the expo, HP will highlight its latest large format printing technologies, focusing on products for signage, retail, décor, and commercial applications, aiming to demonstrate their impact on enhancing creativity and productivity across various industries. Aoude points out that this participation not only showcases HP's dedication to advanced solutions that cater to regional needs but also strengthens its position in the Middle East through direct engage-





ment with customers and partners. Since establishing its presence in 2001, HP has aligned its sustainability efforts with Saudi Arabia's visionary goals, anticipating a demand surge for innovative solutions. The expo will also debut HP's Gen 4 printers, showcasing HP's ongoing innovation and commitment to sustainability in the printing sector. These printers are designed with a focus on environmental responsibility, efficiency, and versatility. Aoude further discusses HP's approach to supporting customer success in the market, providing sustainable and innovative technology solutions tailored to specific needs. With a commitment to sustainability, HP offers comprehensive training and support, enabling customers to maximize their technology investments.

Highlighting HP's technological advancements, Aoude mentions the integration of advanced inkjet technologies like HP Latex, smart printing solutions leveraging AI and machine learning, and user-friendly software features. These innovations underline HP's commitment to quality, innovation, and sustainability, ensuring their printers meet high standards of performance, versatility, and environmental responsibility.



“ Since establishing its presence in 2001, HP has aligned its sustainability efforts with Saudi Arabia's visionary goals, anticipating a demand surge for innovative solutions ”

From Gutenberg to Digital Disruption or Not



The Odyssey of Printing from Achaemenid Seals to the Midlife Crisis

So, who's the genius behind printing, you ask? Well, the Germans like to claim they've got dibs on it because of Gutenberg, but let's set the record straight—Gutenberg didn't exactly invent printing. He did, however, give it a makeover that even Cinderella would be jealous of, with a little help from his friends (whose contributions got buried in the history closet). He introduced movable metal type and a snazzy press, turning printing into a full-fledged industry. Now, some historians throw a curveball and credit the Uighurs in China, who were happily carving wooden blocks for their printing gigs.

Ladies and gents (and our fabulous LGBTQ++ pals), grab your imaginary passports because we're about to embark on a journey through printing history. We've even got Homer's ghost's seal of approval!

Act 1: Gutenberg and the Printing Machine Drama

Picture this: Mainz, Germany, around 1440-ish. Johannes Gutenberg is probably kicking back, inventing the printing machine, looking like the 15th-century Elon

Musk but without the Twitter addiction. In the blink of an eye, handwritten manuscripts and calligraphic books went the way of the dodo. The first mass-produced books, including the Gutenberg Bible, became the hottest ticket in town. But not everyone was cheering. Monks who'd been hand-copying the Bible by candlelight suddenly found themselves in the unemployment line. Yep, even in the 15th century, automation was already a thing.

And speaking of Gutenberg, let's not put a halo on his head just yet. The head honcho at the Mainz Museum spilled the beans during our chat in 2000. After Gutenberg's printing machine hit the scene, Mainz had a fiery meltdown, and all the records about the history of printing went up in smoke. Info about Gutenberg now comes from the juicy details in his legal battles, tucked away in the city courthouse's attic. Gutenberg and his partner were the original odd couple, and their falling-out led to courtroom drama and a messy breakup. He also duked it out with other partners, and the history books have the receipts. So, who's the real MVP of the printing machine? Your guess is as good as mine. Oh, and that book about Gutenberg published by the Mainz Museum? It's the holy grail of Gutenberg lore, but it's missing one crucial thing: a snapshot of the man himself. The head honcho says it's because nobody knows what he really looked like, so the drawings and paintings of him are just the wild fantasies of artists. Personally, I like to imagine him with a suave trimmed beard, hipster sunglasses, a flowing mane of hair, a cigarette hanging from his lips, and a few tattoos. And come on, tattoos are a form of printing, right?

Act 2: The Enlightenment Era and the Printing Shenanigans

Fast forward to the Enlightenment era, where thinkers donned powdered wigs and pondered deeply. They turned to the printing press, making it the Instagram of their time. Ideas spread like wildfire, and folks suddenly woke up, even

though hashtags hadn't been invented yet. Libraries popped up like mushrooms, and knowledge became the hottest ticket in town—provided you could decipher Latin, a language understood by about 0.001% of the population. Don't let these Enlightenment thinkers slip under your radar!

Act 3: The Industrial Revolution and the Mass Printing Extravaganza
Now, hold onto your powdered wigs because the printing press got a steam-powered upgrade! Newspapers were all the rage, and everyone and their grandma had an opinion. Sadly, most of those opinions ended up as greasy sandwich paper. Printing became a symbol of power, and political cartoons shook the world. Who knew printing could be so influential?

Act 4: The Internet Gatecrashes the Printing Party

Suddenly, out of nowhere, the internet gatecrashes the printing world. The printing press pleads, "Slow down, let's make this work. I thought we had something special." But the internet, the new kid in town, gives the printing industry a midlife crisis. Men and women (and our fabulous LGBTQ++ friends) hitting their fifties are hit with a wave of nostalgia for their youth. They buy sports cars, hit the gym, bleach their teeth, and get a tan.

Okay, back to printing. After the internet's grand entrance and takeover, the printing industry had to evolve or become extinct. It embraced digital printing, automation up to the wazoo, hybrid printing, fancy workflow systems, 3D printing, augmented reality—you name it!

To sum it up, the printing industry's journey, from Gutenberg's printing press (or whoever else had their hands in the cookie jar) to today's digital era, has been a rollercoaster ride of ups and downs. Revolutions, Enlightenment, and the internet—you name it, they've seen it all. The future? Well, that's anyone's guess. Some folks think printing's making a comeback, while others say it's time to fully embrace the digital age. So, let's sit back and see how the next exciting chapter unfolds in the thrilling saga of paper, ink, and maybe a few more surprises!

“To sum it up, the printing industry's journey, from Gutenberg's printing press (or whoever else had their hands in the cookie jar) to today's digital era, has been a rollercoaster ride of ups and downs”

IML: Transforming Packaging with Advanced Technology

How In-Mold Labeling Enhances Product Appeal and Sustainability

In-mold labeling (IML) is a process where a pre-printed decorative film is inserted into a mold prior to the formation of the plastic container. During this process, heated plastic pellets or resin are introduced into the mold. As the plastic takes shape within the mold, it seamlessly fuses with the label, forming a unified product.

In-mold labels undergo surface printing and are then coated with an over-lacquer or topcoat, utilizing either roll or sheet printing methods. The adhesive component of these labels is integrated into the film either through coextrusion, extrusion coating, or as a separate coating applied at various stages of the printing process. Once printed, the labels are precisely die-cut to the required size and shape, and then assembled in stacks for use in the in-mold labeling process.

The Evolution of In-Mold Labeling

Originating in Europe during the 1970s for injection molding and later in the United States for blow molding, in-mold labeling (IML) has revolutionized the process of decorating plastic containers. This technique involves placing a pre-printed label within the mold before the plastic is injected, blown, or thermoformed, resulting in a seamless and integrated label on the finished product.

In-Depth Look at the IML Process

Blow Molding: In this IML process, a label is placed in an open mold, held in position by vacuum ports or electrostatic attraction. The mold then closes, and molten plastic resin is extruded into it, conforming to the shape of the object. The label merges with the hot plastic, becoming an integral part of the container. This method is predominantly used for bottles and hollow containers.

Thermoforming: Thermoforming IML differs slightly. Here, the label is placed in the mold, and a sheet of plastic is laid over it. The heated mold then closes, shaping the container and integrating the label into

it. This process is widely used for the manufacturing and decoration of container lids.

Injection Molding: In injection molding IML, the label is inserted into the mold, and heated plastic is injected, forming the container around the label. The plastic granules are fed into a screw tool, melted, and then injected into the mold. This method is commonly used for solid containers and offers high precision in label placement.

Substrates Used in IML

The substrates for IML have evolved from paper labels to more advanced filmic materials compatible with the primary container material, enhancing recyclability. These substrates are designed with properties like good lay-flat characteristics, a range of finishes (matte, gloss, metallics), and resistance to issues like curling and scratching.

Advantages and Disadvantages of IML

IML's advantages include enhanced label durability, integration with the container for increased strength, resistance to harsh conditions, and simplified filling and packaging operations. However, it faces challenges like inflexibility in rapid decoration changes, high initial equipment costs, and extended production times.

Comparison to Wet Glue Labels

While IML offers a more durable and integrated labeling solution compared to wet glue labels, the latter still holds advantages in terms of cost-effectiveness, flexibility for design changes, and lower initial investment.

Specialized Applications and the 'No Label' Look

In specific applications like yogurt packaging, IML has been innovatively employed using form-fill-seal machines. These machines allow for the labeling of containers in aseptic conditions, enabling lighter container walls and efficient production. Additionally, IML technology has made the 'no label' look increasingly popular. This involves the use



of transparent film labels that give products a sleek, label-free appearance while still providing necessary branding and information. This aesthetic, combined with the durability and recyclability of IML, offers brands a unique way to stand out on shelves and appeal to environmentally conscious consumers.

Sustainability and Recyclability in IML

A significant benefit of IML is its contribution to sustainability and recyclability. Since the label and container materials are similar, typically both being polypropylene or polyethylene, the entire package becomes fully recyclable. This uniformity in materials simplifies the recycling process, as there is no need to separate the label from the container. It aligns with the growing global demand for sustainable packaging solutions, reducing the environmental impact while maintaining high-quality aesthetics and functionality.

IML stands as a pivotal innovation in packaging, offering a blend of durability, aesthetics, and environmental sustainability. Its continued evolution and adaptation to various molding techniques, including the sophisticated 'no label' look, underscore its significant role in the future of packaging technology.

“A significant benefit of IML is its contribution to sustainability and recyclability. Since the label and container materials are similar, typically both being polypropylene or polyethylene, the entire package becomes fully recyclable”



العلامات التجارية الكبيرة التي تستهدف المملكة رغبتهم في المشاركة بالمعرض مثل العلامات التجارية التالية: Aleph, Atexco, Audley, Brother, EFI, Epson, Fedar, Homer, HP, Keundo, Mimaki, Mutoh, ORIC Systems, Twinjet, and Uras.

كيف يعزز معرض "سعودي ستيتش أند تكس 2024" التواصل والتعاون بين المشاركين على مستوى قطاع الأعمال؟ يمثل المعرض منصة ثرية لتقديم وعرض أحدث التكنولوجيا، وكذلك آخر المستجدات في مجال صناعات المنسوجات والغزل والملابس الجاهزة والطباعة والصباغة والتطريز وأيضاً أحدث الخيوط الطبيعية والمصنوعة والمخلوطة من الاقطان والاصواف والكتان ذات الجودة العالية، وذلك لإتاحة الفرصة امام الشركات والمصانع ورجال الاعمال والمستثمرين للتعرف على اخر التطورات في مجال صناعة الغزل والنسيج والملابس الجاهزة وجميع مستلزمات الطباعة والصباغة والخيطة. ويمثل المعرض ملتقى لصناع الغزل والنسيج والملابس الجاهزة من مختلف دول العالم على ارض المملكة وملتقى للمصدرين والموردين الدوليين والمحليين لعقد الصفقات التجارية وفتح مجالات للتصدير واقتحام اسواق جديدة، وكذلك الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة للماكينات والالات والتي تسمح بزيادة الانتاجية وتحسين جودة المنتجات. وسيقام على هامش المعرض فعاليات عدة منها مؤتمر لتوطين وتطوير صناعة

الملابس الجاهزة وتحدياتها وكذلك ورش عمل ودورة تدريبية احترافية للطباعة على الملابس الجاهزة والنسيج. ويستعرض المؤتمر دور صناعه الغزل والنسيج والملابس الجاهزة في توفير فرص العمل باعتبارها من الصناعات كثيفة العمالة، وفرص تطوير الصناعة مع المحافظة على الاهداف البيئية وبما يتفق مع توسع الدولة في الاستثمارات الخضراء. كما يتناول المؤتمر فرص الشراكة بين الدولة والقطاع الخاص في مجال صناعه المنسوجات والملابس الجاهزة، بالإضافة الى دور المشروعات الصغيرة والمتوسطة في دعم هذه الصناعة وتوفير مستلزمات انتاجها ويناقد المؤتمر اهم التحديات التي تواجهه صناعة الغزل والنسيج والملابس الجاهزة

في المملكة وكيفية النهوض بهذه الصناعة بما يتفق مع مستهدفات الدولة وخطتها لتوطين الصناعات. تمتلك المملكة جميع مقوماتها ويمكن ان تصبح من الصناعات الاستراتيجية التي تساهم في زيادة الناتج المحلي وترفع من القدرات التنافسية والتصديرية للمنتجات السعودية. هل لديكم خطط للتوسع في دول أخرى؟ استطاع معرض ستيتش أند تكس منذ عام 2007 على مدى 16 دورة أن يجذب 50 الف زائر وأكثر من 2000 علامة تجارية، وقد حان الوقت الآن للتوسع، ولذلك فإننا سوف نقوم بتنظيم نسخة من المعرض في المملكة المغربية في شهر مايو لهذا العام 2024، وذلك لخدمة صناعة الغزل والنسيج والملابس المستوطنة في المغرب وتطويرها.

