



Biuletyn Opakowaniowy

Polskiej Izby Opakowań

Rok 13, Numer 1, luty 2008 r.

ISSN 1734-4603

Cena 6,00 zł

Oznaczenia ekologiczne – krótki przewodnik dla przedsiębiorców (cz. 2)

3. Najbardziej znane oznaczenia ekologiczne

Na świecie istnieje co najmniej kilkadziesiąt systemów ekoznakowania. Niektóre z nich mają charakter ściśle branżowy, inne mogą być umieszczane na wielu kategoriach wyrobów.

Polscy producenci mogą uzyskać większość z ekologicznych oznakowań istniejących na świecie. Ze względu na różnice w kryteriach ich przyznawania posiadanie jednego z oznaczeń nie prowadzi automatycznie do możliwości umieszczenia na produkcie innych. Z tego względu każdy producent powinien wybrać te z oznaczeń, które są najlepiej rozpoznawalne (wśród konsumentów lub kontrahentów) na rynku, na który zamierza eksportować. Nie zawsze oznaczenia o najszerszym zasięgu geograficznym są najlepiej rozpoznawalne na rynku lokalnym. Dzieje się tak na przykład w Skandynawii, gdzie najlepiej znane są oznaczenia miejscowe, a nie oznaczenia europejskie.

Poniżej przedstawiono kilka najlepiej znanych w Europie oznaczeń. Osoby zainteresowane innymi ekoznakami powinny zajrzeć na stronę internetową Global Ecolabelling Network, organizacji grupującej instytucje zajmujące się certyfikacją ekologiczną. Na stronie o adresie <http://www.gen.gr.jp> można znaleźć linki do wszystkich dużych systemów oznaczeń ekologicznych wraz z ich krótkim omówieniem.



a) Europejska Stokrotka

Europejska stokrotka jest wielobranżowym oznaczeniem powstałym w roku 1992. Obecnie funkcjonuje w oparciu o rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady Europejskiej nr 1980/2000/EC oraz decyzje dotyczące poszczególnych kategorii produktów. Oznaczenie europejskie posiada najszerzy zasięg geograficzny ze wszystkich eko-znaków. Można je uzyskać w każdym z krajów członkowskich Wspólnot, a także w Norwegii, Islandii i Lichtensteinie.

Do tej pory 400 produktów wytwarzanych przez ponad 120 firm zostało oznaczonych tym europejskim oznaczeniem ekologicznym.

Jakkolwiek wśród firm które uzyskały prawo do umieszczenia na swoich produktach europejskiego oznaczenia ekologicznego znajdują się i duże międzynarodowe koncerny, europejski system certyfikacji ekologicznej jest otwarty dla małych i średnich firm. Mogą one uzyskać zniżki w opłatach związanych z umieszczeniem oznaczenia.

O przyznanie europejskiego eko-znaku mogą wystąpić producent, importer, usługodawca i dystrybutor produktu na dowolnym rynku europejskim. Wniosek o jego przyznanie powinien być złożony w kraju, w którym produkt zostaje po raz pierwszy wprowadzony do obrotu. Dotyczy to również produktów wytworzonych poza krajami Unii.

Do tej pory żadna polska instytucja nie była upoważniona do nadawania europejskiego oznaczenia ekologicznego. Po przyjęciu naszego kraju do Wspólnoty Europejskiej takim podmiotem jest Polskie Centrum Badań i Certyfikacji, które nadawało polskie oznaczenie ekologiczne. Organizacje odpowiedzialne za przyznawanie europejskiego oznaczenia ekologicznego nazywane są „competent bodies”. Ich lista znajduje się na stronie internetowej której adres podano uprzednio. Oznaczenie uzyskane w jednym z krajów Wspólnoty jest ważne na terenie pozostałych krajów Unii Europejskiej, a także Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EEA- European Economic Area)¹.

Zgodnie z rozporządzeniem 1980/2000/EC kryteria przyznawania europejskich oznaczeń ekologicznych są opracowywane dla produktów, które w sposób znaczący wpływają na jakość środowiska. Powinny to być również produkty których sposób wytwarzania można w istotny sposób zmodyfikować z korzyścią dla ekologii.

Komisja Europejska opracowała szczegółowe warunki nadawania oznaczeń ekologicznych dla 14 grup produktów. Ich lista wraz z podaniem miejsca publikacji

1. Do EEA należą: Norwegia, Lichtenstein, Islandia

odpowiadających nim kryteriów ekologicznych znajduje się poniżej:

Nazwa produktu	Miejsce publikacji (numer dziennika urzędowego Wspólnot Europejskich)
Papier tissue(Tissue paper)	L 142 z dnia 29.05.2001 r.
Zmywarki do naczyń (Dishwashers)	L 198 z dnia 22.07.1991 r.
Nawozy do gleby (Soil Improvers)	L 198 z dnia 22.07.1991 r.
Materace (Bed Mattresses)	L 236 z dnia 04.09.2002 r.
Farby i lakiery do malowania wewnątrz budynków (Indoor paints and varnishes)	L 236 z dnia 04.09.2002 r.
Obuwie (Footwear)	L 236 z dnia 04.09.2002 r.
Tekstyliia (Textile products)	L 133 z dnia 18.05.2002 r.
Komputery osobiste (Personal Computers)	L 133 z dnia 18.05.2002 r.
Detergenty do prania (Laundry Detergents)	L 133 z dnia 18.05.2002 r.
Detergenty do zmywarek (Detergents for dishwashers)	L 133 z dnia 18.05.2002 r.
Papier do kopiarek Copying (and graphics) paper	L 237 z dnia 05.09.2002 r.
Żarówki (Lightbulbs)	L 242 z dnia 10.09.2002 r.
Komputery osobiste (Portable Computers)	L 242 z dnia 10.09.2002 r.
Lodówki (Refrigerators)	L 242 z dnia 10.09.2002 r.
Pralki (Washing machines)	L 242 z dnia 10.09.2002 r.
Środki czyszczące i środki czyszczące do urządzeń sanitarnych (All purpose cleaners and cleaners for sanitary facilities)	L 242 z dnia 10.09.2002 r.
Telewizory (televisions)	L 242 z dnia 10.09.2002 r.
Detergenty do zmywania naczyń (hand dishwashing detergents)	L 214 z dnia 8.08.2001 r.

