



# Biuletyn Opakowaniowy

Polskiej Izby Opakowań

Branżowy dwumiesięcznik informacyjno-promocyjny

ROK 21 • NUMER 3(125) • MAJ-CZERWIEC 2016 R. • ISSN 1734-4603

## III Kongres Przemysłu Opakowań

Szybkimi krokami zbliża się III. Kongres Przemysłu Opakowań. Do rozpoczęcia obrad (27 września) pozostały 3 miesiące.

Jak informuje biuro organizacyjne Kongresu, kończą się prace redakcyjne nad monografią zawierającą kongresowe referaty (patrz str. 2), napływają pierwsze zgłoszenia uczestników. Dla osób, które zgłoszą się do końca lipca organizatorzy przewidzieli dwudziestoprocentowy upust – warto skorzystać z tej możliwości. O warunkach uczestnictwa piszemy na stronie 16 Biuletynu.

Z dobrym przyjęciem spotkał się apel organizatorów o finansowe wsparcie tego przedsięwzięcia. Na aktualnej liście Partnerów Wspierających Kongres znajduje się 17 firm (patrz str. 16). Lista Part-

nerów Wspierających jest jeszcze otwarta. Również media życzliwie zareagowały na możliwość występowania w charakterze patronów medialnych Kongresu.

Autorzy, choć często jest z tym problem, w terminie przesłali teksty swoich referatów.

Gospodarz Kongresu, Międzynarodowe Targi Poznańskie, również przygotowują się do wypełnienia swojej roli.

Tytułem wstępnego wprowadzenia uczestników Kongresu w jego tematykę, w *Biuletynie* prezentujemy fragment referatu „Inteligentne opakowania – systemy automatycznej identyfikacji opako-

dokończenie na s. 2

Katarzyna Łasińska

## Inteligentne opakowania jako element systemów automatycznej identyfikacji w łańcuchu dostaw

Polska Izba Opakowań opublikowała informację o analizie strat spowodowanych niewłaściwym pakowaniem, magazynowaniem i transportem i poinformowała o niepokojących wskaźnikach sięgających w przypadku niektórych rodzajów produktów 20% wartości wyprodukowanych towarów. Aby zniwelować te straty należy dogłębnie zastanowić się jak poszczegól-

ne elementy łańcucha dostaw wpływają na te wyniki i przeanalizować rolę opakowań/oznakowania w tych procesach. Prawie połowa tych strat – jak podaje dalej Polska Izba Opakowań – powstaje z winy nieprawidłowego pakowania oraz wadliwych opakowań, a druga połowa,

dokończenie na s. 3

### W numerze m.in.:

- III Kongres Przemysłu Opakowań (wstępny program, tematy referatów)
- Inteligentne opakowania jako element systemów automatycznej identyfikacji w łańcuchu dostaw
- Z życia Polskiej Izby Opakowań
- Świat Druku członkiem Izby
- Dualny system odbioru i odzysku przy wprowadzaniu opakowań na rynek niemiecki
- VIII Kongres Papierników Polskich
- Izba na targach
- Warto wiedzieć
- Fizyczny Internet – co to jest i jaki ma związek z łańcuchem dostaw
- Łańcuch dostaw elementem łańcucha logistycznego
- Partnerzy Wspierający oraz patroni medialni Kongresu
- Warunki uczestnictwa w III Kongresie Przemysłu Opakowań

# III Kongres Przemysłu Opakowań

dokończenie ze s. 1

wań w łańcuchu dostaw” (patrz str. 1, 3-4) oraz omówienie wybranych referatów (patrz str. 14-15 – Kongresowe zajawki).

Kongres stanowił będzie okazję do zaprezentowania ofert przez firmy wspierające to przedsięwzięcie.

Należy także zwrócić uwagę na wyda-

rzenia towarzyszące Kongresowi. Pierwsze to ceremonia zamknięcia obrad – w programie przewidziano wręczenie nominacji do tytułów Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań oraz Zasłużony dla Przemysłu Opakowań, a także wręczenie nagród i wyróżnień w Konkursie PakStar. To we wczesnych godzinach popołudniowych. Zaś w godzinach wie-

czornych uczestnicy Kongresu wezmą udział w Gali z okazji jubileuszowej edycji Targów TAROPAK.

Zatem kongresowy dzień 27 września zapowiada się niezwykle interesująco i stanowił będzie ważne wydarzenie dla ludzi związanych z opakowalnictwem. Warto wziąć udział.

**(BPS, WW, BK)**

## Referaty zgłoszone na III Kongres Przemysłu Opakowań „Opakowania w łańcuchu dostaw”

### I sesja

#### Łańcuch dostaw a opakowanie

- *Łańcuch logistyczny. Struktura. Podstawowe ogniwa i funkcje* (Ireneusz Fechner, Wyższa Szkoła Logistyki w Poznaniu)
- *Rola i udział opakowań w łańcuchu dostaw* (Agnieszka Cholewa-Wójcik, UEK w Krakowie)
- *Opakowania inteligentne i aktywne w systemach logistycznych* (Ryszard Cierpiszewski, UEP w Poznaniu)
- *Opakowania zwrotne w łańcuchu dostaw na przykładzie skrzynek z tworzywa sztucznego* (Justyna Pyska, Politechnika Poznańska, Koło Naukowe „Logistyka”)
- *Palety drewniane w łańcuchu dostaw – znane opakowanie, nowe wyzwania* (Paweł Wojciechowski, PKN EPAL)
- *Między efektywnością a efektywnością – czyli poszukiwanie synergii logistycznej opakowań w łańcuchu dostaw* (Mariusz Jedliński, Uniwersytet Szczeciński)

### II sesja

#### Bezpieczeństwo opakowań i produktów w łańcuchu dostaw

- *Bezpieczeństwo opakowań żywności w łańcuchu dostaw* (Małgorzata Lisińska-Kuśnierz, Agnieszka Kawecka, UEK Kraków)
- *Bezpieczeństwo mleka i produktów mleczarskich w łańcuchu dostaw. Wpływ warunków transportu* (Magdalena Bociak, Alicja Wojcik, Marcela Zabost, Politechnika Poznańska, Koło Naukowe „Logistyka”)
- *Opakowania dla materiałów niebezpiecznych w świetle przepisów międzynarodowych* (Andrzej Milewski, COBRO – Instytut Badawczy Opakowań)
- *Bezpieczeństwo ładunków w łańcuchu dostaw – studium przypadków* (Dariusz Pyś, COBRO – Instytut Badawczy Opakowań)

### III Sesja

#### Doskonalenie łańcucha dostaw

- *Znaczenie ustandaryzowanego znakowania opakowań dla integracji i doskonalenia łańcucha logistycznego* (Anna Kosmacz-Chodorowska, Instytut Logistyki i Magazynowania)

- *Automatyczna identyfikacja opakowań w łańcuchu dostaw* (Katarzyna Łasińska, firma RSC Auto ID Distribution)
- *Znaczenie ekoprojektowania w doskonaleniu łańcucha dostaw* (Joanna Witczak, UEP Poznań)
- *Rola modularyzacji opakowań w koncepcji Fizycznego Internetu* (Piotr Hachuła, Martyna Zdziarska, Instytut Logistyki i Magazynowania)
- *Doskonalenie łańcucha dostaw na przykładzie przedsiębiorstwa branży FMCG* (Katarzyna Kowalska, Lucyna Sikora, Politechnika Poznańska, Koło Naukowe „Logistyka”)

### IV sesja

#### Kierunki i rodzaje edukacji z zakresie łańcuchów dostaw

- *Kształcenie w zakresie logistyki jako odpowiedź na zapotrzebowanie rynku* (Leszek Reszka, Uniwersytet Gdański)
- *Rola podmiotów tworzących łańcuch dostaw w edukacji ekologicznej społeczeństwa* (Agnieszka Cholewa-Wójcik, Agnieszka Kawecka, UEK w Krakowie)
- *Kształcenie kadr dla logistyki – doświadczenia, kierunki zmian* (Ireneusz Fechner, Wyższa Szkoła Logistyki w Poznaniu)

### V sesja

#### Bezpieczeństwo ładunków w transporcie drogowym

- *Zabezpieczanie ładunków w transporcie drogowym w świetle przepisów prawnych* (Dariusz Starkowski, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Pile)
- *Funkcje opakowania i siły działające na ładunek w transporcie drogowym* (Dariusz Starkowski, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Pile)
- *Zasady doboru metod oraz systemów zabezpieczania ładunków w transporcie drogowym* (Dariusz Starkowski, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Pile)



Zapowiada się zatem niezwykle interesująco program Kongresu, o czym świadczy liczba oraz tematyka nadesłanych referatów.

Zapewne każdy z uczestników Kongresu, niezależnie od tego jaką reprezentuje firmę i jaki jest jego udział w łańcuchu dostaw, wzbogaci się o nową porcję wiedzy i informacji do wykorzystania w swojej pracy. Zatem zachęcamy do udziału.

Informację o warunkach uczestnictwa w Kongresie zamieszczamy na str. 16.



# Inteligentne opakowania jako element systemów automatycznej identyfikacji w łańcuchu dostaw

dokończenie ze s. 1

z powodu niewłaściwego magazynowania i transportu.<sup>1</sup>

Myśl o minimalizowaniu wyżej wspomnianych strat doprowadziła do powstania idei inteligentnych opakowań. Ich innowacyjność oparta została na możliwości przekazywania informacji przez opakowania, a także wyposażeniu ich we wskaźniki monitorujące zarówno stan produktu, jak i pewne parametry zewnętrzne.<sup>2</sup> Dlatego też można powiedzieć, że inteligentne opakowania mają zarówno funkcję ochronną, jak i informacyjną w pełnych znaczeniach tych słów – również w znaczeniu aktywnego oddziaływania w ramach tych funkcji. Funkcję ochronną podzielić można na: „utrzymanie określonej jakości pakowania produktów, przystosowanie ich do transportu i składowania oraz prezentacji”, a także ochronę środowiska naturalnego „przed szkodliwym działaniem niektórych produktów”<sup>3</sup>. Funkcję informacyjną natomiast – na identyfikacyjną, marketingową (sprzedażową) i komunikującą się z konsumentem.