مقابلة حصرية مع "كريم شلبي" الرئيس التنفيذي لدى Vision Fairs إحدى الشركات المنظمة لمعرض "سعودي ستيتش أند تكس"

التقنيات والتكنولوجيا والتطبيقات في مجال صناعات الغزل والنسيج وصناعة الطباعة على الأقمشة التي تعتبر أهم أحد الصناعات التكميلية، وذلك من أجل خدمة السوق السعودي الواعد.

ما هي توقعاتكم بحجم الحضور وعدد المشاركات في النسخة القادمة من "سعودي ستيتش أند تكس"؟

لقد ضاعفنا مساحة معرض "سعودي ستيتش أند تكس" خلال العام الحالي، ونقلناه إلى مركز أرينا بالرياض، وهو أحد أضخم مراكز المعارض والمؤتمرات في المملكة العربية السعودية، وذلك لعدة أسباب:

- النجاح الكبير للنسخة الأولى: شهدت النسخة الأولى من المعرض إقبالاً كبيراً من قبل الشركات والمشاركين، بشكل فاق التوقعات.

- الطلب المتزايد على المشاركة: تلقينا العديد من طلبات المشاركة من الشركات المحلية والعالمية، مما يتطلب مساحة أكبر لاستيعاب جميع المشاركين.

- توفير تجربة أفضل للزوار: نهدف إلى توفير تجربة غنية ومثمرة للزوار، ومساحة المعرض الجديدة ستسمح لهم بالتنقل بسهولة والتعرف على جميع المنتجات والخدمات المعروضة.

- تلبية احتياجات السوق المتزايدة: تهدف المملكة العربية السعودية إلى توطين قطاع الطباعة على المنسوجات والملابس الجاهزة، ونسعى من خلال توسيع المعرض إلى دعم هذه الجهود وتلبية احتياجات السوق المتزايدة.

ولقد تم تحديد الفترة الممتدة من 18 إلى 20 نوفمبر 2024 لتكون موعد انطلاق الدورة الثانية من معرض "سعودي ستيتش أند تكس".

كما ندعو الزوار من مختلف أنحاء العالم للحضور والتعرف على أحدث تقنيات ومعدات هذه الصناعة.

ونحن نشق أن "سعودي ستيتش أند تكس" سيواصل لعب دور هام في دعم وتطوير صناعة الغزل والنسيج في المملكة العربية السعودية، وتحولها إلى مركز إقليمي وعالمي رائد في هذا المجال.

هل يمكنك أن تبين لنا أهم العلامات التجارية من المتخصصين بقطاع الطباعة على المنسوجات الذي مقرر مشاركتهم في النسخة القادمة من المعرض.

قطاع الطباعة على الملابس والمنسوجات هو أحد القطاعات الرئيسية في المعرض، وذلك إلى جانب ماكينات صناعة الملابس والأقمشة وقد أبدى العديد من



"سعودي ستيتش أند تكس إكسبو" هو النسخة التي أقيمت في المملكة العربية السعودية لأول مرة في العام الماضي 2023. بعد إنطلاق معرض "ستيتش أند تكس" في العاصمة المصرية بالقاهرة عام 2007 وإقامة 14 دورة مميزة في مصر، قررنا التوسع في الدول المستهدفة وكانت السعودية هي قبلتنا ومحطتنا الأهم. حيث تشهد المملكة العربية السعودية تطورا مستمرا في المجال الصناعي، ولذلك كان لزاما علينا تدشين المعرض ليتواكب مع سعي المملكة لتحقيق أهدافها الاقتصادية والصناعية الطموحة، ومع رؤية المملكة العربية السعودية 2030.

وفي هذا السياق فإن شركتنا الرائدة والمتخصصة في مجال تنظيم المعارض الدولية في مصر والشرق الأوسط وأفريقيا، والمنظمة لسلسلة معارض ستيتش أند تكس التي تعد العلامة التجارية الأكبر والأشهر، ومنصه الأعمال الأكثر تخصصاً في المنطقة في تكنولوجيا صناعة الطباعة على النسيج والملابس، قد نظمت أول معرض متخصص من نوعه بالمملكة العربية السعودية، وذلك لنقل أحدث

"سعودي ستيتش أند تكس": بوابة المملكة العربية السعودية نحو إزدهار صناعة الطباعة على النسيج

تُعد المملكة العربية السعودية وجهةً صناعيةً واعدةً تشهد نمواً هائلاً في مختلف القطاعات، بما في ذلك صناعة النسيج والملابس، وقطاع الطباعة على الأقمشة المنسوجات. وانسجاماً مع رؤية المملكة 2030، تُسهّم شركة Vision Fairs، الرائدة في تنظيم المعارض الدولية المتخصصة، في دفع عجلة هذه الصناعة من خلال تنظيم معرض "سعودي ستيتش أند تكس".

وفي هذا الحوار، يُشاركنا السيد كريم شلبي، العضو المنتدب والرئيس التنفيذي لشركة Vision Fairs رؤيته حول أهمية هذا المعرض ودوره في تعزيز التواصل والتعاون بين المشاركين على مستوى قطاع الأعمال، واليكم كافة التفاصيل من خلال السطور القادمة:

في بداية حديثنا معك، هل يمكنك أن تعطينا لمحة عامة حول معرض "سعودي ستيتش أند تكس"؟



أن يتم توزيع المحتوى عبر وسائط متعددة عبر جميع القنوات على مستوى العالم. حتى يتسنى لأولئك الذين لا يستطيعون الحضور إلى دوسلدورف هذه المرة أن يشعروا بجو "دروبا". ستتضمن مقابلات مثيرة مع أهم الشخصيات في الصناعة، وستتبع أحدث الاتجاهات في المعرض ونقدم أهم المعلومات على أساس يومي. إنه مشروع ضخم ومهمة كبيرة - ولكننا جميعًا نتطلع إلى البدء قريبًا.

عند التأمل في التحديات والتحولت داخل صناعة الطباعة خلال الثماني سنوات الماضية، ما هي بعض الاتجاهات أو الابتكارات الرئيسية التي تعتقد أنها ستحدد مستقبل تكنولوجيا الطباعة، كما قد يتم التركيز عليها في دروبا 2024 ؟

تركيز "دروبا 2024" سيكون على أتمتة العمليات التقليدية، والطباعة الرقمية، وخاصة تقنية الطباعة بالحبر الجاف، وتغليف الكرتون، وفقًا لمبادئ الصناعة 4.0. الهدف المشترك سيكون التحول نحو "الطباعة المستدامة". سيشهد الحضور تحولًا أقوى بكثير في إنتاج التعبئة والتغليف بالنسبة للكرتون المموج، وصناديق الطي، والتسميات، والتعبئة والتغليف المرنة، نظرًا لإمكانات تطبيقات الطباعة بالحبر الجاف. على الرغم من انخفاض حجم الطباعة، نلاحظ زيادة في قيمة الطباعة المضافة والزخرفة والديكور. وهذا يعني أن تطوير العمليات في تعبئة الكرتون الورقي يسهم في الكفاءة والجودة التي يتطلبها أصحاب العلامات التجارية. ستلعب اللوائح والقواعد الحكومية فيما يتعلق بالإنتاج المستدام للطباعة والتغليف دورًا كبيرًا أيضًا، وعلى الرغم من أن ذلك قد يختلف من دولة إلى أخرى ومن قارة إلى أخرى، فإنه سيؤثر بشدة على حياتنا اليومية وأعمالنا.

حقيقة أن المعرض سيفتح أبوابه بعد ثماني سنوات تزيد من الترقب والحماس في المجتمع العالمي تجاه "دروبا 2024". يتوقع القطاع الصناعي تقديم تقنيات رائدة وعروض منتجات حصرية، ونظرًا لهذه الحقيقة، سيكون "دروبا" أهم معرض تجاري في العام لصناعة الطباعة والتغليف على مستوى العالم. لمدة أحد عشر يومًا، يشكل هذا المعرض الصناعي الاتجاهات الناشئة والابتكارات، حتى تلك التي من المتوقع أن تطلق في السنوات القادمة فقط.



والطويل. بالإضافة إلى هذه المتديات الخاصة، نقدم أيضًا جولات موجهة خاصة لزوارنا حول تسعة مواضيع محددة، يمكن حجزها بجانب تذكرة الدخول. خلال الجولات التي تستمر ساعتين، سيقدم المعارضون منتجات وحلول أعمال مبتكرة.

الشراكة مع WhatTheyThink لإنتاج "الدريوبا اليومية" ومحتوى الفيديو يمثل جهدًا كبيرًا لجذب الحضور وأولئك الذين لا يستطيعون الحضور. كيف تتصور أن هذا النهج سيعزز تجربة "دروبا" ويعزز الحوار العالمي حول تقنيات الطباعة؟

نحن سعداء للغاية بأننا وجدنا شريكًا كفءًا وذو خبرة "WhatTheyThink". بالنسبة لنا، من المهم أن يصبح منتجنا، "الدريوبا اليومية"، منتجًا طباعيًا خاصًا يتسلمه الزوار على الفور في موقع المعرض في دوسلدورف. من ناحية أخرى، يكمن أهمية كبيرة في

الشامل. لذا، فإن "دروبا" ليست مكانًا فقط للأعمال التجارية والتواصل، بل أيضًا لنقل المعرفة. سيحول خمس منتديات خاصة المعرض التجاري إلى بقعة ساخنة للتكنولوجيا الجديدة والتطبيقات والأفكار. يركز الـ "drupa cube"، و "drupa next age"، بالإضافة إلى "touchpoint ((dna)، و "packaging"، و "touchpoint textile"، و "touchpoint sustainability" على الاتجاهات العالمية الكبرى والتكنولوجيا المستقبلية ذات الإمكانيات النمو وأفضل الممارسات التي تغطي مجموعة شاملة من الموضوعات. يحتفل "touchpoint sustainability" بأول ظهور له في "دروبا"، مما يمكننا من تلبية الطلب المتزايد باستمرار على حلول الطباعة المستدامة. سيتناول هذا المنتدى دور صناعة الطباعة والورق في التحول المستدام وسيقدم نظرة فريدة عن الوضع الحالي للصناعة وتطوراتها على المدى المتوسط



ابتكاراتهم أمام جمهور عالمي. من خلال تغطية إعلامية واسعة بلغات متعددة وشراكات مع شبكات متنوعة، تتمكن "دروبا" من الوصول إلى جمهور أوسع من المحترفين في الصناعة واتخاذ القرار، والمستثمرين، والمهتمين في جميع أنحاء العالم. تعزيز هذه الرؤية المتزايدة لا يسهم فقط في زيادة احتمال جذب الزبائن والشركاء المحتملين للمعارضين، ولكنه يعزز أيضًا التعرف على العلامة التجارية والمصادقية ضمن قطاع تكنولوجيا الطباعة. بالإضافة إلى ذلك، تساعد تغطية وسائل الإعلام في إثارة الإثارة والحماس حول الحدث، مما يعزز حضور الجمهور المستهدف والمشاركة من قبل أصحاب المصلحة الرئيسيين. من خلال عرض منتجات وتقنيات المعارضين وإنجازاتهم عبر مختلف

التجارية في آسيا جميع التوقعات، ويتم تعكس هذه الديناميكية أيضًا في معرض "دروبا". بلا شك، الصين هي سوق قوية ومتطورة وتتطلع إلى التوسع. ونظرًا لهذه الحقيقة، يجب على الموردين الأوروبيين تسليط الضوء بشكل أكثر كثافة على قدراتهم الأساسية المتميزة والمبتكرة. كما كان الحال في الماضي، تم تصميم معرض "دروبا 2024" استراتيجيًا لضمان تمثيل متوازن لجميع رواد تكنولوجيا الطباعة على مستوى العالم. من خلال تنظيم مساحة المعرض بشكل موضوعي بدلاً من تنظيمها بناءً على منشأ المعارض، نهدف إلى عرض مجموعة متنوعة من تقنيات الطباعة والاتجاهات بطريقة واضحة ومنسجمة. وعلاوة على ذلك، يستضيف "دروبا" منتديات متخصصة

قامت جولة "دروبا" العالمية بزيارة إجمالية لـ 27 دولة، بما في ذلك الهند ومصر وتونس وتركيا والإمارات والصين والفلبين والعديد من الدول الأخرى. كان من أبرز اللحظات في جولتنا العالمية لدروبا "قمة صناعة تعزيز الطباعة" في آسيا وأمريكا اللاتينية: بشعار "تمكين التحول الرقمي والمستدام"، قدمت ميسه دوسلدورف، وجمعية تكنولوجيا الطباعة والورق في الاتحاد الصناعي الألماني VDMA، وبعض عارضي دروبا الرائدین على مستوى العالم، رؤى رائعة في الصناعة وشجعوا على تبادل قيم المعرفة. كان الاهتمام هائلًا، مع مشاركة متوسطة قدرها 200 محترف من الصناعة في كل حدث في تايلاند وإندونيسيا وفيتنام والمكسيك وكولومبيا والبرازيل. خلال الجولة،



وسائل الإعلام، يمكن لـ "دروبا" تحديد نفسها بشكل فعال كمنصة رائدة لعرض أحدث الاتجاهات والابتكارات والتقدمات في صناعة الطباعة. في النهاية، تسهم تغطية وسائل الإعلام القوية في النجاح العام لـ "دروبا" من خلال رفع ملفها الشخصي، وتعزيز التعاون الدولي، وتيسير التفاعلات والفرص التجارية المعنية للمعارضين والزوار على حد سواء.

