

Pokłosie Walnego Zgromadzenia Członków Polskiej Izby Opakowań

Zgodnie z wcześniejszymi zapowiedziami, w dniu 19 marca 2014 roku, w siedzibie COBRO – Instytutu Badawczego Opakowań, odbyło się doroczne Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Izby Opakowań. W sesji WZC uczestniczyli delegaci z ok. 50 firm. Obradom przewodniczył prof. dr hab. Andrzej Korzeniowski, rektor Wyższej Szkoły Logistyki w Poznaniu, wiceprzewodniczący Rady Polskiej Izby Opakowań.

Tegoroczna sesja WZC miała szczególny charakter, bowiem zbiegła się z jubileuszem XX-lecia Izby.

Na program WZC złożyły się: Sprawozdanie z działalności Izby w 2013 roku, które przedstawił Prezes Izby, prof. zw. dr hab. inż. Stanisław Tkaczyk, delegat COBRO – Instytutu Badawczego Opakowań; Sprawozdanie z działalności Rady Izby w 2013 roku, które zaprezentował Sekretarz Rady, Paweł Adamski, delegat firmy TUBUS; Sprawozdanie z działalności Komisji Rewizyjnej zawierające ocenę działalności Izby i jej organów w 2013 roku, które przedstawiła pani

dokończenie na s. 2

Beata Kostro
SM MLEKOVITA



Kierunki rozwoju opakowań w mleczarstwie

Mleczarstwo w kontekście opakowań i systemów pakowania jest bardzo wymagającą branżą. Podczas wyboru opakowania dla produktu mleczarskiego należy uwzględnić kilka czynników. Pierwszym i najważniejszym jest zapewnienie **bezpieczeństwa produktu**. Materiały, z których jest wytwarzane opako-

wanie dla produktów mleczarskich, nie mogą oddziaływać na jakość produktu. Muszą charakteryzować się niskim poziomem migracji globalnej i specyficznej. Nie mogą również wpływać na walory zapachowe i smakowe produktu.

dokończenie na s. 3

W numerze m.in.:

- Pokłosie Walnego Zgromadzenia Członków
- Kierunki rozwoju opakowań w mleczarstwie
- Sylwetki Świata Opakowań (Zbigniew Maziarz)
- Ważniejsze dokonania Izby w 2013 roku
- Ocena roku 2013 oraz wyzwania 2014 roku z perspektywy firmy Green Pack
- Izba na targach TRAROPAK 2014
- II Kongres Przemysłu Opakowań
- Zadania na rok 2014 – rozmowa z dyrektorem Izby
- Z wizytą w firmach ERBI i FPS
- Nagrody i wyróżnienia z okazji XX-lecia Izby
- Misje na międzynarodowe targi i wystawy
- Warto wiedzieć

Pokłosie WZC Polskiej Izby Opakowań

dokończenie ze s. 1

Ewa Szymańska-Zachara, przewodnicząca Komisji Rewizyjnej, delegat firmy GRUPA INCO SA.

Ponadto, Prezes Izby przedstawił projekt programu działalności Izby w 2014 roku oraz projekt budżetu na 2014 rok.

Zgodnie z decyzją delegatów, dyskutowano łącznie na temat wszystkich wyżej wymienionych wystąpień (sprawozdań i programu działalności oraz budżetu). W dyskusji zwracano uwagę w szczególności na potrzeby promocji krajowych firm opakowaniowych, większego wsparcia ze strony administracji państwowej na rzecz rozwoju eksportu. Wiele miejsca poświęcono problemom bezpieczeństwa opakowań żywności.

W tej części dyskusji prof. dr hab. inż. Artur Bartkowiak zapoznał zebranych z wynikami badań prowadzonych w ramach zainicjowanego i koordynowanego przez Izbę międzynarodowego projektu badawczego SoLaPack, którego celem jest opracowanie metod zapobiegania migracji krytycznych substancji z materiału opakowaniowego pochodzenia celulozowego do żywności. Cel ten ma być osiągnięty poprzez zastosowanie warstwy sorpcyjnej na materiale opakowaniowym. Wskazywano na potrzeby zastosowania mechanizmów zachęcających do produkcji opakowań biodegradowalnych.

Zwrócono uwagę na rozwój współpracy (współdziałania) pomiędzy firmami zrzeszonymi w Izbie, wskazując, iż

istnieją w tym zakresie niewykorzystane możliwości. M.in. zgłoszono propozycję organizacji w ramach Izby grup branżowych. Taką potrzebę widzą niektóre firmy produkujące opakowania z metalu.

Pozytywnie oceniając działalność Izby w zakresie współpracy ze sferą nauki zwrócono uwagę na potrzebę uruchomienia banku informacji o potrzebach rozwojowych firm przemysłu opakowań.

Wskazywano także na potrzebę gromadzenia informacji o imporcie opakowań na polski rynek.

Delegaci pozytywnie ocenili działalność Izby i jej organów statutowych w roku 2013, oraz przyjęli budżet i program działalności w 2014 roku.

W drugiej części obrad, ściśle związanej z jubileuszem Izby, wręczono jubileuszowe puchary firmom-założycielom Izby oraz certyfikaty „Założyciela Polskiej Izby Opakowań”, a także dyplomy uznania za zasługi w dziedzinie rozwoju przemysłu opakowań w Polsce oraz wspieranie działalności Polskiej Izby Opakowań.

Delegaci reprezentujący firmy – nowych członków Izby – otrzymali certyfikaty członkostwa oraz zaprezentowali swoje firmy i ich oferty rynkowe. Ważniejsze fragmenty sprawozdania z działalności Izby w 2013 roku oraz programu działalności na rok 2014 zamieszczamy na str. 7-9 i 14 *Biuletynu*. Na str. 4 zamieszczono listę osób firm wyróżnionych i nagrodzonych z okazji XX-lecia Izby.

(W.W.)



Delegaci na sali obrad Walnego Zgromadzenia Członków Polskiej Izby Opakowań

Misje na międzynarodowe targi i wystawy opakowań w II połowie 2014 roku

Polska Izba Opakowań zamierza w II połowie 2014 roku zorganizować misje biznesowo-promocyjne na następujące międzynarodowe targi i wystawy opakowań:

1. Łotwa, Ryga, 4-7 września; Międzynarodowa Wystawa Żywności i Opakowań RIGA FOOD.
2. Białoruś, Mińsk, 9-12 września; Międzynarodowa Wystawa Opakowań i Logistyki MIR UPAKOWKI.
3. Rumunia, Bukareszt, 29 października-2 listopada; Międzynarodowe Targi Opakowań ALL PACK.
4. Francja, Paryż, 17-20 listopada; Międzynarodowe Targi Opakowań EMBALLAGE.

Na targach wymienionych w poz. 1-3 Izba dysponować będzie stoiskiem informacyjno-promocyjnym do wykorzystania przez uczestników misji.

Niestety, ze względu na brak zainteresowania, zrezygnowano z organizacji zbiorowego stoiska na targach EMBALLAGE w Paryżu. Natomiast jest możliwym zorganizowane zbiorowego wyjazdu na te targi. Realizacja tego zamierzenia – podobnie jak poprzednich – jest uwarunkowana liczbą zainteresowanych. Stąd prośba do firm o odpowiednio wcześniejsze, co najmniej z 3 miesięcznym wyprzedzeniem, informowanie Biura Izby o chęci uczestnictwa.

Jest także możliwość skorzystania ze stoiska Izby na Międzynarodowych Targach Opakowań ROSUPACK w Moskwie (17-20 czerwca). Koszt ok. 6 tys. zł brutto z przelotem, zakwaterowaniem, opłatami wizowymi, ubezpieczeniem i miejscem na stoisku. Niestety, termin zgłoszeń jest zbyt krótki – do 30 kwietnia br.

Jest także możliwość zorganizowania misji na targi opakowań w Budapeszcie – BUDATRANSPACK, 1-3 października – oraz organizacji na tych targach wspólnego stoiska. Również w tym przypadku prosimy o zgłaszanie zainteresowania do końca maja 2014 r.

Szczegółowych informacji o kosztach i programie misji udzielają pracownicy Biura Izby. Informacje takie można także znaleźć na portalu Izby: www.pio.org.pl

Biuro Izby

Kierunki rozwoju opakowań w mleczarstwie

dokończenie ze s. 1

Zapotrzebowanie na opakowania z materiałów niewchodzących w interakcję z produktem będzie rosło. Równie istotnym aspektem w przemyśle mleczarskim jest właściwe przechowywanie artykułów w całym łańcuchu dostaw. Nieprawidłowości w tym zakresie mogą stanowić potencjalne zagrożenie dla zdrowia człowieka. Dlatego tak ważny jest rozwój opakowań, które pozwalają na śledzenie poszczególnych partii produkcyjnych i informowanie konsumenta czy produkt był przechowywany właściwie. Należy spodziewać się wzrostu znaczenia opakowań inteligentnych, jako odpowiedź na rosnące wymagania jakościowe.

Produkty nabiałowe charakteryzują się krótkim terminem przydatności. W mleczarstwie obserwuje się ciągle zapotrzebowanie na innowacyjne rozwiązania, które pozwolą na maksymalne wydłużenie przydatności do spożycia. Jest to istotny element nie tylko w handlu krajowym, ale przede wszystkim zagranicznym. W eksporcie ważna jest również wytrzymałość i szczelność opakowania, oraz ergonomia opakowania zmniejszająca koszty transportu. W ostatnich latach przy wyborze opakowań bierze się pod uwagę również aspekt ekologiczny. Szczególnie istotnym zagadnieniem jest możliwość jego recyklingu. Dąży się również do przedłużenia „życia” opakowania poprzez możliwość wykorzystania go do innych celów np. jako pojemnik na przyprawy. Mając na uwadze aspekt ekologiczny, jak i dążność do redukcji kosztów, podąża się w stronę zmniejszenia gramatury opakowań oraz nowych materiałów o jednolitej strukturze, dużej wytrzymałości i niewielkiej wadze. Działania takie pozwolą na obniżenie kosztów zakupów, opłat za odpady oraz transportu. Dodatkowym elementem brany pod uwagę przez producenta jest brak możliwości podrabiania opakowań przez konkurencję. Opakowania, które przy zachowaniu rozsądnego poziomu cenowego pozwolą na osiągnięcie tego celu na pewno spotkają się z dużym zainteresowaniem.

Dla konsumenta ważne jest, aby opakowanie było wygodne w użytkowaniu. W sektorze mleczarskim będą rozwijały

się opakowania, które posiadają innowacyjne systemy otwierania i zamykania, wygodne zarówno dla dorosłych jak i dla dzieci, które zabezpieczą skutecznie przed psuciem się produktu i wydłużą jego żywotność po otwarciu. Konsumentci są coraz bardziej wymagający, oczekują produktów, które są łatwe i szybkie w przygotowaniu. Należy spodziewać się rozwoju opakowań funkcjonalnych, które pozwolą dostarczyć klientowi gotowy do spożycia produkt np. gorące mleko bez konieczności jego podgrzewania.

Atrakcyjność graficzna jest istotnym elementem opakowania. W ostatnim czasie zauważalna jest tendencja do wzrostu dbałości o jakość nadruku. W związku z tym rozwijać się będzie m.in. rynek opakowań z etykietami IML i *shrinksleeve*. Często uzyskanie równowagi pomiędzy dużą ilością informacji, która musi znaleźć się na opakowaniu, a oczekiwanym wizerunkiem opakowania jest trudna do osiągnięcia. Z tego powodu powodzeniem będą cieszyć się rozwiązania pozwalające na pogodzenie tych elementów. Nie można pominąć wzrastającej roli opakowań zbiorczych. A w szczególności wykorzystywania ich do ekspozycji produktu na półce sklepowej. Preferencje klientów wskazują na wzrost udziału kartonów z nadrukiem HQP i offsetowym. Oprócz tego obserwuje się tendencję do zmniejszania zawartości opakowań jednostkowych w opakowaniu zbiorczym.