W związku z powyższym i w związku z tematem inteligentnych opakowań w odniesieniu do systemów automatycznej identyfikacji, o których ma tu być mowa, skupić należy się przede wszystkim na logistycznych i procesowych aspektach opakowań, tj. takich, w których aktywnie wpływają one na procesy zachodzące na ich drodze do konsumenta. Poniżej omówiony zostanie temat systemów automatycznej identyfikacji w łańcuchu dostaw: począwszy od wyjaśnienia czym w teorii i praktyce są inteligentne opakowania i automatyczna identyfikacja, poprzez zaakcentowanie potrzeby opakowań, etykiet i auto id na drodze do klienta, aż po szczegółową prezentację rozwiązań bazujących na tych elementach.

Idea inteligentnych opakowań rozwijała się i wprowadzana była wraz z ideą systemów automatycznej identyfikacji, a spopularyzowanie ich nastąpiło w momencie rozprzestrzenienia się wielkopowierzchniowych magazynów i sklepów

samoobsługowych, a także skomplikowania procesów logistycznych. Połączenie tych dwóch czynników – automatycznej identyfikacji i inteligentnych opakowań – wynika z ich kluczowej roli i największej zalety, tj. z faktu, że w zautomatyzowany sposób potrafią przechowywać i wymieniać informacje między sobą, a także dostarczać ją odpowiednim systemom oraz osobom w firmie lub konsumentom. To właśnie ta „informacja” w dużym stopniu determinuje finalną skuteczność procesów takich jak produkcja, magazynowanie, transport, logistyka, dystrybucja i handel, a jako że opakowanie jest nieodłącznym elementem produktu, to też ta informacja umieszczana jest właśnie na nim.

Inteligentne opakowania to inaczej opakowania aktywne. To nowoczesny rodzaj opakowań pełniących nie tylko tradycyjne funkcje transportowe, ochronne, informacyjne i sprzedażowe, ale potrafiące też w określony i kontrolowany sposób oddziaływać na elementy otoczenia, komunikować się za pomocą wskaźników i przekazywać dane do odpowiednich osób lub systemów. Przy zastosowaniu odpowiednich technologii, inteligentne opakowania mogą być automatycznie weryfikowane, odrzucane w przypadku wykrycia nieprawidłowości, śledzone na wszystkich etapach łańcucha dostaw, a także kontrolowane na etapie sprzedaży do klienta końcowego (np. pod kątem terminu ważności).<sup>4</sup>

Z kolei systemy i technologie automatycznej identyfikacji stosowane są dla celów zarządzania zarówno przedsiębiorstwem, jak i całym łańcuchem logistycznym oraz optymalizacji i automatyzacji zachodzących w nich procesów. Wśród zadań wykonywanych przez te systemy wyróżnić można: natychmiastowe uzyskiwanie wymaganych danych, przekształcanie zebranych informacji do odpowiedniego formatu, umożliwienie stałego dostępu do informacji w czasie rzeczywistym. Dzięki sprawnej i wydajnej pracy, nowoczesne technologie

mogą zapewnić bezpieczeństwo produktów, przejrzystość łańcucha dostaw i precyzyjność przekazywanych danych, co w rezultacie przekłada się w bardzo dużym stopniu na obniżenie kosztów i sukces przedsięwzięcia.<sup>5</sup>

Urządzenia i technologie wykorzystywane powszechnie w rozwiązaniach auto id dla łańcucha dostaw to:

## DRUKARKI ETYKIET

Podstawowe narzędzie stosowane w systemach automatycznej identyfikacji, umożliwiające znakowanie przy pomocy kodów kreskowych. Drukarki etykiet zapewniają możliwość drukowania informacji zmiennych i danych pozwalających na identyfikację produktu w całym łańcuchu dostaw. Etykiety drukowane są na roli lub na składance w technologiach termotransferowej, termicznej lub atramentowej.

## SYSTEMY ETYKIETUJĄCE

Zintegrowane z linią produkcyjną etykiетки pozwalają na obniżenie kosztów poprzez automatyzację etykietowania, przez co dają gwarancję bezpieczeństwa i powtarzalności procesu naklejania (precyzja naklejania). Umożliwiają aplikację etykiet zarówno na produkty jednostkowe, jak i opakowania zbiorcze, a także jednoczesną weryfikację jakości naklejonych etykiet i kontrolę numeracji. Mogą to być moduły etykietujące wykonane do zabudowania w linii produkcyjnej, na zamówienie dostosowane do specyficznych wymagań klienta lub jako kompletne systemy wyposażone w przenośniki produktów, stojaki i osprzęt do aplikatorów oraz osłony.

## SKANERY KODÓW KRESKOWYCH

Czytniki kodów kreskowych mogą być ręczne do zastosowań ogólnych i przemysłowych (przewodowe i bezprzewodowe), a także stacjonarne klasy przemysłowej. Większość czytników nie tylko odczytuje kody jedno- i dwuwymiarowe, ale rozpoznaje również ich standard. Odczyt kodu realizowany jest praktycznie w trzech technologiach, różniących się źródłem oświetlenia pola: czytniki LCD, laserowe i cyfrowe.

dokończenie na s. 4



# Inteligentne opakowania jako element systemów automatycznej identyfikacji w łańcuchu dostaw

dokończenie ze s. 3

## TERMINALE/KOMPUTERY MOBILNE

Kolektory danych, które pozwalają na sprawne zarządzanie gospodarką magazynową, gromadzenie danych czy wykonywanie inwentaryzacji i ewidencji środków trwałych. Terminale – zwłaszcza te do zastosowań przemysłowych – charakteryzują się wysoką odpornością na czynniki zewnętrzne i uszkodzenia mechaniczne. Mogą być to ręczne terminale, które spełniają rolę lekkich i wytrzymałych komputerów mobilnych wyposażonych w czytnik kodów kreskowych oraz terminale wózkowe przeznaczone do montażu na pojazdach przemysłowych i zaprojektowane do pracy w warunkach przemysłowych, z wygodną klawiaturą i czytelnym ekranem dotykowym. Niezależnie od wybranego typu, zastosowanie terminali pozwala znacząco zwiększyć wydajność pracowników i obniżyć koszty ich pracy.

## SIECI BEZPRZEWODOWE

Sieci bezprzewodowe klasy przemysłowej są niezbędne do prawidłowego funkcjonowania prędko rozwijających się przedsiębiorstw, zakładów produkcyjnych, magazynów, a także wszędzie tam, gdzie stosowane są urządzenia mobilne. W ramach systemów WLAN wyróżnić można pojedyncze elementy sieci bezprzewodowych oraz kompletne rozwiązania klasy korporacyjnej nie tylko budujące sieć, ale i pozwalające nimi zarządzać.

## OPROGRAMOWANIE

Optymalny projekt etykiety zgodnej z wymogami produktu tworzony jest dzięki specjalistycznemu oprogramowaniu, które umożliwia pobieranie danych z baz danych firmy, zaprojektowanie etykiety do wydruku oraz prawidłowe wy-

generowanie kodu kreskowego. Jednak w systemach automatycznej identyfikacji stosowane jest nie tylko oprogramowanie do projektowania etykiet, ale i do zarządzania magazynem (WMS) i produkcją (MES). Najwyższej klasy software pozwala wyeliminować błędy, ograniczyć konieczność ręcznego wprowadzania danych i zwiększyć wydajność pracy.

## WERYFIKATORY KODÓW

Weryfikatory sprawdzają jakość wydrukowanych kodów kreskowych. Są niezbędne w firmach znakujących swoje towary kodem kreskowym oraz w drukarniach opakowań. Weryfikatory zamontowane na linii produkcyjnej pozwalają w trybie ciągłym na odrzucanie produktów oklejonych niewłaściwą etykietą, natomiast weryfikatory przenośne/laboratoryjne umożliwiają kontrolę jakości kodów kreskowych oznakowanych produktów/wydrukowanych etykiet.

Dodatkowym elementem niezbędnym do prawidłowego funkcjonowania systemów auto id są etykiety, które stosowane są na każdym etapie łańcucha dostaw. Niezależnie od branży, są one uniwersalnym nośnikiem informacji o produkcji i podstawą działania wszelkich systemów związanych z obrotem towarów – od ich wytwarzania do sprzedaży. Oprócz informowania, etykiety mają również funkcję dekorującą, zamykającą lub nawet zabezpieczającą. Dostawcy mediów oferują szeroki wachlarz podłoży, podkładów i klejów, które dopasowane muszą być do specyfiki produkcji, a także zastosowania i całego cyklu życia produktu – najwyższej jakości podłoża gwarantują długowieczną trwałość i czytelność wydruku. W przypadku drukowania pełnej informacji na drukarce etykiet niezbędne są etykiety niezadrukowane, a przy dodruku danych zmiennych – etykiety wstępnie zadrukowane do druku termotransferowego lub termicznego. Możliwa jest również aplikacja wcze-

śniej już zadrukowanych etykiet. Drukarnie z najnowocześniejszym parkiem maszynowym i bogatymi możliwościami uszlachetnień zaprojektują, przygotują, wyprodukują i zakonfekcjonują etykiety fleksograficzne, offsetowe lub cyfrowe najwyższej jakości. Na uwagę jednak zasługuje istota wyboru odpowiedniego dostawcy, którego doświadczenie w dziedzinach poligrafii oraz znakowania i etykietowania zagwarantować może dopasowanie wydrukowanych etykiet do sposobu aplikacji, dzięki czemu można uniknąć problemów podczas procesu etykietowania.<sup>6</sup>

## Przypisy

<sup>1</sup> Biuletyn Opakowaniowy Polskiej Izby Opakowań, numer 2(124), marzec-kwiecień 2016

<sup>2</sup> Mateusz Cichoń, Tomasz Lesiów, Zasada działania innowacyjnych opakowań inteligentnych w przemyśle żywnościowym. Artykuł przeglądowy, Nauki Inżynierskie i Technologie, 2(9) 2013 Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu Wrocław 2013

<sup>3</sup> PN-0-79000: Opakowania. Terminologia.