مع تغيير في ملف الزوار منذ عام 2016 وتطور المشهد الصناعي الديناميكي، كيف تطور "دروبا 2024" محتواها وبرنامجها لتلبية احتياجات واهتمامات الحضور المتغيرة، من عروض التكنولوجيا الجديدة إلى الجلسات التعليمية؟

ما يجعل "دروبا" فريدة ليس فقط المعارض الدوليين ذوي المستوى العالي، ولكن أيضًا البرنامج الداعم

وورش عمل ونقاشات لجانب الخبراء في الصناعة من جميع أنحاء العالم لتسليط الضوء على الابتكارات وأفضل الممارسات العالمية. من خلال هذه المبادرات، يسعى معرض "دروبا 2024" إلى الحفاظ على تمثيل متوازن لرواد تكنولوجيا الطباعة، مقدمًا في الوقت نفسه للحضور رؤى شاملة حول أحدث الاتجاهات والتطورات التي تشكل الصناعة.

من المتوقع أن تحظى النسخة الخاصة بعام 2024 من معرض drupa بتغطية إعلامية أكثر كثافة من أي نسخة سابقة، بلغات أكثر، وبشراكة واسعة النطاق. هل يمكنكم مناقشة أهمية تغطية وسائل الإعلام لـ drupa، وكيف يؤثر ذلك على رؤية ونجاح المعارضين بالإضافة إلى الحدث بشكل عام؟

تلعب تغطية وسائل الإعلام دورًا حاسمًا في زيادة رؤية ونجاح المعارضين من خلال تعزيز وجودهم وعرض

تحدثت مع العديد من خبراء الصناعة والشركاء، وكانت الترقب لدروبا واضحة جدًا. وبناءً على ذلك، نحن واثقون من أننا شجعنا وألهمنا جمهورنا بنجاح خلال جولتنا العالمية لـ "دروبا" للحضور في دوسلدورف في مايو ويونيو لتجربة والاحتفال بدروبا معنا.

بناءً على الزيادة الملحوظة في عدد المعارض الصينيين، الذين يشغلون جزءًا كبيرًا من مساحة المعرض، كيف تعتزم معرض "دروبا 2024" تحقيق توازن في تمثيل الرواد العالميين في مجال تكنولوجيا الطباعة، مضمونًا تقديم نطاق واسع من التقنيات والاتجاهات؟

تتمتع صناعة الطباعة في الصين بتقليد طويل وتطور مذهل للغاية. وقد تم تجسيد هذا أيضًا في المعارض التجارية التي تندرج ضمن مجموعة معارض "دروبا" مثل All in Print في الصين. علاوة على ذلك، فقد تجاوزت معارضنا

”دروبا 2024: نحو مستقبل الطباعة والابتكار في عالم متغير“



مقابلة حصرية مع سابين جيلدرمان،
المديرة العامة لمعرض ”دروبا“
ومحفظة تقنيات الطباعة

في عصر يعتبر فيه الابتكار أمرًا حيويًا، يقف معرض دروبا 2024 في الطليعة، shaping (يشكل) مستقبل قطاع تقنيات الطباعة. وسط ديناميكيات الصناعة المتغيرة والتطورات التكنولوجية المتقدمة، تسلط ”سابين جيلدرمان“، المديرة العامة لمعرض ”دروبا“ ومحفظة تقنيات الطباعة، الضوء على كيفية استمرار هذا الحدث الرائد في تكنولوجيا الطباعة باعتباره النقطة المركزية العالمية للابتكار في مجال الطباعة والاستدامة والتحول الرقمي. مع التركيز على عرض الأحداث الرائدة على مستوى العالم، وتعزيز التعاون الدولي، ومعالجة ميخاتريندات الاستدامة والرقمنة، يتوقع أن يعيد معرض ”دروبا“ 2024 تعريف معايير الصناعة وتوقعاتها.

مع الملاحظة أن الشركات المصنعة الأصلية (OEMs) لم تعد توجّه إصدارات المنتجات بشكل حصري وفقًا لدورات معرض دروبا، كيف يقوم معرض دروبا 2024 بضبط نهجه لعرض الابتكارات والحفاظ على قيمته كحدث رائد في قطاع تقنيات الطباعة؟ ما زالت ”دروبا“ هي المنصة الرئيسية للابتكار وستتضمن المزيد من الأحداث الرائدة على مستوى العالم وإطلاق المنتجات في مقارنة دولية مباشرة أكثر من أي مكان آخر. تؤكد الكمية الكبيرة من مؤتمرات الصحافة التي تعقدها المعارضون خلال المعرض، بالإضافة إلى الاستجابات العديدة من المعارضين لدينا، أن الزوار يمكنهم مرة أخرى أن يتوقعوا مجموعة واسعة من الابتكارات. المؤتمر الإعلامي الذي يسبق معرض دروبا، حيث يقدم بعض المعارضين معاينة لمعرض ”دروبا“، هو أيضًا محجوز بشكل أفضل من أي وقت مضى. هذا مؤشر آخر على مدى اعتماد الصناعة بقوة على ”دروبا“. وبالطبع، نحن دائمًا نتكيف مع احتياجات الصناعة ونركز على تحدياتها واتجاهاتها. لهذا السبب، تعتبر عروض الابتكار ومنتديات القيادة الفكرية جزءًا أساسيًا من برنامج ”دروبا“ إلى جانب عروض المعارضين في جناحتهم. من خلال التركيز على أحدث التقنيات واتجاهات السوق الناشئة، ستقدم

دروبا نظرة شاملة على الاتجاه المستقبلي لصناعة الطباعة. هذا العام، سيكون التركيز بالتالي على ميخاتريندز الاستدامة والرقمنة.

من خلال التعاون الوثيق والعديد من الشراكات داخل الصناعة العالمية، تقوم دروبا بخلق نظام بيئي دينامي للابتكار والنمو. من خلال تطوير مفهومها باستمرار وفقًا لاحتياجات التكنولوجيا الطباعة المتغيرة، ستبرز ”دروبا“ 2024 أهميتها كحدث رائد على مستوى العالم في الصناعة.

تتوقع أعداد الزوار المتوقعة لمعرض دروبا 2024 تغييرًا كبيرًا عن الفعاليات السابقة، مع توقعات تصل إلى حوالي 200,000 مشارك. ما هي الاستراتيجيات التي تُعتمد لجذب جمهور دولي متنوع، خاصة من مناطق مثل الشرق الأوسط والهند والأمريكيتين، على الرغم من التحديات مثل التأثيرات الجيوسياسية على

السفر؟

لا يزال هناك حاجة كبيرة، الآن أكثر من أي وقت مضى في هذه الأوقات المضطربة التي نعيش فيها، للحضور إلى معرض ”دروبا“ للتأكد من الحفاظ على تفوقك التنافسي أو زيادته. يجب عليك أن تكون هناك لتفهم كيفية تطور وتطوير الصناعة. يعمل معرض ”دروبا“ مع الجمعيات والشركاء في الصناعة في المناطق المستهدفة لتعزيز الحدث وتشجيع الحضور. يشمل ذلك، على سبيل المثال، حملات التسويق والفعاليات الترويجية والجولات الترويجية. هدفنا هو تنشيط الإمكانات الحالية والجديدة للزوار بنجاح، خاصة في الأسواق الناشئة مثل جنوب شرق آسيا / منطقة آسيا والمحيط الهادئ، وأمريكا اللاتينية، والشرق الأوسط وإفريقيا، والولايات المتحدة وبالتأكيد أوروبا. حتى التواصل مع أستراليا ونيوزيلندا من خلال مبادرات تسويق متنوعة، بالتعاون مع شركائنا المحليين.

بوبست تطرح خدمات أكثر تميزاً للعملاء بمنطقة الشرق الأوسط وتركيا

BOBST



مقابلة حصرية مع مانويل كورتزو، مدير قطاع خدمات منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وتركيا ودول القوقاز لدى شركة بوبست

عززت شركة بوبست السويسرية قدراتها في الفترة الأخيرة بشكل استراتيجي في مجال الخدمات التقنية من أجل تقديم تجارب فعالة للعملاء. وذلك إدراكاً منها للتحديات والفرص الفريدة الموجودة في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وتركيا ومنطقة دول القوقاز. يتمثل هذا الالتزام في تعزيز قدرة بوبست على إنشاء فريق دعم فني متخصص، يعمل على تلبية الاحتياجات المحددة للعملاء، من خلال التركيبات والخدمات والتحديثات الفردية لكل عميل. وخلال مشهد من التوترات الجيوسياسية الاقتصادية، يظهر النهج الاستباقي الذي تتبعه بوبست، الذي لا يدل على قدرتها على التكيف فحسب، بل أيضاً على تفانيها في تعزيز النمو المستدام والابتكار داخل قطاع الأعمال. وللتعمق أكثر في هذه المبادرة الإستراتيجية، فقد تحدثنا مع مانويل كورتزو، مدير قطاع خدمات لمنطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وتركيا ودول القوقاز لدى شركة بوبست، الذي شاركنا رؤيته حول ديناميكيات السوق المتطورة، وأهمية تعزيز الخدمة المقدمة للعملاء، وتأثير التحول الرقمي في تشكيل مستقبل التعبئة والتغليف. واليكم كافة التفاصيل من خلال السطور القادمة:

من وجهه نظرك كأحد خبراء الصناعة، كيف تغير سوق التعبئة والتغليف خلال السنوات القليلة الماضية؟
تمتص صناعة التعبئة والتغليف بشكل مستمر ومتطور، ولذلك يسعى أصحاب العلامات التجارية إلى إيجاد طرق جديدة

المبنية على الثقة والاحترام والولاء والأداء الاستثنائي، يصبح لدينا وصفة مضمونة للنجاح. وبقدر ما تتمتع منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وتركيا ودول القوقاز من احتياجات الفريدة يمكن لهذا النهج التكيف معها، فإنه أيضاً قابل للتطبيق لكل المناطق الجغرافية والبلدان المختلفة حول العالم.

وفي هذا العالم الرقمي المتنامي، تعد الحلول السحابية أمراً أساسياً لمواكبة التطورات المستقبلية، ونحن نقوم بذلك بواسطة من نمتلك من الحلول المطورة والخدمات المقدمة والأداء الاستثنائي. وهذا يمنح عملائنا مميزات فريدة، لأنهم يعلمون أننا سنراقب باستمرار الحلول التي قاموا بشرائها من بوبست، ونحن نقوم بتحسين أداء حلولنا المدارة، وجعل عملياتهم أكثر فعالية من حيث التكلفة كلما تطلب الأمر. كما يساعد نهجنا الاستباقي في تأدية الخدمات الخاصة بالمعدات والماكينات المقدمة من خلالنا في جعل سلسلة القيمة النهائية تفوق توقعات عملائنا. فنحن نقدم أفضل مجموعات من الحلول التي تركز على مساعدة العميل على تحقيق أهدافه. وذلك لأننا لا نريد تقديم سلعة فحسب، بل نريد تقديم قيمة مضافة مخصصة لكل علامة تجارية.

ما هي المزايا التي يتم تقديمها للعملاء من خلال فريق الخدمة الفنية لديكم؟
نحن قريبين من عملائنا على مستوى المنطقة كما أننا نتفهم متطلباتهم، وذلك يعني أنه يمكننا أن نكون أكثر مرونة وملاءمة عند دعم احتياجاتهم. وذلك يجعلنا شريكاً موثقاً يمكن الاعتماد عليه من قبل عملائنا، مما يجعل علاقتنا أكثر من مجرد علاقة معاملات على المستوى التجاري. بل إنها تتمثل في فوز لكلاً للجانبين، فوز للعميل ولشركة بوبست. والأهم من ذلك، فوز مشروعنا الجديد القائم على إستراتيجية التفاني في خدمة العملاء.

