



Szanowni Państwo
Prezesi, Dyrektorzy, Właściciele i Pracownicy
firm zrzeszonych w Polskiej Izbie Opakowań
Drogie Koleżanki i Koledzy

Tradycyjnie już, u progu Nowego Roku, kierujemy do Państwa serdeczne wyrazy podziękowania za współpracę i Waszą obecność w Polskiej Izbie Opakowań. Za nami kolejny rok działalności Izby na rzecz branży reprezentowanej przez naszą organizację.

Na czym, jako organizacja samorządu gospodarczego przedsiębiorców branży opakowań koncentrowaliśmy działania i uwagę w mijającym roku?

Tak jak dotychczas, za najważniejsze traktowaliśmy wspomaganie rynkowe firm. Zatem podejmowaliśmy różnorodne działania w sferze promocji i marketingu zarówno na rynku krajowym jak i rynkach zagranicznych. Służyły temu zagraniczne misje biznesowe na targi opakowań w Kiszyniowie, Moskwie, Rydze i Norymberdze, a także udział Izby w krajowych targach opakowaniowych Warsaw Pack, Packaging Innovations i TAROPAK. Potencjał i ofertę branży prezentowaliśmy także na różnego rodzaju imprezach (festiwalach, konferencjach), którym Izba patronowała.

Oceniamy, iż te działania zaowocowały interesującymi dla naszych firm kontraktami. Utrzymaliśmy jako branża dotychczasową pozycję na rynkach wschodnich i zauważalnie wzmocniliśmy obecność na rynkach zachodnich. Branża jako całość odnotowała 5% rozwój w stosunku do roku poprzedniego. To średni wskaźnik dla całej branży. Nieźle wyniki osiągnęły firmy produkujące opakowania do żywności.

dokończenie na s. 2

W numerze m.in.:

- Noworoczne przesłanie
- Opakowania transportowe
- Jubileusz firmy RADPAK
- Konkurs na prace dyplomowe o tematyce opakowaniowej
- Z życia Izby
- Firma EyeC Polska oferuje
- Janusz Olejnik – członkiem Rady Polskiej Izby Opakowań
- Izba na targach i wystawach w 2017 roku
- Pakfood 2017 – szansą dla pozyskania zamówień na opakowania żywności
- Firma TFP laureatem w programie „Przedsiębiorstwo Fair Play”
- Targowy Katalog Reklamowy

Monitorując warunki funkcjonowania firm wskazywali-śmy na trudności towarzyszące ich działalności. Najbardziej dotkliwe zmiany na rynku cen surowców odczuli producenci opakowań z papieru i tektury oraz tworzyw sztucznych.

Ważnym wydarzeniem roku 2016 był wrześniowy III Kongres Przemysłu Opakowań poświęcony roli opakowań w łańcuchu dostaw. Nakładem Izby ukazała się kolejna monografia „Opakowania w łańcuchu dostaw. Wybrane problemy”.

Wspomagaliśmy proinnowacyjne przedsięwzięcia firm, udzielając poparcia wnioskowi o dofinansowanie projektów inwestycyjnych. Prowadziliśmy działania na rzecz przygotowania kadr dla przemysłu opakowań. Służy temu m.in. kontynuowanie Konkursu na prace dyplomowe o tematyce opakowaniowej. Z powodzeniem uczestniczyliśmy w realizacji zakończonego w tym roku międzynarodowego projektu badawczego SelectPerm, którego celem było opracowanie materiałów opakowaniowych do żywności o selektywnej przepuszczalności tlenu i ditlenku węgla.

Trudno w krótkim liście podsumowującym miniony rok zawrzeć informacje o wszystkich dokonaniach. Więcej znajdziecie Państwo w materiałach sprawozdawczych, które zaprezentowane będą na dorocznym Walnym Zgromadzeniu Członków, w marcu 2017 roku.

Za kilka dni rozpoczniemy Nowy 2017 Rok. Kolejny Rok działalności Państwa firm i 23 rok działalności Polskiej Izby Opakowań. Niech okaże się rokiem dobrym w każdym wymiarze, zarówno biznesowym jak i osobistym dla wszystkich, którzy z przemysłem opakowań związali swoje życie.

Wzrost konsumpcji będący rezultatem realizacji programu „Rodzina 500+” zaowocuje wzrostem rynku opakowań. Oznacza to dobry rok dla branży. Z prognoz Izby wynika, iż w roku 2017 produkcja opakowań wzrośnie o ok. 6,5 proc. Życzymy zatem spełnienia tej prognozy.

U progu nowego Roku, przekazujemy Koleżankom i Kolegom, Właścicielom, Prezesom i Dyrektorom oraz Pracownikom Firm zrzeszonych w Izbie, podziękowanie za wspólnie przeżyty z Izbą rok 2016 oraz życzymy wszelkiej pomyślności w 2017 roku.

Życzenia dobrego Nowego Roku kierujemy także do firm spoza Izby, zapraszając do grona członków Polskiej Izby Opakowań.

Dzięki Waszej obecności rok 2017 w dotychczasowej historii Izby może okazać się bogatszym w dokonania na rzecz rozwoju krajowego przemysłu i rynku opakowań.

Do Siego Roku

Magdalena Małek
Przewodnicząca
Komisji Rewizyjnej

prof. Stanisław Tkaczyk
Prezes
Polskiej Izby Opakowań

Wojciech Kołpa
Przewodniczący Rady

Warszawa, 24 grudnia 2016 r.

Opakowania transportowe

Artykuł stanowi fragment referatu zaprezentowanego przez autorkę na III Kongresie Przemysłu Opakowań „Opakowania w łańcuchu dostaw”.

(red.)

Istota i funkcje opakowań

Dynamiczny rozwój rynku opakowań wpływa na wzrost zainteresowania opakowaniami, które są podstawnym elementem łańcucha dostaw. Opakowania w rozumieniu Ustawy z dnia 13 czerwca 2013 r. o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi są to „wyroby, w tym wyroby bezzwrotne, wykonane z jakiegokolwiek materiału, przeznaczone do przechowywania, ochrony, przewozu, dostarczania lub prezentacji produktów, od surowców do towarów przetworzonych” (Dz.U. 2013, nr 0, poz. 888). Zgodnie z powyższą ustawą opakowania obejmują takie kategorie jak: **opakowania jednostkowe, zbiorcze i transportowe**. Prawidłowe funkcjonowanie łańcuchów dostaw nie jest możliwe bez odpowiednio zaprojektowanych i wykonanych opakowań transportowych. Według Ustawy „opakowania transportowe służą do transportu produktów w opakowaniach jednostkowych lub zbiorczych w celu zapobiegania uszkodzeniom produktów, z wyłączeniem kontenerów do transportu drogowego, kolejowego, wodnego lub lotniczego”. Z kolei według normy PN -EN ISO 4180:2010 opakowanie, które jest wypełnione wyrobem i przygotowane do dystrybucji definiowane jest jako kompletne opakowanie transportowe z zawartością.

Opakowania transportowe – funkcje i zadania

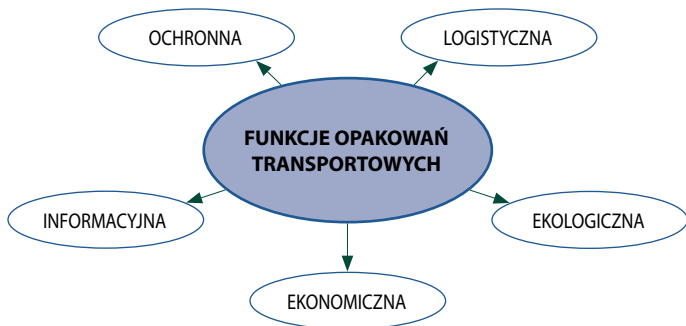
Z uwagi na stopień zróżnicowania wyrobów, opakowania transportowe występujące w łańcuchu dostaw posiadają różne formy konstrukcyjne takie jak: beczki, bębny, butle do gazów, balony w koszach, kanistry, konwie, klatki, skrzynie, skrzynki, pudła, worki oraz torby. Największy udział w strukturze materiałów opakowań mają opakowania z tworzyw sztucznych stanowiące niemal 40% rynku. W dalszej kolejności są to opakowania z papieru i tektury (33%), metalu (12%), szkła (11%) oraz drewna (4%).

Opakowania pełnią szereg funkcji, które warunkują skuteczność przepływów fizycznych w sferze zaopatrzenia, produkcji oraz dystrybucji. Funkcje realizowane przez opakowania transportowe zaprezentowano na rys. 1.

Wśród funkcji jako najważniejsze można wyróżnić takie jak (Cholewa 2006):

- ochronna, umożliwiająca ochronę produktu przed wpływem niekorzystnych czynników, ochronę środowiska przed szkodliwym działaniem produktu oraz ochronę użytkownika produktu,





Rys. 1. Funkcje realizowane przez opakowania transportowe
Źródło: opracowanie własne na podstawie (Cholewa 2006).

- logistyczna, warunkująca sprawność czynności transportowych, manipulacyjnych, magazynowania itp.,
- informacyjna, mająca za zadanie informowanie użytkownika o cechach towaru, jego składzie, masie, pojemności, zastosowaniu, a także sposobie przewozu, magazynowania oraz użytkowania,
- ekonomiczna, obejmująca koszty wytworzenia opakowania, a także relacje kosztów dystrybucji oraz
- ekologiczna, warunkująca zdolność do zaspokajania ekologicznych potrzeb użytkowników opakowań.

Funkcja ochronna

Podstawowym zadaniem opakowania transportowego jest zabezpieczenie produktu przed niekorzystnym wpływem czynników zewnętrznych w transporcie, przy przeładunku, podczas piętrenia oraz krótkotrwałego lub długotrwałego przechowywania. Funkcja ochronna zapewnia ochronę produktów przed narażeniami mechanicznymi (np. naciskiem statycznym, uderzeniami), klimatycznymi (np. temperaturą, wilgocia), biologicznymi (np. drobnoustrojami, szkodnikami), a także stratami zarówno ilościowymi jak i jakościowymi (Lisińska-Kuśnierz, Kawecka 2012). Zadaniem funkcji ochronnej opakowania jest również tworzenie bariery dla m.in. tlenu, pary wodnej, kurzu, itp., która pozwala na utrzymanie zawartości czystej, świeżej, sterylnej i bezpiecznej w zamierzonym okresie trwałości. Zakres wymagań technicznych dotyczących ochronnej funkcji opakowań transportowych, związanych z minimalizacją wpływu czynników egzogennych i endogennych na zapakowany produkt, zależy od stanu skupienia, kształtu, wymiarów, masy, a także jego fizycznych, chemicznych i biologicznych cech i właściwości. Powyższe cechy i właściwości produktu warunkują określony stopień jego wrażliwości na warunki atmosferyczne, podatności na piętrenie, podatności na wybuch, samozagrzewanie i łatwopalność, szkodliwości dla zdrowia ludzkiego oraz możliwości uszkodzenia lub zniszczenia innych zapasów stykających się z danym produktem lub znajdujących się w sąsiedztwie (Regattieri, Santarelli 2013). Ochrona zapakowanego produktu powinna w szczególności obejmować zabezpieczenie przed (Lisińska-Kuśnierz, Ucherek 2003):

- niszczącym działaniem przede wszystkim narażeń mechanicznych i klimatycznych występujących w procesach magazynowo-transportowych,
- ubytkami ilościowymi spowodowanymi np. wylaniem, rozsypaniem itp.,

- zmianami kształtu, konsystencji, smaku i (lub) zapachu oraz
- zmianami lub utratą cech użytkowych transportowanego i magazynowego produktu.