Należy pamiętać, że opakowanie to dla producenta nabiału znaczący koszt, który musi ponieść, aby spełnić rosnące wymagania klientów. Dlatego też innowacyjne rozwiązania, które pozwolą dostarczyć konsumentowi produkt w najwyższej jakości opakowaniu przy zachowaniu niskiej ceny są i będą bardzo poszukiwane. Przyszłość opakowania w sektorze mleczarskim to przede wszystkim opakowanie zapewniające bezpieczeństwo produktu oraz posiadające dodatkowe funkcje, które zapewnią korzyści producentom, dystrybutorom i użytkownikom.

Beata Kostro
SM MLEKOVITA

II KONGRES PRZEMYSŁU OPAKOWAŃ

Geneza, cele i zadania

Opakowanie jest ważnym czynnikiem rozwoju cywilizacyjnego kraju i w równym stopniu produktem tego procesu. Zmiany demograficzne, w stylu życia i modelu konsumpcji powodują powstanie nowych produktów odpowiadających potrzebom społeczeństwa. Spektakularne zmiany dotyczą wyrobów powszechnego użytku, a w szczególności w segmencie AGD i RTV. Obserwujemy niezwykle dynamiczny postęp w przemyśle farmaceutycznym i kosmetycznym. Rosnące wymagania w zakresie bezpieczeństwa żywności, a także wymagania w dziedzinie ochrony środowiska naturalnego człowieka, pociągają za sobą powstanie nowych produktów spożywczych. W odniesieniu do żywności, coraz większego znaczenia nabierają zagadnienia zmniejszenia strat powstałych w drodze od producenta żywności do konsumenta. Dotyczy to także strat w grupie świeżych owoców i warzyw.

Dynamicznie rozwija się przemysł tzw. wygodnej żywności. Spożywanej poza domem przez rosnącą liczbę jednoosobowych gospodarstw domowych. Rosnie odsetek tzw. singli. Wszystkie te zjawiska wyznaczają zmiany w opakowaniach. Rosną zatem wymagania wobec opakowań, a w szczególności odnośnie ich nowych funkcji. Nowoczesnym technologiom kształtowania jakości żywności w opakowaniach odpowiadają nowe, dotychczas niespotykane, technologie pakowania. Niestety wymagają one opakowań o nowych konstrukcjach z nowych materiałów opakowaniowych. Względy ekologiczne nakazują w szerszym zakresie korzystanie z materiałów opakowaniowych pochodzenia naturalnego.

To niektóre tylko czynniki determinujące rozwój opakowań w najbliższych latach. Jest zatem czas i potrzeba przedyskutowania relacji „produkt-

dokończenie na s. 15

Jubileuszowe puchary, dyplomy uznania, certyfikaty oraz tytuły zasłużonych dla Polskiej Izby Opakowań dla osób i firm zrzeszonych w Izbie

Sesja Walnego Zgromadzenia Członków Polskiej Izby Opakowań (19 marca 2014 r.) stanowiła okazję do wręczenia nagród i wyróżnień przyznanych osobom i firmom za zaangażowanie i udział w rozwoju krajowego przemysłu opakowań oraz wspieranie działalności Izby.

Specjalnymi jubileuszowymi pucharami nagrodzono firmy – założycieli Izby, zaś certyfikaty „Założyciel Polskiej Izby Opakowań” otrzymały osoby, których podpisy widnieją na akcie założycielskim Izby, i które dotychczas pracują w branży.

Ponadto, Rada Izby przyznała dyplomy uznania dla firm, które w ostatnich kilkunastu latach wniosły szczególny wkład w rozwój przemysłu opakowań.

Członkowie Izby, którzy zasłużyli się swoją działalnością dla rozwoju Izby, zostali uhonorowani tytułem „Zasłużony dla Polskiej Izby Opakowań”. Niżej listy wyróżnionych i nagrodzonych osób i firm.

Jubileuszowe puchary dla firm założycieli Polskiej Izby Opakowań, które od 20 lat czynnie uczestniczą w pracach Izby

Wspomniane puchary otrzymały firmy: **COBRO** – Instytut Badawczy Opakowań (Warszawa); **AKPUD** Sp. J. Ireneusz Antczak, Marcin Królak (Stojadła); **BESKID** Sp. z o.o. (Bielsko-Biała); **CAN-PACK S.A.** (Kraków); **Ball Trading Poland** Sp. z o.o. (Radomsko); **GRUPA INCO S.A.** (Warszawa); **Instytut Logistyki i Magazynowania** (Poznań); **P.P. MARTEX** Firma Rodzinna (Otwock); **PACKSERVICE Ltd.** (Łask); **PAKMAR** Sp. z o.o. (Warszawa); **Huta Szkła WARTA** (Poznań); **O-I Produkcja Polska S.A.** (Jarosław); **OPAKOFARB** Zakład Produkcji Opakowań Sp. z o.o. (Włocławek); **TUBUS** Sp. J. Zakład Produkcji Opakowań (Warszawa); **PACKPROFIL** Sp. z o.o. (Kolonowskie); **EKOPACK** Sp. z o.o. (Konin); **SILGAN WHITE CAP POLSKA** Sp. z o.o. (Niepołomice)

Certyfikaty „Założyciela Polskiej Izby Opakowań”

Certyfikaty „Założyciel Polskiej Izby Opakowań” przyznano osobom, których podpisy widnieją na akcie założycielskim Izby, a które dotychczas pracują w branży. Są to: **Paweł Adamski**, współwłaściciel firmy TUBUS (Warszawa); **Ewa Gąsiorowska-Cebularz**, pracownik firmy Silgan White Cap Polska Sp. z o.o. (wcześniej: CONTINENTAL OPAKOMET WHITE CAP Sp. z o.o., Niepołomice); **Anna Kosmacz-Chodorowska**, Instytut Logistyki i Magazynowania (Poznań); **Marcin Królak**, dyrektor naczelny w Spółce AKPUD (Stojadła); **Jerzy Marek Strenkowski**, właściciel firmy MARTEX (Otwock); **Jacek Podwysocki**, prezes w firmie PACKSERVICE Ltd. (Łask); **Paweł Janiak**, wiceprezes w firmie PACKSERVICE Ltd. (Łask); **Marek Rosłon**, dyrektor generalny i prezes zarządu w Spółce PAKMAR (Warszawa); **Jan Szybalski**, prezes zarządu w Spółce BESKID (Bielsko-Biała); **Wojciech Pawłowski**, prezes w Spółce VRP (wcześniej prezes w H.S. Warta w Sierakowie i Grupie Warta Glass, Poznań).

Firmy nagrodzone dyplomami w uznaniu zaangażowania i zasług na rzecz rozwoju przemysłu opakowań w Polsce oraz wspierania działalności Polskiej Izby Opakowań

Albea Warsaw Sp. z o.o. (Góra Kalwaria); **Ball Trading Poland**

Sp. z o.o. (Radomsko); **Can-Pack SA** (Kraków); **COBICO** Sp. z o.o. (Wieliczka); **DS Smith Polska SA** (Kielce); **EKOPACK** Sp. z o.o. (Konin); **ECOR** Product Sp. z o.o. (Stęszew); **ELA** Wyrób Folii i Opakowań (Celestynów); **EUROBOX** Polska Sp. z o.o. (Przesiadłów); **Georg Utz** Sp. z o.o. (Kąty Wrocławskie); **HARTMANN Polska** Sp. z o.o. (Gorzów Wielkopolski); **GRUPA INCO SA** (Warszawa); **Goodwell Polska** (Gryfice); **GRAHAM Packaging Poland** Sp. z o.o. (Sulejówkę); **Instytut Logistyki i Magazynowania** (Poznań); **IPAK** Dariusz Niklas (Chmielowice); **KARTONEX** Sp. z o.o. (Krasnystaw); **MARTEX** (Otwock); **MULTIFARB** Zakład Produkcji Opakowań Sp. z o.o. (Jasło); **O-I Produkcja Polska SA** (Jarosław); **PACKSERVICE Ltd.** (Łask); **PACCOR Polska** (Skierniewice); **PARTENR LOGISTIC** Sp. z o.o. (Warszawa); **PLAST SERVICE PACK** Konrad Rumiński (Kolonja Warszawska); **RADPAK Ltd.** Fabryka Maszyn Pakujących (Włocławek); **RAWIBOX SA** (Rawicz); **Silgan White Cap Polska** Sp. z o.o. (Niepołomice); **TEKPUD** Sp. z o.o. (Jasło); **YANKO** Sp. z o.o. (Rogoźnica); **ZPM POPRAWA** Producent Opakowań Tekturowych (Bierzów).

Laureaci tytułów „Zasłużony dla Polskiej Izby Opakowań”

Listę nagrodzonych i wyróżnionych zamykają laureaci tytułu „Zasłużony dla Polskiej Izby Opakowań”. To najwyższe „izbowe” wyróżnienie przyznano 9 osobom za szczególnie aktywne uczestnictwo w organach statutowych Izby. Na liście tej figurują następujące osoby: **Zbigniew Cacko** – założyciel, wieloletni prezes i właściciel firmy EUROPAL, członek Komisji Rewizyjnej IV i V kadencji; **Gabriel Chojak** – organizator, założyciel, prezes i właściciel firmy DEKOR-GLASS DZIAŁDOWO, członek Rady Izby IV i V kadencji, sponsor licznych przedsięwzięć Izby; **Piotr Boczkowski** – założyciel i prezes spółki TEKPUD, członek Rady Izby III kadencji; **Zygmunt Kapuścik** – organizator i wieloletni prezes spółki KARTONEX, członek Rady Izby III kadencji; **Izabela Kwiatkowska** – pierwsza red. naczelna czasopisma Packaging Polska, prezes wydawnictwa European Media Group, członek Rady Izby III i IV kadencji; **Janusz Mazurczak** – Dyrektor Grupy Projektów MTP, członek Rady Izby IV i V kadencji, przewodniczący zespołu ds. Promocji, Marketingu i Rozwoju Rynku Opakowań; **Adam Szyburski** – właściciel Huty Szkła TUR, członek Rady Izby III i IV kadencji; **Ewa Szymańska-Zachara** – gł. Specjalista ds. legislacji branżowej, Grupa INCO, przewodnicząca Komisji Rewizyjnej III, IV i V kadencji; **Wojciech Kołpa** – VRP Sp. z o.o., członek Komisji Rewizyjnej III i IV kadencji, przewodniczący Zespołu Etyki.

Tradycyjnie już, w trakcie WZC wręczane są nowym członkom Izby certyfikaty Członka Polskiej Izby Opakowań

W tym roku certyfikaty takie wręczono: **Grażynie Szwarc-Kobryń**, dyr. ds. handlu w firmie KRAM S.A.; **Jerzemu Erbel**, właścicielowi firmy LASER-PAK; **Piotrowi Dudkiewiczowi**, dyr. ds. produkcji w firmie TFP; **Leszkowi Roemer**, prezesowi w spółce KLAR GLASS.

Zespół redakcyjny Biuletynu Opakowaniowego

Sylwetki Świata Opakowań

Kontynuując cykl „Sylwetki świata opakowań” w tym numerze prezentujemy sylwetkę Zbigniewa Maziarza – dyrektora Zakładu Produkcji Opakowań (ZPO) w Jasle, jednostki organizacyjnej Spółki MULTIFARB w Rzeszowie.