<sup>4</sup> Mateusz Cichoń, Tomasz Lesiów, Zasada działania innowacyjnych opakowań inteligentnych w przemyśle żywnościowym. Artykuł przeglądowy, Nauki Inżynierskie i Technologie, 2(9) 2013 Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu Wrocław 2013

<sup>5</sup> Yam K., Takhistov P., Miltz J., Intelligent Packaging: Concepts and Applications, „Journal of Food Science” 2005, no. 70, s. 1-10

<sup>6</sup> Materiały produktowe RSC Auto ID, 2015



**Katarzyna Łasińska** pracuje jako marketing manager w firmie RSC Auto ID działającej w branży opakowań, kodów kreskowych i systemów automatycznej identyfikacji procesów, produktów i osób. Od wielu lat pasjonuje się grafiką komputerową i projektowaniem. Ukończyła studia wyższe w tym kierunku. Zdobyła także tytuł magistra w Instytucie Neofilologii i Lingwistyki Stosowanej Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy. Jest absolwentką podyplomowych studiów o kierunku Marketing i Zarządzanie Przedsiębiorstwem na Uniwersytecie Techniczno-Przyrodniczym w Bydgoszczy.

Posiada doświadczenie zawodowe w zakresie projektowania opakowań i akceptacji nadruku, a także szeroko pojętego marketingu. Realizowała liczne projekty marketingowe przede wszystkim w zakresie promocji opakowań i rozwiązań automatycznej identyfikacji, a także zajmowała się organizacją eventów i szkoleń w tych dziedzinach. Autorka i współautorka kilku artykułów w czasopiśmie i internetowych portalach branżowych.



Z dniem 1 maja 2016 r. powiększyło się grono członków Polskiej Izby Opakowań o wydawcę czasopisma Świat Druku, firmę Polski Drukarz Sp. z o.o.. bowiem wydawnictwo jest osobą prawną, a takiego statusu nie posiada redakcja czasopisma. W praktyce, oznacza to członkostwo czasopisma, co upoważnia redakcję do zamieszczenia w redakcyjnej stopce informacji „Świat Druku jest członkiem Polskiej Izby Opakowań”.

Witając zatem Świat Druku w gronie członków prezentujemy autorskie CV wydawcy oraz czasopisma.

(red.)

Firma **Polski Drukarz sp. z o.o.** powstała w 1993 roku i jest wydawcą czasopisma „Świat DRUKU” oraz założycielem „Akademii Wiedzy”, powołanej w celu organizacji konferencji i spotkań branżowych.

„Świat DRUKU” jest niezależnym, wiodącym miesięcznikiem branżowym. Miesięcznik jest wydawany w „tradycyjnej” wersji papierowej, a także jako e-gazeta (na [www.swiatdruku.eu](http://www.swiatdruku.eu)) z cotygodniowym newsletterem. Trafia do następujących grup docelowych: właściciele firm handlowych i produkcyjnych, osób zarządzających i pracowników drukarni, wydawnictw, producentów i konwerterów opakowań, studiów graficznych, agencji reklamowych, odbiorców druku i opakowań, producentów maszyn i materiałów eksploatacyjnych oraz studentów kierunków poligraficznych.

Obejmuje tematykę całego świata druku, publikując:

- ♦ informacje o przemyśle poligraficznym i opakowaniowym,
- ♦ wysoce specjalistyczne artykuły na temat technologii, maszyn, materiałów eksploatacyjnych oprogramowań i całych procesów (prepress, press, postpress),
- ♦ wywiady, raporty rynkowe, relacje z ważnych wydarzeń branżowych, artykuły poświęcone organizacji i zarządzaniu, a także zagadnieniom prawnym.

Czasopismo – od chwili, gdy zostało założone w 1993 r. – nie tylko przekazuje informacje i opinie w tych tematach, ale też kształtuje branżę. Jest to możliwe dzięki „Akademii Wiedzy” służącej organizowaniu konferencji i seminariów, które mają za zadanie stymulować wymianę informacji i doświadczeń.

Organizowane eventy są adresowane do osób związanych z branżą poligraficzną i opakowaniową, oraz sektorem marketingowym i reklamowym. „Świat DRUKU” jest także patronem medialnym wielu imprez branżowych.

Dodatkowe informacje o czasopiśmie, plan wydawniczy i zakres świadczonych usług przez Wydawnictwo możecie Państwo znaleźć na stronie [www.swiatdruku.eu](http://www.swiatdruku.eu)

**Wydawca Polski Drukarz Sp. z o.o.** – jest członkiem Polskiej Izby Druku, Polskiej Izby Fleksografów, Polskiej Izby Opakowań, Polskiego Stowarzyszenia Sitodruku i Druku Cyfrowego, członkiem wspierającym Stowarzyszenia Poligrafów Pomorskich, Sponsorem Założycielem Fundacji Rozwoju Kadr Poligraficznych, członkiem Polskiej Izby Artykułów Promocyjnych i partnerem Programu Solidni w Biznesie.

**Dziękujemy serdecznie za przyjęcie naszego Wydawnictwa w poczet członków Polskiej Izby Opakowań i cieszymy się na owocną współpracę!**

## III Kongres Przemysłu Opakowań „Opakowania w łańcuchu dostaw” (MTP Centrum Kongresowe, 27 września 2016)

(ramowy program)

10<sup>00</sup> Rejestracja uczestników

10<sup>30</sup> Sesja inauguracyjna

10<sup>50</sup> I. Sesja referatowa

**Łańcuch dostaw a opakowania**

12<sup>30</sup> II. Sesja referatowa

**Bezpieczeństwo opakowań i produktów w łańcuchu dostaw**

14<sup>00</sup> Lunch

14<sup>30</sup> III. Sesja referatowa

**Doskonalenie łańcucha dostaw**

15<sup>30</sup> IV. Sesja referatowa

**Kierunki i rodzaje edukacji w zakresie łańcucha dostaw**

16<sup>10</sup> Sesja plenarna (panel dyskusyjny)

17<sup>20</sup> Ceremonia zamknięcia Kongresu przy lampce wina.

Wręczenie nominacji do tytułów:

„Zasłużony dla Przemysłu Opakowań”

i „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań”.

Prezentacja opakowań nagrodzonych

w Konkursie PakStar i Student PakStar.

Wręczenie nagród i wyróżnień

19<sup>00</sup> Wieczorna Gala z okazji jubileuszu

XXX. edycji targów TAROPAK

oraz III. Kongresu Przemysłu Opakowań

**Uwagi:**

1. Szczegółowy program Kongresu zostanie opublikowany 27 lipca br.

2. Przypominamy o nadsyłaniu zgłoszeń uczestnictwa w Kongresie. Formularz do pobrania na [www.pio.org.pl](http://www.pio.org.pl) do 31 lipca –20% upust. Warunki uczestnictwa na str. 16 Biuletynu.

# Z życia Polskiej Izby Opakowań

## Posiedzenie Rady Izby w dniu 10 maja

W dniu 10 maja 2016 Rada Polskiej Izby Opakowań obradowała na wyjazdowym posiedzeniu w firmie DREWPAŁ w miejscowości Janków Pierwszy. Firma ta należy do wiodących producentów palet drewnianych. Jej właścicielem jest pan Wiesław Majtas.

Celem wyjazdowego posiedzenia było zapoznanie się z procesem produkcji palet oraz historią i działalnością firmy DREWPAŁ. Interującym uzupełnieniem informacji gospodarza posiedzenia było wystąpienie w dyskusji pana Pawła Wojciechowskiego, członka Komisji Rewizyjnej i pełnomocnika zarządu w Polskim Komitecie Narodowym EPAL. Podkreślił fakt, iż wg polskiego prawodawstwa, palety to opakowania. Zaś skala i powszechność zastosowań tych opakowań zasługują na bliższe poznanie ich konstrukcji i funkcji. Ocenia się, że w świecie używa się ok 6 mld szt. palet. Każdego dnia w obrocie znajduje się ok. 2 mld palet. W Polsce w użyciu jest ok. 60 mln palet certyfikowanych. Wszystkich jest znacznie więcej. Polska zajmuje drugie miejsce pod względem liczby produkowanych palet certyfikowanych z logo EPAL. Co trzecia paleta certyfikowana logo EPAL znajdująca się w obrocie na świecie pochodzi z Polski. Wg danych przekazanych przez pana P. Wojciechowskiego w roku 2015 wyprodukowano na świecie ok. 75 milionów palet, w tym w Polsce 22,8 miliona. Tak więc posiedzenie Rady Izby w dniu 10 maja było w zasadzie poświęcone tematyce palet.



W sali obrad

Drugą część posiedzenia zdominowały sprawy związane z realizacją uchwał Walnego Zgromadzenia Członków. Uczestnicy posiedzenia zapoznali się z koncepcjami dotyczącymi ustanowienia marki „polskie opakowanie” oraz utworzenia Rady Rozwoju Przemysłu Opakowań. Do ważniejszych punktów programu obrad należy zaliczyć informację o przebiegu przygotowań do organizacji III Kongresu Przemysłu Opakowań z wiodącym tematem „Opakowania w łańcuchu dostaw” oraz ocenę realizacji budżetu Izby.

(red.)