Prawo umieszczania europejskiego oznaczenia ekologicznego nie jest przyznawane producentom lekarstw i żywności² i napojów. Nie można również umieścić „stokrotki” na produktach zawierających substancje uznane za niebezpieczne w dyrektywie 93/42/CEE³

Europejskiemu oznaczeniu ekologicznemu poświęcona jest strona internetowa

<http://www.europa.eu.int/ecolabel>

2. Producenci żywności mogą starać się o uzyskanie oznaczenia "organic farming product" na podstawie rozporządzenia Wspólnot Europejskich nr. 2092/91 opublikowanego w dzienniku urzędowym serii L 198 z dnia 22/07/1991
3. Dziennik Urzędowy serii L nr 200 z dnia 30.07.1998

Wszyscy, którzy chcą uzyskać dalsze informacje na temat „europejskiej stokrotki” mogą również skorzystać z bezpłatnego serwisu informacyjnego:

Eco-label help desk

c/o Bradley Dunbar Associates, Sotland House
Rond- Point Schuman 6, B-1040 Brussels
Tel/Fax + 32 2 282 84 54
E-mail: ecolabel@cec.eu.int

W chwili obecnej przygotowywana jest istotna zmiana przepisów dotyczących europejskiego oznaczenia ekologicznego. Planuje się powiązanie tego systemu z regulacjami dotyczącymi dopuszczenia do obrotu (oznaczaniem produktów znakiem CE). Może to spowodować istotny wzrost popularności "europejskiej stokrotki". Przedsiębiorca zlecający badania związane z uzyskaniem europejskiego znaku bezpieczeństwa będzie mógł jednocześnie przeprowadzić badania niezbędne do uzyskania eko-znaku.

b) „Nordycki Łabędź” (Nordic Environmental Label)



Nordycki łabędź jest najbardziej znanym oznaczeniem ekologicznym w Norwegii, Szwecji, Danii, Finlandii i Islandii. Mogą go uzyskać producenci, importerzy oraz sprzedawcy produktu, który spełnia określone kryteria ekologiczne iden-

tyczne we wszystkich wymienionych krajach. Kryteria te odnoszą się zarówno do samego produktu, jak i do całego procesu jego produkcji (cradle to grave approach).

W ramach skandynawskiego systemu oznaczeń ekologicznych zostały opracowane kryteria ekologiczne dla 49 grup produktów. Można wśród nich wymienić różne typy papieru i produktów z niego wytwarzanych (np. filtry do kawy, koperty), produkty chemiczne używane w gospodarstwie domowym, kosmetyki (mydła i szampony), materiały budowlane, różne typy pieców, urządzenia biurowe, sprzęt AGD, różne rodzaje baterii, drewniane meble, hotele i żarówki Lista wszystkich produktów które mogą być oznaczone skandynawskim eko-znakiem oraz kryteria dla tych produktów (również w języku angielskim) znajduje się na stronie internetowej organizacji SIS Miljömärkning AB, której adres zamieszczono niżej poniżej.

Wszelkie dodatkowe informacje na temat skandynawskiego oznaczenia ekologicznego można również uzyskać w organizacjach odpowiedzialnych za jego nadawanie.

Norwegia

Stiftelsen Miljømerking i Norge
 Kristian Augusts gate 5
 N-0164 Oslo
 Tel: +47 22 36 07 10
 Fax: +47 22 36 07 29
 E-mail: info@ecolabel.no
 www.ecolabel.no

Dania

dk-Teknik Energi & Miljø
 Gladsaxe Møllevvej 15,
 DK-2860 Søborg
 Danmark
 Tel: +45 39 69 35 36
 Fax: +45 39 69 21 22
 E-mail: lehansen@dk-teknik.dk
 www.ecolabel.dk

Szwecja

SIS Miljömärkning AB
 118 80 Stockholm
 Besöksadress: St Paulsgatan 6
 Tel.: +46 8 55 55 24 00
 Fax: +46 8 55 55 24 01
 E-mail: svanen@sis.se
 E-mail: blomman@sis.se

Finlandia

SFS Miljömärkning
 Box 116
 FIN-00241 Helsingfors
 Tel: +358 9 149 9331
 Fax: +358 9 149 933 20
 E-mail: joutsen@sfs.fi
 www.sfs.fi

Islandia

Environmental and Food Agency
 Box 8080
 IS-128 Reykjavik
 Tel.: +354 5 85 10 00
 Fax: +354 5 85 10 10
 E-mail: tore@hollver.is

Warto zaznaczyć, że poza nordyckim łabędziem w krajach skandynawskich istnieją również inne systemy znakowania ekologicznego. Takim oznaczeniem jest szwedzkie oznaczenie „dobry zielony wybór” (**Good environmental choice**) istniejące od 1988 roku. W ramach systemu związanego z tym oznaczeniem opracowano kryteria ekologiczne dla 13 grup produktów. Prawo do „dobrego zielonego produktu” posiada Svenska Naturskyddsforeningen (Szwedzkie Stowarzyszenie Ochrony Przyrody). Ta potężna organizacja współtworzyła również system ekologicznej certyfikacji komputerów i innych urządzeń **TCO'95**

i **TCO'99**. Oznaczenie to stało się standardem w branży komputerowej.

**c) Niemiecki "błękitny anioł"**

Niemiecki eko-znak (Umweltbundesamt) zwany potocznie „błękitnym aniołem” (blauer-engel) jest najstarszym oznaczeniem ekologicznym istniejącym w Europie.

System certyfikacji, z którym jest związany powstał w 1977 roku. Obecnie zarządza nim Federalne Ministerstwo Środowiska, Ochrony Przyrody i Bezpieczeństwa Nuklearnego za pośrednictwem Federalnej Agencji Środowiska (Umweltbundesamt) oraz RAL Niemieckiego Instytutu Jakości i Certyfikacji (Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V).

W chwili obecnej ponad 4.000 produktów wytworzonych przez kilkaset firm zostało oznaczonych niemieckim eko-znakiem. Wśród nich znajdują się także przedsiębiorstwa spoza Niemiec z takich krajów, jak Japonia, Szwajcaria, Holandia, Austria, Belgia, Francja i Stany Zjednoczone⁴. Ogółem, firmy zagraniczne stanowią 13% przedsiębiorstw, które umieszczają na swoich produktach niemieckie oznaczenie ekologiczne.

Jury Umweltzeichen - niezależne gremium grupujące przedstawicieli biznesu, nauki i organizacji zajmujących się ochroną środowiska opracowało kryteria przyznawania niemieckiego oznaczenia dla kilkudziesięciu kategorii produktów. Znajdują się wśród nich różne rodzaje papieru, urządzenia biurowe (komputery, faksy, kopiarki), urządzenia gospodarstwa domowego (zmywarki, suszarki, pralki), urządzenia RTV (telewizory), baterie i akumulatory, tapety, farby i lakiery, produkty tekstylne, różne rodzaje detergentów i kosmetyków, urządzenia ogrodowe, opony itp. Szczegółowa lista wszystkich kryteriów ekologicznych znajduje się na stronie internetowej, której adres został podany poniżej.

