

기업의 성공 일구는 포장전시회 Interpack 2011

방문자 중 구매력 의사 결정권자 75%

라인메세(주) 자료제공

지난 5월 12일부터 18일까지 전 세계 60개국
의 2,700여개 출품 업체의 참여로 독일 뒤셀도
르프의 19개 전시관을 모두 메운 대규모 행사
이자 포장계의 자랑인 독일 뒤셀도르프 포장전
시회가 막을 내렸다. 이 전시회는 53년의 역사
를 자랑하며 세계 포장 산업 분야를 선도하는
국제 포장 전시회 Interpack 2011로 매 3년 주
기로 열리는 전세계 포장업체가 모이는 최고의
전시회로 그 어느때보다도 성공적인 성과를 거
두고 현황리에 막을 내렸다.

Interpack 2011의 출품 업체들은 다른 어떤
전시회와도 비교할 수 없는 최고의 분위기에서
수준 높은 전문 방문객들과 수많은 비즈니스 미
팅을 성사시켜 만족할만한 성과를 거두었다고
입을 모았다.

이 업체들 중 다수의 출품 업체들이 전시회
종료 후 곧바로 수익을 창출할 수 있는 계약을
성사시켰는데 그 원인은 상담활동을 벌인 대부
분의 전문 방문객들이 제품 구매 결정권을 가진
기업 내 최고 관리자였기 때문이다.

독일 자동포장기계 전문 기업으로써 세계시
장 최고의 점유율을 자랑하는 Multivac Sepp

Haggenmueller의 대표이사인 Christian
Traumann 씨는 “전시 부스에서 우리 제품에
대한 관심은 엄청났다. 우리는 2008년도보다
약 30% 이상의 미팅을 성사시켰고 그 중 대부
분이 각 기업의 최고 간부급, 브랜드 제조자, 또
는 구매 잠재력을 지닌 새로운 고객이었다. 수
많은 다른 출품업체들도 모두 우리와 같은 상황
이었다. interpack 2011은 지속적인 경제 회복
세를 확인할 수 있는 좋은 기회였다”며
Interpack 2011에 대한 소감을 밝혔다

방문객 비율을 살펴보면 Interpack 2011에
는 지난 2008년 보다 기업 내 의사 결정권자의
분포가 약 75%로 확연히 증가한 것을 주목할
수 있다. 구매력을 지닌 의사 결정권자 중에서
도 최고 관리직에 종사하는 방문객의 비율이 증
가세를 나타냈다.

총 방문객 16만 6천명 중 60퍼센트인 10만
명이 독일 이외의 국가에서 Interpack을 방문
했다. 포장산업 분야에서 변함없이 세계를 선도
하는 Interpack 전시회의 국제성을 증명하는
부분이다.

Interpack 2011의 세 가지 테마는 지속성,

안전성 그리고 편의성이었으며 전시회 컨셉에 대한 방문객의 평가는 훌륭했다.

7일 간의 전시 기간 중 4일 짜인 5월 15일부터 방문객이 집중되었다. 대부분의 전문 방문객들이 5월 14일 뒤셀도르프 전시장내 Esprit Arena에서 개최된 Eurovision Song Contest 2011 결승 대회 이후에 전시장을 찾았기 때문이다.

우수한 퀄리티와 디자인으로 Interpack 2011의 특별 테마관이 방문객의 마음을 사로잡았다. 이러한 특별 행사로 Interpack은 더욱 더 다른 어떤 전시회와 비교할 수 없는 커뮤니케이션의 플랫폼이며 세계적인 명성을 유지할 수 있다고 출품 업체와 전문 방문객들이 입을 모았다.

현재 세계적인 식량낭비 문제를 겨냥하여

Interpack 전시회 주최자인 메쎬 뒤셀도르프와 UN식량농업기구(FAO)의 협력 하에 SAVE FOOD라는 특별 전시 및 세미나가 개최되었다.

5월 16일, 17일 이틀 간에 전 세계에서 300여명이 세미나에 참석하여 우리 일상생활에서 발생하는 모든 제품 소비과정 중 효율적으로 식품낭비를 방지할 수 있는 방법을 제시했다. 식품 관련 생산자를 비롯해서 포장업체, 판매자, 정치계 인사, NGO(민간국제단체) 대표 등 참석자 모두 건설적인 대화의 기회였다고 소감을 밝혔다.

Ilse Aigner(식량, 농업, 소비자 보호부 장관), Toepfer 교수(독일 수상 Angela Merkel 임명한 원자력 윤리위원회장이자 UN환경프로그램 전 대표), Shradda Shrida Jadhav(인도 뭍바이



▲ Interpack 2011 전경

시장)을 비롯한 수준 높은 강연자들이 세계적인 이슈인 식량낭비 문제를 다양한 관점에서 토론하였다.

메세 뒤셀도르프 대표이사인 Werner Matthias Dornscheidt 씨는 이렇게 말했다.

“처음으로 개최된 SAVE FOOD의 성공은 우리가 포장산업 외 다른 분야에서도 성공할 수 있는 우리의 국제적인 경쟁력을 증명하고 있다.

SAVE FOOD는 현재 국제적으로 거론되고 있는 가장 중요한 이슈를 논의할 대화의 시발점을 제공했다. 우리는 FAO(국제연합식량농업기구)와 협력하여 이 특별 전시를 계속 진행하기로 FAO의 담당이사인 Traore씨와 합의했다.”

2011년 10월, World Food Day가 개최되는 주간에 FAO 본부가 위치한 로마에서 Interpack의 SAVE FOOD를 주제로 한 전시회를 개최할 예정이다.

SAVE FOOD 뿐만 아니라 또 다른 특별 주제인 INNOVATIONPARC PACKAGING과 METAL PACKAGING PLAZA도 방문객들의 커다란 관심을 끌었다.

전시관 7a에서 개최된 INNOVATIONPARC PACKAGING은 “Quality of Life”라는 모토 하에 Health(건강), Meaning(의미), Aesthetics(디자인), Simplicity(단순성), Identity(정체성) 이 5개 테마로 이 특별 전시에 참여하는 기업들의 제품을 다섯 파트로 분류하여 각각 매장의 형태로 하나의 공간을 구성하였다.

이 컨셉은 방문객과 출품 업체 모두에게 호평을 받았다.

또한 INNOVATIONPARC PACKAGING에서는 다양하고 획기적인 포럼을 개최하여 건설적인 대화와 창조적인 아이디어를 공유하였다. 많은 방문객들이 이 곳에서 기업들과 접촉하여 더욱 심도있는 대화와 요구 사항들에 대해 논의하였다.

전시관 11에서 새롭게 개최된 METAL PACKAGING PLAZA도 금속 포장산업 분야의 정보 교류와 대화의 장으로 특색을 지니게 되었다.

이 특별 전시 공간의 중앙 포럼 공간에서 다양한 프레젠테이션이 시연되는 동안 라운지 공간에서는 금속 포장 제품 공급 업체와 잠재적소비자와의 미팅이 이루어졌다.

METAL PACKAGING PLAZA는 Interpack에서 금속 포장 관련 전문가들의 만남의 장소가 되었으며 여기에 참여한 메탈 패키징 협회와 기업들은 매우 긍정적인 평가를 내렸다. ☐

기술원고를 모집합니다.

**포장과 관련된 신기술을
발표할 업체와 개인은
‘월간 포장계’ 편집실로
연락주시기 바랍니다.**

**편집실 : (02)2026-8655~9
E-mail : kopac@chollian.net**