Do branży opakowań tekturowych trafiłem w roku 1997, kiedy to na terenie likwidowanej Spółdzielni Pracy branży metalowej, zakupionej przez Spółkę Multifarb z Rzeszowa rozpoczęliśmy, z nieżyjącym już niestety, Krzysztofem Kraczoń, budowanie od podstaw na terenie miasta Jasła nowego zakładu produkującego opakowania tekturowe. Przejęte obiekty budowlane powstały w latach 50 i wymagały gruntownego remontu, przebudowy oraz dostosowania do potrzeb zatrudnienia osób niepełnosprawnych. Okres budowy to czas wyęźżonej pracy wielu osób z których tylko nieliczni dotrwali do dzisiaj. Pamiętam, że w tym czasie rozpoczynałem pracę o godz. 7 rano, a kończyłem bardzo często po godz. 20 zapominając o wolnych sobotach.

Radość z tworzenia czegoś nowego w czasach, kiedy cała gospodarka próbowała podnieść się z marazmu, dodawała sił i mobilizowała do poszukiwania nowych rozwiązań i zdobywania nowej wiedzy technicznej, niezbędnej w nowej nieznanym mi dziedzinie produkcji. W początkowym okresie moja rola ograniczała się do prowadzenia spraw budowlanych i modernizacyjnych, a współwłaściciele Spółki Multifarb w osobie P. Józefa Bigosa i wspomnianego już Krzysztofa Kraczońa poszukiwali producentów maszyn do przetwórstwa tektury.

Po uruchomieniu produkcji przejąłem pełny nadzór na działalnością Zakładu w ramach Spółki Multifarb i w zmiennym składzie kierownictwa Spółki i Zakładu prowadzę to z różnym skutkiem do dzisiaj. Pierwsze opakowania opuściły nasz Zakład w maju 1997r i były przeznaczonego dla jednego z producentów farb dla budownictwa. Były to proste opakowania klapowe ale już z nadrukiem wykonywanym na małej jednokoloro-



wej drukarce produkcji francuskiej z nasączanymi wałkami farbowymi lub przy zastosowaniu sitodruku. Od początku działalności Zakładu Produkcji Opakowań została przyjęta zasada, że produkcję opakowań opieramy na nowych maszynach. Były to na tamte czasy bardzo proste maszyny, kupowane zarówno u polskich producentów jak też i w krajach azjatyckich: Tajwan, Chiny. Każda operacja była prowadzona na innej maszynie co ograniczało wydajność i zakres produkcji. Cała ówczesna produkcja znajdowała odbiorców w byłych Polifarbach: Dębicy, Cieszynie i Wrocławiu z którymi Multifarb od wielu lat utrzymywał kontakty handlowe, sprzedając we własnych hurtowniach i sklepach ich wyroby chemiczne, kompensując je produkowanymi opakowaniami. Wraz z rozwojem nowoczesnej gospodarki rosły zarówno wymagania jakościowe, rodzajowe i ilościowe co zmuszało do dalszego rozwoju. W tym celu został zakupiony w roku 2004 upadły zakład, przylegający do ZPO. Umożliwiło to rozbudowę Zakładu poprzez powiększenie powierzchni magazynowej i powierzchni produkcyjnej. Zakupione zostały kolejne bardziej nowoczesne maszyny jak drukarka dwukolorowa do produkcji dużych opakowań między innymi dla przemysłu meblarskiego i budownictwa, Sloter z drukarką czterokolorową, umożliwiającą pro-

dukcje opakowań wielokolorowych dla bardziej wymagających odbiorców oraz półautomatycznej sklejkarki i zszywarki. Kolejną istotną pozycją w powiększonym parku maszynowym był zakup automatu sztancującego z sekcją czyszcząca oraz zakup maszyny BOXMATIC, która może obrabiać bardzo duże arkusze tektury nawet siedmiowarstwowej. W tym celu wielokrotnie wyjeżdżałem z właścicielem Firmy Opak ze Szczecinka do Chin i Tajwanu celem rozpoznania rynku i wyboru odpowiedniej maszyny do naszych potrzeb produkcyjnych. Przy tej okazji miałem możliwość poznawania egzotycznych krajów i zwiedzania tamtejszych zakładów produkcyjnych.

W początkowym okresie produkcji dokonywaliśmy zakupu tektur w nieistniejących już firmach jak Tek-Pol w Brzeźnie, Big Karton Szczecin czy Intercell w Łodzi. Obecnie te firmy zmieniły właścicieli ale nadal pozostają w kręgu kilku naszych strategicznych dostawców. Bardzo miłe wspominać współpracę z tymi firmami i obecnymi ich następcami w poprzednich latach. Środowisko producentów opakowań było jednoczone poprzez organizowanie przez producentów tektury wyjazdowych spotkań szkoleniowych i integracyjnych. Spotkania te pozwalały na wzajemne pozna-

dokończenie na s. 6

Sylwetki Świata Opakowań

dokończenie ze s. 5

wanie się, wymianę poglądów, pozyskiwanie istotnych informacji o sytuacji w branży produkcji opakowań i pozyskiwanie nowych kontaktów. Corocznie organizowane Targi w Poznaniu były źródłem wielu kameralnych spotkań ludzi z branży na stoiskach poszczególnych producentów tektury i opakowań. Obecnie od kilku lat obserwuję zanik tego typu spotkań – spowolnienie gospodarcze oraz zaostrzone rygory finansowe w firmach produkcyjnych obniżyły rangę zarówno Targów w Poznaniu jak też spotkań kameralnych i szkoleniowych organizowanych przez producentów tektury. Ma w tym również swój udział postęp techniczny i możliwość szybkiego kontaktu i pozyskania istotnych informacji przy użyciu Internetu. Bardzo chwalebny działaniem w tych nowych uwarunkowaniach jest obecnie integrowanie środowiska producentów opakowań przez Polską Izbę Opakowań, która poprzez organizowanie wielorakich sympozjów, kongresów, spotkań szkoleniowych, publikacji istotnych informacji o sytuacji w branży, staje się spoiwem łączącym różnych mniejszych i większych producentów opakowań, przekazując im nowe aktualne informacje powiązane z branżą opakowań.

Praktycznie od początku działalności ZPO – uruchomienia produkcji opakowań – nawiązałem kontakt z Centralnym Ośrodkiem Badawczym Opakowań w Warszawie celem wykonania badań i przeprowadzenia certyfikacji produkowanych opakowań pod kątem ich bezpiecznego stosowania do pakowania materiałów niebezpiecznych. Uzyskane w COBRO Certyfikaty UN przez kolejne lata działalności ZPO były przedłużane, wznawiane oraz pozyskiwane nowe. Był to bezwzględny wymóg warunkujący realizację produkcji dla potrzeb naszych głównych odbiorców opakowań jakim były dawne „Polifarby”. Od roku 2007 mój Zakład jest członkiem Polskiej Izby Opakowań i na bieżąco współpracuje z COBRO w Warszawie w zakresie badania opakowań i pozyskiwania kolejnych certyfikatów. Zdobywane doświadczenie przy okazji prowadzonych badań opakowań, pozyskiwania pośrednich

certyfikatów od producentów surowców, uzyskiwania własnych certyfikatów na produkowane opakowania, poszerzyło moje spojrzenie na cały własny produkowany dotąd asortyment opakowań i zaowocowało nowymi pomysłami poszerzenia produkowanego dotąd segmentu opakowań tylko dla przemysłu chemicznego i budowlanego również o przemysł branży spożywczej.

Z inicjatywy ZPO i za zgodą właścicieli Spółki Multifarb został powołany w roku 2004 zespół, którego celem było opracowanie i wprowadzenie na rynek nowego opakowania dla branży spożywczej – innego niż dotąd stosowane przez branżę. Zespół z moim udziałem stworzył nowy materiał wielowarstwowy z użyciem tektur falistych, które zostały pokryte od strony wewnętrznej foliami ochronnymi tworząc barierę pomiędzy tekturą falistą a wyrobami spożywczymi. Od roku 2005 rozpoczęliśmy próby produkcyjne materiału wielowarstwowego, jeszcze bardzo prymitywnymi sposobami. Jednak pozytywne wyniki zachęciły nas do poszukiwania takich rozwiązań technicznych, które dawały szansę uruchomienia produkcji seryjnej. W tym celu wyjechałem kolejny raz do Chin gdzie prowadziłem rozmowy z producentami, którzy oferowali możliwość adaptacji własnych produkowanych maszyn dla potrzeb uruchomienia produkcji nowego materiału wielowarstwowego.

Pierwsze opakowania wykonane z materiału wielowarstwowego zostały wpro-

wadzone na rynek w roku 2006 z przeznaczeniem do pakowania takich wyrobów spożywczych jak: pizze, ciasta, ciastka, torty oraz tłuszcze spożywcze i chemiczne, które można wlewać bezpośrednio do opakowania w stanie ciekłym, gdzie podlegają krystalizacji i po wystygnięciu nadają się do transportu. Opakowania wykonane z takiego materiału zamykają możliwość migracji do i na zewnątrz opakowania środków szkodliwych a w przypadku tłuszczu zabezpieczają przed ich przenikaniem w strukturę tektury i eliminują konieczność ich zabezpieczania innymi dodatkowymi osłonami. Wyprodukowane przez nas opakowania z materiału wielowarstwowego, przed wprowadzeniem na rynek zostały przebadane pod kątem ich bezpiecznego stosowania do pakowania wyrobów spożywczych i w wyniku przeprowadzonych badań uzyskały Certyfikat Państwowego Zakładu Higieny w Warszawie, który zezwala na bezpośredni kontakt wyrobów spożywczych z opakowaniem. Produkowane przez nas opakowania są pod ciągłym nadzorem a zmieniające się i zaostrzające przepisy wydawane przez UE w zakresie bezpieczeństwa wyrobów spożywczych wymuszają pośrednio konieczność dodatkowych badań jak np., migracja specyficzna. W tym celu utrzymujemy ciągły kontakt z Instytutem COBRO w Warszawie w Laboratorium którego przeprowadzamy szereg kolejnych badań i uzyskujemy kolejne certyfikaty jak: na znak przydatności do ponownego przetworstwa – „Recykling”, Deklarację Zgodności z zasadniczymi Wymaganiami Dyrektywy 94/62/EC.

Produkowany przez nas materiał wielowarstwowy uzyskał ochronę prawną



Urzędu Patentowego RP w postaci przyznanego nam Patentu na wynalazek pt. „Wielowarstwowy materiał opakowaniowy i sposób jego wytwarzania”. Szereg opakowań produkowanych przez nasz Zakład z tego materiału zostało zarejestrowane w Urzędzie Patentowym RP jako wzory przemysłowe i wzory użytkowe. Posiadają również zgłoszenie wspólnotowego wzoru przemysłowego (*Community design*).

Cała Spółka „Multifarb”, w tym także Zakład Produkcji Opakowań, ma na swoim koncie wiele sukcesów i jest laureatem wielu prestiżowych nagród jak: I miejsce w Wojewódzkim i IV miejsce w Ogólnopolskim konkursie „Pracodawca – Organizator Pracy Bezpiecznej”, Złoty Certyfikat Przedsiębiorstwa Fair Play, miejsce w „Złotej Piętnastce” Najlepszych Firm wytypowanych przez Redakcję Przekroju i Centrum Analiz Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Same opakowania otrzymały „Medal Europejski” za opakowania na produkty Spożywcze przyznany przez BCC oraz od Polskiej Izby Opakowań drugą nagrodę za opakowanie wafelków podkarpackich w trakcie Międzynarodowych Targów Przemysłu Spożywczego POLAGRA FOOD w Poznaniu.