Wszelkie dodatkowe informacje (również w języku angielskim) dotyczące niemieckiego oznaczenia ekologicznego można uzyskać na stronie internetowej: **<http://www.blauer-engel.de>**

oraz w niemieckim instytucie Jakości i Certyfikacji:

RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung e.V. Sigeburger Straße 39,
 53757 St. Augustin,
 Tel: 022 41 160523 lub 36
 Fax 022 41 160511

4/ Zgodnie z informacjami uzyskanymi w organie zarządzającym systemem żaden polski produkt nie został oznaczony „błękitnym aniołem”.

d) Inne oznaczenia ekologiczne

Na świecie istnieje wiele ekologicznych oznaczeń o charakterze lokalnym. Pomimo wprowadzenia systemów międzynarodowych ich rola wzrasta. W wielu krajach możliwe jest certyfikowanie jednego wyrobu wieloma oznaczeniami. W takiej sytuacji przedsiębiorcy decydują się nierzadko na uzyskanie kilku oznaczeń. Koszt takiej operacji nie jest dużo większy niż uzyskanie tylko jednego oznaczenia. Wynika to z faktu, że kryteria ekologiczne opracowane w różnych systemach są do siebie zbliżone. Przykładem mogą tu być kryteria ekologiczne opracowane dla polskiego oznaczenia. Są one wzorowane na kryteriach opracowanych dla systemu skandynawskiego (nordyckiego łabędzia).

W zestawieniu poniżej przedstawiono bardziej znane oznaczenia ekologiczne wraz z odpowiednim logo.

Oznaczenie: Milieukeur

Kraj: Holandia

Adres organizacji odpowiedzialnej za system certyfikacji:

The Stitching Milieukeur
Eisenhowerlaan 150
PO Box 17186
NL-2502 CD The Hague
Tel: +31 (0)70 350 2517
E-mail: milieukeur@milieukeur.nl



Uwagi: Oznaczenie szczególnie popularne wśród holenderskich producentów żywności.

Oznaczenie: AENOR Medio Ambiente

Kraj: Hiszpania

Adres organizacji odpowiedzialnej za system certyfikacji: AENOR Division

Certification Producto
C/GENOVA, 6
Madrid 28004
Tel: +34 91 432 60 00
Fax + 34 91 310 45 96
E-mail: producto@aenor.es



Oznaczenie: Green Seal

Kraj: USA

Adres organizacji odpowiedzialnej za system certyfikacji:

Green Seal Inc.
1001 Connecticut Avenue, NW, Suite 827
Washington, DC 20036-5525
Tel: + 1 202 872 6400
Fax: +1 202 872 6400
E-mail: aweissman@greenseal.org



Oznaczenie: Environmental ChoiceM Program (ECP)

Kraj: Kanada

Adres organizacji odpowiedzialnej za system certyfikacji:

Terra Choice Environmental Services Inc.
2781 Lancaster Road, Suite #400
Ottawa, Ontario, Canada
K1B 1A7
Tel: +1 613 247 1900
Fax: +1 613 247 2228
E-mail: jpolak@terrachoice.ca
<http://www.terrachoice.ca>



Oznaczenie: Ecomark

Kraj: Japonia

Adres organizacji odpowiedzialnej za system certyfikacji:

Ecomark Office
Japan Environment Association (JEA)
Office Tornamon 1 Bldg. 5F 1-5-8
Minato-ku, Tokyo 105-0001
Tel: +81 3 3508 2651
Fax: + 81 3 3508 2570
E-mail: br4s-tgc@asahi-net.or.jp
<http://www.jeas.or.jp/ecomark/english>



Oznaczenie: Ekologický Šetrný Výrobek

Kraj: Czechy

Adres organizacji odpowiedzialnej za system certyfikacji:

Ministry of Environment
Lsovicka 65, 100 10 Praha 10
Tel: +42 2 6712 2385
Fax: +42 2 6731 0340
E-mail: sucharovova_dagmar@env.cz



Źródło: euroinfo.com.pl

Rozpoczęto produkcję pierwszych zamknięć z biopolimerów do butelek PET

Pierwsze na świecie rozkładalne przez mikroorganizmy zamknięcia do butelek PET do napojów wyprodukowano z biodegradowalnego termoplastu. Polimer ten wytwarzany przez włoską kompanię Novamont otrzymał nazwę Mater-Bi.

Jak wykazały badania, nowe zamknięcia które nazwano BioCap, odpowiadają europejskim normom w zakresie dyfuzji tlenu oraz odpowiadającym temu wskaźnikowi zamknięciom wykonanym z tradycyjnych rodzajów polietylenu wysokiej gęstości (HDPE).

Nowe, biodegradowalne zamknięcia odpowiadają również odpowiedniej ekologicznej dyrektywie UE nr 2002/95/EC dotyczącej ograniczania stosowania określonych szkodliwych substancji - Restriction of Hazardous Substances (RoHS).

Szwajcarska firma Wiedmer AG i niemiecka sieć aptek Ihr Platz przyłączyły się do projektu komercjalizacji nowego produktu – pierwszego zamknięcia z biopolimerów. Zajmą się one wdrożeniem tego wyrobu do masowego obiegu towarowego.

PlastEkspert

Źródło: www.e-plastic.ru

Alternatywą dla aluminiowej puszkii może być puszka z kartonu

Międzynarodowa Grupa SAGENTIA (z siedzibą w Cambridge, UK) opracowała nowe, rewolucyjne opakowanie, charakteryzujące się właściwościami puszkii aluminiowej: trwałością oraz nieprzepuszczalnością gazów i wody.

Jego produkcja jest znacznie tańsza i jest ono bardziej bezpieczne dla środowiska naturalnego.

Nowe opakowanie, tak jak aluminiowa puszka może utrzymywać w sobie płyny i CO₂, chronić je od zewnętrznych wpływów oraz wytrzymywać ciśnienie do 8 barów.

Opakowanie te łatwo jest otwierać, nalewać z niego i pić. Na jego powierzchni znajduje się sporo miejsca na grafikę.

Główną zaletą produkcji nowej puszkii jest nie tylko jej niska cena (18 centów), ale również krótki cykl produkcyjny oraz możliwość przestawiania linii produkcyjnej na wytwarzanie puszek o różnych rozmiarach.

Upakovano.ru

Źródło: pakkograff.ru

Małe Średnie Przedsiębiorstwa

Internet dla MŚP Pozycjonowanie stron WWW – fakty i mity

Pozycjonowanie stron WWW od dłuższego czasu cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem ze strony szczególnie małych i średnich przedsiębiorstw. Jednak popularność i świadomość skuteczności tej metody często nie idzie w parze ze znajomością istoty pozycjonowania.

Branża reklamy internetowej przeżywa aktualnie niesamowicie dynamiczny wzrost. Różne źródła podają,

że wzrost w 2006 roku wyniósł od 46 do 63 % w porównaniu z rokiem ubiegłym. Dalsze prognozy są również optymistyczne i rynek reklamy internetowej ma wzrastać przynajmniej o około 50 % rocznie i to przez najbliższe 3 lata .

W dżungli internetowych form promocji trudno się jednak odnaleźć i wybrać tę najskuteczniejszą metodę. Do dyspozycji jest reklama graficzna, boksy sponzorowane, reklama kontekstowa oraz reklama w wyszukiwarkach. Każdy dostawca konkretnej formy reklamy w Internecie broni swojej racji i próbuje dowieść jej słuszności.