## Posiedzenie Rady Izby w dniu 6 czerwca

Bogaty program działalności Izby na rok 2016 wymaga zwiększonej aktywności jej organów statutowych. Tak więc, w niecały miesiąc od poprzedniego posiedzenia Rady, jej członkowie ponownie spotkali się na posiedzeniu w dniu 6 czerwca 2016 r. W posiedzeniu uczestniczyli także członkowie Komisji Rewizyjnej.

W trakcie posiedzenia kontynuowano dyskusję nad inicjatywami z poprzedniego posiedzenia, a dotyczącymi w szczególności ustanowienia certyfikatu „polskie opakowanie”.

W odniesieniu do propozycji utworzenia Rady Rozwoju Przemysłu Opakowań ustalono, iż decyzja w tej sprawie zostanie podjęta po przeprowadzeniu konsultacji z potencjalnymi członkami tego forum.

Wiele uwagi poświęcono organizacji III Kongresu Przemysłu Opakowań, zatwierdzając program i budżet. Omówiono także udział Izby w targach opakowań RosUpack w Moskwie, targach FachPack (Norymberga) oraz targach opakowań all4pack w Paryżu.

Uczestnicy posiedzenia wysłuchali informacji o udziale Izby w targach GiftShow (Warszawa 19-21 maja) oraz w międzynarodowych targach opakowań Packaging Depot w Mołdawii (Kiszyniów, 25-28 maja).

W trakcie posiedzenia omówiono także zasady współpracy z branżowymi czasopismami: Packaging Polska, Opakowanie, Świat Druku.

Członkowie Rady zapoznali się z wynikami badań ankietowych „Polska Izba Opakowań w oczach członków”

(red.)



## Misja promocyjno-biznesowa do Mołdawii

Z okazji międzynarodowych targów opakowań Packaging Depot w Kiszyniowie, Polska Izba Opakowań zorganizowała w dniach 25-28 maja 2016 r., misję gospodarczą do Mołdawii.

Było to już siódme tego rodzaju wydarzenie, którego celem było rozpoznanie aktualnych potrzeb miejscowego rynku opakowań i zaprezentowanie oferty firm uczestniczących w misji. Podobnie jak w latach poprzednich, uczestnicy misji mieli do dyspozycji stoisko informacyjno-promocyjne. W misji uczestniczyły 3 firmy: EUROPAL; PACKPROFIL; YANKO. Według opinii przedstawicieli tych firm, warto było uczestniczyć w targach, bowiem równolegle, w tym samym centrum targowym (MOLDEXPO), odbywały się targi żywności, co sprzyjało kontaktom z producentami żywności zainteresowanymi opakowaniami z Polski.

Pomimo stosunkowo małego rynku, można w tym kraju znaleźć chętnych na polskie opakowania, o czym przekonały się firmy YANKO i PACKPROFIL. Było także zainteresowanie ofertą spółki EUROPAL – dotyczącej dostaw palet drewnianych.

Stoisko Polskiej Izby Opakowań cieszyło się dużym powodzeniem, a przedstawiciele polskich firm spotkali się z życzliwością miejscowych wystawców i gości targów. Na podkreślenie za-





sługuje fakt bardzo bliskiej współpracy Polskiej Izby Opakowań z Międzynarodowym Centrum Wystawowym MOLDEXPO w Kiszyniowie. W porozumieniu określającym warunki współpracy, MOLDEXPO zapewnia Izbie dogodne warunki uczestnictwa w targach. W zamian, Polska Izba Opakowań udziela pomocy przedstawicielom MOLDEXPO w uczestnictwie w targach TAROPAK, zapewniając im m.in. zakwaterowanie.

(H.P., A.M.)



## **Polska Izba Opakowań na targach RosUpack (Moskwa, 14-17 czerwca 2016 r.)**

Podobnie jak w latach poprzednich, dzięki porozumieniu z organizatorem Międzynarodowych Targów Opakowań i Technologii Pakowania RosUpack, Polska Izba Opakowań dysponowała na tych targach stoiskiem informacyjno-promocyjnym. Na stoisku materiały reklamowo-promocyjne zaprezentowały firmy: COBRO – Instytut Badawczy Opakowań; COFFEE SERVICE; PACKSERVICE; PETBOTTLE; PAKMAR.

Gospodarzami stoiska byli pracownicy Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji (WPHI) Ambasady RP w Moskwie. To wynik dobrej współpracy Izby z WPHI. W sytuacjach kiedy przedstawiciele Izby nie są w stanie zapewnić obsługi stoiska, pracownicy WPHI udzielają niezbędnej pomocy. Przy okazji przypominamy zainteresowanym rynkiem Federacji Rosyjskiej, aby korzystali z pomocy pracowników Wydziału. W tym celu podajemy kontakt.

moscow@trade.gov.pl  
Tel. +7 (495) 231-16-11



## **Wyniki tegorocznego plebiscytu na tytuły zasłużonych dla przemysłu opakowań**

W dniu 30 czerwca została zamknięta lista zgłoszeń kandydatów, spośród osób i firm, do tytułów: Zasłużony dla Przemysłu Opakowań i Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań.

Najwięcej „cytowań” w kategorii Zasłużony dla Przemysłu Opakowań uzyskała kandydatura założyciela, właściciela i prezesa firmy DEKORGLASS Działdowo S.A. – Gabriela Chojaka, zaś w kategorii Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań – najwięcej głosów padło na Międzynarodowe Targi Poznańskie.

Przy kandydaturze prezesa Gabriela Chojaka podkreślano jego zasługi w rozwoju „przemysłu” zdobienia opakowań szklanych. G. Chojak od podstaw zbudował firmę, której technologie zdobienia należą do najbardziej innowacyjnych w świecie.

Zaś w przypadku Międzynarodowych Targów Poznańskich podkreślano zasługi w promowaniu polskiego przemysłu i rynku opakowań w kraju i na świecie, czemu dobrze służyło 30 edycji Targów Opakowań TAROPAK. Podkreślono także zasługi MTP w promowaniu polskiej gospodarki w okresie 95 lat istnienia targów, przyczyniając się do wzmocnienia pozycji Polski na mapie gospodarczej Europy i Świata.

Wyniki plebiscytu zostaną ogłoszone przed 31 lipca br. Stosowny komunikat zamieścimy w kolejnym numerze Biuletynu



## **Polska Izba Opakowań – patronem medialnym VI Mistrzostw Polski Branży Poligraficznej, Papierniczo-Biurowej i Opakowań w piłce nożnej sześciuosobowej**

Firma Almar-Sport wspólnie z Polską Izbą Opakowań zaprasza ją na mistrzostwa w piłce nożnej, które odbędą się w dniach **10-11 września 2016 r.** w Kołobrzegu.

Organizatorzy przygotowali dla uczestników atrakcyjną formułę zawodów!!! Drużyny uczestniczące w VI Mistrzostwach Polski Branży Poligraficznej, Papierniczo-Biurowej i Opakowań w piłce nożnej, rywalizować będą także o tytuł mistrza w X Mistrzostwach Polski Firm i Zakładów Pracy, w których co roku udział bierze wiele znanych firm z całej Polski.

Wszystkie mecze Mistrzostw Polski Branży Poligraficznej, Papierniczo-Biurowej i Opakowań, które rozegrane zostaną 10 września 2016 r., będą jednocześnie pierwszą rundą Mistrzostw Polski Firm i Zakładów Pracy. Podczas zawodów, drużyny walczyć o dwa tytuły Mistrza Polski oraz cenne nagrody i upominki.

Mistrzostwa rozgrywane będą jak zawsze, według przepisów piłki nożnej, z uwzględnieniem zasad mających na celu sprawne przeprowadzenie zawodów. Drużyny w ramach uczestnictwa mogą zgłosić do 13 zawodników, plus osoby towarzyszące.

Organizatorzy przyjmują zgłoszenia tylko drużyn zakładowych. W turnieju nie mogą uczestniczyć zawodnicy grający aktualnie w ekstraklasie, I, II, i III lidze ogólnopolskiej.

Zgłoszenia do 10 sierpnia 2016 r. O ostatecznym udziale w mistrzostwach decyduje kolejność.

Kontakt: Elżbieta Gałuszka, tel./fax 74/ 665 03 35, mob. 506 494 261, elzbieta@almar-sport.pl oraz Tomasz Wychowaniec, tel./fax 74/ 665 08 25 mob. 609 203 045, tomasz@almar-sport.pl



## **Ocena realizacji projektu badawczego SelectPerm – tematem posiedzenia Komitetu Użytkowników**

W tym miesiącu (lipiec 2016) kończy się realizacja międzynarodowego projektu badawczego realizowanego w ramach inicjatywy CORNET pod akronimem SelectPerm. Celem tego projektu było opracowanie materiałów opakowaniowych do żywności o selektywnej przepuszczalności tlenu i dwutlenku węgla.

Z wnioskiem o uruchomienie projektu wystąpiła Polska Izba Opakowań do Narodowego Centrum Badań i Rozwoju (NCBiR) wnosząc o przyznanie środków na jego realizację.

W projekcie bierze udział 10 organizacji badawczych z Belgii, Niemiec i Polski oraz zrzeszenia producentów opakowań (partnerzy Polskiej Izby Opakowań) z Belgii i Niemiec.

W związku z końcowym etapem realizacji Projektu, 29 czerwca w siedzibie Izby odbyło się spotkanie Komitetu Użytkowników. Zadaniem Komitetu było bieżące monitorowanie przebiegu realizacji projektu.

W trakcie posiedzenia przedstawiciele polskich zespołów badawczych: COBRO – Instytutu Badawczego Opakowań oraz Centrum Bioimmobilizacji i Innowacyjnych Materiałów Opakowaniowych z Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego poinformowali o uzyskanych wynikach i możliwościach ich zastosowania.

Członkowie zespołów badawczych wyrazili gotowość współpracy z firmami reprezentowanymi w Komitecie Użytkowników w procesie wdrażania uzyskanych wyników badań.

Więcej o Projekcie w kolejnym numerze Biuletynu.

