

Targi Packaging Innovations dowodem na restart branży

To jedyny czas w roku, kiedy cała branża może się spotkać w jednym miejscu – słowa uczestniczki najlepiej oddają charakter Międzynarodowych Targów Opakowań Packaging Innovations – najważniejszego wydarzenia branży, które 15-16 września odbyło się w EXPO XXI Warszawa. W tym roku w imprezie wzięło udział 3100 osób.

Tegoroczna 13. edycja targów zorganizowana została wspólnie z Festiwalem Marketingu i Druku. Połączenie sił dwóch dużych graczy – Targów w Krakowie oraz OOH Magazine zaowocowało szeroką ofertą wystawienniczą oraz ciekawym programem towarzyszącym. Wydarzenie spotkało się z bardzo dużym zainteresowaniem wystawców i zwiedzających, którzy podczas rozmów wielokrotnie podkreślali, jak bardzo tego typu spotkania są im potrzebne w pozyskiwaniu i utrwalaniu kontaktów, zdobywaniu wiedzy oraz czerpaniu inspiracji.

Znowu się spotykamy

Branża targowa ze zdwojoną siłą wraca na właściwe tory, czego najlepszym przykładem jest miniona impreza. Wszyscy – organizatorzy, wystawcy, goście oraz eksperci prowadzący prezentacje w strefie workShops – byli bardzo spragnieni branżowych wydarzeń. *Cieszę się, że ponownie mogliśmy stworzyć dogodną przestrzeń do biznesowych rozmów. Najlepszą dla nas nagrodą są gratulacje płynące od Wystawców, którzy na targach pozyskali dziesiątki nowych kontaktów.* – podsumowuje Ewa Woch, wiceprezes Targów w Krakowie.

Potrzeba bezpośrednich rozmów jest ogromna, o czym najlepiej świadczą słowa Wystawców. *Powodem decyzji o tegorocznym udziale w Targach Packaging Innovations był głód spotkań. Sprawy można załatwić poprzez komunikatory, jednak jesteśmy wychowani na spotkaniach bezpośrednich i zarówno my, jak i klienci mieliśmy już dość siedzenia. Chcieliśmy się spotkać, porozmawiać, wyjść gdzieś – to jest zupełnie inny klimat, innego typu rozmowy* – podkreśla Daniel Gawryś, Key Account Manager w firmie Fano Sp. z o.o. Podobnego zdania jest Artur Drożdż, specjalista ds. handlowych w Color-Press Sp. z o.o.: *O udziale w targach zdecydowała przerwa spowodowana pandemią. Byliśmy już bardzo stęsknieni za spotkaniami, za atmosferą towarzyszącą wydarzeniu, za rozmowami. Poza tym Targi Packaging Innovations są dla nas zawsze bardzo atrakcyjne i lubimy na nie przyjeżdżać.*

Minione miesiące wyraźnie pokazały, że pomimo szybkiej adaptacji do świata online, bezpośrednie kontakty nadal pozostają bezcenne. *Cieszymy się z udziału w wydarzeniu, z tego, że mogliśmy wrócić do życia targowego. Uważam, że największą wartością tego typu spotkań jest możliwość*

zaprezentowania oferty, której nie da się przedstawić przez telefon. Czasami spojrzenie na dany produkt „na żywo” otwiera oczy i stwarza pole do rozmowy – podsumował Piotr Kuligowski, specjalista ds. handlowych, Novacode. Sp. z o.o.

Wartość płynącą z bezpośrednich kontaktów podkreślali również odwiedzający.

Merytoryczne rozmowy

Organizatorzy Targów Packaging Innovations drugi rok z rzędu udowodnili, że przy zachowaniu obostrzeń sanitarnych można przygotować wydarzenie na najwyższym poziomie.

Przed przyjazdem zastanawialiśmy się, czy będzie duże zainteresowanie, czy dopisze frekwencja, jednakże Targi Packaging Innovations, jak zawsze miło nas zaskoczyły ciekawymi spotkaniami, dużą ilością klientów i bardzo interesującymi rozmowami. Cieszymy się, że możemy w końcu spotkać się w cztery oczy, a nie zza ekranu komputera. – podsumowała Aleksandra Czarniecka, Sale & Expert Specialist, Etigraf Sp. z o.o.

Firmy wielokrotnie podkreślały, że siłą Targów Packaging Innovations jest to, iż są one zwierciadłem branży. *Nazwa targów – Packaging Innovations brzmi adekwatnie do tego, co dzieje się na wydarzeniu, dlatego wystawiamy się tutaj cyklicznie. Targi traktujemy jako platformę do zdobywania wiedzy, poznawania trendów, zobaczenia tego, co dzieje się na rynku i co później możemy zaadoptować w naszych opakowaniach* – zaznaczył Bartosz Suski, Area Sales Manager, Jokey Poland Sp. z o.o.

Wiedza

Nieodłącznym elementem Targów Packaging Innovations są wykłady w strefie workShops. To niepowtarzalna okazja, aby bezpłatnie wziąć udział w prezentacjach prowadzonych przez specjalistów, którzy podczas swoich wystąpień dzielą się wiedzą i doświadczeniem. W tym roku spotkania poprowadziło 12 ekspertów. Wśród nich można było spotkać m.in. Rainera Kuhna, dyrektora Zarządzającego PrintCity Alliance wraz z przedstawicielami firm stowarzyszenia: PC Print, WEILBURGER oraz Graphics omawiającego temat „Sustainable Premium Packaging”, Mikołaja Maślińskiego, prezesa zarządu spółki MAŚLIŃSKI Law & Consulting sp. z o.o., przedstawiającego temat: „Rozszerzona odpowiedzialność producenta w świetle projektowanych przepisów. Czy czeka nas rewolucja na rynku opakowań?”, czy Irka Korczyńskiego ze Studia IKAR, przybliżającego zagadnienie „Promocji marki przez branding”.

Młode talenty

Pierwszego dnia targów wręczono nagrody w 10. edycji Konkursu Strefa Studenta. Celem konkursu jest stworzenie szansy młodym, zdolnym projektantom, którzy stawiają pierwsze zawodowe kroki. Udział w Packaging Innovations umożliwia im poznanie przedstawicieli kluczowych firm na rynku, którzy poszukują młodych talentów. Głosem Jury w 10. edycji Konkursu Strefa Studenta zwyciężyli:

- w kategorii **Wrażenie** - Gabriela Żeludziejewicz prezentująca Opakowanie na czekoladę „Cre-ate chocolate”
- w kategorii **Funkcjonalność i Forma** - Gabriela Skrobacka prezentująca OKres BOX opakowanie na środki higieniczne
- w kategorii **Szata Graficzna** - Michalina Garnik prezentująca Opakowanie na miód z funkcją pop-upu

Dodatkowo w kategorii **Wrażenie** wyróżnienie otrzymał Wojciech Zabel prezentujący „Hair Bands - Seria opakowań na gumki do włosów”.

Pomimo wielu zmian wokół, jedno pozostaje niezmiennie – potrzeba kontaktu, rozmowy, dzielenia się wiedzą i doświadczeniem. Zadanie to spełniają targi, które od lat są forum wymiany doświadczeń i dyskusji o nadchodzących trendach.

Na kolejną edycję Packaging Innovations zapraszamy 31-05-1.06.2022 do EXPO XXI Warszawa.

Wg inf. organizatora