

Arabic Inclusive

MIDDLE EAST

Printer

VOL. 27
ISSUE 207
MF-02-1824692
May-June
2026

Middle East Print Communication Magazine مجلة الشرق الأوسط للاتصالات المطبوعة



Chamber of Printing Ramps Up Egypt's Circular Economy



FESPA MENA Forum Concludes, Sets Stage for 2027 Expo



إنترباك ٢٠٢٦ يبعث رسالة عالمية قوية لصناعة التعبئة والتغليف

Sustainability



For your kind of
substrate processing

www.bobst.com

Switching 100% of packaging portfolio
to recycle-ready solutions.

Interested?

Contact your local BOBST representative at
www.bobst.com/contact



Speedmaster CX 104. Our global bestseller.

Built for quality, efficiency, and reliability – with over 950 installations in more than 60 countries, it is the globally best-selling press from HEIDELBERG of the current generation. The Speedmaster CX 104 impresses with flexible configurations, seamless integration into the Prinect workflow and strong performance in everyday use. A genuine HEIDELBERG – made for print shops that won't settle for less.

➔ heidelberg.com/en/cx104



CONTENTS

News

Regional

- AJT Group's Greenfield Plants to Propel RAK as Packaging Hub 4
- AJT Group's Greenfield Plants to Propel RAK as Packaging Hub 4
- Chamber of Printing Ramps Up Egypt's Circular Economy 6
- Paper & Tissue Show Announces Strategic Move to Sep 2026 6
- Egypt PM Inaugurates \$5M Plastic Recycling Plant in Sokhna 7
- SIEMA 2026: Defining the Future of Agrifood Technology 7
- Print4All Conference 2026: Redefining Human-Tech Dynamic 8
- FESPA MENA Forum Concludes, Sets Stage for 2027 Expo 10
- FESPA Middle East 2027 to Reinforce MEASA Print Sector 10
- BOBST, Partners to Unveil Cutting-Edge Tech in Tanzania 11

International

- interpack 2026 Sends Global Signal for Packaging Industry 12
- PDC 2026: Bridging Print, Packaging & Customer Experience 14

Articles

- Carbon Balancing in Packaging: Beyond Publishing & Print 16
- Food Labels and Health: The Invisible Influence on Consumer Behaviour 18
- Manroland Closure and the New Reality of Offset Printing 20
- Pre-Press in 2026: Where Precision Meets Profitability 22



Interview

- 24 From Print to 'Phygital'

Events

- 26 FESPA 2026 Concludes 4-Day Masterclass in Print Innovation

Editor's Note

From Barcelona to Düsseldorf: Print and Packaging Enter a Smarter Era

As the global print and packaging industries move deeper into 2026, one message is becoming increasingly clear: the future belongs to companies that can connect innovation with real business value.

This issue of ME Printer reflects an industry in rapid transition. Across the Middle East and beyond, print service providers, packaging converters, technology suppliers, and brand owners are rethinking how they produce, compete, and grow. Artificial intelligence, automation, digital workflows, sustainability, and smart materials are no longer distant concepts; they are becoming essential elements of everyday production.

The recently concluded FESPA Global Print Expo 2026 in Barcelona strongly reinforced this direction. Bringing together more than 550 exhibitors and over 14,000 international visitors, the event highlighted the growing convergence of wide-format print, signage, textile, personalisation, corrugated packaging, workflow, and automation. Its newly launched Corrugated and Textile zones showed how speciality print is expanding into new applications and becoming part of a wider, connected value chain.

At the same time, interpack 2026 in Düsseldorf, held from 7–13 May 2026, once again placed packaging and processing at the centre of global industrial transformation. As the world's leading trade fair for packaging and related process technologies, interpack underlined the importance of sustainable materials, efficient machinery, automation, and future-ready packaging solutions across food, beverage, pharmaceutical, cosmetics, industrial goods, and consumer sectors.

Together, these two major events show where the industry is heading: toward smarter production, shorter runs, stronger sustainability, data-driven efficiency, and closer integration between print, packaging, design, and technology.

For the Middle East, this transformation carries significant opportunity. The region is entering a more mature phase of investment, where companies are moving beyond isolated upgrades and focusing instead on complete, integrated production strategies. Packaging is emerging as a strategic frontier, while print continues to prove its relevance across communication, education, events, branding, and industrial applications.

In this changing landscape, success will not depend only on owning the latest machine. It will depend on understanding how technology, creativity, sustainability, and customer needs work together.

This issue is dedicated to that journey.

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

Vol. 27, Issue 207, May-June 2026

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.



FESPA 2026 in Barcelona and interpack 2026 in Düsseldorf captured the new direction of global print and packaging: smarter production, stronger sustainability, digital integration, and application-driven innovation. Both events reflected an industry moving confidently toward a more connected future.

ME Printer
Media Partner



AJT Group's Greenfield Plants to Propel RAK as Packaging Hub



“It is intended to be a platform for world-class packaging that serves the Middle East, Africa, and international markets”



AJT Group, a Dubai-based joint venture specialising in advanced packaging and paper-based solutions, officially marked a major milestone in the region's industrial sector as it welcomed HH Sheikh Mohammed bin Humaid Al Qasimi, Managing Director of RAKEZ, to its newly commissioned printing and packaging facilities in Ras Al Khaimah. The visit, which also included RAKEZ Chief Government and Corporate Relations Officer Yaser Al Ahmed, highlights the strategic importance of the project to the economic

landscape of the Emirate.

The delegation toured two primary sites: a corrugated factory and a printing and converting factory. These facilities represent one of the largest greenfield packaging investments in the region, transitioning from an empty desert floor to a high-tech industrial hub in just a few months.

AJT Group also announced the successful commissioning of its first HEIDELBERG 9+2 press, signalling commitment to utilising world-class technology. The HEIDELBERG 9+2 is

a high-performance sheetfed offset printing press designed primarily for complex, premium packaging, and commercial printing. Typically operating with 9 printing units and 2 coating units, the press focuses on speed, flexibility, and automation to handle challenging substrates, including thin materials and plastic, at high production speeds.

“Building a greenfield packaging factory from zero is not for the faint-hearted. It takes a team that believes in the vision—engineers from China, expertise from Europe, and the ambition of the Middle East—all coming together to create something that didn't exist before,” says AJT Group CEO Vitor Santos. He noted that the project is more than just a factory; it is intended to be a platform for world-class packaging that serves the Middle East, Africa, and international markets.

By positioning Ras Al Khaimah as a global packaging hub, AJT Group aims to support the continued industrial development of the Emirate. “The successful launch of these facilities underscores the collective effort of a global team of engineers and partners dedicated to bringing cutting-edge industrial capabilities to the heart of the Middle East,” adds Santos.

BOBST Powers NPICO's Flexible Packaging Expansion

Backed by a vision to lead rather than follow, Jordanian manufacturer New Plastic Industrial Company (NPICO) has launched its flexible packaging division with a dual investment in BOBST printing and laminating technologies.

Founded in 2005, NPICO is part of Al-Hazaa Investment Group and has grown to become one of the largest manufacturers of woven polypropylene bags in Jordan and across the Middle East, producing a minimum of 150 million bags and approximately 250 tonnes of raffia rolls annually.

Resilience, Growth, and Changing

Market

Like many manufacturers in the region, NPICO has had to navigate external pressures in recent years, including supply chain disruptions and significant increases in raw material costs. In response, the company prioritised investments in internal technology and operational capabilities

Concurrently, regional market conditions were becoming increasingly demanding. Customers began to pay far greater attention to print quality, consistency, and finishing standards, and competition across the region was intensifying. The decision to

enter the flexible packaging segment was a deliberate strategic move to diversify, add value, and serve both external customers and the group's sister companies with a higher-tier offering.

Right Partner in BOBST

Driven by an expansion into flexible packaging, the leadership team prioritised cutting-edge technology, a robust industry reputation, and a preference for European manufacturing standards. Packaging giant BOBST successfully met every one of these criteria.

In 2024, NPICO invested in two

machines, the BOBST VISION CI flexo printing press and the NOVA SX 550 solventless laminator. It was the company's first investment with BOBST and marked a significant step in its evolution.

The VISION CI is a high-performance central impression (CI) flexo press designed for converters seeking to automate and optimise flexible packaging production. Capable of running solvent-based and water-based systems with consistent, repeatable quality across a wide range of substrates and thicknesses, it is engineered to deliver speed without compromising on output. The NOVA SX 550 solventless laminator complements the press seamlessly, enabling high-speed lamination across a broad range of applications from standard food packaging structures through to more technically complex configurations.

NPICO Production Engineer Ameen Al Hazaa says, "Our partnership with BOBST began as part of our expansion into the flexible packaging division. As a company, we always strive to invest in the best available technologies, and BOBST was a natural choice. We also have a preference for European manufacturing standards, which we associate with reliability and precision, and BOBST fully reflects those values."

has been particularly important in a market where end customers are increasingly exacting, and the ability to produce print that is precise and repeatable run after run has become a clear competitive differentiator.

"The BOBST machines have fully met our expectations," says Al Hazaa. "They have delivered the performance, quality, and reliability we were looking for. These machines have proven to be a very solid investment."

The BOBST VISION CI and NOVA SX 550 also support the team's operational ambitions through BOBST Connect, the company's cloud-based platform that provides real-time monitoring of production data and performance. For a business that takes data seriously, the ability to track output and respond quickly to any variation in process has been a valuable addition to daily operations.

Technical Support From Day One

The transition to new technology always carries a learning curve, and NPICO is open about the initial adjustment period. Getting operators fully comfortable with the new machines required time and close collaboration. BOBST technicians worked on site to guide the team

operations and resolve any technical issues quickly," says Al Hazaa.

New Market Opportunities

With the flexible packaging division now established and gaining



momentum, the Jordan company is looking ahead with confidence. The investment in BOBST technology has opened new market opportunities, created a stronger offering for the group's affiliated companies, and positioned the business to scale further as demand in the region grows.



Results Exceed Expectations

Since installation, the results have exceeded expectations. In less than one year of operations, NPICO has acquired more than 50 new customers in the flexible packaging sector and reached approximately 1,500 tonnes of production. This growth is a strong indicator of both the capability of the new equipment and the speed at which the team has been able to scale.

Beyond the headline numbers, the machines have delivered measurable improvements in production efficiency, waste reduction, and quality consistency. This last point

through every aspect of operation, building competence at each stage of the process.

"Initially, it was challenging for operators to adapt to new machines, but with the support of BOBST technicians, the process became much easier. They worked closely with our team, ensuring they understood each step and gained real confidence. BOBST support has been excellent. The technical team has been in continuous contact with our maintenance department whenever needed, providing timely assistance and guidance. This has helped us maintain smooth op-



"New Plastic Industrial is exactly the kind of partner we are proud to work with; a business that sets high standards for itself and backs them up with genuine investment. Its move into flexible packaging is a bold and well-executed one, and the results they have achieved in under a year speak for themselves. The Middle East is a market of real and growing importance to BOBST, and we look forward to building on this partnership as New Plastic Industrial continues to scale," adds Khaled Joundi, BOBST Regional Business Director Turkey, Middle East, Egypt, and Pakistan.

Chamber of Printing Ramps Up Egypt's Circular Economy



“

Presenters emphasised that circularity and recoverability are no longer optional, but are now baseline requirements for international trade

”

The Chamber of Printing & Packaging Industries successfully hosted an exclusive seminar on 4 May 2026, aimed at accelerating Egypt's green industrial transition. The event focused on aligning local manufacturing processes with aggressive new international sustainability laws.

As global markets shift towards a circular economy, Egyptian industrial leaders convened at the Federation of Egyptian Industries (FEI) building in Cairo. Their goal was to bridge the gap between local production and global compliance. The event, titled

'Packaging Sustainability and Waste Management', marked a critical turning point for the sector. Presenters emphasised that circularity and recoverability are no longer optional, but are now baseline requirements for international trade.

A group of experts headlined the panel discussion, including Fairouz Galal, Founder and CEO of Global Arc. The panel held a special session at the Industrial Modernisation Centre (IMC) to learn about the technical services and projects provided by the centre to support factories in re-

ducing carbon footprint, deepening local manufacturing, and improving green economy projects and productivity. During her address, Galal shared the latest global legislation, waste management strategies, and innovative models for sustainable packaging and also detailed practical ways to apply them in the Egyptian market.

The seminar served as a foundational component of a broader wave of sustainability initiatives in Cairo this year, leading up to major trade events.

Paper & Tissue Show Announces Strategic Move to Sep 2026



Organisers of the Paper & Tissue Show have officially announced that the highly anticipated industry event will now take place from 21-23 September 2026 at ADNEC Abu Dhabi. This strategic decision comes as the team closely moni-

tors regional developments and follows the guidance of the UAE authorities to ensure the event delivers an experience that far exceeds industry expectations.

In a move designed to maximise

commercial impact and provide unparalleled value for attendees, the event will be held simultaneously with two other major exhibitions: the Hygiene & Nonwoven Show and the Packaging & Recycle Show. By bringing these three sectors together under one roof, the organisers aim to create a powerhouse environment for business and innovation.

The consolidated gathering is built on a foundation of maximum efficiency, where every interaction is designed to spark a new partnership or business opportunity. Participants can expect enhanced global visibility through strategic collaborations and high-impact marketing activities. Furthermore, the choice of ADNEC guarantees access to the strongest possible network, connecting attendees directly with leading decision-makers and global industry leaders.

Egypt PM Inaugurates \$5M Plastic Recycling Plant in Sokhna

Marking a significant milestone in Egypt's ongoing transition towards a sustainable green economy, Prime Minister Dr. Mostafa Madbouly officially inaugurated the Green Recycle plastic recycling plant. Located within the Sokhna Industrial Zone, the \$5 million facility is dedicated to advanced plastic recycling and waste management operations.

The inauguration was a highlight of the Prime Minister's broader tour to the region, which saw the launch of nine industrial projects within the zone operated by the General Authority for Suez Canal Economic Zone (SCZONE).

During the event, Dr. Madbouly said that the project aligns with the state's direction in adopting green economic policies and promoting environmental sustainability. He added that the government is encouraging investments in recycling and waste management, describing them as promising sectors that achieve economic and environmental returns.

Accompanied by SCZONE Chair-



man Waleid Gamaleldien, the Prime Minister toured the 30,000-square-metre-site. The facility, with an annual production capacity of 8,000 tonnes, is expected to create around 50 direct jobs. The recycling plant represents a key component of a larger strategy aimed at localising manufacturing and attracting high-quality foreign investment to the region.

The SCZONE Chairman Gamaleldien heralded the Green Recycle facility

as a pivotal advancement for the region's sustainable industrial sector. According to him, the project underscores the authority's ability to secure investments that drive the transition towards a circular economy and enhanced resource efficiency. The factory is slated to provide recycled production inputs across various sectors, a move expected to fortify local supply chains and significantly decrease dependency on imported raw materials.

“The recycling plant represents a key component of a larger strategy aimed at localising manufacturing and attracting high-quality foreign investment to the region”

SIEMA 2026: Defining the Future of Agrifood Technology

The much anticipated 9th edition of MOROCCO SIEMA—the international food processing, packaging, and machinery exhibition—is officially set to return to Casablanca from 22–24 September 2026. This year's showcase at the AMDIE (OFEC) exhibition centre arrives at a pivotal moment, with Morocco's agrifood and machinery sectors experiencing an unprecedented surge fuelled by soaring sales and nationwide push towards advanced mechanisation.

Organised by Elan Expo, Morocco's leading trade exhibition dedicated to food processing and packaging technologies, brings together exporters, industry leaders, and qualified buyers from across the region and beyond. It also provides a powerful platform for networking, business development, and exploring the latest innovations in packaging, food processing, agri-



culture, and logistics. Live product demonstrations will be one of the show floor highlights.

The momentum behind the 2026 expo is driven by the huge success of the previous edition which featured 236 global brands from 26 countries, ranging from Canada and Switzerland to Japan and India. The massive international footprint attracted over 16,700 professional visitors, creating a high-octane

environment for networking and trade. Beyond the exhibition floor, SIEMA 2025 featured 13 conferences where 43 industry leaders shared insights with thousands of eager attendees on food technologies, agricultural advancements, packaging innovations, and sustainable solutions.

Visiting Time:
10 am – 7 pm (all days).

“This year's showcase arrives at a pivotal moment, with Morocco's agrifood and machinery sectors experiencing an unprecedented surge”

Print4All Conference 2026: Redefining Human-Tech Dynamic



“ The 2026 edition is built around the concept ‘Humans Print the World’, developed along two main directions—Human+Machine and Human+Life—guiding discussions on technological innovation, skills, sustainability, and the social role of packaging.



Registrations are now officially open for Print4All Conference 2026, taking place on 2 July 2026 at Centro Congressi Ville Ponti in Varese, Italy. The event is designed to bring companies and their contributions back to the centre of the debate on the future of printing, converting, and packaging.

Organised by ACiMGA and ARGi—Italian trade associations representing the printing and converting machinery industry—in collaboration with Fiera Milano, the conference aims to become a key moment of synthesis between market data, strategic visions, and practical applications, offering the supply chain a content-rich agenda designed to support industrial and strategic decision-making during a period of profound transformation. The 2026 edition is built around the concept ‘Humans Print the World’, developed along two main directions—Human+Machine and Human+Life—guiding discussions on technological innovation, skills, sustainability, and the social role of packaging.

Human+Machine: Process Intelligence and Corporate Culture

The Human+Machine track focuses on the transformation of production processes through artificial intelligence (AI), automation, and

data management. The challenge is not simply introducing new technologies, but rethinking corporate organisation and decision-making models around tools that are becoming structural elements of manufacturing systems.

Keynote sessions will explore how AI is evolving from operational support into a true industrial tool capable of influencing planning, quality control, and predictive maintenance. Companies will present concrete solutions—from bottleneck management in folder-gluer systems analysed by Petratto, to slitting and rewinding technologies by Bimec designed to improve interactivity and operational continuity, up to the integration of UV inkjet printing, digital embellishment, and laser die-cutting into unified workflows proposed by SEI Laser.

The common thread is the ability to connect machines, data, and human expertise in order to reduce downtime, optimise quality, and increase overall productivity.

Human+Life: Packaging as Relationship Interface

Human+Life shifts attention to the role of printing and converting in everyday life, and to packaging as a relationship device between companies, consumers, and the environment.

Packaging is no longer viewed solely as a functional container, but as a communication and accessibility surface capable of expressing corporate values and sustainability commitments. Topics will include inclusive design, usability, sustainability communication, and new sensory experiences connected to materials.

The conference will also present the first Italian research study dedicated to inclusion, workplace culture, and skills within the sector—a document mapping employment transformations, industry attractiveness for younger generations, and the upskilling paths required to face technological and cultural transitions.

Operational Sustainability: Theory to Practice

Sustainability will be addressed as an operational capability rather than a simple communication claim. In particular, TCE Printing will present a pragmatic approach focused on making sustainable production an everyday practice, realistically applicable under routine operating conditions.

This means working simultaneously on multiple fronts, including materials (water-based inks, recycled and compostable substrates), machine conditions (drying systems and ink rheology), process control (mechanical defoaming, viscosity and temperature control, surface energy management of substrates), and enabling technologies such as turbulent drying with energy recovery, new anilox technologies, and hydrophobic high-release plates.

The objective is clear. It involves transforming sustainable solutions into robust and repeatable practices, reducing operational complexity for printers and converters, and enabling a truly scalable transition.