# Obowiązki w zakresie Dualnego Systemu Odbioru i Odzysku przy wprowadzaniu opakowań na rynek niemiecki

14 czerwca 2016 roku Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa w Warszawie zorganizowała spotkanie informacyjne „**Obowiązki w zakresie Dualnego Systemu Odbioru i Odzysku przy wprowadzaniu opakowań na rynek niemiecki**”. Na temat obowiązku licencjonowania opakowań w ramach tego systemu prezentację poprowadził Pan Bertold Hüglin z firmy „LANDBELL AG für Rückholssysteme”. Jest to jedna z firm zajmujących się zbiórką i odzyskiem odpadów opakowaniowych na terytorium Niemiec. Operuje także na rynku austriackim. Na samym początku słuchacze otrzymali informację, że poruszanie się w niemieckich regulacjach prawnych dotyczących gospodarki opakowaniami i ich odpadami nie jest proste.

Celem prezentacji było zapoznanie polskich przedsiębiorców eksportujących produkty w opakowaniach na powyższe rynki z kolejną (już siódmą) nowelizacją rozporządzenia o opakowaniach z 2009 roku, która obowiązuje od stycznia 2015 roku. Poniżej znajduje się przegląd najważniejszych tematów poruszonych podczas prezentacji.

W ramach Dualnego Systemu zagwarantowany jest nieodpłatny regularny odbiór zużytych opakowań jednostkowych od odbiorcy końcowego oraz z ustalonych miejsc zbiórki odpadów. Obowiązek przystąpienia do Dualnego Systemu ciąży na producentach i dystrybutorach wprowadzających na rynek opakowania jednostkowe, w których znajdują się produkty trafiające do odbiorcy końcowego.

Niewypełnione opakowania zasadniczo nie podlegają obowiązkowi licencjonowania, wyłącznie te wypełnione produktem. Wyjątek stanowią producenci opakowań tzw. serwisowych, np. torebek foliowych, torebek i papieru do pakowania pieczywa i wędlin, naczyń jednorazowych. Opakowania te muszą zostać licencjonowane w momencie pojawienia się żądania dystrybutora. Odbiór zużytych opakowań jednostkowych dotyczy całego obszaru, na którym dystrybutor, który przystąpił do Dualnego Systemu, prowadzi swoją działalność.

Gdy opakowanie w miejscu jego wydania zostaje wypełnione produktem to staje się tym samym opakowaniem serwisowym i wówczas podlega obowiązkowi licencjonowania. Bardzo istotnym jest to, że nie ma dolnej granicy tonażowej podlegania obowiązkowi licencjonowania – muszą go spełnić wszyscy powołani.

Zgodnie z niemieckim rozporządzeniem o opakowaniach odbiorcą końcowym jest osoba, która nie prowadzi dalszej sprzedaży towarów w formie, w której ten towar otrzymała. Prywatnymi odbiorcami końcowymi są gospodarstwa domowe, jak również podobne miejsca, do których trafiają opakowania jednostkowe, takie jak: hotele, restauracje, szpitale.

W przypadku transgranicznych transakcji handlowych obowiązek licencjonowania ciąży na tym, kto w momencie przekroczenia granicy ponosi prawną odpowiedzialność za produkt.

Sieci handlowe nie mogą narzucać producentom/dystrybutorom przystąpienia do wybranego przez sieć Dualnego Systemu. Wyjątek stanowi tutaj obszar marek własnych. Licencjonowanie przez sieci handlowe jest możliwe, gdy na opakowaniu produktu nie jest umieszczony producent, tylko marka sieci handlowej oraz gdy sieć handlowa posiada prawo do znaku towarowego.

Ostatnia nowelizacja niemieckiego rozporządzenia o opakowaniach w dalszym ciągu zobowiązuje producentów oraz dystrybutorów do zbierania i utylizowania wprowadzonych przez nich na rynek opakowań poprzez przystąpienie do Dualnego Systemu i zastrzeżenia tzw. rozwiązania branżowe (tj. dotyczące poszczególnych kategorii materiałów opakowaniowych). Podmioty wprowadzające opakowania na rynek muszą przedłożyć odpowiednim organom kraju związkowego szczegółowe deklaracje i zaświadczenia dotyczące ilości opakowań odebranych z rynku.

Z obowiązku przystąpienia do Dualnego Systemu producent oraz dystrybutor zostają zwolnieni, gdy we własnym zakre-

sie dokonują odbioru wprowadzonych przez siebie na rynek opakowań i gdy opakowania te poddadzą utylizacji. Producent lub dystrybutor muszą na podstawie opinii biegłego rzeczoznawcy zaświadczyć, że sami lub przez zlecenie osobom trzecim dokonali bezpłatnego odbioru wprowadzonych przez siebie opakowań.

Niemiecki system można pokazać następująco na przykładzie foremki aluminiowej.

- Foremka znajduje się w handlu – po napełnieniu produktem staje się opakowaniem serwisowym – jest obowiązkiem licencjonowania.
- Foremka jest wypełniona produktem – jest to klasyczne opakowanie jednostkowe – jest obowiązkiem licencjonowania.
- Foremka jako produkt rynkowy np. do grillowania – nie ma obowiązku licencjonowania.
- Foremka jako opakowanie zbiorcze – nie ma obowiązku licencjonowania.

W przypadku opakowań transportowych tzn. opakowań ułatwiających transport produktów, zabezpieczających produkt przed uszkodzeniem albo użytych ze względów bezpieczeństwa, trafiających do dystrybutora, nałożony jest na producentów lub dystrybutorów obowiązek odebrania takiego opakowania. Należy zaznaczyć, że niektóre opakowania transportowe pozostają w handlu tzn. nie trafiają do odbiorcy końcowego – są to np. palety, folia stretch. Ale jednocześnie, gdy opakowania transportowe trafiają po części do odbiorcy końcowego (np. w postaci folii owijającej zgrzewkę wody lub kartonu z butelkami wina), stają się wówczas opakowaniami jednostkowymi podlegającymi licencjonowaniu. Producent ma zasadniczo obowiązek odbioru opakowań transportowych, jednak nie ma w przypadku tych opakowań obowiązku przystąpienia do Dualnego Systemu.

Reasumując powyższe, przy wprowadzaniu na rynek niemiecki opakowań nielicencjonowanych należy się liczyć z kontrolą i groźbą zapłacenia kary pie-





niężnej w wysokości 50 000 EUR za każdy wprowadzony produkt. W takim samym stopniu jak rynek niemiecki uregulowany jest w obszarze opakowań rynek austriacki.

W toku prezentacji uczestnicy spotkania mieli wiele wątpliwości co do postępowania w konkretnych obszarach swojego działania biznesowego. Na zakończenie wywiązała się długa i szczegółowa dyskusja. Organizator spotkania czyli Izba zobowiązała się do wszechstronnej pomocy, gdyby takie były potrzeby przedsiębiorców. Istotnym tutaj szczególnie jest fakt, że w rozporządzeniu nie jest wskazane kiedy przedawnia się niespełnienie obowiązku licencjonowania wprowadzanych opakowań jednostkowych. Nie ma żadnych przeszkód, aby organy nadzoru krajów związkowych dotarły obecnie czy w przyszłości bezpośrednio do producenta czy dystrybutora na kontrolę wsteczną. Ze

strony Izby płynnie zalecenie, aby to polscy kontrahenci przystępowali do Dualnego Systemu, ponieważ w ten sposób będą mogli wpływać na ceny kontraktowe, a także mieć nadzór nad wypełnianiem obowiązku. Jeżeli nie byłoby to możliwe Izba zaleca, aby w trakcie negocjacji handlowych polski dostawca starał się zapoznać z ofertą Dualnego Systemu posiadaną przez kontrahenta niemieckiego.

Na koniec spotkania przedstawiciel firmy ERP Polska, należącej do Grupy LANDBELL, Pan Paweł Palus, przedstawił prezentację zatytułowaną „ERP Polska – Kompleksowe rozwiązania dla firm wprowadzających produkty na rynek krajowy. Obowiązki przedsiębiorców w kontekście zmiany przepisów, wynikające z nowelizacji ustaw odpadowych”. Firma ERP (European Recycling Platform) jest pierwszą ogólnoeuropejską organizacją odzysku, świadcząca usługi w za-

kresie wypełniania obowiązków wynikających z legislacji polskiej i europejskiej w zakresie opakowań.

Ewa Zachara



#### Od redakcji:

**Autorem tego artykułu jest Pani Ewa Szymańska-Zachara, wieloletnia przewodnicząca Komisji Rewizyjnej Polskiej Izby Opakowań. Pomimo przejścia na emeryturę, Pani Ewa bardzo blisko współpracuje z Izbą. Między innymi z upoważnienia Izby bierze udział w spotkaniach i konferencjach o tematyce opakowaniowej dzieląc się rezultatami tych spotkań. W takim właśnie charakterze uczestniczyła w konferencji zorganizowanej przez Polsko-Niemiecką Izbę Przemysłowo-Handlową.**

## VIII Kongres Papierników Polskich

W 70. rocznicę powstania Stowarzyszenia Inżynierów i Techników Przemysłu Papierniczego, przekształconego w dzisiejsze Stowarzyszenie Papierników Polskich (SPP) w dniu 10 czerwca 2016 roku w Łodzi obradował VIII Kongres Stowarzyszenia.

Kongres powołał nowe władze, powierzając ponownie funkcję prezesa Maciejowi Kundzie. **Maciej Kunda** jest prezesem zarządu w firmie Mondi Świecie S.A. Wiceprezesami Zarządu Stowarzyszenia zostali:

**Paweł Rogalka** – dyrektor zarządzający w firmie Aquila. W skład tej firmy wchodzi Aquila Września, Aquila Radosko, Aquila Skarbimierz i VPK Packaging.