وهذا النهج يمكننا من العمل بشكل أوثق مع عملائنا لتطوير حلول جديدة يمكنهم بعد ذلك تقديمها لعملائهم. وهذا يساعد عملائنا على أن يكونوا أكثر استباقية، حيث يتمتع عملائنا جنباً إلى جنب مع فريق الدعم لدينا بالقدرة على تغيير السوق من خلال تقديم حلول تغير قواعد اللعبة أو معايير الصناعة للعلامات التجارية وتجار التجزئة. ومن جانبنا آخر، نحن نحتاج إلى الاستفادة من الإبداع والابتكار الذي يظهره عملائنا لمساعدتنا على التكيف والاستمرارية.

لتوصيل هويتهم التجارية باستخدام خطوط التعبئة والتغليف الخاصة بهم. وفي الوقت نفسه، فإننا نواجه وضعاً جيوسياسياً صعباً. حيث تعد الحروب والصراعات مصدر قلق عالمي في الوقت الحالي، وهو أمر حرج وخاصة في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وتركيا ودول القوقاز. وبالطبع فإن هناك اضطراب في استقرار العديد من الاقتصادات حول العالم، لذا فإن نهج الابتكار والإبداع يعد الحل الوحيد للنجاح.

كيف يتم تعديل وموائمة أولويات الخدمة المقدمة للعملاء من خبراء بوبست في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وتركيا ودول القوقاز؟

أحد أهم الأشياء التي يجب أن نأخذها في الاعتبار نحو هذه المنطقة الجغرافية هو أنها شديدة التنوع، حيث إنه لكل دولة احتياجاتها الفريدة. ولقد حققنا نمواً قوياً في هذه المنطقة. كما تتمثل أولويتنا دائماً في التوافق مع احتياجات كل عميل على حدة، وذلك مع الحفاظ على العمليات المتسقة داخل شركتنا التي تضمن حصول عملائنا على مستوى الخدمة التي يتوقعونه من جانبنا. ونحن نعمل بكل طاقتنا لتطوير العديد من برامجنا من أجل حسين جميع جوانب خدمتنا.

لماذا حرصتم على وجود فريق خدمة متخصص في عمليات تركيب والتجديد وتقديم الخدمات المتعلقة بحلول وماكينات بوبست؟

يساعدنا هذا الفريق على تحسين عملياتنا الداخلية في جميع أنحاء المنطقة، مما يساعدنا على الوصول السريع إلى الأسواق المتواجدها عملائنا. كما أن هذا الفريق المختص بتأدية خدمات مجال خطوط الإنتاج سوف يساعدنا على تنظيم القوى البشرية بكفاءة وتقليل الفترات الزمنية اللازمة وتحسين العمليات التجارية وذلك لتقديم خدمة مميزة ودعم عملائنا بشكل أفضل. وكما ذكرت لك من قبل، إن الأمر ليس سهلاً، وذلك نظراً لتنوع احتياجات العملاء في هذه المنطقة، ولكننا واثقون من أننا مستعدون دائماً لتحقيق المزيد من النجاح.

كيف يدعم هذا الفريق المتخصص رؤية بوبست على مستوى التعبئة والتغليف في المنطقة؟

من المؤكد أن الرقمنة والأتمتة والاستدامة يمكنهم أن يساعدوا بشكل كبير في تقديم حلول مطورة وخدمة مميزة لعملائنا وعلماؤهم. ومن خلال تطوير العلاقات



والذكاء الاصطناعي، والتقنيات الناشئة. كما إننى سأولى اهتماماً كبيراً للحفاظ على ريادة كانون في مجال الصناعة من خلال التقدم التكنولوجي في مجال تقديم آلات الطباعة المسطحة، وماكينات الطباعة المباشرة، وطباعة الملصقات، والطباعة النافثة للحبر. حيث إن هدفنا هو تلبية احتياجات العملاء مع البقاء على اطلاع دائم بصناعة الطباعة المتطورة باستمرار.

بالنسبة للأفراد الذين يطمحون إلى تحقيق حياة مهنية ناجحة ومؤثرة في مجال التسويق والقيادة، ما هي النصيحة التي تود أن تقدمها لهم بناءً على خبراتك؟

بالنسبة للأشخاص الذين يبدأون حياتهم المهنية، أنصحهم بالحفاظ على المصادقة تجاه قيمهم وتبني النزاهة الشخصية والمهنية. كما أنصحهم بتحديد وإدارة التحديات الخاصة بالعمل، وإعطاء الأولوية لاتخاذ القرارات الأخلاقية، والقيام ببناء علاقات جيدة ومثمرة. وكذلك البحث عن الرضا في العمل وتحمل المسؤولية، فهذا النهج سوف يمهد الطريق لمسيرة مهنية مرضية وناجحة ومستنيرة.

المرحلة الأكثر أهمية بالنسبة لك في كانون الشرق الأوسط، ولماذا؟ لقد كان الوقت الذي أمضيته مع كانون الشرق الأوسط وإفريقيا بمثابة رحلة حافلة بالإنجازات والنجاحات المهنية الهامة، وهي تشمل على العديد من المحطات الرئيسية والتنقلات النوعية، مثل برنامج توسع أعمال الطباعة الاحترافية المقدم من كانون، وقيادة دمج قنوات Oce في أعمال كانون في جميع أنحاء الشرق الأوسط وإفريقيا. ولقد كان كلاً من إنشاء فرع كانون المملكة العربية السعودية في مدينة جدة، وتوسيع أعمالنا في مجال التجارة بين الشركات في المنطقة بمثابة تجارب محورية، حيث ساهمت بشكل كبير في نجاح كانون في هذه المجالات.

في الوقت الذي تتطلع فيه إلى مواصلة مساهماتك في تحقيق أهداف كانون، ما هي المجالات الرئيسية أو المبادرات التي تشغل اهتمامك بشكل أكبر في السنوات القادمة؟ بالنسبة إلى المستقبل، فأنا متحمس بشكل كبير للعمل على زيادة قدرة كانون على مواكبة الاتجاهات الحديثة مثل الاستدامة، والتحول الرقمي،

يعد الفوز بجائزة "أفضل مدير أفراد لهذا العام"، إنجازاً استثنائياً. فهل يمكنك أن تشارك لنا منهجيتك في إدارة الأفراد؟ وكيف تساهم في نجاح فريقك وشركة كانون الشرق الأوسط ككل؟ لقد كان الفوز بجائزة "أفضل مدير أفراد لهذا العام" إنجازاً كبيراً يتوج فترة عملي السابقة. وبالنسبة لأسلوب قيادتي فهو قائم بشكل كامل على المقومات التي تتمثل في، المصادقية، وبناء الثقة، والتواصل الصريح. كما أنني أركز على تعزيز العلاقات الشخصية مع فريقي، وأتفهم أهمية بيئة العمل الداعمة مادياً ومعنوياً. كما أن فلسفة "العمل الجاد والترفيه الجاد" هي التي تدعم نهجي الإداري، حيث إنها توفر التوازن بين الاحترافية والراحة وذلك للحفاظ على الثقافة الإيجابية داخل بيئة العمل. ولقد كان الحرص على التواصل لتلبية الاحتياجات الفردية لأعضاء الفريق أمراً أساسياً لتعزيز قيم التفاهم والتماسك. والهدف المنشود من ذلك هو إلهام فريقي وتمكينه من خلال أسلوب قيادي يؤكد على الشمولية والمواءمة مع القيم المتنوعة. إذا تطرقنا إلى مسيرتك المهنية الممتدة على مدار 25 عاماً، فما هي

أيمن علي ورحلته الثرية مع كانون ... 15 عاماً من الإبداع والنجاح

إقامة الروابط والاتصالات الرئيسية على مستوى الصناعة. بالإضافة إلى ذلك فقد حدث تحول كبير في نهجنا، وذلك عندما انتقلنا من استراتيجية تركز على المنتج إلى تقديم حلول طباعة رقمية شاملة، مما عزز مكانتنا كشريك موثوق في الصناعة. وقد تمت مواجهة التحديات التي فرضها وباء كورونا من خلال التركيز السريع على الطباعة الرقمية والتركيز المتزايد على احتياجات العملاء. وعلى الرغم من هذه التحديات، فإننا قد واصلنا الابتكار وإطلاق المنتجات الجديدة واستضافة الفعاليات والأحداث الافتراضية.

ومن الجدير بالذكر، أن التعافي السريع لشركة كانون بعد انتهاء وباء كورونا يؤكد على التزامنا جميعاً بالابتكار وتطبيق والاستراتيجيات التي تركز على العملاء. وقد كانت عملية التحول من الطباعة التناظرية إلى الطباعة الرقمية بمثابة نقطة تحول هامة، حيث عززت مجموعة منتجاتنا المتنوعة والعمل بنهج البيع الاستشاري ريادتنا في السوق وقطاع الأعمال. وفي عام 2024، قدمنا "برنامج اعتماد استشاري الطباعة" وذلك لتعزيز قدرات فريق المبيعات لدينا وتعزيز ثقة العملاء. ومن المؤكد أن هذه الرحلة تعكس قدرتنا على التكيف وتفانيها للبقاء في طليعة قطاع الطباعة الاحترافي.

الخبرة المهنية. وطوال هذه المقابلة الصحفية القيمة، سيقدم لنا السيد أيمن أفضل الرؤى حول مشهد التسويق المتطور، وفلسفته القيادية التحولية، والنقاط الرئيسية في حياته المهنية، والرؤى المستقبلية لشركة كانون، وبعض النصائح المهمة للقادة الطموحين. انضموا إلينا الآن ونحن نستكشف نواحي خبرته ومساهماته المؤثرة التي قدمها لشركة كانون الشرق الأوسط، مما يعطينا لمحة فريدة عن ذهنه كقائد استباقي صاحب رؤية فريدة في قطاع الطباعة. اليكم كافة التفاصيل:



استراتيجية القيادة والابتكار داخل كانون الشرق الأوسط

خلال هذا اللقاء الحصري مع السيد/ أيمن علي، إحد أبرز الشخصيات المرموقة، ومدير التسويق الأول لدى شركة كانون الشرق الأوسط، فإننا أردنا أن نتعمق في مسيرته المهنية الناجحة التي استمرت 15 عاماً مع كانون. وذلك احتفالاً بفترة عمله المثمرة التي توجت مؤخراً بجائزة مخصصة لأصحاب الخدمة المهنية الطويلة. حيث أعرب السيد أيمن علي عن تقديره بحصوله على لقب "أفضل مدير أفراد لهذا العام"، وهو يعد إنجازاً كبيراً خلال 25 عاماً من

على مدار 15 عاماً من العمل بشركة كانون الشرق الأوسط، ما هي أهم التغييرات التي طرأت على المشهد التسويقي، وكيف قمت بتكييف استراتيجياتك للبقاء في المقدمة؟ على مدار الخمسة عشرة أعوام الماضية، تطورت البيئة التسويقية بشكل ملحوظ. ومنذ انضمامي إلى كانون الشرق الأوسط في عام 2008، كان لي دور فعال في إنشاء قسم الطباعة الاحترافي من الألف إلى الياء. إلي جانب ذلك فقد ركزت استراتيجيتنا الأساسية على الشراكات طويلة الأمد والمشاركة الفعالة في معارض الطباعة الهامة، مما أدى إلى تعزيز رؤية كانون، وذلك إلى جانب



Canon Middle East
is pleased to recognize

Ayman Aly

15 YEARS

of Service with Canon

Thank you for the contribution and commitment during these (15) Years.



Yenkatasubramanian Hariharan
Managing Director



Sheeja Pradeep
Human Resources Director

افتتاح أول مصنع بلاستيك فيتنامي في مصر باستثمارات 30 مليون دولار



مصانع إنتاجية في هذا السوق. وبالإضافة إلى مشروع مصنع EuP Egypt، ستواصل شركة EuP Egypt Industrial البحث وتوسيع أعمالها في مجالات أخرى وتأمل أن تكون قادرة على استغلال المزيد من الفرص الاستثمارية في السوق المصري. في كلمته خلال حفل الافتتاح، أكد السيد هوانغ كوك هوي، رئيس مجلس إدارة الشركة المساهمة الأوروبية للبلاستيك أنه يعد المشروع الاستثماري لبناء مصنع EuP Egypt خطوة مهمة في استراتيجية توسيع عمليات الشركة الأوروبية للبلاستيك المساهمة.

