

Arabic Inclusive

MIDDLE EAST

# Printer

VOL. 25  
ISSUE 196  
MF-02-1824692  
July-August  
2024

Middle East Print Communication Magazine مجلة الشرق الأوسط للاتصالات المطبوعة

The Largest International Expo for the **Printing, Signage, Graphic** and **Imaging** Industries in the Middle East and Africa Region



## SGI Dubai 2024

Sign & Graphic Imaging Middle East

**24, 25, 26 SEPT. 2024**  
**DUBAI WORLD TRADE CENTRE**

[www.signmiddleeast.com](http://www.signmiddleeast.com)

Join us      

**THE LONGEST RUNNING  
PRINTING & SIGNAGE  
B2B EXHIBITION  
IN THE MIDDLE EAST  
& AFRICA REGION  
AT THE ICONIC  
DUBAI WORLD  
TRADE CENTRE**

AS AN  
INDUSTRY LEADER  
WE HAVE NURTURED THIS  
SECTOR FOR

**27**  
YEARS



**PARTICIPATE | CONNECT | STRIKE A DEAL**

For More Information, Please Contact:



**RANJIT**



+971 4 343 5777



+971 50 645 2752



[ranjit@iecdubai.com](mailto:ranjit@iecdubai.com)





# DONGFANG SMART FACTORY TOTAL SOLUTION - YOUR BEST CHOICE

CORRUGATED  
BOARD  
PRODUCTION  
LINE

CORRUGATED  
BOX & PACKAGING  
EQUIPMENT/  
INTELLIGENT  
LOGISTICS

DIGITAL  
PRINTING  
EQUIPMENT

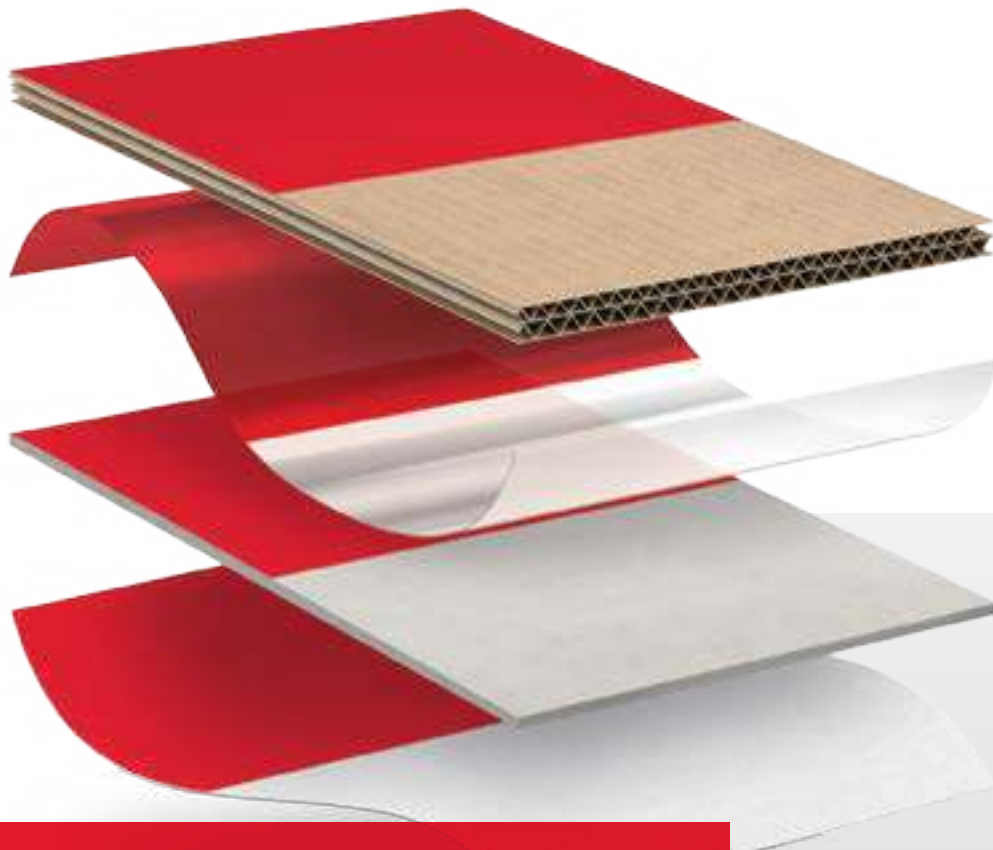
SMART  
FACTORY

## 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 - 88692362      Email : market1@vmtdf.com      <http://www.df-global.cn>

# Leading innovation



For your kind  
of business

**SHAPING THE FUTURE OF  
THE PACKAGING WORLD**

Whatever kind of packaging business you're in, BOBST offers the connectivity, sustainability, digitalization, and automation you need to move your quality and productivity forward. Interested? Find your local BOBST representative at [www.bobst.com/contact](http://www.bobst.com/contact)



# CONTENTS

## News

## Regional

Kenya's Platinum Packaging  
Reinvents Production with BOBST 4

FiftyFifty Unites Students Globally  
with Typography 5

Canon's Most Successful drupa  
Secures Big Middle East Deals 6

MEA Office, Edu Sector Boom Drives  
Paper & Stationery Growth 7

## International

Labelexpo India 2024 in November,  
Registration Opens 8

Print4All Conference Discusses New  
Technologies, Challenges 8

## Interview

Abdulrahman Falaknaz, President of  
International Expo-Consults 10

## drupa 2024

Our focus will be on the Middle East 12

Our legacy is innovation 14

Participating in Drupa allows us  
connect with industry leaders 16

The future of garment printing lies in  
increasing speed and productivity 17

BOBST will become a software  
company 18

Sho-Sho-Sei! Efficient, compact, and  
precise 20

The Middle East is one of the fastest  
growing market for us 22

We Help our customers to fully  
understand the concept of  
sustainability 24

The Middle East market holds  
considerable significance for us 26

Packaging is learning from  
commercial print 28

Xerox positions itself in Saudi Arabia  
as a company with strong customer  
relationships 30



31 New technologies reduce  
dependence on skilled labor

## Advertorial

32 Saudi Xerox Sets Benchmark for  
Best Work Place 2024

34 Driving Innovation and  
Sustainability

## Editor's Note

### Voices of drupa 2024

Welcome to this special edition of ME Printer Magazine, where we bring you top-notch interviews with the stalwarts of the global printing and packaging industry from DRUPA 2024. This issue is packed with insights from industry leaders who are driving innovation and setting new standards in printing technology. Our in-depth conversations cover the latest trends, challenges, and opportunities shaping the future of the industry.

DRUPA 2024 has been a landmark event, showcasing groundbreaking advancements in printing and packaging. The convergence of digital and traditional printing techniques, the rise of sustainable and eco-friendly materials, and the integration of artificial intelligence and automation are some of the key trends highlighted by our interviewees. These developments promise to revolutionize the industry, offering faster, more efficient, and environmentally responsible solutions.

In addition to the DRUPA coverage, we are thrilled to highlight the upcoming SGI Dubai this September. This event promises to showcase the latest advancements in sign and graphic imaging, offering a platform for networking and discovering new solutions that can elevate your business. Attendees can look forward to exploring cutting-edge technologies, innovative products, and the latest market trends that are set to shape the future of the industry.

We hope you find this issue as inspiring and informative as we did put it together. The future of printing and packaging is bright, and we are excited to bring you the insights and trends that will help you stay ahead in this dynamic industry. Happy reading!

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

Vol.25, Issue 196, July-August 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

Rana Ahmed Yehia  
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.



Explore the Future of Visual  
Communication at SGI Dubai  
2024! Join industry leaders and  
innovators at the SGI Dubai,  
where cutting-edge technol-  
ogy meets creative excellence.  
Discover the latest trends,  
revolutionary products, and  
networking opportunities that  
will shape the future of the print  
and signage industry

ME Printer  
Media Partner



## Kenya's Platinum Packaging Reinvents Production with BOBST



In a change to its previous operational methodology, Nairobi-based Platinum Packaging has implemented two highly automated BOBST MASTER M6 inline flexo presses to optimize its production floor and operations.

Specialists in providing their customers with tailor-made solutions for all their flexible packaging and labelling requirements, the Kenyan company is one of the leading packaging manufacturers in the Eastern and Central African region. The company supplies brand owners in the fast-moving consumer goods (FMCG) sector, agrochemical, pharmaceutical, automotive and construction industries. With a total annual production of 580 tonnes, it continuously adapts to meet evolving packaging demands.

Established in 2019, Platinum Packaging initially concentrated solely on gravure printing relying on machinery including a state-of-the-art BOBST NOVA RS 5003 press complemented by a NOVALAM S 550 solventless laminator. However, a fire in 2022 damaged the facility, causing a severe setback. CEO Hasit Patel and his team began the reconstruction procedure, identifying an opportunity to reassess their operation and pursue innovative new strategies. This included extending its partnership with BOBST to include two new MASTER M6 inline flexo presses equipped with oneECG (Extended Color Gamut) and DigiFlexo automation.

"The fire gave us an opportunity to

rethink our approach and introduce more BOBST technology to address some of our major pain points, mainly long setup times due to colour matching, high levels of setup waste, and slow speed to market. The introduction of the MASTER M6 presses has been instrumental in improving our efficiency for short runs, thus optimizing our wide web and gravure presses for more extensive runs as well as ensuring uniformity across all our output. This last piece of the puzzle has truly augmented the capacity of the other presses," explains Patel.

### **Elevating production with oneECG**

The integration of the MASTER M6 presses with the existing machinery has significantly enhanced the production capabilities for Platinum Packaging. In particular, the introduction of BOBST oneECG technology has been critical, leading to notable increases in efficiency and flexibility, along with high-quality print results, faster job transitions, and enhanced prepress efficiency.

BOBST's oneECG technology digitalizes colour matching with an extended colour gamut, reduces the need for costly and often wasteful spot inks, and makes colour reproduction consistent and repeatable.

"Thanks to oneECG, we've achieved great improvements in productivity, reductions in downtime, and significant savings on waste of materials and time. oneECG has disrupted our operations as it is compatible and consistent across different applications and technolo-

gies, enabling more efficient setups and faster job completion. Digital colour matching has significantly expedited our processes, enhancing business continuity and consistency. The automated setup procedure has also reduced substrate waste to less than 30 metres, and we can execute on-the-fly job changes in a couple of minutes. This makes the M6 powered by oneECG one of the most disruptive technologies I've seen in recent years," elaborates Patel.

### **Unwavering support from BOBST**

The support from BOBST during this significant undertaking has been instrumental in maximizing the capabilities of oneECG.

Patel was all praise for the technical support and involvement provided by Daragh Whelan, Application Technical Director at BOBST. "Thanks to Whelan, the transition has been smooth and successful. Whelan is a flexo printing expert specialized in using oneECG for labels and packaging, who works closely with customers to drive efficiencies and help operators get to grips with the intricacies of an extended colour gamut workflow."

At Platinum Packaging, Whelan also assisted in establishing a new prepress department, as the company scaled up and fully digitalized the colour matching process with oneECG.

"Throughout this endeavour, Whelan has given us invaluable support allowing us to achieve the best possible outcomes from oneECG, supporting us in a management change shift and optimizing the usage of the

“  
The fire gave us an opportunity to rethink our approach and introduce more BOBST technology to address some of our major pain points





MASTER M6 presses together with the rest of our technologies,” says Patel.

**A paradigm shift enabled by BOBST**

Establishing a milestone in the history of Platinum Packaging, BOBST’s MASTER M6 technology, with

DigiFlexo automation and oneECG printing, has enabled the Kenyan company to reposition itself in the market with an enhanced value proposition. Brand owner customers can now enjoy improved order flexibility with reduced lead times and lower MOQs (minimum order quantities) and still expect exceptional

colour quality and consistency. Looking back, Patel proudly declares, “This strategic partnership with BOBST was not just a choice but a necessity and it has been truly transformative. With the advanced MASTER M6 flexo presses, we have been able to expand our product range, particularly in the food industry, by providing printing and converting services with inline capabilities, among others for shrink sleeves.”

“But more than that, this evolution represents a paradigm shift in our approach. By adopting BOBST oneECG process, we have embarked on a path of continuous improvement. It has allowed us to serve our customers with greater agility and respond promptly to unexpected demands, thereby strengthening their confidence in Platinum Packaging,” concludes Patel.

“This strategic partnership with BOBST was not just a choice but a necessity and it has been truly transformative”

## FiftyFifty Unites Students Globally with Typography

FiftyFifty, the travelling lettering exhibition that aims to collect and showcase the work of college students worldwide, will be at the Ionian Center for the Arts and Culture in Metaxata, Greece, on 27 July.

Supported by the University of Sharjah and endorsed by the Association Typographique Internationale (ATypI), the project is an initiative of Nada Abdallah, assistant professor at the University of Sharjah’s College of Fine Arts and Design (CFAD), who is also ATypI board vice president. FiftyFifty uses typography and calligraphy to unite student work across different cultures and languages. Founded in 1957, ATypI is an international non-profit organisation dedicated to typography and typeface design.

“Humanity, love, care, understanding, and tolerance are not just desirable but essential qualities in our challenging times. Words are powerful,” explains Abdallah. “Our goal is to encourage students from different backgrounds to create uplifting reflective designs. At FiftyFifty we will combine the work into a multi-



language mosaic of positivity, inspiring individuals to work towards a better world.”

FiftyFifty put out a global call for typographic artworks consisting of one word in their respective languages that encapsulated the theme ‘Positive Synonyms’. A total of 150 works were selected by the jury from an incredible 1,500 submissions by students representing 34 universities from 32 countries in 20 different languages. The collection of



hand drawn and digital calligraphy, typography, and lettering designs is now a travelling exhibition, featured as 50x50 cm black-and-white posters. The 150 works in the exhibition were animated in collaboration with Mahmoud Kanso, creative art director at nybl, the Dubai-headquartered machine learning platform.

FiftyFifty will open at the CFAD in September 2024. The global showcase will continue in 2025 under a new theme.

## Canon's Most Successful drupa Secures Big Middle East Deals



Canon, the global leader in digital imaging solutions, marked its most successful participation ever at drupa 2024, attracting record customer engagement, investments, and visitor interest. At the Canon stand in Hall 8A, existing and potential customers experienced how the latest printing solutions and support services from Canon and its technology partners can help transform their businesses sustainably.

Canon significantly exceeded its projections for the event. Notably, Canon Middle East secured orders worth an impressive €7.3 million and hosted over 70 customers from the Middle East who gained exclusive hands-on access to Canon's innovative offerings and latest product announcements.

Under the theme 'The Power To Move', Canon sought to demonstrate the power of print to move people emotionally to achieve positive change and to move businesses forward by deploying Canon's transformative technologies, expertise, and support. Through curated workflows, Canon showcased its latest enabling technologies with partners, demonstrating real-life customer solutions and inspiring visitors.

As expected for an established global leader in digital production print, sales of both Canon's web-fed and sheetfed presses for commercial print and promotional communications were robust, in particular, those of the ProStream

2133 web-fed inkjet press and the varioPRINT iX3200 sheetfed inkjet press. The increasing trend of investment in inkjet presses also meant that Canon's newly announced varioPRINT iX1700 and the B2-format varioPRESS iV7drew substantial interest despite these presses not being commercially available until next year.

Several significant deals with Middle East customers highlighted Canon's success at drupa 2024. Among Saudi customers, Tenau Saudi Arabia acquired two varioPRINT B3 cutsheet inkjet machines for commercial printing applications, the Education and Training Evaluation Commission (ETEC) added a second line of ColorStream 6000 for exam paper printing, the King Fahd Glorious Qur'an Printing Complex purchased two lines of the ProStream 3000 series, while Al Mutawaa became the first to acquire the Colorado UVgel Packaging Factory in addition to the Arizona 2360 FLXflow. Meanwhile, AST UAE and AST Qatar

secured two Colorado M5 large format UVgel printers, two Arizona 1360 GTF large format UV flatbed printers, and two imagePRESS V1350 production printing systems. These deals underscore the strong interest in Canon's innovative solutions across the Middle East region. Commenting on Canon's stellar performance at the event, Shadi Bakhour, Business Unit Director at Canon Middle East, says, "drupa 2024 has been a resounding success for Canon Middle East. We are thrilled with the overwhelming response from our customers and the significant orders secured. We saw visitors from all over the globe coming to the Canon stand to experience our breakthrough technology and business innovation we can deliver - and how it enables people and businesses to grow and prosper.

"Our cutting-edge solutions and new product announcements have resonated strongly with the industry, reinforcing our position as a leader in driving innovation and sustainability in digital production. We are thankful for the trust so many new customers and partners set in our services and technology for their business, and we are excited about discussing new opportunities with the many new connections made."

drupa 2024 marked Canon's triumphant return to the event after an eight-year hiatus due to COVID-19. The company's unwavering commitment to pushing the boundaries of innovation and its strong customer relationships were on full display, cementing its position as a trailblazer in the printing industry.



“Our cutting-edge solutions and new product announcements have resonated strongly with the industry, reinforcing our position as a leader in driving innovation and sustainability in digital production”



# MEA Office, Edu Sector Boom Drives Paper & Stationery Growth

The surge in office and education sectors in the Middle East and Africa (MEA) region is driving significant growth in paper and related products, according to findings by 6Wresearch. The global market research and consulting firm estimates that market revenues for paper and paper products will reach \$16.4 billion by 2030, growing at a CAGR of 3.4%. The office sector in the UAE employs 64% of the country's workforce and contributes to over half of the nation's GDP. In 2024, Dubai is expected to expand its office space by an additional 44,000 square metres, while Abu Dhabi plans to add 1,12,000 square metres. In Qatar, 3,50,000 square metres of additional office space is planned this year.

A growing number of multinational corporations are choosing Riyadh as the location for their regional headquarters, where office occupancy levels are currently around 98%. Over the next three years, it is predicted that 6,76,000 square metres of office space will be added in Saudi Arabia's capital, while demand for office space in Jeddah is also growing. "The increased demand for office space in the Middle East region will directly boost the office supplies industry, with paper, paper products, and stationery being important components of this segment. As a result, we expect an uptick in sales of products such as writing printing paper, writing utensils, and other office supplies equipment," says Syed Ali Akbar, show director for Paperworld Middle East and Gifts & Lifestyle Middle East.

The Middle East and Africa schools supply market is expected to rise from \$7 billion this year to \$8.9 billion in 2030. According to UNESCO, Africa needs at least nine million new classrooms and 9.5 million additional teachers by 2050, with new schools and classrooms already under construction.

The International Schools Attraction Program of the Royal Commission for Riyadh City (RCRC), launched in partnership with the Ministry of Investment and the Ministry of Education, aims to attract major international schools to Riyadh. Three new British schools are set to open in the Saudi



capital between 2024 and 2026. In Dubai, over 3,65,000 students are currently enrolled in private schools in Dubai. Due to population growth and significant investments in the sector in the UAE, the education market is expected to grow at a steady rate. In 2022, the UAE government allocated \$5.18 billion to the education sector, representing approximately 14% of the total federal budget. "As investments in the education sector continue to grow and the number of schools and students rises, there will be increased demand for school bags, pencil cases, paper, and paper products such as exercise books, blocks, folders, and other stationery products in the coming years. Paperworld Middle East will meet this growing need by showcasing the latest products and innovations from around the world, under one roof," adds Akbar. Paperworld Middle East is the largest international trade show for sta-

tionery, paper, and office supplies. This year's event theme is 'Crafting Global Connections', highlighting the exhibition's role as a central hub for the industry worldwide. The exhibition will feature over 480 exhibitors from 40 countries and is estimated to attract 12,000 visitors. Paperworld Middle East showcases the full spectrum of paper products, including office supplies, school articles, stationery supplies, writing instruments, writing printing paper, and arts and crafts products. A new addition this year is kraft paper and packaging, a segment that is growing in popularity due to the increased demand for sustainable packaging solutions. Paperworld Middle East, co-located with Gifts & Lifestyle Middle East, will be held in halls 5-8 at the Dubai World Trade Centre.

For more information, log on to [www.paperworldme.com](http://www.paperworldme.com)

“The increased demand for office space in the Middle East region will directly boost the office supplies industry”

“The Middle East and Africa schools supply market is expected to rise from \$7 billion this year to \$8.9 billion in 2030”

## Labelexpo India 2024 in November, Registration Opens



“The industry is undergoing significant evolution, with exciting trends such as the shift to digital technology, automation, and enhanced workflow capabilities”



Labelexpo Global Series has announced that registration is now open for Labelexpo India 2024, the only dedicated event in the South Asia region for the labels and package printing industry. The show will be held at India Expo Centre & Mart, Greater Noida, India, from 14-17 November, 2024.

The 2024 event is set to be the largest edition yet with this year's show securing 16,000 sq m of floorspace, an increase of 20% from the 2022 edition.

Over 250 exhibitors have confirmed their participation including Avery Dennison, Domino Printech, Epson India, Fujifilm, Henkel, HP, Jindal SMI Coated Products Ltd., Konica Minolta, Maxcess India Automation, Monotech Systems Ltd., Multitec Aids, Ricoh, RK Label Printing Machinery, Technova Imaging Systems Pvt. Ltd., UV Graphic Technologies, Vinsak, and Weldon Celloplast Ltd.

Suppliers exhibiting for the first time

include Cosmo Films, The Printer House, Rasik Products, Rational Business Corporation, Siegwirk, and Xsys. Jade Grace, Managing Director, Labelexpo Global Series, says, “We’re looking forward to welcoming exhibitors and visitors, both existing and new, back at India Expo Centre & Mart in November. We can promise an exciting four days filled with the latest trends and technologies impacting the South Asia label and package printing market; everything from flexo presses to new digital printing and embellishment technology and much more. The Indian packaging industry is expected to reach \$204.8 billion by 2025, creating a perfect business opportunity for label and package printing converters across the region.”

Pradeep Saroha, Event Director, Labelexpo India, comments, “We are excited about the return of Labelexpo India. This is a unique opportunity for the South Asian print and pack-

age printing industry to reconnect and experience the future of print technology firsthand. The industry is undergoing significant evolution, with exciting trends such as the shift to digital technology, automation, and enhanced workflow capabilities. As one of India's fastest-growing sectors, packaging is driven by expanding markets for processed foods, personal care products, and pharmaceuticals, spurring technological innovation across various fields, including e-commerce and FMCG.”

Rajesh Nema, President, Label Manufacturers Association of India (LMAI), says, “Labelexpo India 2024 is set to be an extraordinary event, bringing together industry leaders, innovators, and enthusiasts. This edition will deliver the latest technologies, unparalleled networking, and immense growth prospects. We are delighted to lend our support and look forward to the entire Indian label and package printing industry coming together for the show.”

For exhibitor Harveer Sahni, Chairman at Weldon Celloplast Limited, New Delhi, Labelexpo India is the showcase of India's evolving label industry. “The event was where global equipment was displayed to India's label converters. In the last few years, it has transformed to become a global arena where Indian capital equipment, tooling, and consumable suppliers are rubbing shoulders with the best in the world to display their technical prowess,” explains Sahni.

To register, visit [www.labelexpo-india.com](http://www.labelexpo-india.com)

## Print4All Conference Discusses New Technologies, Challenges

The Print4All Conference 2024, one of the most important events in the roadmap to Print4All 2025 - the exhibition dedicated to the world of printing - was successfully held on 11 July, 2024, at the elegant Villa Quaranta. The picturesque winemaking region attracted hundreds of delegates, including members of supply chain associations, from around the world.

The conference provided the perfect platform for industry stakeholders to hear views of market experts and share the vision of manufacturers and brand owners through an open exchange of ideas and sharing the best practices, new trends, and emerging technologies.

Organised by ACIMGA and ARGI - the two leading Italian associations in the

printing and converting sectors - in collaboration with Fiera Milano, the Print4All Conference is aimed at the entire printing and converting industry. Presented by Stratego Group CEO Enrico Barboglio, the delegates were greeted by the two presidents of the organizing associations, Daniel Barbui of ACIMGA and Antonio Maiorano of ARGI, and by Print4All exhibition

director Paolo Pizzocarò. Both Barbui and Maiorano underlined the need to strengthen collaboration between the two associations to organize events like the Print4All that has become an aggregation hub for the printing and converting supply chain.

The title, 'Future Print: supply chain outlooks and innovation for the printing industry of tomorrow', summarised the day's objective. Starting with an analysis of the innovations and technological advances introduced to the market in recent months, a broader scenario was sketched out, leaving ample room for interdisciplinary debate throughout the supply chain to consider the future directions in all areas of the printing industry, from converting to packaging, from labelling to commercial and industrial printing.

"The Print4All Conference has always been a strategic system project that goes beyond a simple conference event and is the result of being the only event where the entire printing and converting supply chain - manufacturers, printers, communication agencies/designers, brands - meets and interacts around the main issues that drive the sector and the market," says ACIMGA's Barbui. "This year's theme once again underlines the absolute necessity to face the challenges of the future from a common perspective, with ever greater inclusiveness and aggregation. This is effectively reflected in the support of all the industry associations who have confirmed their support for the 2024 edition through their patronage of the event."

ARGI's Maiorano adds, "The 2024 edition of the conference is the last fundamental step on the way to the next exhibition, a bridging event leading up to Print4All 2025. Both events stand out in the global panorama because they are cross-cutting and complementary events that bring together all levels of the supply chain at a single time and place, embracing all printing technologies in the three pillars of Packaging & Labelling, Commercial Printing, and Industrial & Wide Format."

"Print4All is an event dedicated to business and knowledge and the Print4All Conference as a moment to verify the state of its reference market," adds show director Pizzocarò.



Michele Bianchi, president of the Federazione Carta e Grafica, put the printing sector's turnover at over 27 billion euros. Speaking about the 2023 market results, Bianchi stated that the 13.4% dip in the market (with the sole exception of the machinery sector, which saw a 3.6% uptick) must be considered in the light of several unprecedented events, including the pandemic and the ensuing shortage of materials, supply chain disruptions, soaring energy prices, and destocking. But despite these challenges, the sector has more or less bounced back and is responding well, evident in the preliminary data collected in 2024 that shows improvement.

Major Italian associations in the printing sector including Assocarta, Assografici, ATIF, Comieco, Federazione Carta e Grafica, FESPA Italia, GIFASP, GIFCO, GIFLEX, TAGA Italia, and Unione GCT, international organisations like the European Rotogravure Association (ERA), and several print industry publications offered their endorsement and support to the conference. Themes preview Innovations & Technological Advances

Throughout the day, the innovations and technological advances - from the point of view of both the manufacturers and the brand owners and creatives who have the opportunity to use them - were grouped around three themes that previewed the special areas returning to the Print4All 2025 exhibition. Green Printing dealt with the many challenges facing the printing industry in terms of sustainability and the recycling of production waste. Corrugated Experience threw light on

the strong innovative drive of a sector which is not showing any signs of slowing down. The third theme - Print-MAT - focused on materials innovation and design creativity, looking for new ways to push the traditional boundaries of printing.

Artificial intelligence and future technology were the hot topics for the audience. Speaking on AI, Andrea Camisani, CTO at Camozzi Automation, described the impact of technology on industrial automation. Consultant, researcher, and communication technology evangelist Pat McGrew offered a compelling overview of the latest trends in the technological, application, and strategic fields. McGrew's observations proved useful for printing companies to evaluate future investments.

Two lively round tables were held in the afternoon session. The first one, between brands and agencies, had a comparison of the supply chain, while the second saw the contributions of leading printers in various sectors - from flexible to corrugated packaging, from commercial to large format printing. The common denominator in both meetings was the central role of the press and of the emerging technologies in making effective and impactful communication possible. The conference emphasized the need for discussions and collaborations between industry stakeholders in a rapidly evolving sector to meet future challenges.