Technology and Process Quality: Comparing Business Cases

Participating companies will provide practical examples of how technology and quality can be integrated. SIMEC Group will explore anilox configuration as a strategic lever for quality, process control, and waste reduction. Canon, on the other hand,

will highlight the role of inkjet technology in shifting from efficiency-oriented production to a broader business transformation model for printing. In a similar stride towards modernisation, Uteco will present solutions for integrating sustainability into flexible packaging printing lines, while HEIDELBERG will showcase the evolution of its technologies in response to new packaging and industrial transformation needs. Finally, OMET will present approaches combining flexibility, personalisation, and premium finishing within printing and converting applications.

Data and Economic Scenarios: Balancing Opportunities and Risks

The conference will also analyse market figures and external scenarios influencing industrial decision-making. Recent indicators show a sector moving at two different speeds. On one front, a growing demand for printing is being driven by investments in high value-added applications and UV/UV LED technologies. Conversely, machinery manufacturers continue to face increasing competitive pressure and rising imports. At the same time, strong resilience signals remain evident through high levels of industrial investment and employment growth within the sector.

From a regulatory and geopolitical perspective, discussions will focus on PPWR, cellulose and recycled fibre availability, food contact requirements, dependence on Asian supply chains, and the impact of energy and raw material costs on

European competitiveness. These are the conditions within which companies must design medium- and long-term strategies.

Education, Skills, and Industry Attractiveness

Another key theme concerns skills development. Technological transition requires targeted educational paths and corporate policies capable of attracting and training younger generations. The Italian research study on inclusion and skills will provide practi-

International Platform for Dialogue

Thanks to the support of Italian Trade Agency (ITA) and the participation of an international delegation of around 60 operators from more than 30 countries, Print4All Conference 2026 further strengthens its international positioning as a strategic platform leading towards Print4All 2027.

Consequently, the event is positioned not only as a space for technical and market updates,

“The conference will also present the first Italian research study dedicated to inclusion, workplace culture, and skills within the sector”



cal insights into how companies can rethink organisational models, career paths, and upskilling initiatives in order to ensure workforce adaptation and increase the attractiveness of the industry.

but as a collective laboratory where technology suppliers, printers, converters, brand owners, and stakeholders contribute to shaping a shared vision for the future of printing and converting.

Participating in the conference means gaining access to real business cases, strategic reflections, and operational solutions directly tested by industry players. It is an opportunity to evaluate practical tools for increasing production efficiency, implementing sustainable processes, and redesigning business models within an evolving competitive and regulatory landscape—the first step on the road towards Print4All 2027.



FESPA MENA Forum Concludes, Sets Stage for 2027 Expo



Barcelona Suite, Fira Barcelona

“

The forum highlighted the strength of our regional community and the importance of collaboration, education, and knowledge-sharing

”

The FESPA MENA Forum 2026 has successfully concluded in Barcelona, Spain, marking a significant milestone for the visual communications industry across the Middle East, Africa, and South Asia (MEASA).

Held alongside the FESPA Global Print Expo, the forum brought together an influential gathering of industry leaders, innovators, print specialists, signage professionals, and regional stakeholders. Participants engaged in vital discussions regarding challenges faced by the industry, emerging

opportunities, and the future of visual communications across MEASA. “Beyond the conversations, the forum highlighted the strength of our regional community and the importance of collaboration, education, and knowledge-sharing as we continue to navigate industry transformation together,” says FESPA Middle East Regional Manager Bazil Cassim.

A major highlight of the event was the strong momentum building towards the future of the regional market, particularly look-

ing forward to FESPA Middle East 2027. Scheduled to take place in January 2027, the upcoming expo is already generating significant excitement as it promises to further reinforce the growing importance of the MEASA region within the global print sector.

Organisers expressed sincere gratitude to all the attendees and the FESPA Global leadership team for exchanging valuable perspectives and fostering deep regional collaboration that will help shape the industry’s trajectory for years to come.

FESPA Middle East 2027 to Reinforce MEASA Print Sector

FESPA Middle East—the premier regional expo for speciality printing and signage—will return to Dubai from 12–14 January 2027 at Dubai Exhibition Centre (DEC).

With over 150 global brands showcasing the latest in wide format digital, textile, and signage technologies, the event draws thousands of industry visionaries to network, discover innovations, and drive investment decisions.

Free-to-attend educational content features conference sessions, and the World Wrap Masters Middle East competition, empowering senior professionals—many of whom hold purchasing authority—to explore best practices, sustainability trends, and skill development. As the fastest-growing event of its kind in the region, FESPA Middle East is the ultimate platform for regional printers, sign makers,

and visual communicators to connect, learn, and embrace the future of speciality print.

“FESPA is the main show, they have the biggest client database worldwide, they are the most recognised in terms of digital printing, and the most market innovative exhibition across the globe,” says Massoud Saad, an exhibitor at FESPA Middle East. A visitor to the event adds: “FESPA is honestly one of those truly

excellent events, it's a massive opportunity for the community from all over the world. The level of innovation is incredibly high." FESPA Middle East serves as a gathering point for print service providers (PSPs), sign-makers, visual communication specialists, textile professionals, and prospective industry entrants. Attendees have the opportunity to network with industry peers, see the very latest innovations from key players, and make investment decisions. Additionally, the event features a free educational programme designed to facilitate knowledge sharing and learning opportunities within the sector.

The successful conclusion of the FESPA MENA Forum 2026—held alongside the FESPA Global Print Expo in Barcelona—succeeded in building a strong momentum for the regional market ahead of FESPA Middle East 2027. The upcoming 4th edition in Dubai is expected to further reinforce the growing importance of the Middle East, Africa, and South Asia (MEASA) region within the global print sector.



“The upcoming 4th edition is expected to further reinforce the growing importance of the MEASA region within the global print sector”



BOBST, Partners to Unveil Cutting-Edge Tech in Tanzania

BOBST and Multigraph, alongside technology partners Esko, Dow, Snetor, and Shanghai Eternal Machinery Co., Ltd. (ETERNA) are hosting an exclusive industry gathering on 3 June 2026 at the luxurious Hyatt Regency Dar Es Salaam, The Kilimanjaro, in Tanzania.

The single-day event will focus on showcasing the latest innovations and sustainable solutions across key sectors, including folding cartons, corrugated board, labels, and flexible packaging. Attendees will explore cutting-edge technologies designed to drive operational efficiency, advance sustainability, and spark new innovation in packaging and printing.

“The roadshow provides a platform



to connect with industry experts and uncover smart solutions that simplify everyday manufacturing operations, enhance performance, and open new growth opportunities for your business,” says

Mohamed Hassairi, Regional Marketing & Communications Manager, BOBST Africa & Middle East and Turkey/Caucasus.

Timing: 9.30 am – 5.30 pm.

interpack 2026 Sends Global Signal for Packaging Industry



“

interpack 2026 sent a clear signal: the packaging industry is more closely connected, more innovative, and more dialogue-oriented than ever before

”

interpack 2026 made the energy of an entire industry truly tangible; once again, it became global meeting place for processing and packaging industry and impressively demonstrated how concrete transformation is already being implemented in technology, materials, and processes

interpack 2026 sent a clear signal: the packaging industry is more closely connected, more innovative, and more dialogue-oriented than ever before. This momentum was immediately visible in the exhibition halls. High visitor traffic, intensive discussions, and a consistent international presence shaped the atmosphere. Everywhere, it was possible to experience the determination with which companies are working on solutions for the future. Ideas were discussed, tested, and decisions were made. The entire value chain was presented in live. From 7 to 13 May, 2,804 exhibitors from 65 countries and trade visitors from 161 countries came together in Düsseldorf on the fully booked exhibition grounds. Of all visitors, 75% came from outside Germany, including 28% from outside Europe.

Around 100 additional companies were represented at components, the supplier trade fair held in parallel. This made interpack 2026 the largest edition in its history in terms of exhibitors, underlining what was clearly felt in the halls, as this was an event with exceptional impact. “That was a top interpack. Busy halls, intensive exchange and concrete projects showed the strength of this global community. interpack is the most important meeting place for the industry worldwide, and this edition impressively confirmed that,” says interpack Director Thomas Dohse, at the close of the trade fair. For seven days, concrete solutions

and partnerships took centre stage. Many discussions led to projects and investment decisions. The trade fair thus confirmed its role as the leading platform for the global processing and packaging industry—with strong visitor attendance, particularly from the food and pharmaceutical industries, as well as a high quality and density of leading and innovative suppliers.

Industry Under Transformation

interpack 2026 took place at a time when the industry is undergoing transformation. Demand for packaged products continues to rise, but requirements for materials, production systems, and supply





structures are changing. A key focus at the trade fair was the EU Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR), which marks a turning point for the industry in many respects.

interpack made one thing clear that companies are not responding in isolation, but systemically. Exhibitors presented solutions in which materials, machines, and processes are increasingly considered together and coordinated with one another. In this way, interpack confirms its role as an economic driver for the industry: this is where projects are initiated, investments prepared, and economic momentum generated.

Systems, Materials, Skills

Automation, data-based applications, and flexible plant concepts have arrived in industrial practice and were presented at interpack as concrete applications of smart manufacturing. In the field of materials, the focus was on innovative solutions that work under real-world conditions and meet regulatory requirements. Future skills became tangible wherever connected and data-driven systems require new competencies in production. Personal proximity, shared

experiences, and open dialogue gave interpack a special intensity.

Specials Provide Additional



Impetus

interpack also set important accents beyond the exhibition stands. The enhanced specials complemented the trade fair activities and brought in additional perspectives. The interpack SPOTLIGHT Forum, SAVE FOOD Highlight Route, SAVE FOOD Expert Talks & Awards, SAVE FOOD Project Competition, SAVE FOOD Design & Sustainability Design Awards, Women in Packaging, the Start-up Zone, and Young Talents Day showed how broadly the industry's transformation is being discussed—from technology and

sustainability to diversity, start-up culture, and the promotion of young talent, as well as qualification and future skills.

What remains is more than a successful trade fair. The industry faces major challenges and is meeting them with innovative strength, cooperation, and the will to actively shape the future. Added to this is a special combination of international density, technical depth, and a palpable spirit of new beginnings that characterised this year's interpack.

The next interpack will take place in 2029. The date will be announced shortly.

“interpack confirms its role as an economic driver for the industry: this is where projects are initiated, investments prepared, and economic momentum generated”



PDC 2026: Bridging Print, Packaging & Customer Experience



“Using concrete examples, PDC 2026 will demonstrate how print is evolving in conjunction with e-commerce, data, and brand communication, making this development tangible for practical application”

When representatives from Bayer, Teekanne, and leading brand strategists will meet in Düsseldorf on 16–17 June to discuss the role that print and packaging play in the customer experience, it becomes clear just how much the industry is changing. Using concrete examples, PRINT DIGITAL CONVENTION 2026 will demonstrate how print is evolving in conjunction with e-commerce, data, and brand communication, making this development tangible for practical application.



“The conference programme highlights just how much print is currently changing. Topics such as e-commerce, data-driven communication, and brand management are now intertwined—and we have put together a particularly strong programme featuring relevant voices from the communications industry,” explains Rüdiger Maaß, Managing Director of Fachverband Medienproduktion e.V. (FMP).

Industry Transformation as Leitmotif of Keynotes

The thematic framework is set by two keynotes, each of which kicks off the respective day of the congress. Tessitura’s Markus Morawe will open the first day of the event with his presentation,

‘The future requires the strength to change’. His speech will address how companies can actively shape the connection between people, organisation, and technology, while leveraging change as a core strategic competence.

The second day will shift focus to a personal perspective with a keynote by Osman Tüccaroglu titled ‘Speed Requires Attitude—Personal Skills as the Foundation for Success.’ Tüccaroglu takes the audience on an extraordinary journey through motorsport, centred on his son Gian Luca’s path to the Porsche Carrera Cup to illustrate the critical roles that attitude, decision-making, and personal development play in everyday business life.

Curated Session Tracks Bring Perspectives Together

The initial day of the upcoming event will feature dedicated sessions focusing on concrete applications in the marketing and communications sector. Following the keynote, the programme continues with three parallel session tracks, designed in collaboration with association partners and bringing together different perspectives from industry, design, and application.

The morning sessions will focus on sustainable print production as well as the use of new technologies. Guest speaker Lea Eggers of Initiative Pro Recyclingpaper (IPR) will demonstrate how environmental standards, including the

Blue Angel certification, influence print production. Additionally, Simon Pietsch of DHL Group will contextualise requirements from the perspective of international supply chains. Complementing this, the role of artificial intelligence in the design process will be discussed. Caroline Mörnås of Paulig Group and Tim Gelzleichter of WIN Creating Images will demonstrate how generative approaches and data-driven applications can be meaningfully integrated into branding and packaging processes, and where a distinction must be made between hype and actual value creation.

The afternoon session will focus on data-driven communication and automated processes. Ahmet Baydan and Christian Boy of Eurotops will demonstrate how personalised customer engagement is implemented, whilst Fabian Dudek of nucao and Tom Streefkirk of colordruck will provide insights into how print and packaging can be effectively extended into digital channels and social media.

Print and Packaging in Brand Management

One of the highlights of the programme is the panel discussion on the first day of the event, which re-evaluates the role of print and packaging in brand management. Titled 'A brand you can touch', the discussion centres on the significance of physical touchpoints in an increasingly digital brand landscape. With contributions from BBDO's Christian Rättsch, as well as representatives from the Peter Schmidt Group, Bayer, and Teekanne, the discussion brings together perspectives from strategy, design, and brand practice. The focus is on how print and packaging function as part of the customer experience and what contribution they make to perception, differentiation, and brand loyalty. The subsequent PDC Night offers the opportunity to continue the discussions in an informal atmosphere and to deepen contacts. "It is precisely the combination of

brand, design, technology, and application that makes this panel so exciting. We are delighted to have secured high-calibre voices from the world of brand practice for the programme, together with our partners. It is this interplay of different perspectives that is becoming increasingly important for the further development of the industry," explains Sabine Geldermann, Director drupa, Portfolio Print Technologies, Messe Düsseldorf GmbH.

E-commerce, Data, and New Business Models

The second day of the event builds on the topics from the previous day and focuses in particular on e-commerce, data, and new business models.

In the morning, digital rockstar and e-commerce expert Michael Atug will provide insights into the transformation from brick-and-mortar retail to online business and highlight the opportunities arising from digital sales models. In parallel, WE.LOVE.PRINT's Matthias Windolph and Konica Minolta's Thorsten Kinnen will discuss the role of print as a trust-building medium in the digital communications landscape. Andreas Riekötter of IFH MEDIA ANALYTICS will analyse how communication is changing amidst the interplay

into its own, as an attention-grabbing and trust-building medium in combination with digital applications. The afternoon session will have Markus Meyer of Eismann demonstrate how print, online retail, and digital touchpoints can be combined to create integrated customer journeys.

The conference programme comprises around 30 presentations and themed workshops across three parallel sessions, complemented by keynote speeches and discussion panels. The focus is on current developments in programmatic print, marketing automation, sustainable media production, and print finishing—with a clear emphasis on practical applications. The PRINT DIGITAL CONVENTION

“ It is this interplay of different perspectives that is becoming increasingly important for the further development of the industry



of AI, digitalisation, and growing media diversity. The key here is the intelligent integration of channels—this is where print comes

will take place from 16–17 June 2026 in Düsseldorf and is organised by FMP in partnership with Messe Düsseldorf and drupa.

Carbon Balancing in Packaging: Beyond Publishing & Print

Carbon Balanced Paper has long been associated with publishing – books, magazines, and print media. But the role of paper has evolved and so can the opportunity to reduce its environmental impact.

Today, there are important applications for Carbon Balanced Paper in packaging – from folding cartons to e-commerce materials – where sustainability expectations are rising quickly and procurement decisions are under increasing scrutiny.

Packaging—Key in Sustainability Conversations

Packaging sits at the intersection

of lower-impact alternative to plastic, even though it still carries a carbon footprint tied to fibre sourcing, manufacturing, and transportation.

Climate Commitments Moving Down to Product Level

Many brands have made public commitments to reduce emissions, including Scope 3 emissions across their supply chains. For packaging buyers, this is where things become complex.

Packaging can be a significant contributor to product-level emissions, yet it is rarely addressed directly beyond general material choices.

methodologies and subsequently balanced through the protection and restoration of high-value forests via World Land Trust (WLT) – an international conservation charity that protects the world’s most biologically significant and threatened habitats. This streamlined approach produces a traceable, verified climate contribution tied directly to the packaging being produced.

These are not abstract offsets. Projects supported through WLT focus on the permanent protection of threatened ecosystems, preserving biodiversity while preventing the release of carbon stored in forests. To date, WLT and its partners have helped protect millions of acres of threatened habitat globally, supporting both climate and biodiversity outcomes.

Practical Step for Packaging Buyers

Sustainability in packaging is often framed as a choice between materials, formats, or suppliers. Those decisions remain important, but they are not always enough on their own. Carbon balancing your paper-based packaging provides an additional benefit by directly addressing its carbon impact, while supporting forest conservation and biodiversity protection.

For packaging buyers, this means aligning packaging decisions with corporate climate goals while adding measurable environmental value to existing materials. This approach strengthens the credibility of sustainability claims and ensures a direct contribution to tangible, long-term conservation outcomes.

Packaging Has a Role to Play

Packaging is not just a cost centre or a compliance requirement. It is a visible part of a brand’s environmental footprint – and an opportunity to demonstrate progress.

Carbon Balanced Paper extends that opportunity beyond publishing and print into one of the fastest-growing segments of the paper industry. And as expectations around transparency, verification, and climate accountability continue to increase, packaging decisions will carry more weight.



of climate, materials, and consumer perception. It is visible, measurable, and increasingly tied to corporate sustainability commitments.

At the same time, demand for paper-based packaging continues to grow, driven in part by the shift away from plastics and the rise of e-commerce. According to the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), global paper and paperboard production has remained strong, supported by packaging demand even as other paper grades decline.

E-commerce is a major driver. The International Energy Agency (IEA) notes that growing online retail activity is increasing demand for packaging materials, particularly corrugated and paper-based formats.

This growth creates both an opportunity and a challenge because packaging is increasingly positioned as a

Regulators are also raising expectations around environmental claims. Authorities such as the Competition Bureau Canada and the Federal Trade Commission (FTC) emphasise that environmental claims must be substantiated, specific, and supported by evidence, not broad or implied.

This is changing the conversation from “sustainable packaging” as a concept to measurable environmental performance at the product level.

Where Carbon Balanced Paper Fits in Packaging

Carbon Balanced Paper provides a practical way to address the carbon footprint of paper-based packaging without requiring changes to materials, suppliers, or production processes.

The model is straightforward. The carbon footprint of packaging projects is calculated using recognised

“ Packaging is not just a cost centre or a compliance requirement. It is a visible part of a brand’s environmental footprint – and an opportunity to demonstrate progress



DTRX

RELIABILITY MEETS PERFORMANCE



DESIGNED FOR INDUSTRIAL USE

Print with confidence and achieve top results fast and effortlessly. This **all-in-one DTF solution** meets Brother's high standards – offering exceptional print quality, reliability, and efficiency – and supports **800 mm wide** film for extra flexibility.

Compatible
with **800 mm**
film width

brother



Food Labels and Health: The Invisible Influence on Consumer Behaviour



| TRAFFIC LIGHTS FOOD LABEL GUIDE | | | | |
|------------------------------------|-----------------|--------------|-----------------|----------------|
| | SATURATED | | | |
| | FAT | FAT | SUGAR | SALT |
| LOW | 3g or less | 1.5g or less | 5g or less | 0.2g or less |
| MEDIUM | 3.1g to 17.5g | 1.6g to 3g | 5.1g to 22.5g | 0.21g to 1.5g |
| HIGH | More than 17.5g | More than 3g | More than 22.5g | More than 1.5g |

ALL MEASURES AS 100g/100ml

measurable data—calories, fats, sugars, and micronutrients. While this system remains a cornerstone of global food regulation, studies consistently show that its effectiveness is limited. Consumers rarely engage deeply with the information. Time constraints, cognitive overload, and lack of nutritional literacy reduce its practical impact. More importantly, research suggests that consumers do not interpret labels in a purely analytical way. Instead, they rely on heuristics—mental shortcuts that simplify decision-making. A product labeled “low fat” may automatically be perceived as healthy, regardless of its sugar content. This phenomenon, widely documented in behavioural science, is often referred to as the “health halo” effect.