Te, prawie już 18 lat pracy w branży opakowań, to okres wyťažonej pracy w zmieniających się warunkach gospodarczych, technicznych i ekonomicznych. To okres permanentnej nauki rzeczywistości jak też zdobywanie wiedzy na popełnianych błędach własnych i innych. To okres wzrastających obrotów i malejących zysków. To okres ciągłego nadążania za zmieniającymi się wymaganiami wobec producentów i koniecznością wymiany parku maszynowego na bardziej wydajny i o wyższym poziomie technicznym. To okres gdzie praca staje się coraz droższa, utrzymanie pracowników i pokrywanie wszystkich kosztów pośrednich coraz trudniejsze.

Aby to wszystko ogarnąć, prowadzić drogą sukcesu z zadowoleniem i zrozumieniem przez wszystkie osoby powiązane z prowadzoną działalnością, trzeba mieć naprawdę dużo energii, zaparcia i poświęcenia. Trzeba spotkać na swojej drodze wiele osób, które potrafią zrozumieć, wspomogą w potrzebie i wybaczą jeśli nie wszystko się udaje. Trzeba również mieć duże oparcie w rodzinie, która musi wybaczyć ciągłe nieobecności, spóźnione powroty z pracy i brak dla niej czasu.

Zbigniew Maziarz

Ważniejsze obszary działalności oraz dokonań Polskiej Izby Opakowań w 2013 roku

Fragmety sprawozdania Prezesa Izby prof. zw. dr. hab. inż. Stanisława Tkaczyka na Walnym Zgromadzeniu Członków

W roku 2013, podobnie jak w latach poprzednich, do priorytetowych zadań Izby należały: działania mające na celu „rynkowe” wspomaganie firm, polegające na różnorodnych formach promocji firm i ich ofert, zarówno na rynku krajowym jak i rynkach zagranicznych; wspomaganie procesów rozwojowych w firmach oraz tworzenie warunków sprzyjających rozwojowi przedsiębiorczości; innowacyjno-edukacyjne i informacyjne wspieranie firm poprzez organizowanie działalności szkoleniowej, inicjowanie i organizowanie badań naukowych mających na celu rozwiązywanie ważnych problemów technicznych i technologicznych ukierunkowanych na modernizację przemysłu opakowań; upowszechnianie wiedzy o opakowaniach oraz popularyzowanie przemysłu opakowań i ludzi oraz firm szczególnie zasłużonych dla branży; kształtowanie i upowszechnianie etycznych postaw na rynku opakowań oraz krzewienie zasad społecznie odpowiedzialnego biznesu.

Działalność na rzecz rynkowego wspomagania firm

Celem podejmowanych w tym obszarze działań było tworzenie warunków do efektywnej sprzedaży przez przedsiębiorców zrzeszonych w Izbie, ich usług i wyrobów. Jest to bowiem główny cel działalności każdej firmy nastawionej na zaspokajanie potrzeb rynku.

Stąd też jednym z ważniejszych zadań organizacji samorządu gospodarczego przedsiębiorców jest wspomaganie ich

w realizacji tego celu. Oczywiście nie jest to jedyne zadanie i obowiązek, ale w roku sprawozdawczym 2013 było uznane za pierwszoplanowe.

Jakie zatem formy działalności Izby służyły realizacji zadania, hasłowo ujętego jako **rynkowe wspomaganie firm**? Spośród ważniejszych wymienić należy: organizowanie misji biznesowych i promocyjnych na branżowe targi i wystawy organizowane poza granicami kraju; udział w krajowych targach i wystawach opakowaniowych; organizowanie konferencji i sesji promocyjnych z okazji targów i wystaw opakowaniowych; gromadzenie i udostępnianie przedsiębiorcom zapytań ofertowych na dostawę opakowań, materiałów opakowaniowych oraz maszyn i urządzeń do pakowania i produkcji opakowań; informowanie o organizowanych w kraju i za granicą targach i wystawach opakowaniowych oraz branżowych wystawach głównych użytkowników opakowań, a w szczególności wystawach żywności; wydawanie i upowszechnianie materiałów informujących o rynkowych ofertach firm zrzeszonych w Izbie.

W okresie sprawozdawczym Izba zawarła szereg porozumień z organizatorami międzynarodowych i krajowych targów i wystaw opakowaniowych, dzięki którym mogła udostępnić na preferencyjnych warunkach miejsce dla firm na stoisku Izby. Porozumienia takie zostały zawarte z międzynarodowymi centrami wystawowymi w: Bukareszcie (ROMEXPO S.A.); Kiszyniowie (MOLDEXPO S.A.); Mińsku (EXPOFORUM); Norymbardze (Nürnberg Messe GmbH);

dokończenie na s. 8

Ważniejsze obszary działalności oraz dokonań Polskiej Izby Opakowań w 2013 roku

dokończenie ze s. 7

Moskwie (ITE); Budapeszcie (HUNGEXPO) i Rydze (RIGAEXPO).

Dzięki temu, oferty polskich firm zaprezentowane zostały na targach: **Packaging Depot w Mołdawii**; **Rosupack** w Rosji; **Mir Upakovki** na Białorusi; **All Pack** w Rumuni oraz **Fach Pack** w Niemczech.

W organizacji misji na zagraniczne targi i wystawy opakowań, Izba współpracowała z Wydziałami Promocji Handlu i Inwestycji ambasad RP w Budapeszcie, Bukareszcie, Berlinie, Kiszyniowie, Moskwie i Oslo. Współpracę tę bardzo wysoko oceniamy.

Na szczególne podkreślenie zasługuje udział Izby i firm w Izbie zrzeszonych w targach PAKFOOD-2013. Na zbiorowym stoisku Izby swoje oferty zaprezentowały firmy: ARTBOX; EUROPAL; COBRO – Instytut Badawczy Opakowań; PAKMAR; CLICK PACK oraz Laboratorium Badawcze J.S. HAMILTON. Ponadto w ramach samodzielnych stoisk oferty zaprezentowały firmy: COFFEE SERVICE; ECOR Product; KDS; RADPAK i YANKO.

Z okazji targów PAKFOOD i towarzyszących tym targom Międzynarodowych Targów Przemysłu Spożywczego POLAGRA FOOD, Izba wydała specjalny numer *Biuletynu Opakowaniowego* zawierający oferty firm opakowaniowych dla producentów żywności, w nakładzie 2500 egz. W Biuletynie oferty zamieściły firmy: CAN-PACK; CBIMO; COBICO; COBRO; MTP; PAKMAR; PLAST SERVICE PACK; SILGAN WHITE CAP POLSKA; TFP i YANKO.

Biuro Izby przekazało firmom ponad czterdzieści zapytań ofertowych zgłoszonych, w większości, przez zagranicznych użytkowników opakowań.

Przekazano do polskich placówek dyplomatycznych (WPHI) w Kazachstanie, Mołdawii, Ukrainie, Rumunii, Białorusi, na Węgrzech i w Norwegii ponad 500 egzemplarzy opracowanego i wydanego przez Izbę katalogu zawierającego oferty polskich firm opakowaniowych, w językach angielskim i rosyjskim.

Firmy, które uczestniczyły w organizowanych przez Izbę przedsięwzięciach promocyjno-marketingowych oraz korzystały z innych form promocji i reklamy, wysoko oceniły ich organizację i uzyskane efekty.

Wspomaganie procesów rozwojowych w firmach oraz tworzenie warunków sprzyjających funkcjonowaniu firm i rozwojowi przedsiębiorczości

Działania mające na celu realizację tego zadania prowadzono wielotorowo. Polegały one na monitorowaniu warunków funkcjonowania firm i identyfikowaniu pojawiających się zagrożeń oraz podejmowaniu działań mających na celu usunięcie tych zagrożeń lub minimalizowanie ich negatywnych skutków.

Najpoważniejszym problemem z jakim spotkały się w 2013 roku firmy produkujące opakowania z tektury, były kilkukrotne podwyżki cen tego materiału w ciągu roku.

Po zasygnalizowaniu tego problemu przez zainteresowane firmy, Prezes Izby oraz Przewodniczący Rady wystosowali do producentów (dostawców) tego materiału list informujący o skutkach, jakie skala podwyżek wywołała w firmach-producentach opakowań. W liście tym zwrócono uwagę na potrzebę negocjacji i rzeczowego uzasadnienia tych decyzji, bowiem najczęściej, uzasadnienie brzmiało – wzrost popytu.

W ramach tworzenia warunków sprzyjających przedsiębiorczości Izba brała udział w opiniowaniu aktów normatywnych z dziedziny prawa gospodarczego (przepisy celne, skarbowe, regulacje UE itp.). W szczególności byliśmy obecni przy tworzeniu ustawy o gospodarce opakowaniami i odpadach opakowaniowych. Konsultowano także opracowywany przez Ministerstwo Gospodarki **Program rozwoju przedsiębiorczości do 2020 r.** Ważnymi dla wspomaganie procesów rozwojowych firm były przedsięwzięcia wspierające proinnowacyjny rozwój przedsiębiorstw (szkolenia, opiniowanie projektów innowacyjnych).

Innowacyjno-edukacyjne i informacyjne wspieranie firm

Realizacji tego zadania służyły m.in.: projekty badawcze ukierunkowane na rozwiązywanie ważnych dla branży zagad-

nień technicznych i technologicznych; wspieranie promodernizacyjnych (innowacyjnych) inicjatyw i przedsięwzięć realizowanych przez firmy w ramach krajowych i unijnych projektów rozwojowych; inicjowanie i organizowanie kontaktów pomiędzy sferami: przemysłu, nauki i edukacji.

W roku 2013 realizowany był międzynarodowy projekt badawczy SoLaPack, którego celem jest opracowanie metod zapobiegania migracji krytycznych substancji przez zastosowanie warstwy sorpcyjnej na materiale opakowaniowym pochodzenia celulozowego.

Projekt wkroczył w końcową fazę realizacji, podczas której wytypowanych zostanie kilka kompozycji zapewniających otrzymanie powłok o najlepszych właściwościach absorpcyjnych dla substancji krytycznych. Dotychczas, z powłok wytworzonych w Polsce najlepszymi zdolnościami sorpcyjnymi i barierowymi odznaczyły się powłoki oparte na skrobi, lateksie i gamma cyklodekstrynie i prawdopodobnie te komponenty zostaną wykorzystane w badaniach pilotażowych.

Ze strony przemysłu, w realizacji tego projektu uczestniczą firmy: AKPUD, BESKID, KARTONEX, MULTIFARB, SANEX i YANKO, tworząc Komitet Użytkowników.

We wrześniu 2013, Izba w porozumieniu z podobnymi sobie organizacjami zagranicznymi przygotowała kolejny międzynarodowy projekt badawczy o akronimie **SELECTPERM**, którego celem jest opracowanie materiału opakowaniowego do żywności o selektywnej przepuszczalności tlenu i dwutlenku węgla. W szczególności dotyczyć to będzie materiałów na opakowania świeżych warzyw, owoców oraz niektórych gatunków sera. Projekt ten został przyjęty do realizacji.

W roku sprawozdawczym Biuro Izby sporządziło 9 opinii wspierających wnioski firm o dofinansowanie innowacyjnych przedsięwzięć badawczych i inwestycyjnych.

Izba odnotowała postęp w zakresie wykorzystania potencjału badawczego uczelni w celu modernizacji przemysłu opakowań i profesjonalnego doskonalenia kadr.

Uległa dalszemu zacieśnieniu współpraca z wymienionym wcześniej Zachodniopomorskim Uniwersytetem Technologicznym, Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu oraz Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie. Pracownicy naukowo-dydaktyczni tych uczelni są konsultantami w sprawach badań dla potrzeb branży. Są także autorami artykułów w *Biuletynie Opakowaniowym* oraz wykładowcami na seminariach organizowanych przez Izbę.