Opakowanie musi być zatem dobrane w taki sposób, aby korzystnie oddziaływało na zapakowane produkty w czasie transportu i przechowywania.

Funkcja logistyczna

Z kolei funkcja logistyczna opakowań ściśle wiąże się z ich podatnością na procesy mechanizacji oraz automatyzacji. Podatność ta jest związana z techniczną podatnością magazynowo-transportową wyrobów. Mechanizacja, a następnie automatyzacja są uwarunkowane przystosowaniem zapakowanych produktów do procesów dystrybucyjnych przez uformowanie z nich jednostek ładunkowych. Opakowania wraz zawartością, rozpoczynając łańcuch elementów uczestniczących w fizycznym przepływie w kanale dystrybucyjnym, muszą spełniać wymagania standaryzacji oraz koordynacji wymiarowej ze wszystkimi ogniwami tego łańcucha. Opakowania są także jednym ze środków manipulacyjnych usprawniających przemieszczanie (możliwość zastosowania kodów kreskowych, formowanie specjalnych jednostek transportowych). Dla logistyki nie bez znaczenia jest też fakt, czy opakowania podlegają zwrotowi, bowiem wówczas wymagane jest odpowiednie gospodarowanie nimi. W przypadku opakowań bezwrotnych występujących w dużej ilości istnieje konieczność zastosowania rozwiązań systemowych związanych z traktowaniem opakowań jako produktów poużytkowych, a więc przeznaczonych do recyklingu lub utylizacji (Zemka-Podlaszewska, Tichoniuk 2012). W ramach funkcji logistycznej wyodrębnić można funkcje: transportowe oraz kompletacyjne. Funkcja transportowa wiąże się najściślej z przebiegami towarowymi, których optymalizacja jest podstawowym celem logistyki. Duże znaczenie w tym przypadku mają relacje masy pakowanego towaru do masy samego opakowania oraz wymiary i kształt opakowań, co wiąże się z optymalnym wykorzystywaniem ładowności środków transportu. Z funkcją transportową ściśle jest związana także funkcja kompletacyjna, która odnosi się do konieczności przygotowywania zestawów asortymentowych w poszczególnych partiach dostawy, przy założeniu maksymalnego wykorzystania ładowności środka transportowego i dostarczenia odbiorcy niezbędnego kompletu towarów do dalszej sprzedaży (Korzeniowski, Skrzypek, Szyszka 2010).

Funkcja informacyjna

Kolejną funkcją realizowaną przez opakowania transportowe jest funkcja informacyjna, która warunkuje możliwość sprawnej realizacji wyżej wymienionych funkcji oraz jest nośnikiem przekazu informacyjnego dla wszystkich ogniw łańcucha. Z funkcją informacyjną nierozzerwalnie związany jest problem identyfikowalności definiowanej jako: „zdolność prześledzenia historii, zastosowania lub lokalizacji tego co jest przedmiotem rozpatrywania” (Lisińska-Kuśnierz, Kawecka 2013). Identyfikowalność opakowań w łańcuchach dostaw powinna dotyczyć (Cholewa-Wójcik, Kawecka 2015):

dokończenie na s. 4

Opakowania transportowe

dokończenie ze s. 3

- identyfikacji opakowań na wszystkich etapach, w celu ułatwienia kontroli, wycofywania wadliwych produktów i przypisywania odpowiedzialności,
- podmiotów działających na rynku oraz ich systemów i procedur umożliwiających identyfikację przedsiębiorstw, z których i do których dostarczane są materiały opakowaniowe,
- materiałów, które są wprowadzane i identyfikowane za pomocą odpowiedniego systemu, umożliwiającego śledzenie ich drogi dzięki oznakowaniu lub też odpowiedniej dokumentacji (informacji).

Funkcja ekonomiczna

Z kolei funkcja ekonomiczna związana jest z kosztami opakowań w łańcuchu dostaw, które powinny być niższe niż korzyści ekonomiczne związane z ich stosowaniem. Z ekonomicznego punktu widzenia opakowania transportowe powinny być zdolne do pełnienia swoich funkcji przy optymalnie najniższych kosztach. Kalkulacja ekonomiczna powinna zawierać koszty pakowania w odniesieniu do całego cyklu życia opakowań od pozyskania surowców, aż do zagospodarowania odpadów użytkowych.

Funkcja ekologiczna

Funkcja ekologiczna powinna umożliwiać spełnienie wymagań ekologicznych wszystkich uczestników łańcucha dostaw opakowań. Opakowania transportowe, aby sprostać ekologicznym potrzebom użytkowników, muszą spełniać wymagania ujęte w Ustawie z dnia 13 czerwca 2013 r. o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi (Dz.U. 2013 nr 0 poz. 888).

* * *

Uogólniając zakres funkcji pełnionych przez opakowania transportowe, powinny one zapewniać:

- wytrzymałość konstrukcji dającą/gwarantującą właściwą ochronę zapakowanych produktów w czasie transportu, magazynowania i przeładunków,
- odpowiednie zamocowanie zawartości wewnątrz opakowania z uwzględnieniem możliwości równomiernego rozłożenia masy produktu na elementach konstrukcyjnych dna oraz dostateczne zabezpieczenie przed działaniem wstrząsów,
- odpowiednie dla danego produktu i klimatu zabezpieczenie przed działaniem czynników atmosferycznych w trakcie transportu,
- dostosowanie opakowania do sposobów składowania,
- maksymalne ograniczenie wielkości opakowania i jego masy,

- racjonalne i oszczędne zużycie materiałów,
- konstrukcję wygodną technologicznie, łatwość pakowania i zamocowywania wyrobów,
- możliwie niskie koszty wytworzenia oraz
- estetyczny wygląd opakowania oraz powierzchnie umożliwiające naniesienie wymaganego oznakowania.

Optymalnie dobrane i wykorzystywane opakowania transportowe przyczyniają się do obniżenia kosztów, a także poprawy jakości i bezpieczeństwa przepływów w łańcuchach dostaw. W centrum uwagi znajdują się tu problemy optymalizacyjne ale w powiązaniu z całościowo rozpatrywanymi łańcuchami logistycznymi. Wychodzi się z założenia, że optymalizacja samych opakowań czyniona w sposób wyizolowany mogłaby w innych ogniwach procesu logistycznego przynosić większe szkody niż korzyści wynikające z optymalizacji poszczególnych opakowań. Zróżnicowane funkcje opakowań jest zatem przykładem współzależności zachodzących w procesach logistycznych. Opakowania powinny być zatem rozpatrywane jako podstawowy element kompleksowo ujmowanego procesu logistycznego. Zatem optymalnie dobrane i zastosowane opakowania przyczyniają się zarówno do obniżki kosztów przebiegów towarowych, jak i do podnoszenia jakości procesów logistycznych.

Literatura

1. Ustawa z dnia z dnia 13 czerwca 2013 r. o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi (Dz.U. 2013, nr 0, poz. 888).
2. PN-EN ISO 4180:2010 Opakowania transportowe z zawartością – Postanowienia ogólne dotyczące opracowania programów badań właściwości użytkowych – Część 1: Ogólne zasady.
3. Cholewa A. (2006), *Badanie opakowań transportowych*, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków.
4. Lisińska-Kuśnierz, M., Kawecka, A. (2012), *Zapewnienie bezpieczeństwa opakowań produktów żywnościowych w łańcuchu dostaw*, Handel Wewnętrzny, 1(58).
5. Regattieri A., Santarelli G., (2013), *The Important Role of Packaging in Operations Management*, Operations Management, Massimiliano M. Schiraldi (ed.), InTech.
6. Lisińska_Kuśnierz M., Ucherek M. (2003), *Współczesne opakowania*, Wydawnictwo naukowe PTTŻ, Kraków.
7. Zemka-Podlaszewska D., Tichoniuk M., (2012), *The role of packaging in supply chain risk management*, Product and Packaging. Tendencies for development in logistics, J. Lewandowski, A. Walaszczyk, M. Sekieta, (ed.), Łódź.
8. Korzeniowski A, Skrzypek M, Szyszka G. *Opakowania w systemach logistycznych. Wyd. 3 (zmienione)* (2010), Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań.
9. Lisińska-Kuśnierz M., Kawecka A. (2013), *The role of packaging supply chain in food packaging safety assurance*, Logistics and Transport, vol. 19, no 3.



Dr inż. Agnieszka Cholewa-Wójcik
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Katedra Opakownictwa Towarów



Jubileusz znaczący sukcesem



W tym roku firma RADPAK Fabryka Maszyn Pakujących obchodzi jubileusz 25 lecia działalności. Specjalizuje się w pionowych maszynach pakujących. Rozpoczęła swoją działalność od zera, zawiązując powstanie i rozwój Tadeuszowi Radzanowskiemu, laureatowi plebiscytu „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” w 2012 roku. Niżej historia tej firmy. Warto się zapoznać, bowiem

to typowy przykład budowy krajowego przemysłu maszyn pakujących.

RADPAK jest aktywnym członkiem Polskiej Izby Opakowań od 2004 roku. Sponsoringuje wiele przedsięwzięć organizowanych przez Izbę, za co serdecznie dziękujemy gratulując owocnego jubileuszu (Zespół Redakcji Biuletynu Opakowaniowego)

Fabryka Maszyn Pakujących Radpak rozpoczęła swoją działalność w 1991 roku. Jej założycielem oraz Prezesem Zarządu jest mgr. inż. Tadeusz Radzanowski, który pełen inspiracji oraz doświadczenia zdobytego w Kanadzie oraz USA postanowił zbudować własną fabrykę we Włocławku, w której postawił na niezawodność, prostotę konstrukcji oraz łatwość obsługi. Początkowo firma prowadziła działalność produkcyjną, która skupiała się na dwóch urządzeniach: wadze liniowej oraz pionowej maszynie pakującej, a także działalności serwisowej. W kolejnych latach firma cały czas ewaluowała i pojawiały się kolejne nowe urządzenia między innymi dozowniki objętościowe, wagi kombinacyjne, poziome oraz pionowe kartoniarki, manipulatory, systemy pakowania zbiorczego oraz wiele innych urządzeń, które w różnych kombinacjach tworzą kompletne linie pakujące. W 1998 roku pierwsza maszyna Radpak trafiła za granicę, a w kolejnych latach wolumen sprzedaży zagranicznej rósł powiększając systematycznie grono zagranicznych odbiorców. 25 lat doświadczenia w branży, tysiące sprzedanych maszyn, sprawnie działający serwis oraz zadowoleni klienci dają firmie Radpak ugruntowaną pozycję na rynku zarówno w kraju jak i za granicą. Różnorodność urządzeń pakujących zaowocowała sukcesywnymi wejściami do nowych gałęzi przemysłu, gdzie maszyny Radpak zyskały opinię niezawodnych, wydajnych oraz łatwych w obsłudze.