**Jerzy Janowicz** – dyrektor generalny w firmie Stora Enso Poland S.A.

**Konrad Olejnik** – dyrektor Instytutu Papiernictwa i Poligrafii Politechniki Łódzkiej.

**Andrzej Głębowski** – prowadzi własną działalność gospodarczą

Na stanowisku dyrektora generalnego Stowarzyszenia, dotychczasowego dyrektora Zbigniewa Fornalskiego zastąpił **Janusz Turski**.

Ważny fragment Kongresu w części „personalistów” był poświęcony osobie

Zbigniewa Fornalskiego, który przez 24 lata był dyrektorem generalnym Stowarzyszenia. Tak już bywa, iż na dyrektorach stowarzyszeń i izb, spoczywają obowiązki i odpowiedzialność za funkcjonowanie tych organizacji od etapu planowania poprzez organizację realizacji zadań i gospodarkę finansową. Pan Zbigniew Fornalski odszedł na nieco spóźnioną emeryturę, uzasadniając swoją decyzję potrzebą odpoczynku i poświęcenia więcej czasu rodzinie.

W trakcie obrad, uczestnicy Kongresu wysłuchali interesujących referatów nawiązujących do historii papiernictwa w Polsce oraz do historii organizacji zrzeszających papierników, zarówno ludzi tej branży jak i firmy. I tak: **Dzieje organizacji przemysłu papierniczego w 70. tą rocznicę powstania Stowarzyszenia Inżynierów i Techników Przemysłu Papierniczego** przedstawił Maciej Szymczuk, dyr. Muzeum Papiernictwa w Dusznikach Zdroju, przewodniczący Komisji Historycznej Stowarzyszenia Papierników Polskich. Referat **Ostatnie stulecie papiernictwa w Polsce** wygłosił Janusz Gradecki, emeryt, zasłużony działacz Stowarzyszenia, pasjonat historii polskiego przemysłu papierniczego. O głównych wyzwaniach stojących przed

polskim przemysłem papierniczym mówił w interesującym wystąpieniu Prezes Stowarzyszenia Maciej Kunda.

Ze względu na bliską współpracę Polskiej Izby Opakowań za Stowarzyszeniem Papierników Polskich, do udziału w kongresie zaproszeni zostali: prezes Izby prof. zw. dr hab. inż. Stanisław Tkaczyk oraz dyrektor Izby Waław Wasiak. Prezes Izby, prof. S. Tkaczyk, dziękując za zaproszenie podkreślił rolę i znaczenie Stowarzyszenia w działalności rozwoju przemysłu papierniczego w Polsce, zwracając uwagę na fakt, iż jeszcze przez długie lata papier i tektura będą głównymi materiałami opakowaniowymi.

Prof. S. Tkaczyk przekazał gratulacje i życzenia nowo wybranym władzom. Z tekstem specjalnego adresu okolicznościowego dla nowo wybranego Prezesa Stowarzyszenia zapoznał uczestników Kongresu dyr. Izby Waław Wasiak. Prezes Izby przekazał Panu Zbigniewowi Fornalskiemu, dotychczasowemu dyrektorowi generalnemu Stowarzyszenia, podziękowanie i wyraz uznania za współpracę z Izbą. Również w tym przypadku tekst okolicznościowego adresu odczytał dyrektor Izby Waław Wasiak.

Redakcja Biuletynu zwróciła się do autorów referatów o ich udostępnienie w celu zaprezentowania ważniejszych fragmentów na łamach naszego czasopisma. Bowiem jest tam wiele niezwykle cennych informacji o polskim przemyśle papierniczym.

(red.)

# Izba na targach

## FestiwalMarketingu.pl

8. edycja targów zapowiada się rekordowo. Wrześniowe targi reklamy i poligrafii cieszą się tak dużym zainteresowaniem wystawców, że tegoroczne święto branży reklamowej odbędzie się w dwóch halach EXPO XXI.

Targi reklamy i poligrafii – FestiwalMarketingu.pl i FestiwalDruku.pl, zostały podzielone w tym roku na dwa sektory branżowe: reklama & marketing oraz dostawcy mediów i maszyn. Ponad 200 wystawców zaprezentuje szeroką ofertę produktów: od gadżetów reklamowych, przez materiały POS, opakowania, na mediach i maszynach kończąc.

Większość stoisk, zwłaszcza w tej drugiej części, dedykowanej dla branży poligraficznej, została już wykupiona. Jak zaznacza organizator, jest to efekt dynamicznego rozwoju imprezy, którą z roku na rok odwiedza coraz większa liczba zarówno wystawców, jak i zwiedzających.

Rozwój targów jest widoczny nie tylko w statystyce. Imprezie towarzyszy szereg wydarzeń specjalnych, jak konkursy branżowe, warsztaty, szkolenia i konferencje. Tradycyjnie już zostanie przeprowadzony konkurs o Złoty Medal Festiwalu – na najbardziej innowacyjne produkty. O tytuł Super Gift będą rywalizować prezentowane na targach gadżety i artykuły promocyjne. W konkursie POS STARS zawalczą najlepsze kreacje display'ów i ekspozytorów w 11 kategoriach tematycznych.

FestiwalMarketingu.pl i FestiwalDruku.pl odbędzie się **7-8 września** 2016 roku w EXPO XXI Warszawa. Organizatorem targów jest OOH magazine.



## Skorzystaj ze stoiska Izby na targach FachPack



Skorzystaj ze stoiska informacyjno-promocyjnego Polskiej Izby Opakowań na targach FachPack w Norymberdze (**27-29 września** 2016 r.)

Polska Izba Opakowań, również w tym roku dysponować będzie stoiskiem informacyjno-promocyjnym na targach FachPack. To dodatkowa możliwość zaprezentowania materiałów informacyjno-promocyjnych i reklamowych przez firmy, które samodzielnie nie wystawiają się na tych targach.

Izba zapewnia miejsce na stoisku do wyłożenia stosownych materiałów oraz wstęp na targi przedstawicielom firm. Stoisko będzie spełniać także funkcję punktu kontaktowego z potencjalnymi partnerami rynkowymi.

Firmy korzystające ze stoiska, partycypują w jego kosztach na preferencyjnych warunkach. Gwarantujemy miejsce dla 3-5 firm. Przedstawiciele firm korzystających ze stoiska Izby załatwiają we własnym zakresie przejazd i zakwaterowanie. Koszty kart wstępu pokrywa Izba.

Firmy zainteresowane tą formą promocji prosimy o kontakt z biurem Izby przed 31 lipca br.



## Polska Izba Opakowań na jubileuszowej XXX edycji Międzynarodowych Targów Techniki Pakowania i Etykietowania TAROPAK i I edycji Targów Logistyki, Magazynowania i Transportu LOGIPAK

Targi TAROPAK stanowią ważną formę promocji firm zrzeszonych w Polskiej Izbie Opakowań. Służy temu m.in.: organizacja zbiorowej ekspozycji firm; organizacja Salonu Promocji; organizacja wydarzeń towarzyszących targom.

W tym roku w Pawilonie 6A na zbiorowym stoisku Polskiej Izby Opakowań swoje oferty zaprezentują firmy: COBRO – Instytut Badawczy Opakowań (stoisko 68), EUROPAL (stoisko 64), FPS (stoisko 63), PAKMAR (stoisko 69), PACKPROFIL (stoisko 65), POMONA (stoisko 66), SOLPLAST (stoisko 62). Polską Izbę Opakowań spotkacie Państwo na stoisku nr 67.

W tymże pawilonie 6A, zorganizowany będzie również Salon Promocji Polskiej Izby Opakowań (stoisko nr 70). W Salonie wystawione będą opakowania nagrodzone w Konkursie PakStar. Zorganizowana będzie Witryna Literatury Firmowej firm zrzeszonych w Izbie oraz firm Partnerów Wspierających III Kongres Przemysłu Opakowań. Salon stanowił będzie miejsce biznesowych spotkań oraz prezentacji firm i ich ofert. Przewiduje się także organizację konferencji.



## Polskie opakowania na targach all4pack w Paryżu 14-17 listopada 2016



Jest kilka możliwości zaprezentowania oferty opakowaniowej na targach **all4pack** w Paryżu (dawne Emballage)

**Pierwsza** to samodzielne stoisko wystawowe. Z informacji posiadanych przez Polską Izbę Opakowań wynika, iż dotychczas swój udział zgłosiło 11 firm.

**Druga** to skorzystanie ze wspólnej przestrzeni wystawowej organizowanej przez Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Paryżu. Będzie to stoisko o powierzchni 45 m<sup>2</sup>, na którym będą zlokalizowane mini stoiska o powierzchni 3 m<sup>2</sup>. Będzie to „zindywidualizowana” przestrzeń z własnym szyldem (fryzem). Jak informuje szef tego przedsięwzięcia I Sekretarz WPHI pan Maciej Kowalski, wstępna orientacyjna cena tak udostępnionej powierzchni wystawowej wraz z zabudową wynosić będzie: stoisko 297 euro/m<sup>2</sup>; zabudowa 201 euro/m<sup>2</sup>; wpisowe (rejestracja) 1240 euro. Do tego dochodzi podatek VAT (20%). Zainteresowanych tą formą uczestnictwa w targach prosimy o kontakt z p. Maciejem Kowalskim (m.kowalski@trade.gov.pl; (+33) 01 45 048 182

**Trzecia** możliwość zapoznania się z ekspozycją targów all4pack to udział w organizowanej przez Polską Izbę Opakowań misji gospodarczo-promocyjnej oraz w konferencji promocyjnej „oferta polskiego przemysłu opakowań”. Konferencja zostanie zorganizowana w dniu 15 listopada na terenie targów



i stanowić będzie okazję do zaprezentowania się firm, które nie będą wystawiać się na targach. Ramowy program misji przedstawia się następująco: 13 listopada – wylot z Warszawy (16.20 Lot); 14 listopada – zwiedzanie targów; 15 listopada – zwiedzanie targów, udział w konferencji promocyjnej, wieczorem odjazd do Warszawy (19.20 Lot)

Wstępny koszt udziału w misji (przelet, zakwaterowanie, karty VIP) ok. 2 500 zł (netto). Zgłoszenia do 31 lipca.