صناعة البلاستيك). من المتوقع أن يضم المصنع، عند تشغيله بكامل طاقته، 24 خط إنتاج إجمالية تبلغ 300 ألف طن سنويًا، مما يخلق فرص عمل مباشرة لأكثر من 300 عامل محلي. وستستخدم منتجات المصنع السوق المحلي المصري وسيتم تصديرها إلى الشرق الأوسط وأفريقيا وأوروبا وأمريكا. شركة EuP Egypt Industrial، إحدى الشركات التابعة لشركة المساهمة الأوروبية للبلاستيك، هي المشغل المباشر لمصنع EuP Egypt. تأسست شركة EuP Egypt Industrial في أغسطس 2022 في مصر

افتتحت الشركة الأوروبية للبلاستيك المساهمة "EuP" مصنع EuP Egypt المتخصص في إنتاج حشوات البلاستيك فيلر ماسترباتش بمدينة السادات بمحافظة المنوفية، بطاقة إجمالية متوقعة 300 ألف طن سنويًا. هذا هو أول مصنع لشركة فيتنامية في مصر. حضر الحفل سفير فيتنام لدى مصر نجوين هوي دونج ورئيس الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة حسام هيبه. بإجمالي استثمارات تقدر بـ 30 مليون دولار أمريكي، تم بناء مصنع EuP Egypt على مساحة تزيد عن 34000 متر مربع متخصص في إنتاج



تم إنشاء مصنع EuP Egypt لخدمة السوق المحلي المصري إضافة إلى التصدير إلى الأسواق العالمية. هذا ليس مجرد مصنع تصنيع، لكنه رمز التعاون والتنمية المتبادلة بين فيتنام ومصر، مع توفير فرص العمل والقيمة المضافة للمجتمع المحلي. وفقًا للسيد هوانغ كوك هوي، يتم تصدير منتجات الشركة الأوروبية للبلاستيك إلى ما يقرب من 100 دولة، مما يؤكد مكانة الشركة وسمعتها في السوق العالمية.

برأس مال استثماري 100% من فيتنام، تخطط لتنفيذ مشاريع في مصر بهدف توسيع السوق وتصبح شركة ناجحة متعددة الجنسيات تابعة لشركة المساهمة الأوروبية للبلاستيك. تعد مصر سوقًا كبيرة، بها قوة الأعمال الوفيرة والموقع الجغرافي الممتاز. وبالإضافة إلى ذلك، تطبق الحكومة المصرية حاليًا سياسات لتشجيع الاستثمار الأجنبي لخلق ظروف مواتية للمستثمرين الأجانب لإنشاء

مادة الحشو (الحشوات المستخدمة في صناعة البلاستيك). هذا هو أول مصنع لشركة فيتنامية في مصر. حضر الحفل سفير فيتنام لدى مصر نجوين هوي دونج ورئيس الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة حسام هيبه. بإجمالي استثمارات تقدر بـ 30 مليون دولار أمريكي، تم بناء مصنع EuP Egypt على مساحة تزيد عن 34000 متر مربع متخصص في إنتاج مادة الحشو (الحشوات المستخدمة في

رئيس صناعة الورق: طاقتنا الإنتاجية بلغت 130 ألف طن سنوياً وتعد الأكبر في الشرق الأوسط



القصوى وهي مغطاة بطلبات مؤكدة، كما لديها طلبات خارجية كثيرة، خاصة بعد تعديل المنتجات وإضافة تحسينات على الجودة. وتوقع دخول 60 ألف طن لإنتاج الشركة، وهو ما سيساعدها كثيراً في تخفيض تكاليفها ويحسن ربحيتها، مشيراً إلى أنه يتوقع معدلات نمو مرتفعة جداً قياساً بالسنوات السابقة. وأشار إلى وجود طلب متزايد من العراق واليمن والكويت الإمارات وقطر

الخاصة في ظل التقلبات في البحر الأحمر. وحول أسعار الفائدة، قال البشري إن ارتفاع معدلات الفائدة في السنة الماضية زاد من أعباء الشركة بقيمة 14 مليون ريال، إلا أنها استطاعت استيعاب هذه الزيادة وقد ساهم ارتفاع المبيعات بشكل ملحوظ والمحافظة على هامش ربحية مرتفعة في تخطي ذلك. وأضاف أن الشركة تمضي في طريق

قال يسري البشري، الرئيس التنفيذي للشركة السعودية لصناعة الورق، إن قرار زيادة رأس المال يعطي الثقة بموقف الشركة المالي ويؤكد متانة وضعها المالي.

وأوضح البشري، في تصريح له، أن الشركة تعمل على رفع رأسمالها للمرة الثالثة في فترة قصيرة، مبيناً أن الرفع في المرتين السابقتين جاء لأن الشركة كانت تحتاج إلى سيولة بعد إعادة جدولة ديونها مع البنوك لتمويل توسعاتها بهدف إعادتها لمكائنها ووضعها الطبيعي.

وبين أن الوضع اختلف فيما يخص الزيادة في هذه المرة، إذ إن وضع الشركة المالي حالياً أفضل بكثير والنتائج المالية في السنوات الماضية تؤكد ذلك، حيث شهدت زيادة في المبيعات، وزيادة في حصتها السوقية، كما أن توسعاتها أتت بنتائج إيجابية. وأوضح أن ديون الشركة بلغت 491 مليون ريال خلال الفترة من 2020 وحتى 2022، منها 342 مليون طويلة الأجل و149 مليون قصيرة الأجل - رأس مال عامل، مبيناً أنه تم خلال العام 2023 سداد ديون بقيمة 100 مليون ريال، لتتخفف الديون إلى 392 مليون ريال منها 255 مليون ديون طويلة الأجل و137 مليون قصيرة الأجل.

وأضاف أنه تم سداد 70 مليون ريال كتوسعات خاصة للماكينة التي ستضيف 60 ألف طن، وفتح تسهيلات بقيمة 90 مليون ريال لتأمين المواد



مبيناً أن التوسع في مصانع التحويل في الكويت بدأ يأتي ثماره ومن المتوقع أن تتضاعف أرباح الشركة في الكويت.

وحسب البيانات المتاحة في أرقام، وافقت هيئة السوق المالية أمس، على طلب الشركة السعودية لصناعة الورق زيادة رأس مالها من 337 مليون ريال إلى 370.7 مليون ريال من خلال أسهم منحة

جيد والإحصائيات تؤكد أنها تعد الأعلى انتشاراً وهي الأولى من حيث الحصة السوقية، كما أنها وصلت إلى أعلى مستوى مبيعات وربحية بتاريخها، وسيتم الإعلان عن ذلك قريباً.

وذكر أن السيولة المتاحة حالياً لدى الشركة تبلغ 137 مليون ريال، فيما تبلغ الطاقة الإنتاجية 130 ألف طن والتي تعد الأكبر في الشرق الأوسط، مبيناً أن جميع المكائن تعمل بطاقتها



كما سيظهر بالمعرض لأول مرة طابعات الجيل الرابع المقدمة من "HP"، مما سيلقي الضوء على ابتكارات "HP" الغير مسبوقة والتزامها بالاستدامة في قطاع الطباعة. حيث تم تصميم هذه الطابعات بناء على مراعاة المسؤولية البيئية والكفاءة وتعدد الاستخدامات.

كما تحدث عودة أيضا عن نهج "HP" في دعم نجاح عملائها وشركائها في السوق، وعن دورها في توفير حلول تقنية مستدامة ومبتكرة مصممة خصيصًا لتلبية الاحتياجات المخصصة والفريدة لعملائها. وفي إطار التزام "HP" بالاستدامة، فإنها تقدم تدريباً ودعمًا متكاملًا بشكل مستمر مما يمكّن العملاء من تحقيق أقصى استفادة ممكنة من استثماراتهم في التكنولوجيا.

ومن إطار تسليط الضوء على التقدم التكنولوجي لشركة "HP"، تحدث عودة عن تكامل تقنيات نفث الحبر المتقدمة مثل تقنية HP Latex، وحلول الطباعة الذكية التي تستفيد من الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي، وميزات البرامج السهلة الاستخدام. حيث تؤكد هذه الابتكارات على التزام "HP" بالجودة والابتكار والاستدامة، وذلك يعزز من قدرة طابعاتها على تلبية معايير الأداء العالية وضمان وتعدد الاستخدامات ومراعاة تدابير المسؤولية البيئية.

يمكن لجميع الراغبين في المشاركة بمعرض "Saudi Signage 2024" إمكانية الحصول على تذكرة مجانية، وذلك من خلال الضغط هنا وإكمال خطوات التسجيل الإلكتروني.

“HP” ترسم ملامح المستقبل في معرض “Saudi Signage 2024”



هو تعزيز مكانة “HP” التجارية كشريك موثوق ومبتكر. من المقرر أن تقوم شركة “HP” بتسليط الضوء على أحدث تقنيات الطباعة ذات النسق العريض، مع التركيز على منتجات اللافئات الاعلانية وتجارة التجزئة ومجال الديكور والتطبيقات التجارية المختلفة، وذلك بهدف إظهار تأثيرها منتجاتها على تعزيز الإبداع والإنتاجية عبر مختلف القطاعات. وتشير عودة إلى أن المشاركة من جانب “HP” لا تظهر فقط التزام “HP” بالحلول المتقدمة التي تلبى الاحتياجات الإقليمية فحسب، بل إنها أيضاً تعزز مكانتها في الشرق الأوسط، وذلك من خلال المشاركة المباشرة مع العملاء والشركاء. منذ تأسيس “HP” في عام 2001، وهي تحرص على مواصلة جهودها مع معايير الاستدامة، وذلك حرصاً منها على توافقها مع تحقيق الأهداف الحكيمة للمملكة العربية السعودية، متوقعة بذلك زيادة الطلب على الحلول المبتكرة والمستدامة.

لقسم طابعات النسق العريض في الشرق الأوسط وإفريقيا لدى شركة “HP”، على أهمية مشاركة “HP”، وذلك مع تسليط الضوء على ذلك كدليل على تفاني “HP” في عملها داخل السوق السعودي والتزامها بقيادة التقدم التكنولوجي في مجال الطباعة الرقمية والديكورات المستدامة. يشير عبد الله عودة إلى المعرض باعتباره منصة مثالية لشركة HP لتقديم أحدث حلولها المبتكرة، وذلك بالإضافة إلى التفاعل بشكل مباشر مع العملاء والزائرين، وإظهار إمكانات التقنيات المقدمة من “HP” في تعزيز نمو الأعمال.

وضح عودة أن شركة “HP” مستعدة استراتيجياً لاستعراض ريادتها في مجال الطباعة الرقمية في المملكة العربية السعودية، وذلك مع التركيز على تطبيق معايير الابتكار والاستدامة، وذلك عن طريق الحلول المطورة التي تلبى احتياجات السوق المحلية. حيث إن الهدف من ذلك

عبدالله عودة يناقش استراتيجيات HP المتعلقة بمعرض Saudi Signage 2024 والتزامها تجاه السوق السعودي من المتوقع أن يحظى المعرض المتميز “Saudi Signage 2024”، الذي من المقرر عقده في الفترة الممتدة من 5 إلى 7 مارس باهتمام كبير من أبرز شركات الطباعة المتخصصة التي تعمل في مجال طابعات النسق العريض. كما تخطط شركة “HP” الشرق الأوسط للمشاركة بشكل فعال ومؤثر في هذا المعرض. حيث إن المعرض سيكون موثماً تماماً لرؤية المملكة العربية السعودية الطموحة 2030، والتي تهدف إلى تنويع الاقتصاد وتقليل الاعتماد على النفط، وذلك سيوفر فرصة مثالية للمؤسسات العاملة بقطاع الأعمال السعودي مثل شركة “HP” بالتواصل مع الجهات الرئيسية بسوق المملكة العربية السعودية المتطور باستمرار.

وقد أكد عبد الله عودة، المدير المختص



أهمية المعرض.

وأضاف يونس، أنه يشارك في معرض الكتاب هذا العام بثلاثة إصدارات وهم «خبابا» و «نادر فودة8» ينتميان للربع، وكتاب «يونس وزيتون» أول تجاربه في أدب الأطفال، موضحاً أنه لأول مرة يصبح لديه جمهور قراء من الأطفال.

حسام الدين حسين: نحن بأشد الحاجة للثقافة ومعرض الكتاب السبيل للنجاح

أعرب الإعلامي حسام الدين حسين، عن سعادته بالدورة الـ55 من معرض القاهرة الدولي للكتاب، وذلك للتطور الكبير الذي يشهده كل عام.

وقال حسين: «إن المعرض هذا العام يولي اهتماماً كبيراً بالحضارة المصرية القديمة نظراً لشخصية العام وهو الدكتور سليم حسن عالم المصريات الشهير، وهو شخصية استثنائية في علم المصريات وتاريخ مصر المعاصر، إذ يعد أول من سافر في بعثة تابعة لجامعة مصرية، وله أبادى بيضاء على كثير من الكشوفات الأثرية في مصر».

وأضاف هناك نافذة مهمة على الحضارة المصرية القديمة من خلال الندوات المختلفة عن الموسيقى والعمارة والعلوم وثقافة المصري القديم، فضلاً عن تقديم برنامج دولي مهم جداً باستضافة مملكة النرويج وهى شهيرة بالأدب العالمى والمسرحي، والتعاون في الملكية الفكرية بين النرويج ومصر

وأشاد حسين، بالإقبال الضخم على معرض الكتاب، حيث تجاوزت الأعداد حتى الآن 2 مليون ونصف زائر، مؤكداً أنه أهم حدث ثقافي في مصر والوطن العربي والشرق الأوسط، وهو السبيل ووسيلة النجاة للمصريين لأننا في هذا التوقيت أشد ما نكون في احتياج للكتاب والثقافة وزيادة الوعي للتقدم والتطور.