Kompletne linie pakujące Radpak powstają dzięki integracji ze sobą urządzeń takich jak: dozowniki wagowe, pionowe maszyny pakujące, kartoniarki oraz urządzenia przeznaczone do pakowania zbiorczego. Tworząc linie pakujące firma stara się spełnić indywidualne życzenia klienta tak, aby jak najdokładniej dostosować się do jego oczekiwań. W swojej ofercie posiada linie do pakowania różnych produktów od mięsa, ryżu, soli, płatków musli poprzez owoce, słodycze aż do śrub, tarcz ściernych, węgla czy też proszków do prania.

Pionowe maszyny pakujące Radpak projektowane są do pakowania zarówno

no żywności jak i produktów nieżywnościowych. W swojej ofercie firma Radpak posiada różne typy maszyn pionowych w zależności od wydajności, rozmiarów i typów toreb. Pionowe maszyny w pełni automatycznie formują torby z płaskiej rolki folii, a po wrzuceniu produktu torba jest zgrzewana i odcinana. Pionowe maszyny pakujące mogą pakować produkty w torby typu cegła, doypack, carry fresh, stabilo etc. Praca maszyn odbywa się w dwóch trybach - start stopowym dla mniejszych wydajności bądź ciągłym dla większych wydajności.

Radpak produkuje również w pełni zautomatyzowane maszyny kartonujące, które formują z płaskiego wstępnie sklejonego kartonu opakowanie jednostkowe, umieszczają produkt wewnątrz opakowania oraz zamykają gotowy karton przy pomocy kleju lub na zamek. W zależności od pakowanego produktu firma może zaproponować pionową lub poziomą kartoniarkę.

Wykorzystując praktykę oraz poszerzając wiedzę 6 lat temu firma Radpak wprowadziła do swojej oferty urządzenia pakujące typu Case Packer. Model RKZ wraz z jego modyfikacjami zapewnia w pełni automatyczny proces pakowania opakowań jednostkowych w cztery różne typy opakowania zbiorczego: podstawa tray, zawijany typu wrapped around; podstawa z górną pokrywą tray&hood oraz podstawa tray z górną pokrywą zorientowaną do wewnątrz lub na zewnątrz kartonu tray&lid. Opakowanie zbiorcze oraz pokry-

wa są formowane w pełni automatycznie, a pełna integracja wszystkich procesów pozwala na uzyskanie wysokich wydajności pakowania. Dopelnieniem całości urządzenia jest innowacyjny system wymiany indeksu zliczającego. System pozwala pakować produkty jednostkowe o różnej kubaturze oraz kształcie np. kartoniki lub opakowania typu Doypack, co w efekcie daje możliwość zastosowania urządzenia do pakowania różnych produktów, zarówno pod względem wagi jak i wymiarów czy kształtów opakowania jednostkowego, co w znaczący sposób podnosi uniwersalność oraz przydatność urządzenia w firmie. Prostota systemu wymiany indeksu zapewnia mu długie i bezproblemowe działanie, a sposób wymiany został maksymalnie uproszczony. Case Packer zapewnia maksymalną wydajność, powtarzalność, dobrą jakość i ekonomię produkcji oraz wysoki poziom bezpieczeństwa przy jednoczesnym zachowaniu konkurencyjnej ceny.

RADPAK Fabryka Maszyn Pakujących dzięki swoim osiągnięciom jest wielokrotnie wyróżniana oraz nagradzana zarówno w skali regionu jak i kraju.

Na liście nagród i wyróżnień znajdują się m.in.: Acanthus Aureus 2009, 2011, 2012, 2016; Gazele Biznesu 2014, 2015; Gepardy Biznesu 2014; Diamenty Forbesa 2015; Innowacyjna Firma Branży Opakowań; Przedsiębiorstwo Fair Play 2008; Laureat Marki; Złoty medal MTP 2013, 2014, 2016; Wybitny Eksporter Roku 2016



Duma firmy Radpak – maszyny pakujące typu Case Packer model RKZ

Oferta firmy EyeC Polska Marcin Weksler



EyeC jest ekspertem i wiodącym dostawcą w branży systemów do inspekcji wizyjnej, których sukces tkwi nie tylko w zaawansowanej technologii, ale również w prostej implementacji i łatwej obsłudze.

Głównym produktem w ofercie firmy EyeC Polska jest system Proofiler Graphic.

Rozwiązania inspekcyjne w postaci zaawansowanego systemu Proofiler Graphic przeznaczone są zarówno dla działu PrePress drukarni, jak i jej klientów końcowych. Dla jednych i drugich bowiem odpowiedzialność za wyprodukowany towar jest kluczowa – liczy się najwyższa i bezbłędna jakość druku, brak pomyłek, dokładność i pewność. A system EyeC Proofiler Graphic umożliwia bardzo szybką analizę zgodności plików PDF z drukarni z projektami klienta (PDF do PDF), jak również, w późniejszym etapie, PDF do montażu w procesie step&repeat oraz montaż do montażu, także wspólny (inne formaty plików to: ai, bmp, jpg, tiff). Inspekcja jest błyskawiczna, obiektywna i przede wszystkim powtarzalna – tak często, jak jest to potrzebne. Kluczowa jest tu możliwość kontroli wszystkich elementów opakowania w jednym procesie i na jednym systemie. Wyniki są dostępne zaraz po jej ukończeniu, podsumowane w generowanym automatycznie raporcie w PDF. Nie mniej ważna jest możliwość łatwego ustawienia czułości systemu zależnie od potrzeb i implementacja rozwiązań dedykowanych stricte dla branży poligraficznej.

Zakres inspekcji pozwala na wykrywanie niepożądanych różnic na całym obszarze opakowania, niezależnie czy jest to projekt kartonika, ulotki, etykiety, folii, czy folii alu. Porównywana jest grafika, kolory, tekst oraz weryfikowane kody 1D, 2D i QR, a także dekodowany zapis Braille'a w dowolnym alfabecie i sprawdzana poprawność jego pozycji na opakowaniu.

„Systemy inspekcji zastosowane m.in. w PrePress skutecznie zabezpieczają przed błędami” – wyjaśnia Marcin Weksler z EyeC Polska. – „Zastosowanie systemu, który pozwala na porównanie pliku klienta z plikiem do druku umożliwia wykrycie potencjalnych niezgodności już na samym początku procesu. Klienci ak-

ceptując projekt opakowania ufają drukarni, że jest dokładnie taki, jak przesłany przez nich wzorzec”.

Zakup systemu kontroli wizyjnej jest najmniejszą inwestycją o jednocześnie największej wadze, ponieważ to właśnie w PrePress powstają pliki, z których drukowane są opakowania. Jeden błąd w projekcie zaakceptowanym przez klienta może zakończyć doskonale zapowiadającą się współpracę. Tymczasem inspekcja wizyjna zapewnia rzecz najważniejszą: bezpieczeństwo drukarni oraz jej klientom.

Opinię o tym systemie prezentujemy na str. 11 Biuletynu w rozmowie z Tomaszem Fiebichem – koordynatorem produkcji w drukarni Natalii Rolldruk z Rokietnicy.

Czas i pieniądze

Z biznesowego punktu widzenia 100 proc. kontrola ma sens tylko wtedy, gdy stosunek ceny, jaką klient jest gotowy zapłacić, do ryzyka związanego z popełnieniem błędu, jest na odpowiednim poziomie. Oznacza to tylko tyle, że koszty kontroli nie mogą przekroczyć progów rentowności produkcji i jej gotowości w oczekiwanym przez klienta czasie.

Firmy, szacując koszty kontroli i weryfikując je z kosztami potencjalnych błędów, prędzej czy później dochodzą do wniosku, że inwestycje w systemy zapo-

biegania lub wczesnego wychwytywania wad mają głęboki sens biznesowy. Zdaje się, że mimo chęci i gotowości do inwestycji, oferty systemów inspekcyjnych wyglądają doskonale w fazie prezentacji, natomiast w fazie testów stopniowo tracą blask. Oprogramowanie kontroli wizyjnej skonfrontowane z rzeczywistością produkcyjną często nie daje zadowalającego rezultatu, zwłaszcza w obliczu wysokich kosztów zakupu. Natomiast właściwie ustawiony proces kontrolny i system inspekcji EyeC wprężony w ten proces zabezpiecza interesy klientów i drukarni na niedostępnym do tej pory poziomie, godząc wysoką skuteczność z komfortem użytkowania i ceną poniesionej inwestycji. „Praktyka codziennego wykorzystania systemu EyeC Proofiler Graphic pokazała jego skuteczność, przy zadowalającej szybkości działania, powtarzalności i łatwości obsługi” – dodaje Marcin Weksler – „Polski rynek poligraficzny jest dla nas bardzo ważny, naszym celem jest dostarczenie systemów EyeC do wiodących producentów opakowań. Równolegle prowadzimy intensywne i zakończone sukcesami rozmowy z klientem końcowym, czyli odbiorcą opakowań. Wówczas i producent i odbiorca opakowań dysponują tym samym, kompatybilnym rozwiązaniem, co bez wątpienia służy obu stronom”.

Konkurs na prace dyplomowe o tematyce opakowaniowej – III edycja

Z dniem 31 grudnia 2016 r. upływa termin zgłaszania prac dyplomowych o tematyce opakowaniowej w konkursie Polskiej Izby Opakowań.

To już III. edycja. W dwóch poprzednich edycjach konkursu nadesłano 22 prace (8 magisterskich, 7 inżynierskich i 7 licencjackich). Regulamin Konkursu jest zamieszczony na portalu Izby www.pio.org.pl.

Fundatorami nagród są przedsiębiorcy zrzeszeni w Polskiej Izbie Opakowań. Również w tym roku organizator Konkursu liczy na pozyskanie sponsorów-fundatorów nagród. Minimalne kwoty nagród w kategorii praca magisterska: I nagroda – 3000 zł, II nagroda 1500. I odpowiednio w kategorii praca licencjacka lub inżynierska – 1500 i 1000 zł. Na wniosek sponsora Komisja Konkursowa może przyznać wyższe nagrody. Dobrze widziane uzupełniające nagrody w postaci staży lub praktyk w firmie sponsora.

Biuro Izby przyjmuje deklaracje w sprawach sponsorowania Konkursu do 25 stycznia 2017 roku.

(Red.)



Janusz Olejnik członkiem Rady Polskiej Izby Opakowań

W nawiązaniu do informacji o zmianach w składzie Rady Polskiej Izby Opakowań (patrz str. 9 Biuletynu), niżej prezentujemy sylwetkę nowego członka Rady, z życzeniami satysfakcji z pełnienia równie zaszczytne go jak i odpowiedzialnego mandatu.

(Redakcja)

Janusz Olejnik, absolwent ART Olsztyn (Akademia Rolniczo Techniczna) obecnie Uniwersytet Warmińsko Mazurski (UWM), studia ukończył z wyróżnieniem w 1992 z tytułem Magistra Inżyniera Technologii Żywności o specjalizacji Technologia Mleczarska. Absolwent Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu, wydziału Zarządzania i Marketingu o kierunku Zarządzanie i Marketing. Absolwent Szkoły Głównej Handlowej programu Master of Business Administration, Business management - European Academy of Management Skills.