Nieprawdą byłoby stwierdzenie, że któraś z nich jest nieskuteczna. Każda z metod ma swoje plusy i minusy, ma swoich zwolenników i przeciwników. Istnieją jednak badania dowodzące wyższości marketingu wyszukiwarkowego nad pozostałymi formami promocji. 66 % specjalistów od marketingu uważa reklamę w wyszukiwarkach, a dokładnie pozycjonowanie za najskuteczniejszą formę reklamy w Internecie.

Aktualnie samo uruchomienie strony i jej administracja nie wystarczą. Posiadanie przez przedsiębiorstwa strony internetowej stało się tak powszechne jak posiadanie faksu, telefonu, czy drukarki.

Większość właścicieli serwisów internetowych wyznaje dziś zasadę mówiącą o tym, „że jeżeli nie ma Cię w Google, to wcale nie istniejesz”. Samo bycie w wyszukiwarce nie wystarczy, trzeba również zostać w niej zauważonym. Cóż, bowiem za pożytek z serwisu, do którego nie mają swobodnego dostępu potencjalni odbiorcy.

Serwis internetowy znajdujący się „daleko w sieci” tak naprawdę generuje więcej kosztów niż korzyści. Właściciele serwisów w coraz większym stopniu zaczynają się interesować tym, jak zapewnić serwisom wysoką oglądalność. Stale rosnąca liczba serwisów internetowych oraz ogromna popularność wyszukiwarki Google, przekłada się na istotny wzrost zainteresowania usługą pozycjonowania stron internetowych.

„Od kilku miesięcy obserwujemy istotny wzrost liczby zainteresowanych usługą pozycjonowania stron internetowych. W porównaniu z tym samym okresem w roku poprzednim obserwujemy ok. trzykrotny wzrost zapytań ofertowych. Już nie trzeba przekonywać klientów do tego typu promocji, gdyż są w pełni świadomi jej skuteczności. Niestety świadomość skuteczności nie idzie w parze ze znajomością istoty pozycjonowania, o czym świadczą pytania często zadawane przez klientów” - informuje Izabela Więckowska z firmy Brand Manager

Do głównych pytań zadawanych przez klientów tej firmy należą:

Jaka jest stawka za pozycjonowanie strony internetowej wg jednego słowa/ frazy?

„Pytanie to pada bardzo często ze strony klientów. W naszej ofercie nie ma jednak czegoś takiego, jak standardowa cena za jedno słowo / frazę i to z bardzo prostej przyczyny.

Koszt pozycjonowania zależy od popularności danej frazy kluczowej, konkurencji w danej branży oraz dotychczasowej kondycji serwisu. W takiej sytuacji ustalenie standardowej ceny za frazę jest niemożliwe, ponieważ w każdym przypadku czynniki mające wpływ na cenę kształtują się nieco inaczej”- wyjaśnia pani Izabela Więckowska

Czy uzyskam gwarancję pierwszej strony wyników wyszukiwarki przez cały czas trwania umowy?

Żadna firma specjalizująca się w pozycjonowaniu stron WWW nie da takiej gwarancji, choć bazując na swoim doświadczeniu może przypuszczać na ile jest to możliwe. Po pierwsze pozycjonowanie to działanie długofalowe wymagające czasu stąd też nie można liczyć na efekty zaraz po podpisaniu umowy.

Po drugie pozycje stron zależą głównie od robotów wyszukiwarki, pozycjonerzy natomiast pełnią tu rolę tych, którzy pomagają robotom wyszukiwarki natknąć się na jak największą liczbę odniesień do strony. Pozycjonerzy mają ograniczony wpływ na zachowanie robotów wyszukiwarki stąd też każdy profesjonalista nie da klientowi 100% gwarancji pierwszej strony wyników. Mając to na uwadze serwis reklamowy BadzPierwszy.pl wprowadził formę płatności opartą na efektach swojej pracy. „Firmy i instytucje zlecające nam pozycjonowanie swoich stron nie płacą stałych opłat za każdy miesiąc pozycjonowania strony, ale za naszą skuteczność.

W dostępnym on-line bilingu uwzględniane są tylko opłaty za fakt znalezienia się promowanej witryny w pierwszej dziesiątce wyświetlanych wyników”- informuje Wiktor W. Kammer, Prezes Zarządu Mobile IT Group Poland sp. z o. o.

Jak długo trzeba czekać na efekty?

Kolejne pytanie, na które niezwykle trudno odpowiedzieć. Pozycjonerzy mogą przypuszczać, kiedy to powinno nastąpić, jednak nie są w stanie podać konkretnej daty, czego często wymagają klienci. Specjaliści od pozycjonowania prowadzą działania w kierunku poprawienia pozycji oczywiście w sposób optymalny, aby nie zostały one źle odczytane przez roboty, jednak tak naprawdę nie mają całkowitego wpływu na zachowanie robotów i nie wiedzą, kiedy nastąpi update wyników oraz kiedy roboty wyszukiwarki ją zaindeksują.

Pozycjonerzy ułatwiają robotom natknięcie się na stronę, nie mogą natomiast ich zmusić do ulokowania strony na pożądanym pozycjach.

Czas oczekiwania na efekty to od 2-3 tygodni do nawet kilku miesięcy przy trudniejszych frazach. Szybkie wzrosty pozycji można osiągnąć korzystając np. z tzw. farm linków. Efekt może być bardzo imponujący, ale i krótkotrwały, gdyż wykrycie zastosowania tej że metody skutkuje usunięciem z rankingu wyszukiwarek.

Czy można wypożyczonować stronę bez ingerencji w kod HTML?

„Program indeksujący strony WWW czyta kod HTML, w jakim napisana jest strona i przetwarza go, wyrzucając to, co nie ma wpływu na indeksację strony. Program indeksujący czytając stronę rozpoznaje czy dany tekst znajduje się w treści strony, tytule, czy w nagłówku typu H1. Jeżeli w treści strony nie znajdują się słowa i zwroty wpisywane w zapytaniach przez użytkowników, wówczas pozycje strony w rankingu wyszukiwarki nie będą na tyle wysokie, aby zapewnić wysoką oglądalność. Zmiany przeprowadzane w kodzie HTML obejmują również zapewnienie odpowiedniej struktury nawigacji, stworzenie lub modyfikacje mapy strony, stosowane nazewnictwo odnośników i grafik oraz wiele innych elementów, które mogą wymagać mniejszych lub większych zmian w kodzie. Ważne jest znalezienie kompromisu pomiędzy wymaganymi zmianami a możliwościami, które daje serwis, pamiętając równocześnie, że ograniczone pole manewru może ograniczyć możliwość osiągnięcia pożądanego efektów. - informuje Mikołaj Czaja, programista Mobile IT Group Poland sp. z o. o.

Czy osiągnięte pozycje będą niezmiennie?