## WARSAW PACK 2017 7-9 marca 2017



Targi Techniki Pakowania i Opakowań **WARSAW PACK 2017** odbędą się w dniach 7-9 marca 2017 roku w nowoczesnym Międzynarodowym Centrum Wystawienniczo Kongresowym Ptak Warsaw Expo. Targi są jednym z największych wydarzeń branży opakowaniowej w Polsce, podzielonym na trzy strefy tematyczne: Strefa Maszyn i Linii Pakujących, Strefa Logistyki Pakowania, Strefa Opakowań.

WARSAW PACK 2017 to targi branżowe B2B o charakterze kooperacyjno-kontraktacyjnym. Targom towarzyszyć będzie szereg wydarzeń branżowych: warsztaty, szkolenia, konferencje, prezentacja nowych produktów i rozwiązań.

Targi są okazją do pozyskiwania klientów oraz zawierania biznesowych kontraktów. Zarówno tematyka targów, bogaty program imprez towarzyszących jak i atrakcyjność miejsca są gwarancją wysokiej frekwencji ze strony potencjalnych klientów.

Równoległe z Targami WARSAW PACK 2017 odbywają się Targi Technologii Spożywczych **WARSAW FOOD TECH 2017**, specjalistyczna impreza dedykowana branży przetwórstwa spożywczego. Podczas 3 dni targowych ponad 100 wystawców zaprezentuje szereg nowości produktowych i praktyczne rozwiązania dla przedsiębiorstw produkcyjnych.



## Targi Packaging Innovations, 4-5 kwietnia 2017

Packaging Innovations to najważniejsze targi opakowań w Europie Środkowej organizowane przez Targi w Krakowie. Wyróżnia je różnorodna oferta międzynarodowych wystawców, liczne konferencje i seminaria. Zainteresowanie targami wśród polskich i zagranicznych uczestników wzrasta z każdą kolejną edycją.

Wśród pojawiających się wystawców znajdują się producenci i dostawcy: opakowań z wszelkiego rodzaju materiałów; opakowań inteligentnych i ekologicznych; displayów; rozwiązań w zakresie projektowania opakowań; w zakresie recyklingu opakowań; systemów i technologii kodowania oraz oznaczania towarów.

Targom towarzyszy bogaty program, m.in.: Strefa workShops, czyli wykłady prowadzone przez profesjonalistów w otwartej przestrzeni targowej oraz Strefa Studenta, która już od 5 lat pomaga młodym talentom zaistnieć w branży opakowań. Strefa Studenta to nie jedyny powiew świeżości oferowany gościom targów. Prowadzony wśród wystawców Program Innowacja, umożliwi wyróżnienie tych wystawców, którzy w swojej ofercie prezentują innowacyjne produkty i rozwiązania.

Już dziś zapraszamy na 9. edycję Międzynarodowych Targów Packaging Innovations, które odbędą się 4-5 kwietnia 2017, w EXPO XXI Warszawa, przy ul. Prądzyńskiego 12-14. Więcej na stronie internetowej [www.packaginginnovations.pl](http://www.packaginginnovations.pl) 12 651 9525

# Rynek opakowań w Polsce

(wybrane informacje)

W ostatnich latach (2013–2015) obserwujemy wzrost krajowego rynku opakowań w granicach 4-5%. W marę dobrym wynikiem zakończył się rok 2015, w którym rynek zwiększył się o 5-6%, osiągając wartość 8,62 mld euro, o czym zdecydowała w sumie niezła kondycja polskiej gospodarki (wzrost PKB o ok. 3,8%).

O sytuacji na rynku opakowań zdecydował popyt wewnętrzny oraz eksport towarów wymagających opakowań. W szczególności dotyczy to budownictwa, przemysłu meblarskiego, zaś w największym stopniu segmentu AGD.

Najszybciej rozwijał się rynek opakowań z papieru i tektury. Zdecydował o tym popyt na opakowania dla wymienionych wyżej przemysłów, a także rozwój sprzedaży internetowej.

Uzyskane rezultaty pozwalają na zmniejszenie dystansu pomiędzy rynkiem opakowań w Polsce i w krajach Zachodniej Europy.

Na przestrzeni 15 lat, wskaźnik zużycia opakowań w Polsce *per capita* zwiększył się z 162,3 euro do 226 euro. Jeśli utrzyma się takie tempo wzrostu gospodarki, mamy szansę w 2020 roku znacząco zbliżyć się do wskaźnika w krajach starej UE (ok. 300 euro na mieszkańca).

Zmiany w strukturze rynku opakowań w Polsce przedstawiono w tabeli 1, zaś tempo rozwoju w tabeli 2. Aktualnie rynek opakowań w Polsce stanowi ok. 1,4% rynku światowego. Dane odnośnie rozwoju światowego rynku opakowań przedstawiono w tabeli 3.

Tabela 1. Struktura rynku opakowań w Polsce z punktu widzenia rodzaju materiału opakowaniowego. Stan na koniec roku 2013 i prognoza na rok 2020.

Lp.	Udział materiału opakowaniowego	Udział rynku w %	
		2013	2020
1.	<b>Tworzywa sztuczne</b>	<b>37,3</b>	<b>39,8</b>
	w tym:		
	– sztywne	19,6	19,2
	– elastyczne	17,6	20,6
2.	Papier i tektura	32,7	36,2
3.	Metal	12,2	9,5
4.	Szkło	11,0	8,2
5.	Drewno	6,8	6,3

Tabela 2. Rynek opakowań w Polsce w latach 2009-2015. Ujęcie wartościowe.

Lata	Wartość rynku opakowań w mld euro	Wartość <i>per capita</i> w euro
2009	6,20	162,3
2010	6,57	171,9
2011	6,89	180,3
2012	7,23	189,3
2013	7,60	198,9
2014	8,13	212,8
2015	8,62	226,0

Tabela 3. Prognoza rozwoju światowego rynku opakowań w latach 2014-2020 (mld euro).

Rok	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Wartość	554,4	573,8	593,8	614,6	633,0	652,5	665,8

(W. W. – oprac. własne)



## Kancelaria Brokerska WTB Sp. z o.o. partnerem wspierającym III Kongres Przemysłu Opakowań

Kancelaria Brokerska WTB Sp. z o.o. z siedzibą w Lesznie jest zainteresowana współpracą z Polską Izbą Opakowań. Chodzi o świadczenie usług ubezpieczeniowych dla członków Izby. Ze wstępnych deklaracji przedstawicieli WTB możliwym jest zastosowanie specjalnych warunków korzystania przez członków Izby z usług tej firmy. Dobrym prognostykiem planowanej współpracy jest zadeklarowanie przez WTB wsparcia finansowego na rzecz organizacji III Kongresu Przemysłu Opakowań „Opakowania w łańcuchu dostaw”.

Oferta ubezpieczeniowa tej firmy jest niezwykle bogata i może zainteresować, oprócz producentów opakowań, także firmy uczestniczące w łańcuchu dostaw. Bowiem w ofercie znajdują się oprócz ubezpieczeń komunikacyjnych, majątkowych, finansowych i technicznych, także wysoce specjalistyczne typu: BI (utrata zysku); D&O (OC zarządu i właścicieli); Kredyt Kupiecki (ubezpieczenie należności) oraz gwarancje.

Dewiza WTB w biznesie to: **Wiarygodność w Trosce o Bezpieczeństwo Partnerów**. Podstawą wiarygodności jest 25-letnia obecność na rynku oraz wysokie, wszechstronne kompetencje w takich dziedzinach gospodarki jak: przemysł papierniczy, spożywczy, rolny, transportowy, logistyczny oraz stalowy.

Jak informuje dyr. sprzedaży, pani Joanna Korozo, z zainteresowaniem obserwujemy dynamiczny rozwój branży opakowań oraz działalność Polskiej Izby Opakowań jako lidera tego procesu. Każdemu rozwojowi towarzyszą różnego rodzaju ryzyka. Warto być na nie przygotowanym poprzez wcześniejsze ubezpieczenie. Stąd nasza oferta kierowana w pierwszej kolejności do firm – członków Polskiej Izby Opakowań. Występując w roli Partnera Wspierającego III Kongres Przemysłu Opakowań, symbolicznie wpisujemy się do opakowaniowej rodziny.

(P.W.)

## TECHNIKA PAKOWANIA – nowy tytuł na rynku branżowych czasopism

Jak informuje Marcin Nowak, dyrektor targów Warsaw Pack, Międzynarodowe Centrum Targowo-Kongresowe PTAK WARSZAWA EXPO będzie wydawcą czasopisma branżowego pod tytułem TECHNIKA PAKOWANIA.

Pierwszy numer ukáže się we wrześniu 2016 roku. Według zapowiedzi inicjatorów tego przedsięwzięcia, nowy tytuł będzie poświęcony opakowaniom, technice pakowania i logistyce.



Należy spodziewać się, iż pierwsze numery TECHNIKI PAKOWANIA będą poświęcone promocji przyszłorocznej edycji targów Warsaw Pack (marzec 2017). Dyrektor M. Nowak liczy na aktywny udział przedstawicieli branży w redagowaniu nowego tytułu, a w szczególności na

współpracę z Polską Izbą Opakowań. Stąd też, w pierwszym numerze, przewiduje się zamieszczenie rozmowy z dyr. Izby na temat aktualnego stanu i perspektyw rozwoju przemysłu i rynku opakowań.