Prawie w każdym numerze *Biuletynu* zamieszczone są artykuły na temat badań naukowych z dziedziny opakowalnictwa.

W trakcie targów PAKFOOD Izba była organizatorem 3 seminariów poświęconych m.in. następującym zagadnieniom: **Czynniki determinujące rozwój przemysłu i rynku opakowań; Badania naukowe wspierające rozwój opakowań; Opakowania a logistyka; Rynek opakowań do żywności, stan i perspektywy; Wpływ opakowań na jakość żywności; Ochrona prawna form przestrzennych opakowań do żywności; Opakowania żywności ogrzewanej mikrofalowo oraz utrwalanej radiacyjnie.**

Zespół Problemowy Rady Izby ds. Innowacyjno-Edukacyjnego i Informacyjnego Wspomagania Firm wzbogacił się o przedstawicieli uczelni, młodych pracowników naukowo-dydaktycznych ze stopniami naukowymi doktora. Zaowocowało to rozwojem współpracy ze środowiskiem Studenckich Kół Naukowych. Dalszym ważnym krokiem w rozbudzaniu zainteresowania studentów problematyką opakowaniową jest uruchomienie konkursu na prace dyplomowe o tematyce opakowaniowej. Konkurs ten został rozpisany w styczniu 2014 roku. Z inicjatywy Izby, Wydawnictwo PWN SA podjęło się wydania w języku polskim swoistej biblii opakowaniowej wydanej w Wielkiej Brytanii pt. **Packaging technology. Fundamentals, materials and processes.**

Upowszechnianie wiedzy o opakowaniach oraz popularyzowanie przemysłu opakowań i ludzi oraz firm szczególnie zasłużonych dla branży

Zadanie to było realizowane poprzez różnorodne formy działań. Do głównych zaliczyć należy prezentowanie na łamach *Biuletynu Opakowaniowego* (kolumna **Sylwetki Świata Opakowań**) osób szcze-

gólnie zasłużonych dla krajowego przemysłu opakowań.

Za najważniejsze w tym obszarze wydarzenie należy uznać zorganizowanie dorocznego plebiscytu na **Firmę Zasłużoną dla Przemysłu Opakowań** oraz **Zasłużonego dla Przemysłu Opakowań**. Z zadowoleniem należy stwierdzić, iż edycja roku 2013, cieszyła się rekordowym zainteresowaniem. W wyniku tego plebiscytu do tytułu „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” nominowano trzy osoby: **Marian Feldman** (miesięcznik *Opakowanie*), **Janusz Mazurczak** (MTP), **Anna Kosmacz-Chodorowska** (Instytut Logistyki i Magazynowania); zaś do tytułu „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań” – 4 firmy: **DEKORGLASS Działdowo**, **FORMIKA**, miesięcznik **PACKAGING Polska** i **Spółkę TFP**.

Wręczenie tytułów miało miejsce podczas targów PAKFOOD. W uroczystości wręczenia tytułów laureatom tego plebiscytu udział wzięli: wicepremier i minister gospodarki Janusz Piechociński oraz minister rolnictwa Stanisław Kalemba.

O popularności i prestiżu Izby mogą świadczyć liczne propozycje objęcia przez Izbę patronatów nad ważnymi, nie tylko dla branży, wydarzeniami jak: konferencja naukowo-techniczna „Przemysł Farmaceutyczny”; Kongres Świata Kosmetyków; Targi *Packaging Innovations*; *Festiwal Marketingu i Druku*; Ogólnopolski Kongres Recyklingu; Konferencja Foliowa; Konferencja Innowacyjne Opakowania, organizowana przez Świat Druku i inne.

Spośród inicjatyw służących rozwojowi przemysłu opakowań, a w szczególności w części dotyczącej nowych form i wzornictwa opakowań, na szczególne wyróżnienie zasługuje inicjatywa wydawcy miesięcznika **PACKAGING Polska** w sprawie organizacji dorocznego konkursu **Art of Packaging**. Edycja roku 2013 była szczególnie bogatą w nowe oryginalne projekty. To wielka zasługa redakcji **PACKAGING Polska**, członka Polskiej Izby Opakowań.

Kształtowanie i upowszechnianie etycznych postaw na rynku opakowań oraz krzewienie zasad społecznie odpowiedzialnego biznesu

Działalność Izby w tym obszarze ograniczała się do popularyzowania firm przestrzegających zasad etycznego i społecznie odpowiedzialnego biznesu. Cieszy fakt, iż pomimo trudnych warunków na

rynku, nie spotkaliśmy się z przykładami nieuczciwej konkurencji ze strony firm zrzeszonych w Izbie. Nie spotkaliśmy się także z przypadkami świadczącymi, iż firmy zrzeszone w Izbie są źródłem zatorów płatniczych.

Mamy natomiast coraz więcej informacji o firmach dających przykłady społecznie odpowiedzialnego biznesu. Dotyczy to m.in. takich firm jak: POPRAWA; DEKORGLASS; COFFEE SERVICE; AKPUD; YANKO i wielu innych.

Sprawy organizacyjne. Członkowie

O znaczeniu, pozycji, o tym co często określamy „siłą przebicia” każdej organizacji decydują jej członkowie. Liczba, jakość, i aktywność oraz pozycja w środowisku (branży). Podobnie jest w odniesieniu do naszej organizacji, Polskiej Izby Opakowań.

W świadomości kierownictwa Izby tkwi przekonanie, iż największą wartością Izby, są jej członkowie. Zatem ważnym zadaniem jest stała rozbudowa (rozwój) Izby, mierzona wzrostem liczby członków. Jeśli z tego punktu widzenia spojrzeć na dorobek roku 2013, to są powody do satysfakcji. Bowiem w okresie sprawozdawczym do Izby wstąpiło 12 firm. Są to: **CLICK-PACK Sp. z o.o. (Warszawa)**; **Drukpol.Flexo Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.A. (Nowy Dwór Mazowiecki)**; **J.S. HAMILTON POLAND S.A. (Gdynia)**; **KLAR GLASS Sp. z o.o. (Pobiedziska)**; **KDS Sp. z o.o. Sp. komandytowa (Warszawa)**; **KABADO – Rafał Forys (Zawadzkie)**; **KRAM POLSKA SPÓŁKA AKCYJNA (Pasłęk)**; **LASER-PAK Jerzy Erbel (Warszawa)**; **MAREX Stanisław Gołębiowski (Ostrołęka)**; **QUARTZ S.A. (Nowy Dwór Mazowiecki)**; **TFP Sp. z o.o. (Dzieńmierowo)**; **WIMAR Mariusz Wiśniewski (Kraśnik)**.

W tym samym czasie członkostwo w Izbie wznowiła firma **conTeyor (Czechowice-Dziedzice)**. **Ogółem w roku 2013 przybyło 13 firm** zaś ubyło 6.

W rezultacie zaistniałych zmian w okresie sprawozdawczym, aktualnie Izba liczy 86 członków, w tym 17 firm, których staż członkowski wynosi 20 lat. Są to członkowie-założyciele Izby. Jest wielkim zadaniem i obowiązkiem Izby, jej kierownictwa, aby każda firma, która zdecydowała się na członkostwo w Izbie, nie zawiodła się, co do oczekiwań z tym związanych.

red.

Największe wyzwanie na rok 2014 – osiągnięcie wysokiego poziomu wiedzy zawodowej i kwalifikacji pracowników

Tadeusz Szymanek, właściciel firmy GREEN PACK o roku 2013 i wyzwaniach roku 2014

Jeśli chodzi o ocenę roku 2013, z perspektywy naszej firmy, jest ona pozytywna dzięki dobremu przygotowaniu się. Bowiem realizację planów na rok 2013 rozpoczęliśmy już w 2012 roku, a dobrym prognostykiem był ostatni kwartał 2012 i dobry start w styczniu 2013 roku. Wyniki ekonomiczno-organizacyjne napawały optymizmem. Rozpoczęta w latach poprzednich inwestycja miała zamknąć się pod koniec 2013 roku i została zrealizowana. Firma zakupiła linię technologiczną do produkcji opakowań ekologicznych zwiększających tym samym własną ofertę rynkową.

W ciągu całego roku mieliśmy stabilną załogę, a realizując zadania rynkowe na rzecz naszych klientów mieliśmy świadome wsparcie marketingowo-promocyjne naszych partnerów biznesowych.

Wprowadziliśmy do obrotu handlowego pod własną marką **Green Pack** produkty konfekcjonowane dla gastronomii, produkty papierowe wysokiej jakości de-

dykowane dla firmy Green Pack, a odnoszące się do pragmatycznej relacji: jakość w połączeniu z ceną sprzedaży, z korzyścią dla ostatecznego odbiorcy. Warto podkreślić, że wszystkie wyroby są produkowane z polskich produktów przez polskie firmy. Rozszerzyliśmy znacznie współpracę z firmą kurierską, co zaowocowało zwiększonymi dostawami w najbardziej odległe miejsca w Polsce, tym samym dotrzymując umów z naszymi klientami. W naszej bieżącej obsłudze klientów detalicznych – sieci sklepów-widzimy powolne odchodzenie od opakowań foliowych i powolny spadek ich sprzedaży, co nie jest spowodowane świadomością związanej z ich oddziaływaniem na środowisko, lecz opłatami przy kasie podczas potrzeby zapakowania zakupów. Nie dostrzegamy natomiast alternatywnych rozwiązań w postaci np. toreb papierowych, czy toreb wielokrotnego użytku, które zachęcałyby szczególnie cenowo, by producenci i handlowcy byli zainteresowani wprowadzeniem ich do obrotu, a klient do powszechnego ich stosowania. Dalej panuje chaos wywołany przez niespójne przepisy.

Warto wobec tego tematu zauważyć, że tzw.: Ustawa o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi oraz Ustawa o ochronie środowiska, o utrzymaniu czystości... kieruje się na opłaty, a niewiele ma wspólnego z praktyką, a tym samym nie wpływa na uporządkowanie rynku producentów opakowań, by ich poczucie bezpieczeństwa gospodarczego dawało im gwarancje funkcjonowania w długim horyzoncie czasu. Skoro naturalne środowisko jest bezcenną wartością, warto by zastosować rozwiązanie polegające na preferencjach dla producentów opakowań ekologicznych i degradowalnych. Korzyści są zapewnione dla każdej ze stron!

Co do oceny warunków w jakich działają firmy w przemyśle opakowań to chciałbym zauważyć iż polscy przedsiębiorcy szczególną wagę przykładają do świadomego zarządzania własną firmą, do funkcji i sprawności organizacyjnej firmy, ale również do czynników zewnętrznych m.in.:

- relacji z partnerami biznesowymi, szczególnie z odbiorcami
- oddziaływania obowiązującego prawa i funkcjonowania przepisów dotyczących prowadzonej działalności gospodarczej

I tu nie mamy optymistycznych wniosków. Dlaczego? Powodem jest niska świadomość społeczno-ekonomiczna osób zarządzających firmami, licytujących dostawców do maksymalnie niskiej ceny zakupu. Efektem jest, albo podpisanie niekorzystnego kontraktu, albo rezygnacja z dostaw. W takiej współpracy jako czynnik niematerialny, a wręcz pogardzany jest etyka i budowanie więzi biznesowych, natomiast z uwagi na to, że „*petunia non olet*” dokonanie wyboru jest niezmiernie trudne. Uzyskiwane przewagi konkurencyjnej, co szczególnie widoczne jest w medialnych *public relations*, owocuje tandetą i niemierzalnymi konsekwencjami dla zdrowia np. wobec produktów spożywczych i ich form pakowania.