Tak samo, jak nie można zapewnić konkretnej pozycji w rankingu, tak samo nie można też zapewnić niezmienności osiągniętych pozycji. Zajmowane miejsca są uzależnione od czynników, na które nikt nie ma pełnego, bezpośredniego wpływu. Im mniejsza popularność słowa kluczowego czy też frazy tym większe prawdopodobieństwo, że osiągnięta pozycja będzie stabilna i utrzyma się przez dłuższy czas. Określanie i gwarantowanie konkretnego okresu utrzymania tej pozycji jest możliwe jedynie, gdy w grę wchodzi linki płatne – linki sponsorowane, zaś przy pozycjonowaniu jest to po prostu nierealne.

Ile kosztuje jednorazowe wypożyczonowanie strony WWW?

Wycenienie tego typu usługi jest niemożliwe, gdyż trudno wycenić coś, co nie istnieje. Nie ma czegoś takiego jak jednorazowe wypożyczonowanie strony.

Pozycjonowanie to proces długofalowy i ciągły wymagający bezustannej analizy sytuacji w celu wykrycia niepożądanych zjawisk umożliwiającej szybką reakcję na te zjawiska.

Żadna z firm profesjonalnie zajmujących się pozycjonowaniem stron nie podejmie się jednorazowego wypozycjonowania strony, po pierwsze ze względów finansowych (w tej sytuacji koszty przewyższają przychody), a po drugie, dlatego że nie będzie mogła dać klientowi gwarancji, że raz zoptymalizowana i wypozycjonowana strona za jakiś czas nie wypadnie z indeksu. Strona jest w stanie utrzymać się na wysokich pozycjach tylko wówczas, gdy ktoś sprawuje nad nią czułą opiekę i w razie niepokojących sygnałów poczyni odpowiednie kroki w kierunku utrzymania pozycji.

Choć świadomość istnienia usługi pozycjonowania stron WWW z roku na rok rośnie, to jednak w kwestii pozycjonowania jest jeszcze wiele do zrobienia, głównie, jeżeli chodzi o przekazanie istoty pozycjonowania. Klienci muszą przejść od traktowania pozycjonowania, jako tradycyjnej, krótkotrwałej formy reklamy w Internecie, do traktowania jej w kategoriach działań PR ze względu na charakter długofalowy, oraz bardzo subtelną formę budowania świadomości marki. Pomoże im to nie tylko w wyborze odpowiedniego dostawcy usługi, ale i w trafnym zaplanowaniu całości działań promocyjnych.

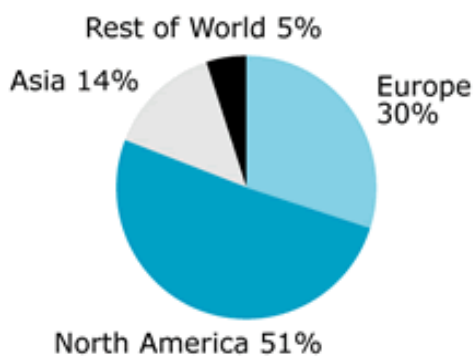
Źródło: www.eurofirma.pl

RYNKI

Światowy rynek opakowań do żywności

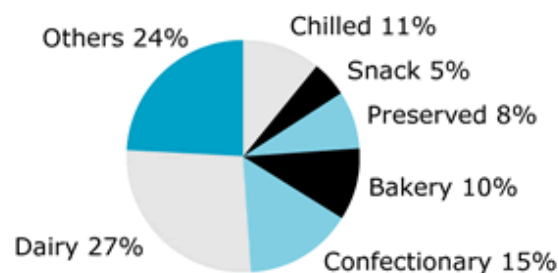
Wartość światowego rynku opakowań do żywności szacuje się na 38% globalnego rynku opakowań, co wynosi 161 mld USD

Geograficzny podział światowego rynku opakowań do żywności



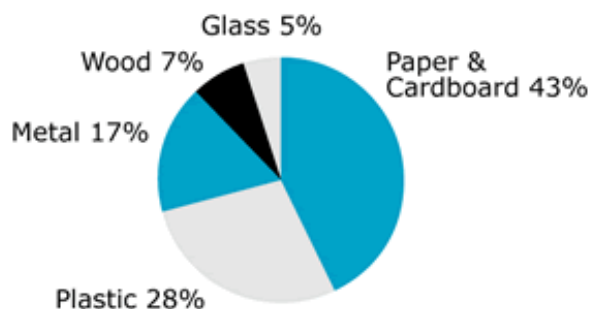
Region świata	Wartość (w mld USD)	w %
Europa	48	30%
Ameryka Płn.	82	51%
Azja	23	14%
Pozostałe regiony świata	8	5%
Razem	161	100%

Światowy rynek opakowań do żywności według pakowanych produktów:



Produkt	Udział %
Żywność dla dzieci	11
Fast foody	5
Żywność konserwowana	8
Wyroby piekarnicze	10
Słodyczne	15
Wyroby mleczne	27
Pozostałe	24
Razem	100

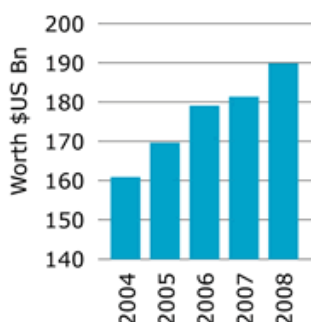
Udział materiałów stosowanych do produkcji opakowań do żywności



Material	Udział %
Papier I tektura	43
Tworzywa sztuczne	28
Metal	17
Drewno	7
Szkło	5
Razem	100

Prognozy światowego rynku opakowań do żywności na lata 2004-2008

Przewidywany wzrost rynku (5%)



Rok	Wzrost w mld USD
2004	161
2005	170
2006	179
2007	181
2008	190

Źródło: www.packaging-gateway.com/market_analysis.asp

W lutym br. wzrosną ceny na PET

Na rynku politereftalanu (PET) w styczniu nie zauważono wzrostu cen. Na europejskim rynku tona PET, jak uprzednio kosztowała 1265 euro. Jednakże już od lutego przewiduje się niestety wzrost cen na ten surowiec. Jest to związane z nadejściem ciepłych miesięcy, a także ze wzrostem cen na ropę naftową, która zdaniem ekspertów długo będzie znajdowała się na wysokim poziomie.

Wysoka cena ropy naftowej przede wszystkim odzwierciedli się w cenie kwasu tereftalowego. PET wytwarzany w Azji sprzedawany jest po cenie od 1320 do 1330 USD za tonę.

Cena na wtórny PET znajduje się w granicach 980 do 1000 euro za tonę. Jednakże badania rynkowe wskazują na wzrost cen wtórnego PET w tym roku. Zapotrzebowanie na wtórny PET, który wykorzystuje się do bezpośredniego kontaktu z produktami, znacznie przewyższa popyt, co sprzyja wzrostowi cen. Dlatego też wszyscy więksi producenci preform oraz producenci folii PET zakładają produkcję PET na własny użytek.

Plastinfo.ru

Źródło: www.upack.by

Z życia Polskiej Izby Opakowań

Posiedzenie Komisji Rewizyjnej Polskiej Izby Opakowań

W dniu 29 stycznia 2008 r. obradowała Komisja Rewizyjna Izby. Tematem posiedzenia była ocena działalności Polskiej Izby Opakowań w 2007 r.