The implication is clear: labels do not simply communicate facts; they frame perception.

The Rise of Simplified Front-of-Pack Systems

To address the limitations of complex back-of-pack information, many countries have introduced simplified front-of-pack labeling systems. These include traffic light indicators, star ratings, and warning symbols. Their objective is to make nutritional quality instantly understandable.

While these systems improve accessibility, they also introduce new dynamics. Simplification can override nuance. A single green indicator may outweigh multiple negative attributes in the consumer’s mind. Conversely, warning labels can discourage purchase even when a product may be acceptable

in moderation.

According to the BBC Future analysis, these systems act as behavioural nudges. They guide decisions quickly and effectively—but not always comprehensively. In other words, they are powerful, but not neutral.

Clean Labels and the Marketing of Trust

Parallel to regulatory labeling, the industry has embraced the concept of “clean labels.” Terms such as “natural,” “free from,” and “no additives” have become central to packaging design. These claims are often loosely defined, yet highly persuasive.

The clean label movement reflects a broader consumer desire for transparency and simplicity. However, it also reveals a critical tension between perception and reality. A product can be marketed as “natural” while remaining nutritionally unbalanced. Conversely, foods with scientifically sound additives may be perceived negatively due to unfamiliar ingredient names.

This shift places increasing responsibility on packaging design. Labels are no longer just regulatory elements; they are brand narratives. Typography, colour palettes, and wording all contribute to a perception of health, purity, or indulgence.

Ultra-Processed Foods and the Limits of Labeling

One of the most pressing challenges in modern nutrition is the rise of ultra-processed foods. These products dominate supermarket shelves and are strongly associated with long-term health risks, including obesity and metabolic disorders.

Yet current labeling systems struggle to capture the concept of processing. A product may display acceptable levels of fat, sugar, and salt while still being heavily processed. This creates what researchers describe as a “health illusion,” where the label suggests balance, but the product’s overall composition tells a different story.

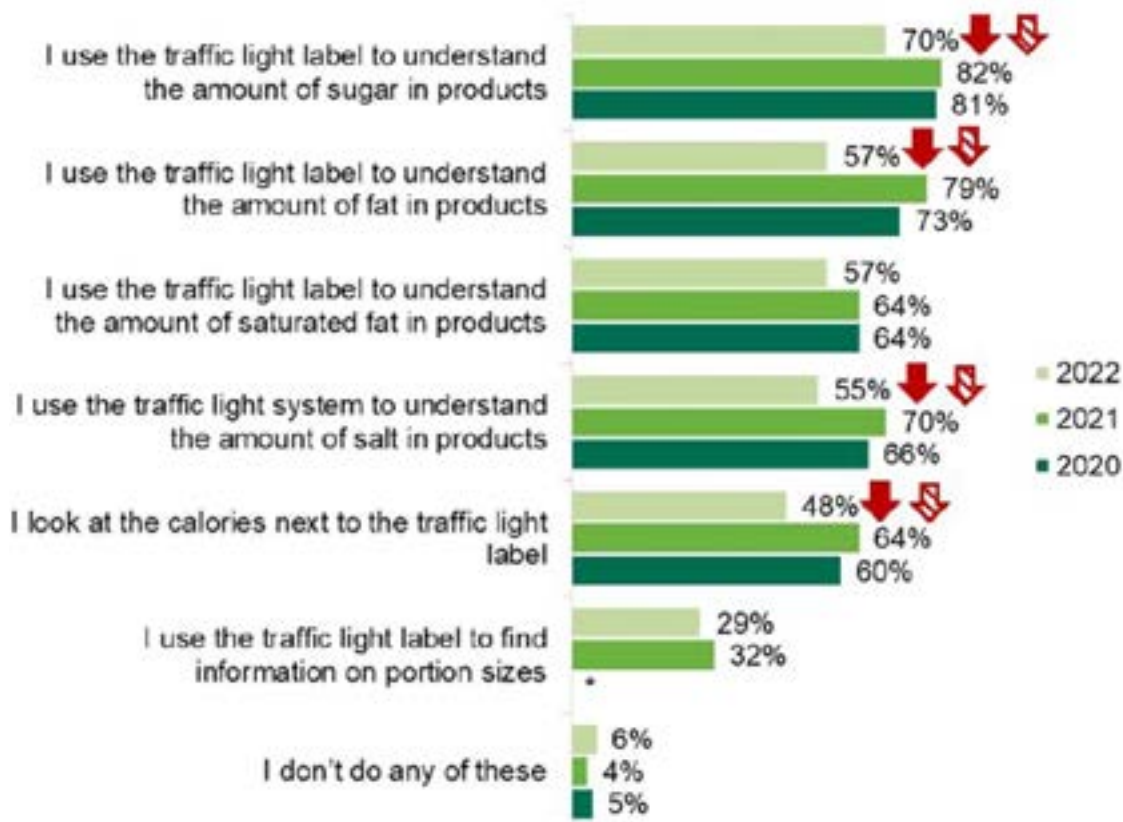
“Labels have evolved into strategic communication tools that influence purchasing decisions at a subconscious level, often with direct implications for public health”



Food labels were created as tools of transparency. They were meant to inform, standardise, and empower consumers to make rational decisions about what they eat. Yet the modern reality is far more complex. Labels today sit at the intersection of regulation, psychology, and marketing—shaping not just what consumers know, but how they feel, perceive, and ultimately consume. A recent feature by BBC Future highlights a crucial shift in understanding: food labels are not passive carriers of information. They are active drivers of behaviour. In the highly competitive landscape of packaged goods, labels have evolved into strategic communication tools that influence purchasing decisions at a subconscious level, often with direct implications for public health.

From Information to Influence

The traditional “Nutrition Facts” panel was designed to provide



“Labels are no longer just printed elements attached to products. They are decision-making interfaces”

The absence of clear indicators for processing levels represents a significant gap in current regulatory frameworks. As highlighted in the BBC Future report, there is growing debate on whether future labeling systems should explicitly address this dimension.

The Printing and Packaging Perspective

For the printing and packaging industry of these developments represent both a challenge and an opportunity. Labels have become one of the most critical touchpoints between brands and consumers. The shift from information to influence demands a new level of precision, creativity, and responsibility.

Packaging converters and print service providers are increasingly required to deliver:

- High-resolution, multi-layered label designs that integrate regulatory compliance with brand storytelling.
- Flexible printing solutions capable of handling short runs and frequent design updates as regulations evolve.
- Advanced colour management to ensure consistency across different labeling systems and markets.

At the same time, sustainability considerations are reshaping material choices. Labels must now balance visual impact with recyclability and environmental compliance.

Toward a More Transparent Future

The future of food labeling lies in greater integration of science, regulation, and design. Policymakers are increasingly exploring systems that combine simplicity with depth, potentially incorporating indicators for processing, sustainability, and overall dietary impact.



For the packaging industry, this evolution will require continuous adaptation. Labels will need to communicate more information in less space, with greater clarity and stronger visual hierarchy.

Ultimately, the lesson is straightforward. Labels are no longer just printed elements attached to products. They are decision-making interfaces. They shape perception, influence consumption, and, as emerging evidence suggests, may even affect long-term health outcomes.

For an industry built on precision and communication, that responsibility is significant—and growing.

Manroland Closure and the New Reality of Offset Printing

The announced closure of Manroland Sheetfed's Offenbach operations is more than a company failure. It is a symbolic moment for German engineering, the global printing machinery industry, and the future structure of offset printing. According to the news, the Offenbach factory will close permanently on 1 June 2026, after protective insolvency proceedings, failed investor talks, a sharp fall in Chinese demand, €43.2 million in 2025 losses, and the expected loss

manufacturing, long production cycles, and export-driven demand. That formula works when global markets are stable and customers are investing in expensive capital equipment. It breaks down when printers delay investment, China weakens, financing becomes costly, and machine builders cannot spread R&D and factory costs across enough new press sales. In that sense, Offenbach is not only a factory closure. It is evidence that even highly respected German

was one of the places where lithographic heritage evolved into industrial offset technology. The city's history notes that Faber & Schleicher and its successors were at the forefront of innovation, and that Roland machines reached print shops on every continent. So the closure is not simply the disappearance of one production site. It is the end of one of the great homes of sheetfed offset engineering.

Is offset technology dying?

No. That would be the wrong conclusion.

What is dying is the old business model of selling large numbers of heavy mechanical presses into a broad commercial-print market. Offset itself remains highly relevant, especially in packaging, folding cartons, high-volume commercial work, labels, and security printing.

The future of offset is narrower but more sophisticated. It will be driven by:

- packaging rather than general commercial print;
- automation rather than manual craftsmanship alone;
- shorter makeready and lower waste;
- hybrid workflows combining offset, digital, coating, foiling, inspection, and finishing;
- data-driven production and predictive maintenance.

This is already visible in the strategies of surviving competitors. Koenig & Bauer's drupa focus was end-to-end packaging workflows, digital solutions, automation, and Rapida sheetfed performance up to 22,000 sheets/hour. Heidelberg has also emphasized packaging growth and high-capacity sheetfed technology, including strong China Print 2025 sales in packaging and the expansion of VLF sheetfed offset for packaging.

Digital printing is growing, especially for short runs, personalization, labels, and flexible packaging. But digital has not replaced offset at industrial scale. Drupa's own analysis notes that digital packaging adoption is increasing, but large-scale



of around 748 jobs.

A German industrial warning sign

Manroland's collapse comes at a bad moment for Germany. The country's manufacturing model is under pressure from high energy costs, weaker export demand, geopolitical uncertainty, tariffs, and competition from Asia. Recent German data points to renewed industrial weakness: Reuters reported that German private-sector activity contracted in April 2026, while business sentiment fell sharply amid war-related uncertainty and energy-price pressure.

This matters because companies like Manroland were built on the classic German formula: deep engineering, high labour skill, precision

machinery brands can become vulnerable when their market narrows too far.

The historical weight of Manroland

The tragedy is heavier because Manroland was not a marginal player. Its roots go back to Faber & Schleicher, founded in Offenbach in 1871, and the company built the first Roland sheetfed offset press in 1911. Manroland's own history highlights milestones such as the Ultra four-colour sheetfed offset press at drupa 1951, the Roland 700 in 1990, the Roland 900 in 1995, DirectDrive technology in 2006, and the Roland 700 Evolution in 2014.

The name "Roland" itself became part of offset history. Offenbach

“Offenbach is not only a factory closure. It is evidence that even highly respected German machinery brands can become vulnerable when their market narrows too far”



adoption by major brands remains slower than predicted.

So the future is not “digital versus offset.” The future is automated offset plus digital where digital makes economic sense.

Why Manroland failed despite strong technology

China once represented around 40% of Manroland Sheetfed’s revenue, and the collapse in that market badly damaged the company. Manroland’s own restructuring statement also identifies a sharply shrinking press market and China’s decline as major causes, while confirming the €43.2 million 2025 loss. This suggests the problem was not simply technical inferiority. Manroland presses were respected. The problem was strategic and structural:

Manroland remained too dependent on a shrinking new-machine market, too exposed to China, and too burdened by the cost of maintaining a massive integrated German manufacturing complex. Its Offenbach site included headquarters, production halls, foundry, R&D, training, and print technology centre across roughly 114,000 m². That kind of industrial base is impressive, but it becomes dangerous when sales volume falls.

A factory like Offenbach needs throughput. Without enough new press orders, excellence itself becomes expensive.

Impact on Middle Eastern printers

For Middle Eastern printers, the closure has serious practical implications, especially for companies running Roland 700, Roland 900, and Roland 900 XXL presses.

The first concern is spare parts. If the service and parts business is sold and continues properly, the installed base can survive for years. The service and spares business may still attract buyers. But uncertainty will immediately affect confidence. Printers may start buying critical parts earlier, especially electronics, grippers, rollers, bearings, feeder/delivery components, control boards, and proprietary modules.

The second concern is machine resale value. Used Manroland presses in the Middle East may face a discount if buyers fear future service difficulties. This will not make the

machines worthless, but it will shift negotiation power toward buyers.

The third concern is service dependency. Middle Eastern printers often depend on external technicians and imported parts. Any delay in the post-closure service structure could mean longer downtime, higher emergency repair costs, and more reliance on independent engineers. The fourth concern is investment psychology. A packaging printer in Saudi Arabia, UAE, Iran, Egypt, Turkey, or Iraq considering a new B1 or VLF offset press will now be more likely to choose Heidelberg, Koenig & Bauer, Komori, RMGT, or Chinese alternatives, depending on budget and support availability. Even if

press now would be risky unless the service/spares continuity is contractually guaranteed by a credible buyer. For used equipment, the machine may still be attractive if the price is low enough and the buyer has strong technical capability.

The demise of one historic manufacturing model

The closure of Manroland Sheetfed’s Offenbach factory is not the death of offset printing. It is the death of one historic manufacturing model.

Offset will survive where it is productive, automated, packaging-focused, and integrated into smart workflows. But the market no lon-

“Offset will survive where it is productive, automated, packaging focused, and integrated into smart workflows”



Manroland’s technology remains strong, the fear of orphaned technology will hurt future sales.

What Middle Eastern printers should do now

Printers operating Manroland equipment should act calmly but quickly.

They should audit their installed machines, identify critical wear and electronic components, secure a one-to-two-year spare-parts buffer, and confirm who will legally handle service obligations after the closure. They should also document software versions, electrical schematics, maintenance records, and local technician contacts.

For new investments, the advice is blunt: buying a new Manroland

ger has room for every traditional European press manufacturer to maintain large, expensive factories while depending on cyclical export demand.

For the Middle East, the lesson is practical: Manroland presses remain capable machines, but ownership risk has increased. Printers should protect themselves through spare-parts planning, service agreements, and careful investment strategy.

The deeper meaning is this: German offset engineering is not finished, but its golden age of broad industrial dominance is over. The future belongs to fewer manufacturers, smarter factories, packaging-led demand, and printers who treat technology not as prestige, but as a controlled business risk.

Pre-Press in 2026: Where Precision Meets Profitability

Pre-press is no longer just a technical checkpoint between design and print. In today's Middle Eastern production environment, it has become a decision-making layer—one that directly impacts how efficiently a job runs, how much waste it generates, and ultimately, how profitable it is.

Here's a breakdown of the core pre-press elements—not just what they are, but why they matter now more than ever.

Why it matters today:

Automation: High-resolution assets ensure smooth processing in RIP systems.

Sustainability: Avoids reprints caused by pixelated outputs.

Cost: Low-resolution errors often go unnoticed until printing—when it's already expensive.

3. Color Management (CMYK, RGB, ICC Profiles)

What it is: Controlling how colors appear from screen to print.

Sustainability: Reduces trial prints for color matching.

Cost: Brand inconsistencies often lead to job rejection and reprints.

5. Bleed, Trim & Safe Area

What it is: Margins that account for cutting tolerances.

Why it matters today:

Automation: Essential for automated cutting and finishing systems.

Sustainability: Prevents miscuts that result in waste.



The earlier the mistake, the cheaper it is to fix. The later it appears, the more expensive it becomes.

1. Artwork & File Preparation

What it is: The original design file created in software like Illustrator or InDesign.

Why it matters today:

Automation: Clean, standardized files integrate seamlessly into automated workflows.

Sustainability: Fewer file errors = fewer reprints and less material waste.

Cost: Poorly prepared files lead to delays, manual corrections, and increased labor costs.

In modern workflows, a “bad file” is no longer a small issue—it’s a production bottleneck.

2. Resolution (DPI/PPI)

What it is: The level of detail in an image (typically 300 DPI for print).

Why it matters today:

Automation: Consistent color profiles allow repeat jobs without manual correction.

Sustainability: Accurate color reduces trial-and-error print runs.

Cost: Color mismatches = rejected jobs, wasted ink, and unhappy clients.

Color errors are one of the most expensive “invisible mistakes” in pre-press.

4. Spot Colors & Brand Accuracy (Pantone)

What it is: Pre-defined colors used for exact brand matching.

Why it matters today:

Automation: Standardized color libraries simplify repeat production.

Cost: A missing bleed can ruin an entire batch—especially in packaging runs.

6. Imposition

What it is: Arranging multiple pages or designs efficiently on a sheet.

Why it matters today:

Automation: Software-driven imposition reduces manual planning.

Sustainability: Maximizes sheet usage, minimizing material waste.

Cost: Better imposition = fewer sheets = lower production cost. Smart imposition is one of the easiest ways to improve margins instantly.

7. Preflight Check

What it is: Automated file inspection.

“Pre-press is no longer just a technical checkpoint between design and print. In today’s Middle Eastern production environment, it has become a decision-making layer”



tion before printing.

Why it matters today:

Automation: First line of defense in automated workflows.

Sustainability: Stops flawed jobs before they consume resources.

Cost: Prevents expensive last-minute corrections or press stoppages.

8. Fonts & Outlining

What it is: Ensuring text displays correctly during printing.

Why it matters today:

Automation: Missing fonts break automated workflows.

Sustainability: Avoids reprints due to layout errors.

Cost: Fixing font issues mid-production wastes time and money.

9. Trapping

What it is: Slight overlap between colors to prevent gaps.

Why it matters today:

Automation: Built into modern RIP workflows.

Sustainability: Prevents rejects due to misregistration.

Cost: Even minor gaps can lead to entire batch rejection in packaging.

10. Raster vs Vector Graphics

What it is: Pixel-based vs scalable graphics.

Why it matters today:

Automation: Vector files scale seamlessly across formats.

Sustainability: Prevents quality issues that cause reprints.

Cost: Poor graphic choice leads to unusable output.

11. RIP (Raster Image Processor)

What it is: Converts design files into printable data.

Why it matters today:

Automation: Core engine of digital workflows.

Sustainability: Efficient RIP processing reduces trial runs.

Cost: Errors at this stage affect the entire print job.

12. Separations & Plates (CTP)

What it is: Breaking files into CMYK layers and creating printing plates.

Why it matters today:

Automation: Modern CTP systems are highly automated—but only as good as the input file.

Sustainability: Plate remakes waste materials and chemicals.

Cost: Plate errors are expensive and time-consuming.

13. Overprint & Knockout

What it is: How colors interact when layered.

Why it matters today:

Automation: Requires correct setup to avoid unexpected output.

Sustainability: Prevents reprints caused by invisible design errors.

Cost: A wrong overprint setting can ruin an entire production run.

14. Gamut & Color Limitations

What it is: The range of colors a printer can produce.

Why it matters today:

Automation: Helps predict output accurately.

Sustainability: Reduces trial-and-error printing.

Sustainability: Incorrect dielines waste board and materials.

Cost: Packaging errors are among the most expensive mistakes.

17. Step & Repeat

What it is: Repeating designs across a sheet.

Why it matters today:

Automation: Widely used in label and packaging workflows.

Sustainability: Optimizes material usage.

Cost: Directly reduces per-unit production cost.



Cost: Out-of-gamut colors lead to dissatisfaction and rework.

15. Registration

What it is: Aligning all color layers perfectly.

Why it matters today:

Automation: Precision alignment is critical in high-speed presses.

Sustainability: Misalignment leads to rejected prints.

Cost: Even slight misregistration can make products unusable.

16. Dielines (Packaging)

What it is: Templates for cutting, folding, and gluing.

Why it matters today:

Automation: Essential for automated finishing systems.