Na budowanie globalnej pozycji firmy mają wpływ bezsprzecznie obowiązujące przepisy, w tym podatkowe. Odnieść się tu należy do minimalizowania, a wręcz lekceważenia postaw przedsiębiorców, którzy często zdeterminowani, by realizować plany rozwojowe firmy (a w większości są to firmy polskie!) by zapewnić pracę swoim pracownikom, oczekują by przepisy wreszcie były oparte o doświadczenia związku z prowadzeniem firmy i uzgodnione w społecznym dialogu między ustawodawcą, a przed-



siębiorcami! Pudrowane prawo i brak bieżącej wrażliwości na problemy czy branży opakowań, czy całej gospodarki jest zaprzeczeniem zdrowego rozsądku i zaprzepaszczeniem najlepszej sytuacji jaką są rozwojowe postawy polskich przedsiębiorców.

Jak patrzę na wyzwania stojące przed branżą opakowań z perspektywy mojej firmy? Green Pack jest firmą o charakterze produkcyjno-handlowo-usługowym i współpracuje z wieloma producentami opakowań oraz z szerokim gronem odbiorców, których działalność gospodarcza ma wpływ na kształtowanie rynku opakowań.

Oczekiwania rynkowe są mocno rygorystyczne, dlatego też staramy się poprzez tzw. indywidualną markę pozyskać zaufanie klientów. Wprowadzamy do obrotu szczególnie opakowania papierowe i kartonowe. Do branży gastronomicznej trafiają np. kubki papierowe o podwójnych, czy potrójnych ściankach, a same w sobie stanowią wręcz dzieła artystyczne, doskonałe w użytkowaniu, a jednocześnie piękno nadruku podnosi jego walory estetyczne. Rynek producentów opakowań m.in. dla cukierni, na wyroby garmażeryjne zwraca szczególną uwagę na dokładność wykonania opakowań, ich szczelność, stosowanie zabezpieczeń przed otwarciem. Producenci artykułów spożywczych np. z branży gastronomicznej otrzymują po konsultacjach opakowanie, które w pełni odpowiada kryteriom jakości nawet wymogom ich logistyki.

Coraz więcej widzimy na rynku opakowań barierowych dających większe możliwości przechowywania artykułów spożywczych. Opakowania są do tego funkcjonalne w ich użytkowaniu, a przy tym coraz ładniejsze.

Największe wyzwanie jakie na rok 2014 to osiągnięcie wysokiego poziomu wiedzy zawodowej i kwalifikacji pracowników firmy. Profesjonalizm, zdobyte doświadczenie wsparte wiedzą potwierdzą, że firma nadąża za potrzebami klientów, umie znaleźć najlepsze rozwiązania organizacyjne i ofertowe. Aby mądrze uczestniczyć w grach rynkowych potrzebne są wykształcone kadry, dobrze wynagradzane, gotowe do realizowania codziennych zadań, świadome, że przewagę konkurencyjną nie buduje się nadwyrężając zdrowie i ponadnormatywnie pracując, ale mądrze!

Do osiągnięcia zamierzeń i realizacji

planów firmy potrzebni są świadomi pracownicy, szczególnie specjaliści, którzy wraz z zespołem w sposób beznakładowy ukształtują podstawowe procedury pracy, m.in. przepływ uporządkowanych informacji, wzmocnią decyzyjność w oparciu o konkrety. Wzmocnienie pozycji rynkowej dla takiej firmy jak Green Pack oznacza, że za wiedzą i potrzebami rynku idzie budowanie marki firmy poprzez produkty wprowadzane do obrotu. I tu znów bezcenne są umiejętności pracowników firmy, które mają decydować, czy trafimy w gusta klientów.

Szukamy rozwiązań wspierających działania rynkowe, wspierających postawy pracowników, wskazując na korzyści płynące ze stosowania świadomej wiedzy.

Twierdzę, że małym polskim firmą jest potrzeba przeprowadzenia mentalnych zmian w świadomości zatrudnionych pracowników, by dotychczasowe populistyczne, negatywne związane z pracodawcą oceny, zamienić na świadomość kreowania zgodnych i profesjonalnych postaw na korzyść przyszłości opartej o wiedzę i realizm.

Z potrzebami rynku, konkurencją, kierunkami dalszego rozwoju mamy radę, natomiast budujemy ze wszech miar firmy oparte o czytelne zasady dla pracowników, pracodawców oraz całego środowiska wpływającego na naszą przyszłość.

Pozostając z szacunkiem dla Polskiej Izby Opakowań liczę na dalsze działania wspierające firmy branży opakowań. To konieczne aby sprostać rysującym się wyzwaniom.

Tadeusz Szymanek

* * *

Od redakcji

Pan Tadeusz Szymanek, założyciel i właściciel firmy GREEN PACK, jest wielkim rzecznikiem rozwoju samorządu gospodarczego przedsiębiorców.

Od kilku lat aktywnie uczestniczy w pracach Polskiej Izby Opakowań. Ponadto piastuje godność Honorowego Prezydenta Regionalnej Izby Przemysłowo-Handlowej w Częstochowie. Za działalność na rzecz rozwoju regionalnego samorządu przedsiębiorców prezydent m. Częstochowy przyznał Panu Tadeuszowi specjalny dyplom uznania. Pan Tadeusz Szymanek doskonale łączy funkcję działacza ogólnopolskiego samorządu branży opakowań z obowiązkami uczestnika regionalnego ruchu samorządowego.

Firma GREEN PACK ma siedzibę w miejscowości Wierchowisko k/Częstochowy.

WARTO WIEDZIEĆ

30 czerwca 2014 roku upływa termin zgłaszania kandydatur do tytułów: „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” oraz „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań”

Przypominamy, że 30 czerwca upływa termin zgłaszania kandydatur do ustanowionych przez Polską Izbę Opakowań, najwyższych branżowych wyróżnień w formie tytułów: **Zasłużony dla Przemysłu Opakowań** oraz **Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań**.

Warunki zgłaszania kandydatur, procedury nominowania oraz kryteria jakie powinny spełniać zgłaszane kandydatury, zawarte są w dokumencie „System Nagród i Wyróżnień funkcjonujący w Polskiej Izbie Opakowań”, zamieszczonym na portalu Izby www.pio.org.pl



Problematyka opakowań na łamach Magazynu Spożywczego

Z inicjatywy Wydawnictwa AF Media, wydawcy Magazynu Spożywczego, w czasopiśmie tym wydzielono stały dział dla publikacji o opakowaniach.

W dziale tym, zatytułowanym „Opakowania”, zamieszczane będą informacje o nowościach, kierunkach rozwoju opakowań oraz o rynku opakowań. Gospodarzem tego działu jest Polska Izba Opakowań. W pierwszym numerze (1/2014), który ukazał się 25 marca, zamieszczony jest wywiad z prezesem Spółki POMONA COMPANY Ltd., Aleksandrem Mackiewiczem, na temat bezpiecznych podkładek adsorpcyjnych w opakowaniach do świeżego mięsa i ryb. Firma ta jest członkiem Izby.

Informując o nowej trybunie opakowaniowej, zapraszamy projektantów i producentów opakowań oraz maszyn i urządzeń do pakowania żywności, do współpracy w redagowaniu tego działu. Materiały prosimy przysyłać na adres Biura Izby: info@pio.org.pl.

Red.

Kierownictwo Polskiej Izby Opakowań z wizytą w firmie ERBI

erbi



Właściciel firmy ERBI – Jakub Bielecki

Uruchomienie nowej linii produkcyjnej (Heidelberg Diana X 80) stanowiło okazję do wizyty w dniu 10 lutego br., prezesa Izby prof. S. Tkaczyka oraz dyrektora Waława Wasiaka w firmie ERBI S.C. w Łodzi. Firma ta w roku ubiegłym święciła jubileusz XX-lecia działalności. A oto co mówi o historii i działalności firmy ERBI jej właściciel – Jakub Bielecki:

Jesteśmy firmą rodzinną, istniejącą na rynku od 1993 roku. W ciągu tych lat zdobyliśmy ogromne doświadczenie w branży poligraficznej. W roku 2005 podjęliśmy decyzję o profilowaniu drukarni w kierunku produkcji dla przemysłu farmaceutycznego i kosmetycznego. Firma została wyposażona w najnowszy park maszynowy mogący sprostać takiemu wyzwaniu ale nie tylko... Nasza filozofia uległa diametralnej zmianie, dziś w wielu kwestiach bliżej nam do zakładu farmaceutycznego niż drukarni, czego dowodem jest wdrożenie i stosowanie PN-EN ISO 15378:2012 z uwzględnieniem Dobrej Praktyki Wytwarzania (GMP). Na dzień dzisiejszy 95% na-

szej produkcji jest skierowane do firm farmaceutycznych.

Posiadamy certyfikowane systemy zarządzania jakością: Zarządzania jakością 9001:2008; Zarządzania Środowiskowego 14001:2004 oraz PN-EN ISO 15378:2012 dla opakowań zewnętrznych z tektury litej, papierowych ulotek oraz etykiet dla przemysłu farmaceutycznego uwzględnieniem Dobrej Praktyki Wytwarzania (GMP).

Milowe kroki na drodze rozwoju ERBI:

1993 – założenie firmy

2004 – wdrożenie ISO 9001:2000

2008 – zmiana kierownictwa

2014 – Heidelberg Diana X 80

Źródłem naszych osiągnięć są inwestycje. Od roku 2008 wartość inwestycji w park maszynowy przekroczyła 11 540 462,02 zł netto.

Było to możliwym m.in. dzięki realizacji 3 projektów unijnych: „Podnoszenie innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw”; „Rozwój mikro i małych przedsiębiorstw”; „Podnoszenie innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw”.

Stworzyliśmy w tym czasie 60 nowych miejsc pracy. Aktualnie zatrudniamy 72 osoby, w tym 2 niepełnosprawne (niewidomi – kontrola informacji pisanej alfabetycznie Braille’a).

70% produkcji kierujemy na eksport. 96% odbiorców naszych wyrobów to klienci z branży farmaceutycznej. Zaufały nam największe zakłady farmaceutyczne w Polsce i na świecie, za co im serdecznie dziękujemy. Naszymi klientami są między innymi: Lek S.A.; Sandoz; Novartis; Hexal; Salutas; Emo-Farm Sp. z o.o.; PCO i Delfarma. Jesteśmy w stanie produkować rocznie 280 mln opakowań i drukować 100 mln ulotek. Aby sprostać zamówieniom, pracujemy na 3 zmiany.

* * *

Wizyta przedstawicieli Izby, stanowiła okazję do wręczenia kierownictwu ERBI dyplomu z wyrazami uznania za zasługi na rzecz rozwoju polskiego przemysłu opakowań.

red.



Polska Izba Opakowań na Międzynarodowych Targach Pakowania i Logistyki „TAROPAK-2014”



Każda edycja Międzynarodowych Targów TAROPAK jest traktowana przez Polską Izbę Opakowań jako ważna i skuteczna forma promocji zarówno firm zrzeszonych w Izbie jak i ich rynkowych ofert. Służyć temu będą m.in.: **organizacja zbiorowego stoiska Izby; organizacja Salonu Promocji Polskiej Izby Opakowań; organizacja sesji promocyjnych i spotkań biznesowych; organizacja ekspozycji „Polska żywność w polskich opakowaniach”.**

Ponadto, Izba będzie organizatorem wielu przedsięwzięć towarzyszących targom TAROPAK. Do najważniejszych należeć będzie **II Kongres Przemysłu Opakowań** (1 października 2014 r.) oraz **Dzień Opakowań**, a także **Dni Polskiej Izby Opakowań**, organizowane z okazji jubileuszu XX-lecia Izby.