ولفت إلى البرنامج الثقافي الحافل وسلسلة الندوات التي تتناول الحضارة المصرية القديمة بعنوان «الخروج إلى النهار»، وأيضاً المؤتمرات العلمية والثقافية المهمة، وتخصيص يوماً كاملاً لـ طه حسين رائد التنوير في مصر والوطن العربي تحت عنوان: «استعادة طه حسين».

وتابع: وأيضاً هناك اهتمام خاص بالقضية الفلسطينية وتوثيق جرائم الاحتلال وقصص الأبطال والأطفال الذين سقطوا في قطاع غزة.

وأوضح اهتمام وزارة الثقافة بتخصيص مجموعة من الندوات المهمة المتعلقة بمرور 50 عاماً على حرب أكتوبر واكتشاف المزيد من القصص والبطولات

الخاصة بالنصر العظيم، متمنياً من القائمين على معرض الكتاب في العام القادم مزيد من الحضور لأبرز المثقفين والكتاب والفلاسفة العالميين مثل باولو كويلو.

وأكد على اهتمامه الكبير بإصدارات الهيئة المصرية العامة للكتاب والمركز القومي للترجمة، لما يقدموه من الإبداعات العالمية بأسعار مخفضة، قائلاً: نحن في حاجة لتلك التخفيضات.

واختتم حديثه: اشترت مجموعة كبيرة من الكتب من أهمها موسوعة عن السيرة الشعبية لتاريخ العالم من المركز القومي للترجمة.

وزيرة الهجرة تزور جناح الأزهر الشريف
زارت وزيرة الهجرة السفيرة سها الجندي، جناح الأزهر الشريف بمعرض الكتاب، ودونت كلمة تذكارية في سجل ضيوف الشرف بالجناح: وجدت جناحاً مشرفاً وصرخاً ثقافياً مبهرًا وجاذبًا للكثير من رواد المعرض.

وناقشت الندوة مفاهيم الهوية الثقافية والوطنية وكيفية الحفاظ عليها، ومشكلات الغزو الثقافي، وكيفية حماية عقول الشباب، وتعزيز دور الأسرة ومؤسسات الدولة، وذلك بجناح الأزهر الشريف بمعرض القاهرة الدولي للكتاب في دورته الـ55.

وأعربت وزيرة الهجرة، عن تقديرها لدعوة الأزهر الشريف للمشاركة في هذا النقاش الثري، موجّهة الشكر إلى فضيلة الإمام الأكبر شيخ الأزهر الدكتور أحمد الطيب، لسعة صدره وترحيبه الدائم بالتعاون بين وزارة الهجرة ومشيخة الأزهر الشريف لنشر الوعي والحفاظ على موروثنا الثقافي والحضاري، بجانب جهود التوعية بمخاطر الهجرة غير الشرعية وتعزيز الولاء والانتماء للوطن بحضارته وثقافته وتراثه الضارب في جذور التاريخ.

وزيرة الثقافة تلتقى أبناء المحافظات الحدودية.

حرصت الدكتورة نيفين الكيلاني وزيرة الثقافة، على لقاء 120 شابًا وفتاة من المشاركين ببرنامج فعاليات الأسبوع الثقافي الرابع عشر لشباب المحافظات الحدودية، «أهل مصر» والذي يستضيف الشباب من 6 محافظات حدودية، حيث تم استقبالهم لأول مرة بمعرض القاهرة الدولي للكتاب في دورته الـ55، للتعرف على فعالياته وأمسياته الثقافية والفنية المتنوعة.

ورحبت الكيلاني، بزيارة شباب المحافظات

الحدودية، مؤكدة أنهم في القلب من اهتمام الدولة المصرية التي تستهدف تحقيق العدالة بين جميع أبنائها، بإتاحة وسائل دمجم مع أبناء مصر من المحافظات المتعددة، ويأتي ذلك تفعيلاً لتوجيهات الرئيس عبد الفتاح السيسي، في هذا الصدد، بأهمية تعظيم قيم الولاء والانتماء وحب الوطن لدى أبنائنا، واستثمار القوى الناعمة، في بناء إنسان قادر على بناء مجتمعه.

ووجهت وزيرة الثقافة بإهداء شباب الملتقى مجموعة متنوعة من إصدارات الوزارة، وحثت الجميع أن تكون هذه الإصدارات بمثابة بداية جادة ونواة حقيقية لكل منهم، يستطيع من خلالها تكوين مكتبته الخاصة في منزله، وتكون نقطة انطلاق يمكن البناء عليها للحصول على مزيد من المعارف والثقافات التي تجعلهم أكثر قدرة على تحقيق طموحاتهم ليصبحوا كوادر مستقبلية تخدم الوطن بكافة المجالات.

«طه حسين بعيون الكتاب العرب».. ندوة بمعرض القاهرة للكتاب

شهد الصالون الثقافي بمعرض القاهرة الدولي للكتاب في دورته الـ55، انعقاد الجلسة الثانية من مؤتمر طه حسين بعنوان «طه حسين برؤى عربية»، ضمن فعاليات المؤتمر الثالث «استعادة طه حسين»، في حضور عدد من الكتاب والنقاد من عدة دول عربية.

وتحدث الدكتور محمد مشبال، أستاذ اللغة والبلاغة من المغرب، عن رصد حضور طه حسين في الثقافة المغربية في عدة نقاط منها: دعوة ملكية رسمية لطله حسين لزيارة المغرب؛ حيث حل بالمغرب في عام 1958 وألقى خمس محاضرات في مدن الرباط والدار البيضاء وفاس وتطوان وطنجة، بجانب حضور نصوصه ومقتطفات من كتبه في الكتب المدرسية المغربية من بداية الاستقلال وحتى أيامنا هذه، بالإضافة إلى حضور أعماله بأبحاث المغاربة سواء داخل الجامعة أو خارجها.

وقال مشبال، إن هذه الأبحاث تنوعت بين مجالى الأدب والفكر، حيث تفاعل مع كتاباته العديد من الكتاب في المغرب، وأيضاً كان حاضراً في كتابات صحفية وأدبية، وتم تخصيص رسائل جامعية وكتب تتناول حضور طه حسين في المغرب وفي الثقافة المغربية.

وقال الدكتور عمر مقداد من تونس، إن الشباب التونسي كان يتجهون إلى باريس أو الجزائر أو القاهرة في جامعة القاهرة أو عين شمس، والعديد من الذين درسوا طه حسين صاروا من أكبر المثقفين في تونس.

«معرض الكتاب» ينير دروب المعرفة لتضيء مصر والشرق الأوسط

بالجناح لعرض منتجاتهم والتواصل مع زوار معرض الكتاب لتسويق أعمالهم اليدوية.

فرقة الفنون التلقائية تُحيى تراث حلايب وشلاتين المصرية

لم يكن معرض الكتاب، مكانًا للكتب والمطبوعات الورقية فحسب، بل هناك العديد من الأنشطة الفنية تقام داخل أروقة المعرض، فخلال 12 يومًا أقيمت أنشطة مختلفة في معرض الكتاب، ويأتي له الزوار من كافة أنحاء الجمهورية للاستمتاع بأجوائه المختلفة التي ينتظرها الجميع من العام للعام.

وقال مدير ومدرّب فرقة الفنون التلقائية لحلايب وشلاتين: نشارك كل عام في معرض الكتاب لعرض تراث حلايب وشلاتين الثرى وثقافة مجتمعهم لابرز التنوع الثقافي في المجتمع المصري، فمن خلال ذلك نستطيع إحياء تراثنا والحفاظ عليه من الإندثار.

«أيادي مصر».. جناح خاص لأصحاب الحرف اليدوية والمشروعات الصغيرة

يشارك في معرض الكتاب هذا العام، جناح «أيادي مصر» الذي يعرض مجموعة متنوعة من المنتجات اليدوية والمشغولات التراثية، على هامش الكرنفال الثقافي السنوي.

ونظرًا لدعم الدولة لأصحاب الحرف اليدوية، تم تخصيص مكان داخل معرض الكتاب هذا العام لعرض أعمالهم المختلفة والتعبير عن مهاراتهم الفنية أمام جمهور المعرض.

ويعرض محمد رضا مشغولات نحاسية وإكسسوارات لجمهور المعرض، وهو متخصص في بيع التحف والأنتيكات والنقش على المعادن، ويشارك في المعرض للمرة الثانية، وقد اكتسب خبرة تزيد 50 عامًا في هذا المجال.

واحتتم: تعكس هذه المشاركة الثقافية والفنية التزام الدولة بدعم أصحاب الحرف اليدوية وتشجيعهم على العرض والترويج لإبداعاتهم، وتمنح وجود هذه المنتجات التراثية واليدوية في معرض الكتاب فرصة للزوار لاكتشاف وتقدير التراث الثقافي المصري من خلال الحرف اليدوية المميزة.

أحدثهم كتاب للأطفال.. أحمد يونس يشارك في معرض الكتاب بثلاثة إصدارات وقال الإعلامي أحمد يونس، إن معرض الكتاب يمثل النافذة الثقافية الأهم بمصر والعالم، إذ يؤكد وجود مصر على الخريطة الثقافية العالمية، وذلك من خلال استضافة دولة كل عام لتحل ضيف شرف المعرض، والاطلاع على ثقافات جديدة، وهو ما يؤكد



ارتفعت أسعار الكتب بشكل كبير، ولكن تتميز مكتبات سور الأزركية بوضع هامش ربح قليل لتوفير احتياجات القراء من الكتب دون المغالاة عليهم. وأوضح أن سور الأزركية يلقى اهتمامًا كبيرًا بين فئة المثقفين إذ يحرسون على زيارته دائمًا، ومن بينهم الكاتب عمرو طاهر.

ضيف الشرف.. مملكة الترويج تقدم برنامجًا ثقافيًا حافلًا

وقالت دينا سليمان، منسقة جناح الترويج بمعرض الكتاب، إنهم يقدمون برنامجًا ثقافيًا مميزًا، للتعريف بالثقافة النرويجية بين زوار معرض الكتاب، وذلك من خلال تقديم سلسلة من الندوات والفعاليات الهامة.

وأضافت سليمان أن الجناح ينظم كل يوم من أيام المعرض ندوة لأحد الكتب النرويجيين مترجمة باللغة العربية، من أهمها ندوة عن كتاب «النيل» للكاتب تريا، الذي يعيش مصر وشعبها لذا يقدم كتاب عنها ويشارك به في معرض الكتاب هذا العام.

وأكدت منسقة جناح الترويج، أنهم يهتمون بالطفل ويقدمون أنشطة يوميًا للأطفال لتعليمهم مهارات جديدة، مختمة: المسؤولون والشعب النرويجي لديهم اهتمام بالغ بمعرض الكتاب وزيارته هذا العام.

القومي للإعاقة يشارك في معرض الكتاب بأجمل المشغولات اليدوية

يشارك المجلس القومي للأشخاص ذوي الإعاقة، في معرض الكتاب، بجناح متميز لعرض مواهب وقدرات ذوي الهمم، إذ يقدم الجناح المنتجات والمشغولات اليدوية، والرسومات والكتب واللوحات التي صنعت بأيادي ذوي القدرات الخاصة. وحرص عدد من ذوي الهمم على التواجد

شمس الثقافة تشرق من أرض المحروسة مصر لتُنير العالم بأسره، هذا أقل ما يمكن أن يوصف به معرض القاهرة الدولي للكتاب، الذي يسدل الستار اليوم الثلاثاء على الدورة الـ 55 منه، وذلك بعد أسبوعين من الفعاليات والأنشطة التي شملت الفئات كافة من أطفال لشباب الأسر، فضلًا على البرنامج الثقافي الثرى والذي تضمن سلسلة من الندوات والمؤتمرات في شتى المجالات الأدبية منها والعلمية والاقتصادية.

حقق معرض الكتاب إقبالًا جماهيريًا ما بين مصريين وأجانب، إذ بلغت أعداد الزائرين في تسعة أيام فقط أكثر من 3.5 مليون زائر، وسجلت الجمعة الثانية والأخيرة منه، حضور قرابة 700 ألف زائر، ما يعكس الاهتمام الضخم بهذا الحدث الثقافي الأهم.

سور الأزركية الأكثر إقبالًا في معرض الكتاب شهد جناح سور الأزركية إقبالًا كبيرًا من زوار المعرض على مدار أيامه، في منافسة شرسة لدور النشر الأخرى لما يقدمه من أسعار رمزية ومخفضة تبدأ من 5 جنيهات. وقال أشرف عبد الفتاح، صاحب إحدى مكتبات سور الأزركية، إن المشاركة في معرض الكتاب لها أهمية كبيرة وذلك لقيمة سور الأزركية الأدبية والعلمية نتيجة احتوائه على أهم وأقدم الكتب والمراجع في شتى المجالات بأسعار جيدة ومخفضة تناسب جميع الفئات.