Od 1989 czynny zawodowo, już jako student z zespołem kilku współpracowników jako kierownik regionu północno-wschodniego wprowadzał na rynek jedną z pierwszych na rynku polskim globalnych firm informacji gospodarczej – Kompas AG. W 1992 r. podejmuje się zadania wprowadzenia i rozpowszechnienia w branży spożywczej świecących technik filtracyjnych firmy Pall, globalnego lidera na rynku filtracji i separacji. Przez kolejne lata wdraża pionierskie rozwiązania techniczne w tym jedne z pierwszych stacji ultra i mikro filtracji w branży winiarskiej i browarnianej. Po

doprowadzeniu działu F&B firmy Pall do pozycji lidera w sektorze w roku 2001, decyduje się na podjęcie kolejnego zadania, stworzenia firmy od podstaw. W kwietniu 2001 na rzecz firmy Silliker Corporation rejestruje firmę i jako Dyrektor Generalny rozpoczyna od zera tworzenia jednego z pierwszych akredytowanych laboratoriów badań żywności w Polsce, a następnie rozwija do poziomu jednego z największych graczy na rynku badań i usług technicznych. Zadanie to realizuje do dnia dzisiejszego. Założona w 2001 roku firma Silliker Polska od zeszłego roku posługuje się swoją globalną marką Merieux Nutrisciences i nadal specjalizuje się w badaniach i usługach z zakresu jakości i bezpieczeństwa produktów żywnościowych oraz pokrewnych dziedzin w tym opakowań. W 2015 inicjuje i realizuje kolejny projekt, otwiera w ramach firmy Merieux Nutrisciences nowy moduł biznesowy – Food Science Center, gdzie firma realizuje bardzo zaawansowane projekty na styku R&D, jakości i marketingu. Są to głównie projekty monitoringu zmian chemicznych, mikrobiologicznych i sensorycznych żywności w procesach przechowalniczych, wpływu technik opakowaniowych i opakowań na trwałość produktów, walidacji procesów termicznych i wiele innych. W ramach obszaru ocen sensorycznych wprowadził swój autorski produkt SensoCheck, zmieniający podejście do szkoleń ekspertów sensorycznych.

Poza obowiązkami zawodowymi podejmuje się społecznie, szczególnie w ra-



mach branży żywnościowej wielu zadań mającym na celu rozpowszechnianie wiedzy na temat jakości i bezpieczeństwa żywności. Jest aktywnym członkiem dwóch komitetów technicznych PKN, PKN KT35 (Mleka i Przetworów Mlecznych) PKN KT310 (Systemów Zarządzania Bezpieczeństwem Żywności), autorem wielu artykułów, organizatorem i prelegentem na wielu konferencjach branżowych. W 2012 osobiście podjął się zadania pełnienia roli polskiego partnera w ramach organizacji Europejskiego Sympozjum IAFP (International Association for Food Protection), które zgromadziło kilkaset ekspertów z Polski z całego świata. Od wielu lat aktywnie działa w ramach inicjatyw GFSI (Global Food Safety Initiative) w ramach czego wielokrotnie wzmacniał obecność Polski w obradach Global Food Safety Conferences. Zawsze otwarty na innowacje i nowe inicjatywy w interesie branży spożywczej.

Optymalizacja i bezpieczeństwo tematem IX Wiosennej Konferencji Farmaceutycznej pod patronatem Polskiej Izby Opakowań

Na prośbę prezesa zarządu spółki BMP, wydawcy magazynu „Przemysł Farmaceutyczny” oraz portalu branżowego kierunekfarmacja.pl, organizatora IX Wiosennej Konferencji Farmaceutycznej „Optymalizacja i Bezpieczeństwo” – Polska Izba Opakowań objęła Patronat Merytoryczny nad tym wydarzeniem.

Celem konferencji jest zaprezentowanie problematyki związanej z efektyw-

nym funkcjonowaniem zakładów farmaceutycznych, minimalizacją ryzyka na każdym etapie wytwarzania leków w stosowaniu bezpiecznych opakowań i procesów pakowania.

Konferencja odbędzie się w dniach 19–20 kwietnia 2017.

Miejsce konferencji zostanie podane w najbliższym czasie.

Więcej informacji na [\[farmacja.pl\]\(http://farmacja.pl\) oraz pod adresem e-mail \[biuro@e-bmp.pl\]\(mailto:biuro@e-bmp.pl\).](http://www.kierunek-</p></div><div data-bbox=)

Warto przypomnieć, iż jest to już piąta konferencja farmaceutyczna organizowana pod patronatem Izby. W ramach patronatu przedstawiciele Izby prezentowali temat „Przemysł i rynek opakowań dla przemysłu farmaceutycznego – stan i kierunki rozwoju”.

(Red.)



Rada Polskiej Izby Opakowań podsumowuje miniony rok

Ocena działalności Izby na rzecz promocji firm; realizacja budżetu; zmiany w składzie Rady; przygotowania do WZC – przedmiotem obrad Rady Polskiej Izby Opakowań.

W dniu 22 listopada, na piątym w tym roku posiedzeniu zebrał się członkowie Rady Polskiej Izby Opakowań. Tradycyjnie, w obradach uczestniczyli członkowie Komisji Rewizyjnej oraz przedstawiciele firm zainteresowanych tematyką obrad.

Uwaga członków Rady oraz Komisji Rewizyjnej koncentrowała się na wymienionych w tytule tematach. Najwięcej miejsca w dyskusji poświęcono doskonaleniu form prezentacji firm i ich ofert na targach i wystawach opakowaniowych. Podstawę do dyskusji na ten temat stanowiła ocena tegorocznej zbiorowej ekspozycji na targach TAROPAK. Zastanawiano się nad formułą prezentacji firm (organizacja ekspozycji), doбором miejsca ekspozycji oraz sposobem i zakresem upowszechniania informacji przez organizatorów targów i wystaw o udziale Izby w tych wydarzeniach. Podkreślano potrzebę optymalnego połączenia co najmniej dwóch spraw: efektywnej i efektownej prezentacji firm i ich ofert oraz prezentacji Polskiej Izby Opakowań, jej zadań, działalności i dorobku.



Z sali obrad

Opracowanie propozycji usprawnienia działalności Izby w tym obszarze powierzono Zespołowi Rady Izby ds. Promocji, Marketingu i Rozwoju Rynku Opakowań.

W tym punkcie obrad przedstawiciele Międzynarodowych Targów Poznańskich, Janusz Mazurczak i Konrad Fleśman, poinformowali o projektowanych zmianach co do formuły targów TAROPAK. Chodzi o powiązanie targów opakowań z problematyką poligrafii opakowań oraz targami przemysłu spożywczego POLAGRA FOOD i POLAGRA TECH. Większość uczestników posiedzenia wyrażała opinię, iż przy wypracowywaniu nowej formuły targów TAROPAK należy uwzględnić tematykę poligrafii, a także „równoległość” z targami spożywczymi (POLAGRA FOOD i POLAGRA TECH), „kosztem” wydzielenia zagadnień problematyki logistyki i magazynowania.

Informując o powyższych pomysłach, oczekujemy od czytelników Biuletynu opinii w tej sprawie.

O kolejnych tematach będących przedmiotem posiedzenia Rady piszemy oddzielnie. Dotyczy to: realizacji budżetu; przygotowań do WZC oraz zmian w składzie Rady Izby.

Realizacja budżetu Izby w roku 2016

Rada oraz Komisja Rewizyjna Polskiej Izby Opakowań poświęcają wiele uwagi gospodarce finansowej Izby. Chodzi o monitorowanie realizacji budżetu z punktu widzenia zgodności z przyjętym przez WZC planem przychodów i wydatków.

Ponieważ główne źródło przychodów budżetu stanowią wpłaty członków z tytułu wpisowego i składek członkowskich, monitorowanie polega również na realizacji tego fragmentu budżetu. Stąd też, w porządku obrad każdego posiedzenia Rady Izby, realizowany jest punkt „Informacja o realizacji budżetu Izby wg stanu na dzień...”. Zgodnie z tą praktyką (zasadą), członkowie Rady i Komisji Rewizyjnej Izby zapoznali się, w trakcie posiedzenia w dniu 22 listopada 2016 roku, z informacją o realizacji budżetu wg stanu na 31 października 2016 oraz z prognozą na koniec roku.

W budżecie Izby na rok 2016 przewidziano przychody w kwocie 400 tys. złotych. Stosownie do przyjętej zasady „zrównoważonego budżetu”, budżet po stronie wydatków ustalono w tej samej kwocie. Główne pozycje w części przychodowej budżetu stanowiły: składki i wpisowe – 230 tys. zł (57,5%) oraz przychody z działalności statutowej w kwocie 169 tys. zł (42,2%).

Przychody budżetu wykonano na kwotę 430 522,59 zł (108,9%), o czym zadecydowało przekroczenie zaplanowanych przychodów z tytułu działalności statutowej. Na zaplanowane 169 tys. zł zrealizowano 228,7 tys. (135,3%). O tak dobrym wyniku zdecydowały przychody z tytułu organizacji misji i targów, a także promocji firm. Niestety na dzień 31 października 2016, przychody z tytułu składek członkowskich zostały wykonane w 87,3%.

Dzięki mniejszym od zaplanowanych wydatkom (95,8%) uzyskano dodatkowe saldo w kwocie 52 834,72 zł.

Informację o stanie realizacji budżetu przedłożyła nowa księgowa (od 1 września 2016) – pani Beata Dzika. Wg przedstawionej przez nią prognozy, cały rok 2016 winien zamknąć się dodatnim saldem.

Stan środków na koncie bankowym Izby zapewnia niezbędną płynność finansową dla realizacji zadań Izby ujętych w programie działalności na rok 2016.

Członkowie Rady i Komisji Rewizyjnej przyjęli bez uwag informację o realizacji budżetu, zalecając wystąpienie do członków Izby zalegających ze składkami, o możliwie pilne uregulowanie zaległości.



Współpraca Banku BZ WBK z Polską Izbą Opakowań

Zainteresowanie Banku Zachodniego WBK branżą opakowań wynika z rosnącej roli branży opakowań w gospodarce. Z kolei zainteresowanie Izby współpracą z tym bankiem jest podyktowane zainteresowaniem usługami banku w celu wspierania rozwoju branży.

Warto przypomnieć, iż BZ WBK był Partnerem Wspierającym organizację III. Kongresu Przemysłu Opakowań, biorąc czynny



udział w obradach, prezentując uczestnikom Kongresu ocenę branży opakowań oraz możliwości wsparcia eksportu.

Omówieniu form i zakresu dalszej współpracy służyło spotkanie dyrektora Romana Naglera (BZ WBK) z dyrektorem Polskiej Izby Opakowań, Wacławem Wasiakiem, w dniu 30 listopada 2016. Ustalono m.in. listę wspólnych przedsięwzięć do realizacji w 2017 roku. Pierwszym rezultatem współpracy ukierunkowanym na promocję firm opakowaniowych będzie dokonanie rankingu tych firm. Ponadto, bank sformułuje ofertę usług dla firm zrzeszonych w Izbie. Oferta zostanie zaprezentowana w trakcie specjalnej konferencji promocyjnej z udziałem przedsiębiorców zainteresowanych usługami banku.