Print4All 2025 will be held at Fiera Milano, Italy, from 27-30 May, 2025.

“The Print4All Conference has always been a strategic system project that goes beyond a simple conference event and is the result of being the only event where the entire printing and converting supply chain meets and interacts

## Abdulrahman Falaknaz, President of International Expo-Consults



These regions are experiencing rapid urbanization, infrastructural development, and increasing demand for innovative advertising solutions. The large format printing industry, in particular, is poised for expansion, driven by sectors such as retail, real estate, and tourism. The GCC countries, with their strategic locations and business-friendly environments, offer lucrative opportunities for industry players from across the globe to establish and grow their market presence.

### How does SGI Dubai contribute to the growth of the printing and signage sector?

SGI Dubai acts as a thriving innovation ecosystem, bringing together

### Exploring the Impact and Evolution of SGI Dubai 2024

As the President of International Expo-Consults (IEC), Abdulrahman Falaknaz has been a driving force behind the success of the SGI Dubai Show, one of the most prestigious events in the signage, graphics, and imaging industries. The 23rd edition of SGI Dubai is set to take place from September 20 to September 22, 2024, at the Dubai World Trade Centre. This event is a pivotal platform for industry leaders, innovators, and stakeholders from the Middle East and North Africa (MENA) region and beyond.

In this exclusive interview, Abdulrahman Falaknaz shares his insights on the market potential of the Middle East and Africa, the unique contributions of SGI Dubai to the printing and signage sector, and what attendees can look forward to in the upcoming 27th edition. He also discusses the event's evolution, the critical role of international participants, and how exhibitors can maximize their participation. Join us as we delve into the dynamic world of SGI Dubai and its significant impact on the industry.



### What is the market potential of the Middle East and Africa in terms of the printing and signage industries?

The Middle East and Africa represent a significant growth frontier for the printing and signage industries.

brilliant minds and fostering collaboration across industries. The event not only showcases the latest technologies but also drives business growth by facilitating direct transactions and partnerships. A majority of exhibitors have sold their machines

“ SGI Dubai acts as a thriving innovation ecosystem, bringing together brilliant minds and fostering collaboration across industries ”

on the show floor itself, and the event builds curated business leads that are second to none in the industry. The continuous support from international and regional brands further empowers businesses to stay ahead of technological advancements.

**What makes SGI Dubai a unique platform for exhibitors?**

SGI Dubai offers exhibitors unmatched exposure in the Middle East and Africa's lucrative market. The event provides access to key industry decision-makers and potential clients, making it an ideal platform for launching new products, generating leads, and increasing brand visibility. The specialized exhibition zones add immense value for exhibitors and thereby the trade visitors. Additionally, SGI Dubai is one of the longest-running print and signage industry shows at the Dubai World Trade Centre, which speaks volumes about its enduring relevance and impact.

**What can we expect from the 27th edition of SGI Dubai in 2024?**

The 27th edition of SGI Dubai promises to be larger and more dynamic, embodying the spirit of innovation and collaboration that defines the event. We anticipate even greater participation from global exhibitors and trade visitors. Show profiles will include large format printing, digital signage, traditional signages, ink and substrates, 3D printing, textile printing, machine cutting and fabrication, among several other innovations. These diverse categories



ensure that visitors can explore the latest advancements across the entire spectrum of the printing and signage industries.

**How has SGI Dubai evolved over the years to meet industry demands?**

Over the years, SGI Dubai has evolved by continuously adapting to industry trends and technological advancements. Our focus has always been on providing a comprehensive platform that meets the needs of exhibitors and visitors alike. The event's enduring legacy is a testament to its ability to deliver substantial return on investment and foster meaningful business relationships.

**What role do international participants play in the success of SGI Dubai?**

International participants play a pivotal role in the success of SGI Dubai. Their presence brings a wealth of cutting-edge technologies and innovative solutions, enriching the overall experience for all attendees. The diverse participation also fosters a global exchange of ideas and best practices, contributing to the event's vibrant and dynamic atmosphere.

**Can you tell us more about the dedicated section on car wrapping at SGI Dubai?**

The dedicated section on car wrapping is one of the highlights of SGI Dubai. It showcases the latest trends and technologies in vehicle graphics and wraps, offering exhibitors a unique platform to display their expertise. This section attracts automotive enthusiasts, advertising professionals, car manufacturers, and wrapping professionals, creating an engaging space

for innovation and collaboration in this niche market.

**What is the 'Wall of Fame' at SGI Dubai and how does it benefit exhibitors?**

The Wall of Fame is a special fea-

ture at SGI Dubai where exhibitors can mount their artwork for the world to see. This prestigious display provides exhibitors with additional visibility and recognition, allowing them to showcase their creative prowess and standout projects. It serves as an inspiration for visitors and a testament to the high standards of excellence within the industry.

**How can exhibitors maximize their participation at SGI Dubai?**

Exhibitors can maximize their participation at SGI Dubai by planning and booking their booths early, allowing for prime location selection and extended marketing exposure. They should also engage actively with the event's networking opportunities, and leverage the platform to launch new products and services. Strategic preparation and alignment with their marketing goals are key to achieving the best outcomes.

**What message would you like to convey to potential exhibitors and trade visitors for SGI Dubai 2024?**

I encourage all potential exhibitors and trade visitors to join us for SGI Dubai 2024. This event offers unparalleled opportunities for networking, business growth, and staying at the forefront of industry trends. The show will attract serious buyers and trade visitors from Africa, Saudi Arabia, GCC countries, and across 40 other countries. By participating, you

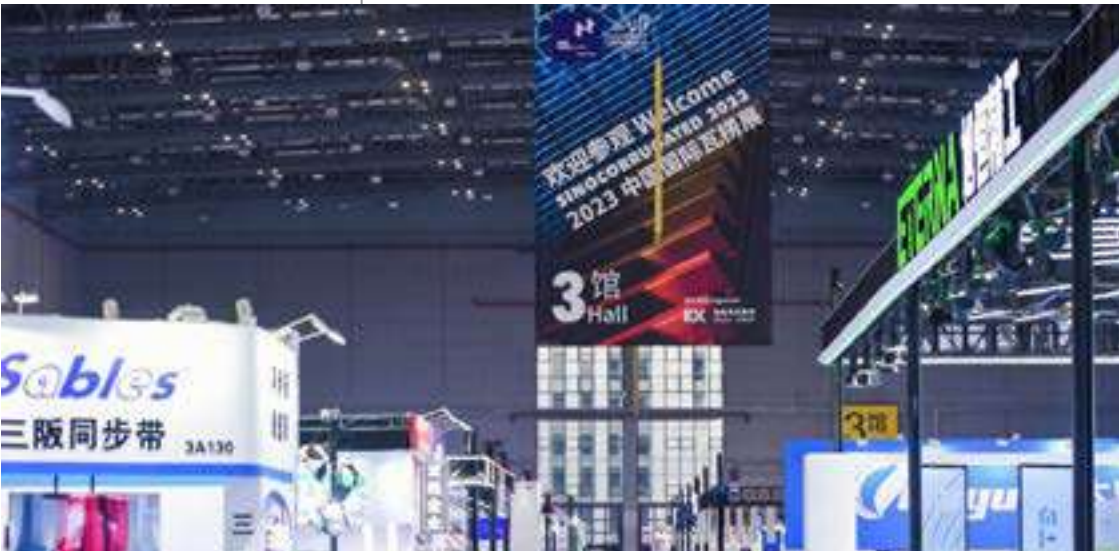


become part of a thriving innovation ecosystem that drives the future of the printing and signage industry. I would urge you all to be here at SGI Dubai 2024 to maximize your benefits and be part of this extraordinary event.

“The 27th edition of SGI Dubai promises to be larger and more dynamic, embodying the spirit of innovation and collaboration that defines the event”



## Our focus will be on the Middle East



*In this series, Alex Jahanbani, Editor-in-Chief at ME Printer, brings you exclusive, showfloor interviews with industry stalwarts representing some of the major exhibitors at drupa 2024, the world's largest trade show of printing technologies.*

**In conversation with Tate Dai, Senior International Marketing Executive, RX Greater China**

**Give me a brief roundup of your company?**

Our company started in 2001 from SinoCorrugated and after these 20-odd years it has become the biggest in corrugated show in the whole world. But we started to make a difference compared to other shows, and decided to cover the entire packaging industry. In around 2006, we had the SinoFoldingCarton which focused on the printing and folding carton industry. In 2016, we cooperated with Chinese packaging Federation and in 2023 we along with the World

Packaging Organisation (WPO) had the WEPACK series which focuses on the whole packaging industry from raw materials, packaging & converting equipment, and then to the end products. So we have actually succeeded in the past few years. Our events in Shenzhen and Shanghai were very good. Our markets are still very strong in South-East Asia and part of maybe South America. But regarding the Middle East and Europe, we got other team in RX German & Turkey to cover it.

**What about your exhibitions?**

Regarding RX China, actually we got WEPACK series show in China mainland and WEPACK ASEAN in Malaysia. In Turkey, RX Turkey launched the Eurasia Packaging Fair in Istanbul. ICE & CCE is launched by RX German so far. Before the pandemic, every year we used to launch four to five road shows all over the world, like in Iran. We also launched in Egypt once, and also America many times and Europe,

especially Germany.

**In your exhibition like the Sino-Corrugated, you get manufacturers from outside the region, like from the US?**

To be honest, international exhibitors make up around 20% of the total, while the rest are from China and other South-East Asian countries. Compare to the times before the pandemic issue, it has been declined a lot. We want to promote non-Chinese exhibitors and be international, because I have talked to several clients who are international manufacturers who feel that the word "Sino" refers to China, but after these 20 years development, we have already become an international mega show in packaging industry.

**How many visitors did you have in the last SinoCorrugated?**

We had a total of 1,00,000 visitors. Since WEPACK can cover the whole packaging industry chain, we had paper traders, the converting manufacturers, box plan and also the end users. Like we have packaging containers in PackCon, companies like McDonald's and P&G came to check the packaging containers they are interested.

**Do you get the support of any association?**

For WEPACK we have the support of the World Packaging Organisation (WPO). Regarding the corrugated we are super strong relationship like the Asian Corrugated Case Association (ACCA) & FCBM (The Federation of Corrugated Box Manufacturers of India). We are also the member of FEFCO, the European Federation of Corrugated Board Manufacturers. In the printing sector we get some support from India's Offset Printers' Association (OPA) and others from like Argentina and South-east Asia. Generally we had cooperation with 50+ international associations all over the world.

**What about the Middle East?**

We have decided that for the next five years, our focus will be on the Middle East, primarily the UAE and Saudi Arabia. I feel Saudi Arabia and North Africa is the best potential market.

“ We have decided that for the next five years, our focus will be on the Middle East, primarily the UAE and Saudi Arabia



# PAPER & TISSUE SHOW

The **10th** edition of the premier international paper exhibition  
**abu dhabi**  
Convention & Exhibition Bureau

**21-22-23**  
**JANUARY 2025**

**ABU DHABI NATIONAL EXHIBITION CENTER**  
**UNITED ARAB EMIRATES**

**300+**  
**Exhibitors**

**50+**  
**Exhibiting Countries**

**18.000+**  
**Visitors**

**120+**  
**Visiting Countries**

+90 (212) 916 17 31

 [paperoneshow.net](http://paperoneshow.net)

 [info@paperoneshow.net](mailto:info@paperoneshow.net)

## Our legacy is innovation



*In this series, Alex Jahanbani, Editor-in-Chief at ME Printer, brings you exclusive, showfloor interviews with industry stalwarts representing some of the major exhibitors at drupa 2024, the world's largest trade show of printing technologies.*

**In conversation with Dr. Andreas Pleßke, CEO, Koenig & Bauer**

**How has drupa been so far?**

Busy! After eight years, we expected a lot of attention, and it's clear that we have it. We are having many discussions with decision-makers. Our salespeople feel it's more intense than it was eight years ago. I wouldn't call it a VIP drupa, but there are more discussions at a decision-making level and fewer discussions about technology interest. This shift is very positive from our perspective. Our booth is extremely busy with a high number of visitors.

**You are displaying 10 new innovations, and it's all about digital? What about offset?**

We have for example the Rapida 106 X. It runs at 22,000 sheets per hour, making it probably the fastest machine in the world. It has numerous sensors and digital technologies. While there are incremental improvements in hardware, most innovations are in automation, electronics, control, data generation, and data-driven ideas. So, even in

offset machines, the focus is on digital advancements.

**I spoke to Jean-Pascal Bobst, and he says that BOBST will be a software company rather than a hardware company. Do you also feel that bringing machines to exhibitions is not a good idea anymore?**

I have great respect for Jean-Pascal and his company, but I see it differently. The essence of drupa is showcasing machines that actually print. It's a global show that attracts people from around the world. drupa's attraction is not just information but also live demonstrations. We believe in showcasing functional machines, which is an effort, but people appreciate it. Decision-makers can't visit every country daily to see machines in action.

Regarding software, it's more about marketing. The car industry,

for instance, has seen electronics grow in importance alongside mechanical improvements. Thirty to forty years ago, a car was primarily a piece of metal equipment with basic electronics like a starter, lights, and a radio. Over time, cars have integrated advanced navigation systems, tire pressure monitors, and safety alarms, making the electronic components as crucial as the mechanical ones. Similarly, in printing, computer and software components will play an increasingly significant role. Technological development will heavily involve software, but it must complement and enable the hardware. We must focus on both mechanics and digitalization to meet future demands. Just as in the automotive industry, where the integration of electronics has significantly enhanced the functionality of cars, the printing industry will see the software and computer aspects of machines grow in importance. This includes predictive maintenance, color saturation control, and energy-saving measures, all of which help optimize the printing process. In the future, digital technologies will continue to complement and enhance the capabilities of our mechanical systems.

**How does the myKyana portal specifically help your customers and in what way?**

myKyana is your central gateway to the digital world of Koenig & Bauer. It provides access to a growing suite of data and AI-based digital products and services. AI helps automate tasks traditionally done by analysts. Under the Kyana portal, we have helpers for predic-



“ Technological development will heavily involve software, but it must complement and enable the hardware. We must focus on both mechanics and digitalization to meet future demands ”



tive maintenance, energy saving, and operator support. These tools optimize machine performance, reduce energy consumption, and assist operators in troubleshooting. myKyana enhances efficiency, supports non-skilled operators, and reduces job change time significantly.

myKyana, to simplify it, would be an interactive manual that tells the operator what he should do if there's a problem. It communicates with him. If there's a need to change a spare part, it tells him what to do, it supports him. If they say the saturation with Red is not right, it will give suggestions for better colour saturation. So it is also for the non-skilled worker, but the helper will not replace a highly-educated printer. But it will help in many little cases to operate the equipment. For example, if there's a jam, what do I do now, and the helper will give the appropriate procedural solution. So, it helps the operator, it helps the people who run the factory to view their performance data, it helps in predictive maintenance, and it helps to save energy.

#### **Can you highlight your partnership with Siemens for productive maintenance?**

Our partnership with Siemens involves a modular strategy in hardware and software. Modularization means that offset machines can be customized with additional units like building blocks. This approach extends to electronics and software, allowing for flexible and standardized control systems. It's like transitioning from early personal computers with multiple drivers to modern plug-and-play systems. This modularity in hardware and software enables efficient and expandable solutions for our customers.

#### **Do you have a project in hydrogen dryers?**

While we aren't discussing it in-depth at drupa, hydrogen dryers are part of our sustainability efforts. The highest CO2 emissions in printing come from drying processes, especially with metal plates. We're exploring hydrogen as a fuel to reduce CO2 emissions during these

energy-intensive drying processes. It's a significant step toward sustainability.

#### **How does Koenig & Bauer approach sustainability?**

Making production more sustainable often increases costs. In the printing industry, however, there is no conflict of interest between sustainability and profitability. Our equipment costs revolve around substrates, ink, and electricity. By reducing waste, ink usage, and energy consumption, we enhance sustainability. The CO2 footprint of a machine over its 20-year lifecycle is significant, so optimizing efficiency is crucial. In other words: By optimising the printing process, we are not only making the entire lifecycle of the printed product more sustainable and cost-efficient - we are shaping the future of the industry, because we believe that sustainability also means lower costs.

#### **What is the future of automation?**

Automation is essential, but so is upskilling people through vocational training. The industry must take the initiative if governments don't. Automation and AI can significantly enhance efficiency, but skilled operators are still crucial. The goal is to combine advanced technology with human expertise.

#### **As the oldest traditional printing press manufacturer are you comfortable selling digital presses?**

Yes, we are. It is a question of market trends and what the customer wants. We have always been an innovative company, so our legacy

is innovation. In today's fast-paced world, consumers cannot wait.

AI can design a package, a website, a Facebook page, etc., in an hour. Then, they might ask, "If we distribute to 50 supermarkets on Monday, can we have 50,000 boxes by Wednesday before?" This won't be a problem because everybody wants everything fast. That's the trend. The entire cycle time, from the idea to a ready-made package in digital printing, is a few days to a few weeks.

When you take these jobs on a digital printing machine where you have no job changes or job changes on the fly and let them run there, the whole process becomes more efficient, faster, and cheaper. So, we observed the shortage of machines and saw the total concept process. We don't focus solely on the machine price or the total cost of production. We focus on the total cost of the process. In an environment with many offset machines, mixing them with digital machines can be a brilliant idea commercially.

#### **How important is the Middle East market for you?**

The Middle East market is very important. The MENA region is experiencing growth and industrialization. Countries here are focused on modernization and creating jobs. The demand for branded packaged goods drives our equipment sales. As more people in the region gain purchasing power, the demand for packaging increases. The Middle East is making significant progress in industrialization and job creation, making it a crucial market for us.



“The Middle East is making significant progress in industrialization and job creation, making it a crucial market for us”

## Participating in drupa allows us connect with industry leaders

*In this series, Alex Jahanbani, Editor-in-Chief at ME Printer, brings you exclusive, show floor interviews with industry stalwarts representing some of the major exhibitors at drupa 2024, the world's largest trade show of printing technologies. In conversation with Alberto Gomez Palacios, Marketing Manager, Barberan S.A., and Xavier Jorge Font, Sales Manager, Barberan S.A.*



### What about the colour configuration and durability of your inks?

AP: Our digital printing machines support a wide color configuration, typically up to 6 colors, ensuring vibrant and precise prints. The inks we use are formulated for durability, offering excellent resistance to UV light, abrasion, and environmental factors. This ensures that the prints maintain their quality and appearance over time, even in demanding applications.

### Where is Barberan based?

AP: Barberán is based in Castelldefels, Barcelona, Spain.

### What prompted you to participate in drupa?

AP: drupa is the world's leading trade fair for printing technologies. Participating in drupa allows us to showcase our latest innovations, connect with industry leaders, and explore new market opportunities. It's an excellent platform for demonstrating our capabilities and meeting potential clients from around the globe.

### Do you have any installations in the Middle East?

XJ: For digital printing, we currently do not have any installations in the Middle East. However, we have a significant presence in the region for furniture lamination and other applications, with around 80-90 clients. This includes notable installations in Dubai and Doha, with our clients exporting to various parts of Saudi Arabia.

### So, I believe your machine is expensive?

AP: Yes, it is an expensive machine. But we are a customized solution. So when a client comes to us with their substrate, we work for them to print on their choice of substrate.

### How come Spain is good at this technology?

AP: Spain has a rich tradition of engineering excellence and innovation. At Barberán, we join forces with technicians from around the world. This global synergy helps us stay at the forefront of technology. Our family-owned structure allows

us to maintain a high level of quality in all our products.

### Do you have a dealer in the Middle East?

AP: Yes, we have a dedicated sales manager who oversees our operations and customer relations in the Middle East.

### Do you see a potential for your technology in the Middle East?

Xavier Jorge Font (XF): Of course there's a potential and we are getting more and more enquiries from that area. But it's a very price sensitive market and we are not the cheapest one. In terms of quality, in my opinion, we are the best, but it has a price. However, we don't want to be a multinational. We only have a factory in Barcelona but have increased our production capacity. When we have a lot of orders we increase the delivery time.

### How many machines have you sold in the Middle East?

XF: For the Middle East, in digital we don't have any. But as you may know we have a lot of clients in the Middle East for furniture, lamination, and so on. We have around 80-90 clients. Even here in Dubai we have a few clients. In Saudi we used to have some. We have seen growth in Doha and Dubai where our clients are exporting to Saudi. But for us, manufacturing in Saudi Arabia is not having a big impact.

### How many machines do you make per year?

XF: In digital we do between 10 and 15 lines per year. For lamination, wrapping, and lacquering, we do around 150 lines per year on an average. Some lines are very small. We have machines that weigh 40,000 kilos, and some up to a million. We do a lot of standard jobs but many clients need tailor-made solutions and Barberan is the only one which is capable of delivering.

### Here at drupa, did you have any visitors from the Middle East?

XF: Yes we had around four or five interesting visits from Saudi and Doha.

### Can you talk about your company?

Alberto Gomez Palacios (AP): Barberán is a family-owned business headquartered in Barcelona, Spain. We specialize in manufacturing industrial machinery for surface finishing and digital printing. Our portfolio includes advanced technologies for digital printing, roller coating, profile wrapping, laminating, and UV curing. We started digital printing in 2007. With a commitment to innovation and quality, we serve a global market across various industries, including furniture, construction, automotive, and packaging.

### What do you mean by multi-substrates?

AP: Multi-substrates refer to our capability to print and apply coatings on a variety of materials. This includes corrugate, plastic, metals, and many more. Our machines are designed to handle different types of surfaces, providing versatility and flexibility for our clients to achieve high-quality finishes on diverse materials.

“ At Barberan, we join forces with technicians from around the world. This global synergy helps us stay at the forefront of technology



# The future of garment printing lies in increasing speed and productivity

*In this series, Alex Jahanbani, Editor-in-Chief at ME Printer, brings you exclusive, showfloor interviews with industry stalwarts representing some of the major exhibitors at drupa 2024, the world's largest trade show of printing technologies.*

**In conversation with Folker Stachetzki, Marketing Manager, Brother International EMEA**

## How has drupa been so far for Brother International?

As a garment printing company, drupa isn't our core event. However, we decided to participate in drupa touchpoint textile area for the first time. To our surprise, there was significant interest in direct garment printing. This niche market attracted many visitors who were actively looking for us. The paper printing market focuses on producing cheap and fast, which doesn't offer substantial profit margins compared to garment printing. For example, producing and selling t-shirts can be much more profitable. This fundamental difference highlights the unique opportunities in the garment printing industry.

## Fast fashion is often criticized for its lack of sustainability. What is your approach to sustainability?

We use GOTS-approved and OEKO-TEX-certified water-based inks that are sustainable and can last for 20 to 30 washes. With our normal Direct to Garment (DTG) technology, you can print on various fabrics, such as cotton, denim, and linen. However, it becomes challenging when the fabric content exceeds 50% polyester. Despite this, our inks perform well on a wide range of materials.

## Between DTG and DTF, which technology do you think is superior?

Both DTG and DTF have their advantages. While DTF allows printing on any fabric type, the current process is not sustainable due to the use of micro-plastic-based powders. However, there are ongoing efforts to make DTF more sustainable. Our machines are versatile and can handle both DTG and DTF with the same ink, requiring only minor adjustments. This flexibility allows us to cater to various printing needs while staying committed to sustainability.

## In what specific ways is DTF currently not sustainable?

The sustainability issues with DTF mainly stem from the artwork process and the micro-plastic powders used. These elements are not environmentally friendly. However, the industry is working on developing more sustainable alternatives to these components. Our goal is to support these advancements and integrate them into our processes to enhance sustainability.

## Do you think screen printing will eventually become obsolete?

No, screen printing will remain relevant, especially for large-scale orders like printing 50,000 shirts with the same design for festivals or concerts. However, screen printing is not feasible for smaller, personalized orders of 100 shirts, for instance. Both DTG and screen printing will coexist, each serving different market needs.



## Is the expansion into garment printing a natural progression from your legacy in sewing machines?

Yes, it is. Brother has a diverse portfolio. For instance, we are the leading provider of karaoke machines in Asia. In the early 90s, when the direct-to-garment business emerged, Brother was among the first to enter the field as a side venture. Today, our garment printing business rivals our industrial sewing machine business globally, reflecting our successful expansion and adaptation.

## With companies like Epson entering the garment printing market, do you see significant potential in this industry?

Absolutely. The direct-to-garment market is vast and continues to grow. Although DTG printing has been around for about 30 years, it has only become highly professional and quality-driven in the last decade. We now have advanced machines capable of full production, operating 24/7. This market is still young and holds tremendous potential for growth and innovation.

## What do you see as the next stage in garment printing technology?

The future of garment printing lies in increasing speed and productivity. The next generation of machines will offer better connectivity, including internet capabilities. We already have software to monitor machine status. DTG technology will continue to evolve towards mass production, potentially reaching productivity levels close to screen printing. For instance, our GTXpro direct-to-garment printer performs best when running continuously. Ideally, it should handle at least 10 to 100 prints per day for optimal performance.

## How is Brother International's business in the Middle East?

Our business in the Middle East is thriving and has seen significant improvement. We are planning to establish a sales and service operation in the region to capitalize on the excellent business opportunities we see there. The Middle East market holds great potential for growth and expansion in garment printing.

“The Middle East market holds great potential for growth and expansion in garment printing”

## BOBST will become a software company



digital platform that enables overview and orchestration of the production process, enhancing and improving the packaging productivity of our equipment. We have also announced a strategic partnership with PACKITOO, a French company developing digital solutions in the packaging industry. We are planning to develop additional solutions with other companies too. The goal is to use the right data for optimal production. For example, a customer who visited our stand at drupa, saw the BOBST Connect demo, and realized it would address his pain points, leading to a new project with them. BOBST Connect is constantly evolving, and regularly introducing new functionalities helps secure investments and enhance productivity.

**People in the Middle East, compared to those in Western countries, are a bit skeptical about BOBST’s high-level automation. They prefer simpler machines. Does BOBST offer options for this market?**

One of our strengths at BOBST, with our wide portfolio, is that

*In this series, Alex Jahanbani, Editor-in-Chief at ME Printer, brings you exclusive showfloor interviews with industry stalwarts representing some of the major exhibitors at drupa 2024, the world’s largest trade show for printing technologies.*

will be driven by data, and using data requires software. As part of our 2030 vision, we aim to shape the future of the packaging world, starting with the digitalization of the PDF at the prepress stage (PDF to TWIN PDF). This transformation

“BOBST will become a software company because data is becoming so integral to our industry”



**In conversation with Jean-Pascal Bobst, CEO, Bobst Group**

**It was rather unexpected during your press conference at drupa to hear you mention that BOBST will become a software company. Can you explain?**

Yes, absolutely. BOBST will become a software company because data is becoming so integral to our industry. In the future, everything



will touch every element of the supply chain, from brand owners to consumers. Enhancing productivity through data is the way for BOBST to continue to lead during this revolution.

**Is all the software independently manufactured by BOBST or through collaborations?**

It’s both. The core is BOBST Connect, our all-in-one cloud-based

we have solutions that suit every need. But we believe the appetite for advanced technology is growing in every region. Let’s take smartphones as an example. In India, millions have smartphones, and some areas are more advanced than Switzerland. In China, Alipay is ubiquitous in restaurants. We can always invite our clients to join this technological evolution, whatever stage they are currently

at. Several clients of ours in the region are looking to enhance their capabilities. Some of these countries will require state-of-the-art technology as well, maybe even before Europe in some cases.

**What are your impressions of drupa 2024?**

drupa this year has been very good. Our stand is very busy with excellent attendance. Overall, the quality of the show is very high.