Pre-Press as a Strategic Function

What ties all of this together is a simple but critical shift:

Pre-press is no longer a support function. It is a strategic control point.

In a region where automation is accelerating, sustainability targets are tightening, and margins are under constant pressure, the smallest pre-press decision can have a multiplied impact on the entire production chain.

For Middle Eastern printers competing on both regional and global stages, success will increasingly depend not just on press capabilities—but on how intelligently jobs are prepared before they ever reach the press.



For Middle Eastern printers, success will increasingly depend not just on press capabilities—but on how intelligently jobs are prepared before they ever reach the press



From Print to ‘Phygital’

How Saudi Xerox is Redefining Resilience in a Volatile Market



“The Saudi print market is experiencing a shift toward more domestic sourcing and a preference for partners with a strong, local physical presence”

In an exclusive interview with ME Printer, Mehmet Sezer, General Manager of Saudi Xerox, explains how digital transformation can help print businesses navigate a brave yet uncertain world.

Recent geopolitical tensions in the Middle East have once again put pressure on regional trade and logistics. How have these developments impacted the Saudi print market in practical terms?

When you look at the current landscape, the most practical impact we're seeing is a definitive shift toward operational sovereignty. The regional situation has reinforced the importance of strategic self-reliance. In practical terms, the Saudi print market is experiencing a shift toward more domestic sourcing and a prefer-

ence for partners with a strong, local physical presence.

With disruptions affecting shipping routes, material availability, and costs, what have been the most immediate challenges for print service providers in Saudi Arabia over the past months?

The reality on the ground for print service providers has been a struggle with predictability. When shipping routes are disrupted, your lead times become moving targets, and your freight costs fluctuate overnight and it impacts on the insurance premium. The immediate challenge hasn't just been the cost—it's been the planning. It has forced a move away from 'Just-in-Time' inventory toward a more buffered approach shifting from expansion to optimization: doing more with the

resources currently on the ground without interruption.

In such an unpredictable environment, how critical has disaster recovery planning become for print businesses, and are companies in the Kingdom adequately prepared for sudden disruptions?

I think we've reached a point where disaster recovery is no longer a luxury, rather it's a business mandate. In the Kingdom, awareness is high, but the transition to being "fully prepared" is still a work in progress. It isn't enough to just have a backup of your data anymore; you need a workflow that is flexible enough the moment a physical disruption occurs. Disaster recovery is transitioning from a tick in box compliance to a core operational requirement. I



believe, it will be every company's core plan since the covid era.

Have recent events accelerated the shift toward more resilient business models—such as localized production, digital workflows, or reduced dependency on complex supply chains?

There is a much stronger appetite now for digital workflows that reduce manual touchpoints and localized printing models that bypass complex shipping routes. Resilience is becoming the primary metric for success, often outweighing pure cost-efficiency. The main area of focus is towards digital transformation, localization and predictive maintenance. The shift toward digital workflows isn't just about efficiency anymore. It's more of a survival strat-

egy that reduces the dependency on physical output.

From your perspective, how have customer priorities in Saudi Arabia evolved during this period of uncertainty? Are businesses investing differently compared to before?

My current perspective has changed when it comes to conversing with customers. They no longer ask about the speed of our machines, rather – they're more concerned about their data security and continuous reliability as a trusted partner.

Looking ahead, do you believe the Saudi market is entering a phase of stability, or should the industry prepare for continued volatility—and how can companies best position themselves for both scenarios?

The Saudi market is ever dynamic in nature in alignment with the Vision 2030 directives and at Saudi Xerox, we believe the best way to position for this is through our 'Phygital' approach—seamlessly integrating physical infrastructure with digital agility. By bridging these two worlds, companies can maintain the reliability of physical output while leveraging the flexibility of digital workflows. As we continue our transformation journey from a traditional print business into a leading IT Services and Digital Solutions provider, strengthening our leadership capabilities is a key priority. We aim to be a one stop shop for our trusted partners and customers. You shall be seeing the launch of our unique IT Solutions & Services as an official launch during LEAP / Deep Fest later this year.

“ The Saudi market is ever dynamic in nature in alignment with the Vision 2030 directives and at Saudi Xerox, we believe the best way to position for this is through our 'Phygital' approach ”



FESPA 2026 Concludes 4-Day Masterclass in Print Innovation



FESPA Global Print Expo 2026 successfully concluded at Gran Via, Fira de Barcelona, bringing together the global print, signage, textile, personalisation, corrugated, and visual communications communities for four days of technology showcases, live demonstrations, knowledge exchange, and business networking. Held from 19–22 May 2026, the event reinforced FESPA's position as one of the most important international platforms for speciality print and related sectors. Gathering over 550 exhibitors and drawing more than 14,000 international visitors, the Barcelona event vibrantly brought its core theme 'The Place for Experts', to life across a bustling exhibition floor. The trade show was a reflection of the continued strength of the global print market and the industry's appetite for innovation, automation, and new application opportunities.

Across the exhibition halls, exhibitors presented new product launches, live demonstrations, and practical production solutions. Visitors were able to explore technologies for wide-format printing, industrial applications, textile printing, garment decoration, finishing, cutting, workflow, colour management, substrates, inks, and automation. Confirmed exhibitor names included leading suppliers

such as Agfa, Brother, Durst, EFI, HP, Kongsberg Precision Cutting Systems, Morgana Systems, Mutoh, Roland DG, Summa, swissQprint, and Zünd.

This year's show took place alongside several co-located events, including European Sign Expo, Personalisation Experience, WrapFest, and the newly launched Corrugated and Textile events. Together, these platforms created a broader industry ecosystem, covering everything from wide-format digital print, textile and garment decoration, signage and wrapping, to corrugated packaging and workflow technologies.

Breakthrough Debuts

The absolute highlight of the 2026 show floor was the spectacular launch of two brand-new, dedicated exhibition verticals, Corrugated and Textile, which fundamentally redefined the scope of the expo. Recognising the massive market-shift toward on-demand packaging and customised apparel, FESPA

plates, reduce material waste, and offer prototyping to e-commerce brands.

Another highlight of Corrugated was its dedicated conference programme. Key topics such as regulations, artificial intelligence implementation, cybersecurity, workflow optimisation, and digital integration were addressed, reflecting the increasing convergence between print, packaging, software, and data-driven production.

Simultaneously, Textile emerged as a high-traffic epicenter, showcasing the rapid evolution of digital fabric decoration, advanced direct-to garment (DTG) machinery, and direct-to-film (DTF) transfer technologies. Attendees witnessed firsthand how modern pigment inks and waterless dye sub-processes are dramatically lowering carbon footprints while maximising vibrant colour output on sustainable fabrics.

Knowledge-Sharing

A major feature of the 2026 edition was the strong emphasis on



dedicated major sectors of Halls 2 and 3 to these booming industries. Corrugated addressed the urgent global demand for localised, short-run packaging solutions. This specialised zone brought together machinery manufacturers, software developers, and material sciences experts to demonstrate digital corrugated printing and automated precision converting tools. The event proved that digital tech can now match industrial speeds, allowing packaging converters to eliminate expensive physical

education and expert-led content. The event hosted three conference programmes: the FESPA Conference, the Corrugated Conference, and WrapTalks, all designed to provide practical insights into developments across print, signage, personalisation, textile, corrugated, and vehicle wrapping applications. The show also highlighted how print businesses are adapting to changing market demands. Sustainability, personalisation, smarter production, automation, digital integration, and shorter-run flexibility

“The trade show was a reflection of the continued strength of the global print market and the industry's appetite for innovation, automation, and new application opportunities”



were among the central themes. The growing role of software and workflow connectivity was particularly visible, as print service providers (PSPs) increasingly look for solutions that reduce waste, improve turnaround times, and support more efficient production environments.

Industry giants like Canon, Durst Group, and HP utilised live equipment demonstrations to address the overarching themes of automation, rising overhead costs, and strict EU packaging legislation. Parallel sessions unpacked the massive disruption and emerging opportunities presented by artificial intelligence (AI) in workflow design, as well as actionable blueprints for sustainable, eco-friendly material adoption. WrapFest added further energy to the event, with vehicle wrapping, vinyl application, window films, laminating machinery, printable films, ramps, lifts, and finishing technologies on display. The World Wrap Masters Europe and World Wrap Masters Final also returned,

producers, brand owners, converters, and technology suppliers to connect and explore future business opportunities.

Overall, the Barcelona edition demonstrated that speciality print is no longer defined by one technology or application area. Instead, the industry is moving toward a more connected, diversified, and innovation-driven future, where print, signage, textiles, packaging, personalisation, and software-led

production increasingly operate as part of one wider value chain.

FESPA Global Print Expo 2026 closed with strong momentum, reaffirming the industry's confidence in digital transformation, creative applications, and practical innovation as key drivers of growth across the global print sector.

FESPA Global Print Expo 2027 will be held in Munich, Germany, from 6–9 April 2027.



giving visitors the opportunity to watch competitive wrapping challenges and live demonstrations from expert trainers and judges.

International Meeting Hub for Industry

FESPA 2026 also underlined Barcelona's value as an international meeting point for the industry. With strong attendance, active exhibitor participation, and a wide range of co-located platforms, the event created a comprehensive environment for printers, sign-makers, textile



“ FESPA Global Print Expo 2026 closed with strong momentum, reaffirming the industry's confidence in digital transformation, creative applications, and practical innovation as key drivers of growth across the global print sector



المعدات المستعملة، فقد تظل خيارًا مناسبًا إذا كان السعر منخفضًا بما يكفي، وكان لدى المشتري قدرة تقنية قوية لإدارتها.

نهاية نموذج صناعي تاريخي

إن إغلاق مصنع أوفنباخ التابع لشركة Manroland Sheetfed لا يعني نهاية طباعة الأوفست، بل نهاية نموذج صناعي تاريخي.

ستستمر الأوفست في المجالات التي تحقق فيها إنتاجية عالية، وتعتمد على الأتمتة، وتركز على التغليف، وتندمج ضمن أنظمة تشغيل ذكية، لكن السوق لم يعد يتسع لجميع مصنعي المكائن

أو إيران أو مصر أو تركيا أو العراق تفكر في شراء ماكينة أوفست جديدة (B1 أو VLF) ستكون الآن أكثر ميلًا لاختيار موردين مثل Heidelberg أو Koenig & Bauer أو Komori أو RMGT أو حتى بدائل صينية، وذلك حسب الميزانية وتوفير الدعم الفني. وحتى لو بقيت تكنولوجيا Manroland قوية، فإن الخوف من «تقنية يتيمة» (orphaned technology) سيؤثر سلبيًا على المبيعات المستقبلية.

ما الذي يجب على مطابع الشرق الأوسط فعله الآن

على المطابع التي تشغل معدات Manroland Sheetfed أن تتصرف بهدوء

تقنيًا. فمكائن مانرولاند كانت محل تقدير واسع. المشكلة كانت استراتيجية وهيكليّة:

اعتمدت الشركة بشكل مفرط على سوق يتقلص لبيع المكائن الجديدة، وكانت مكشوفة بدرجة كبيرة على السوق الصيني، إضافة إلى الأعباء العالية لتشغيل مجمع صناعي ألماني ضخم ومتكامل. فقد كان موقع أوفنباخ يضم المقر الرئيسي، وقاعات الإنتاج، ومسبكًا، ومراكز للبحث والتطوير، والتدريب، وتقنيات الطباعة، على مساحة تقارب 114 ألف متر مربع. هذا النوع من البنية الصناعية مثير للإعجاب، لكنه أصبح عبئًا خطيرًا عندما تنخفض أحجام المبيعات. فمصنع بحجم أوفنباخ يحتاج إلى تدفق مستمر من الطلبات. ومع غياب عدد كافٍ من طلبات المكائن الجديدة، تحول حتى أعلى مستويات التميز إلى تكلفة مرتفعة يصعب تحملها.

التأثير على المطابع في الشرق الأوسط

بالنسبة لمطابع الشرق الأوسط، يحمل إغلاق Manroland Sheetfed تداعيات عملية مهمة، خاصة للشركات التي تشغل ماكينات Roland 700 و Roland 900 و Roland 900 XXL. أول مصدر قلق هو قطع الغيار. إذا تم بيع قطاع الخدمة وقطع الغيار واستمر تشغيله بشكل منظم، يمكن للأسطول المركب أن يستمر لسنوات. هذا النشاط قد يجذب مستثمرين بالفعل. لكن حالة عدم اليقين ستؤثر فورًا على ثقة السوق، وقد تدفع المطابع إلى شراء قطع حيوية مسبقًا، مثل الإلكترونيات، والماسكات (grippers)، والبكرات، والمحمل، وأجزاء التغذية والتسليم، ولوحات التحكم، والوحدات الخاصة.

ثانيًا، هناك قيمة إعادة البيع. قد تتعرض ماكينات مانرولاند المستعملة في المنطقة لضغط سعري، إذا خشي المشترون من صعوبات مستقبلية في الصيانة والدعم. لن تصبح هذه الماكينات بلا قيمة، لكنها ستقل ميزان التفاوض لصالح المشتريين.

ثالثًا، الاعتماد على خدمات الصيانة. تعتمد مطابع الشرق الأوسط غالبًا على فنيين خارجيين وقطع مستوردة. أي تأخير أو خلل في هيكل خدمات ما بعد الإغلاق قد يؤدي إلى فترات توقف أطول، وتكاليف إصلاح طارئة أعلى، وزيادة الاعتماد على مهندسين مستقلين. رابعًا، نفسية الاستثمار. أي مطبعة تغلّف في دول مثل السعودية أو الإمارات

الأوروبيين التقليديين للحفاظ على مصانع كبيرة ومكلفة مع الاعتماد على طلب تصديري متقلب. بالنسبة للشرق الأوسط، الدرس عملي وواضح: لا تزال مكائن مانرولاند قوية وقادرة، لكن مخاطر الملكية ارتفعت. وعلى المطابع أن تحمي نفسها من خلال التخطيط لقطع الغيار، وإبرام اتفاقيات صيانة، واتباع استراتيجية استثمار دقيقة. المعنى الأعمق هو أن هندسة الأوفست الألمانية لم تنته، لكن عصرها الذهبي القائم على الهيمنة الصناعية الواسعة قد انتهى. المستقبل سيكون لعدد أقل من المصنّعين، ولمصانع أكثر ذكاءً، وطلب يقوده قطاع التغليف، ولمطابع تتعامل مع التكنولوجيا ليس كرمز للهيبة، بل كمخاطر تجارية يجب إدارتها والتحكم بها.

ولكن بسرعة. ينبغي إجراء تدقيق شامل للمكائن الموجودة، وتحديد الأجزاء الحرجة القابلة للاهتراء والمكونات الإلكترونية، وتأمين مخزون من قطع الغيار يكفي لمدة سنة إلى سنتين، والتأكد من الجهة التي ستتولى قانونيًا التزامات الصيانة بعد الإغلاق. كما يجب توثيق إصدارات البرمجيات، والمخططات الكهربائية، وسجلات الصيانة، وبيانات الاتصال بالفنيين المحليين. أما بالنسبة للاستثمارات الجديدة، فالنصيحة واضحة: شراء ماكينة مانرولاند جديدة في الوقت الحالي ينطوي على مخاطر، ما لم يتم ضمان استمرارية خدمات الصيانة وقطع الغيار بشكل تعاقد من جهة موثوقة. وفيما يخص



إغلاق Manroland Sheetfed والواقع الجديد لطباعة الأوفست

- قطاع التغليف بدلاً من الطباعة التجارية العامة؛
- الأتمتة بدلاً من الاعتماد على المهارة اليدوية فقط؛
- تقليل زمن الإعداد (makeready) وتقليل الهدر؛
- سير عمل هجين يجمع بين الأوفست والطباعة الرقمية والطلاءات والتذهيب (الفويل) وأنظمة الفحص والتشطيب؛
- إنتاج قائم على البيانات مع صيانة تنبؤية.

هذا التحول يظهر بالفعل في استراتيجيات المنافسين الذين ما زالوا صامدين في السوق. فقد ركزت شركة Koenig & Bauer خلال معرض drupa على حلول متكاملة للتغليف من البداية إلى النهاية، إلى جانب الأتمتة والحلول الرقمية، مع أداء لماكينات Rapida الشيتفد يصل إلى 22,000 ورقة في الساعة. كما شددت Heidelberg على نمو قطاع التغليف وتقنيات الأوفست الشيتفد عالية الإنتاجية، بما في ذلك تحقيق مبيعات قوية في معرض China Print 2025، والتوسع في فئة الماكينات كبيرة الحجم جدًا (VLF) لخدمة تطبيقات التغليف. في المقابل، تشهد الطباعة الرقمية نموًا ملحوظًا، خاصة في الطلبات القصيرة، والتخصيص، والملصقات، والتغليف المرن. ومع ذلك، لم تحل الطباعة الرقمية محل الأوفست على المستوى الصناعي واسع النطاق. وتشير تحليلات معرض drupa نفسه إلى أن تبني الطباعة الرقمية في التغليف أخذ في الازدياد، لكن الاعتماد واسع النطاق من قبل العلامات التجارية الكبرى لا يزال أبطأ مما كان متوقعًا.

لذلك، فإن المستقبل ليس «رقمي مقابل أوفست»، بل هو أوفست مؤتمت مدعوم بالطباعة الرقمية في الحالات التي تكون فيها الأخيرة أكثر جدوى اقتصادية.

لماذا فشلت مانرولاند رغم قوة التكنو لوجيا؟

كانت الصين تمثل في وقت ما نحو 40% من إيرادات Manroland Sheetfed، وكان انهيار هذا السوق ضربة قاسية للشركة. كما يشير بيان إعادة الهيكلة الخاص بها إلى تقلص حاد في سوق ماكينات الطباعة الجديدة، وتراجع الطلب في الصين كأسباب رئيسية، مع تأكيد تسجيل خسائر بلغت 43.2 مليون يورو في عام 2025.

هذا يدل على أن المشكلة لم تكن ضعفًا

هذه المعادلة تنجح عندما تكون الأسواق العالمية مستقرة ويستثمر العملاء في معدات رأسمالية مرتفعة التكلفة، لكنها تبدأ في الانهيار عندما يؤجل أصحاب المطابع استثماراتهم، ويضعف الطلب في الصين، وترتفع تكاليف التمويل، وتعجز شركات تصنيع الآلات عن توزيع تكاليف البحث والتطوير والمصانع على عدد كافٍ من مبيعات الماكينات الجديدة. ومن هذا المنطلق، فإن أوفنباخ ليست مجرد إغلاق مصنع، بل دليل واضح على أن حتى العلامات الألمانية العريقة في مجال تصنيع المعدات يمكن أن تصبح عرضة للمخاطر عندما يضيق نطاق أسواقها بشكل كبير.

الثقل التاريخي لشركة مانرولاند

تزداد مأساة الإغلاق عمقًا لأن Manroland Sheetfed لم تكن لاعبًا هامشيًا في السوق. تعود جذور الشركة إلى Faber & Schleicher التي تأسست في أوفنباخ عام 1871، وقد طوّرت أول ماكينة أوفست شيتفد من طراز "رولاند" في عام 1911. وتشمل محطات تاريخ الشركة إطلاق ماكينة Ultra ذات الأربع ألوان في معرض drupa 1951، ثم Roland 700 في 1990، و Roland 900 في 1995، وتقنية DirectDrive في 2006، وصولاً إلى Roland 700 Evolution في 2014. لقد أصبح اسم "Roland" نفسه جزءًا من تاريخ طباعة الأوفست. وكانت أوفنباخ واحدة من المراكز التي شهدت تطور الإرث الليثوغرافي إلى تكنولوجيا الأوفست الصناعية. وتشير السجلات التاريخية للمدينة إلى أن Faber & Schleicher وخلفاءها كانوا في طليعة الابتكار، وأن آلات Roland وصلت إلى المطابع في مختلف قارات العالم.

