

Labelexpo Europe: uitstel maar geen afstel

Alain Vermeire |

De internationale vakbeurs Labelexpo Europe 2021 in Brussels Expo was gepland van 21 tot 24 september. De Covid-19-pandemie besliste er anders over. Labelexpo Europe verschuift naar 26-29 april 2022. Ondertussen zat de labelindustrie niet stil. *Grafisch Nieuws* houdt de vinger aan de pols en brengt de opvallendste sectortendensen in kaart. Meer aandacht voor duurzaamheid is er maar één van.

Labelexpo Europe is een tweejaarlijks evenement. De laatste editie werd in 2019 georganiseerd. Er waren 600 standhouders en 37.000 bezoekers. Het is een internationale expo waar bedrijfsleiders uit de label- en verpakkingswereld graag naar toe komen om elkaar te ontmoeten en te netwerken. De belangrijkste machine-, software- en materiaalfabrikanten zijn op de beursvloer aanwezig. Het is zoals Drupa, maar dan voor de label- en verpakkingssector. Labelexpo Europe biedt voor landgenoten het voordeel dat het in Brussel wordt georganiseerd: geen verre ver-

plaatsingen en overnachtingen. Zaakvoerders en specialisten van offsetdrukkerijen en grafimedia-bedrijven hebben er baat bij de beurs te bezoeken. Nieuwsgierigheid is een voedingsbodem voor innovatie en diversificatie.

De ene sector is de andere niet

TLMI (Tag & Label Manufacturers Institute) is een Amerikaanse ledenorganisatie voor de industrie van labels en verpakkingen. Voor het meest recente rapport van TLMI (het Market Watch rapport), werden een honderdtal Noord-Amerikaanse converters met smalbaanpersen ondervraagd



In 2019 verzamelde Labelexpo Europe 600 standhouders en 37.000 bezoekers.



De volgende editie van Labelexpo Europe vindt plaats van 26 tot 29 april 2022 in Brussel.

over de impact van de coronacrisis op hun business. Uit het rapport blijkt dat ondanks de pandemie de totale omzet bij 72 procent van de ondervraagden is gestegen. Negentien procent rapporteerde een omzetsdaling. Niet alle markten kennen omzetsstijgingen. In afnemende volgorde kenden huishoudchemicaliën (+9%), transport/logistiek, voedsel en drank de grootste groei. Duurzame goederen en vooral automotive (-8,2%) vertonen een negatieve groei in de eerste drie kwartalen van 2020 ten opzichte van 2019. Finat, de Europese vereniging voor de zelfklevende labelindustrie, hield een soort-

gelijke bevraging bij haar leden voor haar Finat Radar-rapport. De conclusies zijn dezelfde. De sectoren levensmiddelen, dranken en huishoudchemicaliën zijn sterk gegroeid; horeca, duurzame consumentengoederen en automotive delen in de klappen. Een voor de hand liggende conclusie is dat diversificatie cruciaal is voor labelproducenten en dat een portefeuille met meerdere en kleinere klanten veiliger is dan een portefeuille met slechts enkele zeer grote klanten. Het is bij onverwachte gebeurtenissen zoals de coronapandemie gevaarlijk om uitsluitend actief te zijn in nichemarkten.

**XEIKON**

LEAP FORWARD WITH A XEIKON PANTHER

Facing short runs and more demanding customers, staying both profitable and agile to stay ahead is the name of the label game. Digital label printing complements traditional technology in that way. Xeikon's Panther UV inkjet technology is perfect for high speed, durable, high gloss digital label printing for health & beauty, premium beers and chemical labels.

Xeikon PX30000: High speed and 7 colors

The digital complement
to your flexo

Xeikon PX3000: Entry-level and highest durability

Hassle free short-run
digital labels





Nieuwsgierigheid is een voedingsbodem voor innovatie en diversificatie.