**What are the highlights showcased by BOBST at this year's drupa?**

We have presented a range of solutions for corrugated, folding cartons, flexible packaging, and labels that enhance productivity and open up opportunities for our clients. For example, our new machine for folding carton – the DIGITAL MASTER 55 – opens up new possibilities for short-to-mid-size runs and allows us to enter new segments, such as general packaging for tobacco and pharma. Notably, the “Zero patching novelty” on our die-cutters has achieved an 80% to 90% reduction in set up time, which is remarkable and never seen before in the industry

**What about those using older-generation BOBST machines? Is it possible to add further automation?**



For machines sold after 2005, it is easier to upgrade. We focus on enabling retrofits so that our customers can upgrade previous BOBST machines with more recent developments to aid productivity and sustainability. For those manufactured before 2005, it is more challenging.

**Looking at the future, do you see a shift from flexible packag-**

**ing to paper-based packaging?**

We have seen significant moves in this area. However, flexible packaging will remain strong as it is one of the most sustainable forms of packaging for food applications mainly. The materials used today for flexible packaging are becoming highly recyclable, and with new materials emerging, flexible packaging will continue to grow.

**Are you offering solutions to help your clients be more sustainable?**

Yes, sustainability is an integral part of the BOBST industry vision. We are supporting our customers in multiple ways, for example through improving equipment sustainability through reduction of ink, waste, and substrate. In addition, together with leading industry partners, BOBST has pioneered a range of innovative, environmentally improved packaging solutions as alternatives to non-recyclable metallized polyester film.

**Everybody is talking about artificial intelligence (AI). Are you integrating AI into your manufacturing process?**

AI is rapidly evolving. Currently, we use AI in our vacuum metallizing novelty, called the BOBST

In Europe and America, the market for gravure printing presses has declined, but demand remains high in Southeast Asia, the Middle East, and China. We have developed one ECG using water-based ink capabilities and have automated our machines to enhance productivity and efficiency.

**How does BOBST see the growing competition from Chinese companies?**

Competition from China is aggressive. They often take technology from Europe or the US and manufacture it cheaply in China. This is a significant challenge for us, especially since the Chinese government heavily subsidizes sectors like packaging.

**Where do you see BOBST in the next five to ten years?**

In line with our vision, BOBST will continue optimizing productivity through digitalization. Our product portfolio will expand into the entry-level segment, particularly in corrugated applications. In the next four years, we will offer a full range of products to cater to various budgets and requirements.

**In the Middle East, there is a shortage of qualified technicians for BOBST machines. Is it**



**possible to train people locally instead of relying on technicians traveling from Europe?**

We can enhance local training. We have a Competence Center in Atlanta for the Americas, a center in Pune and multiple in Europe. Digitalization will facilitate online training, but we can also provide small training packages and utilize our production centers for high quality training.

“BOBST will continue optimizing productivity through digitalization. Our product portfolio will expand into the entry-level segment, particularly in corrugated applications”



## Sho-Sho-Sei! Efficient, compact, and precise



*In this series, Alex Jahanbani, Editor-in-Chief at ME Printer, brings you exclusive, showfloor interviews with industry stalwarts representing some of the major exhibitors at drupa 2024, the world's largest trade show of printing technologies.*

**In conversation with Anke Brandts, Manager Product Management - Commercial & Industrial, Epson Middle East (CISMETA)**

**Can you share your thoughts on Epson's participation in drupa 2024 and what this event means for the company?**

Since the last drupa, eight years ago, a lot has happened in the world and digital technology has developed further. We are using this platform and the uniqueness of drupa to showcase how Epson has reinvented itself and moved away from old analogue towards a more sustainable digital inkjet future.

At the show, Epson is demonstrating the full capabilities of its commercial and industrial digital inkjet range - from large industrial label presses, wide format direct-to-fabric, dye-sublimation and signage machines to smaller, compact devices, designed for high quality colour printing on a wide variety of materials and substrates.

The pursuit of ever greater efficiency, compactness, and precision that Epson has embraced for many years goes well beyond just technology. 'Efficient, compact, and precise' or "Sho-Sho-Sei" as known in Japan, encompasses an enduring philosophy of eliminating waste, reducing dimensions, and increasing precision.

**What is the main vision behind Epson's theme "changing the model for localised production" at drupa this year?**

People are looking for more personalised, bespoke products; produced where they live and work. On the stand, Epson is showing how our newest digital printing technologies can help businesses produce high quality, colourful, and uniquely designed printed products at the point of demand.

**How has Epson extended its new product design concept across multiple platforms, and what are the key improvements seen in the 64-inch print format?**

The design of the new products follows Epson's pursuit of ever greater efficiency, compactness, and precision. More information on the new products will be released later in the year.

**Can you discuss the new industrial SurePress labeling concept and how it strengthens Epson's leadership in the label press market?**

Epson has a strong commitment to provide innovations in the Aqueous and UV ink label market; delivering higher quality, more automation, and increased productivity. Further information about the new product will be revealed at a later stage.

**What makes the new Monna Lisa 13000 direct-to-fabric printer a significant addition to Epson's product lineup, particularly in terms of sustainability and print quality?**

The Monna Lisa ML-13000 is an innovative textile printing solution that requires no additional equipment for pre and post treatment, steaming, and washing. The new direct-to-fabric printer comes equipped with three types of pre and post processing chemicals (pre-treatment, over-coating, and density enhancer) in addition to seven colour inks. This makes it possible to integrate pre and post processing in a single step printing solution and contrasts with other conventional textile printers that require separate processes.

“Epson has a strong commitment to provide innovations in the Aqueous and UV ink label market; delivering higher quality, more automation, and increased productivity”



**How does the new SureColor F10000 with jumbo roll enhance productivity and efficiency for dye-sublimation printing?**

The Epson SureColor F10000 allows productivity of up to 255 m<sup>2</sup>/hour, and the optional jumbo roll enables higher continuous productivity through fewer roll changes; 300 kg jumbo roll vs. 60 kg standard rolls.

**What are the latest Epson printers designed for the personalization and micro-production market, and how do they cater to the needs of small back offices and retail spaces?**

As mentioned earlier, people are looking for more personalised, bespoke products; produced where they live and work. Epson enables small businesses and retail spaces to start and expand with multiple applications on a wide variety of substrates that can be personalised. From photos produced on the SureLab printers D1000 and D500, to t-shirts printed on the SureColor F1000; and promotional items like golf balls, luggage tags, pens, and magnets to name just a few, printed on the SureColor V1000.

**Can you explain the benefits of the hybrid DTG/DTFilm SureColor F1000 and the A4 UV flatbed SureColor V1000 for the personalization market?**



The hybrid DTG/DTFilm functionality across our DTG range, allows customers a higher productivity as they can use the same printer for large images using the DTG setting and batch logo printing using the DTFilm setting.

SureColor V1000 is Epson's first small-footprint UV flatbed printer for the promotional goods industry. The SC-V1000 offers small businesses a compact and affordable way to produce high-quality images on a wide range of substrates. It can print directly on a wide range of substrates

with a thickness of up to 70 mm, including acrylics, polycarbonates, PVC, aluminium, metal, polyester, foamboard, styrene, wood, and stone.

**How do Epson's Edge Color Lite and Edge Print software enhance the capability to manage distributed printing with high quality and consistency?**

Epson EDGE print is our RIP software that customers can use to easily produce print jobs with the perfect settings for each printer. Together with its colour management plug-in Epson EDGE Color Lite it can drive our colour measuring device SD-10 with the automated scanning table, securing consistent colour output throughout our whole range of printers.

**Can you describe the functionalities of the new SD-10 scanning table and SD-10 spectrophotometer, and how they improve colour management and media profile creation?**

Epson's highly compact and flexible SD-10 portable spectrophotometer is designed to enable better ink performance and ensure precise and predictable colour reproduction. The introduction of the SD-10 Automated Scanning Table makes it even easier for users to create ICC media profiles for Epson Edge Print



and create superb colour profile on various media using Epson printers. In addition, the solution enables customers to verify and calibrate Epson print output.

**What are the key components of Epson's product reconditioning program, and how do they contribute to a more sustainable business model?**

The Product Reconditioning Program is currently under investigation in Japan. With the program, Epson

is aiming to extend the life of the printer for the benefit of the user.

**Can you elaborate on Epson's Dry Fibre Technology and its potential impact on sustainable fashion, as demonstrated by Japanese fashion designer Yuima Nakazato?**

With the Dry Fibre Technology Epson is stepping into the recycling segment. Customers can do recycling on-site in their office, reducing waste and time, saving water, and lowering their carbon footprint. In addition, they can securely destroy sensitive information. Dry fibre for textile is still in its concept phase.

**How does Epson's focus on localised production and point-of-demand manufacturing address current industry trends and customer needs?**

As mentioned earlier, people are looking for more personalised, bespoke products; produced where they live and work. Additionally, there is a demand for less waste and lower logistic requirements. Epson is providing solutions to produce the right product, at the right time and the right location.

**What are the key messages and takeaways you hope visitors will leave with after experiencing Epson's booth at drupa 2024?**

At this year's drupa, Epson is showing

a wide variety of stunning products that illustrate how our printing technology encourages creativity and allows businesses and individuals the creative freedom to realize their dreams working with numerous materials and surfaces.

From colourful custom-designed t-shirts, photos, phone cases and coasters, to golf balls, surf boards, deck chairs, towels, car wrappings; beautifully designed wallpapers and labels as well as imaginative home furnishings and fashion.

“ There is a demand for less waste and lower logistic requirements. Epson is providing solutions to produce the right product, at the right time and the right location



## The Middle East is one of the fastest growing market for us



this show use polyester fabrics, which are discarded after the event. Everyone says it's recycled polyester, but recycled polyester fabrics primarily originate from recycled plastic bottles rather than used polyester fabric itself.

With our Neo-Chromato process, we can extract sublimation dyes from printed polyester, resulting in a clean fabric that can be reused multiple times by sublimating it with new designs. This circular approach promotes sustainability by reducing waste and conserving resources. We've got the methodology and the concept, so we are currently working on the machinery. To make it scalable and commercially available, we need equipment to apply this process and handle textiles that need to be reused. We expect this solution to be available in around one to one-and-a-half years. It's a very big step into making printed textile production more sustainable.

### Can you throw more light on your latest machines at drupa: CFX Series and JFX600?

The JFX600 is our high-volume, large-format UV flatbed printer. Initially, we had only one model with a print area of 2.5m x 1.3m, but last March, we launched a new larger model with a print area of 2.5m x 3.1m.

### How is Mimaki innovating to promote sustainability in textile printing?

In the textile industry, digital printing itself is naturally more sustainable than traditional printing methods. Digital printing allows for smaller production runs, reducing logistics movements and minimizing waste associated with stock-keeping. It's also a much cleaner process compared to traditional printing methods.

Furthermore, we are continuously developing innovative solutions to

*In this series, Alex Jahanbani, Editor-in-Chief at ME Printer, brings you exclusive, showfloor interviews with industry stalwarts representing some of the major exhibitors at drupa 2024, the world's largest trade show of printing technologies.*

### In conversation with Arjen Evertse, General Manager Sales, Mimaki Europe B.V.

### Energy consumption plays a big part over the whole range of products, including sign graphics. What is your take on this?

Energy efficiency is a key focus of our equipment R&D. We believe it can lead to a more sustainable approach to printing. In the Sign Graphics market, we consider UV technology to be the most sustainable printing technology. That's why Mimaki continuously develops UV-curable printing technology and promotes its adoption. Our UV roll-to-roll printers consume 5 times less power compared to solvent printers and 8 times less power compared to resin printers on the market. In fact, with a maximum power consumption of 0.5 kW, our Mimaki UJV100-160Plus offers one of the lowest power consumptions in the market, if not the lowest.



further enhance sustainability in textile printing. Our Neo-Chromato Process, designed specifically for soft signage and interior design, like those prominently featured at drupa, addresses a key sustainability challenge. Many booths at

In addition, we introduced the new CFX Series, a range of high-end cutting tables for the sign graphics and packaging industry. What's great about these cutting machines is their modular design, allowing customers to upgrade later on. The

“Epson has a strong commitment to provide innovations in the Aqueous and UV ink label market; delivering higher quality, more automation, and increased productivity”





smallest model in the series features a cutting table of 2.5m x 1.3m. If a customer needs to handle larger sizes or volumes, they can add one or two additional tables, resulting in a total table size of up to 2.5m x 5m. The cutting tools are also modular, enabling customers to design or select the toolset according to their business needs and applications.

**Is customization a growing trend?**

Yes, this trend has been ongoing for several years, and I personally don't think it will disappear anytime soon. Consumers nowadays are very particular; they want something unique and ones that are made especially for them.

This is why we see a lot of online shops and print service providers offering custom t-shirts, textiles, wallpapers, and more. Even outside of the print industry, people increasingly value custom products. Nowadays, if you want to order a shirt, there are many websites where you can enter your measurements to get a customised shirt.

**How would you compare DTG and DTF printing? Which do you follow?**

We launched our first direct-to-film (DTF) printer in 2023. While direct-to-garment (DTG) printing was very popular, DTF printing has gained significant traction in recent years. DTF printing technology is definitely a viable alternative to DTG. It eliminates the need for pre-treatment and offers advantages such as the ability to print on a wider range of fabrics, including dark-coloured materials. Additionally, DTF can handle

larger print runs more efficiently. There's still a place for DTG, and it will not disappear. However, at the moment, we are observing a major shift towards DTF.

**How has drupa been for Mimaki?**

drupa has been quite a good show. It attracts a different audience compared to what we are used to. Not only does the show attract people from the digital printing industry, but it's also attended by people from the traditional commercial printing market. I've participated in many drupa shows before, with the last one being eight years ago. So, it's quite exciting to be back and see how the industry has advanced.

**Do you have a different target strategy when participating in drupa as say against FESPA?**

There's a little overlap, but generally speaking, they have different visitor profiles. We meet different companies and thus have different messaging for each show. Here at drupa, one of our goals is to help companies from the traditional commercial print market secure the future of their business. We want them to know that by using our digital inkjet printers, with a relatively small investment, they can expand their business and offer a greater variety of products to their customers.

**Why are you integrating robotic arms into your equipment?**

We see a demand for it. With the popularity of automation, printers are looking to make their workflows as efficient as possible. Incorporat-

ing a robotic arm can be one way to do so, and has the additional benefit of freeing up those, who would be doing those tasks, to be trained up in other areas on the print floor.

**Is the Middle East an interesting market?**

Very much so. The Middle East is one of the fastest-growing markets for us. The Emirates is a hub with a lot of business activity, and Saudi Arabia also invests heavily and offers many print opportunities. Additionally, countries like Iraq have experienced significant growth in recent years.



We have many established partners in the region and products specifically tailored for this market. For example, we offer more affordably-priced special ink ranges to meet local demand, especially in countries where the primary focus is on maintaining existing machines and selling consumables.

Last year, Mimaki Europe was also present at FESPA Middle East, demonstrating the importance of this market to us.

“ There is a demand for less waste and lower logistic requirements. Epson is providing solutions to produce the right product, at the right time and the right location ”



# We help our customers to fully understand the concept of sustainability



“ This is the meaning of amplify. We want to support our customers to amplify their sustainability and also our commitment towards what we can do ”

*In this series, Alex Jahanbani, Editor-in-Chief at MEPrinter, brings you exclusive, showfloor interviews with industry stalwarts representing some of the major exhibitors at drupa 2024, the world's largest trade show of printing technologies.*

**In conversation with Fernando Gordillo, EMEA Industrial Sustainability Lead, HP, and Susana Alonso, Solutions and Security Category Manager EMEA, HP**

**Let's begin with a general question. How does HP's commitment to sustainability influence innovation and product development?**

Fernando Gordillo (FG): The first thing in our sustainability strategy is achieving our three different objectives: our company goals as a corporate, and minimizing the environmental impact for our products and our customer's products. One of them is related to our digital printing presses, our inks, and our solutions. Our strategies are based on everything we can improve, things like energy consumption in our presses (i.e. relevant for some countries facing electricity sourcing) or efficiency in the printing modes. In drupa we have just launched a printing mode

to reduce the amount of ink that we apply on the substrate to make the printing process more efficient. So these are some of the things that we keep as priority when we develop a new product or upgrading the existing ones. One of the strategies of HP is also to protect the customers' investments. We also need to consider that the customer wants to keep the equipment in place and we always try to update over and over with the latest technology. This is also one of our strategies for providing solutions to customers to help them keep the press for a long time. We have studies to show that there are customers with our presses for more than 10 years and we have been upgrading those units, sometimes improving speed, print quality, or any other feature during all this time.

**You have something called a Sustainability Amplifier Program. Can you explain about that?**

FG: This is a program that we have just launched in drupa. This is a program that we started to implement in HP with our channel partners. There are many companies selling our products like laptops and home printers, which HP does not sell directly. We also want these companies

to have the same commitment that HP has towards sustainability and with the same improvements. This is a kind of program to do an assessment and amplify our sustainability to our channel partners, and now we are also applying the concept to our customers. We send them a questionnaire where they can provide their answers. This is again a kind of assessment for them to fully understand the concept of sustainability, which may include many things like how they treat their employees, about electricity consumption, waste management, efficiency in the printing process, and production, etc. Based on this, we send a report back to customer who can understand where they are and can choose how to improve. For that, we provide different content with different options and its back again to a further assessment, so we can see how our customers are progressing. This is the meaning of amplify. We want to support our customers to amplify their sustainability and also our commitment towards what we can do.

**Do you, however, feel that the issue of sustainability is important for your customers?**

FG: It depends on the region, the

size of the customer, and the market as well, but also which segment the customer is in. In EMEA (Europe, Middle East and Africa) region, for example, we can see that it is a hot topic, because of the economy and the industry requirements. Multinational companies already embrace sustainability. They are putting in place their sustainability goals, etc. But there are customers who are not fully engaged with what is happening in the market, what the industry is requesting, they have limited resources, they do not have a focal point dedicated to sustainability, and this is where they are struggling. Most of the time they are seeking help and ask what they need to do. But things are slowly changing and there are customers choosing the right path to sustainability.

**Sustainability can mean many things. Even in manufacturing, the material used to manufacture the product itself is important. So when HP talks about sustainability, does it cover the whole thing?**

FG: Yes. In the HP Indigo technology, for example, the Indigo presses have different credentials but the manufacturing process is similar. Apart from this, we do work with an entity providing environmental credentials to our digital printing presses. Again, these credentials are related to the manufacturing process, the components, and also the technology. This is our way of trying to implement sustainability on every single aspect of the presses.

**Do governments and things like the European Green Deal play a part in how you deal with sustainability? Is there pressure from the government or legislators?**

FG: Yes. Regarding the Green Deal, the EU government put pressure on us along with the industry to make things better. There's pressure also from the foreign media. The pressure coming from the government is now also coming from the industry. In Europe, there's the Packaging and Packaging Waste Regulation that is in agreement with the central government in Europe. This is putting pressure on the local governments, so we are all going in the same direction. This is not only related to the packaging or the final product. It is also related to how the product is printed and produced, and which solutions you have used to make the packaging more sustainable. We

also have to improve everything that was mentioned earlier, like energy consumption and the efficiency in the manufacturing process.

**Don't you think the brands also play a big role here?**

FG: The big brands in the industry also handle this kind of pressure. Recently I had a meeting with a brand together with one of our customers as well and what it was decided, was implemented because they want to reduce their carbon footprint by 10%. The brand decided that they need to reduce their impact by this amount, so they are now trying to understand how they can achieve the goal. The brands put pressure on our customers, and our customers on us. In order to get the right solution, in drupa we are presenting a tool for our customers to be able to calculate the carbon footprint of any HP Indigo digitally printed job. So the brand can understand if it is a saving for them, typically if you print in digital. We are showing to the customers this tool, and they can understand and modify accordingly, sometimes it's the media, sometimes reducing media waste, sometimes the printing process.

**What types of inks are you using?**

FG: At HP Industrial, we mainly have two types of technology: HP Indigo and Page Wide Presses. Page Wide is water-based inkjet, and in Indigo the technology is described as liquid electro photography. So basically it's not solvent, nor water-based. There are no toxic components and the inks are safe.

**What do you mean by securities when we talk about HP products?**

Susana Alonso (SA): With the HP Indigo Security platforms we aim to offer the advantages of digital printing to the high security printers. These advantages are variable data printing, and printing on demand. We developed the solution together with Jura, the market leaders in the security design software. We modified our series 3 platforms to make them secure and be able to print the security designs and features from Jura. In drupa we are showing a wide range of security applications that goes from tax stamps, ID cards, documents, visa labels, licence plates to even a passport prototype. It is a restricted technology that can be accessed only by Intergraf certified printers or printers that print for governments.

**There's this HP Indigo 7K Secure digital press. What are its advantages?**

SA: This particular press is designed for high security documents like passports, diplomas, licenses and ID cards. It's a sheet-fed duplex machine that can print a wide substrate range that goes from uncoated / coated paper to synthetic materials.

In drupa we are presenting this passport prototype. Traditionally the passport can be counterfeited by removing the personal data from the first page and adding new one. Having the passport printed with our digital technology means that we can add the personal data in every single page, among many other security and variable features. How difficult could be to counterfeit a passport like this? At least it will take a long time and money to counterfeit it.

On top of this, HP Indigo provides a range of security inks. We have 3 UV invisible inks. Commercially we have the yellow, red, and the blue and under development we have the green one. That means that in the near future we will be able to print RGB pictures with our invisible UV inks. We also have the colour shifting ink, which can be used as it is or mixed with the other colours installed in the press to widen the colour range. The UV red and green and the colour shifting ink are restricted, thus they are only available to the high security printers.

To have the final application ready we partner with finishing equipment manufacturers. We can place their equipment in-line or near line depending on the customers' needs. This equipment can include inspection system, die cut, varnish unit, etc.

**How was drupa so far for you?**

SA: drupa has been very busy. I didn't expect such an attendance. We are having many quality visitors interested in the security platforms.

**Can you talk a little about your HP Graphic Experience Centers?**

FG: HP centers are both customers demo and training centre. In Barcelona's site we have a staff strength of more than 2,000. Globally we have 3 Graphic Experience Centers: the one in Barcelona covers Europe, the Middle East, and Africa (EMEA) region. We have another one in Singapore for the Asia Pacific region, and one in Atlanta, USA, for North and South America.

“ drupa has been very busy. I didn't expect such an attendance. We are having many quality visitors interested in the security platforms



## The Middle East market holds considerable significance for us



electric vehicle batteries using our proven technology that we have from our long history. So KODAK is more than film, but also more than print. It's a wide range of different technologies and products that we serve. But obviously here at drupa, we focus on print.

**One concept of your approach is called One KODAK. How does this influence your product development and customer service?**

One KODAK really means one face of KODAK to the customer. Whatever the customer's needs are, we must have a common approach and a common philosophy of how we deal with those customers, a common approach how we work with them, the interface, the service process, and make sure we have the best method of giving solutions for every customer, irrespective of the distance they are in. For the future we will make sure that we are dealing with every customer in the same way.

**Is the PROSPER ULTRA 520 press that you are showcasing here a typical digital printing machine or a press that targets a commercial offset printer?**

The machinery that we have here now is really a bridge between offset and digital. The unique capability of this machine means that for the first time we have two offset capabilities of 200 lpi at full4 production speeds. So at speeds of 152 metres per minute we can print any type of image or ink coverage at the optimum quality at full speed. The 520 press could do that all day, and really create an opportunity to add the digital variable print requirements that really create the bridge between full offset or full digital. So it's a very, very capable machine. Today we don't just have a press but a full system that includes the optional KODAK OPTIMAX pre-coater and our new KODAK Finishing Solutions. So it's a complete system. The inks that we have in the machine are all designed and KODAK manufactured sustainable water-based inks. We do offer our customers the complete solution.

*In this series, Alex Jahanbani, Editor-in-Chief at ME Printer, brings you exclusive, showfloor interviews with industry stalwarts representing some of the major exhibitors at drupa*



*2024, the world's largest trade show of printing technologies.*

**In conversation with Chris Balls, VP Print, Eastman Kodak Company**

**How has KODAK evolved over the years? Can you give us a brief roundup of your showings at drupa?**

KODAK is showing a wide range of

many new products covering the whole industry, from digital, offset, workflow, plate, equipment, and consumables. The real focus of our booth here at drupa is the PROSPER ULTRA 520 press. In addition to that, we are also showcasing additional parts of the print system. We have a new KODAK OPTIMAX Pre-coater and the new KODAK Finishing Solutions. We have also introduced our new offset plate – the process-free SONORA Ultra plate – which has some significant advantages compared to the previous generation. We are also highlighting a new CTP at the show: Two days ago we introduced our KODAK MAGNUS Q3600 Titan VLF (very large format) platesetter, which has just started to sell. So when you look across the whole range of products and services for a printer, we really try to make sure that we are covering the whole range of potential requirements.

In addition to that, KODAK, in the last 20 years-plus, has really moved from a company that was film-focused to a company that is more print-focused. We still manufacture and sell film, specialty chemicals, we are now involved in manufacturing elements of

“ One KODAK really means one face of KODAK to the customer. Whatever the customer's needs are, we must have a common approach and a common philosophy of how we deal with those customers ”

**There are many digital manufacturers now. There's a lot of competition. So what really distinguishes this machine from the rest?**

We have a whole range of presses, the PROSPER 7000, the 6000, and we got the 520. So if you want a more typical range of inkjet products, but if you need productivity, especially for the 7000, which is the fastest inkjet press in business available. If you really want something with a capability to deliver offset quality at good production speeds and efficiency and output, this is where the 520 press comes in, because it genuinely does give you the ability to print high-quality, high-resolution images in whatever ink coverage you want to at fast production speeds. So it's the first press that really gives you high volume, high productivity, with high quality.

**What are the advantages of OP-TIMAX pre-coater for printers?**

This is a real advantage for our printers, because for many inkjet requirements, to get good quality you got to have specialist papers. With the pre-coater that we have here, it has a reverse review process. It puts down a pre-coat layer manufactured by KODAK enables you to use a wide range of different papers, generally lower cost



offset papers. It then gives you the ability to reach the same quality level as if you are using a specialist inkjet paper. So it saves money for the printer, gives more choice in terms of substrates, and enables to work at high quality in high speeds again on whatever papers you are using, from lighter substrates to the heavier substrates. So it gives a printer a much wider choices.

**Digital print manufacturers are**

**moving into packaging, what about KODAK?**

Here at drupa, we are presenting the new PROSPER Print Bar, which enables packaging printers to expand their digital business without having to make a big financial investment. It can be integrated into offset, flexo, and gravure presses as well as packaging converting machines such as folder gluers. This innovation enables quality monochrome to CMYK printing with a seamless width of up to 315 mm with preconfigured solutions, or wider with custom configurations. With the PROSPER Print Bar, printers can implement personalization or versioning of packaging or connected, smart packaging applications to foster consumer engagement and drive brands' success.

**What about KODAK's finishing solutions, because one of the bottlenecks in the printing system has been finishing?**

About a year ago we acquired a company in the US called Graphic Systems Services Inc. (GSS). They have for a many, many years been a provider and manufacturer of finishing systems for the printing industry. So we have inherited their portfolio and their capability. GSS have that full capability,

like cutting, folding, perforating, whatever you need to do, and they are providing that capability for us. These versatile, fully customizable devices establish Kodak as a full-service provider of integrated webfed finishing solutions for high-speed inkjet workflows.