لذلك، فإن هذا الإغلاق لا يمثل مجرد اختفاء موقع إنتاجي واحد، بل هو نهاية أحد أهم معاقل هندسة طباعة الأوفست الشيتفد في العالم.

هل تكنولوجيا الأوفست تموت؟ لا، هذا استنتاج خاطئ.

ما يختفي هو نموذج الأعمال القديم القائم على بيع أعداد كبيرة من الماكينات الميكانيكية الثقيلة إلى سوق الطباعة التجارية الواسعة. أما تكنولوجيا الأوفست نفسها فلا تزال ذات أهمية كبيرة، خصوصًا في مجالات التغليف، والكرتون القابل للطبي، والطباعة التجارية ذات الكميات الكبيرة، والملصقات، والطباعة الأمنية. مستقبل الأوفست سيكون أضيّق نطاقًا لكنه أكثر تطورًا، وسيقوده:

يمثل الإعلان عن إغلاق عمليات أوفنباخ التابعة لشركة Manroland Sheetfed أكثر من مجرد فشل شركة؛ إنه لحظة رمزية للهندسة الألمانية، وصناعة معدات الطباعة العالمية، ومستقبل هيكل طباعة الأوفست. ووفقًا للتقارير، سيتم إغلاق مصنع أوفنباخ بشكل نهائي في 1 يونيو 2026، بعد إجراءات إعسار وقائي، وفشل محادثات المستثمرين، وتراجع حاد في الطلب الصيني، وخسائر بلغت 43.2 مليون يورو في عام 2025، إلى جانب فقدان نحو 748 وظيفة.

إشارة تحذيرية للصناعة الألمانية

يأتي انهيار مانرولاند في توقيت حساس



لألمانيا، حيث يتعرض نموذجها الصناعي لضغوط متزايدة نتيجة ارتفاع تكاليف الطاقة، وضعف الطلب على الصادرات، وعدم اليقين الجيوسياسي، والتعريفات الجمركية، والمنافسة الشديدة من آسيا. وتشير البيانات الحديثة إلى تجدد الضعف في القطاع الصناعي الألماني؛ إذ أفادت Reuters بانكماش نشاط القطاع الخاص في ألمانيا خلال أبريل 2026، مع تراجع حاد في ثقة الأعمال وسط حالة عدم اليقين المرتبطة بالحروب وضغوط أسعار الطاقة.

تكتسب هذه التطورات أهميتها لأن شركات مثل Manroland Sheetfed تُبني على المعادلة الألمانية الكلاسيكية: هندسة عميقة، مهارات عمالية عالية، تصنيع دقيق، دورات إنتاج طويلة، واعتماد قوي على الطلب التصديري.

Print4All تعتمد جدولاً جديداً كل عامين لتعزيز مكانة المعرض التجاري



تتحول Print4All من معرض يُقام كل ثلاث سنوات إلى حدث يُنظم كل عامين، في خطوة تعكس تطوره لمواكبة ديناميكيات السوق العالمية بشكل أفضل، وتقديم فعالية تتماشى مع تسارع وتيرة الابتكار في قطاع الطباعة والتحويل.

وبذلك، يصبح Print4All معرضاً نصف سنوي (كل عامين)، في تحول استراتيجي يعزز مكانته كنقطة التقاء رئيسية لقطاعات الطباعة والتحويل والتغليف. ويُنظم الحدث من قبل Fiera Milano، بدعم من ACiMGA وARGI، حيث يدخل المعرض مرحلة جديدة، على أن يلتقي المتخصصون مجدداً في الفترة من 25 إلى 28 مايو 2027. يأتي هذا القرار في أعقاب نتائج دورة عام 2025 من Print4All، والتي شهدت مشاركة 269 عارضاً وأكثر من 20,297 زائراً متخصصاً من 68 دولة. وتؤكد هذه الأرقام أهمية المعرض ضمن مشهد المعارض التجارية الأوروبية والدولية، كما تسلط الضوء في الوقت ذاته على الحاجة إلى مواكبة الحدث بشكل أكبر مع وتيرة تطور التقنيات والاستثمارات وديناميكيات المنافسة في الوقت الحاضر.

تسريع وتيرة المعرض لمواكبة قطاع سريع التطور

مع التسارع الكبير في تطور قطاع الطباعة والتحويل، تُعد فترة ثلاث سنوات زمناً طويلاً جداً، حيث تشهد التقنيات ونماذج الإنتاج واحتياجات العلامات التجارية والمواد والبرمجيات والاستراتيجيات الصناعية تغييرات كبيرة خلال فترات أقصر بكثير. وبالتالي، فإن تحويل Print4All إلى معرض يُقام كل عامين يوقر للسوق منصة أكثر استجابة وفائدة، وأكثر توافقاً مع تطورات المشهد الدولي. وقد صُمم التوقيت الجديد ليتكامل بشكل أكثر فعالية مع أجندة الفعاليات العالمية لصناعة الطباعة. وفي قطاع يزداد ترابطه يوماً بعد يوم، فإن وجود معرض إيطالي يُقام كل عامين يتيح للشركات تخطيط مشاركتها بشكل أفضل، وتسريع الحوار مع السوق، وتقديم الابتكارات بشكل أكثر انتظاماً.

مركز إيطالي برؤية عالمية

يهدف Print4All إلى ترسيخ دوره كمركز رائد لقطاعي الطباعة والتحويل، من خلال جمع المصنعين والطابعين والمحولات وأصحاب العلامات التجارية والمتخصصين في الاتصال. وفي ظل سياق اقتصادي معقد، تزداد أهمية الحدث كونه جزءاً من سلسلة قيمة تواصل

إظهار قوتها وقدرتها التنافسية. وتؤكد إيطاليا مكانتها الريادية على الساحة العالمية، حيث تُظهر بيانات ACiMGA أن البلاد تحتل المرتبة الثالثة عالمياً في تصدير آلات الطباعة والتحويل، بحصة سوقية تبلغ 10%. وهذا يجعل تعزيز معرض وطني بهذا المستوى أكثر أهمية—حدث يستند إلى أحد أقوى الأنظمة الصناعية في أوروبا، مع توجه متزايد نحو جمهور عالمي.

لا تزال الطباعة عنصراً أساسياً في الاتصال والتغليف

يُعد التحول إلى نظام المعرض كل عامين خطوة مهمة أيضاً لأن القطاع الذي يمثله Print4All ليس قطاعاً هامشياً على الإطلاق. ففي عصر تهيمن عليه الوسائط الرقمية، لا تزال الطباعة تمثل عنصراً أساسياً في مجالي الاتصال والتغليف. فالملصق، والكتيب، والمجلة، والملصق الإعلاني، أو العبوة المطبوعة—جميعها تنقل الهوية والجودة والتجربة والتواصل. كما أن معالجة المواد، والطباعة على ركائز مختلفة، وعمليات التزيين والتشطيب، واختيار الملمس، تخلق لغة مادية ملموسة ولا تُنسى. ولهذا السبب يظل Print4All مساحة أساسية لعرض كيفية تطور هذا القطاع، ليس فقط من الناحية التقنية، بل أيضاً من الناحية الثقافية والإبداعية.

وضمن المسار الجديد للمعرض، يتم تعزيز قطاع الكرتون المموج بشكل أكبر من خلال مفهوم Corrugated Experience، الذي يتحول إلى مساحة

عرض مخصصة تسلط الضوء على تقنيات الإنتاج والمناولة، بالإضافة إلى حلول الطباعة التقليدية والرقمية.

هوية بصرية جديدة تعكس التوجه الجديد

يدعم هذا التحول إطلاق الهوية البصرية الجديدة لـ Print4All 2027، والتي صممها Advision، حيث تضع الإنسان في قلب "مجرة الطباعة". وتدمج الخامات والورق والألوان والأنماط والأحبار والمواد في صورة غامرة تعكس الطبيعة الحيوية والحسية ومتعددة الأبعاد للمنتجات المطبوعة.

ويختصر الشعار: «PRINT FOR ALL WHO HAVE SOMETHING TO SAY» تموضع المعرض، إذ يشير إلى أن الطباعة ومعالجة المواد ليست مجرد أدوات تقنية، بل هي محركات استراتيجية لجميع الأسواق التي لديها رسالة ترغب في إيصالها.



من الطباعة إلى «الفيجيتال» (التكامل بين المادي والرقمي)

هناك اليوم توجه أقوى نحو اعتماد سير العمل الرقمي، مما يقلل نقاط التدخل اليدوي، إلى جانب نماذج الطباعة المحلية التي تتجاوز تعقيدات مسارات الشحن. وأصبحت المرونة المعيار الرئيسي لقياس النجاح، وغالبًا ما تتفوق على الكفاءة من حيث التكلفة وحدها.

ويركّز القطاع حاليًا على التحول الرقمي، والتوطين، والصيانة التنبؤية. كما أن هذا التحول لم يعد يهدف فقط إلى تحسين الكفاءة، بل أصبح استراتيجية بقاء تقلل من الاعتماد على الإنتاج المادي وسلاسل التوريد التقليدية.

من وجهة نظركم، كيف تطورت أولويات العملاء في المملكة العربية السعودية خلال هذه الفترة من عدم اليقين؟ وهل تغيّر نمط استثمارات الشركات مقارنةً بما كان عليه في السابق؟

من وجهة نظري، تغيّر أسلوب تواصل العملاء. فلم يعودوا يسألون عن سرعة الأجهزة بقدر ما يركّزون على أمن البيانات واستمرارية التشغيل، باعتبارها عوامل أساسية في اختيار شريك موثوق.

بالنظر إلى المستقبل، هل تعتقدون أن السوق السعودي يدخل مرحلة من الاستقرار، أم ينبغي على القطاع الاستعداد لاستمرار التقلبات؟ وكيف يمكن للشركات أن تضع نفسها في موقع قوي للتعامل مع كلا السيناريوهين؟

يتميّز السوق السعودي بطبيعته الديناميكية المستمرة، بما يتماشى مع توجهات رؤية 2030. وفي شركة زيروكس السعودية، نرى أن أفضل طريقة للتמודع في هذا المشهد هي من خلال نهج «الفيجيتال» أي التكامل بين المادي والرقمي. فمن خلال الربط بين هذين العالمين، يمكن للشركات الحفاظ على موثوقية الإنتاج المادي، مع الاستفادة في الوقت نفسه من مرونة العمليات الرقمية.

ومع مواصلة رحلتنا في التحول من شركة طباعة تقليدية إلى مزود رائد لخدمات تكنولوجيا المعلومات والحلول الرقمية، يُعد تعزيز قدراتنا القيادية أولوية أساسية. ونهدف إلى أن نكون وجهة متكاملة لشركائنا وعملائنا.

وخلال الفترة المقبلة، سيتم الكشف رسميًا عن مجموعة فريدة من حلول وخدمات تكنولوجيا المعلومات الخاصة بنا، وذلك ضمن فعاليات LEAP Tech Conference و DeepFest في وقت لاحق من هذا العام.



يقتصر التحدي على التكاليف فقط، بل شمل التخطيط بشكل أساسي. وقد فرض ذلك الابتعاد عن نموذج «الإنتاج في الوقت المناسب»، لصالح نهج أكثر تحفظًا يعتمد على مخزون احتياطي، مع تحول واضح من التوسع إلى تحسين الكفاءة—أي تحقيق أقصى استفادة من الموارد المتاحة دون انقطاع.

في ظل هذا المستوى من عدم اليقين، إلى أي مدى أصبحت خطط التعافي من الكوارث ضرورية لشركات الطباعة؟ وهل الشركات في المملكة مهيةة بشكل كافي للتعامل مع الاضطرابات المفاجئة؟

أعتقد أننا وصلنا إلى مرحلة لم يعد فيها التعافي من الكوارث خيارًا إضافيًا، بل ضرورة أساسية للأعمال. في المملكة العربية السعودية، هناك مستوى عالٍ من الوعي، لكن التحول إلى الجاهزية الكاملة لا يزال قيد التطور. ولم يعد كافيًا الاكتفاء بنسخ احتياطية للبيانات، بل يتطلب الأمر وجود سير عمل مرن قادر على التكيف فور حدوث أي اضطراب. كما لم يعد التعافي من الكوارث مجرد بند ضمن متطلبات الامتثال، بل أصبح عنصرًا أساسيًا في التشغيل اليومي. وأرى أنه منذ جائحة كوفيد-19، بات يشكل جزءًا محوريًا من الخطط الاستراتيجية للشركات.

هل سرّعت الأحداث الأخيرة من التحول نحو نماذج أعمال أكثر مرونة — مثل الإنتاج المحلي، وسير العمل الرقمية، وتقليل الاعتماد على سلاسل التوريد المعقّدة؟

كيف تعيد شركة زيروكس السعودية تعريف مفهوم المرونة في سوق متغير؟

في مقابلة حصرية مع مجلة ME Printer ، يوضح محمد سيزر، المدير العام لشركة زيروكس السعودية، كيف يمكن للتحول الرقمي أن يساعد شركات الطباعة على التعامل مع عالم متغير وغير مؤكد.

أدت التوترات الجيوسياسية الأخيرة في الشرق الأوسط إلى فرض ضغوط متجددة على حركة التجارة والخدمات اللوجستية في المنطقة. كيف انعكست هذه التطورات عمليًا على سوق الطباعة في المملكة العربية السعودية؟

عند النظر إلى المشهد الحالي، يبرز التأثير العملي بشكل واضح في التوجه نحو السيادة التشغيلية. فقد عززت الظروف الإقليمية الراهنة أهمية الاعتماد الاستراتيجي على الذات. وعلى المستوى العملي، يشهد سوق الطباعة في المملكة العربية السعودية توجهًا متزايدًا نحو التوريد المحلي، مع تفضيل الشركاء الذين يمتلكون حضورًا قويًا داخل السوق.

مع الاضطرابات التي أثّرت على مسارات الشحن وتوافر المواد والتكاليف، ما أبرز التحديات التي واجهها مزودو خدمات الطباعة في المملكة العربية السعودية خلال الأشهر الماضية؟

يتمثل الواقع بالنسبة لمزودي خدمات الطباعة في صعوبة التنبؤ. فعندما تتعرض مسارات الشحن للاضطراب، تصبح فترات التسليم غير مستقرة، وتتقلب تكاليف الشحن بشكل مفاجئ، مما ينعكس أيضًا على أقساط التأمين. ولم



استضافت شركة Koehler Paper أول منتدى لها على الإطلاق لتغليف الورق



على نظرة حصرية حول رحلة "التحول إلى الورق" لدى شركة Nestlé، تلاها جولة إرشادية خاصة داخل خط الإنتاج المتطور رقم 8 لشركة Koehler Paper في مدينة Kehl، حيث يتم تصنيع منتجات Koehler NexPlus المبتكرة للتغليف الورقي المزودة بحواجز وظيفية.

وأضاف الدكتور Stefan Karrer، الرئيس التنفيذي للعمليات في Koehler Group: "لن يكون ورق التغليف المرن مجرد اتجاه مؤقت، بل هو جزء من تحول هيكلي نحو حلول تغليف قابلة لإعادة التدوير بشكل حقيقي. ونرى أنه من مسؤوليتنا أن نلعب دورًا استباقيًا في تشكيل هذا التطور، والعمل جنبًا إلى جنب مع الشركاء عبر كامل سلسلة القيمة لتحقيق تطبيقه على نطاق صناعي."

المرن في Koehler Paper. إلى جانب كلمة رئيسية مميزة قدمتها شركة McKinsey & Company، والتي وضعت دور ومستقبل التغليف الورقي في سياق السوق، أتيحت للمشاركين فرصة مناقشة احتياجات كل طرف في السوق ومتطلبات خصائص مواد ورق التغليف من خلال ورش عمل تفاعلية. وأسفرت هذه الأنشطة عن ثلاثة مجالات عمل ملموسة: تحسين خصائص الحواجز الوظيفية بشكل أكبر، وضمان قابلية إعادة التدوير على المستوى الصناعي، وتسريع عمليات التوسع والإطلاق في السوق. واختمت المناقشات بإجماع واضح على أن التعاون العابر للقطاعات والتخصصات هو السبيل الوحيد لتسريع تنفيذ حلول التغليف القائمة على الورق. ولإتمام فعاليات اليوم، حصل المشاركون

ناقش أصحاب المصلحة على امتداد سلسلة القيمة بأكملها مستقبل التغليف القائم على الورق معًا. من خلال مبادرة عابرة للقطاعات، أطلقت شركة Koehler Paper الألمانية لصناعة الورق - التابعة لمجموعة Koehler Group العائلية - إشارة الانطلاق لتعزيز التعاون عبر كامل سلسلة القيمة في صناعة التغليف، وذلك من خلال منتدى تغليف الورق الأول من نوعه. وقد لَبَّى أكثر من 50 مشاركًا الدعوة، من بينهم شركات علامات تجارية، ومحولو مواد، ومصنّعو آلات، وجمعيات، لمناقشة التحديات الحالية بشكل مشترك والعمل على تطوير حلول تُمكن من طرح حلول التغليف الورقي في السوق بشكل أسرع. ويوقّر المنتدى منصة تهدف إلى دفع عملية تحول صناعة التغليف نحو أن تصبح مزودًا لحلول قابلة لإعادة التدوير تدعم اقتصادات دائرية مستدامة.

تشكيل التغيير معًا

"لقد أنشأنا هذه المبادرة بشكل متعمد لتمكين موردي المواد الخام، والمحولين، ومالكي العلامات التجارية، وغيرهم من أصحاب المصلحة في صناعة التغليف من إجراء حوار مفتوح. وكان الهدف هو الوصول إلى فهم متبادل أفضل لاحتياجات كل طرف، والعمل معًا على تطوير استراتيجيات تساهم في ترسيخ التغليف الورقي كخيار مفضل في السوق، باعتباره مادة قابلة لإعادة التدوير ومواكبة لمتطلبات المستقبل"، يوضح Christoph Wachter، مدير قسم الورق للتغليف



تدشين رئيس وزراء مصر مصنعًا لإعادة تدوير البلاستيك بقيمة 5 ملايين دولار في السخنة

مجالات إعادة التدوير وإدارة المخلفات، واصفًا إياها بقطاعات واعدة تحقق عوائد اقتصادية وبيئية في آن واحد. برفقة رئيس الهيئة العامة للمنطقة الاقتصادية لقناة السويس Waleid Gamaleldien، قام رئيس الوزراء بجولة داخل الموقع الذي يمتد على مساحة 30 ألف متر مربع. وتبلغ الطاقة الإنتاجية السنوية للمصنع 8,000 طن، ومن المتوقع أن يوفر نحو 50 فرصة عمل مباشرة. ويُعد مصنع إعادة التدوير عنصرًا أساسيًا ضمن استراتيجية أوسع تهدف إلى توطين الصناعة وجذب الاستثمارات الأجنبية عالية الجودة إلى المنطقة.

من جانبه، أشاد رئيس Suez Canal Economic Zone جمال الدين بمصنع «جرين ريسايل» معتبرًا إياه خطوة محورية نحو تطوير القطاع الصناعي المستدام في المنطقة. وأكد أن المشروع يعكس قدرة الهيئة على استقطاب استثمارات تدعم التحول نحو الاقتصاد الدائري وتعزيز كفاءة استخدام الموارد. ومن المتوقع أن يزود المصنع مختلف القطاعات بمدخلات إنتاج مُعاد تدويرها، وهو ما سيسهم في تعزيز سلاسل الإمداد المحلية وتقليل الاعتماد على المواد الخام المستوردة بشكل ملحوظ.