Conventionele druktechnologie blijft belangrijkste productietechniek

Uit het TLMI-rapport blijkt verder dat conventionele pers-technologie met voorsprong de belangrijkste productietechniek blijft. Digitaal kreeg tijdens de coronaperiode een flinke duw in de rug voor de productie van spoedbestellingen. Maar ook het bestaande conventionele machinepark kwam onder druk te staan waardoor TLMI-converters aangaven hierin eerder te willen investeren. Van de bedrijven die in 2021 een digitale pers willen aanschaffen, opteert meer dan veertig procent voor een tonergebaseerd exemplaar, inkjet is goed voor een kwart en twaalf procent overweegt een hybride persconfiguratie. HP Indigo bekleedt met zijn gamma van tonerpersen (vellen en rollen) een stevige marktpositie en is een sterk merk in de labelmarkt. Het verklaart wellicht de nog steeds grote belangstelling voor toner-technologie. Ook Xeikon heeft met zijn tonerrotatiepersen een stevige reputatie en een positief track re-

cord uitgebouwd. Xeikon heeft zowel toner- als inkjetpersen in zijn machineprogramma.

Van milieuslogans naar duurzaamheidsdoelen

De bezoekers van Labelexpo 2019 werden overweldigd door de vele milieuslogans op de stands van machine- en mediafabrikanten. Je kon er gewoon niet naast kijken. Ik herinner mij een gesprek in de wandelgangen van Brussels Expo met een eigenaar van labeldrukkerijen, die erg sceptisch was ten opzichte van de duurzaamheidstrend. De Zweedse klimaatsactiviste Greta Thunberg was op 21 februari 2019 nog meegestapt in de zevende mars voor het klimaat in ons land. Het had de gemoederen beroerd en het lag nog vers in het geheugen. Deze bedrijfsleider breekt vandaag in interviews een lans voor duurzaamheid. De mindset is met andere woorden veranderd, ook bij retailers en merkeneigenaars. Die publiceren regelmatig hun duurzaamheidsdoelen en richtlijnen voor labels en verpakkingen. 'This is forward' is de naam van het duurzaamheidsactieplan van Coca-Cola: "We hebben een



Workflowautomatisatie is een belangrijk thema voor de label- en verpakkingindustrie.

ambitieuze route uitgestippeld voor al onze verpakkingen. De bestemming? Circulariteit. Dat begint bij 100% recycleerbaarheid. Coca Cola is natuurlijk geen eiland. We werken samen met een enorm ecosysteem van partners en leveranciers. Wij willen ervoor zorgen dat we in elke schakel van die waardeketen ethisch en duurzaam handelen. Met respect voor planeet, mens en dier." Labels en verpakkingen zullen naast het trekken van aandacht en het bevatten van alle noodzakelijke informatie, in de toekomst goed moeten presteren in de end-of-life fase.

Duurzaamheid als strategische pijler

Duurzaamheid - een van de zes strategische pijlers van Finat - en de circulaire economie domineerden ook de derde dag van het vierdaags online 2021 Finat Label Europe Forum evenement (eind mei-begin juni). Er werd gesproken over hoe de labelindustrie haar klanten kan bedienen en tegelijkertijd de impact op het milieu kan beperken. Labeldrukkerijen kunnen hun engagement etaleren door samen te werken met milieugecertificeerde fabrikanten en part-

ners. Een goede leidraad voor de uitbouw van een meer duurzaam bedrijf, is de zogenaamde 'afvalhiërarchie'. Het is de volgorde van prioritaire acties die moeten worden ondernomen om de hoeveelheid geproduceerd afval te verminderen en de algemene afvalbeheerprocessen en -programma's te verbeteren. De afvalhiërarchie bestaat uit de bekende 3 R's: Reduce, Reuse, Recycle (verminderen, hergebruiken, recyclen). Reduceren kan door het optimaliseren van de productieprocessen, waardoor minder drukplaten en producten worden gebruikt en het aantal misdrukken wordt gereduceerd. Workflowautomatisatie speelt hierin een belangrijke rol. Workflow is een belangrijk thema voor de label- en verpakkingindustrie. Het is de weg vooruit.

Belgische labelbedrijven doen er alvast goed aan om hun milieuprestaties in de kijker zetten op hun bedrijfswebsite. Een kleine steekproef leert dat dit veel beter kan. Hoe? Benchmark daarvoor met de beste nationale en internationale bedrijven. Het is een kleine inspanning die uw bedrijf heel wat goodwill kan opleveren. ■