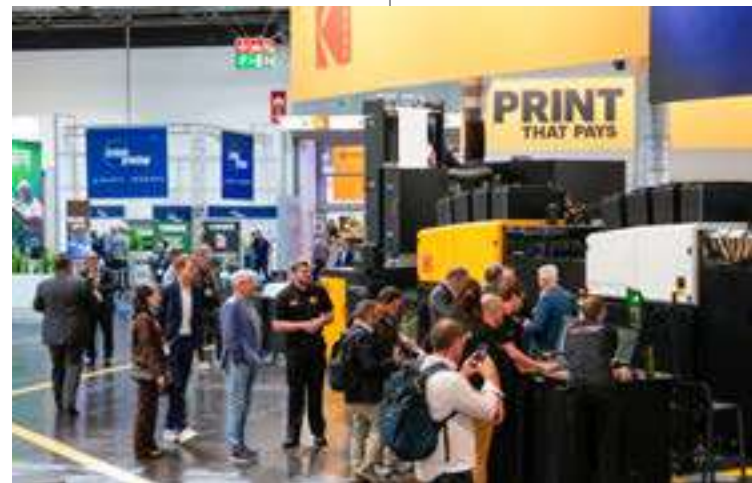
**What's your strategy regarding sustainability?**

A purely process-free world is

where we would like to be. There are still a lot of processed offset plates out there, but we are heavily focused on process-free technologies. When you look at our inkjet inks, they're all water-based inks. In addition to that, when you look at the design of our equipment, they're long lasting. Presses like our 5000 or 6000 have been there for a long, long time. Our presses are built to last for a long time. Regarding our printheads, all of them can be recycled. They can be refurbished to be reused in the pres or imprinting solution. In environmental terms, we try to reduce waste to the maximum.

**Let's discuss the significance of the Middle East market. While it may not be as large as the markets in the US or Europe, how crucial is it in terms of potential growth and importance?**

The Middle East market holds considerable significance for us, despite its size being smaller compared to the US or European markets. We have established relationships with several key customers in the region, which underscores its importance to Kodak. More importantly we see substantial growth opportunities in the Middle East. We value the potential for expansion and the strategic importance of the region. Our ap-



proach is not solely focused on the current size of the market, but rather the potential for future growth and the opportunities it presents.

Whether it's a customer in the Middle East or Europe, what matters to us is the opportunity to grow and strengthen our presence. The Middle East offers a unique landscape for development, and we are committed to leveraging this potential to the fullest.

“ The Middle East market holds considerable significance for us, despite its size being smaller compared to the US or European markets



## Packaging is learning from commercial print



We try to interpret this data with interconnectivity, which is visible to customers who can then make easier and smarter decisions. We provide a dashboard that helps customers understand where they can improve or gain efficiencies.

### What are the features of the new offset machine you are displaying at drupa 2024?

Komori is always making improvements. We are introducing the EX Editions in both the commercial and packaging print segments, where EX stands for ecological transformation and increased focus on sustainability. These machines come with several features that further reduce energy consumption and shorten make-ready times. Sustainability is a key focus for us.

### What about the automation of your presses?

Both presses feature significant automation. First, there is the auto-pilot function. The operator only needs to insert the plates; the automated press will handle the entire sequence from pre-inking to printing to de-inking and plate changes. At this exhibition, we will showcase the collaborative robot (MBO CoBo-stack palletizing robot) that collects finished products from the machine and stacks them on pallets. Once done, the AMR (Autonomous Mobile Robot) moves the finished skid to the MBO K80 folder with the CoBo-stack palletizing robot for folding. We demonstrate a fully automated process at our booth.

### You recently celebrated your hundredth anniversary. How does this great legacy help you to improve and move forward?

Komori has always been a strong and healthy company, which gives our customers confidence in our longevity. We put the customer first, listening closely to their needs. Our extensive experience allows us to innovate and introduce new features to the market.

### Are you focused more on packaging?

Packaging is a major theme at this exhibition and in our general mar-

*In this series, Alex Jahanbani, Editor-in-Chief at ME Printer, brings you exclusive, show-floor interviews with industry stalwarts representing some of the major exhibitors at drupa 2024, the world's largest trade show for printing technologies.*



**In Conversation with Peter Minis, Marketing Manager, Komori International Europe**

### Companies that used drupa as a launch pad for their new products no longer do so. In this scenario, why was Komori inspired to participate in drupa 2024?

First of all, let me say that Komori has always been a significant participant at the drupa show. It feels

like the 'Olympic Games' of the printing and graphics industry. It has always been a challenge for us to showcase ourselves properly. Komori has a huge loyal customer base. They know Komori and know how to find us. However, we also have a lot of market share to gain from outside our familiar customer base, and from that perspective, drupa is the perfect opportunity.

### You think drupa 2024 is about 'Connected Automation'. What does that mean, and how do you present it?

Connected Automation is our way of creating a Smart Factory by promoting the use of IoT (the Internet of Things), developing labor and work-saving designs, and strengthening standardization and inspection mechanisms. We see a labor shortage in the market, a decline in knowledge and skill sets, and an increased demand for enhanced productivity and sustainable solutions. With Connected Automation, we can connect processes and visualize the entire production flow.

### How does cloud-based production work for a printer, say, in the Middle East?

From the very beginning, Komori presses have collected a lot of data.

“Komori has always been a strong and healthy company, which gives our customers confidence in our longevity”





“  
The Middle East is a very important market. Our colleague Moez Jebali, Regional Sales Director is doing an excellent job promoting and supporting Komori in the region



keting campaigns. We made the bold decision to bring the Lithrone GX40 advance double coat and install it at drupa.

**Consumer behavior is changing, with more online purchasing. How has Komori adapted to this trend?** Packaging is learning from commercial print. We've transitioned from long runs to shorter runs with frequent changes. In packaging, we've reduced make-ready times for complex PMS and color changes. Using the GX40 advance, we demonstrated the Super Short Makeready and Smart Color features. Our software replicates PMS colors using a seven-color process, which is environmentally friendly and reduces the need for wash-ups and changeovers, making shorter run lengths more profitable.

**What about your digital collaborations?** Komori has a long-standing relationship with Konica Minolta, exemplified by the Impremia IS29 and the improved IS29s model. We also collaborate with Landa and are launching the J-throne, a 100% Komori product in the digital segment. We aim for the commercial availability of this

new sheet-fed UV inkjet digital press by 2025.

**How is Komori's market in the Middle East?** The Middle East is a very important market. Our colleague Moez Jebali, Regional Sales Director is doing an excellent job promoting and supporting Komori in the region.

**Komori was relatively quiet in the Middle East earlier. But now it is as active as other brands. What led to the change in strategy?** Several factors influenced this change. The market is evolving, and we now work more closely with distributors in the area. Over the past two years, we've seen significant improvement, thanks to Moez's excellent contributions to our team.

**From Komori's viewpoint, how do you see the future of the printing industry?** The future will see more automated and connected processes. It's important for customers to choose the processes that best suit their needs. Komori focuses on supporting customers with efficient, user-friendly processes. Simplifying operations and making them easy to manage is our goal.

**There's much hype about artificial intelligence. How do you integrate AI into your processes?** We use AI primarily for press setup. Machines experience wear and tear, and temperatures fluctuate, affecting ink flow. AI helps the machine learn



and understand its performance, making necessary adjustments to maintain consistency throughout the job.

**How has drupa 2024 been for Komori?** We are very pleased. We've had many visitors, reaffirming that this is not just a local show but an international one. We are delighted with the global interest shown in Komori.

## Xerox positions itself in Saudi Arabia as a company with strong customer relationships



Despite our separation from Fujifilm, we maintain a strong business relationship, with over 90% of our product portfolio produced by Fuji, which continues to bring in new technologies.

Xerox believes that current technological advancements are fairly uniform across the industry. The focus is more on workflow integration and digitization implementation. Xerox aims to maintain 35% of its legacy while dedicating 65% to digital platforms and workflow solutions. This strategy aligns with our goal of positioning Xerox as a consultant for the printing industry and a hardware distributor, which influenced our decision not to participate in drupa 2024.

Additionally, we must consider the return on investment (ROI). As a public company, Xerox aims to meet investor expectations. Historically cash-rich and profitable, Xerox has decided to prioritize one-on-one events over large trade shows, showcasing our technologies and future investments at innovation centers in the US and the UK.

### What are your reflections on this year's drupa?

I observe an increasing presence of digital technology. It's inevitable. In the 20th century, business strategies were akin to a chess game, requiring foresight and planning. However, the 21st century emphasizes speed, particularly in the printing industry, where digital is essential. This is the direction the entire industry is moving towards.

### Based on your experience, how has drupa evolved over the years?

The turning point for drupa's shift towards digitalization was in 2004. Although Xerox is not participating this year, I have two reasons to attend. Firstly, many of our partners are involved in the frontend and finishing sectors, and face-to-face commercial discussions are critical, especially post-COVID. Secondly, as Saudi Xerox is a joint venture with The Olayan Group, I have dual roles: as a vendor and promoter. The Olayan Group is a strong brand in

*In this series, Alex Jahanbani, Editor-in-Chief at ME Printer, brings you exclusive, showfloor interviews with industry stalwarts representing some of the major exhibitors at drupa*



*2024, the world's largest trade show of printing technologies.*

**In conversation with Niyazi Mehmet Sezer, General Manager, Saudi Xerox**

### In terms of innovation and market growth, what are your plans for the Saudi market in 2024?

Saudi Arabia is a unique market, especially with the region's proximity to Turkey and significant govern-

ment investments. This ecosystem supports a growing market. While the global printing industry has seen a 4% decline, Saudi Arabia has not experienced this drop. Last year, our market grew by around 90%, surpassing our expectations. Despite some instability this year, we anticipate continued growth.

From an innovation perspective, digital printing is declining in certain areas. Last data shows that of the three trillion pages printed worldwide, only 3-4% was printed digitally; the rest were commercial prints. Industry trends indicate a shift. While digital office printing is declining, areas like book printing are rapidly digitizing. Despite the digitization of office systems and workflows, there remains a demand for printed files and reports. Specifically, in Saudi Arabia, digital printing remains relatively stable.

### Why is Xerox not participating in drupa 2024?

Xerox is in a phase of reinvention, with changes at the management level, including six new board members. Xerox has always been an innovator in the printing field, creating technologies like laser printers and facsimile machines.

“ Saudi Arabia is a unique market, especially with the region's proximity to Turkey and significant government investments. This ecosystem supports a growing market ”





Saudi Arabia, seeking complementary opportunities to expand our portfolio.

**Did you have any visitors from Saudi Arabia to drupa?**

Yes, we had a few customers visit. Since we do not have a stand here, I will meet them separately.

**What distinguishes Xerox in terms of market strategy?**

Technology is crucial, and Xerox positions itself in Saudi Arabia as a high-tech company with strong customer relationships. We work with blue-chip companies and are market leaders in government and enterprise sectors. With 3,000 customer contracts in Saudi Arabia, including 10% major contracts with ministerial services and computer solutions companies, we boast a 98% customer retention rate, with some clients partnering with us for 25 years. Our strategy involves being a trusted partner, delivering high-quality services, and expanding our portfolio.

**Is sustainability a concern for your customers in Saudi Arabia, or do you have to educate them?**

Sustainability has evolved from

a trendy topic to a mandatory requirement. Increasingly, tenders demand sustainability certifications. Xerox aims for zero carbon levels by 2040, with over 90% of our products currently recyclable. We also engage in electronic recycling in Saudi Arabia and have initiated tree planting projects. Last year, we planted 2,023 trees in the Western Province, and this year, 2,024 trees. We strive for a sustainable planet in partnership with our customers.

**What challenges does Xerox face in your region?**

The primary challenge is finding and retaining talent. In Saudi Arabia, talent acquisition is difficult, but retention is even more challenging. Our workforce is nearly 50% Saudi locals, and we aim to increase this percentage. However, as the market grows rapidly, particularly with giga projects, retaining young, educated talent is crucial. Saudi Arabia is becoming expensive, with labor costs taking up nearly 80% of expenses.

Xerox is known for attractive job offers and enjoys a high job tenure rate, approximately 11.4 years. Employee satisfaction and engagement are vital, and we listen

to our employees. Saudi Xerox was recognized by the Best Places to Work in 2024, following the same recognition in 2023.

**Where do you see Saudi Xerox ten years from now?**

Success for me means diversifying our portfolio. When I joined Saudi Xerox in 2018, software solutions, automation, and workflow comprised only 2% of our business. By the end of 2024, we expect this to reach around 12%, aligning with Xerox's global direction. In the next five years, I anticipate one-third of our income will come from digital services. However, our main strength remains our robust customer relationships.

“ In the next five years, I anticipate one-third of our income will come from digital services. However, our main strength remains our robust customer relationships



## New technologies reduce dependence on skilled labor



*In this series, Alex Jahanbani, Editor-in-Chief at ME Printer, brings you exclusive show floor interviews with industry stalwarts representing some of the major exhibitors at drupa 2024, the world's largest trade show of printing technologies.*

**In conversation with Adel Allam, CEO, and Youssef Adel, Managing Director, Youssef Allam Group**

**When you started your business in 1948, what were the biggest challenges faced?**

The challenges began a few years after we started in 1948, mainly due to political instability in Egypt, including revolutions and war. These were some of the major challenges back then.

**Back then, there was dominance of foreign traders in paper. How did you overcome that?**

My father had a vision to revolutionize the paper industry in Egypt. After establishing the paper trading company in 1948, he led the paper trade in Egypt. He became the "lone dreamer" in the market, which was dominated by foreign traders. By the 1950s, we were very active in the market. The Korean War created supply shortages, but we had good relations with European suppliers, especially in Austria, allowing us to fill the market gap. My father's efforts earned him the title "King of Paper." Despite the challenges, we continued to develop the paper market in Egypt.

By 1968, all activities were done through the government. My father

then decided to establish a print shop. Trading was not easy, but he managed to import huge machines from East Germany, including a big perfector printing machine. Before we could run it, an army truck took the machine away. Despite various issues, we eventually established relations with the West and took the agency of HEIDELBERG in 1970. We started offset printing alongside letterpress. The army, which had used our initial machine for several years, later expressed a desire for a new machine, so we sent them a HEIDELBERG Rotaspeed.

Over time, we were successful in selling machines while developing our paper business. In 2013, we entered the cardboard market with Uniboard, one of the biggest companies in Africa and the Middle East. Uniboard produces high-quality duplex board, and we are a major partner in this successful venture, exporting to new areas.

**I was at the HEIDELBERG booth during the press conference where they introduced their new inkjet machine. What do you think about their new venture with Canon?**

When they collaborated with Kodak in 2000, the Nexpress digital printing machine was very good, designed by HEIDELBERG. However, the relationship ended, and Kodak took over Nexpress. They also had the DI dry offset press using plastic plates, which was very successful for us, especially in Libya. The DI machine had easy plate-making with no misalignments and good print quality, but the plates were a problem. Only one company provided the plates, and HEIDELBERG discontinued the machine.

**How many business units does Youssef Allam Group have, and how do you manage them as a whole?**

We have seven units: digital printing, flexo, offset, medical, archiving, paper, and cardboard. Each unit is independent with its own management team, but the overall concept is the same. Despite having different clients, there are many similarities among the units. Ultimately, it's about trading, selling machinery, consumer bills for clients, and providing maintenance.

**Can you tell me about the digital printing market in Egypt?**

We started with digital inkjet printers long ago. Today, inkjet is everywhere at drupa, but we had the RISO full-color inkjet printer in 2000, being one of the first to have it in Egypt. Our expertise in digital printing dates back over 24 years, with substantial knowledge in the inkjet business. Now, we also have Ricoh machines.

**Everywhere digital is showing double-digit growth, while offset is flat. Yet, people in the Middle East still prefer offset. Why?**

The decline in newspaper and book printing has been replaced by packaging. HEIDELBERG machines lead the offset packaging business, including IML machines, which are top sellers globally. These trends are evident in the market, with many print shop customers transitioning from commercial magazine printing to packaging.

HEIDELBERG is moving towards full automation. Will this work in the Middle East or specifically in Egypt?

Some clients see the value in the options offered, but due to the devaluation of currency, machines are very expensive for print shops.

**One of the biggest challenges facing the printing industry is a shortage of skilled labor. Is this also true in Egypt?**

Yes, many clients are hesitant to invest in new technologies, fearing their labor force won't cope. We try to convince them that new technologies reduce dependence on skilled labor. However, currency devaluation makes full-option machines very expensive. Due to all these circumstances; Youssef Allam Group took the initiative and completed preparing a training course to qualify technical education graduates to work in printing production companies in Egypt, which will be conducted at "Allam print Media Academy" in cooperation with the German Chamber of Commerce, and Education for Employment - Egypt (EFE).

We are committed to empowering the youth and contributing to the growth of the printing industry in Egypt.

“We are committed to empowering the youth and contributing to the growth of the printing industry in Egypt



# Saudi Xerox Sets Benchmark for Best Work Place 2024

**Riyadh-based Saudi Xerox has been recognized once again as one of the best places to work in Saudi Arabia, achieving this accolade for 2024 following last year's recognition for 2023. This esteemed recognition by Best Places to Work highlights the company's unwavering commitment to fostering an exceptional work environment that prioritizes creativity, diversity, and**

maintaining these high standards and continuing to inspire and support our employees."

### **Pioneering Digital Transformation Aligned with Saudi Vision 2030**

Beyond creating a great work environment, Saudi Xerox is at the forefront of technological innovation, championing Saudi Arabia's digital transformation. In alignment with Saudi Vision 2030, Saudi Xerox helps

customer relationships, leading to increased satisfaction and loyalty.

### **Global Recognition and Commitment to Excellence**

Best Places to Work is an international certification program that identifies and honours top workplaces around the world, offering employers insights into employee engagement and satisfaction. Saudi Xerox's continued recognition underscores

“Beyond creating a great work environment, Saudi Xerox is at the forefront of technological innovation, championing Saudi Arabia's digital transformation”



### **employee value.**

### **Inspiring Workplace Culture and Employee Satisfaction**

Saudi Xerox continues to cultivate a culture where employees and customers are seen as the backbone of the company. The company's high standards and employee-centric policies have once again led to its recognition as one of the best workplaces in Saudi Arabia. The evaluation by Best Places to Work included parameters such as employee welfare, organizational agility, leadership, compensation, and employee benefits.

"I am immensely proud of this achievement, which is based on the honest feedback of our valued employees," says Niyazi Mehmet Sezer, General Manager at Saudi Xerox. "This recognition reflects the collective efforts and dedication of our team. We are committed to

companies embrace digital transformation and innovate, aiming to create a zero-carbon, ultra-modern, and environmentally friendly society.

Saudi Xerox offers a multi-channel approach that combines digital and print mediums, customizing document workflows based on individual customer preferences. This personalized approach strengthens

its commitment to delivering an outstanding work experience with the highest standards.

Saudi Xerox remains dedicated to setting benchmarks for workplace excellence and driving digital transformation in Saudi Arabia, ensuring that both their employees and customers thrive in an ever-evolving digital landscape.



# Driving Innovation and Sustainability



“ We offer visual branding services for the biggest events in Saudi Arabia, mainly sports events requiring huge areas of branding



**Exclusive Interview with Majdi Saab, General Manager, Desert Roots Company**

*In an ever-evolving digital marketing and advertising landscape, staying ahead of technological advancements and market trends is crucial. Desert Roots Company, a leader in visual branding for major events in Saudi Arabia, exemplifies this forward-thinking approach. We sat down with Majdi Saab, General Manager of Desert Roots, to discuss their recent investment in cutting-edge HP large format presses, their strategies for maintaining industry leadership, and their commitment to sustainability.*

**Can you start by telling us about the vision and mission of Roots Advertising Company and how it aligns with your recent investment in HP Latex 800 large format presses and the Latex 630 printer?**

We offer visual branding services for the biggest events in Saudi Arabia, mainly sports events requiring huge areas of branding. Therefore our main target is getting high

quality product, fast production, and competitive selling price.

**What prompted the decision to purchase eight HP Latex 800 large format presses and one Latex 630 printer? How do you anticipate these additions will impact your company’s service offerings?**

The effort of Al-Eqtessad’s sales team drove us to take our decision easily in buying the HP Latex 800 and Latex 630, besides the quality and the stability of the HP machines. Although the competition gave us some aggressive offers, we finally decided to go with Al-Eqtessad and HP. Our focus was on after sales service, raw material and supplies availability, and meeting emergency requests when needed.

**How does Roots Advertising Company differentiate itself in the competitive digital marketing and advertising industry in Saudi Arabia?**

1. We differentiate ourselves in the Saudi market through the following strategies:
2. By selecting customers in the ‘A’ category
3. We usually update our platforms

- and technology
4. Creating new businesses is our top priority
5. We maintain high quality products
6. Provide adequate project delivery timeline, and
7. Invest our expertise in planning and customer service.

**Could you explain the role of advanced printing technology, such as the HP Latex 800 large format presses, in enhancing digital marketing and advertising campaigns?**

On a practical way we consider the HP Latex 800 the most accurate machine when it comes to colour resolutions, giving the perfect match as per our clients’ expectations, acceptable production speed, in addition to the detailed reporting that can be exported from the machine after each job.

**How do you ensure that your marketing strategies and advertising campaigns remain innovative and in line with the latest market developments?**

We do this my getting ourselves updated with the latest market trends and the most innovative technologies available, as did in investing in the HP Latex 800. So we are always on the lookout for innovative technologies and keep abreast with latest market changes.

**Can you share a success story where Roots Advertising Company significantly impacted a client’s brand presence and market reach?**

Desert Roots Company is the most reputable branding company among all events management companies and master planners in Saudi Arabia due to our presence and success of events. We project our customer’s image through appropriate advertising and give them the necessary exposure.



**Given below are some of the wide range of events for which we have received positive reviews and feedback, even from representatives of various ministries:**

- Saudi Cup (since 2021) for the Jockey Club of Saudi Arabia (JCSA)
- Formula 1 STC Saudi Arabian Grand Prix in Jeddah for the Saudi Motorsport Company (SMC)
- Dakar International Rally
- Kings Cup and MBS Cup
- Hail International Rally
- AIUla Camel Cup
- Riyadh Marathon
- Saudi Games (since 2022)
- Tennis championships by the Saudi Tennis Federation, and
- FIFA 2024 Made in Jeddah events



**In what ways does Roots plan to utilize the capabilities of the new HP Latex 800 large format presses and the Latex 630 machine to meet client needs more effectively?**

As we mentioned before, in our business industry it's very crucial to provide our clients the best quality of their artworks, the accurate delivery timeline, organized planning and risk management, and the production capacity to deliver the biggest scope with an appropriate due date.

**How does Roots Advertising integrate content writing, design, and digital marketing services to create cohesive and effective advertising campaigns?**

Our trade name and reputation in the Saudi market is now in the state of word of mouth, where our work and outcomes are highly reputable in the market. 80% of our business is directly received through referrals, connections, and reputation. Our focus is not on performing advertising campaigns. Despite being aware how huge we are, we will soon initiate the process of boosting these

campaigns to maintain the current level and expand our market reach.

**What challenges do you foresee in the printing and digital marketing industry, and how is Roots Advertising preparing to address these challenges?**

Some of the challenges faced by us are in:

1. Colour matching and quality output
2. Time management
3. Cost management and control, and
4. Increasing productivity

We are always planning in introducing new technologies, expand our machines fleet, and re-assess completed projects to focus on the errors committed, as a future corrective plan.

**HP's latex technology is known for its environmentally friendly attributes. Was your decision to purchase HP latex printers influenced by your commitment to sustainability? Additionally, how does Roots Advertising Company generally incorporate sustainability into its business practices?**

Roots has always been very keen about sustainability by sending inks containers and all other recyclables generated from our production to the recycling plants and waste management companies. We are aligned with the environmental vision of Saudi Arabia and take utmost care to minimize the environmental risk in all aspects within our business line.

Al-Eqtessad gave us clarity on the how HP's products were environmentally-friendly, which was a crucial factor on us deciding to invest in the Latex 800.

**Finally, what future trends do you predict in the field of digital marketing and printing technology, and how is Roots Advertising positioning itself to take advantage of these trends?**

Looking ahead for the next two years, the authorities will oblige all the suppliers to shift from eco-solvent and UV printing, and to replace the PVC fabric printing. Aware of these impending changes, we will begin with the implementation of a new plan, most probably within the next 18 months.

“Our trade name and reputation in the Saudi market is now in the state of word of mouth, where our work and outcomes are highly reputable in the market



من الظهور والتقدير، مما يسمح لهم بعرض براعتهم الإبداعية ومشاريعهم البارزة. ويعمل كمصدر إلهام للزوار وشهادة على المعايير العالية للتميز في الصناعة

### كيف يمكن للعارضين تعزيز مشاركتهم في معرض SGI دبي؟

يمكن للمشاركين تعزيز مشاركتهم في معرض SGI دبي من خلال التخطيط وحجز أجنحتهم مبكرًا، مما يسمح باختيار الموقع الرئيسي والتعرض التسويقي الموسع. كما يجب أن المشاركة بشكل نشط في فرص التواصل التي يوفرها الحدث، والاستفادة من المنصة لإطلاق منتجات وخدمات جديدة. إن الإعداد الاستراتيجي والتوافق مع أهداف التسويق أمر أساسي لتحقيق أفضل النتائج

من خلال التكيف المستمر مع اتجاهات الصناعة والتقدم التكنولوجي. لقد كان تركيزنا دائمًا على توفير منصة شاملة تلبي احتياجات العارضين والزوار على حد سواء. يشكل الإرث الدائم لهذا الحدث دليلًا على قدرته على تحقيق عائد كبير على الاستثمار وتعزيز العلاقات التجارية الهادفة

### ما هو الدور الذي يلعبه المشاركون الدوليون لنجاح معرض SGI دبي؟

يلعب المشاركون الدوليون دورًا محوريًا في نجاح معرض SGI دبي. يساهم حضورهم في توفير مجموعة كبيرة من التقنيات المتطورة والحلول المبتكرة، مما يثري التجربة الشاملة لجميع الحضور. تساهم المشاركة المتنوعة أيضًا في تعزيز التبادل العالمي للأفكار وأفضل الممارسات، مما يساهم في أجواء الحدث النابضة بالحياة والديناميكية

في تمكين الشركات من البقاء في صدارة التقدم التكنولوجي

### ما الذي يجعل معرض SGI دبي منصة فريدة للعارضين؟

يقدم معرض SGI دبي للعارضين فرصة لا مثيل لها في السوق المربحة في الشرق الأوسط وإفريقيا. يوفر الحدث إمكانية الوصول إلى صناعات القرار الرئيسيين في الصناعة والعملاء المحتملين، مما يجعله منصة مثالية لإطلاق منتجات جديدة وتوليد العملاء المحتملين وزيادة ظهور العلامة التجارية. تضيف مناطق العرض المتخصصة قيمة هائلة للعارضين وبالتالي للزوار التجاريين. علاوة على ذلك، يعد معرض SGI دبي أحد أقدم المعارض المتخصصة في مجال الطباعة واللافتات في مركز دبي التجاري العالمي، مما يشير إلى أهميته وتأثيره الدائم



### ما الرسالة التي ترغب في توصيلها إلى العارضين المحتملين والزوار التجاريين في معرض SGI دبي 2024؟

أشجع جميع العارضين المحتملين والزوار التجاريين للانضمام إلينا في معرض SGI دبي لعام 2024. يوفر هذا الحدث فرصًا لا مثيل لها للتواصل ونمو الأعمال والبقاء في طليعة اتجاهات الصناعة. سيجذب المعرض المشترين الجادين والزوار التجاريين من إفريقيا والمملكة العربية السعودية ودول مجلس التعاون الخليجي و40 دولة أخرى. من خلال المشاركة، ستصبحون جزءًا من نظام بيئي مزدهر للإبداع يقود مستقبل صناعة الطباعة واللافتات. أود أن أحثكم جميعًا على التواجد هنا في SGI دبي 2024 لتحقيق أقصى استفادة منكم وأن تكونوا جزءًا من هذا الحدث الاستثنائي

### هل يمكنك أن تخبرنا المزيد بشأن القسم المخصص لتغليف السيارات في معرض SGI دبي؟

إن القسم المخصص لتغليف السيارات هو أحد أبرز ما يميز معرض SGI دبي. يوضح المعرض أحدث الاتجاهات والتقنيات في رسومات وتغليف المركبات، ويوفر للعارضين منصة فريدة لعرض خبراتهم. يجذب هذا القسم عشاق السيارات ومحترفي الإعلان وشركات تصنيع السيارات ومحترفي التغليف، مما يخلق مساحة جذابة للابتكار والتعاون في هذا السوق المتخصص

### ما هو "جدار الشهرة" في معرض SGI دبي وكيف يفيد ذلك العارضين؟

إن "جدار الشهرة" ميزة خاصة في معرض SGI دبي حيث يمكن للعارضين عرض أعمالهم الفنية ليشاهدها العالم. يوفر هذا العرض المرموق للعارضين مزيدًا

### ماذا يمكن أن نتوقع من الدورة 27 من معرض SGI دبي لعام 2024؟

من المتوقع أن تكون الدورة 27 من معرض SGI دبي أكبر وأكثر ديناميكية، وتجسد روح الابتكار والتعاون التي تميز الحدث. نتوقع مشاركة أكبر من العارضين العالميين والزوار التجاريين. ستتضمن ملفات المعرض الطباعة ذات التنسيق الكبير واللافتات الرقمية واللافتات التقليدية والحبر والركائز والطباعة ثلاثية الأبعاد والطباعة على الأقمشة والقطع والتصنيع الآلي، إلى جانب العديد من الابتكارات الأخرى. تضمن هذه الفئات المتنوعة أن يتمكن الزوار من استكشاف أحدث التطورات في كامل نطاق صناعتي الطباعة واللافتات

### كيف تطور معرض SGI دبي عبر السنين لتلبية متطلبات الصناعة؟

على مر السنين، تطور معرض SGI دبي

## حوار حصري مع عبد الرحمن فلكناز

المبتكرة. تستعد صناعة الطباعة ذات التنسيق الكبير، على وجه الخصوص، للتوسع، مدفوعة بقطاعات مثل تجارة التجزئة والعقارات والسياحة. توفر دول مجلس التعاون الخليجي، بموقعها الاستراتيجي وبيئتها الملائمة للأعمال، فرصاً مربحة للاعبين الصناعة من مختلف أنحاء العالم لتأسيس وتنمية تواجدهم في السوق

### كيف يساهم معرض SGI دبي في نمو قطاعي الطباعة واللافتات؟

يعمل SGI دبي بمثابة نظام بيئي مزدهر للابتكار، يجمع بين العقول اللامعة ويعزز التعاون بين الصناعات المختلفة. لا يعرض الحدث أحدث التقنيات فقط، بل يعمل أيضاً على تعزيز نمو الأعمال من خلال تسهيل المعاملات والشراكات المباشرة.