وجاء الافتتاح ضمن جولة موسعة لرئيس الوزراء في المنطقة، شهدت إطلاق تسعة مشروعات صناعية داخل نطاق المنطقة التي تديرها Suez Canal Economic Zone. وخلال الفعالية، أكد الدكتور مدبولي أن هذا المشروع يتماشى مع توجه الدولة نحو تبني سياسات الاقتصاد الأخضر وتعزيز الاستدامة البيئية، مشيرًا إلى أن الحكومة تشجع الاستثمارات في

في خطوة تمثل محطة مهمة في مسار تحول مصر نحو اقتصاد أخضر مستدام، افتتح رئيس مجلس الوزراء الدكتور Mostafa Madbouly رسميًا مصنع «جرين ريسايل» لإعادة تدوير البلاستيك. ويقع المصنع داخل المنطقة الصناعية في السخنة، وتبلغ استثماراته 5 ملايين دولار، ويختص بعمليات متقدمة لإعادة تدوير البلاستيك وإدارة النفايات.

مان رولاند شيتفيد تغلق عملياتها في أوفنباخ

ورغم سعي الشركة منذ دخولها مرحلة الحماية من الإفلاس في 3 مارس 2026 إلى جذب مستثمرين جدد، إلا أن الأطراف المهمة ركزت على الاستحواذ على حقوق العلامة التجارية وأصول التوزيع، بدلًا من الحفاظ على الإنتاج المحلي. وقد وصلت الأوضاع إلى أدنى مستوياتها هذا الشهر عندما أشار اتحاد IG Metall إلى عدم وجود أي سيناريو قابل للاستمرار، ما جعل الإغلاق الكامل الخيار الوحيد المتبقي.

ومن المتوقع أن يؤثر الإغلاق على نحو 748 موظفًا، مع الإبقاء مؤقتًا على فريق محدود لإنهاء الطلبات النهائية وإدارة عملية الإغلاق التدريجي، والتي يُتوقع استكمالها بنهاية العام.

ورغم توقف التصنيع في أوفنباخ، تشير التوقعات في القطاع إلى أن أعمال الخدمات وقطع الغيار التابعة للشركة قد لا تزال تجذب مشترين، بهدف دعم القاعدة العالمية الكبيرة من ماكينات مان رولاند المثبتة حول العالم.

2026. ويمثل هذا الإغلاق نهاية حضور صناعي طويل الأمد في المنطقة، نتيجة تضافر ضغوط هيكلية ومالية حادة. الشركة، المعروفة بسلسلة ماكينات الطباعة الرائدة Roland 700 Evolution من فئة B1، بالإضافة إلى طرازات Roland 900 و 900 VLF XXL، واجهت تراجعًا حادًا في الطلب من السوق الصينية، التي كانت تمثل أكبر أسواقها بنسبة تقارب 40% من إجمالي إيراداتها.

كما زادت الضغوط الخارجية من تعقيد الوضع، بما في ذلك الرسوم الجمركية العالمية التي فرضتها إدارة ترامب، إلى جانب محدودية الاستثمارات طويلة الأجل من قبل مالكيها Langley Holdings، ما أدى إلى تراكم خسائر بلغت 43.2 مليون يورو في عام 2025. وصّح رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي أنتوني لانغلي في مراجعته: "لقد خلص مجلس الإدارة إلى أن الوضع [في مان رولاند شيتفيد] غير قابل للاستمرار، ويقوم حاليًا بدراسة الخيارات المتاحة".



في تحول كبير لصناعة الطباعة الألمانية، أعلنت شركة مان رولاند شيتفيد عن إغلاق الدائم لعملياتها في أوفنباخ اعتبارًا من 1 يونيو 2026. يأتي هذا القرار بعد فشل جهود الإنقاذ المكثفة وعدم التوصل إلى مستثمرين جدد، عقب تقدم الشركة بطلب الحماية من الإفلاس في أوائل مارس

بالبرمجيات بصورة متزايدة كجزء من سلسلة قيمة أوسع ومتكاملة. اختتمت فعاليات FESPA Global Print Expo 2026 بزخم قوي، مجددة تأكيد ثقة القطاع بالتحول الرقمي، والتطبيقات الإبداعية، والابتكار العملي بوصفها محركات رئيسية للنمو في صناعة الطباعة العالمية. ومن المقرر أن تُقام FESPA Global Print Expo 2027 في مدينة ميونيخ الألمانية، خلال الفترة من 6 إلى 9 أبريل 2027.

وفر الحدث بيئة شاملة جمعت الطابعين، وصنّاع اللافاتات، ومنتجي المنسوجات، وأصحاب العلامات التجارية، ومحوّلي التغليف، وموردي التكنولوجيا، للتواصل واستكشاف فرص الأعمال المستقبلية. وبشكل عام، أظهرت نسخة برشلونة أن الطباعة التخصصية لم تعد تُعرّف من خلال تقنية واحدة أو مجال تطبيقي محدد. بل يتجه القطاع اليوم نحو مستقبل أكثر ترابطاً وتنوعاً وابتكاراً، حيث تعمل الطباعة، واللافاتات، والمنسوجات، والتغليف، والتخصيص، والإنتاج المدعوم

والتخصيص، والإنتاج الأكثر ذكاءً، والأتمتة، والتكامل الرقمي، والمرونة في عمليات الإنتاج القصيرة من بين المحاور الرئيسية. وبرز بشكل خاص الدور المتنامي للبرمجيات وترابط سير العمل، في ظل سعي مزودي خدمات الطباعة PSPs بصورة متزايدة إلى حلول تقلل الهدر، وتحسّن أوقات التسليم، وتدعم بيئات إنتاج أكثر كفاءة.

استخدمت شركات كبرى مثل Canon و HP و Durst Group العروض الحية للمعدات لتسليط الضوء على القضايا الأوسع التي تشغل القطاع، وفي مقدمتها الأتمتة، وارتفاع التكاليف التشغيلية، والتشريعات الأوروبية الصارمة المتعلقة بالتغليف. كما تناولت الجلسات المتوازية حجم التحول الكبير والفرص الناشئة التي يطرّحها الذكاء الاصطناعي AI في تصميم سير العمل، إلى جانب تقديم نماذج عملية لاعتماد مواد مستدامة وصديقة للبيئة.

وأضافت فعالية WrapFest مزيداً من الحيوية إلى الحدث، من خلال عرض حلول تغليف المركبات، وتطبيقات الفينيل، وأفلام النوافذ، وآلات الترقق، والأفلام القابلة للطباعة، والمنحدرات، والمصاعد،



وتقنيات التشطيب. كما عادت منافسات World و World Wrap Masters Europe و Wrap Masters Final، مانحة الزوار فرصة متابعة تحديات تغليف تنافسية وعروض حية يقدمها مدربون وحكام متخصصون.

منصة دولية تجمع قطاع الطباعة
أكدت FESPA 2026 أيضاً أهمية برشلونة كنقطة التقاء دولية لقطاع الطباعة والصناعات المرتبطة به. فمن خلال الحضور القوي، والمشاركة الفاعلة من العارضين، وتعدد المنصات المصاحبة،

اختتام FESPA 2026 بعد أربعة أيام من الدروس المتقدمة في ابتكارات الطباعة

الاستغناء عن القوالب والألواح التقليدية المكلفة، وتقليل هدر المواد، وتقديم خدمات النمذجة الأولية لعلامات التجارة الإلكترونية. ومن أبرز محاور Corrugated أيضاً برنامجها المتخصص للمؤتمرات، حيث تناولت الجلسات موضوعات رئيسية شملت التشريعات، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، والأمن السيبراني، وتحسين سير العمل، والتكامل الرقمي. وعكست هذه الموضوعات التداخل المتزايد بين الطباعة والتغليف والبرمجيات والإنتاج المعتمد على البيانات. وفي الوقت نفسه، برزت فعالية Textile كمركز جذب رئيسي داخل المعرض، حيث استعرضت التطور السريع في تقنيات الزخرفة الرقمية للأقمشة، وآلات DTG الطباعة المباشرة على الملابس المتقدمة، وتقنيات النقل المباشر إلى الفيلم DTF. واطلع الزوار عن قرب على كيفية إسهام أحبار الصبغات الحديثة وعمليات الصباغة الفرعية الخالية من الماء في خفض البصمة الكربونية بشكل كبير، مع تحقيق أعلى مستويات الحيوية اللونية على الأقمشة المستدامة.

Mutoh وMorgana Systems وSystems وswissQprint وSumma وRoland DG وZünd. وأقيمت نسخة هذا العام بالتزامن مع عدد من الفعاليات المصاحبة، من بينها Personalisation وEuropean Sign Expo وWrapFest Experience، إلى جانب الفعاليتين الجديدتين المخصصتين لقطاعي التغليف المموج والمنسوجات. وأسهمت هذه المنصات مجتمعة في تشكيل منظومة صناعية أوسع، تغطي مجالات متعددة تشمل الطباعة الرقمية كبيرة الحجم، وطباعة المنسوجات وزخرفة الملابس، واللافتات والتغليف بالرقائق، وصولاً إلى التغليف المموج وتقنيات سير العمل.

إطلاقات نوعية جديدة

كان أبرز ما ميّز أرض معرض 2026 الإطلاق اللافت لقطاعين جديدين ومخصصين ضمن المعرض، هما Textile وCorrugated، وهو ما أسهم في إعادة تعريف نطاق الحدث وتوسيع آفاقه. واستجابة للتحول الكبير في السوق نحو التغليف عند الطلب والملابس المخصصة، خصصت FESPA مساحات



مركز Gran Via – Fira de Barcelona حيث جمعت على مدى أربعة أيام مجتمعات الطباعة العالمية، واللافتات، والمنسوجات، والتخصيص، والتغليف المموج، والاتصالات البصرية، من خلال عروض تقنية، وتجارب حية، وتبادل معرفي، وفرص واسعة للتواصل وبناء الأعمال.

وأقيم الحدث خلال الفترة من 19 إلى 22 مايو 2026، مؤكداً مكانة FESPA كواحدة من أبرز المنصات الدولية المتخصصة في قطاعات الطباعة التخصصية وما يرتبط بها. واستقطبت نسخة برشلونة أكثر من 550 عارضاً وما يزيد على 14,000 زائر دولي، مجسدةً شعارها الرئيسي "The Place for Experts" على أرض معرض نابضة بالحركة. وقد عكس الحدث استمرار قوة سوق الطباعة العالمي، إلى جانب تنامي اهتمام القطاع بالابتكار، والأتمتة، واستكشاف تطبيقات وفرص جديدة.

في مختلف قاعات المعرض، قدم العارضون إطلاقات جديدة للمنتجات، وعروضاً حية، وحلولاً عملية للإنتاج. وتمكن الزوار من استكشاف تقنيات الطباعة كبيرة الحجم، والتطبيقات الصناعية، وطباعة المنسوجات، وزخرفة الملابس، والتشطيب، والقص، وسير العمل، وإدارة الألوان، والخامات، والأحبار، والأتمتة. وشملت قائمة العارضين المؤكدين أسماء بارزة من كبرى الشركات الموردة، من بينها Agfa وBrother وDurst وEFI وHP وKongsberg Precision Cutting



تبادل المعرفة

كان التركيز القوي على التعليم والمحتوى الذي يقوده الخبراء من أبرز ملامح نسخة 2026. فقد استضاف الحدث ثلاثة برامج مؤتمرات، هي FESPA Conference وCorrugated Conference وWrapTalks. صُممت جميعها لتقديم رؤى عملية حول التطورات في مجالات الطباعة، واللافتات، والتخصيص، والمنسوجات، والتغليف المموج، وتطبيقات تغليف المركبات. كما سلط المعرض الضوء على كيفية تكيف شركات الطباعة مع متطلبات السوق المتغيرة. وكانت الاستدامة،

رئيسية في القاعتين 2 و3 لهذين القطاعين اللذين يشهدان نمواً متسارعاً. وركزت فعالية Corrugated على تلبية الطلب العالمي المتزايد على حلول التغليف المحلية والقصيرة التشغيل. وجمعت هذه المنطقة المتخصصة بين مصنعي المعدات، ومطوري البرمجيات، وخبراء علوم المواد، لاستعراض تقنيات الطباعة الرقمية على الكرتون المموج، وأدوات التحويل الآلي عالي الدقة. وأثبتت الفعالية أن التقنيات الرقمية باتت قادرة اليوم على مجاراة سرعات الإنتاج الصناعي، بما يتيح لمحوّلي التغليف

مصنع ستار للورق يتصدر مبادرة "اصنع في الإمارات 2026"

ستار للورق توسيع حضورها الجغرافي ليشمل دول مجلس التعاون الخليجي والشرق الأوسط وأفريقيا وأمريكا اللاتينية، مع بقاء منطقة الخليج أكبر أسواقها التصديرية وأكثرها استراتيجية. وتشهد الأسواق، لا سيما في دولة الإمارات ودول الخليج، نمواً متزايداً في الطلب على ألواح ورق الحاويات القابلة للتحلل والمعاد تدويرها، المستخدمة في تصنيع الكراتين المموجة والأكياس الورقية، بمعدل نمو سنوي يتراوح بين 10 و12%. وتشير التقديرات إلى أن دولة الإمارات وحدها تحتاج إلى أكثر من مليار كيس ورقي سنوياً في قطاعات البيع بالتجزئة، والخدمات

تتمتع شركة ستار للورق بموقع قوي يمكنها من الإسهام بفاعلية في الاقتصاد غير النفطي لدولة الإمارات وفي توسيع حضورها التجاري العالمي.» تتزامن هذه الشراكات مع الافتتاح الرسمي المرتقب لمنشأة ستار للورق لإنتاج ورق الحاويات المعاد تدويره، باستثمار يبلغ 200 مليون درهم إماراتي. وتقع المنشأة في منطقة كيزاد (مناطق خليفة الاقتصادية أبوظبي)، وهي قيد التشغيل حالياً. وتمتد هذه المنشأة البارزة على مساحة 59 ألف متر مربع، بطاقة إنتاجية تصل إلى 135 ألف طن، بما يعكس رؤية القيادة الإماراتية في دعم الصناعات المستدامة.

تُبرم شركات استراتيجية مع جهات سويدية ونمساوية لتسريع زخم الصادرات وتعزيز التزامها بالسوق المحلية؛ وتدعم الاقتصاد الدائري وتنسجم مع طموحات الإمارات للوصول إلى الحياد المناخي عبر إعادة تدوير 100% من نفايات الورق.

وقّعت شركة ستار للورق، وهي شركة إماراتية بارزة متخصصة في إعادة تدوير نفايات الورق، اتفاقيتين تجاريتين عالميتين بارزتين خلال فعاليات منتدى «اصنع في الإمارات 2026» (MIITE 2026). وأقيمت مراسم التوقيع بحضور معالي الدكتور ثاني بن أحمد الزيودي، وزير دولة للتجارة الخارجية في دولة الإمارات، في خطوة تؤكد التزام الدولة بتعزيز المرونة الاقتصادية وترسيخ ريادتها في التجارة العالمية رغم التحديات الجيوسياسية المستمرة.

وقد جرى توقيع الشراكات الاستراتيجية مع شركة «هنزل سيلز» النمساوية وشركة إكمان أند كو AB السويدية، بحضور إتيان بيرشتولد، سفير النمسا لدى دولة الإمارات، وفريدريك فلورين، سفير السويد لدى دولة الإمارات، على التوالي. وتهدف هذه الخطوة التعاونية إلى توسيع عمليات شركة ستار للورق بشكل كبير، مع وضع هدف طموح يتمثل في تصدير 68 ألف طن متري من الورق المعاد تدويره، إلى جانب توفير حجم مماثل للسوق المحلية في دولة الإمارات. ويقول حسين آدم علي، رئيس مجلس إدارة شركة ستار للورق: «ستمكننا هذه الشراكات من الوصول إلى أسواق وشرائح استهلاكية جديدة بكفاءة، بما يعزز سمعة دولة الإمارات كمصدر موثوق وعالي الجودة للمنتجات الورقية المستدامة. كما ستسهم هذه التعاونات في دعم مسيرة نمونا على المستويين العالمي والمحلي.»

وعلى صعيد التصدير، ستسهم الشراكة مع شركة «هنزل سيلز» في إنشاء نموذج قابل للتوسع ومنظم وقوي للتفاعل مع الأسواق الجديدة ودخولها بكفاءة. أما شركة إكمان أند كو AB فستتولى عمليات التوزيع داخل دولة الإمارات، بما يعزز سلاسل التوريد المحلية ويرتقي بمستوى التفاعل مع العملاء.

ويقول ماجد راشد، العضو المنتدب لشركة ستار للورق: «تعكس هذه الشراكات تنامي العلاقات التجارية الدولية لدولة الإمارات والتزامها بتعزيز الروابط الاقتصادية مع شركاء عالميين رئيسيين. وتمثل هذه الخطوة محطة مهمة تجسد التركيز الاستراتيجي للدولة على التصنيع المستدام، ونمو الصادرات، والتميز الصناعي، مع ترسيخ مكانتها كمركز عالمي رائد للتجارة. ومن خلال هذه الشراكات،

والغذائية، والتجارة الإلكترونية. كما تضم الدولة أكثر من 40 مصنعاً للكرتون المموج، باستهلاك سنوي يبلغ نحو 400 ألف طن متري، ما يمثل حوالي 59% من حجم الإنتاج المحلي.

ويتمتع قطاع صناعة الورق في دولة الإمارات بشكل عام بموقع قوي يؤهله لتحقيق نمو في الصادرات، فمع وجود ستة مصانع لإنتاج ورق الحاويات المعاد تدويره بطاقة إنتاجية إجمالية تبلغ 675 ألف طن متري سنوياً، تُقدّر قيمتها بحوالي 1.25 مليار درهم إماراتي، أصبحت الدولة مُصدراً صافياً لمواد التعبئة والتغليف. ويستحوذ الطلب المحلي على نحو 59% من الإنتاج، ما يترك فائضاً كبيراً لتلبية احتياجات الأسواق العالمية، وبالتالي دعم الاقتصاد الإماراتي غير النفطي وتعزيز صادراته.

ويقول الدكتور إتيان بيرشتولد: «يعكس هذا التعاون قوة العلاقات الاقتصادية بين النمسا ودولة الإمارات، ويظهر كيف يمكن للشراكات الصناعية أن تخلق قيمة متبادلة، وتدفع عجلة الابتكار، وتسهم في بناء سلاسل توريد عالمية أكثر استدامة.» ويضيف فريدريك فلورين: «انطلاقاً من تقاليد السويد الراسخة في الإدارة المستدامة للموارد والتفكير طويل الأمد، تعكس هذه الاتفاقية قوة شراكة قائمة على الثقة والاستدامة والطموح المشترك. وبفضل الخبرة العالمية التي تتمتع بها شركة إكمان، يتجاوز هذا التعاون حدود ما هو موقع على الورق، إذ يجمع بين الخبرات السويدية والرؤية الإماراتية لإحداث أثر مستدام والمساهمة في بناء اقتصاد أكثر دائرية ومرونة.» وعلى صعيد التصدير، تستهدف شركة



interpack 2026 يعث رسالة عالمية قوية لصناعة التعبئة والتغليف

نحو المستقبل.

