

מינוף גלילים צרים

בתי דפוס להדפסת תוויות שמתכננים להרחיב את פעילותם לתחום האריזות הגמישות, יוכלו לתת מענה להדפסה של ריצות קצרות, לעבור בקלות מעבודת הדפסה אחת לאחרת, ולנהל מועדי אספקה קצרים יותר.

מאת רנדי פאריש, מחברת Fasjon Roll, צפון אמריקה

מראה חדשני של תוויות ואריזות משפיע באופן הולך וגובר על צרכנים בעת קבלת החלטות רכישה בחנויות. על פי פדרציית הקמעונאים הארצית בארה"ב, האריזה היא מבדל בעל חשיבות מרכזית במוצרים, כאשר בין 50% - 70% מהחלטות הרכישה נעשות למעשה בחנות עצמה, מול מדפי המוצרים.

בין אם זהו מותג לאומי או מותג פרטי, זו החלטה שנעשית תוך שניות. מספר שניות הן הזמן שצרכנים מקדישים להחלטה איזה מוצר לרכוש. השורה התחתונה היא שהחברות צריכות לבדל את מוצריהן על המדף באמצעות נוכחות מוצג יוצאת דופן וכולטת.

אריזות גמישות מספקות את הנוחות המוכתבת על ידי סגנון החיים המהיר של היום. אריזות גמישות מאפשרת שימוש במגוון רחב של חומרים, ויוצרות את זיהוי המותג שבעלי המותג מעוניינים בו ולקוחות בוטחים בו. למעשה, אריזות קלות, שניתנות להדפסה וציפוי למינציה מציעות גיוון ופונקציונאליות שהופכות אותן לפתרון המתאים ביותר עבור שוק הגלילים הצרים.



דוגמת פוליאסטר מצופה בלמינציה יכולה לשמש למוצרים רטובים ולנוזלים

תפקידו של בית דפוס המדפיס בגלילים צרים

מגוון מוצרים, מהירות הגעת המוצרים לשוק, ודרישה הולכת וגוברת לריצות קצרות, הם הגורמים העיקריים להזדמנויות בתחום הגלילים הצרים. בתי דפוס שמדפיסים בגלילים צרים יכולים להדפיס כמויות קטנות יותר של אריזות גמישות בעלות תחרותיות ביותר, ובכך לאפשר ליצרן קטן להתחרות באריזות ובגרפיקה של יצרן גדול, ולהציב אתגר שווה מבחינת המשיכה של המוצר על המדף. דוגמיות, ריצות קצרות של מוצרים חדשים, אריזות שנתלשות, או פרסונליזציה של מוצרים להפצה על פי אזורים, מתאימים כולם לאופיים החדשני של בתי הדפוס התעשייתיים היום.

בחירת האריזה

מנהלי מותג עושים שימוש באריזות גמישות כדי לרענן ולהפיח חיים בדימוי המוצר. טעמים חדשים, עיצובים שמושכים את העין, ואריזות נוחות לשימוש תורמים רבות לכוח המשיכה של המוצר; חנויות משתמשות במותג אחד כדי למלא בו את כול המדפים, מהעליון ועד לתחתון.

גורמים רבים משפיעים על תהליך בחירת האריזה, אשר מתחיל בהערכת צרכי השוק. חשוב ביותר לזהות מה צריך לארוז ומהי נקודת הפתיחה שלו אצל הצרכנים: מותג פרטי, מוצרים מיוחדים שנועדו לקידום

מכירות, השקה למטרת מבחן שוק, מוצרים שנועדו לשוק היופי והטיפוח, דוגמיות, מוצרים יבשים/באבקה, קפה, מאכלים מיוחדים או אזורים וכו'.

מגוון מוצרים או הרחבות קו מוצרים הן הזדמנות למתן מענה לצרכים המשתנים במהירות של סגנון החיים כיום. היום ממלאים הכול באריזות ניידות: ממוזודות ועד למכוניות וחדרי מלון. מדובר באריזות קלות, ארוזות בנפרד, או שניתנות לתלישה והפרדה. חטיפים בודדים במנות נוחות, חטיפי אנרגיה באריזות אטומות, תערובות שתייה לערבוב במים, דוגמיות שמפו לנסיעות, תוספי מזון, ואפילו מזון לבעלי חיים, יכולים כולם להיות באריזות גמישות.

שימור והגנה

טכנולוגיית האריזות הגמישות השתפרה רבות במטרה לאפשר מבנים טובים יותר שניתן להתאימם לדרישות הספציפיות של מגוון רחב של יישומי אריזות. קיימת גם דרישה גוברת והולכת לאריזה פחותה, כמו ביטול קרטונים יחידים, ועל כך אריזות גמישות מסוגלות לספק מענה. ממוצרים חדשים ועד להרחבת קו מוצרים, הפצת המוצרים דוחפת את בעלי המותגים להגביר את המהירות שבה הם מוציאים מוצרים לשוק. זה מלווה בקריאה לזמני אספקה קצרים יותר וריצות קצרות, שלכל אלה בעלי בתי דפוס המפיקים אריזות גמישות וגלילים צרים יכולים לתת מענה.

כמעט כל מגזר תעשייתי עושה שימוש באריזות גמישות, שיכולות לשמור מוצרים ולהגן עליהם, ובה בעת, גם לתת מענה לדרישה הגוברת והולכת לעיצוב אריזה חדשני, בעיקר במגזר הקמעונאי. החלק החיצוני מתוכנן כדי להציג לראווה את העיצוב הגראפי החדשני, שהינו חובה בתנאי השוק של היום, חומרי הציפוי הפנימיים מונעים חדירה או יציאה של חומרים זרים, גזים, ריחות או חומרים כימיים. במקרים מסוימים, יצרנים מקדישים מאמצים מיוחדים באריזה מחדש של מוצריהם הקיימים למטרת נוחות משופרת, מכירה מחדש ובטיחות, במקום לשנות את המוצר עצמו.