### استكشاف تأثير وتطور معرض SGI دبي 2024

بصفته رئيساً لشركة اكسبو للاستشارات (International Expo-Consults) (IEC)، كان عبد الرحمن فلكناز القوة الدافعة وراء نجاح معرض SGI دبي، أحد أكثر الفعاليات المرموقة المهمة في صناعة اللافتات والرسومات والتصوير. من المقرر أن تقام الدورة الثالثة والعشرون من معرض SGI دبي في الفترة من 20 إلى 22 سبتمبر 2024، في مركز دبي التجاري العالمي. يعد هذا الحدث منصة محورية لقادة الصناعة والمبتكرين وأصحاب المصلحة من منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وخارجها

في هذه المقابلة الحصرية، يشارك عبد الرحمن فلكناز أفكاره حول إمكانات السوق في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا، والمساهمات الفريدة لمعرض SGI دبي في قطاع الطباعة واللافتات، وما يمكن للمشاركين أن يتطلعوا إليه في النسخة السابعة والعشرين القادمة. كما يناقش تطور الحدث والدور المهم الذي يلعبه المشاركون العالميون وكيف يمكن للعارضين تعظيم مشاركتهم. انضم إلينا حيث نستكشف عالم SGI دبي الديناميكي وتأثيره الكبير على الصناعة

**ما هي إمكانات السوق للشرق الأوسط وإفريقيا بالنسبة لصناعة الطباعة واللافتات؟**

لقد قام غالبية العارضين ببيع ماكيناتهم في صالة العرض نفسها، ويقوم الحدث ببناء عملاء تجاريين مختارين لا مثيل لهم في الصناعة. يساهم الدعم المستمر من العلامات التجارية الدولية والإقليمية

تمثل منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا منطقة نمو مهمة لصناعة الطباعة واللافتات. تشهد هذه المناطق توسعاً حزيناً سريعاً وتطوراً في البنية التحتية وطلباً متزايداً على حلول الإعلانات



- للفورمولا 1 في جدة لشركة رياضة المحركات السعودية (SMC)
- رالي داكار الدولي
  - كأس خادم الحرمين الشريفين
  - وكأس محمد بن سلمان
  - رالي حائل الدولي
  - كأس العلاء للهجن
  - ماراثون الرياض
  - الألعاب السعودية (منذ عام 2022)
  - بطولة التنس تحت تنظيم الاتحاد السعودي للتنس
  - كأس العالم 2024 في فعاليات جدة

ما الطرق التي تخطط بها شركة Roots للاستفادة من إمكانيات مطابع HP Latex 800 ذات التنسيق الكبير الجديدة وطابعة Latex 630 لتلبية احتياجات العميل بشكل أكثر فعالية؟ كما ذكرنا من قبل، في مجال أعمالنا، من الضروري جداً أن نقدم لعملائنا أفضل جودة لتصاميمهم الفنية، وتسليم المشاريع في الوقت المحدد بدقة والتخطيط المنظم وإدارة المخاطر، بالإضافة إلى القدرة الإنتاجية التي تمكننا من إنجاز أكبر نطاق من المشاريع في المواعيد المناسبة

للمملكة العربية السعودية ونحرص بشدة على تقليل المخاطر البيئية في جميع الجوانب ضمن خط أعمالنا لقد أوضحت لنا شركة "الاقتصاد" كيف كانت منتجات HP صديقة للبيئة، وهو ما كان عاملاً حاسماً في اتخاذ قرارنا بالاستثمار في ماكينة Latex 800.

#### تلك التحديات؟

تتمثل بعض التحديات التي واجهتنا فيما يلي

- تطابق الألوان وجودة الإنتاج
- إدارة الوقت
- إدارة التكلفة والمراقبة
- زيادة الإنتاجية

وأخيراً، ما الاتجاهات المستقبلية التي تتوقعها في مجال التسويق الرقمي وتكنولوجيا الطباعة، وكيف تضع شركة Roots للإعلانات نفسها للاستفادة من هذه الاتجاهات؟

تطلعاً إلى العامين المقبلين، ستلزم السلطات جميع الموردين بالتحول من الطباعة بالمذيبات البيئية والأشعة فوق البنفسجية، واستبدال طباعة القماش PVC. وبسبب إدراكنا لتلك التغييرات القادمة، سنبدأ بتنفيذ خطة جديدة، على الأرجح خلال الأشهر الثمانية عشر القادمة

نخطط دائماً لإدخال تقنيات جديدة وتوسيع أسطول الماكينات الخاصة بنا وإعادة تقييم المشاريع المكتملة للتركيز على الأخطاء المرتكبة، كخطة تصحيحية مستقبلية

تشتهر تقنية اللاتكس من شركة HP بخصائصها الصديقة للبيئة. هل تأثر قرارك بشراء طابعات HP Latex بالتزامك بالاستدامة؟ علاوة على ذلك، كيف تقوم شركة Roots للإعلانات بشكل عام بدمج الاستدامة في ممارساتها التجارية؟

كانت شركة Roots دائماً ما تحرص جداً على الاستدامة من خلال إرسال حاويات الأحبار وجميع المواد الأخرى القابلة لإعادة التدوير الناتجة عن إنتاجنا إلى مصانع إعادة التدوير وشركات إدارة النفايات. نحن نتوافق مع الرؤية البيئية

كيف تقوم شركة Roots للإعلانات بدمج خدمات كتابة المحتوى والتصميم والتسويق الرقمي لإنشاء حملات إعلانية متماسكة وفعالة؟

أصبح اسمنا التجاري وسمعتنا في السوق السعودي الآن في حالة من الانتشار بسبب التسويق الشفهي، حيث تحظى أعمالنا ونتائجنا بسمعة طيبة للغاية في السوق. يتم تلقي 80% من أعمالنا مباشرة من خلال الإحالات والاتصالات والسمعة. لا ينصب تركيزنا على تنفيذ الحملات الإعلانية، وعلى الرغم من إدراكنا لمدى ضخامة أعمالنا، فإننا سنبدأ قريباً عملية تعزيز هذه الحملات للحفاظ على المستوى الحالي وتوسيع نطاق وصولنا إلى السوق

ما التحديات التي تتوقعها في صناعة الطباعة والتسويق الرقمي، وكيف تستعد شركة Roots للإعلانات لمواجهة



# قيادة الابتكار والاستدامة

حوار حصري مع مجدي صعب، مدير عام شركة Desert Roots

## المشروعات

- استثمار خبرتنا في التخطيط وخدمة العملاء.

هل يمكنك توضيح دور تكنولوجيا الطباعة المتقدمة، مثل مطابع HP Latex 800 ذات الحجم الكبير، في تعزيز التسويق الرقمي والحملات الإعلانية؟ من الناحية العملية، فإننا نعتبر HP Latex 800 هي الأكثر دقة عندما يتعلق الأمر بدقة الألوان، حيث أنها تعطي التوافق المثالي وفقًا لتوقعات عملائنا وسرعة الإنتاج المقبولة، بالإضافة إلى التقارير المفصلة التي يمكن تصديرها من الماكينة بعد كل مهمة

كيف تتأكد من أن استراتيجياتك التسويقية وحملاتك الإعلانية تظل مبتكرة ومتوافقة مع أحدث تطورات السوق؟

نقوم بذلك عن طريق إطلاع أنفسنا على أحدث اتجاهات السوق وأكثر التقنيات المتاحة ابتكارًا، كما فعلنا عند الاستثمار في HP Latex 800. لذلك، نبحث دائمًا عن التقنيات المبتكرة ونواكب أحدث تغييرات السوق

هل يمكنك مشاركة قصة نجاح حيث أثرت شركة Roots للإعلانات بشكل كبير على تواجد علامة تجارية للعمليات وصولها إلى السوق؟

إن شركة Desert Roots هي الأكثر شهرة في مجال العلامات التجارية بين جميع شركات إدارة الفعاليات ومخططي المشاريع في المملكة العربية السعودية، وذلك بفضل حضورنا ونجاح فعالياتنا. نعرض صورة عملائنا من خلال الإعلانات المناسبة ونمنحهم العرض اللازم

وفيما يلي بعض من مجموعة واسعة من الفعاليات التي تلقينا بشأنها آراء وتعليقات إيجابية، حتى من ممثلي مختلف الوزارات

- كأس السعودية (منذ عام 2021) في نادي سباقات الخيل بالمملكة العربية السعودية (JCSA)
- سباق جائزة السعودية الكبرى STC



التنسيق الكبير وطابعة واحدة Latex 630؟ وكيف تتوقع تأثير هذه الإضافات على عروض الخدمات التي تقدمها شركتك؟

لقد دفعنا جهود فريق مبيعات شركة "الاقتصاد" لاتخاذ قرارنا بسهولة في شراء HP Latex 800 و Latex 630، بالإضافة إلى جودة وثبات ماكينات HP. وعلى الرغم من أن المنافسة قدمت لنا بعض العروض القوية، إلا أننا قررنا أخيرًا اختيار "الاقتصاد" وشركة HP. كان تركيزنا على خدمة ما بعد البيع، وتوافر المواد الخام والإمدادات، وتلبية طلبات الطوارئ عند الحاجة

كيف تميز شركة Roots للإعلانات نفسها في صناعة الإعلان والتسويق الرقمي التنافسية في المملكة العربية السعودية؟

نميز أنفسنا في المملكة العربية السعودية من خلال الاستراتيجيات التالية

- اختيار العملاء من الفئة (A)
- دائمًا ما نقوم بتحديث منصاتنا وتقنياتنا
- إنشاء أعمال جديدة هو أهم أولويتنا
- نحرص على منتجات عالية الجودة
- تقديم جدول زمني مناسب لتسليم

في ظل المشهد المتطور باستمرار للتسويق والإعلان الرقمي، فإن مواكبة التقدم التكنولوجي واتجاهات السوق أمرًا بالغ الأهمية. شركة Desert Roots، الرائدة في مجال العلامات التجارية المرئية للأحداث والفعاليات الكبرى في المملكة العربية السعودية، تجسد هذا النهج المتقدم. جلسنا مع "مجدي صعب"، مدير عام شركة Desert Roots، لمناقشة استثمارهم الأخير في مطابع HP ذات التنسيق الكبير المتطورة واستراتيجياتهم للحفاظ على الريادة في الصناعة والتزامهم بالاستدامة

هل يمكنك أن تخبرنا أولًا عن رؤية شركة Roots للإعلانات ورسالتها وكيف تتوافق مع استثمارك الأخير في مطابع HP Latex 800 ذات التنسيق الكبير وطابعة Latex 630؟

نحن نقدم خدمات العلامات التجارية المرئية لأكبر الفعاليات في المملكة العربية السعودية، وخاصة الرياضية التي تتطلب تغطيات ضخمة من العلامات التجارية. بالتالي، فإن هدفنا الرئيسي هو الحصول على منتجات ذات جودة عالية وإنتاج سريع وأسعار بيع تنافسية ما الذي دفعكم إلى اتخاذ قرار بشراء ثماني مطابع HP Latex 800 ذات

# زيروكس السعودية تضع معيارًا لأفضل مكان عمل في عام 2024

التكنولوجيا، حيث أنها تدعم التحول الرقمي في المملكة العربية السعودية. وتماشياً مع رؤية السعودية 2030، تساعد زيروكس السعودية الشركات على تبني التحول الرقمي والابتكار، بهدف إنشاء مجتمع خالٍ من الكربون وفائق الحداثة وصديق للبيئة

تقدم زيروكس السعودية نهجًا متعدد القنوات يجمع بين الوسائط الرقمية

أفضل أماكن العمل معايير مثل رفاهية الموظفين ومرونة الحركة التنظيمية والقيادة والإمكانيات واستحقاقات الموظفين

صرح نيازي محمد سيزر، مدير عام زيروكس السعودية، "أنا فخور للغاية بهذا الإنجاز، والذي يعتمد على الإفادات والملاحظات الصادقة من موظفينا الكرام". وأضاف: "يعكس هذا التكرم

حصلت شركة زيروكس السعودية، ومقرها الرياض، مرة أخرى كأحد أفضل أماكن العمل في المملكة العربية السعودية، حيث أنها حصلت على هذه الجائزة لعام 2024 بعد الاعتراف بها العام الماضي في 2023. يسلم هذا الاعتراف الموقر من قبل أفضل أماكن العمل الضوء على التزام الشركة الثابت بتعزيز بيئة عمل استثنائية تعطي الأولوية للإبداع والتنوع وقيمة الموظف



والمطبوعة، ويقوم بتخصيص سير عمل المستندات بناءً على تفضيلات العملاء الفردية. يقوم هذا النهج الشخصي بتقوية العلاقات مع العملاء، مما يؤدي إلى زيادة الرضا والولاء

## الاعتراف العالمي والالتزام بالتميز

إن أفضل أماكن العمل هو برنامج شهادات دولي يحدد ويكرم أفضل أماكن العمل في جميع أنحاء العالم، ويقدم لأصحاب العمل رؤى حول مشاركة الموظفين ورضاهم. يؤكد التقدير المستمر لزيروكس السعودية التزامها بتقديم تجربة عمل متميزة بأعلى المعايير

ولا زالت زيروكس السعودية ملتزمة بوضع معايير للتميز في مكان العمل وقيادة التحول الرقمي في المملكة العربية السعودية، مع ضمان ازدهار الموظفين والعملاء في مشهد رقمي دائم التطور

المجهدات الجماعية والتفاني الذي يبذله فريقنا. ونحن ملتزمون بتحقيق هذه المعايير العالية والاستمرار في إلهام موظفينا ودعمهم"

## ريادة التحول الرقمي المتوافق مع رؤية المملكة العربية السعودية 2030

إلى جانب خلق بيئة عمل رائعة، تعد زيروكس السعودية في طليعة الابتكار

## ثقافة مكان عمل ملهمة ورضا الموظفين

تستمر زيروكس السعودية في تعزيز ثقافة النظر إلى الموظفين والعملاء على أنهم العمود الفقري للشركة. وقد أدت معايير الشركة العالية والسياسات التي تركز على الموظفين مرة أخرى إلى الاعتراف بها كأحد أفضل أماكن العمل في المملكة العربية السعودية، تضمن تقييم



## التقنيات الجديدة تقلل من اعتمادنا على العمالة الماهرة

**هل يمكنك أن تحذثني بشأن سوق الطباعة الرقمية في مصر؟**

لقد بدأنا بالطابعات الرقمية النافثة للحبر منذ فترة طويلة. اليوم، نفث الحبر موجود في كل مكان في دروبا، ولكن كان لدينا طباعة نفث الحبر كاملة الألوان RISO في عام 2000، وهي من أوائل الطابعات التي يمكن الحصول عليها في مصر. تعود خبرتنا في مجال الطباعة الرقمية إلى أكثر من 24 عامًا، مع معرفة كبيرة في مجال نفث الحبر. والآن، نمتلك أيضًا ماكينات ريكو

**يُظهر القطاع الرقمي في كل مكان نموًا مكثفًا من رقمين، في حين أن الأوفست ثابتة نوعًا ما. ومع ذلك، لا يزال الناس في الشرق الأوسط يفضلون الأوفست. لماذا؟**

تم استبدال الانخفاض في طباعة الصحف والكتب بالتغليف. تتولى ماكينات هايدلبرغ قيادة أعمال تعبئة الأوفست، بما في ذلك ماكينات IML، والتي تعد الأكثر مبيعًا على مستوى العالم. تظهر هذه الاتجاهات في السوق، حيث ينتقل العديد من عملاء المطابع من طباعة المجلات التجارية إلى التعبئة والتغليف

**تتجه هايدلبرغ نحو الأتمتة الكاملة. هل سينجح ذلك في الشرق الأوسط أو في مصر بالتحديد؟**

يرى بعض العملاء قيمة الخيارات المقدمة، ولكن نظرًا لانخفاض قيمة العملة، أصبحت الماكينات باهظة الثمن بالنسبة لمتاجر الطباعة

**من أكبر التحديات التي تواجه صناعة الطباعة هي نقص العمالة الماهرة. هل هذا حقيقي أيضًا في مصر؟**

نعم، يتردد العديد من العملاء في الاستثمار في التقنيات الجديدة، خوفًا من عدم قدرة القوى العاملة لديهم على التكيف. نحاول إقناعهم بأن التقنيات الجديدة تقلل الاعتماد على العمالة الماهرة. ولكن، انخفاض قيمة العملة يجعل الماكينات المجهزة بكافة الخيارات عالية الثمن للغاية

**لماذا لا يتقبل الناس في الشرق الأوسط ماكينات مثل Anicolor من هايدلبرغ؟**

عندما تم تقديم Anicolor لأول مرة، استغرق الأمر بعض الوقت لرؤية النتائج، لكنها كانت رائعة. على الرغم من ذلك، لم نبيعها، ولم يبيعها أي شخص آخر في المنطقة

والذي تأسس مطبعة. لم تكن التجارة بهذه السهولة، لكنه تمكن من استيراد ماكينات ضخمة من ألمانيا الشرقية، بما في ذلك ماكينة طباعة كبيرة الحجم. قبل أن تتمكن من تشغيلها، أخذت شاحنة عسكرية الماكينة بعيدًا. بالرغم من من المشكلات المختلفة، أنشأنا في نهاية المطاف علاقات مع الغرب وحصلنا على وكالة هايدلبرغ في عام 1970. بدأنا طباعة الأوفست إلى جانب طباعة الحروف. صرح الجيش، الذي استخدم الماكينة الأولية الخاصة بنا لعدة سنوات، عن رغبته في الحصول على ماكينة جديدة، لذلك أرسلنا لهم ماكينة HEIDELBERG Rotaspeed. مع مرور الوقت، نجحنا في بيع الماكينات أثناء تطوير أعمالنا الورقية. في عام 2013، دخلنا سوق الورق المقوى مع شركة Uniboard، وهي واحدة من أكبر الشركات في إفريقيا والشرق الأوسط. تنتج شركة Uniboard لوحة مزدوجة عالية الجودة، ونحن شريك رئيسي في هذا المشروع الناجح، ونقوم بالتصدير إلى مناطق جديدة

**كنت متواجداً في جناح هايدلبرغ خلال المؤتمر الصحفي حيث قاموا بتقديم آلة نفث الحبر الجديدة الخاصة بهم. ماذا تعتقدوا بشأن مشروعهم الجديد مع كانون؟**

عندما تعاونوا مع كوداك في عام 2000، كانت ماكينة الطباعة الرقمية Nexpress جيدة جدًا، وهي من تصميم هايدلبرغ. ولكن، انتهت العلاقات بينهم واستحوذت كوداك على Nexpress. كما كان لديهم مطبعة الأوفست الجاف DI باستخدام الألواح البلاستيكية، التي كانت ناجحة جدًا بالنسبة لإيبي، وخاصة في ليبيا. تتميز ماكينة DI بسهولة صنع الألواح دون أي اختلالات مع جودة طباعة جيدة، لكن الألواح كانت تمثل مشكلة. قامت شركة واحدة فقط بتزويد الألواح، وأوقفت شركة هايدلبرغ الماكينة

**كم عدد وحدات الأعمال التي تمتلكها مجموعة يوسف علام، وكيف تديرها ككل؟**

لدينا سبعة وحدات، وهي: الطباعة الرقمية والفليكسو والأوفست والطباعة والأرشفية والورق والورق المقوى. كل وحدة مستقلة ولها فريق إداري خاص بها، ولكن المفهوم العام هو نفسه. على الرغم من وجود عملاء مختلفين، هناك العديد من أوجه التشابه بين الوحدات. في النهاية، يتعلق الأمر بالتداول وبيع الماكينات وفواتير المستهلك للعملاء وتوفير الصيانة

في هذه السلسلة، يقدم لكم "أليكس جهانباني"، رئيس تحرير مجلة ME Printer، مقابلات حصريّة من صالة العرض مع رواد الصناعة الذين يمثلون بعض العارضين الرئيسيين في معرض دروبا 2024، أكبر معرض تجاري في العالم لتقنيات الطباعة



**في حوار مع عادل علام، المدير التنفيذي ويوسف عادل، المدير العام لمجموعة يوسف علام**

**عندما بدأت مشروعكم في عام 1948، ما هي أكبر التحديات التي واجهتموها؟** بدأت التحديات بعد سنوات قليلة من بدايتنا عام 1948، ويرجع ذلك بشكل أساسي إلى عدم الاستقرار السياسي في مصر، بما في ذلك الثورات والحروب. وكانت هذه بعض التحديات الرئيسية في ذلك الوقت

**في ذلك الوقت، كانت هناك سيطرة من التجار الأجانب على الورق. كيف تغلبتم على ذلك؟**

كان لوالدي رؤية من أجل إحداث ثورة في صناعة الورق في مصر. بعد تأسيس شركة تجارة الورق عام 1948، تولى قيادة تجارة الورق في مصر. وأصبح "الحالم الوحيد" في السوق الذي كان يسيطر عليه التجار الأجانب. بحلول الخمسينيات من القرن الماضي، كنا نشيطين للغاية في السوق. لقد تسببت الحرب الكورية في نقص الإمدادات، ولكن كانت لدينا علاقات جيدة مع الموردين الأوروبيين، وخاصة في النمسا، مما سمح لنا بسد فجوة السوق. جهود والدي أكسبته لقب "ملك الورق". بالرغم من التحديات، واصلنا تطوير سوق الورق في مصر وبحلول عام 1968، تم تنفيذ جميع الأنشطة من خلال الحكومة. بعد ذلك قرر



والتلف، وتتقلب درجات الحرارة، مما يؤثر على تدفق الحبر. يساعد الذكاء الاصطناعي الماكينات على تعلم أدائها وفهمه، وإجراء التعديلات اللازمة للحفاظ على الاتساق طوال المهمة

### كيف حال سوق كوموري في الشرق الأوسط؟

إن الشرق الأوسط سوق مهم جدًا. ويقوم زميلنا معز الجبالي بعمل ممتاز في تعزيز ودعم كوموري في المنطقة

### كانت كوموري هادئة نسبيًا في الشرق الأوسط سابقًا. والآن هي نشطة كعلامات تجارية أخرى. ما الذي أدى إلى تغيير الاستراتيجية؟

أثرت عدة عوامل على هذا التغيير. يتطور السوق، ونحن الآن نعمل بشكل وثيق مع الموزعين في المنطقة. على مدار العامين الماضيين، شهدنا تحسنًا ملحوظًا، وذلك بفضل مساهمات معز الممتازة في فريقنا

### من جهة كوموري، كيف ترى مستقبل صناعة الطباعة؟

سيشهد المستقبل على المزيد من العمليات المؤتمتة والمتصلة. من المهم للعملاء اختيار العمليات التي تناسب احتياجاتهم بشكل أفضل. تركز كوموري على دعم العملاء عن طريق عمليات فعالة وسهلة الاستخدام. هدفنا هو تبسيط العمليات وتسهيل إدارتها

### هناك الكثير من الضجة حول الذكاء الاصطناعي. كيف تدمجون الذكاء الاصطناعي في عملياتكم؟

نستخدم الذكاء الاصطناعي أولاً لإعداد الماكينة. تتعرض الماكينات للتآكل

الطبقة المزدوجة المتقدمة Lithrone GX40 وتثبيتها في معرض دروبا

### يتغير سلوك المستهلك بسبب المزيد من عمليات الشراء عبر الإنترنت. كيف تأقلمت كوموري مع هذا الاتجاه؟

تتعلم وتكتسب الطباعة والتغليف من الطباعة التجارية. لقد انتقلنا من الإنتاجات الطويلة إلى الإنتاجات القصيرة مع تغييرات متكررة. في مجال التعبئة والتغليف، قمنا بتقليل أوقات الاستعداد لأنظمة مطابقة بانتون المعقدة وتغييرات اللون. باستخدام GX40 المتقدم، قمنا بعرض ميزتي Smart و Super Short Makeready Color. يقوم برنامجنا بتكرار ألوان نظام مطابقة بانتون باستخدام عملية مكونة من سبعة ألوان، وهي صديقة للبيئة وتقلل من الحاجة إلى عمليات الغسل والتبديل، مما يجعل فترات التشغيل الأقصر أكثر ربحية

### ماذا عن مشاركاتكم الرقمية؟

تتمتع كوموري بعلاقة طويلة الأمد مع كونিকা مينولتا، والتي يمثلها Impremia IS29 ونموذج IS29s المطور. كما تعاوننا مع شركة لاندنا وسنقوم بإطلاق L-throne، وهو من إنتاج كوموري بنسبة 100% في القطاع الرقمي. نهدف إلى التوفر التجاري لهذه الطباعة الرقمية الجديدة النافثة للحبر التي يتم تغذيتها بالورق بحلول عام 2025.