الأنظمة والمواد والمهارات

أصبحت الأتمتة، والتطبيقات المعتمدة على البيانات، ومفاهيم خطوط الإنتاج المرنة جزءاً من الممارسة الصناعية الفعلية، وتم عرضها في interpack 2026 كتطبيقات عملية لمفهوم التصنيع الذكي. وفي مجال المواد، انصبّ التركيز على الحلول المبتكرة القادرة على العمل بكفاءة في ظروف التشغيل الواقعية، مع الالتزام بالمتطلبات واللوائح التنظيمية. كما أصبحت مهارات المستقبل ملموسة بشكل واضح في كل مكان تتطلب فيه الأنظمة المترابطة والمعتمدة على البيانات كفاءات جديدة داخل بيئات الإنتاج. وقد أضفت اللقاءات المباشرة، والتجارب المشتركة، والحوار المفتوح، طابعاً خاصاً من الحيوية والكثافة على أجواء interpack. **الفعاليات الخاصة تضيف زخماً إضافياً**

كما وضع interpack 2026 بصمات مهمة تتجاوز أجنحة العرض التقليدية، حيث جاءت الفعاليات الخاصة المطوّرة لتكتمل أنشطة المعرض وتضيف رؤى وأبعاداً جديدة. وشملت هذه الفعاليات منتدى interpack SPOTLIGHT، ومسار SAVE FOOD Highlight Route وجوائز SAVE FOOD Expert Talks & Awards Competition، ومسابقة SAVE FOOD Project Competition، وجوائز SAVE FOOD Design & Sustainability Design Awards، إضافة إلى مبادرة Women in Packaging، ومنطقة الشركات الناشئة Start-up Zone، ويوم المواهب الشابة Young Talents Day. وقد أظهرت هذه المبادرات مدى اتساع نطاق النقاش حول التحول الذي تشهده الصناعة، بدءاً من التكنولوجيا والاستدامة، وصولاً إلى التنوع، وثقافة الشركات الناشئة، ودعم المواهب الشابة، والتأهيل المهني، ومهارات المستقبل. وما تبقى بعد انتهاء الحدث يتجاوز مجرد معرض ناجح؛ فالصناعة تواجه تحديات كبرى، لكنها تتعامل معها بقوة الابتكار، وروح التعاون، والرغبة الحقيقية في رسم ملامح المستقبل بشكل فعال. وإلى جانب ذلك، تميّزت نسخة هذا العام من interpack بمزيج فريد من الحضور الدولي المكثف، والعمق التقني، وروح الانطلاقة الجديدة التي كانت ملموسة في مختلف أرجاء المعرض.

ومن المقرر أن تُقام النسخة المقبلة من interpack في عام 2029، على أن يتم الإعلان عن الموعد الرسمي قريباً.

“كانت هذه نسخة استثنائية من interpack. فقد أظهرت القاعات المزدحمة، والتبادل المكثف للأفكار، والمشاريع العملية، قوة هذا المجتمع العالمي. ويُعد interpack أهم ملتقى عالمي للصناعة، وقد أكدت هذه النسخة ذلك بصورة لافتة.” وعلى مدار سبعة أيام، تصدّرت الحلول العملية والشراكات واجهة الحدث، حيث تحولت العديد من المناقشات إلى مشاريع فعلية وقرارات استثمارية. وبذلك أكد المعرض مجدداً مكانته كمنصة رائدة عالمياً لصناعة المعالجة والتعبئة والتغليف، مدعوماً بحضور قوي للزوار، خصوصاً من قطاعي الأغذية والأدوية، إلى جانب المستوى العالي والكثافة الكبيرة للشركات الرائدة والموردين المبتكرين. **صناعة تمر بمرحلة تحول**

لقد جعل interpack 2026 طاقة قطاع كامل ملموسة بشكل حقيقي؛ ومرة أخرى، أصبح ملتقى عالمياً لصناعة المعالجة والتعبئة والتغليف، وأظهر بصورة لافتة كيف يتم بالفعل تطبيق التحول بشكل عملي في التكنولوجيا والمواد والعمليات.

أرسل interpack 2026 رسالة واضحة مفادها أن صناعة التعبئة والتغليف أصبحت أكثر ترابطاً وابتكاراً وانفتاحاً على الحوار أكثر من أي وقت مضى. وقد تجلّى هذا الزخم فوراً داخل قاعات المعرض، حيث شكّلت الحركة الكثيفة للزوار، والنقاشات المكثفة، والحضور الدولي المستمر، ملامح الأجواء العامة للحدث. وفي كل مكان، كان من الممكن ملاحظة الإصرار الذي تعمل



به الشركات على تطوير حلول للمستقبل. فقد تمت مناقشة الأفكار، واختبارها، واتخاذ القرارات، بينما جرى عرض سلسلة القيمة الكاملة بشكل حي ومباشر. من 7 إلى 13 مايو، اجتمع 2,804 عارضين من 65 دولة وزوار متخصصون من 161 دولة في مدينة Düsseldorf ضمن أرض المعارض التي شهدت حجوزات كاملة خلال interpack 2026. وقد جاء 75% من إجمالي الزوار من خارج ألمانيا، بينهم 28% من خارج أوروبا. كما شاركت نحو 100 شركة إضافية ضمن معرض “components” للموردين، الذي أُقيم بالتوازي مع الحدث الرئيسي. وبذلك أصبحت نسخة 2026 من interpack الأكبر في تاريخها من حيث عدد العارضين، وهو ما عكس بوضوح التأثير الاستثنائي الذي كان ملموساً في مختلف قاعات المعرض. وقال Thomas Dohse، مدير interpack 2026، في ختام المعرض:

أقيم interpack 2026 في وقت تشهد فيه الصناعة تحولات متسارعة. فبينما يستمر الطلب على المنتجات المعبأة في الارتفاع، تتغير في المقابل متطلبات المواد وأنظمة الإنتاج وهياكل سلاسل التوريد. وكان من أبرز المحاور التي ركز عليها المعرض لأثة الاتحاد الأوروبي الخاصة بالتعبئة ونفايات التغليف (PPWR)، والتي تمثل نقطة تحول مهمة للصناعة من عدة جوانب. وقد أوضح interpack حقيقة أساسية، وهي أن الشركات لم تعد تستجيب لهذه التحديات بشكل منفصل، بل بطريقة منهجية ومتكاملة. فقد عرض العارضون حلولاً يتم فيها النظر إلى المواد والآلات والعمليات باعتبارها منظومة مترابطة يتم تنسيق عناصرها معاً بشكل متزايد. وبهذا، يؤكد interpack مجدداً دوره كمحرك اقتصادي رئيسي للصناعة، حيث يتم إطلاق المشاريع، والتخصيص للاستثمارات، وتوليد الزخم الاقتصادي الذي يدفع القطاع

جديدة في السوق، وعزز مستوى الخدمات المقدمة للشركات التابعة للمجموعة، كما وضع الشركة في موقع قوي يتيح لها المزيد من التوسع مع استمرار نمو الطلب في المنطقة.

ويضيف خالد جندي، المدير الإقليمي للأعمال في BOBST لمنطقة تركيا والشرق الأوسط ومصر وباكستان: “تعد شركة New Plastic Industrial مثلاً للشريك الذي نفخر بالعمل معه؛ فهي شركة تضع لنفسها معايير عالية

ويقول أمين الحزاع:

“في البداية، كان من الصعب على المشغلين التكيف مع المعدات الجديدة، لكن بفضل دعم فنيي BOBST أصبحت العملية أسهل بكثير. فقد عملوا عن قرب مع فريقنا، وحرصوا على فهمهم لكل مرحلة واكتسابهم الثقة الحقيقية في التشغيل. وكان دعم BOBST ممتازاً، إذ ظل الفريق التقني على تواصل مستمر مع قسم الصيانة لدينا كلما دعت الحاجة، مقدماً المساعدة والإرشادات في الوقت المناسب. وقد ساعدنا ذلك في

أصبح فيه العملاء النهائيون أكثر دقة وتطلباً، حيث باتت القدرة على إنتاج طباعة دقيقة ومتكررة بنفس الجودة في كل تشغيل عاملاً تنافسياً واضحاً يميز الشركات عن غيرها.

ويضيف الحزاع:

“لقد لبّت معدات BOBST جميع توقعاتنا بالكامل. فقد وقّرت الأداء والجودة والاعتمادية التي كنا نبحث عنها، وأثبتت هذه المعدات أنها استثمار قوي للغاية.” كما تدعم كل من ماكينة BOBST



وتدعمها باستثمارات حقيقية. وكان دخولها إلى قطاع التغليف المرن خطوة جريئة نُفذت باحترافية، والنتائج التي حققتها خلال أقل من عام تتحدث عن نفسها. ويُعتبر الشرق الأوسط سوقاً ذا أهمية حقيقية ومنتامية بالنسبة لـ BOBST، ونتطلع إلى مواصلة البناء على هذه الشراكة مع استمرار New Plastic Industrial في التوسع.”

الحفاظ على سلاسة العمليات وحل أي مشكلات تقنية بسرعة.”

فرص جديدة في السوق

مع ترسيخ قسم التغليف المرن وبدء تحقيقه زخماً متزايداً، تتطلع الشركة الأردنية New Plastic Industrial Company إلى المستقبل بثقة كبيرة. فقد أتاح الاستثمار في تقنيات BOBST فرصاً

VISION CI وجهاز NOVA SX 550 الطموحات التشغيلية للفريق من خلال منصة BOBST Connect، وهي المنصة السحابية التابعة لشركة BOBST التي توفر مراقبة فورية لبيانات الإنتاج والأداء. وبالنسبة لشركة تعتمد بشكل كبير على البيانات، فإن القدرة على تتبع الإنتاج والاستجابة السريعة لأي تغيير في العمليات شكّلت إضافة قيّمة للعمليات اليومية.

دعم تقني منذ اليوم الأول

يحمل الانتقال إلى التقنيات الجديدة دائماً منحنى تعلّم وتحديات أولية، وكانت شركة New Plastic Industrial Company واضحة بشأن فترة التكيف الأولى. فقد احتاج الأمر إلى بعض الوقت والتعاون الوثيق لضمان تأقلم المشغلين بشكل كامل مع المعدات الجديدة. وعمل فنيو BOBST ميدانياً إلى جانب الفريق لتوجيههم خلال جميع مراحل التشغيل، وبناء الخبرة والكفاءة في كل خطوة من خطوات العملية.



BOBST تدعم توسع شركة NPICO في قطاع التغليف المرن



استراتيجية مدروسة تهدف إلى التنوع، وإضافة قيمة أكبر، وخدمة كل من العملاء الخارجيين والشركات الشقيقة التابعة للمجموعة من خلال تقديم حلول بمستوى أعلى.

استراتيجية مدروسة تهدف إلى التنوع، وإضافة قيمة أكبر، وخدمة كل من العملاء الخارجيين والشركات الشقيقة التابعة للمجموعة من خلال تقديم حلول بمستوى أعلى.

بدافع من رؤية تركز على الريادة بدلاً من التبعية، أطلقت شركة New Plastic Industrial Company الأردنية قسم التغليف المرن لديها من خلال استثمار مزدوج في تقنيات الطباعة والتغليف بالرقائق من BOBST.

ويقول أمين الحزاع، مهندس الإنتاج في New Plastic Industrial Company: "بدأت شركتنا مع BOBST ضمن خطط توسعنا في قسم التغليف المرن. وكشركة، نسعى دائماً للاستثمار في أفضل التقنيات المتاحة، وكانت BOBST خياراً طبيعياً بالنسبة لنا. كما أننا نفضل معايير التصنيع الأوروبية التي نربطها بالاعتمادية والدقة، وتجسد BOBST هذه القيم بشكل كامل."

BOBST: الشريك المناسب
مدفوعاً بخطط التوسع في قطاع التغليف المرن، ركّز فريق الإدارة في New Plastic Industrial Company على تقنيات متطورة، وسمعة صناعية قوية، مع تفضيل واضح لمعايير التصنيع الأوروبية. وقد نجحت شركة BOBST في تلبية جميع هذه المتطلبات.

تأسست شركة الجديدة للصناعات البلاستيكية (NPICO) في عام 2005، وهي جزء من مجموعة الهزاع الاستثمارية، وقد نمت لتصبح واحدة من أكبر الشركات المصنعة لأكياس البولي بروبيلين المنسوجة في الأردن ومنطقة الشرق الأوسط، حيث تنتج ما لا يقل عن 150 مليون كيس وحوالي 250 طن من لفائف الرافيا سنوياً.

نتائج تفوق التوقعات
منذ تركيب المعدات، جاءت النتائج متجاوزة للتوقعات. ففي أقل من عام واحد من التشغيل، تمكنت شركة New Plastic Industrial Company من استقطاب أكثر من 50 عميلاً جديداً في قطاع التغليف المرن، وحققت إنتاجاً يقارب 1,500 طن. ويُعد هذا النمو مؤشراً قوياً على كفاءة المعدات الجديدة وسرعة قدرة الفريق على التوسع في العمليات الإنتاجية. وبعيداً عن الأرقام الرئيسية، ساهمت هذه المعدات في تحقيق تحسينات ملموسة في كفاءة الإنتاج، وتقليل الهدر، وضمان ثبات الجودة. وقد شكّل هذا الجانب الأخير أهمية خاصة في سوق

وفي عام 2024، استثمرت NPICO في جهازين هما ماكينة الطباعة الفلكسو المركزية BOBST VISION CI وجهاز التغليف بدون مذبيبات NOVA SX 550. ويُعد هذا أول استثمار للشركة مع BOBST، ما شكّل خطوة مهمة في مسيرة تطورها. وتُعتبر ماكينة VISION CI من ماكينات الطباعة الفلكسو عالية الأداء ذات الطباعة المركزية (CI)، وقد صُممت خصيصاً للمحوّلين الذين يسعون إلى أتمتة وتحسين عمليات إنتاج التغليف المرن. كما أنها قادرة على العمل بأنظمة الأحبار القائمة على المذيبات أو المياه مع الحفاظ على جودة ثابتة ومتكررة عبر مجموعة واسعة من الخامات والسماكات المختلفة، وهي مصممة لتحقيق سرعات إنتاج عالية دون التأثير على جودة المخرجات. ويكتمل جهاز التغليف بدون مذبيبات

المرونة والنمو وتغيّر السوق
مثل العديد من الشركات المصنعة في المنطقة، كان على شركة New Plastic Industrial Company مواجهة ضغوط خارجية خلال السنوات الأخيرة، بما في ذلك اضطرابات سلاسل التوريد والارتفاعات الكبيرة في تكاليف المواد الخام. واستجابةً لذلك، أعطت الشركة أولوية للاستثمار في التقنيات الداخلية وتعزيز القدرات التشغيلية. وفي الوقت نفسه، أصبحت ظروف السوق الإقليمية أكثر تحدياً بشكل متزايد. فقد بدأ العملاء يولون اهتماماً أكبر بكثير لجودة الطباعة، والثبات في النتائج، ومعايير التشطيب النهائي، بينما اشتدت المنافسة في مختلف أنحاء المنطقة. وجاء قرار دخول قطاع التغليف المرن كخطوة

معرض الورق والمناديل يعلن انتقاله الاستراتيجي إلى سبتمبر 2026



مفهوم تحقيق أقصى درجات الكفاءة، حيث صُممت كل تفاعلاته لفتح آفاق جديدة للشراكات والفرص التجارية. ويمكن للمشاركين توقع مستوى أعلى من الحضور العالمي من خلال التعاونات الاستراتيجية والأنشطة التسويقية المؤثرة. كما يضمن اختيار مركز أدنيك الوصول إلى أقوى شبكة علاقات ممكنة، عبر ربط الحضور مباشرة بكبار صناعات القرار وقادة القطاع على مستوى العالم.

وفي خطوة تهدف إلى تعزيز الأثر التجاري وتقديم قيمة استثنائية للمشاركين، سيُقام الحدث بالتزامن مع معرضين رئيسيين آخرين هما «معرض الصحة والمنسوجات غير المنسوجة» و«معرض التغليف وإعادة التدوير». ومن خلال جمع هذه القطاعات الثلاثة تحت سقف واحد، يسعى المنظمون إلى خلق منصة قوية للأعمال والابتكار. ويستند هذا التجمع الموحد إلى

أعلن منظمو معرض «الورق والمناديل» رسمياً أن الحدث الصناعي المرتقب سيُقام الآن خلال الفترة من 21 إلى 23 سبتمبر 2026 في مركز أدنيك أبوظبي. ويأتي هذا القرار الاستراتيجي في ظل متابعة الفريق المنظمة للتطورات الإقليمية عن كثب، وحرصه على الالتزام بتوجيهات السلطات الإماراتية لضمان تقديم تجربة تتجاوز توقعات القطاع بشكل كبير.

غرفة صناعة الطباعة في مصر تُسرّع التحول نحو الاقتصاد الدائري



واستراتيجيات إدارة النفايات، والنماذج المبتكرة للتغليف المستدام، إضافة إلى آليات تطبيقها في السوق المصرية. وتأتي هذه الندوة ضمن موجة أوسع من مبادرات الاستدامة التي تشهدها القاهرة هذا العام، تمهيداً لعدد من الفعاليات والمعارض التجارية الكبرى.

جلسة خاصة تهدف إلى استعراض الخدمات الفنية والمشروعات التي يقدمها المركز لدعم المصانع في خفض البصمة الكربونية، وتعميق التصنيع المحلي، وتعزيز مشروعات الاقتصاد الأخضر ورفع الإنتاجية. وستستعرض غلال أحدث التشريعات العالمية،

تُكثف غرفة صناعات الطباعة والتغليف في مصر جهودها لدعم التحول الصناعي الأخضر من خلال تنظيم ندوة حصرية في 4 مايو 2026، تهدف إلى مواكبة التصنيع المحلي مع القوانين الدولية الجديدة الصارمة في مجال الاستدامة. ومع تحوّل الأسواق العالمية نحو الاقتصاد الدائري، يجتمع قادة الصناعة في مصر داخل مقر اتحاد الصناعات المصرية في القاهرة لردم الفجوة بين الإنتاج المحلي ومتطلبات الامتثال العالمي. ويأتي هذا الحدث، الذي يحمل عنوان «استدامة التغليف وإدارة النفايات»، في وقت يشكّل فيه عام 2026 نقطة تحول للقطاع، حيث لم تعد مفاهيم التدوير وقابلية الاسترجاع خيارات، بل أصبحت متطلبات أساسية للتجارة الدولية. سيترأس مجموعة من الخبراء، من بينهم Fairouz Galal، جلسة نقاشية في مركز تحديث الصناعة (IMC)، ضمن

مصانع AJT Group الجديدة (Greenfield) ستدفع بإمارة رأس الخيمة لتصبح مركزاً لصناعة التعبئة والتغليف

قال فيتور سانتوس، الرئيس التنفيذي لمجموعة AJT:

إن إنشاء مصنع تغليف جديد (Greenfield) من الصفر ليس مهمة سهلة، فهو يتطلب فريقاً يؤمن بالرؤية—مهندسون من الصين، وخبرات من أوروبا، وطموح من الشرق الأوسط—يجتمعون معاً لخلق شيء لم يكن موجوداً من قبل.»

وأضاف أن هذا المشروع لا يقتصر على كونه مصنعاً فحسب، بل يُعد منصة لتقديم حلول تغليف عالمية المستوى تخدم أسواق الشرق الأوسط وأفريقيا والأسواق الدولية.

ومن خلال ترسيخ مكانة رأس الخيمة كمركز عالمي لصناعة التغليف، تسعى مجموعة AJT إلى دعم التنمية الصناعية المستمرة في الإمارة.

ويضيف سانتوس: «إن الإطلاق الناجح لهذه المنشآت يؤكد الجهود المشتركة لفريق عالمي من المهندسين والشركاء، الذين يعملون على جلب أحدث القدرات الصناعية إلى قلب الشرق الأوسط.»

التنفيذي للعلاقات الحكومية والمؤسسية في RAKEZ، مما يعكس الأهمية الاستراتيجية لهذا المشروع بالنسبة للمشهد الاقتصادي في الإمارة.