Współpraca z BZ WBK nie ograniczy się do grupy firm zrzeszonych w Izbie, ale obejmie także zainteresowane firmy spoza Izby.



Posiedzenie Rady okazją do wręczenia certyfikatów i dyplomów uznania

Posiedzenie Rady Izby w dniu 22 listopada stanowiło okazję do wręczenia przedstawicielom firm: RADPAK Fabryka Maszyn Pakujących oraz Polskiemu Komitetowi Narodowemu EPAL certyfikatów Partner Wspierający III Kongres Przemysłu Opakowań.

Certyfikat dla firmy RADPAK odebrał Dyr. Działu Marketingu Dariusz Gniadzik, zaś dla firmy EPAL Pełnomocnik Zarządu Paweł Wojciechowski.



W środku dyr. D. Gniadzik z dyplomem 25-lecia



W środku Paweł Wojciechowski z Certyfikatem Partnerstwa Wspierającego

Z okazji jubileuszu 25 lecia działalności firmy RADPAK, kierownictwo Izby w uznaniu zasług na polu rozwoju przemysłu maszyn pakujących w Polsce, przyznało tej firmie okolicznościowy, jubileuszowy dyplom uznania.

Dyplom z rąk prezesa Izby prof. S. Tkaczyka i Przewodniczącego Rady W. Kołpy odebrali uczestniczący w posiedzeniu Rady przedstawiciele firmy RADPAK, panowie: Dariusz Gniadzik i Zbigniew Banasiak. Obok zdjęcia dokumentujące wręczenie certyfikatów i dyplomu.



Zmiany w składzie Rady Izby – Janusz Olejnik członkiem Rady

Z dniem 22 listopada 2016 roku wygasł mandat członka Rady Polskiej Izby Opakowań powierzony panu Andrzejowi Kornackiemu przez delegatów na Walne Zgromadzenie Członków w marcu 2015 roku. Powodem wygaśnięcia mandatu jest zmiana miejsca pracy. Stosownie do przewidzianej w statucie Izby procedury uzupełnienia liczby członków Rady, mandat ten przejął Janusz Olejnik z listy kandydatów do Rady.

Pan Janusz Olejnik jest Dyrektorem Generalnym w firmie Siliker Polska Sp. z o.o. działającej w ramach międzynarodowej grupy Merieux Nutri Sciences. Sylwetkę nowego członka Rady zamieszczamy na str. 7 Biuletynu.



Przygotowania do Walnego Zgromadzenia Członków PIO w 2017 roku

Rada Polskiej Izby Opakowań w trakcie posiedzenia w dniu 22 listopada 2016 r., przyjęła Harmonogram prac przygotowawczych do organizacji zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Członków w 2017 roku.

A oto ważniejsze zadania i terminy ich realizacji:

31 stycznia 2017 – opracowanie projektów sprawozdań z działalności Prezesa i Rady Izby w 2016 roku oraz projektów budżetu i programu działalności Izby w 2017 roku.

12 lutego 2017 – opracowanie sprawozdania z działalności Komisji Rewizyjnej w 2016 roku oraz oceny działalności Izby; opracowanie bilansu za rok 2016.

15 lutego 2017 – posiedzenie Rady Izby z udziałem członków Komisji Rewizyjnej poświęcone rozpatrzeniu projektów materiałów sprawozdawczo-programowych; ustalenie daty, miejsca i porządku obrad WZC.

24 lutego 2017 – naniesienie przez Biuro Izby uwag i uzupełnień do materiałów zgłoszonych na posiedzeniu Rady w dniu 15 lutego.

8 marca 2017 – posiedzenie Rady Izby poświęcone zatwierdzeniu materiałów sprawozdawczo-programowych przewidzianych do rozpatrzenia na WZC; podjęcie uchwały o zwołaniu WZC.

10-13 marca 2017 – druk materiałów dla delegatów na WZC.

dokończenie na s. 10

Z życia Polskiej Izby Opakowań

dokończenie ze s. 9

14-15 marca 2017 – wysyłka materiałów do firm zrzeszonych w Izbie wraz z uchwałą Rady Izby zawierającą informacje o dacie, miejscu i porządku obrad WZC.

29 marca 2017 – obrady Walnego Zgromadzenia Członków.

Rada zwróciła się z prośbą (apelem) do członków Izby o aktywny udział w opracowywaniu Programu działalności Izby w roku 2017, poprzez przysłanie wniosków i propozycji, co do kierunków działalności oraz ważniejszych zadań do realizacji z punktu widzenia potrzeb firm zrzeszonych w Izbie.

Rada Izby prosi także o kierowanie opinii wniosków i ocen dotyczących działalności Izby w 2016 roku. Stosowne propozycje należy kierować na adres Biura Izby: biuro@pio.org.pl do 20 stycznia 2017 roku.

Informując o powyższym uprzejmie prosimy kierownictwa firm zrzeszonych w Izbie o „wyznaczenie” delegatów na WZC oraz zarezerwowanie w kalendarzu daty obrad.



Ubezpieczenia ważnym ogniwem łańcucha dostaw – tematem warsztatów

Prezentacja Kancelarii Brokerskiej WTB podczas obrad III Kongresu Przemysłu Opakowań na temat roli ubezpieczeń w realizacji łańcucha dostaw spotkała się z dużym zainteresowaniem uczestników.

Uwzględniając to zainteresowanie, Polska Izba Opakowań, wspólnie z firmą WTB, zorganizowała w dniu 22 listopada br. warsztaty na ten temat.

W trakcie warsztatów omówiono m.in. następujące zagadnienia: Zagrożenia w łańcuchu dostaw; Przyczyny odmowy wypłaty odszkodowania – praktyczne przykłady; Procedury prewencyjne – sposób na uzyskanie odszkodowania; Standardy działania w przypadku powstania szkody.

Uczestnicy warsztatów najwięcej uwagi poświęcili najczęściej występującym przyczynom odmowy wypłaty odszkodowania oraz procedurom prewencyjnym zapobiegającym takim sytuacjom.

W warsztatach udział wzięło 26 osób. Połączenie terminu warsztatów z posiedzeniem Rady Izby umożliwiło udział w tym



Tomasz Witkowski – prezes zarządu WTB

interesującym spotkaniu zarówno członkom Rady jak i Komisji Rewizyjnej.

Współorganizatora warsztatów Kancelarię Brokerską WTB reprezentowali występując w roli prelegentów: Tomasz Witkowski prezes zarządu; Sebastian Barszowski dyr. Likwidacji Szkód; Dorota Galon dyr. ds Handlu i Joanna Koroza przedstawiciel działu marketingu i PR.

Uczestnicy otrzymali certyfikaty potwierdzające ukończenie warsztatów nt. **Ubezpieczenia ważnym ogniwem łańcucha dostaw**. Miłym akcentem było rozlosowanie wśród uczestników trzech butelek markowego wina.

Wśród posiadaczy szczęśliwych losów znaleźli się: Aleksander Mackiewicz prezes zarządu firmy POMONA COMPANY Ltd (Żyrardów); Agnieszka Skłodowska prezes zarządu firmy ENTRO Holdings Sp. z o.o. (Warszawa); Michał Grzelak dyr. ds rozwoju i jakości w firmie GTX Hanex Plastic Sp. z o.o. (Dąbrowa Górnicza).

Wysoki poziom merytoryczny wystąpień przedstawicieli Kancelarii Brokerskiej WTB wynikający z bogatego doświadczenia w praktyce ubezpieczeniowej oraz gotowość świadczenia usług przez tę firmę na preferencyjnych warunkach dla członków Izby, stanowią zachętę do korzystania z jej usług.

Kontakt: Kancelaria Brokerska „WTB” Sp. z o.o, ul. Towarowa 1, 64-100 Leszno, tel. 65 529-66-90, GSM 604-403-703 fax 65 520-50-00, e-mail: wtb@wtb.com.pl



Polska Izba Opakowań wśród patronów Międzynarodowej Konferencji ekoCSR

Problematyka społecznie odpowiedzialnego biznesu (CSR) zajmuje ważne miejsce w działalności Polskiej Izby Opakowań. Wyrazem tego jest powołanie i działalność Zespołu Problemowego Rady Izby ds. Etyki Biznesu. Ważnym wśród dokumentów regulujących działalność Izby jest Kodeks Etyki Polskiej Izby Opakowań. Izba wyróżnia firmy wdrażające zasady i idee SCR dyplomami „Firma Odpowiedzialnego Biznesu Branży Opakowań”. Jest zatem rzeczą naturalną, iż chętnie patronujemy wszelkim wydarzeniom, których celem jest promowanie i upowszechnianie działalności na rzecz CSR.

Stąd też pozytywna reakcja na prośbę pani dr Katarzyny Michniewskiej, dyrektora zarządzającego w firmie M&M CONSULTING, organizatora II. Międzynarodowej Konferencji ekoCSR, w sprawie objęcia tego wydarzenia patronatem Polskiej Izby Opakowań.

Konferencja odbędzie się w Warszawie, w dniu 22 maja 2017 roku, z wiodącym tematem: „**Ekologia w CSR – praktyczne działania i ustawowe obowiązki**”. Jeden z referatów „Zrównoważony łańcuch dostaw”, nawiązuje do tematyki III. Kongresu Przemysłu Opakowań „Opakowania w łańcuchu dostaw”, dlatego też Izba przekaże do dyspozycji organizatorów 50 egz. monografii „Opakowania w łańcuchu dostaw. Wybrane problemy” wydanej nakładem PIO.



Rynek mówi: SPRAWDZAM!

O systemie inspekcji wizyjnej EyeC Proofiler Graphic rozmawiamy z Tomaszem Fiebichem – koordynatorem produkcji w drukarni Natalii Rolldruk z Rokietnicy.

Jak przebiegała kontrola jakości w Państwa firmie przed zamontowaniem systemu EyeC Proofiler Graphic?

Przed zakupem systemu EyeC kontrola jakości polegała na żmudnym porównywaniu zaakceptowanej przez klienta pracy z tym, co zostało wydrukowane na kartce. Dokładnie tak samo jak w popularnym zadaniu na spostrzegawczość „znajdź pięć szczegółów, którymi różnią się obrazki”, z tą jednak różnicą, że w przypadku „obrazków” wiadomo ile szczegółów trzeba znaleźć, natomiast podczas naszej kontroli nawet nie wiedzieliśmy czy te szczegóły w ogóle są. Zdarzało się więc, że nie była ona perfekcyjna. Niektórzy klienci prosili nas o zrobienie szablonu w formie pozytywu, szczególnie jeśli na zleconej pracy były drobne teksty, w obcym języku, np. chińskie czy japońskie „krzaczkę”. Wykonywaliśmy wówczas kliszę, którą, po przeprowadzeniu kontroli najpierw u nas, wysyłaliśmy do klienta, gdzie przykładano ją do wydrukowanej etykiety, sprawdzając czy wszystkie literki i znaki pokrywają się z wydrukowanym na kliszy szablonem. Można powiedzieć, że był to taki nasz system analogowy.

Jakie błędy pojawiały się najczęściej?