### كيف كان معرض دروبا بالنسبة إلى شركة كوموري؟

نحن سعداء جدًا. لدينا العديد من الزوار، مما يؤكد أنه ليس مجرد عرض محلي ولكنه عرض دولي. نحن سعداء بالاهتمام العالمي الواضح في كوموري



## صناعة التعبئة والتغليف تتعلم من الطباعة التجارية

الكثير من البيانات. نحاول تفسير هذه البيانات من خلال الترابط، الذي يكون مرئيًا للعملاء ليتمكنوا بعد ذلك من اتخاذ قرارات أسهل وأكثر ذكاءً. ونقدم لوحة معلومات تساعد العملاء على فهم أين يمكنهم التحسين أو اكتساب الكفاءات

### ما هي مميزات ماكينة الأوفست الجديدة التي تعرضونها في دروبا 2024؟

تقوم كوموري دائمًا بإجراء التحسينات. ونقدم إصدارات EX في كل من قطاعات الطباعة التجارية والتعبئة والتغليف، حيث تمثل EX التحول البيئي وزيادة التركيز على الاستدامة. تأتي هذه الماكينات بالعديد من الميزات التي تعمل على تقليل استهلاك الطاقة وتقصير أوقات الاستعداد. إن الاستدامة هي محور التركيز الرئيسي بالنسبة لنا

### ماذا عن أتمتة الماكينات الخاصة بكم؟

تتميز الطابعتان بأتمتة كبيرة. أولًا، توجد وظيفة الطيار الآلي. يحتاج المشغل فقط إلى إدخال اللوحات؛ ثم ستتعامل المطبعة الآلية مع التسلسل بأكمله بدءًا من التحجير المسبق إلى الطباعة وإزالة الجبر وتغيير اللوحة. في هذا المعرض، سنعرض الروبوت التعاوني (روبوت اللوحات النقالة MBO CoBo-stack) الذي يجمع المنتجات النهائية من الماكينة ويكدسها على اللوحات. بمجرد الانتهاء، يقوم AMR (الروبوت المتنقل المستقل) بنقل اللوح النهائي إلى مجلد MBO K80 باستخدام روبوت لوحات التحميل CoBo-stack للطي. نعرض عملية أتمتة كاملة في الجناح الخاص بنا

### لقد احتفلتم مؤخرًا بالذكرى المئوية لتأسيسكم. كيف يساعدكم هذا الإرث العظيم على التحسن والمضي قدمًا؟

كانت كوموري دائمًا شركة قوية وصحية، مما يمنح عملائنا الثقة في استثماريتنا. نضع العميل أولًا، ونستمع جيدًا إلى متطلباته. تتيح لنا خبرتنا الواسعة الابتكار وتقديم ميزات جديدة إلى السوق

### هل تركزون أكثر على التعبئة والتغليف؟

إن التعبئة والتغليف موضوعًا رئيسيًا في هذا المعرض وفي حملاتنا التسويقية العامة. واتخذنا قرارًا جريئًا بإحضار



أولًا، دعني أخبرك أن شركة كوموري كانت دائمًا مشارك مهم في معرض دروبا. لأنه بمثابة "ألعاب أوليمبية" في مجال صناعة الطباعة والجرافيك. لقد كان دائمًا تحدي بالنسبة لنا أن نعرض أنفسنا بشكل صحيح. تمتلك كوموري قاعدة ضخمة من العملاء المخلصين. فهم يعرفون كوموري جيدًا ويعرفون كيفية الوصول لنا. ولكن، نمتلك أيضًا الكثير من حصة السوق التي يمكننا الحصول عليها من خارج قاعدة عملائنا المألوفين، ومن هذا المنظور، فإن معرض دروبا فرصة مثالية

### تعتقد أن دروبا 2024 يدور حول "الأتمتة المتصلة". ماذا يعني ذلك وكيف تقدمه؟

الأتمتة المتصلة هي طريقتنا لإنشاء مصنع ذكي عن طريق تشجيع استخدام إنترنت الأشياء وتطوير التصاميم الموفرة للعمالة والعمل وتعزيز آليات التقييس والتفتيش. نرى نقص في العمالة في السوق وتراجع في المعرفة والمهارات وزيادة في الطلب على الإنتاجية المحسنة والحلول المستدامة. باستخدام الأتمتة المتصلة، يمكننا ربط العمليات وتصور تدفق الإنتاج بأكمله

### كيف يعمل الإنتاج السحابي لطابعة في الشرق الأوسط، مثلًا؟

من البداية، جمعت ماكينات كوموري

في هذه السلسلة، يقدم لكم "أليكس جهانباي"، رئيس تحرير مجلة ME Printer، مقابلات حصرية من صالة العرض مع رواد الصناعة الذين يمثلون بعض العارضين الرئيسيين في معرض دروبا 2024، أكبر معرض تجاري في العالم لتقنيات الطباعة



### في حوار مع بيتر مينيس، مدير تسويق شركة كوموري أوروبا العالمية

لقد كانت هناك فجوة مدتها ثمانية سنوات قبل معرض دروبا 2024. تقليديًا، الشركات الكبرى التي استخدمت دروبا كمنصة إطلاق لمنتجاتها الجديدة لم تعد تفعل ذلك. في هذا السيناريو، لماذا تم إلهام شركة كوموري للمشاركة في دروبا 2024؟

لوحات الأوفست المعالجة، ولكننا نركز بشكل كبير على التقنيات الخالية من العمليات. عندما تنظر إلى أحبارنا النافثة، فستجد أنها كلها أحبار ذات أساس مائي. علاوة على ذلك، عندما تنظر إلى تصاميم معداتها، فستجد أنها تدوم طويلاً. المطابع مثل 5000 أو 6000 لدينا كانت موجودة بالفعل لفترة طويلة جدًا. إن مطابعا مصممة لتدوم لفترة طويلة. وبالنسبة إلى رؤوس الطباعة الخاصة بنا، كلها يمكن إعادة تدويرها. يمكن تجديدها لإعادة استخدامها في المطبعة أو حلول الطباعة. ومن الناحية البيئية، نحاول تقليل النفايات لأقصى حد.

**لنناقش أهمية سوق الشرق الأوسط. ورغم أنها قد لا تكون سوق كبيرة كأسواق الولايات المتحدة أو أوروبا، فما مدى أهميتها من حيث النمو المحتمل والأهمية؟**

يتمتع سوق الشرق الأوسط بأهمية كبيرة بالنسبة لنا، على الرغم من أن حجمه أصغر مقارنة بالأسواق الأمريكية أو الأوروبية. وقد قمنا بتأسيس علاقات مع الكثير من العملاء الرئيسيين في المنطقة، مما يؤكد أهميتها بالنسبة لكوداك.

والأهم من ذلك أننا نلاحظ فرص نمو كبيرة في الشرق الأوسط. ونقدر

PROSPER الجديد، والذي يتيح لطابعات التعبئة والتغليف توسيع أعمالها الرقمية دون الحاجة إلى القيام باستثمار مالي كبير. يمكن دمجها في مطابع الأوفست والفليكسو والحفر، بالإضافة إلى ماكينات تحويل التغليف مثل ماكينات لصق المجلدات. يتيح هذا الابتكار طباعة أحادية اللون عالية الجودة بتنسيق CMYK بعرض سلس يصل إلى 315 مم مع حلول تم تكوينها مسبقًا، أو أوسع مع التكوينات المخصصة. وباستخدام شريط الطباعة PROSPER، يمكن للطابعات تنفيذ التخصيص أو إصدار نسخ التعبئة والتغليف أو تطبيقات التغليف الذكية المتصلة لتعزيز مشاركة المستهلك ودفن نجاح العلامات التجارية.

**ماذا عن حلول التشطيب في كوداك، لأن أحد عقبات نظام الطباعة هي التشطيب؟**

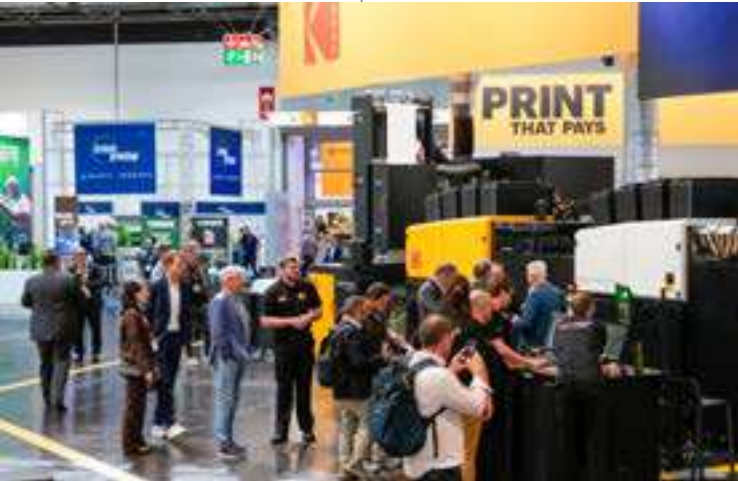
منذ عام تقريبًا، استحوذنا على شركة في الولايات المتحدة تدعى Graphic Systems Services Inc. (GSS). لقد كانوا لسنوات عديدة مزودين ومصنعين لأنظمة التشطيب لصناعة الطباعة. لذلك اكتسبنا ملف أعمالهم وقدراتهم. تمتلك شركة GSS تلك القدرة الكاملة على القطع والطي والتثقيب، وكل ما تحتاج فعله، وهم يوفرولنا هذه الإمكانيات.

نموذجية من منتجات نفث الحبر، ولكن إذا كنت بحاجة إلى الإنتاجية، خاصة للطباعة 7000، التي تعد أسرع مطبعة نفث الحبر في مجال الأعمال.

إذا كنت تريد حقًا شيئًا لديه القدرة على توفير جودة الأوفست بسرعات إنتاج وكفاءة وإخراج جيدة، فهذا هو المكان الذي يأتي فيه جهاز الطباعة 520، لأنه يمنحك حقًا القدرة على طباعة صور عالية الجودة وعالية الدقة بأي تغطية حبر تريدها وبسرعات إنتاج سريعة. فهي المطبعة الأولى التي تمنحك حقًا حجمًا كبيرًا وإنتاجية عالية وجودة عالية.

**ما هي مميزات الطلاء المسبق OPTIMAX للطابعات؟**

إنها ميزة حقيقية لطابعاتنا، لأن من متطلبات نفث الحبر وللحصول على جودة جيدة، يجب أن يكون لديك أوراق متخصصة. باستخدام الطلاء المسبق لدينا هنا، يخضع لعملية مراجعة عكسية. تضع طبقة طلاء مسبق مصنعة بواسطة كوداك، فتمكنك من استخدام مجموعة واسعة من الأوراق المختلفة وأوراق الأوفست ذات التكلفة المنخفضة بشكل عام. ثم يمكنك من الوصول إلى نفس مستوى الجودة كما لو كنت تستخدم ورق نفث الحبر المتخصص. بالتالي



إمكانات التوسع والأهمية الاستراتيجية للمنطقة. لا يركز نهجنا فقط على الحجم الحالي للسوق، بل على إمكانات النمو المستقبلي والفرص التي يوفرها

سواء كان العميل متواجدًا في الشرق الأوسط أو أوروبا، ما يهمنا هو فرصة النمو وتعزيز وجودنا. يوفر الشرق الأوسط بيئة فريدة للتنمية، ونحن ملتزمون بالاستفادة من هذه الإمكانيات لأقصى حد.

تعمل هذه الأجهزة متعددة الاستخدامات القابلة للتخصيص بالكامل على جعل كوداك مزود خدمة كاملة لحلول التشطيب المتكاملة عبر الويب لسير عمل نفث الحبر عالي السرعة.

**ما هي خطتك الاستراتيجية فيما يتعلق بالاستدامة؟**

نرغب أن نتواجد في مكان خالي من العمليات تمامًا. لا يزال هناك الكثير من

يوفر المال للطباعة، ويمنح المزيد من الخيارات فيما يتعلق بالركائز، ويتيح العمل بجودة عالية وبسرعات عالية مرة أخرى على أي ورق تستخدمه، بدءًا من الركائز الأخف وزنًا إلى الركائز الأثقل. لذلك فهو يمنح الطباعة المزيد من الخيارات

**يتجه مصنعو الطباعة الرقمية نحو التعبئة والتغليف، فماذا عن كوداك؟** هنا في معرض دروبا، نقدم شريط الطباعة

## سوق الشرق الأوسط يمثل أهمية كبيرة بالنسبة لنا

مجموعة واسعة من مختلف التقنيات والمنتجات التي نخدمها. لكن بالتأكيد هنا في دروبا نركز على الطباعة

إن أحد المفاهيم لديكم تُدعى "وان كوداك". كيف يؤثر ذلك على تطوير منتجاتكم وخدمة العملاء؟

في الحقيقة، "وان كوداك" يعني وجهاً واحداً من كوداك للعميل. ومهما كانت احتياجات العميل، يجب أن يكون لدينا نهج مشترك وفلسفة مشتركة لكيفية تعاملنا مع هؤلاء العملاء ونهج مشترك لكيفية عملنا معهم والواجهة وعملية الخدمة والتأكد من أن لدينا أفضل طريقة لتقديم الحلول لكل عميل، بغض النظر عن المسافة التي يتواجدون فيها. في المستقبل، سنتأكد من أننا نتعامل مع كل عميل بنفس الطريقة

هل ماكينة PROSPER ULTRA 520 التي تعرضونها هنا هي ماكينة طباعة رقمية نموذجية أم ماكينة طباعة تستهدف طباعة أوفست تجارية؟

إن الماكينات التي لدينا هنا الآن هي في الواقع جسر بين الأوفست والرقمية. تعني القدرة الفريدة لهذه الماكينة أنه لدينا لأول مرة قدرات أوفست مزدوجة تبلغ 200 dpi بسرعات إنتاج كاملة. لذلك، وبسرعات تبلغ 152 مترًا في الدقيقة، يمكننا طباعة أي نوع من الصور أو تغطية الحبر بالجودة المثالية وبأقصى سرعة.

يمكن للطباعة 520 أن تفعل ذلك طوال اليوم، وتنشئ فرصة لإضافة متطلبات الطباعة الرقمية المتغيرة التي تنشئ بالفعل جسرًا بين الأوفست الكامل أو الرقمية الكاملة. لذلك، فهي ماكينة ذات كفاءة عالية جدًا. اليوم لا نمتلك طباعة فحسب، بل لدينا نظامًا كاملًا يتضمن طبقة الطلاء المسبق الاختيارية من KODAK OPTIMAX وحلولنا النهائية الجديدة من كوداك. لذلك، فهو نظام كامل. جميع الأحبار الموجودة في الماكينة مصممة ومصنعة من كوداك بأحبار مائة مستدامة. نحن نقدم لعملائنا الحل الكامل

يوجد العديد من الشركات المصنعة الرقمية الآن. وهناك الكثير من المنافسة. إذا ما الذي يميز هذه الماكينة حقًا عن الباقي؟

نمتلك مجموعة كاملة من الطابعات، مثل PROSPER 7000 و6000 و520. لذلك، إذا كنت تريد مجموعة أكثر



والمعدات والمواد الاستهلاكية. إن التركيز الفعلي لجناحنا هنا في معرض دروبا هي طباعة PROSPER ULTRA 520. إضافة إلى ذلك، نعرض أيضًا أجزاء إضافية من نظام الطباعة. لدينا جهاز الطلاء المسبق الجديد OPTIMAX من كوداك وحلول التشطيب الجديدة من كوداك.

كما قدمنا لوحة الأوفست الجديدة الخاصة بنا - لوحة SONORA Ultra الخالية من العمليات - والتي لها بعض المزايا المهمة مقارنة بالجيل السابق. ونسلط الضوء أيضًا على جهاز CTP الجديد في المعرض: منذ يومين، قدمنا جهاز ضبط اللوحات KODAK MAGNUS Q3600 Titan VLF (بتنسيق كبير جدًا)، والذي بدأ بيعه للتو. إذا، عندما نتطلع إلى المجموعة الكاملة من المنتجات والخدمات الخاصة بالطباعة، فإننا نحاول حقًا التأكد من أننا نغطي مجموعة كاملة من المتطلبات المحتملة

علاوة على ذلك، انتقلت كوداك، خلال العشرين عامًا الماضية وأكثر، من شركة تركز على الأفلام إلى شركة تركز أكثر على الطباعة. ما زلنا نصنع ونبيع الأفلام والمواد الكيميائية المتخصصة، ونشارك حاليًا في تصنيع عناصر بطاريات السيارات الكهربائية باستخدام التكنولوجيا التي أثبتت جدواها والتي نمتلكها من تاريخنا الطويل. إذا، كوداك أكثر من مجرد فيلم ولكنها أيضًا أكثر من مجرد طباعة. إنها

في هذه السلسلة، يقدم لكم "أليكس جهانباني"، رئيس تحرير مجلة ME Printer، مقابلات حصرية من صالة العرض مع رواد الصناعة الذين يمثلون بعض العارضين الرئيسيين في معرض دروبا 2024، أكبر معرض تجاري في العالم لتقنيات الطباعة



في حوار مع كريس بولز، نائب رئيس قسم الطباعة، شركة إيستمان كوداك

كيف تطورت كوداك عبر السنين؟ هل يمكنك أن تقدم لنا نبذة مختصرة عن عروضكم في دروبا؟

تعرض كوداك مجموعة كبيرة من العديد من المنتجات الجديدة التي تغطي الصناعة بأكملها، بدءًا من المنتجات الرقمية والأوفست وسير العمل والألواح

محورية مخصصة للاستدامة، وذلك ما يواجهون فيه صعوبة. يطلبون المساعدة معظم الأوقات ويسألون عما يتعين عليهم القيام به. لكن الأمور تتغير ببطء وهناك عملاء يختارون الطريق الصحيح نحو الاستدامة

**يمكن للاستدامة أن تعني أشياء كثيرة، حتى في التصنيع، تعتبر المادة المستخدمة في تصنيع المنتج نفسه مهمة. لذا، عندما تتناول اتش بي موضوع الاستدامة، هل تغطي الأمر كله؟**

ف. ج.: نعم. بالنسبة إلى تقنية تقنية HP Indigo، مثلًا، تتمتع مطابع Indigo ببيانات اعتماد مختلفة ولكن عملية التصنيع متشابهة. بصرف النظر عن هذا، فإننا نعمل مع كيان يوفر أوراق اعتماد بيئية لمطابعتنا الرقمية. مرة أخرى، تتعلق هذه الاعتمادات بعملية التصنيع والمكونات وأيضًا التقنيات. هذه هي طريقتنا في محاولة تنفيذ الاستدامة في كل جانب من جوانب المطابع

**هل تلعب الحكومات وأشياء كالصفقة الأوروبية الخضراء دورًا في كيفية تعاملكم مع الاستدامة؟ هل هناك ضغط من الحكومة أو المشرعين؟**

ف. ج.: نعم. فيما يتعلق بالصفقة الخضراء، مارست حكومة الاتحاد الأوروبي ضغوطًا علينا وعلى الصناعة لتحسين الأمور. كما يوجد ضغط أيضًا من جهة الإعلام الأجنبي. الضغوط القادم من الحكومة يأتي الآن أيضًا من الصناعة. في أوروبا، توجد لائحة نفايات التغليف والتعبئة المتفق عليها مع الحكومة المركزية في أوروبا. يضغط هذا على الحكومات المحلية، لذلك نحن جميعًا نسير في نفس الاتجاه. لا يتعلق هذا فقط بالتغليف أو المنتج النهائي. بل أيضًا يتعلق بكيفية طباعة وإنتاج المنتج وأي الحلول تم استخدامها لجعل التعبئة والتغليف أكثر استدامة. علينا أيضًا تحسين كل ما ذكرناه سابقًا، مثل استهلاك الطاقة والكفاءة في عملية التصنيع

**هل تعتقد أن العلامات التجارية أيضًا تلعب دورًا كبيرًا هنا؟**

ف. ج.: تتعامل العلامات التجارية الكبرى في الصناعة أيضًا مع هذا النوع من الضغط. لقد عقدت مؤخرًا اجتماعًا مع إحدى العلامات التجارية مع أحد عملائنا أيضًا، وتم تنفيذ القرار الذي تم اتخاذه لأنهم يريدون تقليل بصمتهم الكربونية بنسبة 10%. قررت العلامة التجارية أنها بحاجة إلى تقليل تأثيرها بهذا المقدار، لذا

فهي تحاول الآن فهم كيفية تحقيق هذا الهدف. تضغط العلامات التجارية على عملائنا، ويضغط عملاؤنا علينا. ولكي نجد الحل الصحيح، نقدم في دروبا أداة لعملائنا ليمكننا من حساب البصمة الكربونية لأي مهمة مطبوعة رقميًا من HP Indigo. لذلك يمكن للعلامة التجارية أن تفهم ما إذا كان ذلك يمثل توفيرًا بالنسبة لهم، عادةً إذا كنت تطبع رقميًا. نعرض على العملاء هذه الأداة، ويمكنهم فهمها وتعديلها وفقًا لذلك. أحيانًا يتعلق الأمر بالوسائط، وأحيانًا بتقليل هدر الوسائط، وأحيانًا بعملية الطباعة

**ما أنواع الأحبار التي تستخدمونها؟**

ف. ج.: في HP Industrial، لدينا نوعان رئيسيان من التقنيات: HP Indigo و Page Wide. مطابع Page Wide هي مطابع مائية نافثة للحبر. وفي Indigo توصف التقنية بأنها التصوير الكهربائي السائل. لذا فهي في الأساس ليست مذيبة ولا تعتمد على الماء. لا يوجد مكونات سامة والأحبار آمنة

**ماذا تقصدون بالأمان عند الحديث عن منتجات اتش بي؟**

سوزانا أونوسو (س. أ.): من خلال منصات HP Indigo Security، نهدف إلى تقديم مزايا الطباعة الرقمية للطابعات عالية الأمان. تتمثل هذه المزايا في طباعة البيانات المتغيرة، والطباعة عند الطلب. قمنا بتطوير الحل بالتعاون مع شركة Jura، الشركة الرائدة في السوق في مجال برامج التصميم الأمني. قمنا بتعديل منصات السلسلة 3 الخاصة بنا لجعلها آمنة ولتتمكن من طباعة التصميمات والميزات الأمنية من Jura. في دروبا، نعرض مجموعة واسعة من التطبيقات الأمنية بدءًا من الطابعات الضريبية وبطاقات الهوية والمستندات وملصقات التأشيرات ولوحات الترخيص وحتى النموذج الأولي لجواز السفر. إنها تقنية مقيدة لا يمكن الوصول إليها إلا عن طريق الطابعات المعتمدة من Intergraf أو الطابعات التي تطبع للحكومات

**توجد الطباعة الرقمية 7K Indigo Secure من اتش بي. ما هي مميزاتاها؟**

س. أ.: تم تصميم هذه الطباعة الخاصة للوثائق ذات الأمان العالي مثل جوازات السفر والدبومات والتراخيص وبطاقات الهوية. وهي ماكينة طباعة على الوجهين يتم تغذيتها بالورق ويمكنها طباعة نطاق واسع من الرقائق بدءًا من الورق غير المطلي/المطلي وحتى المواد الاصطناعية

في دروبا نقدم النموذج الأولي لجواز السفر هذا. تقليديًا، يمكن تزوير جواز السفر عن طريق إزالة البيانات الشخصية من الصفحة الأولى وإضافة بيانات جديدة. تعني طباعة جواز السفر باستخدام التكنولوجيا الرقمية لدينا أنه يمكننا إضافة البيانات الشخصية في كل صفحة، من بين العديد من الميزات الأمنية والمتغيرة الأخرى. ما مدى صعوبة تزوير جواز سفر مثل هذا؟ على الأقل سيستغرق الكثير من الوقت والمال لتزويره

علاوة على ذلك، توفر HP Indigo مجموعة من الأحبار الأمنية. لدينا 3 أحبار غير مرئية بالأشعة فوق البنفسجية. تجاريًا لدينا اللون الأصفر والأحمر والأزرق، واللون الأخضر قيد التطوير. يعني ذلك أننا سنكون قادرين في المستقبل القريب على طباعة صور RGB باستخدام أحبارنا غير المرئية التي تعمل بالأشعة فوق البنفسجية. كما أن لدينا الحبر متغير اللون، والذي يمكن استخدامه كما هو أو عن طريق مزجه مع الألوان الأخرى المثبتة في المطبعة لتوسيع نطاق الألوان. إن الأشعة فوق البنفسجية الحمراء والخضراء والحبر متغير اللون مقيدة، وبالتالي فهي متاحة فقط للطابعات ذات الأمان العالي لتجهيز التطبيق النهائي، تتعاون مع الشركات المصنعة لمعدات التشطيب. يمكننا وضع معداتهم في الخط أو بالقرب من الخط وفقًا لاحتياجات العملاء. تشمل هذه الأداة نظام تفتيش، وقطع القوالب، ووحدة الورنيش، وغيرها

**كيف كان معرض دروبا بالنسبة إليكم حتى الآن؟**

س. أ.: كان دروبا مزدحمًا للغاية. لم أكن أتوقع كل ذلك الحضور. لدينا العديد من الزوار الجيدين المهمين بمنصات الأمان

**هل يمكنك التحدث قليلًا بشأن مراكز تجربة في مجال رسوم الجرافيك من اتش بي؟**

ف. ج.: تعد مراكز اتش بي بمثابة مراكز تجريبية ومراكز تدريب للعملاء. في موقع برشلونة لدينا قوة موظفين تزيد عن 2000 موظفًا. على مستوى العالم، لدينا 3 مراكز تجربة في مجال الجرافيك: المركز الموجود في برشلونة يغطي منطقة أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا. لدينا مركز آخر في سنغافورة لمنطقة آسيا والمحيط الهادئ، وواحد في أتلانتا، بالولايات المتحدة الأمريكية، وأمريكا الشمالية والجنوبية



## نساعد عملائنا على فهم مفهوم الاستدامة بشكل كامل



استبياناً حيث يمكنهم تقديم إجاباتهم. مرة أخرى، إنه نوع من التقييم بالنسبة لهم لفهم مفهوم الاستدامة بشكل كامل، وقد يشمل أشياء كثيرة مثل كيفية تعاملهم مع موظفيهم، وحول استهلاك الكهرباء، وإدارة النفايات، والكفاءة في عملية الطباعة، والإنتاج، وما إلى ذلك. وبناء على ذلك، نرسل تقريراً إلى العميل الذي يمكنه فهم مكانه واختيار كيفية التحسين. ولهذا السبب، نقدم محتوى مختلفاً بخيارات مختلفة ونعود مرة أخرى إلى تقييم إضافي، حتى تتمكن من رؤية مدى تقدم عملائنا. هذا هو معنى التضخيم. نريد دعم عملائنا لتعزيز استدامتهم وكذلك التزامنا تجاه ما يمكننا القيام به

**على أي حال، هل تشعر أن مسألة الاستدامة مهمة بالنسبة إلى عملائك؟**  
ف.ج: يعتمد هذا على المنطقة وحجم العميل والسوق أيضاً، ولكن أيضاً على الشريحة التي ينتمي إليها العميل. في منطقة أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا، على سبيل المثال، يمكن أن نرى أن ذلك موضوع مثير وشائك بسبب متطلبات الاقتصاد والصناعة. تتبنى الشركات متعددة الجنسيات بالفعل الاستدامة. إنهم يضعون أهداف الاستدامة الخاصة بهم، وغيرها. ولكن هناك عملاء لا يتفاعلون بشكل كامل مع ما يحدث في السوق وما تطلبه الصناعة، ولديهم موارد محدودة، وليس لديهم نقطة