1. Zbiorowe Stoisko Polskiej Izby Opakowań

Na powierzchni ok. 100 m² zorganizowana zostanie zbiorowa ekspozycja firm zrzeszonych w Izbie, na którą złożą się ok. 10 autonomicznych stoisk. Jednostkowy koszt (1 m²) zabudowanego i wyposażonego stoiska wyniesie ok. 400 zł (netto).

Firmy zainteresowane tą formą promocji proszone są o przesyłanie stosownych zgłoszeń na adres Biura Izby, do 30 kwietnia 2014 r.

2. Salon Promocji Polskiej Izby Opakowań

Obok zbiorowej ekspozycji firm-członków Izby (Zbiorowe Stoisko Izby) zorganizowany zostanie Salon Promocji, jako miejsce prezentacji przez firmy swoich ofert, literatury firmowej oraz miejsce spotkań biznesowych. Firmy zainteresowane zaprezentowaniem w ramach Salonu Promocji swoich ofert (prezentacje multimedialne) proszone są o wstępne rezerwowanie miejsca w programie prezentacji do 30 maja 2014 r.

3. Ekspozycja „Polska żywność w polskich opakowaniach”

W ramach Salonu Promocji zorganizowana zostanie ekspozycja produktów spożywczych wyprodukowanych w Polsce i zapakowanych w polskie opakowania. Proponujemy, aby firmy opakowaniowe, w porozumieniu z użytkownikami ich opakowań – producentami żywności, do końca maja 2014 r. zgłosiły swój udział w tej ekspozycji.

4. II Kongres Przemysłu Opakowań

W dniu 1 października obradować będzie II Kongres Przemysłu Opakowań. To szczególnie ważne wydarzenie dla branży. Celem Kongresu jest określenie zadań dla przemysłu opakowań w najbliższych kilku latach, mając na uwadze lepsze dostosowanie opakowań do wymagań ze strony pakowanych produktów.

Główne hasło Kongresu: **Innowacyjne opakowania dla innowacyjnych produktów.**

Honorowy patronat nad Kongresem objęli wicepremierzy: Pani Elżbieta Bieńkowska, minister infrastruktury i rozwoju oraz Pan Janusz Piechociński, minister gospodarki. Obowiązki i godność Gospodarza Kongresu przejął na siebie prezes Międzynarodowych Targów Poznańskich, Pan dr Andrzej Byrt.

Przewiduje się, że w Kongresie weźmie udział ok. 250-300 uczestników reprezentujących producentów i użytkowników opakowań.

Obrady Kongresu zakończy uroczysta Kongresowa Gala, w trakcie której wręczone zostaną tytuły zasłużonych dla przemysłu opakowań oraz nagrody i wyróżnienia dla laureatów Ogólnopolskiego Konkursu Opakowań PakStar i Student PakStar.

Organizacja Kongresu to, obok dużego wysiłku organizacyjnego, także po-

ważne koszty. Stąd też Polska Izba Opakowań zwraca się do firm zrzeszonych w Izbie o finansowe wsparcie tego przedsięwzięcia.

Wielkość oraz warunki wsparcia (sponsoringu) do uzgodnienia z zainteresowanymi firmami. Wstępnie przewidziano dwie kategorie: **Złoty Partner** (5000 zł) oraz **Partner** (3000 zł).

Firmy zainteresowane sponsorowaniem Kongresu proszone są o kontakt z Biurem Izby przed **31 maja 2014** roku. Do tego terminu przygotowane zostaną szczegółowe warunki (projekty umów).

5. Dodatkowe przedsięwzięcia informacyjno-promocyjne organizowane przez Izbę w dniach 29 września – 2 października 2014 r.

29 września

- Ceremonia otwarcia Zbiorowej Ekspozycji Izby oraz Salonu Promocji;
- Inauguracja Dni Polskiej Izby Opakowań;
- Ceremonia otwarcia ekspozycji: „Polska żywność w polskich opakowaniach” oraz prac wyróżnionych w konkursach „PakStar” i „Student PakStar”;

30 września

- Konferencja prasowa „XX lat Polskiej Izby Opakowań na rzecz rozwoju przemysłu opakowań w Polsce”;
- Konferencja „Przemysł i rynek opakowań w Polsce, stan aktualny i perspektywy”;
- Sesja promocyjna książki **„Technika opakowań. Podstawy. Materiały. Procesy wytwarzania”;**

1 października

- Prezentacja firm (Salon Promocji);

2 października

- Konferencja: „Innowacyjne materiały opakowaniowe”.

Pomagać firmom

O zadaniach Polskiej Izby Opakowań w 2014 roku, w rozmowie z dyrektorem Izby Wacławem Wasiakiem

Redakcja *Panie dyrektorze, delegaci na WZC w dniu 19 marca przyjęli „Program działalności Polskiej Izby Opakowań na rok 2014”. Jakie zadania uważa Pan za szczególnie ważne?*

Wacław Wasiak Izba jako organizacja samorządu gospodarczego przedsiębiorców branży opakowań i branż powiązanych z opakowalnictwem, z racji swoich statutowych obowiązków winna wspomagać przedsiębiorców w rozwoju ich firm oraz efektywnej obecności na rynku.

Głównym zadaniem przedsiębiorstwa (firmy) jest zaspokajanie potrzeb społeczeństwa i gospodarki poprzez dostarczanie na rynek poszukiwanych wyrobów i usług, o wysokiej jakości, nowoczesnych i bezpiecznych. Zaś celem przedsiębiorcy jest sprzedać swoje produkty (wyroby, usługi), aby pozyskać środki nie tylko zwróciły poniesione koszty, ale pozwoliły na dalszy rozwój.

Tak więc wspieranie firm w ich rozwoju, unowocześnianiu produktów, podniesieniu ich konkurencyjności, a w końcu, w efektywnej sprzedaży – jest i pozostanie ważnym zadaniem Izby w 2014 roku, obok reprezentowania i obrony interesów przedsiębiorców.

Aby dobrze sprzedać każdy produkt (wyrób lub usługę), trzeba, aby był konkurencyjnym na rynku. Takie produkty mogą powstawać tylko w dobrze zorganizowanej i zarządzanej firmie, wykorzystującej nowoczesne techniki i technologie produkcji, dysponującej wysoko wykwalifikowaną kadrą, dbającą o racjonalne wykorzystanie i rozwój wszystkich posiadanych zasobów, a ludzkich w szczególności. Stąd aktualnymi w roku 2014 będą, ustalone przed kilku laty, priorytetowe obszary działalności Izby.

Będą to działania na rzecz: **doskonalenia warunków funkcjonowania firm; zaspokajania innowacyjnych i edu-**



kacyjnych potrzeb przedsiębiorstw i wspomaganie ich obecności na rynku.

Mamy do dyspozycji wiele czynników rozwojowych, których nie udaje nam się szerzej wykorzystać. Dotyczy to w szczególności, szerszego wykorzystania osiągnięć rodzimej nauki oraz możliwości jakie stwarzają różne mechanizmy i formy finansowego wsparcia rozwoju.

W tej sytuacji, w roku 2014 winniśmy skoncentrować się w pierwszej kolejności na maksymalnym wykorzystaniu dostępnych czynników wspierających rozwój i unowocześnianie każdej firmy i całego krajowego przemysłu opakowań. Ważną pozostanie troska o właściwe reprezentowanie i ochronę interesów firm oraz zapewnienie warunków sprzyjających ich funkcjonowaniu i rozwojowi.

Wreszcie, nie możemy zapominać o doskonaleniu działalności Izby oraz jakościowym i ilościowym jej rozwoju. Bowiem od sprawności organizacyjnej Izby, jej siły, wyrażającej się w liczbie, jakości oraz aktywności członków, zależeć będzie zdolność do realizacji czekających nas zadań.

Red. *W latach ubiegłych Izba podejmowała wiele inicjatyw na rzecz modernizacji krajowego przemysłu opakowań. Posiada w tym zakresie wiele dokonań. Czy sprawa innowacyjności polskiego przemysłu opakowań znajduje się na liście priorytetów?*

W.W. To szczególnie ważne zadanie. Jak wiadomo, polska gospodarka w dalszym ciągu zajmuje bardzo odległe miejsce w rankingu innowacyjności. Wprawdzie przemysł opakowań należy do stosunkowo nowoczesnych, to jednak ma do pokonania wiele wyzwań.

Aby im sprostać, musi stale modernizować procesy wytwarzania. Nie uda się

tego osiągnąć bez wykorzystania osiągnięć nauki. Stąd nasza troska o rozwój współpracy na linii „nauka-przemysł”. I nie chodzi tylko o badania naukowe, w wyniku których przemysł otrzyma nowe technologie i materiały, ale także o kształcenie kadr. Dobrze przygotowane kadry specjalistów oraz nowe technologie to główne czynniki rozwoju. M.in. tym celom służyć będą wyniki realizowanych projektów badawczych. Ważnym będzie wdrożenie w przemyśle papierniczym nowego sposobu zapobiegania migracji krytycznych czynników z opakowania do żywności. To wynik projektu SoLaPack. Realizowany będzie projekt mający na celu opracowanie materiału na opakowania dla świeżych owoców i warzyw oraz niektórych gatunków sera. Aby pozyskać specjalistów dla branży opakowań Izba uruchomiła Konkurs na prace dyplomowe o tematyce opakowaniowej.

Rozwijając będziemy bank informacji o potrzebach rozwojowych przemysłu opakowań oraz ofertach nauki dla tej branży. Będziemy zachęcać przedsiębiorców do zapraszania na staże i praktyki studentów oraz pracowników naukowych uczelni.

Wymienione wyżej inicjatywy i przedsięwzięcia nie zamykają listy możliwych działań na rzecz unowocześnienia przemysłu opakowań poprzez proinnowacyjne działania firm. Izba, jej Biuro, oraz organy statutowe, wspierać będą każdą inicjatywę (pomysł) służącą realizacji tego zadania. Trzeba bowiem pamiętać o innowacyjnym zapóźnieniu polskiej gospodarki.

Postarajmy się, aby ten jej fragment, który służy zaspokajaniu rynku w nowoczesne i konkurencyjne opakowania oraz

maszyny i urządzenia do pakowania, odbierał dystans do przemysłów opakowaniowych rozwiniętych krajów Europy i Świata. Będziemy m.in. o tym debatować na II Kongresie Przemysłu Opakowań.

Red. Czy to oznacza, że działania w innych obszarach „przejdą” na drugi plan?

W.W. W praktyce wszystkie działania zarówno na rzecz proinnowacyjnego rozwoju przemysłu opakowań jak i rynkowego wspomaganie firm, a także doskonalenia warunków ich funkcjonowania nie tracą na aktualności. Tylko brak miejsca nie pozwala na rozwinięcie zadań w tym zakresie.

Promocja firm, tak jak dotychczas, będzie ważnym obszarem działalności. W oparciu o wyniki badań aktywności eksportowej firm opakowaniowych wystąpimy o zaliczenie tej branży do proeksportowych, korzystających z branżowych programów promocji.

Kontynuowane będą działania na rzecz doskonalenia warunków funkcjonowania firm. Dzięki działaniom w zakresie popularyzacji problematyki opakowań oraz upowszechniania wiedzy o roli i znaczeniu opakowań dla gospodarki i społeczeństwa, podniósł się poziom wiedzy o tej ważnej gałęzi przemysłu. Umocnił się prestiż pracownika branży opakowań. Dobrze służą temu takie inicjatywy jak „Dzień Opakowań” oraz plebiscyt na tytuły „Zasłużonych dla Przemysłu Opakowań”.