وأضاف عبدالفتاح، أن هناك إقبالًا جيدًا جدًا من زوار معرض الكتاب على سور الأزركية فهو من أهم المقاصد التي يأتي من أجلها الجمهور، موضحًا أن الشباب هم المسيطرون على المشهد الثقافي ولديهم اهتمام بالغ بزيارة المعرض وشراء الكتب. وأكد أن الكتاب كسلعة تأثر بشكل كبير بالأوضاع الاقتصادية على كل المستويات سواء الطباعة أو الورق وأيضا النقل، ولذلك



الدراسية، ودعم أعضاء هيئة التدريس، وتقديم البرامج التدريبية للطلاب، بالإضافة إلى تلبية احتياجات الكلية. ويأتي إنشاء كلية الآداب ضمن عدة مشاريع ضمن اتفاقية التعاون الموقعة في ديسمبر 2021 بين وزارة الثقافة وجامعة الملك سعود. وتشمل الشراكة الوزارة والهيئات الثقافية مثل هيئة الأزياء، ولجنة التراث، ولجنة الموسيقى، ولجنة الأفلام، ولجنة الفنون البصرية، ولجنة المسرح والفنون المسرحية كبيوت خبرة. ويدعمون الجامعة في تسعة مجالات تعاون: التخصصات والمناهج، وشؤون الطلاب، والأبحاث والمطبوعات، وأعضاء هيئة التدريس والفعاليات والندوات، والمهن الثقافية، والبرامج الثقافية، وحاضنات ومسرعات الأعمال، وتفعيل الأصول الثقافية.



عالية الجودة تتوافق مع المعايير الوطنية والدولية، وتعزيز بيئة تعليمية وفنية داعمة للبحث والابتكار، وجذب الطلاب المتميزين والموهوبين ذوي الاحتياجات الخاصة. معايير القبول، وإعداد الخريجين فنياً وعلمياً ومهنياً، وإجراء البحوث والدراسات العلمية المتخصصة في مجالات الفنون. تضم الكلية أقساماً ثقافية علمية مختلفة، بما في ذلك قسم التصميم الذي يركز على تدريس التصميم الجرافيكي والأزياء والمجوهرات؛ قسم الفنون المسرحية يقدم برامج في المسرح والسينما وعلوم الموسيقى؛ وقسم الفنون البصرية مخصص لتعليم الطباعة والرسم والنحت والخط العربي. وتقوم الوزارة وهيئاتها الثقافية بدعم كلية الآداب من خلال تقديم الخبرات في هذه المجالات، والمساعدة في تطوير المناهج

الاستراتيجية الوطنية للثقافة واستراتيجية تنمية القدرات الثقافية لتلبية احتياجات القوى العاملة ورفد المهن الثقافية بمواهب عالية المهارة تقود القطاع نحو تحقيق أهداف وطنية طموحة وأضاف أن الكلية التي تبدأ بثلاثة أقسام جديدة: التصميم والفنون المسرحية والفنون البصرية، "هي مجرد بداية للتعاون الثقافي والعلمي المستمر مع جامعة الملك سعود وغيرها من الجامعات الوطنية المرموقة". وبعد الحفل، قام الحضور بجولة في معرض يستعرض القطاع الثقافي السعودي والفرص التي توفرها وزارة الثقافة للطلبة لتطوير مهاراتهم والعمل في المهن الثقافية. كما سُلط المعرض الضوء على أهداف إطلاق أول كلية للفنون في المملكة، بما في ذلك تقديم برامج أكاديمية متخصصة

مدينة الرياض تستضيف المعرض التجاري الدولي للبلاستيك 2024



المحلي غير النفط والصادرات. وهو يعتبر الحدث الأضخم والأبرز على مستوى المملكة العربية السعودية، لذلك يطمح بأن يكون نموذجاً مميزاً للابتكار والاستدامة. يهدف المعرض في نسخة عام 2024م، إلى جمع رجال الأعمال والمنظمين والمختصين في الصناعة، وصانعي القرار والباحثين جنباً إلى جنب لعرض حلولهم المبتكرة على منصة فريدة وحصرية.

الطلب المرتفع. وتسجيل أرقام قياسية جديدة وتلبية احتياجات النمو لأكبر الأسواق في الشرق الأوسط. المعرض تحت رعاية وزارة الصناعة والثروة المعدنية التي تعمل على تشجيع قطاع الطباعة والتعبئة والتغليف والصناعات البلاستيكية والبتروكيماوية، باعتبارها أحد الركائز الرئيسية للتنوع الاقتصادي الوطني وتعزيز صناعة الجيل الحديث وكذلك تحقيق الاكتفاء الذاتي وزيادة مساهمة إجمالي الناتج

تم الاعلان عن إقامة المعرض التجاري الدولي للبلاستيك والبتروكيماويات 2024 بمركز الرياض الدولي للمعارض والمؤتمرات بالمملكة العربية السعودية. وذلك من السادس وحتى التاسع من شهر مايو لعام 2024 ميلادياً. يوافق هذا التاريخ السابع والعشرين من شوال وحتى الاول من ذو القعدة لعام 1445 هجرياً. سيشكل المؤتمر والورش الدولية التذي سيتم عقدهم منصة لمناقشة الاتجاهات الصناعية المتطورة. في حين ستقدم الورش كلاً من، الجوانب العملية وأحدث التقنيات في القطاعات الفرعية للبلاستيك والبتروكيماويات والطباعة والتغليف والصناعات الأخرى المتأثرة على سبيل المثال الصناعات الغذائية والأدوية والمنتجات الصناعية والاستهلاكية. كما ستنشر الفعاليات والوقائع على الإنترنت ليتم مشاركتها والترويج لها محلياً ودولياً لدى القطاع حول العالم. يواصل المعرض السعودي للبلاستيك والبتروكيماويات نجاحه الكبير في خدمة

”بروج“ تطلق حلولاً جديدة لقطاعات البنية التحتية والتغليف المطور

للبنية التحتية والتغليف المطور، مما يوفر لها فرصة قوية لزيادة حصتها السوقية. وعن العوامل التي توجه الطلب من الأسواق المستهدفة. قال خلفان محمد المهيري إن الشركة تشهد طلباً قوياً ومستمراً على منتجاتها من حلول البولي أوليفين المبتكرة والمتنوعة في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وآسيا والمحيط الهادئ، وتعتزم الشركة الاستفادة من التوجهات الراهنة التي تحفز نمو الطلب، مثل التطورات الحضرية بفعل الزيادة السكانية في أسواقنا الأساسية. وأضاف أن تصميم الحلول والمنتجات الجديدة للشركة جاء بهدف تلبية احتياجات المجتمعات العصرية، وتعزيز جهود بروج المستمرة في دعم عمليات الإنتاج الأكثر استدامة على مستوى العملاء، مما يعزز كفاءة ترشيد الطاقة ضمن عمليات التصنيع، ومن ثم خفض انبعاثاتهم الكربونية، مؤكداً التزام بروج بتحقيق أعلى درجات التميز التجاري المدفوع بالابتكار، وتواصل تطلعاتها نحو رصد مجالات جديدة للتوسع والنمو. وحول أحدث منتجات البنية التحتية. قال خلفان محمد المهيري إن بروج طورت حلولها المبتكرة في مجال البنية التحتية بتقنية ”بوربليس“ Borstar®، وهي مصممة لاستخدامات وتطبيقات أنابيب المياه التي توفر المياه الساخنة والباردة

للبنائين في جميع أنحاء العالم، كما يمكن إعادة تدويرها بالكامل عقب نهاية عمرها الافتراضي البالغ 50 عاماً بما يساهم في تحقيق أعلى درجات المرونة الحضرية باعتبارها مقياساً لقدرة المجتمعات على التأقلم مع التحديات البيئية والتحول إيجابياً نحو تبني ممارسات مستدامة. وأشار إلى أن بروج كشفت ضمن محفظة منتجاتها من حلول التغليف المطور المستدامة، عن الجيل الجديد من منتجات البولي بروبيلين والبولي إيثيلين التي تتميز بخصائص ميكانيكية متميزة فضلاً عن سهولة استخدامها ومعالجتها حيث يتم تطوير هذه المنتجات وفقاً لمعايير تصميمية تضمن قابلية إعادة تدويرها، كما أطلقت الشركة منتج ”الألياف الصناعية (BCF) المصنوع من البولي بروبيلين متعدد الاستخدامات وهو يلبي الاحتياجات المتنامية من شركات تصنيع السجاد المحلية في دولة الإمارات. وبشأن دعم مبادرة ”اصنع في الإمارات“ وبرنامج القيمة الوطنية المضافة. قال خلفان محمد المهيري إن بروج تواصل دعمها لشركات التصنيع المحلية وتعزيز دورها الريادي ومساهماتها في ترجمة مستهدفات برنامج ”القيمة الوطنية المضافة“، لترسخ بذلك القدرات التنافسية للمنتجات والحلول التي تحمل علامة ”صنع في الإمارات“.



قال خلفان محمد المهيري النائب الأول للرئيس التنفيذي لمنطقة الشرق الأوسط والصادرات في ”بروج“، إن الشركة أطلقت خمسة حلول جديدة لتلبية الطلب المتزايد في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وآسيا من قطاعات البنية التحتية والتغليف المطور. وأضاف، أن إطلاق المنتجات الجديدة يدعم استراتيجية بروج الهادفة لتحقيق النمو والابتكار، من خلال زيادة حصة الشركة في سوق البنية التحتية من الأنابيب الذي يُقدر قيمته بنحو مليار دولار. وأشار إلى أن بروج كشفت عن منتجها الأول من ”الألياف الصناعية“ (BCF)، والذي صُمم لصناعة الألياف والسجاد، بهدف تعزيز حضورها في سوق بقيمة 100 مليون دولار في الشرق الأوسط وشمال

تدشين أول كلية للفنون في المملكة العربية السعودية

وسلط نائب الوزير الفايز في كلمته الضوء على كلية الآداب باعتبارها تعبيراً عن التزام الأمير بدر بن عبد الله بن فرحان وزير الثقافة بالتعليم وأهميته في النمو الثقافي وتطوير القطاع الثقافي في إطار رؤية 2030. ”في أول يوم لي في وزارة الثقافة، أكد سمو الوزير على أن ”التعليم يأتي أولاً“، ومنذ ذلك الحين عملنا بلا كلل مع منظومة التعليم والتدريب لتطوير برامج ومشاريع لبناء القدرات الثقافية عبر مراحل التعلم المختلفة، بدءاً من التعليم المبكر لدعم المهنيين في القوى العاملة“. ويعد إطلاق الكلية خطوة مهمة في النهوض بالتعليم الثقافي العالي في المملكة، ومن المتوقع أن يكون له تأثير عميق على التنمية الثقافية الوطنية. ويهدف إلى إنشاء مسار أكاديمي حاسم للمواهب الإبداعية والمجال الثقافي بشكل عام. وأوضح أن هذه الفعالية تأتي ضمن الشراكة الاستراتيجية لوزارة الثقافة مع جامعة الملك سعود وهي إحدى النتائج الأولية لجهود عملية مع الجامعات المحلية تهدف إلى تحقيق أهداف



وقال نائب وزير الثقافة السعودي حامد فايز في كلمة القاها خلال حفل التدشين إن كلية الفنون تترجم اهتمام المملكة في النمو الثقافي وتطوير القطاع الثقافي وتنميته تحت مظلة رؤية 2030.

دشنت وزارة الثقافة السعودية، أمس الأحد، أول كلية للفنون في المملكة بجامعة الملك سعود بالرياض بشراكة استراتيجية بين الوزارة والجامعة لتكون بذلك أول كلية متخصصة في تعليم الفنون بالمملكة.