التي نحتفظ بها كأولوية عندما نقوم بتطوير منتج جديد أو ترقية المنتجات الحالية. إحدى استراتيجيات اتش بي أيضاً هي حماية استثمارات العملاء. كما نحتاج إلى مراعاة رغبة العميل في الحفاظ على المعدات في مكانها ونحاول دائماً التحديث مراراً وتكراراً باستخدام أحدث التقنيات. إنها أيضاً إحدى استراتيجياتنا لتقديم حلول للعملاء لمساعدتهم على الاحتفاظ بالطابع لفترة طويلة. لدينا دراسات توضح أن هناك عملاء لمطابعتنا منذ أكثر من 10 سنوات، وقد قمنا بتحديث تلك الوحدات، وفي بعض الأحيان قمنا بتحسين السرعة أو جودة الطباعة أو أي ميزة أخرى خلال كل هذه الفترة

**لديكم شيء يُدعى برنامج تضخيم الاستدامة. هل يمكنك أن توضح ذلك؟**  
ف.ج: هذا برنامج أطلقناه في دروبا. وهو برنامج بدأنا تنفيذه في اتش بي مع شركائنا في قنوات التوزيع. هناك العديد من الشركات التي تباع منتجاتنا مثل أجهزة الكمبيوتر المحمولة والطابعات المنزلية، والتي لا تباعها شركة اتش بي مباشرة. نرغب أيضاً أن تتمتع هذه الشركات بنفس الالتزام الذي تتمتع به اتش بي تجاه الاستدامة وبنفس التحسينات. إنه نوع من البرامج لإجراء تقييم وتعزيز استدامتنا لشركائنا في قنوات التوزيع، ونحن الآن نطبق هذا المفهوم أيضاً على عملائنا. نرسل لهم

في هذه السلسلة، يقدم لكم "أليكس جهانباني"، رئيس تحرير مجلة ME Printer، مقابلات حصرية من صالة العرض مع رواد الصناعة الذين يمثلون بعض المعارضين الرئيسيين في معرض دروبا 2024، أكبر معرض تجاري في العالم لتقنيات الطباعة

**في حوار مع فيرناندو جورديلو، مسؤول الاستدامة الصناعية في أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا، في شركة اتش بي وسوزانا ألونسو، مدير فئة الأمان في أوروبا والشرق الأوسط وإفريقيا، في شركة اتش بي**

**لنبدأ بسؤال عام. كيف يؤثر التزام اتش بي بالاستدامة على الابتكار وتطوير المنتجات؟**

فيرناندو جورديلو (ف.ج): أول شيء في استراتيجية الاستدامة لدينا هو تحقيق أهدافنا الثلاثة المختلفة: أهداف شركتنا كشركة كبرى، وتقليل التأثير البيئي لمنتجاتنا ومنتجات عملائنا. يتعلق أحدها بمطابعتنا الرقمية وأخبارنا وحلولنا. تعتمد استراتيجياتنا على كل ما يمكننا تحسينه، مثل استهلاك الطاقة في مطابعتنا (أي ما يتعلق ببعض البلدان التي تواجه مصادر الكهرباء) أو الكفاءة في أوضاع الطباعة. وقد أطلقنا في دروبا وضع طباعة لتقليل كمية الحبر التي نطبقها على الرقيزة لجعل عملية الطباعة أكثر كفاءة. هذه بعض الأشياء

هل يمكنك شرح تقنية الألياف الجافة من إيسون وتأثيرها المحتمل على الموضة المستدامة، كما أوضح مصمم الأزياء الياباني يويما ناكازاتو؟

باستخدام تقنية الألياف الجافة، تدخل إيسون في قطاع إعادة التدوير. يمكن للعملاء إعادة التدوير في مكابهم، مما يقلل من النفايات والوقت، ويوفر الماء، ويخفض بصمتهم الكربونية. إضافة إلى ذلك، يمكنهم تدمير المعلومات الحساسة بشكل آمن. لا تزال تقنية الألياف الجافة للنسيج في مرحلة المفهوم

كيف يمكن لتركيز إيسون على الإنتاج المحلي والتصنيع حسب الطلب أن يلبي اتجاهات الصناعة الحالية واحتياجات العملاء؟

كما ذكرنا من قبل، يبحث الناس عن منتجات أكثر تخصيصًا ومصممة حسب الطلب؛ يتم إنتاجها حيث يعيشون ويعملون. بالإضافة إلى ذلك، هناك طلب على تقليل النفايات وخفض المتطلبات اللوجستية. تقدم إيسون حلولاً لإنتاج المنتج المناسب في الوقت المناسب والمكان المناسب

ما الرسائل الأساسية والنصائح التي تتمنى أن يغادر بها الزائرون بعد تجربة جناح إيسون في معرض دروبا 2024؟ هذا العام في دروبا، تعرض إيسون مجموعة واسعة من المنتجات المذهلة التي توضح كيف تشجع تقنية الطباعة لدينا على

في ذلك الأكريليك والبولي كربونات والبي في سي والألمنيوم والمعادن والبوليستر والألواح الرغوية والستيرين والخشب والحجر

كيف يعمل برنامجي Edge Color Lite و Edge Print من إيسون على تحسين القدرة على إدارة الطباعة الموزعة بجودة عالية واتساق؟

إن برنامج Epson EDGE print هو برنامج RIP الخاص بنا والذي يمكن للعملاء استخدامه لإنتاج مهام الطباعة بسهولة باستخدام الإعدادات المثالية لكل طابعة. مع إضافة إدارة الألوان الخاصة به، يمكن لبرنامج Epson EDGE Color Lite تشغيل جهاز قياس الألوان SD-10 الخاص بنا مع جدول المسح الآلي، مما يضمن إخراج ألوان متسقة عبر مجموعة طابعتنا الكاملة

هل يمكنك وصف وظائف جدول المسح الضوئي SD-10 الجديد ومقياس الطيف الضوئي SD-10، وكيف يعملان على تحسين إدارة الألوان وإنشاء ملفات تعريف الوسائط؟

تم تصميم مقياس الطيف الضوئي المحمول SD-10 من إيسون، وهو صغير الحجم ومرن للغاية، لتمكين أداء أفضل للحبر وضمان إعادة إنتاج الألوان بدقة ويمكن التنبؤ بها. تقديم جدول المسح التلقائي SD-10 يجعل من السهل على المستخدمين إنشاء ملفات تعريف وسائط ICC لبرنامج Epson Edge Print

خلال تقليل عدد تغييرات اللقائف؛ حيث تزن 300 كجم مقابل 60 كجم لللقائف القياسية

ما هي أحدث طابعات إيسون المصممة لسوق التخصص والإنتاج الصغير، وكيف تلبي احتياجات المكاتب الخلفية الصغيرة ومساحات البيع بالتجزئة؟

كما ذكرنا من قبل، يبحث الناس عن منتجات أكثر تخصيصًا ومصممة حسب الطلب؛ يتم إنتاجها حيث يعيشون ويعملون. تتيح إيسون للأعمال الصغيرة ومساحات البيع بالتجزئة من البدء والتوسع باستخدام تطبيقات متعددة على مجموعة واسعة من الركائز التي يمكن تخصيصها. بدءًا من الصور التي تم إنتاجها باستخدام طابعات SureLab D1000 و D500، وحتى القمصان المطبوعة باستخدام SureColor F1000؛ والمواد الترويجية مثل كرات الجولف وبطاقات الأمتعة والأقلام والمغناطيس، على سبيل المثال لا الحصر، المطبوعة على SureColor V1000.

هل يمكنك شرح مزايا الطراز DTG/DTFilm SureColor F1000 المسطحة التي تعمل بالأشعة فوق البنفسجية مقاس A4 SureColor V1000 بالنسبة لسوق التخصص؟ تتيح وظيفة الطباعة الهجينة DTG/DTFilm عبر مجموعة طابعتنا DTG للعملاء إنتاجية أعلى، حيث يمكنهم استخدام نفس الطباعة لطباعة صور كبيرة



الإبداع وتتيح للشركات والأفراد الحرية الإبداعية لتحقيق أحلامهم في العمل مع العديد من المواد والأسطح

بدءًا من القمصان الملونة والصور وحافظات الهواتف والمصممة خصيصًا، إلى كرات الجولف وألواح ركوب الأمواج وكراسي الاستلقاء والمناشف وأغلفة السيارات؛ وخلفيات وملصقات مصممة بشكل جميل بالإضافة إلى أثاث منزلي خيالي وأزياء

وإنشاء ملف تعريف ألوان رائع على الوسائط المختلفة باستخدام طابعات إيسون. علاوة على ذلك، يمكن هذا الحل العملاء من التحقق من مخرجات الطباعة من إيسون ومعايرتها

ما هي المكونات الرئيسية لبرنامج تجديد منتجات إيسون، وكيف تساهم في نموذج أعمال أكثر استدامة؟

يخضع برنامج تجديد المنتج حاليًا للتحقيق في اليابان. وعن طريق هذا البرنامج، تهدف إيسون إلى إطالة عمر الطباعة لصالح المستخدم

باستخدام إعداد DTG وطباعة علامات المنتجات بكميات كبيرة باستخدام إعداد DTFilm.

تُعد طابعة SureColor V1000 أول طابعة مسطحة صغيرة تعمل بالأشعة فوق البنفسجية من إيسون مخصصة لصناعة السلع الترويجية. وتوفر طابعة SC-V1000 للشركات الصغيرة طريقة مدمجة وبأسعار معقولة لإنتاج صور عالية الجودة على مجموعة واسعة من الركائز. يمكنها الطباعة مباشرة على مجموعة واسعة من الركائز مع سُمك يصل إلى 70 مم، بما

## شو-شو-ساي! فعال ومدمج ودقيق



في سوق ملصقات الحبر المائي والأشعة فوق البنفسجية؛ مع تقديم جودة أعلى ومزيد من الأتمتة وزيادة الإنتاجية. سيتم الكشف عن المزيد من المعلومات حول المنتج الجديد في مرحلة لاحقة

**ما الذي يجعل طابعة Monna Lisa الجديدة للطباعة المباشرة على القماش إضافة مهمة إلى مجموعة منتجات إبسون، خاصةً من حيث الاستدامة وجودة الطباعة؟**

إن طابعة Monna Lisa ML-13000 حلاً مبتكراً لطباعة المنسوجات ولا تتطلب أي معدات إضافية للمعالجة المسبقة واللاحقة والتبخير والغسيل. تأتي الطابعة الجديدة للطباعة المباشرة على القماش مزودة بثلاثة أنواع من المواد الكيميائية قبل وبعد المعالجة (المعالجة المسبقة والطلاء الزائد ومُحسّن الكثافة)، بالإضافة إلى سبعة أحبار ملونة. ويجعل هذا من الممكن دمج ما قبل وبعد المعالجة في حل طباعة بخطوة واحدة ويتعارض مع طابعات النسيج التقليدية الأخرى التي تتطلب عمليات منفصلة

**كيف يمكن لطابعة SureColor F10000 الجديدة المزودة بلفة ضخمة أن تعمل على تحسين الإنتاجية والكفاءة في الطباعة بتقنية تسامي الصبغة؟**

تتيح طابعة SureColor F10000 من إبسون إنتاجية تصل إلى 255 مترًا مربعًا في الساعة، كما يُمكن للفة الضخمة الاختيارية تعزيز الإنتاجية المستمرة من

لسنوات عديدة، يتجاوز مجرد التكنولوجيا "فعال ومدمج ودقيق" أو "Sho-Sho-Sei" كما هو معروف في اليابان، يشمل فلسفة دائمة تتمثل في التخلص من الهدر وتقليل الأبعاد وزيادة الدقة

**ما الرؤية الأساسية وراء موضوع إبسون "تغيير نموذج الإنتاج المحلي" في معرض دروبا هذا العام؟**

يبحث الناس عن منتجات أكثر تخصيصًا ومصممة حسب الطلب؛ يتم إنتاجها حيث يعيشون ويعملون. في الجناح، تعرض إبسون كيف يمكن لأحدث تقنيات الطباعة الرقمية لدينا أن تساعد الشركات على إنتاج منتجات مطبوعة عالية الجودة وملونة ومصممة بشكل فريد عند الطلب

**كيف وسعت إبسون مفهوم تصميم منتجها الجديد عبر منصات متعددة وما التحسينات الرئيسية التي تمت ملاحظتها في تنسيق الطباعة مقاس 64 بوصة؟**

يتبع تصميم المنتجات الجديدة سعي إبسون لتحقيق قدر أكبر من الفعالية والصغر والدقة. سيتم إصدار المزيد من المعلومات حول المنتجات الجديدة لاحقًا هذا العام

**هل يمكنك مناقشة مفهوم وضع العلامات الصناعية SurePress الجديد وكيف يعزز ذلك ريادة إبسون في سوق مطابع الملصقات؟**

تلتزم إبسون التزامًا قويًا بتقديم الابتكارات

في هذه السلسلة، يقدم لكم "أليكس جهانباني"، رئيس تحرير مجلة ME Printer، مقابلات حصريّة من صالة العرض مع رواد الصناعة الذين يمثلون بعض العارضين الرئيسيين في معرض دروبا 2024، أكبر معرض تجاري في العالم لتقنيات الطباعة

**في حوار مع أنكي براندتس، مدير إدارة المنتجات - التجارية والصناعية، إبسون الشرق الأوسط (CISMETA)**

**هل يمكنك مشاركة أفكارك بشأن مشاركة إبسون في دروبا 2024 وماذا يعني هذا الحدث بالنسبة إلى الشركة؟** منذ معرض دروبا الأخير، قبل ثماني سنوات، حدث الكثير في العالم وتطورت التكنولوجيا الرقمية بشكل أكبر. نحن نستخدم هذه المنصة بالإضافة إلى انفراد دروبا من أجل عرض كيفية تجديد إبسون لنفسها والابتعاد عن نظيرتها القديمة نحو مستقبل نفث الحبر الرقمي الأكثر استدامة

في المعرض، تستعرض إبسون الإمكانيات الكاملة لمجموعتها النافثة للحبر الرقمية التجارية والصناعية - بدءًا من مطابع الملصقات الصناعية الكبيرة، وآلات الطباعة المباشرة على القماش ذات التنسيقات العريضة، وآلات تصعيد الصبغة واللافتات، وحتى الأجهزة الأصغر حجمًا والمدمجة، المصممة للطباعة الملونة عالية الجودة على مجموعة واسعة من المواد والركائز إن السعي لتحقيق قدر أكبر من الكفاءة والصغر والدقة، والذي تبنته إبسون

التطور التكنولوجي، مهما كانت المرحلة التي هم فيها حاليًا. يتطلع العديد من عملائنا في المنطقة إلى تعزيز قدراتهم. ستحتاج بعض هذه البلدان إلى أحدث التقنيات أيضًا، وربما حتى قبل أوروبا في بعض الحالات

### ما انطباعاتك بشأن دروبا 2024؟

كان دروبا هذا العام جيدًا جدًا. جناحنا مزدحم للغاية وبه حضور ممتاز. بشكل عام، جودة المعرض عالية جدًا

### ما هي أبرز النقاط التي عرضتها بوبست في دروبا هذا العام؟

لقد عرضنا مجموعة من الحلول للكروتون المموج والقابل للطي والتعبئة المرنة والملصقات التي تعزز الإنتاجية وتفتح الفرص لعملائنا. على سبيل المثال، تفتح الماكينة الجديدة الخاصة بنا لطي الكروتون - DIGITAL MASTER 55 - إمكانيات جديدة لعمليات الإنتاج القصيرة والمتوسطة الحجم وتسمح لنا بدخول قطاعات جديدة، مثل التغليف العام للتبغ والأدوية. ومن الجدير بالذكر أن "حداثة الابتكار الصفري" في أدوات القطع لدينا قد حققت انخفاضًا بنسبة 80% إلى 90% في وقت الإعداد، وهو أمر رائع ولم يسبق له مثيل في الصناعة

### ماذا عن أولئك الذين يستخدمون ماكينات بوبست من الجيل الأقدم؟ هل يمكن إضافة المزيد من الأتمتة؟

### من التغليف المرن إلى التغليف الورقي؟

لقد شهدنا تحركات كبيرة في هذه المنطقة. على كل حال، سيظل التغليف المرن قويًا لأنه واحد من أكثر أشكال التعبئة والتغليف استدامة لتطبيقات المواد الغذائية بشكل رئيسي. أصبحت المرنة قابلة لإعادة التدوير بشكل كبير؛ ومع ظهور مواد جديدة، سيستمر نمو التغليف المرن

### هل تقدمون حلول لمساعدة عملائكم على أن يكونوا أكثر استدامة؟

نعم، الاستدامة جزء لا يتجزأ من رؤية صناعة بوبست. ندعم عملائنا بطرق متعددة، على سبيل المثال من خلال تحسين استدامة المعدات من خلال تقليل الحبر والنفايات والركائز. بالإضافة إلى ذلك، وبالتعاون مع شركاء الصناعة الرائدة، كانت بوبست رائدة في مجموعة من حلول التغليف المبتكرة والمحسنة بيئيًا كبداية لأفلام البوليمستر المعدنية غير القابلة لإعادة التدوير

يتحدث الجميع بشأن الذكاء الاصطناعي. هل تقومون بدمج الذكاء الاصطناعي في عملية التصنيع لديكم؟ يتطور الذكاء الاصطناعي بسرعة. في الوقت الحالي، نستخدم الذكاء الاصطناعي في ابتكار الطلاء المعدني الفراغي لدينا، والذي يسمى مساعد

### عن سوقها الحالي؟

في أوروبا وأمريكا، انخفض سوق مطابع الطباعة بالحفر، لكن الطلب لا يزال مرتفعًا في جنوب شرق آسيا والشرق الأوسط والصين. لقد قمنا بتطوير تقنية oneECG باستخدام إمكانيات الحبر المائي وقمنا بأتمتة أجهزتنا لتعزيز الإنتاجية والكفاءة

### كيف ترى بوبست المنافسة المتزايدة من الشركات الصينية؟

إن المنافسة من الصين شرسة. فإنهم غالبًا ما يأخذون التكنولوجيا من أوروبا أو الولايات المتحدة ويصنعونها بسعر رخيص في الصين. وبشكل هذا تحديًا كبيرًا لنا، خاصة أن الحكومة الصينية تدعم بشكل كبير قطاعات مثل التعبئة والتغليف

### أين ترى بوبست في السنوات الخمس إلى العشر القادمة؟

تماشيًا مع رؤيتنا، ستواصل بوبست تحسين الإنتاجية من خلال الرقمنة. ستتوسع مجموعة منتجاتنا لتشمل قطاع المبتدئين، خاصة في التطبيقات المموجة. في السنوات الأربع المقبلة، سنقدم مجموعة كاملة من المنتجات لتلبية مختلف الميزانيات والمتطلبات

في الشرق الأوسط، يوجد نقص في الفنيين المؤهلين المختصين في ماكينات بوبست. هل من الممكن



تدريب الناس محليًا بدلًا من الاعتماد على الفنيين المسافرين من أوروبا؟ يمكننا تقوية التدريب المحلي. فنحن نمتلك مركز كفاءة في أتلانتا للأمريكتين ومركز في بون ومراكز عديدة في أوروبا. ستقوم الرقمنة بتسهيل التدريب عبر الإنترنت، لكن يمكننا أيضًا تقديم حزم تدريب صغيرة واستخدام مراكز الإنتاج لدينا لتقديم تدريب عالي الجودة

الطلاء المعدني الذكي المدعوم بالذكاء الاصطناعي من بوبست. لدينا ماكينة ذات قدرات برمجية ونظام كاميرا فريد مزود ببرنامج يتحكم في حجم الألومنيوم الموجود على القارب، مما يعمل على تحسين الإنتاج من خلال خوارزمية التعلم الذاتي

لا تزال شركة بوبست تقدم مطابع الطباعة بالحفر، فماذا يمكنك أن تقول

بالنسبة إلى الماكينات التي تم بيعها بعد عام 2005، فإن ترقية أسهل. نركز على تمكين التعديلات التحديثية حتى يتمكن عملاؤنا من ترقية ماكينات بوبست السابقة بأحدث التطورات للمساعدة في الإنتاجية والاستدامة. أما بالنسبة إلى الماكينات التي تم تصنيعها قبل عام 2005، فإنها أكثر صعوبة

بالنظر إلى المستقبل، هل ترى تحولًا

## بوبست ستصبح شركة برمجيات

## مستقل بواسطة بوبست أم من خلال التعاون؟

إنه الاثنان معًا. الجوهر هو BOBST Connect، وهو منصتنا الرقمية الشاملة القائمة على السحابة والتي تتيح نظرة عامة على عملية الإنتاج وتنسيقها، مما يعزز ويحسن إنتاجية التعبئة والتغليف لمعداتنا

كما أعلننا عن شراكة استراتيجية مع شركة PACKITOO، وهي شركة فرنسية لتطوير الحلول الرقمية في صناعة التعبئة والتغليف. ونخطط لتطوير حلول إضافية مع شركات أخرى أيضًا. والهدف هو استخدام البيانات الصحيحة للإنتاج الأمثل. على سبيل المثال، قام أحد عملائنا بزيارة جناحنا في دروبا، وشاهد العرض BOBST Connect التوضيحي، وأدرك أنه سيعالج نقاط الضعف لديه، مما يؤدي إلى مشروع جديد معهم. إن BOBST Connect يتطور باستمرار، ويساعد تقديم وظائف جديدة بانتظام على تأمين الاستثمارات وتعزيز الإنتاجية



إن الناس في الشرق الأوسط، مقارنةً بمن في الدول الغربية، متشككون بعض الشيء بشأن أتمتة بوبست عالية المستوى. إنهم يفضلون الأجهزة الأبسط. هل توفر بوبست خيارات لهذا السوق؟

برمجيات لأن البيانات أصبحت جزءًا لا يتجزأ من صناعتنا. وفي المستقبل، ستقود البيانات كل شيء واستخدام البيانات يتطلب البرمجة. كجزء من رؤيتنا لعام 2030، نهدف إلى تشكيل مستقبل عالم التعبئة والتغليف، بدءًا

في هذه السلسلة، يقدم لكم "أليكس جهانباني"، رئيس تحرير مجلة ME Printer، مقابلات حصرية من صالة العرض مع رواد الصناعة الذين يمثلون بعض العارضين الرئيسيين في معرض دروبا 2024، أكبر معرض تجاري في



إحدى نقاط قوتنا في بوبست، بالإضافة إلى ملف أعمالنا المتنوع، هي أن لدينا حلولاً تناسب جميع الاحتياجات. لكننا نعتقد أن الطلب على التكنولوجيا المتقدمة يتزايد في كل منطقة. لتتخذ الهواتف الذكية كمثال. في الهند، يمتلك الملايين هواتف ذكية وبعض المناطق أكثر تقدمًا من سويسرا. في الصين، يتوفر تطبيق Alipay في كل مكان في المطاعم. يمكننا دائمًا دعوة عملائنا للانضمام إلى هذا

من رقمنة ملفات PDF في مرحلة ما قبل الطباعة (من PDF إلى PDF مزدوج). سيلمس هذا التحول كل عنصر من عناصر سلسلة التوريد، بدءًا من أصحاب العلامات التجارية حتى المستهلكين. تعزيز الإنتاجية من خلال البيانات هو طريق بوبست لمواصلة الريادة خلال هذه الثورة

هل تم تصنيع جميع البرامج بشكل



العالم لتقنيات الطباعة في حوار مع جان باسكال، المدير التنفيذي لمجموعة بوبست

كان من غير المتوقع إلى حد ما خلال مؤتمر الصحفي في دروبا أن نسمعكم ببرمجيات. هل يمكنك أن توضح ذلك الأمر؟

نعم، بالتأكيد. ستصبح بوبست شركة

التجفيف كثيفة الاستهلاك للطاقة. إنها خطوة مهمة نحو الاستدامة هو الابتكار. في عالمنا السريع اليوم، لا يستطيع المستهلكون الانتظار يمكن للذكاء الاصطناعي تصميم حزمة أو

ضمن بوابة Kyana، لدينا مساعدين للصيانة التنبؤية وتوفير الطاقة ودعم المشغلين. تعمل هذه الأدوات على تحسين أداء الماكينة، وتقليل استهلاك الطاقة، ومساعدة المشغلين في استكشاف الأخطاء وإصلاحها. وتعمل بوابة myKyana على تحسين الكفاءة، ودعم المشغلين غير المهرة، وتقليل وقت تغيير المهام بشكل كبير لتبسيط الأمر، ستعمل بوابة myKyana كدليل تفاعلي يخبر المشغل بما يجب عليه فعله إذا كانت هناك مشكلة. فتتواصل معه. إذا كانت هناك حاجة لتغيير قطعة غيار، فهي تخبره بما يجب عليه فعله، وتدعمه. إذا تم الإعلام أن التشعب باللون الأحمر غير صحيح، فسوف تقدم اقتراحات لتشعب اللون بشكل أفضل. كما ينطبق ذلك أيضًا على العامل غير الماهر، لكن المساعد لن يحل محل الطباعة المتقدمة شديدة المهنية. ولكنها ستساعد في العديد من الحالات القليلة لتشغيل المعدات. على سبيل المثال، إذا كانت هناك مشكلة في الورق، ماذا أفعل الآن، وسيقوم المساعد بإعطاء الحل الإجرائي المناسب. لذلك، فهي تساعد المشغل، وتساعد الأشخاص الذين يديرون المصنع على عرض بيانات أدائهم، وتساعد في الصيانة التنبؤية، وتساعد في توفير الطاقة



موقع إلكتروني أو صفحة فيسبوك، وما إلى ذلك، في خلال ساعة واحدة. ثم قد يسألون: "إذا قمنا بالتوزيع على 50 سوبر ماركت يوم الاثنين، فهل يمكننا الحصول على 50 ألف صندوق بحلول يوم الأربعاء قبل ذلك؟" لن تكون هذه مشكلة لأن الجميع يريد كل شيء بسرعة. هذا هو الاتجاه السائد. تتراوح مدة الدورة بأكملها، بدءًا من الفكرة وحتى الحزمة الجاهزة في الطباعة الرقمية، من بضعة أيام إلى بضعة أسابيع

عندما تأخذ هذه المهام على ماكينة طباعة رقمية حيث لا يكون لديك أي تغييرات في المهام أو تغييرات في المهام بسرعة وتسمح لها بالعمل هناك، تصبح العملية كلها أكثر كفاءة وأسرع وأرخص لذلك، لاحظنا النقص في الماكينات وشاهدنا عملية المفهوم الشاملة. لا نركز فقط على سعر الماكينة أو التكلفة الإجمالية للإنتاج. نركز على التكلفة الإجمالية للعملية. في بيئة بها العديد من ماكينات الأوفست، يمكن أن يكون دمجها مع الآلات الرقمية فكرة رائعة تجاريًا

#### ما مدى أهمية سوق الشرق الأوسط بالنسبة إليكم؟

سوق الشرق الأوسط مهم جدًا. تشهد منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا نموًا وتصنيعًا. تركز الدول هنا على التحديث وخلق فرص العمل. نعتبر أن الطلب على السلع المعبأة ذات العلامات التجارية هو الدافع وراء مبيعات معدتنا. مع زيادة عدد الأشخاص في المنطقة الذين يكتسبون القوة الشرائية، يزداد الطلب على التغليف. يحقق الشرق الأوسط تقدمًا كبيرًا في التصنيع وخلق فرص العمل، مما يجعله سوق مهم بالنسبة لنا

#### كيف تتعامل شركة كوينج وباوير مع الاستدامة؟

إن جعل الإنتاج أكثر استدامة يؤدي أحيانًا إلى زيادة التكاليف. لكن في صناعة الطباعة، لا يوجد تضارب في المصالح بين الاستدامة والربحية. تدور تكاليف معدتنا حول الركائز والحبر والكهرباء. ومن خلال تقليل النفايات واستخدام الحبر واستهلاك الطاقة، فإننا نعزز الاستدامة. تعد بصمة ثاني أكسيد الكربون التي تتركها الماكينة على مدار دورتها البالغة 20 عامًا أمرًا كبيرًا، لذا يعد تحسين الكفاءة أمرًا بالغ الأهمية. بعبارة أخرى: من خلال تحسين عملية الطباعة، فإننا لا نجعل دورة الحياة الكاملة للمنتج المطبوع أكثر استدامة وفعالية من حيث التكلفة فقط - بل إننا نشكل مستقبل الصناعة، لأننا نؤمن بأن الاستدامة تعني أيضًا انخفاض التكاليف