Obrady prowadziła przewodnicząca Komisji Ewa Szymańska-Zachara. W posiedzeniu udział wzięli: dyrektor Biura Izby oraz pracownicy odpowiedzialni za sprawy finansowe i organizacyjno - statutowe.

W trakcie posiedzenia członkowie Komisji Rewizyjnej zapoznali się ze sprawozdaniami z działalności Rady i Prezesa Izby w 2007 r.

Celem posiedzenia było przygotowanie stanowiska Komisji dla delegatów na Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Izby w sprawie absolutorium dla organów Izby za 2007 rok.

Komisja pozytywnie oceniła działalność Izby w okresie sprawozdawczym i będzie wnosić o udzielenie absolutorium organom Izby.

W trakcie posiedzenia członkowie Komisji dokonali wyboru na wakującą funkcję Sekretarza Komisji.

Zgodnie z jednomyślną wolą członków Komisji, funkcję Sekretarza powierzono Małgorzacie Adamskiej, reprezentującej w Izbie – Spółkę Tetra Pak z Warszawy.

Działalność Izby w 2007 roku oraz zadania na 2008 rok – tematem posiedzenia Rady Polskiej Izby Opakowań

21 lutego 2008 roku, w siedzibie Polskiej Izby Opakowań zebraли się członkowie Rady Izby w celu dokonania oceny działalności Izby w 2007 roku oraz rozpatrzenia materiałów sprawozdawczo - programo-

wych, przygotowanych dla delegatów na doroczne zwyczajne Zgromadzenie Członków.

W trakcie kilkugodzinnego posiedzenia, członkowie Rady zapoznali się ze sprawozdaniem Prezesa Izby o działalności w 2007 roku, z bilansem za 2007 rok oraz z informacją o realizacji budżetu Izby w okresie sprawozdawczym.

Rada wysłuchała opinii Komisji Rewizyjnej nt. realizacji przez organy Izby, zadań przewidzianych w programie działalności w 2007 roku.

Przyjęła opracowany przez Biuro Izby projekt budżetu na 2008 rok oraz zapoznała się z przedstawionym przez Prezesa Izby projektem działalności w 2008 roku.

Członkowie Rady przyjęli sprawozdanie z działalności tego organu w okresie sprawozdawczym oraz podjęli decyzję o zwołaniu w dniu 31 marca 2008 roku dorocznego Zwyczajnego Zgromadzenia Członków Polskiej Izby Opakowań.

Rada zobowiązała Prezesa i Biuro Izby do przesłania w przewidzianym w Statucie terminie informacji o miejscu, terminie i porządku obrad WZC, a także materiałów będących przedmiotem obrad.

Rada pozytywnie zaopiniowała sprawozdanie Prezesa Izby z działalności w 2007 roku oraz sprawozdanie z realizacji budżetu wraz z bilansem za 2007 rok.

Oceniła przedłożony przez Prezesa Izby projekt programu działalności w 2008 roku oraz projekt budżetu na 2008 rok.

Członkowie Rady zapoznali się z wynikami badań ankietowych nt.: „*Edukacyjno-innowacyjne potrzeby firm*” – przeprowadzonych przez Zespół Problemowy ds. Edukacyjno-Innowacyjnego Wspomagania Firm.

Rozpatrzyli także przedłożoną przez Biuro informację nt. kształcenia kadr dla potrzeb przemysłu opakowań.

Wysłuchali informacji o stanie przygotowań i programie misji gospodarczo-promocyjnej do Kijowa na wystawę opakowań PAK EXPO oraz na wystawę przemysłu spożywczego PROD EXPO.

Przewodniczący Zespołu Problemowego ds. Etyki w Biznesie, pan Wojciech Kołpa poinformował o stanie prac nad Kodeksem Etyki, zaś dyr. Biura Izby przedstawił propozycje w sprawie ustanowienia wyróżnień „Innowacyjna Firma” oraz „Firma Społecznie Odpowiedzialna”.

31 marca – Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Izby Opakowań

Zgodnie z uchwałą Rady Izby z dnia 21 lutego, w dniu **31 marca 2008 r.** odbędzie się doroczna sesja Walnego Zgromadzenia Członków Polskiej Izby Opakowań.

Biuletyn Opakowaniowy nr 1/2008 str. 9

Głównym tematem obrad będzie ocena działalności organów Izby w 2007 roku oraz przyjęcie programu działalności i budżetu Izby na 2008 rok.

Tradycyjnie już, w porządku obrad przewidziano prezentację firm – nowych członków Izby oraz wręczenie certyfikatów członkostwa.

W związku z rosnącą rolą i zadaniami izb gospodarczych w doskonaleniu warunków funkcjonowania firm oraz zwiększania udziału izb w procesach oceny projektów realizowanych w ramach programów operacyjnych, serdecznie zachęcamy Prezesów / Dyrektorów lub ich Pełnomocników do udziału w obradach WZC.

MISJA NA WYSTAWĘ ROSUPAK 2008

W dniach **23 – 27 czerwca 2008 r.** w Moskwie (Centrum Wystawowe EXPO-CROCUS), zorganizowana zostanie 12 edycja największych w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, targów – wystawy opakowań i techniki pakowania „ROSUPAK”.

Polska Izba Opakowań od 4 lat organizuje misje gospodarczo-promocyjne na tę Wystawę oraz stoisko promocyjno-informacyjne do dyspozycji członków misji.

W roku 2007 swoją ofertę na wystawie ROSUPAK zaprezentowało ok. 700 wystawców z 28 państw, (Francji, Szwecji, Rosji, Węgier, Białorusi, Czech, Włoch, Polski, Litwy, Łotwy i innych).

O znaczeniu Targów / Wystawy ROSUPAK dla polskich przedsiębiorców świadczy fakt, iż w roku 2007 Polskę na ROSUPAK reprezentowało 55 wystawców oraz misja Polskiej Izby Opakowań (8 firm).

Oferta polskiego przemysłu opakowań była zaprezentowana na powierzchni wystawienniczej mierzącej ok. 1200 m².

A oto tematyczny zakres tegorocznej edycji ROSUPAK-u: opakowania, materiały opakowaniowe, maszyny i urządzenia pakujące, maszyny do wyrobu opakowań, maszyny do sitodruku, maszyny drukujące na towarach i opakowaniach, maszyny do pakowania i produkcji opakowań, projektowanie opakowań, wszelkiego rodzaju nadruki i etykiety oraz urządzenia techniki magazynowej i inne.

Informując o tegorocznej wystawie / targach ROSUPAK, zachęcamy do udziału w organizowanej przez Izbę Misji.

Udział w Misji jest najbardziej efektywną formą zaprezentowania oferty. Jeśli chodzi o koszty uczestnictwa, to stanowią one 5 – 8% kosztów, jakie ponosi wystawca organizując własne stoisko.