Najczęściej pojawiającymi się błędami były zmienione kody kreskowe lub brak fragmentu tekstu. Występowały one zwłaszcza w tych pracach, w których trzeba było wymienić jakiś pojedynczy element graficzny, np. kod kreskowy czy napis. Przytoczę pewien przykład, dziś już będący anegdotą w naszej firmie. Otóż drukowaliśmy dla klienta pracę z motywem sernika posypanego rodzynkami na talerzu. W wydruku zabrakło jednej rodzynek z boku sernika. Był to szczegół praktycznie nie do zauważenia. I choć nie stanowił on błędu w treści – zaakceptowany plik różnił się od wydruku. Niestety ta jedna rodzynek zaważyła na tym, że skończyło się reklamacją. Oczywiście klient miał rację.



System EyeC Proofiler Graphic gwarantuje rezultat pracy zgodny z oczekiwaniami klienta oraz pozwala wyeliminować nieoczekiwane błędy drukarskie. Jak pokazuje wieloletnia praktyka, obniża również koszty kontroli jakości, zwiększa wydajność i znacząco podnosi bezpieczeństwo firm – odbiorców opakowań, jak i ich dostawców, czyli drukarni.

Co było bodźcem do zainstalowania systemu EyeC Proofiler Graphic?

Między innymi właśnie ta rodzynek. A mówiąc poważnie, po pierwsze - presja czasu. Bywa, że nie jest możliwe nawet przeczytanie tekstów na etykiecie np. arabskich, napisanych drobnym maczkiem. Tym bardziej niemożliwe jest, żeby je sprawdzić. Jeśli się uda, zajmuje to bardzo dużo czasu. Po drugie - złożoność i stopień skomplikowania zleceń. Coraz więcej prac graficznych tworzonych jest w programach umożliwiających położenie ich na wielu warstwach. To powoduje, że pojedyncza warstwa często przesłania inną. Tego typu błędów chcieliśmy uniknąć właśnie poprzez zakup systemu EyeC Proofiler Graphic.

Co się zmieniło po zainstalowaniu tego systemu?

Zlikwidowaliśmy błędy merytoryczne, a nasz dział kontroli jakości ma dużo mniej pracy. No i co ważne, jesteśmy pewni, że kontrola plików została dobrze zrobiona. Oczywiście wymagało to wprowadzenia odpowiednich procedur. Obecność człowieka nie została w tym procesie wyeliminowana. I bardzo dobrze, bo co byśmy robili, jeśli we wszystkim wyręczałyby nas programy? Natomiast po wprowadzeniu procedur jesteśmy pewni, że wszystko jest w porządku. Klient również otrzymuje informację na pdfie, że jego praca została sprawdzona, włącznie z kodami kreskowymi, przez system EyeC. Coraz większy bowiem nacisk jest kładziony właśnie na nie. Nie tyle na ich czytelność, ale zgodność z normą – a są to dwie różne kwestie. Bo pomimo tego, że etykieta spełnia wymogi czytelności, to produkt zostanie wycofany jeśli będzie niezgodny z normą. I to nam również weryfikuje system EyeC Proofiler Graphic, zapewniając jednocześnie bezpieczeństwo.

Czy rynek, a konkretnie klienci potrzebują i korzystają z możliwości jakie oferuje system, a dzięki niemu Państwa firma?

I tak, i nie. Małe firmy potrzebują systemu EyeC, choć o tym często nie wiedzą. Dla nich ważny jest efekt i nie ma znaczenia czy etykietę sprawdzi w kilka minut system EyeC, czy przez kilka godzin nasza kontrola jakości. Najważniejsza jest dobra etykieta, zgodna z zaakceptowanym przez klienta wzorem i to wystarczy. Natomiast duże firmy coraz częściej potrzebują tzw. podkładki. Muszą mieć raport, że etykieta została sprawdzona; musi to być opatrzone podpisem oraz zarchiwizowane. Ważne jest poczucie bezpieczeństwa, lecz związane nie z potencjalną reklamacją czy też wycofaniem produktu z rynku, ale z zagrożeniem dla życia i zdrowia człowieka w przypadku niepoprawnego opisu etykiety leku lub braku informacji o alergenie na choćby wspomnianym wcześniej serniku.

Dlatego na naszych pdf, które są przesyłane do klienta, zamieszczamy znaczek EyeC, żeby widział, że jego praca była sprawdzona w tym programie.

Dlaczego EyeC?

Ze względu na świetny marketing, który przełożył się na profesjonalną obsługę. Nigdy nie mieliśmy problemu żeby się skontaktować, uzyskać pomoc czy też zaktualizować oprogramowanie. Każda, nawet najmniejsza uwaga nie jest pozostawiona bez odpowiedzi. Ponadto szef polskiego oddziału EyeC zrobił kapitalną prezentację systemu w naszej firmie, co sprawiło, że nie było potrzeby szukania innego oprogramowania. Co najważniejsze – dostaliśmy program w pełnej wersji na próbę. Mogliśmy go przetestować i dzięki temu podjąć świadomą decyzję. W ten sposób zostaliśmy przekonani i ujęci jakością.

Dziękujemy za rozmowę!

Agrotex International zmienia się w SILBO

SILBO

Członek Polskiej Izby Opakowań, firma Agrotex International zmienia nazwę. Aktualnie występuje pod nazwą SILBO.

Orientacja na innowację, ekologię i jakość to wartości, które od ponad 20-lat cechują firmę SILBO znaną wcześniej pod nazwą Agrotex International. To lider w produkcji opakowań dla branży spożywczej, kosmetycznej i chemicznej. Firma kontynuuje proces rebrandingu, w ramach którego z początkiem października br. uruchomiono nową stronę internetową. Przygotowana strategia działań komunikacji wizerunkowej zapowiada nową aktywność firmy SILBO na rynku.

Pomysł na zmianę nazwy i kreacji wizerunku przedsiębiorstwa zrodził się wcześniej. Proponowane przez firmę innowacyjne rozwiązania, zostały docenione przez rynek branżowy, a sama spółka intensywnie rozwinęła działalność.

Zmiany wprowadzone do tej pory w procesie rebrandingu dotyczą nazwy firmy i strategii komunikacji wizerunkowej. Nowoczesna strona internetowa uruchomiona z początkiem października br. w pełni obrazuje charakter działalności przedsiębiorstwa.

Orientacja na potrzeby rynku i stale rosnące zaangażowanie w rozwój technologiczny pozwoliły firmie w ostatnim czasie na rozbudowanie zakładu produkcyjnego w Katowickiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej.

Dzisiaj SILBO to wiodący na rynku europejskim ekspert w produkcji opakowań dla branży spożywczej, kosmetycznej i chemicznej. W trosce o jakość wytwarzanych produktów, firma wykorzystuje wyłącznie surowce i komponenty od certyfikowanych dostawców. Produkcja opakowań opiera się o wysoce zaawansowane i energooszczędne technologie. 70% nowości w ofercie opakowań SILBO to rozwiązania, których nikt wcześniej nie produkował na świecie.

Świadome zarządzanie firmą, doświadczenie w branży, wypracowane know-how, znajomość rynku, stałe inwestycje i wprowadzane innowacje gwarantują, że proponowane przez SILBO rozwiązania są pewne i dopasowane do oczekiwań klientów.



Firma TFP Sp. z o.o. z Dziecmierowa laureatem nagrody „Przedsiębiorstwo Fair Play” 2016



Zakończyła się XIX edycja programu promującego etykę w biznesie „Przedsiębiorstwo Fair Play”. 25 listopada 2016 r. w warszawskim EXPO XXI podczas uroczystej gali wręczono nagrody oraz certyfikaty tegorocznym Laureatom – przedsiębiorstwom, które w swej działalności kierują się uczciwością, rzetelnością oraz zasadami etyki.

Postrzeganie etyki w biznesie i społecznej odpowiedzialności w Polsce zmienia się z roku na rok, a CSR staje się jednym ze stałych zadań przedsiębiorstwa. Rodzaj inicjatyw w tej dziedzinie wynika między innymi ze specyfiki branży, w której działa

firma, choć nie jest to regułą. Na pierwsze miejsce wybijają się: pomoc potrzebującym, warsztaty dla dzieci, sport i ekologia. Społecznie odpowiedzialny biznes to jednak przede wszystkim etyczne postępowanie na co dzień w relacjach z pracownikami, klientami i kontrahentami. Takie wartości już od 19 lat promuje Fundacja „Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym” w ramach programu „Przedsiębiorstwo Fair Play”.

Finał każdej edycji programu to wielkie święto społecznie odpowiedzialnego biznesu. Wręczenie certyfikatów i nagród odbyło się – jak wcześniej wspomniano – w Warszawie 25 listopada. Oprócz tegorocznych Laureatów na Gali pojawili się przedstawiciele władz państwowych oraz samorządowych, a także przedstawiciele sektora bankowego.

Wśród 15 laureatów głównej nagrody – Statuetki „Przedsiębiorstwo Fair Play” znalazła się również firma TFP Sp. z o.o. z Dziecmierowa – członek Polskiej Izby Opakowań. Firma TFP jest aktywnie zaangażowana w działalność społeczną i charytatywną. Wspomaga organizacje pożytku publicznego, działalność sportową i kulturalną oraz rozwój społeczności lokalnych.



EUROPAL Sp. z o.o. liderem w dostawach palet



EUROPAL Sp. z o.o. to największa w Polsce sieć 80 składów palet. Lider w dostawach wysokiej jakości używanych palet EPAL, palet przemysłowych typu EUR i palet jednorazowych. Wszystkie palety są zweryfikowane pod kątem ich oryginalności i norm. Dostarczane są w dowolne miejsce w Polsce. Roczny obrót przekracza 5 milionów palet. Europalowi zaufało już ponad 1000 firm w kraju i zagranicą.

Firma posiada nowoczesną flotę samochodów ciężarowych, co zapewnia wygodę, szybkość, bezpieczeństwo dostaw i pozwala klientom na skoncentrowaniu się na działalności podstawowej.

Europal jest sprawdzonym i wiarygodnym partnerem, który może w pełni zapewnić wolumen i gwarantowaną jakość dostarczonych palet w korzystnej cenie. Za rozwiązania w zakresie obrotu paletami, Europal otrzymał nagrodę „Produkt Innowacyjny dla Logistyki”, a właściciel Europalu, Pan Zbigniew Cacko zdobył tytuł Menedżera Logistyki 2008 przyznawany przez Polskie Stowarzyszenie Menedżerów Logistyki i dziennik „Puls Biznesu”.



XXVII edycja Konkursu „Teraz Polska”



Polska Izba Opakowań podobnie jak w latach ubiegłych współpracuje z Fundacją Polskiego Godła Promocyjnego – organizatora Konkursu „Teraz Polska” przy realizacji tego przedsięwzięcia.

W ramach współpracy organizator zapewnia firmom zrzeszonym w Izbie i wskazanym przez Izbę zwolnienie z opłaty rejestracyjnej. Fundacja gwarantuje także udzielenie pomocy w przygotowaniu wniosku konkursowego. Więcej informacji



o Konkursie można uzyskać na www.terazpolska.pl oraz pod adresem: konkurs@terazpolska.pl

Przyjmowanie zgłoszeń w bieżącej edycji Konkursu potrwa do 23 stycznia 2017 roku.