#### ما مستقبل الأتمتة؟

الأتمتة ضرورية، لكن الأمر كذلك بالنسبة لتحسين مهارات الأشخاص من خلال التدريب المهني. يجب على الصناعة أن تقوم بالمبادرة إذا لم تقم الحكومات بذلك. كما يمكن للأتمتة والذكاء الاصطناعي أن يعززا الكفاءة بشكل كبير، لكن المشغلين المهرة لا يزالون في غاية الأهمية. الهدف هو الجمع بين التكنولوجيا المتقدمة والخبرة البشرية

#### باعتبار أنكم أقدم شركة تصنيع مطابع تقليدية، هل أتم مطمئنون لبيعكم المطابع الرقمية؟

نعم، نحن كذلك. إنها مسألة الاتجاهات السائدة في السوق وما يريده العميل. لقد كنا دائمًا شركة مبتكرة، لذا فإن إرثنا

#### هل يمكنك تسليط الضوء على شراكتكم مع شركة سيمنز من أجل الصيانة الإنتاجية؟

تتضمن شراكتنا مع سيمنز استراتيجية معيارية في الأجهزة والبرمجيات. تعني المعيارية أنه يمكن تخصيص ماكينات الأوفست بوحدات معيارية إضافية مثل وحدات البناء. يمتد هذا النهج إلى الإلكترونيات والبرمجيات، مما يسمح بأنظمة تحكم مرنة وموحدة. يشبه ذلك التحول من أجهزة الكمبيوتر الشخصية القديمة المزودة ببرامج تشغيل متعددة إلى أنظمة التوصيل والتشغيل الحديثة. تتيح هذه الوحدة المعيارية في الأجهزة والبرامج حلولًا فعالة وقابلة للتوسع لعملائنا

#### هل لديكم مشروع في مجففات الهيدروجين؟

على الرغم من أننا لا نناقش الأمر بشكل متعمق في دروبا، إلا أن مجففات الهيدروجين تعد جزءًا من جهود الاستدامة التي نبذلها. تأتي أكثر انبعاثات ثاني أكسيد الكربون في الطباعة من عمليات التجفيف، خاصة مع الألواح المعدنية. نستكشف الهيدروجين كوقود لتقليل انبعاثات ثاني أكسيد الكربون أثناء عمليات

## إرثنا هو الابتكار

الإلكترونيات إلى جانب التحسينات الميكانيكية. منذ ثلاثين إلى أربعين عامًا، كانت السيارة في الأصل عبارة عن قطعة من المعدات المعدنية ذات الإلكترونيات الأساسية مثل مشغل التشغيل والأضواء والراديو. ولكن مع مرور الوقت، أصبحت السيارات تحتوي على أنظمة تنقل متقدمة مدمجة، وأجهزة مراقبة ضغط الإطارات، وأجهزة إنذار للسلامة، مما يجعل المكونات الإلكترونية لا تقل أهمية عن المكونات الميكانيكية. وبالمثل، في مجال الطباعة، ستلعب مكونات الكمبيوتر والبرمجيات دورًا متزايد الأهمية. سيضم التطوير التكنولوجي بشكل كبير البرمجيات، ولكن يجب أن



في هذه السلسلة، يقدم لكم "أليكس جهانياني"، رئيس تحرير مجلة ME Printer، مقابلات حصرية من صالة العرض مع رواد الصناعة الذين يمثلون بعض العارضين الرئيسيين في معرض دروبا 2024، أكبر معرض تجاري في العالم لتقنيات الطباعة

### في حوار مع د. أندرياس بليك، الرئيس التنفيذي لشركة كوينج وباوير

#### كيف حال معرض دروبا حتى الآن؟

مزدحمًا! بعد ثماني سنوات، توقعنا الكثير من الاهتمام ومن الواضح أننا حصلنا عليه. نُجري العديد من المناقشات مع صناع القرار. يشعر مندوبو المبيعات لدينا أن الأمر أصبح أكثر حدة مما كان عليه قبل ثماني سنوات. لن أطلق عليه اسم دروبا لكبار الشخصيات، ولكن هناك المزيد من المناقشات على مستوى صنع القرار ومناقشات أقل حول الاهتمام بالتكنولوجيا. هذا التحول إيجابي للغاية من وجهة نظرنا. جناحنا مزدحم جدًا بعدد كبير من الزوار

#### أنتم تعرضون 10 ابتكارات جديدة، وكلها تخص "الرقمية"؟ ماذا عن الأوفست؟

لدينا على سبيل المثال الماكينة Rapida X 106، وهي تعمل بسرعة 22000 ورقة في الساعة، مما يجعلها على الأرجح أسرع ماكينة في العالم. وبها عدد هائل من أجهزة الاستشعار والتقنيات الرقمية. في حين أن هناك تحسينات تدريجية في الأجهزة، فإن

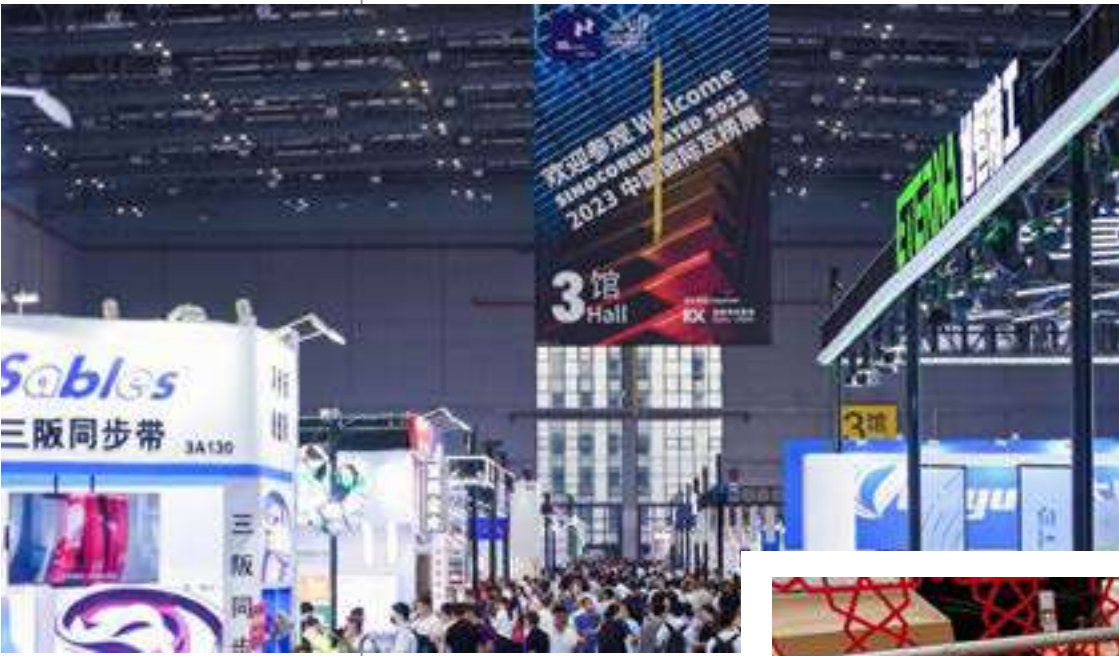
يكمل الأجهزة ويمكّنها. يجب أن نركز على كل من الميكانيكا والرقمنة لتلبية المتطلبات المستقبلية كما هو الحال في صناعة السيارات، حيث أدى تكامل الإلكترونيات إلى تعزيز وظائف السيارات بشكل كبير، ستشهد صناعة الطباعة زيادة أهمية الجوانب البرمجية والكمبيوتر للآلات. يشمل هذا الصيانة التنبؤية، والتحكم في تشبع الألوان، وإجراءات توفير الطاقة، وكل ذلك يساعد في تحسين عملية الطباعة. في المستقبل، ستستمر التقنيات الرقمية في استكمال وتعزيز قدرات أنظمتنا الميكانيكية

#### كيف تساعد بوابة myKyana عملائك تحديًا، وبأي طريقة؟

إن بوابة myKyana هي بوابتك المركزية إلى العالم الرقمي لشركة كوينج وباوير. فهي توفر الوصول إلى مجموعة متزايدة من البيانات والمنتجات والخدمات الرقمية القائمة على الذكاء الاصطناعي. يساعد الذكاء الاصطناعي أتمتة المهام التي يقوم بها المحللون بشكل تقليدي.

معظم الابتكارات تكون في مجال الأتمتة والإلكترونيات والتحكم وتوليد البيانات والأفكار المبنية على البيانات. لذلك، حتى في ماكينات الأوفست، ينصب التركيز على التقدم الرقمي لقد تحدثت مع جان باسكال، بوبست، ويقول أن بوبست ستصبح شركة برمجيات وليست شركة أجهزة. هل تشعر أيضًا أن إحصار الماكينات إلى المعارض لم يعد فكرة جيدة بعد الآن؟ أكن احترامًا كبيرًا لجان باسكال وشركته، لكنني أرى الأمر بشكل مختلف. أساس دروبا هو عرض الماكينات التي تطبع بالفعل. إنه معرض عالمي يجذب الناس من جميع أنحاء العالم. وجاذبية دروبا لا تقتصر على المعلومات فقط، بل أيضًا على العروض الحية. نؤمن بأهمية عرض الماكينات الوظيفية، وهو ما يعد جهدًا كبيرًا، لكن الناس يقدرونه. لا يمكن لصناع القرار زيارة كل دولة يوميًا لرؤية الماكينات أثناء عملها وبالنسبة إلى البرمجيات، يتعلق الأمر بالتسويق أكثر. على سبيل المثال، شهدت صناعة السيارات تزايد أهمية

## تركيزنا سينصب على الشرق الأوسط



في هذه السلسلة، يقدم لكم "أليكس جهانباني"، رئيس تحرير مجلة ME Printer، مقابلات حصرية من صالة العرض مع رواد الصناعة الذين يمثلون بعض المعارضين الرئيسيين في معرض دروبا 2024، أكبر معرض تجاري في العالم لتقنيات الطباعة

**في حوار مع ثابت داي، كبير مسؤولي التسويق الدولي، شركة RX العالمية**

**أعطني نبذة مختصرة عن شركتكم؟**

بدأت شركتنا في عام 2001 من معرض SinoCorrugated وبعد مرور 20 عامًا أصبحت أكبر شركة في مجال عرض الكرتون المموج في العالم كله. ولكننا بدأنا في إحداث فرق مقارنة بالمعارض الأخرى،



كان لدينا إجمالي 1,00,000 زائرًا. نظرًا لأن معرض WEPACK يمكن أن يغطي سلسلة صناعة التغليف بأكملها، فقد كان لدينا تجار ورق ومصنعون للتحويل ومخططات الصناديق، وأيضًا المستخدمين النهائيين. مثلما لدينا حاويات التعبئة والتغليف في PackCon، جاءت شركات مثل ماكدونالدز وP&G لفحص حاويات التغليف التي تهمها

**هل تتلقون دعمًا من أي مؤسسة؟**

بالنسبة إلى معرض WEPACK، لدينا دعم منظمة التغليف العالمية (WPO). بالنسبة إلى التغليف المموج، لدينا علاقة قوية جدًا مع جمعيات مثل الجمعية الآسيوية لصناديق التغليف المموجة (ACCA) واتحاد مصنعي صناديق التغليف المموجة في الهند (FCBM). كما أننا عضو في (FEFCO)، الاتحاد الأوروبي لمصنعي الألواح المموجة. وفي قطاع الطباعة، نحصل على بعض الدعم من جمعية طباعة الأوفست الهندية (OPA) وغيرها مثل الأرجنتين وجنوب شرق آسيا. كان لدينا، بشكل عام، تعاون مع أكثر من 50 جمعية دولية في جميع أنحاء العالم

**ماذا عن الشرق الأوسط؟**

قررنا أن يكون تركيزنا على مدى السنوات الخمس المقبلة على منطقة الشرق الأوسط، وفي المقام الأول على الإمارات العربية المتحدة والمملكة العربية السعودية. أعتقد أن المملكة العربية السعودية وشمال إفريقيا أفضل الأسواق المحتملة

معرضي ICE وCCE حتى الآن. قبل الوباء، كنا نطلق كل عام من أربعة إلى خمسة عروض متنقلة في جميع أنحاء العالم، كما هو الحال في إيران. كما انطلقنا في مصر مرة واحدة، وأيضًا في أمريكا عدة مرات، وفي أوروبا وخاصة ألمانيا

**في معارضكم كمعرض SinoCorrugated، هل تحصلون على مصنعين من خارج المنطقة، مثل الولايات المتحدة؟**

في الحقيقة، يشكل المعارضون الدوليون حوالي 20% من إجمالي المعرض، في حين أن الباقي من الصين ودول جنوب شرق آسيا الأخرى. مقارنة بالأوقات التي سبقت الوباء، فقد تم رفضها كثيرًا. نريد الترويج للمعارض غير الصينيين وأن نكون عالميين، لأنني تحدثت إلى العديد من العملاء من المصنعين الدوليين الذين يشعرون أن كلمة "Sino" تشير إلى الصين؛ ولكن بعد 20 عامًا من التطوير، أصبحنا بالفعل معرضًا دوليًا ضخمًا في صناعة التعبئة والتغليف

**كم عدد الزوار الذين استقبلتموهم في معرض SinoCorrugated الأخير؟**

وقررنا تغطية صناعة التغليف بأكملها. في عام 2006 تقريبًا، كان لدينا معرض SinoFoldingCarton الذي ركز على صناعة الطباعة والكرتون القابل للطي. في عام 2016، تعاوننا مع اتحاد التغليف الصيني. وفي عام 2023، التعاون مع منظمة التغليف العالمية (WPO)، قدمنا سلسلة WEPACK التي تركز على صناعة التغليف بأكملها بدءًا من المواد الخام، ومعدات التغليف والتحويل، وصولًا إلى المنتجات النهائية. لقد نجحنا بالفعل في السنوات القليلة الماضية. كانت فعاليتنا في شنتشن وشانغهاي جيدة جدًا. لا تزال أسواقنا قوية جدًا في جنوب شرق آسيا وربما في جزء من أمريكا الجنوبية. ولكن بالنسبة إلى الشرق الأوسط وأوروبا، لدينا فريق آخر في RX ألمانيا وتركيا لتغطية هذا الأمر

**ماذا عن معارضكم؟**

بالنسبة إلى شركة RX الصين، حصلنا في الواقع على معرض سلسلة WEPACK في البر الرئيسي للصين وWEPACK ASEAN في ماليزيا. وفي تركيا، أطلقت شركة RX تركيا معرض أوراسيا للتغليف في إسطنبول. وأطلقت شركة RX ألمانيا



# ME Printer

MF-02-1824692



مجلة شهرية شاملة مختصة في عالم  
الطباعة في الشرق الأوسط

المجلد رقم ٢٥ / العدد رقم ١٩٦ / لشهر يوليو-أغسطس عام ٢٠٢٤

## ملاحظة المحرر

### مجلة ME Printer تتجه إلى دروبا ٢٠٢٤ كشريك إعلامي في الشرق الأوسط

ستستضيف دوسيلدورف دروبا ٢٠٢٤، وهو أهم حدث في صناعة الطباعة ورسوم الجرافيك. وقد أصبح هذا الحدث محط جذب إعلام الطباعة العالمي الذي يحرص على التعمق في سلسلة من الأنشطة المثيرة التي ستقام على مدار إحدى عشرة يوماً (في الفترة من ٢٨ مايو إلى ٧ يونيو ٢٠٢٤).

دروبا ٢٠٢٤

سيقدم 1625 عارضاً من ٥٢ دولة مجموعة كاملة من التقنيات المبتكرة والحلول والاتجاهات الحالية والأفكار الحكيمة التي تؤثر على الصناعة في الوقت الحالي وستؤثر في المستقبل. بدءاً من اللاعبين العالميين الرئيسيين وحتى الوافدين الجدد والشركات الناشئة الطموحة، فإن قائمة العارضين المسجلين تكاد تكون من الشخصيات البارزة في صناعة الطباعة ورسوم الجرافيك.

ينصب تركيز معرض دروبا ٢٠٢٤ على موضوعين، هما: الرقمنة والاستدامة. يوضح دروبا الحقائق المهمة بشأن إنتاج حلول الطباعة والتعبئة والاتجاهات المتطورة داخل القطاع لتحقيق هدف الاقتصاد الدائري. في الوقت ذاته، سيقدم الحدث أيضاً أفضل التقنيات عبر سلسلة القيمة المضافة بأكملها في الصناعة، مع التركيز بشكل خاص على التقنيات المستقبلية متعددة القطاعات.

وقد تم تنظيم خمسة منتديات خاصة في معرض دروبا ٢٠٢٤ كمساعدات مهمة لصنع القرار داخل الصناعة، مع التركيز على الموضوعات التي تهم مستقبل المجموعات المستهدفة. كما أنهم يقوموا بتقديم قوة دافعة وعرض أفضل الممارسات التي لا تستطيع الصناعة العمل بدونها.

### مجلة ME Printer تنضم إلى الإعلام العالمي

يسعدنا الإعلان عن انضمام ME Printer إلى وسائل الإعلام العالمية المتجهة إلى ألمانيا كشريك إعلامي في الشرق الأوسط. سيتولى الصحفي المتمرس وخبير الصناعة أليكس جهانباني (رئيس التحرير) والخبير الإستراتيجي للمبيعات برابولا تشاندران (مدير مبيعات الوسائط الرقمية) قيادة فريق ME Printer المكون من شخصين إلى معرض دروبا. كما سيوفر تغطية مباشرة لأحدث التقنيات المعروضة وسيتناول مقابلات مع رواد الصناعة والموضوعات الشائعة في المنتديات الخاصة، والكثير من الموضوعات.

مع أكثر من ٣٠ عامًا من الخبرة، لا تزال إصداراتنا المطبوعة والإلكترونية تقدم أحدث الأخبار والآراء وتحليلات الخبراء الموثوقة حول الطباعة والتغليف والصناعات ذات الصلة. تقوم مجلة ME Printer بالنشر من دبي.

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

رانا أحمد يحيى  
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 برنر - 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 الإعلامية  
على البريد الإلكتروني:  
sales@mepriinter.com

يركز هذا العدد على معرض دروبا، أكبر حدث يخص الطباعة في العالم. وقد قمنا بتغطية مؤتمر ما قبل دروبا الإعلامي بالإضافة إلى جميع الإعلانات الرئيسية التي تتعلق بمعرض دروبا ٢٠٢٤. لذا استمتعوا وترقبوا المزيد من التغطيات.

مجلة ME Printer الشريك الإعلامي الرسمي



طبعت في مطبعة النسر للنشر  
وَرَعَت من قبل شركة النسر للنشر

## دروبا ٢٠٢٤

تركيزنا سينصب على الشرق الأوسط	٥٤
إرثنا هو الابتكار	٥٣
بويست ستصبح شركة برمجيات	٥١
شو-شو-ساي! فعال ومدمج ودقيق	٤٩
نساعد عملائنا على فهم مفهوم الاستدامة بشكل كامل	٤٧
سوق الشرق الأوسط يمثل أهمية كبيرة بالنسبة لنا	٤٥
صناعة التعبئة والتغليف تتعلم من الطباعة التجارية	٤٣
التقنيات الجديدة تقلل من اعتمادنا على العمالة الماهرة	٤١

## إعلانية

زيروكس السعودية تضع معيارًا لأفضل مكان عمل في عام ٢٠٢٤	
قيادة الابتكار والاستدامة	٣٩

## مقابلة

حوار حصري مع عبد الرحمن فلكناز	٣٧
--------------------------------	----

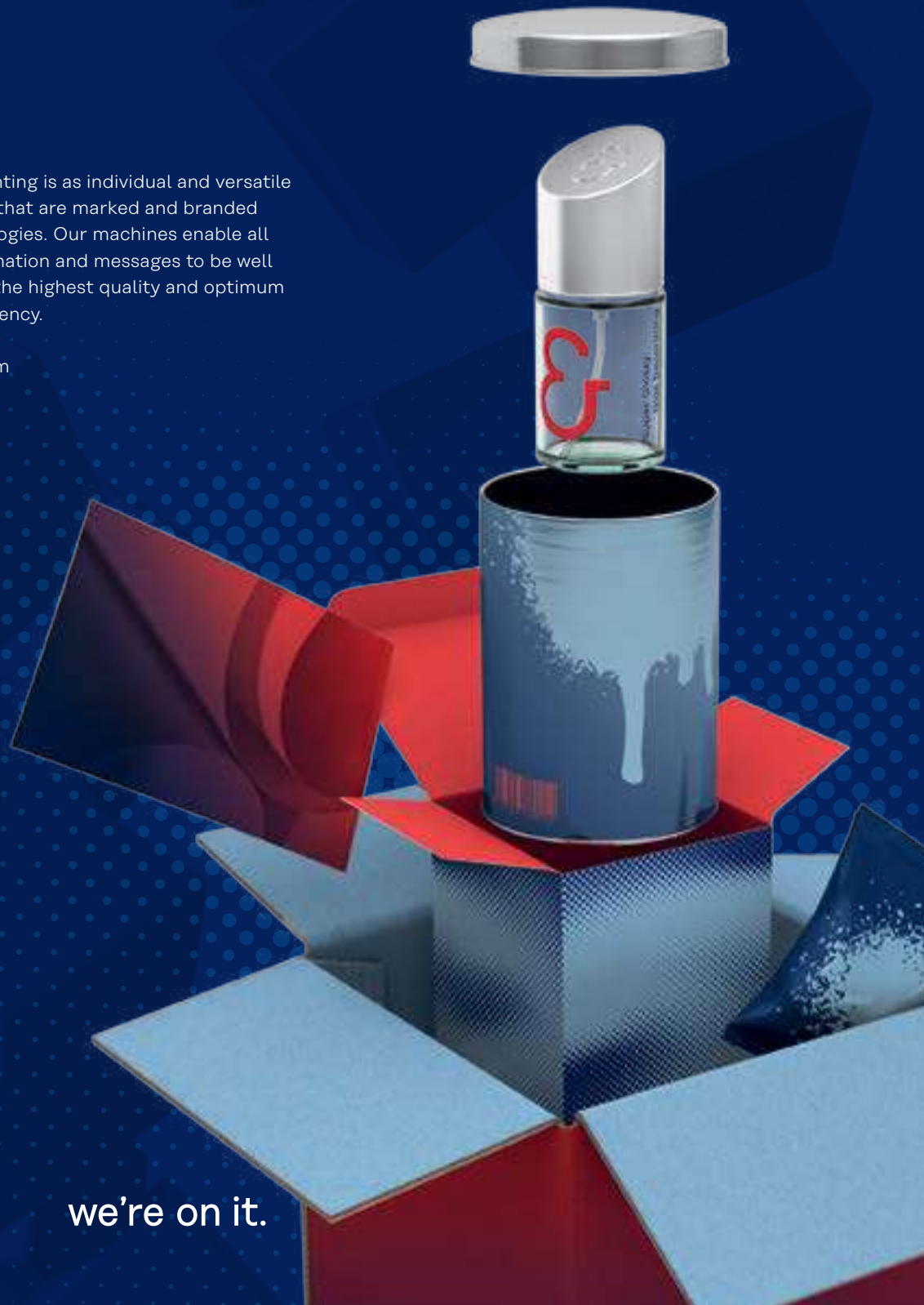


# KOENIG & BAUER

## Exceeding Print – because it's more than just an impression

The world of printing is as individual and versatile as the products that are marked and branded with our technologies. Our machines enable all important information and messages to be well received – with the highest quality and optimum production efficiency.

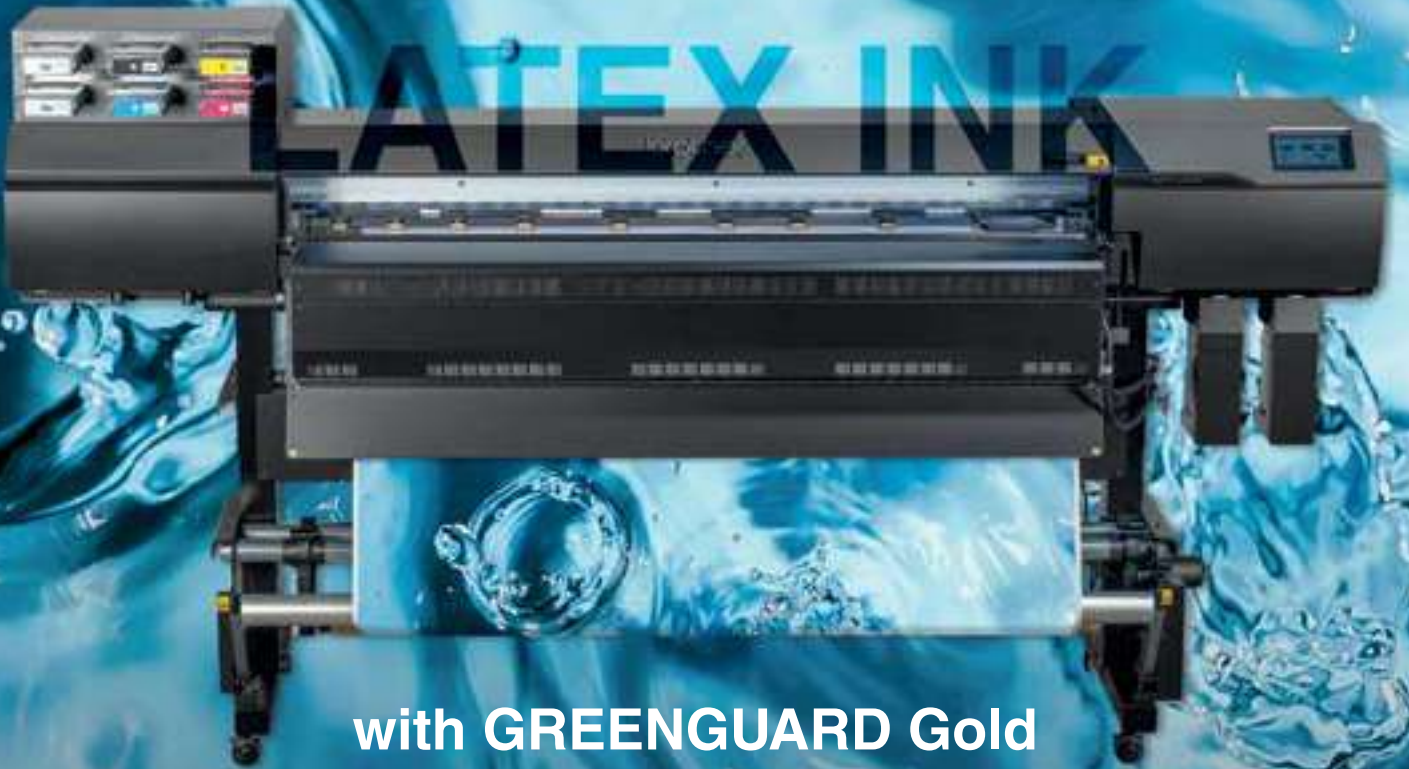
[koenig-bauer.com](http://koenig-bauer.com)



we're on it.

# brother

## WATERBASED LATEX INK



with **GREENGUARD Gold**  
certification!

Learn more about the many  
advantages of our WF1-L640  
Latex Wide Format Printer:

