

# Potencjał synergii

O tegorocznej edycji targów 4Print i Taropak rozmawiamy z Hanną ZDROJEWSKA, dyrektorką projektu w Grupie MTP

## Targi 4Print odbędą się po raz drugi. Jak oceniają Państwo ich potencjał i czy branża poligraficzna również go dostrzega?

Nieraz już ogłaszano zmierzch poligrafii i totalny odwrót w stronę mediów cyfrowych. Wbrew pesymistycznym prognozom branża poligraficzna jednak nie poddała się kryzysowi. Szczególnie polski rynek poligraficzny ma się bardzo dobrze. Najlepszym potwierdzeniem tego faktu są raporty na temat branży mówiące o tym, że jest to sektor, który nieustannie się rozwija i poszerza zakres działania. Tym samym należy docenić targowy potencjał tej branży. Targi 4Print dają możliwość zapoznania się z najnowszymi technologiami, trendami i nowościami produktowymi w obszarze szeroko pojętego druku. Poprzednia edycja była ważnym doświadczeniem, przekonaliśmy się, że tego typu spotkania w branży są bardzo potrzebne, jednak warto przemyśleć formułę, w jakiej będą się odbywać. Branża poligraficzna nieustannie się zmienia, stawiając przed nami coraz to nowe wyzwania – dlatego i my – organizatorzy targów modyfikujemy formę wydarzenia, by stworzyć dogodne miejsce spotkań i biznesowych kontraktacji.

## Czy podobnie jak w ubiegłym roku targi zajmą osobną powierzchnię? Ilu wystawców zadeklarowało udział?

W tym roku postanowiliśmy jeszcze bardziej podkreślić synergię branży opakowaniowej i poligraficznej, dlatego zdecydowaliśmy się nie wyznaczać osobnej przestrzeni przeznaczonej tylko dla branży drukarskiej. Nie sposób przedstawić ofertę branży opakowaniowej w oderwaniu od druku lub pomijając aspekt zadruku opakowań. Firmy zajmujące się produkcją opakowań niejednokrotnie wykonują również ich znakowanie. Natomiast drukarnie często zajmują się również produkcją opakowań. Wśród zgłoszonych dotychczas wystawców są firmy działające w zakresie druku

cyfrowego, fleksografii, druku 3D oraz dystrybuujące materiały do poligrafii, m.in.: karton, papier, chemię drukarską. Zgłoszenia cały czas napływają, lista wystawców wciąż się zwiększa.

## Czy 4Print ma szansę stać się wydarzeniem na miarę dawnej Poligrafii, czy raczej pozostanie imprezą towarzyszącą Taropakowi?

Uważam, że potencjał targów 4Print jest bardzo duży, jednak aby go odpowiednio wykorzystać, warto te targi pozostawić w synergii z Taropakiem. Druk i opakowania to dwie nierozdzielnie połączone branże. Niezliczone możliwości, jakie dają nowoczesne technologie, mogą znaleźć zastosowanie w wielu różnych dziedzinach, od tradycyjnej poligrafii poprzez rynek opakowań, meblarstwo aż po przemysł spożywczy. Planujemy również wyodrębnić i wyeksponować zagadnienia związane z etykietowaniem, tworząc osobny salon. Mamy świadomość, jak wielkie jest znaczenie tego tematu zarówno w marketingu produktów, jak i w logistyce produkcji i magazynowania. Chcemy więc jeszcze bardziej podkreślić obecność branży etykiet na Taropaku.

## W ubiegłym roku targom towarzyszyły dwa duże kongresy. Jakie wydarzenia okołotargowe czekają nas w tym roku?

Tegoroczna edycja Taropaku jest ściśle związana z jubileuszem 25-lecia Polskiej Izby Opakowań, wieloletniego partnera i uczestnika targów opakowań i poligrafii. Ogromnie nas cieszy, że będziemy mieli okazję być gospodarzem obchodów jubileuszu Izby. PIO organizuje również konferencję „Opakowania żywności zagrożeniem dla konsumentów. Fakty i mity”. Uczestnicy pochylią się nad zagadnieniami związanymi z pakowaniem żywności, normami prawnymi dotyczącymi opakowań i ich praktycznym wymiarem. Kolejnym wydarzeniem, na które warto zwrócić uwagę, jest



seminarium technologiczne, przygotowane przez firmę Heidelberg w ramach cyklu Akademia Heidelberga, dotyczące opakowań. Polska Izba Odzysku i Recyklingu Opakowań również zaprosi na konferencje, której uczestnicy poruszą najistotniejsze zagadnienia dotyczące wykorzystania tworzyw sztucznych w branży spożywczej, w tym biotworzyw i biokompozytów. To tylko wybrane wydarzenia z bogatej targowej oferty. Jestem przekonana, że tegoroczna edycja Taropaku i 4Print przyniesie naszym gościom wiele satysfakcji, będzie obfitowała w skuteczne rozmowy biznesowe, da okazję do nawiązania trwałych kontaktów, będzie również okazją do poznawania trendów i nowości rynkowych. Chcemy, aby targi były również czasem i miejscem do poszerzania wiedzy oraz czerpania inspiracji.

ARTYKUŁ PROMOCYJNY