Stąd też przewidziano także w tej dziedzinie konkretne działania. Służyć temu będą m.in. przedsięwzięcia organizowane z okazji jubileuszu XX-lecia Izby. Nie zapominamy także o działaniach na rzecz umacniania etycznych postaw w przemyśle i na rynku opakowań oraz upowszechniania zasad i idei społecznie odpowiedzialnego biznesu.

Red. To bardzo bogaty i odpowiedzialny program. Co Pana zdaniem może w szczególności sprzyjać jego realizacji?

W.W. Aktywność wszystkich członków Izby. Ich udział w realizacji programu oraz, co specjalnie chcę podkreślić, pozyskanie nowych członków. Doświadczenie bowiem wskazuje, iż wnoszą oni wiele nowego, zarówno co do form działalności jak i formułowania zadań odpowiadających na potrzeby firm.

Zapraszamy zatem do grona członków firmy, które dotychczas pozostają jeszcze poza Izbą.

Rozmawiał BK.

II KONGRES PRZEMYSŁU OPAKOWAŃ

dokończenie ze s. 3

opakowanie” i zdefiniowania wymagań jakie współczesne produkty stawiają opakowaniom. Generalnie chodzi o próbę odpowiedzi na pytanie: **jakich opakowań oczekuje społeczeństwo i gospodarka w najbliższych latach.** Właśnie II Kongres Przemysłu Opakowań ma stanowić okazję do sformułowania takiej odpowiedzi.

Polski przemysł opakowań zajmuje poczesne miejsce w Europie. Jest nowoczesnym, dobrze zorganizowanym. Dysponuje doskonałą kadrą specjalistów, a polskie opakowania z powodzeniem konkurują na rynkach zagranicznych.

Chodzi zatem o utrzymanie i umacnianie tej pozycji. Będzie to możliwym, jeśli zdawać będziemy sobie sprawę z wyzwań jakie wynikają z nowych warunkowań i potrzeb rozwojowych polskiej i światowej gospodarki. Trzeba pamiętać, iż dobre opakowanie, zapewniające bezpieczeństwo pakowanego produktu i pozwalające na przedłużenie okresu przydatności do spożycia żywności, ale także leków i kosmetyków, o wysokich walorach estetycznych i funkcjach marketingowych, zadecyduje o obecności i pozycji polskich produktów na rynkach międzynarodowych.

Jest zatem celem i zadaniem, organizowanego przez Polską Izbę Opakowań, II Kongresu Przemysłu Opakowań **zainicjowanie dyskusji i działań na rzecz doskonalenia opakowań wytwarzanych przez krajowy przemysł opakowań.** Stąd hasło Kongresu „**Innowacyjne opakowania dla innowacyjnych produktów**”.

Kongres zorganizowany zostanie 1 października 2014 roku, w ustanowionym przez Polską Izbę Opakowań **Dniu Opakowań** i towarzyszyć będzie Międzynarodowym Targom Techniki Pakowania i Logistyki TAROPAK oraz Międzynarodowym Targom Żywności POLAGRA FOOD (MTP, 28 września – 3 października 2014).

W programie Kongresu przewidziano referaty poświęcone opakowaniom żywności, leków, kosmetyków oraz wyrobów przemysłowych. Przewidziano, iż 30 września uczestnicy Kongresu zwiedzą targi TAROPAK i POLAGRA FOOD, zaś

w trakcie Kongresu w ramach zaplanowanych nieco wydłużonych przerw kawowych oraz przerwy na lunch będą mogli w kularowej atmosferze, zawrzeć nowe znajomości i kontakty.

Dodatkową okazję do nawiązania kontaktów i wymiany opinii stanowić będzie wieczorna Kongresowa Gala (1 października, godz. 18⁰⁰). W dniu 2 października organizatorzy zarezerwują specjalne pomieszczenie na pokongresowe spotkania użytkowników i producentów opakowań.

Patronami honorowymi Kongresu będą: Pani Wicepremier Elżbieta Bieńkowska, minister infrastruktury i rozwoju oraz Pan Wicepremier Janusz Piechociński, minister Gospodarki. Honory Gospodarza Kongresu pełnił będzie Prezes Międzynarodowych Targów Poznańskich – dr Andrzej Byrt.



Koszt uczestnictwa w Kongresie: 400 zł (netto) od osoby. Każda dodatkowa osoba z firmy wnosi opłatę w kwocie 300 zł (netto). Członkowie Izby korzystają z 50% zniżki.

W ramach w/w opłaty uczestnicy otrzymują:

- materiały kongresowe,
- całodzienne wyżywienie,
- udział w Kongresowej Gali,
- polskie wydanie książki „Opakowania. Podstawy. Materiały. Wytwarzanie” (ok. 700 stron),
- zaproszenia uprawniające do bezpłatnego wstępu na targi TAROPAK i POLAGRA FOOD w dniach 30 września, 1 i 2 października.

Istnieje również możliwość udzielenia pomocy w rezerwacji miejsc noclegowych w prywatnych kwaterach. Warunek – minimum 3 noclegi. Warunki, o których wyżej, są aktualne dla osób, które zgłoszą uczestnictwo przed 30 czerwca br.

Formularz zgłoszenia oraz dodatkowe informacje będą zamieszczone na portalu Izby od 15 kwietnia 2014 roku (www.pio.org.pl)

BPS

Z wizytą w fabryce puszek FPS Polska Sp. z o.o.



W dniu 26 marca br., w ramach „Dni Otwartych” fabryki puszek **FPS Polska Sp. z o.o.**, w firmie tej spotkali się przedstawiciele klientów, prasy oraz Polskiej Izby Opakowań

Firma FPS Polska ma swoją siedzibę w miejscowości Skarbimierz Osiedle (k. Oławy). Jest firmą-córką niemieckiej firmy Blechwarenfabrik Limburg GmbH, która od 140 lat specjalizuje się w produkcji opakowań metalowych dla branży chemiczno-technicznej. Czerpiąc z wieloletniego doświadczenia firmy-matki, FPS cechuje się najwyższą jakością oferowanych produktów, co odzwierciedlają posiadane przez firmę certyfikaty UN i ISO.

FPS jest członkiem międzynarodowej grupy Innovative Canmakers Europe S.E., która została założona z inicjatywy firm Blechwarenfabrik Limburg oraz włoskiego producenta opakowań Giorgio Fanti. Grupa ICE S.E. zrzesza grupę producentów opakowań metalowych którzy swoje zakłady produkcyjne mają ulokowane w Niemczech, Polsce, Włoszech, Rumunii, Hiszpani, Szwecji oraz Rosji. FPS Polska na rynku polskim jest obecna od 3 lat i od tego czasu sukcesywnie powiększa grono odbiorców produkowanych opakowań.

Firma FPS Polska Sp. z o.o. posiada szeroką ofertę opakowań metalowych którą można poszerzyć o ofertę jej partnerów z grupy ICE S.E.

Do oferowanych przez FPS Polska produktów należą: puszki cylindryczne pod dekiel; puszki cylindryczne pod korek; puszki cylindryczne 2 częściowe (szpa-

chlowe); kanistry stożkowe pod korek; wiadra/hoboki stożkowe z zamknięciem dźwigniowym; wiaderka cylindryczne pod dekiel z plastikowym uchwytem; opakowania 2 komponentowe; wykonywanie litografii; zamknięcia koronowe typu pry-off.

Już w kilka miesięcy po uruchomieniu zakładu, kierownictwo FPS Polska zgłosiło akces do Polskiej Izby Opakowań.

Na uwagę zasługuje fakt, iż zatrudnienie ogółem, w tej doskonale zorganizowanej firmie, wynosi zaledwie 11 osób, w tym 3 osoby to obsługa administracyjna.

Celem „Dni Otwartych” było szersze zaprezentowanie firmy na polskim rynku.

Po zwiedzeniu zakładu, na zorganizowanej konferencji, szefowie FPS Polska oraz przedstawiciele firm macierzystych z Niemiec, poinformowali o działalności swoich firm i strategiach rozwojowych. Firmę-matkę – Blechwarenfabrik Limburg GmbH – reprezentował dyr. generalny, p. Thomas Fachinger, zaś grupę I.C.E. Innovative Canmakers Europe SE, p. Jürgen Grein, odpowiedzialny za kontakty z firmami-córkami w krajach poza Niemcami (*Network Affairs Manager*).

„Dniem Otwartym” patronowała Polska Izba Opakowań oraz miesięcznik Packaging Polska. Stąd też wśród uczestników tego wydarzenia znaleźli się: prof. Stanisław Tkaczyk, prezes Polskiej Izby Opakowań oraz Monika Mikołajczak, redaktor naczelna czasopisma Packaging Polska.

Pełną ofertę oraz produkty oferowane przez partnerów FPS Polska mogą Pań-

stwo znaleźć na stronie internetowej www.fps-polska.pl, lub po bezpośrednim kontakcie z biurem:

FPS Polska Sp. z o.o.

ul. Smaków 4
49-318 Skarbimierz Osiedle
+48 77 3070223 – Sekretariat (p. Ilona Idziak)

Szefem FPS Polska jest p. Cezariusz Bień (tel. +48 535 595 177), zaś kierownikiem zakładu (dyrektorem ds. produkcji) – p. Damian Kokot (tel. +48 535 595 016).

(W.W.)

WARTO WIEDZIEĆ

Polska Izba Opakowań
członkiem
Rady Gospodarki
Żywnościowej

Z dniem 3 kwietnia 2014 roku, Polska Izba Opakowań została członkiem, powołanej przez ministra rolnictwa i rozwoju wsi, Rady Gospodarki Żywnościowej. Członkostwo Izby w Radzie Gospodarki Żywnościowej będzie sprzyjać współpracy producentów opakowań z producentami żywności. W szczególności chodzi o lepsze dostosowanie opakowań do wymagań jakie stawiają względy bezpieczeństwa żywności oraz kształtowania jej jakości. A warto w tym miejscu zaznaczyć, że opakowania żywności i napojów to prawie 65% rynku opakowań.

Przedstawicielem Izby w Radzie jest Pan Aleksander Mackiewicz, prezes firmy POMONA COMPANY Ltd. Sp. z o.o. w Żyrardowie, producent opakowań do mięsa i ryb.

(red.)



Biuletyn Opakowaniowy ♦ Branżowy dwumiesięcznik informacyjno-promocyjny

Wydawca i redakcja: Polska Izba Opakowań

02-942 Warszawa ♦ ul. Konstancińska 11 ♦ tel. +48 22 8422011 ♦ fax: +48 22 8422303

e-mail: biuletyn@pio.org.pl ♦ <http://www.pio.org.pl>

Redaktor Naczelny: Waclaw Wasiake

Sekretarz Redakcji: Beata Pyś-Skrońska ♦ Administracja: Bartłomiej Królak

Grafika i DTP: AKAPIT, Poznań, tel. +48 61 8793888

Druk: Oficyna Wydawniczo-Poligraficzna „Adam”, ul. Rolna 191/193, 02-729 Warszawa

Powielanie, przedrukowywanie i rozpowszechnianie całości lub fragmentu informacji zawartych w Biuletynie – tylko za zgodą wydawcy – Polskiej Izby Opakowań.

Nakład: 400 egz.

Warunki prenumeraty

Prenumerata roczna (6 numerów) 60 zł + VAT dla osób fizycznych i prawnych niezrzeszonych w Izbie. Firmy-członkowie Izby otrzymują 1 egz. Biuletynu nieodpłatnie. Wpłat należy dokonywać na konto Polskiej Izby Opakowań po uprzednim przesłaniu zamówienia na adres Redakcji.