דוגמית התה הקר (iced tea) היא מוצר נייר עם למינציה מוצר ג'ל האנרגיה במרכז הינו גליל קוסמטיקה בפילם חטיפי האנרגיה הוא בחומר גלילי לחטיפים בפילם.

מאריזות פאון' לחומרים באבקה כמו מרקים או תערובות לשתייה, ועד לאריזות פאון' בפילם באטימות אופטימאלית עבור תחליבים ומגבונים, קיים מגוון רחב של מוצרי אריזות גמישות עבור כל סוגי השווקים והיישומים.



דוגמיות ויחידות לשימוש בודד מספקים נוחות שימוש, ניידות ובקרת כמויות

הגדרת האריזות הגמישות

אריזות גמישות עושות שימוש בשילוב חומרים – נייר, פילם ורדידים, שמספקים תכונות שונות שמטרתן להגן על תוכן האריזה, בין אם אלה אבקה, נוזל או מוצק. תהליך יצירת חומרים גולמיים לאריזות גמישות מערב בדרך כלל שני תהליכי למינציה שונים: שיחול (extrusion), (עיצוב של חומר פלסטי או מתכתי על-ידי העברתו במטבעת) והדבקה (adhesive).

למינציה בשיחול היא תהליך שבו שכבות של חומרי אריזה רב שכבתיים מחוברים זה לזה בלמינציה על ידי שיחול של שכבה דקה של שרף סינטטי מותך, כמו פוליאטילן (PE), בין השכבות. זהו בדרך כלל מבנה PET/PE/foil/PE - PPF, שמשמש בתעשיית הקוסמטיקה עבור יישומים רטובים או של אריזות דביקות. למינציה דביקה היא תהליך שבו שכבות יחידות של חומרי אריזה רב שכבתיים מחוברים בלמינציה זה לזה בעזרת דבק. גלילי קפה או חטיפים הם דוגמאות ליישומים אלה.

קיימים שלושה מרכיבים במבנה האריזה הגמישה והם: החלק החיצוני, המחסום וחומר האיטום. השכבה החיצונית היא המשטח המודפס והיא משרתת מטרת שונות, בהתאם לתוכן האריזה וסוג מכונת האריזה. בדרך כלל, השכבה החיצונית היא המשטח המודפס עבור מבנה לפני למינציה.

חומרי המחסום מספקי הגנה והם מבוססים על דרישות שמשתנות בהתאם למוצר שנארז, אורך החיים הרצוי של המוצר, האריזה, אחסון, תנאי ההפצה של המוצר המוגמר, כמו גם צרכים מיוחדים אחרים.

השכבה האוטמת היא חומר שידבק לעצמו או לפילם אחר בעזרת שימוש בחום ולחץ, ליצירת אטימה הרמטית שמונעת חדירה של גזים מבעד לאטמים אל תוך האריזה. שכבה זו מודבקת בדרך כלל על השכבה הפנימית של מבנה רב-שכבתי, על הצד שנמצא במגע עם המוצר. בין שיקולי ביצוע אחרים, המאפיינים של שכבה זו משתנים בהתאם למוצר שנארז ומהירות מכונת האריזה.

אריזות גמישות מאפשרות לבתי דפוס את האפשרות לפנות לכיוון עסקי חדש. היא מאפשרת להם למנף את האריזות כנקודת הבידול העיקרית של המותגים ולעשות זאת במהירות ובגיוון האפשרויות. שילוב יכולות אלה מאפשר לחברות שונות למנף אסטרטגיות שונות להגעת המוצרים מהר יותר לשוק ולקשור אותן להרחבת קווי יצור, ובכך להקדים את מתחריהם.

למה בכלל ללכת לכיוון של אריזות גמישות?

השוק גדול. על פי התאחדות האריזות הגמישות בארצות הברית, הגודל הכולל של שוק האריזות הגמישות בשנת 2008 היה 25.6 מיליארד דולר. 54% מכך היה על מזון קמעונאי ומוסדי, 10% על מוצרי צרכנות, 9% תעשייתי, 9% למוצרים קמעונאיים שאינם מזון, 8% למוצרים רפואיים ותרופות, 7% לשקיות קניות, ו- 4% למוצרים מוסדיים שאינם מזון.

האריזות הגמישות מספקת אסתטיקה ופונקציונאליות שיכולים להביא לרווח בשל המגמות הבאות בעולם האריזות:

- הדרישה הגוברת והולכת לאריזות "ירוקות" קוראת להפחתת החומרים ושימוש במוצרים מתכלים. אריזות קלות יותר תופסות פחות מקום אחסון, שמיתרגם לחיסכון ניכר בהוצאות אחסון והובלה, כמו גם תורמים ליוזמת האריזות הידידותיות לסביבה.
- הצרכנים בוחנים את האריזות בשל נוחות השימוש, טריות המוצר והכמויות.
- התאמת המוצרים והפצתם שואפת לספק חתך רוחב רחב יותר של מוצרים ארוזים שמותאמים לצרכים הספציפיים שלהם: מיקוד מותגים, נתחי אוכלוסיה קטנים יותר, מותגים ומוצרים רבים יותר כדי להציע ללקוחות בחירה גדולה יותר ואורך חיי מדף קצר יותר.
- הפחתת עלויות לצרכן ניתנות באמצעות מבנה דק יותר, ייצוב המוצר ומוצרים זמינים באופן גלובלי.