Biuletyn Opakowaniowy nr 1/2008 str. 10

Wprawdzie już minął termin zgłaszania udziału w misji ROSUPAK, jednak zawsze są jakieś dodatkowe możliwości (miejsca).

Zatem warto jeszcze przesłać zgłoszenie na adres:

biuro@pio.org.pl
lub na nr faksu (22) 842 23 03

Polska Izba Opakowań na Salonie TAROPAK

W programie działań wspierających przedsiębiorców w zakresie promocji i marketingu, ważne miejsce zajmuje organizowany przez MTP, **Międzynarodowy Salon Pakowania i Logistyki „TAROPAK”**.

Podobnie jak w latach poprzednich, również w tegorocznej edycji TAROPAK-u (**15-18 września**) Izba zamierza stworzyć swoim członkom warunki do efektywnego uczestnictwa.

W tym celu, Izba umożliwi swoim członkom, organizację stoiska wystawowego w ramach kolegiального Stoiska Izby. Na uwagę zasługują szczególnie korzystne warunki budowy takiego stoiska.

Ponadto Izba przekaze do dyspozycji swoich członków „Salon Promocji”, jako miejsce prezentacji firm i ich oferty. W ramach „Salonu Promocji” funkcjonować będzie „Witryna Literatry Firmowej” - jako forma prezentacji ofert, katalogów itp.

Zorganizowana także będzie ekspozycja „**Polska żywność w Polskich Opakowaniach**”, w ramach której zaprezentowane zostaną opakowania wykorzystywane przez producentów polskiej żywności.

Informując o powyższym uprzejmie prosimy, firmy zainteresowane skorzystaniem z możliwości zaprezentowania się na TAROPAK-u, w ramach oferty Izby, o pilny kontakt z Biurem Izby (**nie później niż do 31 marca br.**) w szczególności dotyczy to zainteresowanych powierzchnią wystawową.

Organizacje przedsiębiorców – partnerem administracji państwowej w formułowaniu systemu wyboru i oceny projektów realizowanych w ramach programów operacyjnych

Ministerstwo Gospodarki /Departament Funduszy Europejskich/ konsultuje z organizacjami zrzeszającymi przedsiębiorców zasady wyboru i oceny projektów realizowanych w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka /POIG/ oraz Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko /POIŚ/.

W programie „**Innowacyjna Gospodarka**” – ministerstwo jest odpowiedzialne za realizację następujących „osi priorytetowych”:

- III oś:** Kapitał dla innowacji;
- IV oś:** Inwestycje w innowacyjne przedsięwzięcia;
- V oś:** Dyfuzja innowacji;
- VI oś:** Polska gospodarka na rynku międzynarodowym.

Zaś w programie „**Infrastruktura i Środowisko**” – resort gospodarki odpowiada za realizację osi:

- IX oś:** Infrastruktura energetyczna przyjazna środowisku i efektywność energetyczna;
- X oś:** Bezpieczeństwo energetyczne.

W trakcie dwóch spotkań, przedstawiciele zainteresowanych departamentów, zbierali opinie organizacji przedsiębiorców /izb i stowarzyszeń/ odnośnie systemu wyboru i oceny projektów do dofinansowania ze środków Funduszy Europejskich.

Analizowano także, możliwe formy i zakres uczestnictwa izb gospodarczych i stowarzyszeń przedsiębiorców w realizacji tych projektów.

Polska Izba Opakowań, wspierająca od lat działalność zrzeszonych w niej firm na rzecz wzrostu innowacyjności, aktywnie uczestniczy w w/w konsultacjach, zwracając uwagę na potrzebę uproszczenia procedur zgłaszania projektów oraz maksymalnej liberalizacji wymagań, co do stopnia innowacyjności realizowanych inwestycji.

Uważamy bowiem, iż nadrobienie ogromnego zapóźnienia innowacyjnego polskiej gospodarki, wymaga powszechnego „ruchu” /pracy od podstaw/ na rzecz modernizacji procesów wytwarzania.

Każde zatem przedsięwzięcie realizowane w dowolnej firmie, a mające na celu wdrożenie innowacji, skutkujące nowym wyrobem lub technologią – jest działaniem zwiększającym innowacyjność i winno być wspierane przez państwo oraz organizacje przedsiębiorców.

Chodzi bowiem o budowanie całej infrastruktury proinnowacyjnej, w tym działań na rzecz tworzenia klimatu i postaw sprzyjających innowacyjności.

Praktycznym wyrazem takich działań Polskiej Izby Opakowań jest ustanowienie wyróżnienia /tytułu/ „Innowacyjna firma” – przyznawanego przedsiębiorstwom, które swój rozwój opierają na wdrażaniu nowych, niestosowanych dotychczas technologii.

Rubrykę „Z życia PIO” opracował mgr inż. Wacław Wasiak

SEMINARIA

Na dzień **12 marca 2008 r. (środa)** o godz. 10³⁰ w Centralnym Ośrodku Badawczo - Rozwojowym Opakowań w Warszawie przy ul. Konstancińskiej 11 planowane jest seminarium pt.:

„Aktualne wymagania i przepisy prawne dotyczące pakowania towarów niebezpiecznych,,

Program seminarium obejmuje następujące punkty programu:

- **Wybrane zagadnienie dotyczące pakowania towarów niebezpiecznych w nowelizowanej umowie ADR**
Krzysztof Grzegorzczak, Transportowy Dozór Techniczny
- **Aktualne wymagania dotyczące przewozów kolejowych towarów niebezpiecznych**
Anita Pilaszkiwicz, PKP CARGO S.A.
- **Wypadki i działania ratunkowe podczas przewozów towarów niebezpiecznych**
Anna Obolewicz, Komenda Główna Państwowej Straży Pożarnej
- **Wymagania dotyczące dużych pojemników elastycznych do przewozu luzem, stosowanych do pakowania towarów niebezpiecznych**
Stefan Jakowski, Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Opakowań

Ponadto przewidziane jest:

- ⇒ **Zwiedzanie** Laboratorium Badań Opakowań Transportowych i pokazanie uczestnikom seminarium metod badań laboratoryjnych opakowań do towarów niebezpiecznych
- ⇒ **Prezentacja** wiodących firm produkujących opakowania do materiałów niebezpiecznych

Szczegółowych informacji w sprawie seminarium udziela:

mgr inż. Leszek Wałachowski, Z-ca Kier. Laboratorium Badań Opakowań Transportowych,
tel. (0-22) 842 20 11 w. 36,
e-mail: walachowski@cobro.org.pl
lub znajdują się na stronie internetowej COBRO

<http://www.cobro.org.pl>



W dniu **18 marca 2008 r. (wtorek)**, w siedzibie Centralnego Ośrodka Badawczo - Rozwojowego Opakowań na ul. Konstancińskiej 11 w Warszawie, o godz. 10³⁰ odbędzie się Seminarium pt.:

Biuletyn Opakowaniowy nr 1/2008 str. 11

Opakowania a środowisko: praktyka w realizacji obowiązków przedsiębiorców – zasady wypełniania obligatoryjnych sprawozdań do 31 marca

Seminarium będzie obejmowało następującą tematykę:

- Praktyka w realizacji obowiązków przedsiębiorców: obowiązek odzysku i recyklingu,
- ✓ obligatoryjna sprawozdawczość do 31 marca 2008 roku,
 - ✓ wymagania dotyczące opakowań,
 - ✓ procesy odzysku i recyklingu,
 - ✓ niebezpieczne odpady opakowaniowe,
 - ✓ kaucja nałożona na opakowania środków niebezpiecznych,
 - ✓ znaki na opakowaniach,
 - ✓ przyszłość opakowań biodegradowalnych na rynku krajowym

Planowane zmiany w systemie prawnym.