قام الوفد بجولة في موقعين رئيسيين: مصنع للكرتون المموج، ومصنع للطباعة والتحويل. وتمثل هذه المنشآت واحدة من أكبر الاستثمارات الجديدة (Greenfield) في مجال التغليف في المنطقة، حيث تحولت من أرض صحراوية خالية إلى مركز صناعي عالي التقنية خلال بضعة أشهر فقط.

كما أعلنت مجموعة AJT عن التشغيل الناجح لأول ماكينة طباعة HEIDELBERG press 9+2، في إشارة إلى التزامها باستخدام أحدث التقنيات العالمية. وتُعد هذه الماكينة نظام طباعة أوفست ورفي عالي الأداء، مصمماً بشكل أساسي لإنتاج أعمال التغليف المعقدة والفاخرة وكذلك الطباعة التجارية. وعادةً ما تعمل بتسع وحدات طباعة ووحدي طلاء، وتركز على السرعة والمرونة والأتمتة، مما يمكنها من التعامل مع الخامات الصعبة، بما في ذلك المواد الرقيقة والبلاستيكية، وبسرعات إنتاج عالية.



أعلنت مجموعة AJT، وهي مشروع مشترك مقره دولة الإمارات العربية المتحدة ومتخصص في حلول التغليف المتقدمة والحلول القائمة على الورق، عن تحقيق محطة رئيسية في القطاع الصناعي بالمنطقة، وذلك مع استقبالها سمو الشيخ محمد بن حميد القاسمي، المدير العام لهيئة مناطق رأس الخيمة الاقتصادية (RAKEZ)، في منشأتها الجديدة للطباعة والتغليف التي تم تشغيلها حديثاً في إمارة رأس الخيمة. وشملت الزيارة أيضاً ياسر الأحمد، الرئيس

فعالية Brother في بولونيا تستعرض عرضاً حياً لتقنية DTRX

الأداء العملي لطابعة DTRX الجديدة بنظام DTF رول-إلى-رول. كما سيتواجد خبراء تقنيون للإجابة عن الاستفسارات ومناقشة تطبيقات سير العمل المتخصصة.

كما سيقدم مستشارو المبيعات الدعم للزوار لاستكشاف حلول أعمال مصممة خصيصاً وفق احتياجاتهم.

ويتميز نظام DTRX الجديد، المزود برؤوس طباعة Piezo من الجيل الجديد، بتصميمه المخصص لعمليات الإنتاج الاحترافية وعالية الكثافة. ويتيح عرض الطباعة البالغ 80 سم، والمدعوم بعرض رول يصل إلى 81 سم، تحقيق نتائج مستقرة في مشاريع الطباعة كبيرة الحجم. وتمثل الطباعة خطوة متقدمة في تقنيات DTF، من خلال تقديم حل قوي يلبي متطلبات بيئات الطباعة الحديثة عالية الإنتاجية.

أوقات الفعالية: من الساعة 9 صباحاً حتى 5 مساءً طوال أيام الحدث.



إنتاج الطباعة المباشرة على الفيلم (DTF) من خلال عروض حية وتجارب تفاعلية بإشراف خبراء الشركة.

وسيحظى الحضور بفرصة مشاهدة عروض طباعة مباشرة تستعرض

ستستضيف Brother، المتخصصة في ابتكارات تقنيات الطباعة، فعالية "Open House" حصرية في بولونيا بإيطاليا. ومن المقرر أن تُقام الفعالية من 9 إلى 11 يونيو 2026، حيث ستمنح المتخصصين في القطاع فرصة لاكتشاف مستقبل

PublisHer، مبادرة «Motivate to Empower»، لتمكين المرأة الإماراتية في الإعلام



وقالت الشيخة بدور القاسمي: «يمثل برنامج "PublisHer Pathways" استجابة مباشرة لما نسمعه باستمرار من النساء العاملات في القطاع، وهو أن الانتقال من التعليم إلى العمل المهني في مجال النشر أكثر صعوبة مما ينبغي، وأن فرص الوصول إلى الخبرة العملية لا تزال متقطعة وغير متكافئة. وأنا ممتنة لإيان وفريق Motivate بأكملهم لثقتهم برسالتنا ولكونهم أول من قال نعم لهذه المبادرة».

وأضاف إيان فيرسيرفيس، الشريك الإداري ورئيس التحرير التنفيذي في «Motivate Media Group»: في Motivate، نؤمن بأن أفضل طريقة لفهم عالم النشر هي أن يكون الشخص جزءاً منه، وأن يرى كيف تعمل الفرق التحريرية والتجارية والرقمية معاً بشكل متكامل وفي الوقت الفعلي. ويمنح برنامج "PublisHer Pathways" المشاركات هذه الفرصة، مما يساهم في دعم وتعزيز الجيل القادم من المواهب التي تدخل إلى القطاع. »

ألية الاختيار يفتح البرنامج أبوابه أمام النساء المقيمات في دولة الإمارات في المراحل المهنية المبكرة أو المتوسطة، ممن لديهن خلفية أو اهتمام قوي بمجالات النشر أو الإعلام أو الأدب أو الفنون الإبداعية. وسيتم تقييم طلبات التقديم، المقدمة عبر موقع PublisHer الإلكتروني

من قبل لجنة تحكيم مكونة من أربعة أعضاء، تضم ممثلين اثنين من PublisHer وممثلين اثنين من Motivate Media Group. وقد فُتح باب التقديم الآن، على أن يُغلق في 30 يونيو 2026. وسيتم إخطار المرشحات اللواتي تم اختيارهن ضمن القائمة المختصرة بتاريخ 15 يوليو 2026، فيما تنطلق أول دفعة من البرنامج في 3 أغسطس 2026.

ستنتقل الدفعة الأولى من البرنامج كمرحلة تجريبية، إلا أن الهدف يتمثل في توسيع نطاق «PublisHer Pathways» ليتم اعتماده من قبل دور النشر في مناطق أخرى، بحيث يقوم أعضاء وحلفاء PublisHer بتطبيق البرنامج في أسواقهم المحلية.

وسيتم تقديم شهادات الدفعة الافتتاحية حضورياً خلال Sharjah Booksellers Conference في 18 سبتمبر 2026.

أبرمت منظمة PublisHer و Motivate Media Group شراكة لإطلاق برنامج «PublisHer Pathways»، وهو برنامج تدريب عملي مكثف يمتد لأربعة أسابيع، يهدف إلى سد الفجوة بين الإعداد الأكاديمي وواقع العمل داخل المؤسسات الإعلامية.

وقد تم توقيع الاتفاقية من قبل الشيخة بدور القاسمي، مؤسّسة PublisHer، وإيان فيرسيرفيس، الشريك الإداري ورئيس التحرير التنفيذي لمجموعة Motivate Media Group، وذلك في House of Wisdom بالشارقة.

وسيقدّم البرنامج، الممتد على مدار عام كامل، ما يصل إلى دورتين سنوياً في مكاتب المجموعة الإعلامية في دبي، ليستفيد منه خمس نساء مقيمات في دولة الإمارات في كل دورة.

ومن خلال دمج كل دفعة داخل عمليات Motivate Media Group لمدة شهر كامل عبر برنامج منظم يشمل التنقل بين الأقسام، والمشاريع العملية، وإتاحة الوصول المباشر إلى القيادات العليا، يساهم برنامج «PublisHer Pathways» في معالجة تحدي الانتقال من العالم الأكاديمي إلى الحياة المهنية.

برنامج يمتد لأربعة أسابيع عبر أربعة أقسام

خلال البرنامج الممتد لأربعة أسابيع، سيتنقل المشاركون بين أربعة أقسام رئيسية في قطاع النشر، تشمل: التحرير وتطوير المحتوى، والتسويق والعلاقات العامة والتفاعل مع الجمهور، والإعلانات والمبيعات ونماذج الإيرادات، إضافة إلى المنتجات والمنصات الرقمية واستراتيجيات الأعمال.

وفي كل مرحلة من مراحل التنقل، سيقضي المشاركون أسبوعاً كاملاً مع فريق محدد، يعملون جنباً إلى جنب مع الموظفين بدلاً من الاكتفاء بالمراقبة عن بُعد.

كما يتضمن البرنامج جلسة «ماستر كلاس» مع أحد كبار قادة القطاع، وزيارة ميدانية موجهة إلى المطبعة، وإرشاداً فردياً من أحد أعضاء فريق Motivate Media Group، بالإضافة إلى مشروع ختامي يتم تطويره بشكل تعاوني بين المتدربات وتقديمه أمام إدارة المجموعة. وسيحصل الخريجون على شهادة مشتركة من PublisHer و Motivate Media Group، كما سيتم الترحيب بهم ضمن شبكة خريجات PublisHer.



مجلة شهرية شاملة مختصة في عالم
الطباعة في الشرق الأوسط

المجلد رقم 27 / العدد رقم 207 / لشهر مايو- يونيو عام 2026

جسد معرض FESPA 2026 في
برشلونة ومعرض interpack
2026 في دوسلدورف الاتجاه الجديد
لصنعتي الطباعة والتغليف عالمياً،
من خلال الإنتاج الذكي، والاستدامة،
والتكامل الرقمي، والابتكار القائم
على التطبيقات. فمن الطباعة
المتخصصة والمنسوجات إلى
التغليف المموح وتقنيات المعالجة
المتقدمة، عكس الحدثان صناعة
تتحرك بثقة نحو مستقبل أكثر
ترابطاً.

ME Printer FZE LLC
ص.ب 021183
الإمارات العربية المتحدة
هاتف: +971 4 3911210
البريد الإلكتروني:
info@meprinter.com

رئيس تحرير المجلة
أليكس جهانياني
البريد الإلكتروني:
alex@meprinter.com

محررة القسم العربي
رانا أحمد يحيى
البريد الإلكتروني:
arabic@meprinter.com

محرر أخبار القسم الإنجليزي
سانجيف فارما
البريد الإلكتروني:
sanjeev@meprinter.com

المحررون المساهمون
فرانك رومانو
البريد الإلكتروني:
fxrppr@rit.edu

لوريل برونر - المملكة المتحدة
البريد الإلكتروني:
lb@digitaldots.org

دكتور نيكولاس هيلموت - الإمارات العربية
المتحدة
البريد الإلكتروني:
nhellmuth@flaar.org

مدير قسم التسويق والإعلان
برابولا تشاندران
البريد الإلكتروني:
sales@meprinter.com

الإعلانات المبوبة & الاشتراكات
هاتف: +971 4 3911210
البريد الإلكتروني:
info@meprinter.com

طبعت المجلة من قبل المتحدة للطباعة والنشر
يتم إرسال جميع المراسلات والمواد الإعلانية
على البريد الإلكتروني:
sales@meprinter.com

ملاحظة المحرر

من برشلونة إلى دوسلدورف: الطباعة والتغليف يدخلان عصرًا أكثر ذكاءً

مع تقدم صناعات الطباعة والتغليف العالمية في عام 2026، تبرز رسالة واضحة أكثر من أي وقت مضى: المستقبل سيكون للشركات القادرة على ربط الابتكار بالقيمة الحقيقية للأعمال.

يعكس هذا العدد من ME Printer قطاعاً يتحرك بسرعة نحو مرحلة جديدة من التحول. ففي منطقة الشرق الأوسط وخارجها، يعيد مزودو خدمات الطباعة، ومحوّلو التغليف، وموّدو التكنولوجيا، وأصحاب العلامات التجارية التفكير في طرق الإنتاج والمنافسة والنمو. لم تعد تقنيات الذكاء الاصطناعي، والأتمتة، وسير العمل الرقمي، والاستدامة، والمواد الذكية مجرد مفاهيم مستقبلية، بل أصبحت عناصر أساسية في بيئة الإنتاج اليومية.

وقد أكد معرض FESPA Global Print Expo 2026، الذي اختتم مؤخراً في برشلونة، هذا التوجه بوضوح. فقد جمع الحدث أكثر من 550 عارضاً وأكثر من 14 ألف زائر دولي، مسلطاً الضوء على التقارب المتزايد بين الطباعة كبيرة الحجم، واللافتات، والمنسوجات، والتخصيص، والتغليف المموح، وسير العمل، والأتمتة. كما أظهرت المنطقتان الجديتان المخصصتان للتغليف المموح والمنسوجات كيف تتوسع الطباعة المتخصصة نحو تطبيقات جديدة، وتصبح جزءاً من سلسلة قيمة أوسع وأكثر ترابطاً.

وفي الوقت نفسه، أعاد معرض interpack 2026 في دوسلدورف، الذي أقيم خلال الفترة من 7 إلى 13 مايو 2026، وضع التغليف وتقنيات المعالجة في قلب التحول الصناعي العالمي. وبصفته المعرض التجاري الرائد عالمياً لصناعة التغليف وتقنيات المعالجة ذات الصلة، أكد interpack أهمية المواد المستدامة، والآلات عالية الكفاءة، والأتمتة، وحلول التغليف الجاهزة للمستقبل في قطاعات الأغذية والمشروبات والأدوية ومستحضرات التجميل والسلع الصناعية والاستهلاكية. (Interpack)

ويكشف هذان الحدثان الكبيران معاً عن الاتجاه الذي تسير نحوه الصناعة: إنتاج أكثر ذكاءً، وطلبات أقصر، واستدامة أقوى، وكفاءة قائمة على البيانات، وتكامل أوثق بين الطباعة والتغليف والتصميم والتكنولوجيا.

أما بالنسبة إلى الشرق الأوسط، فإن هذا التحول يحمل فرصاً كبيرة. فالمنطقة تدخل مرحلة أكثر نضجاً من الاستثمار، حيث تنتقل الشركات من التحديثات المنفصلة إلى استراتيجيات إنتاج متكاملة. ويزرّز التغليف بوصفه مجالاً استراتيجياً للنمو، بينما تواصل الطباعة إثبات أهميتها في مجالات الاتصال، والتعليم، والفعاليات، وبناء العلامات التجارية، والتطبيقات الصناعية.

في هذا المشهد المتغير، لن يعتمد النجاح فقط على امتلاك أحدث المعدات، بل على فهم كيفية ترابط التكنولوجيا والإبداع والاستدامة واحتياجات العملاء.

وهذا العدد مخصص لمرافقتكم في هذه الرحلة.

الأخبار



PublisHer، مبادرة «Motivate to Empower»، لتمكين المرأة الإماراتية في الإعلام ٤٢

مصانع Manroland الجديدة (Greenfield) ستدفع بإمارة رأس الخيمة لتصبح مركزاً لصناعة التعبئة والتغليف ٤١

فعالية Brother في بولونيا تستعرض عرضاً حياً لتقنية DTRX ٤١

معرض الورق والمناديل يعلن انتقاله الاستراتيجي إلى سبتمبر 2026 ٤٠

غرفة صناعة الطباعة في مصر تُسرّع التحول نحو الاقتصاد الدائري ٤٠

BOBST تدعم توسع شركة NPICO في قطاع التغليف المرن ٣٩

interpack 2026 يبث رسالة عالمية قوية لصناعة التعبئة والتغليف ٣٧

مصنع ستار للورق يتصدر مبادرة "اصنع في الإمارات 2026" ٣٦

اختتام FESPA 2026 بعد أربعة أيام من الدروس المتقدمة في ابتكارات الطباعة ٣٥

المقابلة

تدشين رئيس وزراء مصر مصنعاً لإعادة تدوير البلاستيك بقيمة 5 ملايين دولار في السخنة ٣٣

مان رولاند شيفتيد تغلق عملياتها في أوفنباخ ٣٣

استضافت شركة Koehler Paper أول منتدى لها على الإطلاق لتغليف الورق ٣٢

من الطباعة إلى «الفيجيتال» (التكامل بين المادي والرقمي) ٣١

Print4All تعتمد جدولاً جديداً كل عامين لتعزيز مكانة المعرض التجاري ٣٠

مقالات

إغلاق Manroland Sheetfed والواقع الجديد لطباعة الأوفست ٢٩

ME Printer

Middle East Print Communication Magazine
مجلة متخصصة في عالم الطباعة في الشرق الأوسط

BE SEEN WHERE PRINT DECISIONS ARE MADE

Reach the Middle East print, packaging, signage and visual communications market.
A trusted platform for brands targeting regional print professionals and decision-makers.

A POWERFUL MEDIA PLATFORM FOR YOUR BRAND



Print Visibility

Premium magazine exposure for industry leaders



Digital Reach

News, articles, blogs and online magazine access



Market Connection

Trade events, classifieds, jobs and specialist content



Regional Authority

Trusted print intelligence for the Middle East

ADVERTISE WITH ME PRINTER - OWN THE REGIONAL CONVERSATION



Scan to visit MEPrinter.com

Read the magazine online and follow regional print industry news.

BOOK YOUR SPACE

Email: sales@meprinter.com

Tel: +971 4 3498974

United Arab Emirates

www.meprinter.com

Label and packaging quality starts with finishing

SUNOWA: new configuration of the SATURN platform for SA labels and flexible packaging. Engineered to process different substrates with consistent inspection quality, precise slitting performance and automatic tension control & web guiding. It ensures shorter setup times and smooth workflow continuity.

Performance Engineered for Production Excellence.

Applications: paper and plastics PSL (even challenging or reflective surfaces).

Working web width: 370 mm.

Material thickness: 50 microns - 250 g/sqm.

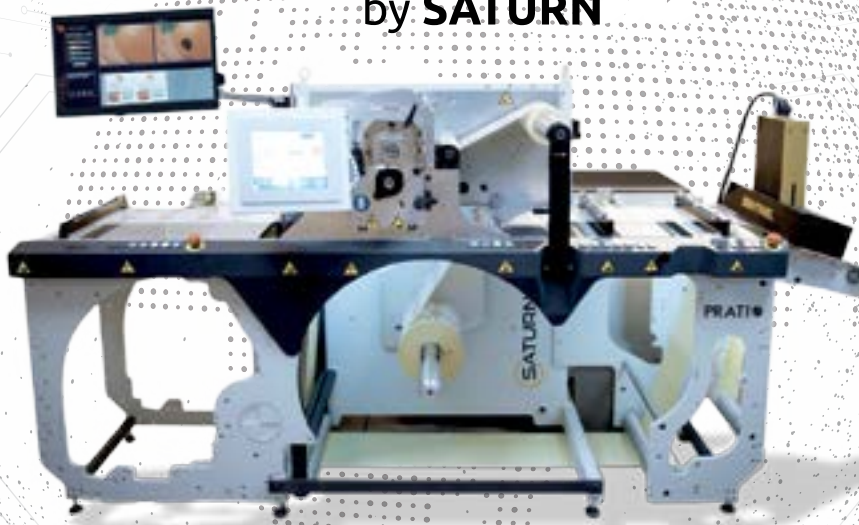
Processes: 100% inspection system, advanced monitoring, precise slitting performance and intelligent workflow.

Ultra-safe, **SELF-SHARPENING SLITTING SYSTEM** with 10 knife groups.

100% DIGITAL INSPECTION CAMERA for flawless quality control.

High-performance speed up to **250 M/MIN.**

SUNOWA by SATURN



Minimal investment. Maximum results.

Advanced **LENGTH & LABEL COUNTING SYSTEM** with automatic slowdown.

Synchronized **TRIM SUCTION SYSTEM** for clean, efficient operation.

Equipped with **N.3 REWINDER SHAFTS** for maximum productivity.



www.praticompany.com



PRINTTECH
MIDDLE EAST LLC
www.printtechme.com

PRATI srl
Via Deruta, 2
48018 Faenza (Ra) - Italy
+39 0546 633 811
info@praticompany.com

PRATI USA LLC
4101 McEwen - Suite 368
Dallas, TX 75244 - USA
+1 913 908 8607
fhasselberg@praticompany.com

PRATI

THE FINISHING COMPANY



VISIT US AT
HALL C-3529



VISIT US AT
STAND G 11