Ważniejsze etapy oceny produktów i usług zgłoszonych do udziału w tym Konkursie:

- I. Przesłanie na adres Biura Konkursu ankiety konkursowej i wniesienie opłaty rejestracyjnej;
- II. Otrzymanie ankiety weryfikacyjnej i jej wypełnienie oraz dokonanie opłaty weryfikacyjnej;
- III. Weryfikacja ankiety (wniosku) przez Branżowe Komisje Ekspertów;
- IV. Opinia Kolegium Ekspertów nt zgodności ocen Komisji (p. III) z kryteriami Konkursu. Decyzja czy produkt (usługa) zasługuje na nagrodzenie;
- V. Na podstawie pozytywnej opinii Kolegium Ekspertów uczestnicy uzyskują nominację do Godła „Teraz Polska”;
- VI. Decyzja Kapituły w sprawie wyboru spośród nominowanych laureatów Konkursu.

Szczegóły ocen z poszczególnych etapów Konkursu zawarte są w Regulaminie Funkcjonowania i Przyznawania Polskiego Godła „Teraz Polska” (www.terazpolska.pl).

Zachęcając firmy zrzeszone w Polskiej Izbie Opakowań do udziału w Konkursie, informujemy iż w Biurze Izby osobą odpowiedzialną za współpracę z organizatorem Konkursu jest **Bartłomiej Królak**, asystent Biura (tel. 22 651 83 94, e-mail: info@pio.org.pl).



Doskonalenie badań statystycznych w dziedzinie opakowalnictwa – celem współpracy PIO – GUS

Wielu przedsiębiorców z branży opakowań, a także użytkowników opakowań oczekuje od Polskiej Izby Opakowań analiz rynkowych oraz danych obrazujących stan krajowego przemysłu opakowań.

Izba na miarę swoich możliwości opracowuje dane na ten temat na podstawie dostępnych danych z różnych źródeł (publikacje, informacje z konferencji, branżowa literatura i inne) w tym danych GUS. Niestety badania statystyczne GUS w tym zakresie nie są kompletne i trudno na ich podstawie opracowywać rzetelne analizy pozwalające na ocenę aktualnego potencjału branży opakowań oraz produkcji.

W celu lepszego dostosowania badań statystycznych w tej dziedzinie do planistycznych i informacyjnych potrzeb przedsiębiorców oraz ekspertów zajmujących się analizą rynku i przemysłu opakowań, Polska Izba Opakowań nawiązała współpracę z Departamentem Produkcji GUS. Podstawę do tych prac stanowić będzie miesięczna i roczna nomenklatura PRODPOL (lista wyrobów lub grup asortymentowych objętych sprawozdawczością GUS) obowiązująca w roku 2016.

Prace wspólnego zespołu PIO – GUS rozpoczną się 10 stycznia 2017 roku. W pierwszym etapie zespół zapozna się z aktualną „zawartością” klas: 13.92 – Gotowe wyroby tekstylne; 16.24 – Opakowania drewniane; 17.21 – Papier falisty i tektura falista oraz opakowania z papieru i tektury; 22.22 – Opakowania z tworzyw sztucznych; 23.13 – Szkło gospodarcze; 25.91 – Pojemniki metalowe; 25.92 – Opakowania z metali lekkich.

(red.)

Z INNOWACYJNEGO FRONTU

Kompostowalne opakowanie „sticków” z cukrem. Innowacyjne rozwiązanie firmy COFFEE SERVICE

Wygoda i zmiana stylu naszego „funkcjonowania” powodują, że do słodzenia napojów, częściej niż kiedyś stosujemy jednorazowe porcje cukru zapakowane często w formie „sticków”-paluszków. Po skorzystaniu z nich opakowanie wyrzucamy. Są one niewielkie, ale kiedy przeliczymy ich masę przez liczbę okaże się, że ilości powstających i pozostających „gdzieś” śmieci nie są wcale takie małe.

Wspomniane opakowania mogą być wykonane z bardzo różnych materiałów, zawsze jednak poprzez zgrzewanie.

Nowością jest zaproponowane ostatnio przez COFFEE SERVICE wykorzystanie do pakowania cukru kompostowalnej folii celulozowej NatureFlex produkowanej przez japońską grupę chemiczną Futamura. Warto przypomnieć, że firma COFFEE SERVICE jest producentem maszyn do pakowania, m.in. do jednorazowych opakowań z cukrem. Jednocześnie wykonuje usługi pakowania różnych produktów spożywczych. Stąd też posiada bogate doświadczenie w doskonaleniu opakowań (ich konstrukcji) oraz doboru materiałów opakowaniowych ułatwiających proces pakowania, a także łatwo ulegających procesowi naturalnego rozkładu.

W tym przypadku wykorzystana została folia biała (bielona w masie), umożliwiając osiągnięcie doskonałego efektu wizualnego po zadruku. Folia ta jest naturalnie antystatyczna co powoduje, że podczas pakowania na jej wewnętrznej powierzchni nie osiadają pyliste frakcje cukru osłabiające zgrzew. Ma wystarczającą barierowość dla zapewnienia odpowiedniej trwałości zapakowanego wyrobu. Niezwykle ważną jej cechą jest fakt, że po wyrzuceniu do śmieci ulegnie całkowitemu kompostowaniu w ciągu 4-6 tygodni.

Gdybyśmy zamienili cukier np. na ksylitol, otrzymamy produkt zdrowy i ekologiczny. Firma COFFEE SERVICE proponuje wykonanie nadruku na opakowaniu wg wytycznych klienta oraz kompleksową usługę pakowania. Jednorazowe porcje różnych produktów takich jak: kawa, proszki, soki, suplementy diety, to bardzo wygodny sposób korzystania z tych produktów nie tylko w podróży.

Laserowe nacięcia opakowania, zastosowane przez COFFEE SERVICE, w innowacyjnych stickach, ułatwiają ich otwieranie.

Dzięki innowacji COFFEE SERVICE opakowania takie stają się coraz częściej obecne w naszym codziennym życiu.



Przykład wykorzystania do pakowania cukru kompostowalnej folii celulozowej NatureFlex



Biuro Polskiej Izby Opakowań informuje, że na podstawie porozumienia z Centrum Wystawowym PTAKWARSAW EXPO organizatorem targów opakowań (pakowania) Warsaw Pack (7-9 marca 2017 r.) organizuje zbiorową ekspozycję firm zrzeszonych w Izbie na wydzielonej przez Centrum Wystawowe strefie o powierzchni 180 m².

Na powierzchni tej zabudowane będą indywidualne stoiska wystawowe o wymiarach 9, 12 i 15 m² oraz Salon Promocji, jako miejsce zaprezentowania na otwartej powierzchni materiałów promocyjno-reklamowych, modeli (wzorów) opakowań, roll-upów i innych. Powierzchnia ok. 4m² + stolik, krzesła i regał.

Koszt 1m² zabudowanego i wyposażonego standardowo stoiska ok. 150 zł (netto), zaś koszt skorzystania z otwartej powierzchni promocyjnej na Salonie Promocji – 500 zł (netto). Korzystający z otwartej powierzchni promocyjnej w Salonie Promocji mieć będą do dyspozycji strefę spotkań biznesowych oraz pomieszczenie techniczne z przeznaczeniem na szatnie, skład materiałów promocyjnych i inne.

Szczegóły do uzgodnienia w Biurze Izby (pani Beata Pyś-Skrońska, tel. 22 651 83 94, mail: biuro@pio.org.pl).

Zainteresowanych tą ofertą prosimy o wstępne zgłoszenia do 10 stycznia 2017 r.

Informując o powyższym warto przypomnieć, iż organizator targów Warsaw Pack – jest członkiem Polskiej Izby Opakowań, stąd preferencyjne warunki organizacji zbiorowej ekspozycji Izby.



Polska
Izba
Opakowań –
partnerem medialnym
targów Packaging
Innovations



Zgodnie z zawartą umową z firmą Targi w Krakowie Sp. z o.o. – organizatorem targów Packaging Innovations – Polska Izba Opakowań jest Patronem Medialnym tego wydarzenia.

Polska Izba Opakowań na targach w 2017 roku

Targi Packaging Innovations zorganizowane zostaną w Warszawie (Centrum EXPO XXI) w dniach 4-5 kwietnia 2017 r.

W ramach partnerstwa Izba dysponować będzie stoiskiem informacyjno-promocyjnym o powierzchni 12 m², z którego mogą skorzystać firmy zrzeszone w Izbie, w celu wyłożenia materiałów promocyjno-reklamowych, ustawienia roll-upów itp. Zainteresowanych skorzystaniem z tej formy wykorzystania stoiska Izby prosimy o kontakt z Biurem Izby (p. Beata Pyś-Skrońska, tel. 22 651-83-94, e-mail biuro@pio.org.pl).



Patronat
Honorowy
PIONad
III edycją targów
GIFT SHOW POLAND



Na prośbę organizatorów targów GIFT SHOW POLAND, Polska Izba Opakowań objęła, podobnie jak w latach poprzednich, patronat nad tym wydarzeniem.

Targi odbędą się w dniach 26-28 maja 2017 w Warszawie, na terenie Centrum Wystawowego MT Polska. Izba dysponować będzie stoiskiem informacyjno-promocyjnym, z którego mogą skorzystać firmy zrzeszone w Izbie – producenci opakowań prezentowych. Jest również możliwym uzyskanie upustu w przypadku organizacji własnej ekspozycji firmy.

Pomimo pozornie odległego terminu tego wydarzenia, prosimy zainteresowanych udziałem w tych targach o wstępne zgłoszenia na adres Biura Izby. Szczegółowych informacji udziela pani Beata Pyś-Skrońska (22 651-83-94, biuro@pio.org.pl). Więcej informacji na stronie www.giftshow.pl.



PAKFOOD
2017



Ważnym wydarzeniem targowym będą Targi Opakowań dla Przemysłu Spożywczego PAKFOOD – 2017, organizowa-

ne przez MTP w dniach 25-28 września 2017 r.

Podobnie jak w latach ubiegłych Polska Izba Opakowań będzie organizatorem zbiorowej ekspozycji. Targi PAKFOOD to doskonała okazja do zdobycia klientów spośród producentów żywności.

Więcej o targach PAKFOOD w rozmowie z panią Joanną Jasińską, dyrektorem tych targów (str. 15 Biuletynu).



Izba na targach zagranicznych

W roku 2017 Polska Izba Opakowań będzie organizatorem zbiorowej ekspozycji oraz misji biznesowych na następujące targi i wystawy opakowaniowe:

PACKAGING DEPOT

PACKAGING DEPOT – organizowane w dniach 17-20 maja w Kiszyniowie (Mołdawia). Corocznie w targach tych biorą udział 2-3 firmy, które chwalać sobie miejscowych klientów.

ROSUPACK

ROSUPACK – międzynarodowe targi opakowań w Moskwie (Fed. Rosyjska). To największe targi opakowań we wschodniej Europie i europejskiej części Azji. Termin: połowa czerwca 2017.

RIGA FOOD

RIGA FOOD – międzynarodowe targi przemysłu spożywczego i opakowań. Ryga (2-8 września). RIGA FOOD to oferta producentów żywności oraz opakowań z krajów nadbałtyckich. Jest tam miejsce także dla polskich firm.