Informacja i zgłoszenie uczestnictwa:

Małgorzata Grochocka
tel. (22) 842 20 11 w. 39; fax (22) 842 23 03;
e-mail: eko@cobro.org.pl



W dniu **8 kwietnia 2008 r. (wtorek)**, w siedzibie Centralnego Ośrodka Badawczo - Rozwojowego Opakowań na ul. Konstancińskiej 11 w Warszawie, o godz. 10³⁰ odbędzie się Seminarium pt.

„Opakowania do produktów niebezpiecznych zaopatrzone w zamknięcia utrudniające otwarcie przez dzieci. Przegląd obowiązkowych badań w świetle polskiego ustawodawstwa”

Seminarium ma na celu zapoznanie jego uczestników z przepisami dotyczącymi opakowań zaopatrzonych w zamknięcia utrudniające otwarcie przez dzieci, stosowanych do pakowania produktów niebezpiecznych zgodnie z wymaganiami zawartymi w Rozporządzeniu Ministra Zdrowia (Dz. U. Nr 128, poz.1348, 2004 r.).

Omówione zostaną także tendencje w projektowaniu tego typu opakowań oraz badania, jakie powinny zostać wykonane w celu uznania opakowania za zabezpieczone przed otwarciem przez dzieci.

Poruszony zostanie również aspekt umieszczania na opakowaniach obowiązkowych wyczuwalnych dotykem ostrzeżeń o niebezpieczeństwie oraz kwestia wydawania certyfikatów zgodności z wymaganiami stawianymi

Biuletyn Opakowaniowy nr 1/2008 str. 12

przez odpowiednie normy i Rozporządzenie Ministra Zdrowia.

Szczegółowych informacji w sprawie seminarium udzielają:

mgr inż. Wiktoryna Kolado, kolado@cobro.org.pl
mgr inż. Wojciech Kalinowski,
kalinowski@cobro.org.pl
tel. (0-22) 842 20 11



W dniu **22 kwietnia 2008 r. (wtorek)** w siedzibie Centralnego Ośrodka Badawczo - Rozwojowego Opakowań na ul. Konstancińskiej 11 w Warszawie, o godz. 10³⁰ odbędzie się Seminarium pt.

**„Umacnianie pozycji gospodarczej
poprzez znajomość aktualnych regulacji
prawnych w zakresie informacji i
znaków na opakowaniach”**

Poprawne etykietowanie opakowań towarów rynkowych stymuluje rozwój handlu umożliwiając swobodny przepływ towarów w obszarze rynku Unii Europejskiej.

Wychodząc naprzeciw zgłaszanym potrzebom, podczas seminarium prezentowane będą referaty omawiające znowelizowane ustawodawstwo, określające przede wszystkim zakres obowiązkowych informacji i znaków istotnych z punktu widzenia podmiotów gospodarczych wprowadzających opakowany produkt na rynek, producentów opakowań oraz zakładów konfekcjonujących.

Szczegółowych informacji w sprawie seminarium udziela: Mgr inż. Jolanta Kozłowska,

Tel. (22) 8422011 w. 13, e-mail:

Kozlowska@cobro.org.pl

Karty zgłoszenia na powyższe seminaria znajdują się na stronie: www.cobro.org.pl

OFERTY WSPÓŁPRACY

Firma: IBS Pack, Adres: Nicola Voyvodov” 1 fl. 3 , Vrasta, Bułgaria, Tel: +359 88 932 01 27, Fax: +359 2 870 76 98, e-mail: office@ibs-pack.com, Oferta: firma jest zainteresowana importem opakowań dla przemysłu mleczarskiego

Firma: Propal, Adres: Zone Industrielle Ben Boulaid, Lot N 31 Bilda, Albania, Kontakt: Boudjakdij Mohamed Bachir, Tel: +213 25 418 387, Fax: + 213 25 402 370, E-mail: contact@propal-dz.com, www.propal-dz.com Oferta: firma poszukuje producentów PVC

Firma: Donatim, Adres: Merkez Mahallesi Baglar Cad. Barboros Yalcin Sokak, No 2 Kat: I Kagithane 34400 Istanbuł, Turcja, Kontakt: Cigdem Belgutay, Tel: +90 212 294 0181, Fax: +90 212 294 0079, e-mail: info@donatim.net, Język: angielski, Oferta: firma zakupi kapsle i kapturki termokurczliwe z folii PVC do butelek winiarskich

Firma: ООО "Трианон-Сервис", Adres: 119285 Москва, ул. Мосфильмовская, д. 42, стр 1, Rosja, Kontakt: Wladimir Jankielewicz, Tel: (495) 956 77 21, Fax: (495) 956 40 76, e-mail: vy@trianon-svs.ru Oferta: firma poszukuje worków polipropylenowych, perforowanych z nadrukiem

Firma: ООО "СКАМИР ПРИНТ", Adres: 119034 Москва, Пожарский пер., д. 10, оф.11, Rosja, Kontakt: Natalia Semionowa, Tel: (095) 956 12 80, Fax: (095) 202 06 05, Oferta: firma zainteresowana jest papierem do produkcji opakowań dla przemysłu spożywczego

Warunki prenumeraty:

**6 numerów w roku - 36,00 zł
dla osób fizycznych i nie zrzeszonych
w Polskiej Izbie Opakowań**

Wpłaty na prenumeratę dokonuje się w UPT na blankiecie NBP. Na odwrocie wszystkich odcinków blankietu proszę wpisać tytuł, ilość egzemplarzy, okres prenumeraty i wartość wpłaty. Wpłat należy dokonać na konto COBRO:

**BPH S.A. Oddział w Warszawie,
Nr konta: 80 1060 0076 0000 4010 2000**

**Biuletyn
Opakowaniowy**
dwumiesięcznik

Wydawca: Polska Izba Opakowań przy współudziale Centralnego Ośrodka Badawczo-Rozwojowego Opakowań
02-942 Warszawa, ul. Konstancińska 11, Tel. (22) 8422011, Fax: (22) 8422303
<http://www.pio.org.pl> e-mail: biuro@pio.org.pl
ISSN 1734-4603 *Nakład: 250 egz.*

Powielanie, przedrukowywanie i rozpowszechnianie całości lub fragmentu informacji zawartych w Biuletynie - tylko za zgodą wydawcy - Polska Izby Opakowań