دار «ELF» تطلق إصداراتها الجديدة خلال فعاليات مهرجان طيران الإمارات



أطلقت دار «ELF» للنشر التابعة لمؤسسة الإمارات للآداب ثمانية إصدارات جديدة خلال مهرجان طيران الإمارات للآداب، ففي مجال الشعر هناك ديوان «فتاة العرب» لعوشة بنت خليفة السويدي، إحدى رائدات الشعر النبطي الإماراتي، والذي جمعه الدكتور رفيع غباش، وترجمته للغة الإنجليزية الدكتورة نادية خوندنة. وفي الأدب الروائي، يترجم تشيب روسيتي رواية «يوميات روز» للكاتب ريم الكمالي؛ إلى الإنجليزية، وكانت الرواية قد وصلت إلى القائمة القصيرة للجائزة العالمية للرواية العربية لعام 2022. كما تضمنت الإصدارات الجديدة مجموعة متنوعة من الكتب في أدب الأطفال والأدب الروائي وغير الروائي مثل: كتاب «كعكة عائشة» من تأليف الكاتبة جوليا جونسون، ورسم الفنانة ميثاء الخياط، وهو الجزء الثاني لكتاب «لؤلؤة عائشة» الذي يروي مغامرات فتاة إماراتية مع جدها. وكتاب «تتين يدعى أزرق»، وهو كتاب مصوّر للأطفال من عمر ثلاث سنوات فما فوق من تأليف الكاتبة ابتسام البيتي، ورسم

الفنان تيموتياس جريشوس. وكتاب «موسوعة الإمارات العربية المتحدة»، وهو دليل تعريفى وتفاعلي حول تاريخ دولة الإمارات وموقعها الجغرافي وثقافتها من تأليف الكاتبة فرانشيسكا أفليك. والنسخة العربية لكتاب «كعكة عائشة»، من تأليف الكاتبة جوليا جونسون ورسم الفنانة ميثاء الخياط وترجمة نورة الخوري. وكتاب «لوي بخير تماماً»، وهو كتاب مصوّر للأطفال من تأليف الكاتبة ويندي ميدور، ورسم الفنانة كارمن سالدانا. كما أعربت أحلام بلوكي، المديرية الإدارية للدار، عن سعادتها بإطلاق هذه الإصدارات قائلة: «عندما أطلقنا «ELF» للنشر في عام 2022، كان هدفنا هو اكتشاف القصص المؤثرة التي تتميز بها المنطقة، والتي تتسم بصلة وثيقة بالعالم وزمننا الحالي. واليوم، بإطلاقنا هذه المجموعة من الكتب، نسعى جاهدين إلى تحقيق هدفنا بدعم صناعة النشر المحلية وإبراز أصوات كتّابنا المحليين. كما نسعى من خلال ترجمتنا للأعمال من العربية إلى الإنجليزية إلى تعزيز وصول مواهب

المنطقة وتوفير فرص لجعل مهنتهم في الكتابة مستدامة مالياً. وأضافت، «نحتفي اليوم بإنجازنا، فقد قطعنا شوطاً طويلاً في فترة وجيزة، وندعو جميع الكتّاب الطموحين إلى مشاركة مسوداتهم معنا، إذ نترقب بشغف اكتشاف كتّاب وكاتبات جدد، وقصص تثرى المكتبة العربية».

«التخصصي» يستعرض أبرز تطبيقاته بالطباعة ثلاثية الأبعاد في مؤتمر دافوس



تتيحها التقنيات الحديثة وآثارها على صناعة القرار والشركات العالمية. ويُعدّ مستشفى الملك فيصل التخصصي ومركز الأبحاث من بين الأبرز عالمياً في تقديم الرعاية الصحية التخصصية، ورائداً في الابتكار، ومركزاً متقدماً في البحوث والتعليم الطبي، كما يسعى لتطوير التقنيات الطبية، والارتقاء بمستوى الرعاية الصحية على مستوى العالم، وذلك بالشراكة مع كبرى المؤسسات المحلية والإقليمية والدولية لتحقيق خدمة عالمية المستوى في المجالات السريرية والبحثية والتعليمية.

المسبق، وإنتاج الأطراف الاصطناعية مخصصة للمرضى بمواد ذات خصائص فيزيائية تلائم كل تطبيق على حدة، إضافة إلى النماذج التعليمية لأجهزة وأدوات طبية تساعد في تكوين فهم أفضل للتشريح ومحاكاة العمليات الجراحية. يذكر أن المنتدى الاقتصادي العالمي الذي يعقد اجتماعاته كل عام منذ تأسيسه قبل أكثر من 50 عاماً؛ يُعدّ أهمّ وأبرز تجمع عالمي يجمع كبار المسؤولين الحكوميين العالميين، والمنظمات الدولية، ووسائل الإعلام العالمية؛ لمناقشة الفرص التي

يستعرض مستشفى الملك فيصل التخصصي ومركز الأبحاث، تطبيقاته لتقنية الطباعة ثلاثية الأبعاد في المجال الطبي، في النسخة الـ54 من المنتدى الاقتصادي العالمي «دافوس» في سويسرا، الذي انطلقت فعالياته بالأمس وتستمرّ لأربعة أيام، تحت شعار «إعادة بناء الثقة»، وذلك ضمن معرض «السعودية الرقمية»؛ بهدف نقل تجربة المملكة العربية السعودية الرائدة في الصحة الرقمية، وإبراز تميز الرعاية الصحية المتخصصة بالمملكة. وتشمل تطبيقات الطباعة ثلاثية الأبعاد المستعرضة في دافوس، التخطيط الجراحي



"يتضمن هذا العدد من مجلة "ME" مقابلات متميزة وأحدث الأخبار حول الاستثمارات في معدات جديدة. أسواق الطباعة والتعبئة في الشرق الأوسط المتنامية والتي ظهرت كمركز حيوي يقدم فرصًا مجزية. تعمق في هذا العدد لاكتشاف كل شيء حول ذلك من خلال الصحيفة التجارية الرائدة في المنطقة"

مجلة شهرية شاملة مختصة في عالم
الطباعة في الشرق الأوسط

المجلد رقم ٢٥ / العدد رقم ١٩٤ / لشهر مارس-أبريل عام ٢٠٢٤

ME Printer FZE LLC

ص.ب ٥٠٢١٨٣

الإمارات العربية المتحدة

هاتف: +٩٧١ ٤ ٣٩١١٢١٠

البريد الإلكتروني:

info@mepriinter.com

رئيس تحرير المجلة

أليكس جهانباني

البريد الإلكتروني:

alex@mepriinter.com

محررة القسم العربي

فايزة إبراهيم

البريد الإلكتروني:

arabic@mepriinter.com

محرر أخبار القسم الإنجليزي

سانجيف فارما

البريد الإلكتروني:

sanjeev@mepriinter.com

المحررون المساهمون

فرانك رومانو

البريد الإلكتروني:

fxrppr@rit.edu

لوريل برونر - المملكة المتحدة

البريد الإلكتروني:

lb@digitaldots.org

دكتور نيكولاس هيلموت - الإمارات العربية

المتحدة

البريد الإلكتروني:

nhellmuth@flaar.org

مدير قسم التسويق والإعلان

برابولا تشاندران

البريد الإلكتروني:

sales@mepriinter.com

الإعلانات المبوبة & الاشتراكات

هاتف: +٩٧١ ٤ ٣٩١١٢١٠

البريد الإلكتروني:

info@mepriinter.com

طبعت المجلة من قبل المتحدة للطباعة والنشر

يتم إرسال جميع المراسلات والمواد الإعلانية

على البريد الإلكتروني:

sales@mepriinter.com

ملاحظة المحرر

دروبا 2024 - قمة ابتكار الطباعة والاستدامة

مع اقترابنا من "دروبا" 2024، يصل الترقب في قطاع تقنيات الطباعة العالمي إلى آفاق جديدة. بإشراف "سايبين جيلدرمان"، يعتبر "دروبا" منارة الابتكار والاستدامة والتحول الرقمي في المشهد المتطور باستمرار لتكنولوجيا الطباعة. هذا العام، تؤكد دروبا من جديد مكانتها كحلقة وصل عالمية للابتكار في مجال الطباعة، حيث يعرض الأحداث الرئيسية على مستوى العالم، ويعزز التعاون الدولي ومعالجة الاتجاهات الكبرى للاستدامة والرقمنة.

في مقابلة حصرية مع مجلة ME Printer، تكشف "سايبين جيلدرمان" كيف تقوم "دروبا" 2024 بضبط نهجها للبقاء على قمة عروض تقنيات الطباعة. على الرغم من تنوع دورات إصدار المنتجات لدى شركات تصنيع المعدات الأصلية، تظل "دروبا" لا تُضاهى في قدرتها على تقديم الابتكارات العالمية. من المقرر أن يبرز الحدث أهمية الاستدامة والرقمنة، مع انعكاسه لصيحات الصناعة الحالية من خلال عروض الابتكار ومنتديات الريادة في الفكر. التوقعات بتدفق 200,000 من الحضور تبرز جاذبية "دروبا" الأصلية رغم التحديات مثل التوترات الجيوسياسية. تشمل استراتيجيات جذب جمهور دولي متنوع حملات تسويق مستهدفة و فعاليات ترويجية، بالإضافة إلى جولة "دروبا" العالمية التي تشمل مناطق من الشرق الأوسط إلى الأمريكتين، وتعزز الحوارات حول التحول الرقمي والمستدام.

مع وجود كبير للعارضين الصينيين، تهدف "دروبا" 2024 إلى تحقيق توازن في التمثيل العالمي، مضمونة عرض مجموعة واسعة من التقنيات والاتجاهات. تنظيم الحدث حسب المواضيع والمنتديات المتخصصة يعد بتقديم رؤية شاملة لاتجاه مستقبل الصناعة، تتخطى الحدود الجغرافية.

تؤكد التغطية الإعلامية، التي تفوق بشكل أكبر من أي نسخة سابقة، على أهمية الحدث. إنها تزيد من رؤية العارضين، وتعرض الابتكارات لجمهور عالمي، وتعزز النجاح العام للحدث. تلعب هذه التغطية دورًا حيويًا في تعزيز التعاون الدولي وتسهيل فرص الأعمال.

مع النظر إلى المناظر المتغيرة في الصناعة، تطوّر "دروبا" 2024 محتواها وبرنامجهما لتلبية احتياجات الحضور المتغيرة. المنتديات الخاصة بالتكنولوجيا الجديدة والتطبيقات والحلول المستدامة، إلى جانب الجلسات التعليمية، ستثري تجربة الزائر، متناولة تحول الصناعة نحو الاستدامة والرقمنة.

نظرًا إلى المستقبل، تعتمزم "دروبا" 2024 تحديد مستقبل تقنيات الطباعة، مع التركيز على الأتمتة، والطباعة الرقمية، وحلول التعبئة والتغليف المستدامة. مع توقع الصناعة لتكنولوجيات مبتكرة وعروض منتجات رائدة، تعد "دروبا" 2024 بأن تكون حدثًا محوريًا، يشكل مستقبل صناعة الطباعة والتعبئة والتغليف العالمية.

الأخبار



دار «ELF» تطلق إصداراتها الجديدة خلال فعاليات مهرجان طيران الإمارات ٥٠

«التخصصي» يستعرض أبرز تطبيقاته بالطباعة ثلاثية الأبعاد في مؤتمر دافوس ٥٠



«بروج» تطلق حلولاً جديدة لقطاعات البنية التحتية والتخليط المطور ٤٩

تدشين أول كلية للفنون في المملكة العربية السعودية ٤٩

مدينة الرياض تستضيف المعرض التجاري الدولي للبلاستيك ٢٠٢٤ ٤٨

«معرض الكتاب» ينير دروب المعرفة لتضئ مصر والشرق الأوسط ٤٧



«HP» ترسم ملامح المستقبل في معرض «٢٠٢٤ Saudi Signage» ٤٥

رئيس صناعة الورق: طاقتنا الإنتاجية بلغت ١٣٠ ألف طن سنوياً وتعد الأكبر في الشرق الأوسط ٤٣

افتتاح أول مصنع بلاستيك فيتنامي في مصر باستثمارات ٣٠ مليون دولار ٤٢

مقابلة



أيمن على ورحلته الثرية مع كانون ... ١٥ ٤١

بويست تطرح خدمات أكثر تميزاً للعملاء بمنطقة الشرق الأوسط وتركيا ٣٩



«دروبا ٢٠٢٤»: نحو مستقبل الطباعة والابتكار في عالم متغير ٣٨

مقابلة حصرية مع «كريم شلبي» الرئيس التنفيذي لدى Vision Fairs إحدى الشركات المنظمة لمعرض «سعودي ستيتش أند تكس» ٣٥





WEPACK
WORLD EXPO OF PACKAGING INDUSTRY
世界包装工业博览会

Global Packaging Industry Banquet

WEPACK 2024

Exhibition Scale

120,000 m²

Exhibition Area

100,000+

Professional Visitors in
Packaging Industry

1,200+

Exhibitors

6,000+

International Buyers

Floor Plan



SinoCorrugated South 2024
Hall 6, 8



SinoFoldingCarton 2024
Hall 4



DPrint 2024
Hall 2



SinoPaper South 2024
Hall 2



Food Pack & Tech 2024
Hall 5



PACKCON China Packaging Container Expo 2024
Hall 5, 7



**Connecting the
Packaging World**

April 10-12, 2024

Shenzhen World Exhibition & Convention Center
Shenzhen·China

Tel +86 400 819 6551

www.wepack-expo.com



Scan to pre-register

WEPACK Series Packaging Exhibitions



Built by



we create the future



drupa

no. 1 for printing
technologies



think digital – be sustainable

Be there when the international print industry meets at drupa 2024, the world's leading trade show for printing technologies. The focus is on the two megatrends sustainability and digitization, the key drivers of global transformation. Experience how innovations are changing the industry. Benefit from top-class knowledge exchange and intensive networking.
drupa 2024 - we create the future

May 28 - June 7, 2024
Düsseldorf/Germany

www.drupa.com #drupa2024

    drupa.com/blog

IFP Emirates LLC
P.O.Box 478842 - Dubai - UAE
Tel. 009714 587 5944
info@ifpemirates.com

www.ifpemirates.com



Messe
Düsseldorf