WORLD PACK

WORLD PACK – międzynarodowe targi opakowań w Mińsku (Białoruś). Termin: połowa września 2017. Postępujące ocieplenie w stosunkach polityczno-gospodarczych pomiędzy Polską i Białorusią stanowi dobry prognostyk do skutecznego prezentowania w tym kraju polskiej oferty opakowaniowej.

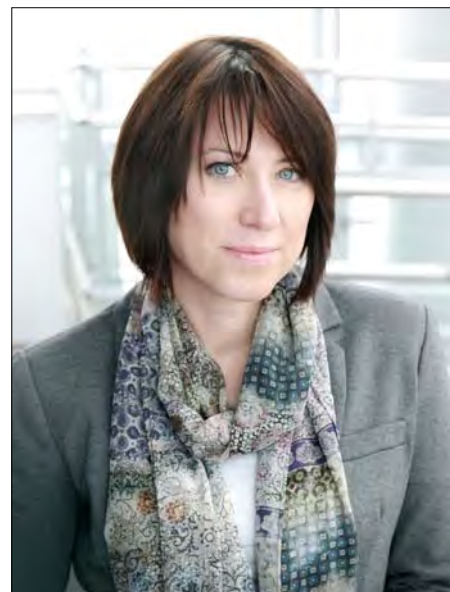


Pakfood ewoluuje



TARGI OPAKOWAŃ DLA PRZEMYSŁU SPOŻYWCZEGO

Jedyną stałą rzeczą w życiu jest zmiana – tak mawiał Heraklit z Efezu. Kto by pomyślał, że maksyma mędrca zostanie fundamentalną zasadą strategii biznesowych w dwudziestym pierwszym wieku? Świadomość konieczności dokonywania modyfikacji w odniesieniu do potrzeb rynku jest nie tylko oznaką elastyczności firmy, ale także odpowiedzialnością za projekty, które realizuje się dla klientów branży. O ewolucji Targów Opakowań dla Przemysłu Spożywczego Pakfood 2017 rozmawiamy z Joanną Jasińską, dyrektor projektu.



■ **W grudniu podjęli Państwo decyzję o zmianie terminu przyszłorocznych targów Pakfood? Czym podyktowane jest organizowanie wydarzenia dla branży w dniach od 25 do 28 września 2017 roku?**

Międzynarodowe Targi Poznańskie w tym roku obchodzą 95-lecie istnienia, a swoją aktywność biznesową i pozycję lidera rynku zawdzięczają temu, że odpowiednio i na bieżąco reagują na sytuację rynkową. Ze względu na fakt, że jesteśmy organizatorem ponad stu wydarzeń targowych oraz innych imprez rocznie, to zmiany w kalendarzu targów wymagają dokładnej analizy kontekstu biznesowego dla różnych branż. Biorąc pod uwagę naszą międzynarodową kooperację w wielu segmentach gospodarki, znaleźliśmy optymalne rozwiązania i dla naszych klientów z różnych branż, dla których organizujemy targi w bloku jesiennym, zaproponowaliśmy nowe terminy. Wszystko po to, aby stworzyć im najlepsze szanse skorzystania z pełnej oferty naszych usług w 2017 roku. Dlatego Pakfood wraz z targami Polagra Tech oraz pozostałymi targami bloku spożywczego (Polagra Food, Polagra Gastro, Smaki Regionów) odbędzie się w terminie 25-28 września. Co przez branżę zostało przyjęte niezmiernie optymistycznie.

■ **Właśnie, targi Polagra Tech i Pakfood stworzyły interesujące połączenie możliwości biznesowych. Dokąd zmierza Pakfood?**

Międzynarodowe Targi Poznańskie prowadzą szeroko zakrojoną współpracę z podmiotami w branży (od przedsiębiorstw, przez stowarzyszenia, po organy państwa), a synchronizacja wydarzeń dla tożsamych sektorów gospodarki podczas organizacji targów dają firmom wyższe rezultaty biznesowe niż odosobnione działania marketingowe.

Wszystkie modyfikacje i udogodnienia, które wprowadzamy, mają na celu przygotowanie i przeprowadzenie spotkania biznesowego, jakim są targi Polagra Tech i Pakfood, w taki sposób, aby były one korzystne dla klientów.

Z rozsądnego połączenia płyną realne korzyści. Blok targów Polagra, a w nim Pakfood, cechuje synergia wydarzeń dla korespondujących ze sobą branż, gwarantuje dostęp do zainteresowanych ofertą z całego sektora, a międzynarodowy charakter imprezy skutkuje dopływem klientów z całego świata. Ten mariaż jest odpowiedzią na potrzeby naszych klientów, zmiany w biznesie przetwórczym i opakowaniowym oraz postęp technologiczny i dywersyfikację działań całego sektora produkcji żywności. Symbioza targów Polagra Tech i Pakfood wynika z największego przenikania się tych branż. Targi Technologii Spożywczych – Polagra Tech – dedykowane są producentom wyrobów spożywczych, a odbywająca się w tym samym czasie Polagra Food gwarantuje obecność kupców produktów spożywczych. Niewątpliwie holistyczne ujęcie sektora spożywczego podczas bloku Polagra sprzyja rozwojowi każdego etapu biznesowego w firmach spożywczych. Od wytwarza-

nia, produkcji, pakowania po dystrybucję żywności.

■ **Jakie argumenty powodują, że Pakfood jest ekspozycją, która przyciąga branżę opakowań dla żywności?**

Przede wszystkim gwarancja jakości. Oczywiście na rynku targowym mamy do czynienia z niespotykaną do tej pory rywalizacją. Zdrowa i rzetelna konkurencja jest zawsze motorem napędowym zmian i rozwoju. To co jest przewagą Międzynarodowych Targów Poznańskich to przede wszystkim ogromny szacunek i odpowiedzialność wobec naszych klientów. Ten poziom kultury biznesowej zbudowaliśmy przez niemal wiek działalności. Od dziesięcioleci jesteśmy wiarygodni w tym co robimy. Ponadto kompleksowość i długofalowe realizowanie usług, które cechują działalność Międzynarodowych Targów Poznańskich, wyróżniają nas i są argumentami, które niezmiennie potwierdzają wysoką jakość i sankcjonują nas na pozycji lidera rynku targowego w Polsce. Dla branży opakowań dla żywności Pakfood są jedynymi targami, które otrzymały rekomendację Polskiej Izby Przemysłu Targowego.

■ **Dziękujemy za rozmowę.**

Redakcja



Polska Izba Opakowań poszukuje kandydatów na stanowisko Zastępcy Dyrektora Biura

Zainteresowanych pracą na stanowisku Zastępcy Dyrektora Biura Polskiej Izby Opakowań prosimy o zgłaszanie swoich kandydatów na adres Biura Izby: ul. Konstancińska 11, 02-942 Warszawa, drogą pocztową lub elektronicznie: biuro@pio.org.pl

Kandydaci na to stanowisko winni spełniać następujące wymagania:

1. Wykształcenie wyższe II-go stopnia. Preferowane kierunki: techniczne; chemiczne; poligraficzne; ekonomiczne;
2. Ogólna znajomość problematyki opakowań (przemysł i rynek opakowań);
3. Znajomość języków obcych. Preferowana znajomość języka angielskiego i rosyjskiego;
4. Doświadczenie w kierowaniu zespołami pracowników;

5. Preferowani będą kandydaci ze stażem pracy w firmach wytwarzających opakowania lub materiały opakowaniowe.

Szczegółowych informacji co do charakteru pracy, obowiązków oraz pożądanego predyspozycji, udzieli dyr. Izby Wacław Wasiak w trakcie bezpośredniego spotkania.

Kontakt:

tel. 603 648 492; 22 651 83 94; mail: biuro@pio.org.pl

Zainteresowanych pracą na tym stanowisku prosimy o zgłaszanie swoich kandydatów do 20 stycznia 2017 r.

Prof. zw. dr hab. inż. Stanisław Tkaczyk
Prezes Polskiej Izby Opakowań

Targowy katalog reklamowy opakowań oraz maszyn i urządzeń do pakowania i przetwórstwa żywności

W ramach przygotowań do Międzynarodowych Targów Technologii Spożywczych PLAGRA TECH oraz Targów Opakowań dla Przemysłu Spożywczego PAKFOOD, które odbędą się w Poznaniu, w dniach 25-28 września 2017 roku, Polska Izba Opakowań zamierza opracować i wydać katalog reklamowy zawierający oferty firm produkujących opakowania do żywności, maszyny i urządzenia do pakowania żywności oraz maszyny i urządzenia do przetwórstwa żywności.

Publikacja przeznaczona będzie dla producentów żywności i mieć będzie na celu udzielenie pomocy w znalezieniu dostawcy zarówno opakowań jak i maszyn i urządzeń do pakowania żywności. Stosowne informacje zostaną zawarte w rozdziale I. „Opakowania żywności” oraz w rozdziale II. „Maszyny i urządzenia do pakowania żywności”. Ważnym uzupełnieniem będzie III. rozdział, poświę-

cony ofertom producentów maszyn do przetwarzania żywności.

W katalogu znajdzie się miejsce na pełnokolorowe reklamy, a także na artykuły sponsorowane. Koszt 1-stronnicowej reklamy w formacie A4 (pełny kolor) wyniesie 900 zł netto, zaś artykułu promocyjnego o tej samej „objętości” – 600 zł. Każda kolejna reklama lub artykuł promocyjny korzystają z 50 proc. upustu. Zatem za reklamy na 2 str. A4 zapłacimy 1250 zł, zaś za 2 strony A4 artykułu promocyjnego – 900 zł. Firmy zrzeszone w Polskiej Izbie Opakowań korzystają z 30 proc. upustu.

Katalog wydrukowany będzie w nakładzie 2000 egzemplarzy i bezpłatnie rozprowadzany wśród wystawców i zwiedzających targi: PAKFOOD; POLAGRA TECH i POLAGRA FOOD, a także wśród uczestników konferencji i seminariów specjalistycznych organizowanych w trakcie wymienionych targów. Ponadto, jak wy-

kazuje doświadczenie, co najmniej 30% nakładu jest rozpowszechnione w trakcie innych targów żywności organizowanych w kraju.

Realizacja tego przedsięwzięcia przy zachowaniu wymienionych wyżej warunków (cena) jest uzależniona od liczby reklamodawców, a stosowna decyzja zostanie podjęta po rozpoznaniu zainteresowania tą publikacją.

Stąd też wydawca katalogu, Polska Izba Opakowań, zwraca się do potencjalnych reklamodawców o zgłaszanie wstępnego zainteresowania skorzystaniem z tej formy promocji i reklamy zarówno firm jak i ich produktów.

Zgłoszenia należy przysyłać na adres: biuro@pio.org.pl, do 20 lutego 2017 roku, podając rodzaj publikacji (reklama lub artykuł promocyjny, oraz liczbę stron.

Biuro Polskiej Izby Opakowań

Biuletyn Opakowaniowy ♦ Branżowy dwumiesięcznik informacyjno-promocyjny

Wydawca i redakcja: Polska Izba Opakowań

02-942 Warszawa ♦ ul. Konstancińska 11 ♦ tel. +48 22 651 83 94 ♦ fax: +48 22 842 23 03

e-mail: biuletyn@pio.org.pl ♦ www.pio.org.pl

Redaktor Naczelny: Wacław Wasiak

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.