Rośnie zatem konkurencja na rynku branżowych czasopism, co zapewne dobrze służyć będzie upowszechnianiu wiedzy o opakownictwie. Cztery główne tytuły obecne aktualnie na rynku prasy branżowej: Packaging Polska, Opakowanie, Świat Druku i Ważenie Dozowanie Pakowanie; doskonale się uzupełniają nie stanowiąc konkurencji. Każdy z nich ma swoich czytelników. Twórców nowego tytułu czeka umiejętne określenie niszy tematycznej, co pozwoli na pozyskanie grupy czytelników, których nie satysfakcjonuje oferta informacyjna dotychczas wydawanych branżowych czasopism.

Warto poinformować, iż wydawcy magazynów: Packaging Polska, Opakowanie i Świat Druku, oraz zapowiadanego tytułu TECHNIKA PAKOWANIA, są członkami Polskiej Izby Opakowań. Należy zatem oczekiwać, iż potencjał ten Izba będzie potrafiła dobrze wykorzystać w swoich działaniach na rzecz upowszechniania wiedzy o opakowaniach, ich roli i znaczeniu dla społeczeństwa i gospodarki.

W szczególności, tak jak dotychczas, do ważniejszych funkcji nowego czasopisma, zaliczyć należy funkcję edukacyjną oraz informacyjną w obszarze innowacji i kierunków rozwoju przemysłu opakowań.

(M.S.)



## Kolejny sukces tegorocznego jubilatą – firmy DEKORGLASS DZIAŁDOWO S.A.

W czerwcu 2016 roku firma Procter & Gamble uznała spółkę DEKORGLASS Dziadowo za najbardziej innowacyjną spośród firm współpracujących z Procter & Gamble, przyznając prestiżową nagrodę. Nagroda ta jest uhonorowaniem dwóch wspólnych wdrożeń DEKORGLASS i Procter & Gamble opartych na tech-



nologii InkJet – nadruk wielokolorowy: limitowanej edycji Lacoste Flags oraz Gucci Flora.

W przypadku Lacoste Flags butelka była zdobiona ink jetem strukturalnym 3D, wyczuwalnym w dotyku. Krokodyl ma fakturę ręcznie szytej aplikacji. W przypadku Gucci wykonano ink jet płaski – nie wyczuwalny pod palcami.

Warto przypomnieć, że firma Procter & Gamble jest jedną z największych globalnych firm z branży FMCG. Firma dostarcza produkty codziennego użytku firmowane takimi markami jak: Pampers, Ariel, Vizir, Olay, Gillette, Oral-B oraz produkty luksusowe jak Lacoste, Dolce & Gabbana, Gucci czy Hugo Boss. Początki koncernu sięgają pierwszej połowy XIX wieku. Nazwa wzięła się od założycieli: Williama Proctera i Jamesa Gamble'a. Pierwszymi produkowanymi i sprzedawanymi artykułami były świece i mydło. Od tamtego czasu niewielkie przedsiębiorstwo, stało się prężnie działającym koncernem zatrudniającym około 127 000 000 pracowników i dostarczającym wysokiej jakości produkty konsumentom w ponad 180 krajach.

Firmie DEKORGLASS Działowo S.A. serdecznie gratulujemy sukcesu.



## VI Międzynarodowa Konferencja Logistyka Odzysku

W dniach 14-15 czerwca 2016 r. odbyła się VI Międzynarodowa Konferencja Logistyka Odzysku – Opakowania. Konferencja jest wydarzeniem cyklicznym. Tematem wiodącym szóstej edycji konferencji był „**Odzysk i recykling odpadów opakowaniowych w Polsce – aspekty prawne, ekonomiczne i organizacyjne**”.

Podczas konferencji poruszone zostały tematy ważne z punktu widzenia ochrony środowiska. Pani Katarzyna Michniewska – Prezes Zarządu organizatora Konferencji firmy Eko Cykl Organizacja Odzysku Opakowań S.A. na pytanie ***Dlaczego temat opakowań jest tak ważny?*** odpowiedziała iż: ***opakowania stanowią 1/3 masy odpadów komunalnych, a ich zagospodarowanie według standardów unijnych stanowi nie lada wyzwanie dla Polski.***

VI Międzynarodowa Konferencja Logistyka Odzysku – Opakowania została podzielona na trzy bloki tematyczne. Pierwszy blok dotyczył aspektów ekonomicznych odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych w Polsce. Prelekcje w tym bloku zaprezentowali Manuela Reben z firmy DSS Recykling Sp. z o.o. z wystąpieniem na temat recyklingu odpadów szklanych. Drugim mówcą był Karol Wójcik, który opowiedział o segregacji surowców wtórnych działającej w zakładzie Byś – Wojciech Byśkiniewicz oraz Maciej Kamola z firmy EQUIPO Sp. z o.o.

Drugi blok tematyczny, obejmujący aspekty organizacyjne odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych w Polsce, rozpoczęła wspólna prelekcja Andrzeja Bednarza, dyrektora ds. marketingu w firmie BLOKOMPO Sp. z o.o. Sp. K. oraz Matthew Kemp, inżyniera sprzedaży eksportowej w Atritor Ltd. Wystąpienie dotyczyło odzysku opakowań i odpadów bioorganicznych w Turboseparatorze. Z kolei Wojciech Piesik, dyrektor ds. energetyki w spółce Novago przedstawił prezentację pt. „Energetycznie pasywny zakład przetwarzania odpadów”.

W trzecim bloku („Aspekty prawne odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych w Polsce”) pojawiły się wyczekiwane przez klientów oraz przedstawicieli administracji publicznej wystąpienia organizatora i współorganizatora konferencji. Błażej Fidziński, ekspert w Eko Cykl Organizacja Odzysku Opakowań S.A. omówił nowe wymagania w odniesieniu do Ustawy o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi, natomiast Grzegorz Wałętrzak z firmy M&M Consulting wymienił „Główne nieprawidłowości w realizowaniu obowiązków przedsiębiorców”.

(BPS)



## Najnowsze osiągnięcia sektora nauki do wykorzystania w przemyśle opakowań tematem warsztatów BASF

W dniu 30 czerwca firma BASF Polska, członek Polskiej Izby Opakowań, była organizatorem warsztatów poświęconych innowacjom poligraficznym dla przemysłu opakowaniowego; osiągnięciom badawczym w obszarze inteligentnych i ekologicznych opakowań; innowacyjnym rozwiązaniom w segmencie opakowań giętkich i elastycznych oraz innowacyjnym rozwiązaniom w druku poligraficznym.

W warsztatach udział wzięło ok. 100 osób. Na uwagę zasługuje aktywność organizatora warsztatów w upowszechnianiu wiedzy o osiągnięciach nauki i postępie technicznym w segmencie wyrobów chemicznych do zastosowań w przemyśle opakowań.

Warto w tym miejscu podkreślić fakt wspierania przez firmę BASF Polskiej Izby Opakowań w jej działalności. Dobrym przykładem z ostatnich dni jest objęcie Patronatem Wspierającym III Kongresu Przemysłu Opakowań.

(W.W.)



## VIII Ogólnopolski Konkurs Opakowań PakStar 2016 rozstrzygnięty

W dniu 29 czerwca Komisja Konkursowa oceniła prace nadesłane na konkurs, przyznając 3 nagrody i 3 wyróżnienia. Komisja rozpatrywała także prace nadesłane na towarzyszący temu Konkursowi V. Krajowy Konkurs Projektów Opakowań Student PakStar, przyznając nagrody i wyróżnienia. Więcej o konkursie i nagrodzonych pracach napiszemy w najbliższym numerze Biuletynu (wrzesień 2016).

Warto wiedzieć, że Polska Izba Opakowań jest inicjatorem i współorganizatorem Konkursu.

(red.)



## Izba patronem merytorycznym konferencji „Przemysł Farmaceutyczny 2016” oraz „Przemysł Kosmetyczny 2016”

BMP, wydawca magazynu „Przemysł Farmaceutyczny” oraz portalu branżowego [kierunekfarmacja.pl](http://kierunekfarmacja.pl), zaprasza na: XII Międzynarodową Konferencję Naukowo-Techniczną „PRZEMYSŁ FARMACEUTYCZNY 2016” oraz XII Międzynarodową Konferencję Naukowo-Techniczną „PRZEMYSŁ FARMACEUTYCZNY 2016” które odbędą się w dniach **19-20 października 2016 r.** w hotelu MCC Mazurkas w Ożarowie Mazowieckim.

Cele konferencji to prezentacja problematyki dotyczącej: wytwarzania leków i kosmetyków, zapewnienia i kontroli jakości, surowców i opakowań, pakowania i znakowania produktów leczniczych, utrzymania ruchu, nowoczesnych maszyn i urządzeń, bezpieczeństwa produkcji, efektywności i optymalizacji procesów, a także zagadnień prawnych.

W spotkaniach wezmą udział przedstawiciele zakładów farmaceutycznych: prezesi, dyrektorzy ds. technicznych i inwestycyjnych, kierownicy działów jakości, specjaliści z zakresu technologii produkcji. Nie zabraknie także przedstawicieli czołowych firm związanych z branżą farmaceutyczną i kosmetyczną, które zaprezentują urządzenia, technologie i rozwiązania niezbędne do funkcjonowania nowoczesnej fabryki leków oraz kosmetyków.

# Fizyczny internet – co to jest i jaki ma związek z łańcuchem dostaw?

Efektywność dystrybucji i przepływu dóbr w łańcuchach dostaw jest ciągłym wyzwaniem dla logistyków – praktyków oraz naukowców. Mimo wielu prób optymalizacji procesów producenci, operatorzy logistyczni, dystrybutorzy i konsumenci nadal ponoszą bardzo wysokie koszty związane z obsługą przepływu towarów. Przejawia się to nie tylko w aspekcie ekonomicznym, ale również środowiskowym i społecznym. Rozwiązanie tego problemu jest zadaniem na skalę światową. Celem tego wielkiego wyzwania jest umożliwienie globalnego zrównoważonego rozwoju mobilności dóbr fizycznych, ich magazynowania, tworzenia (produkcja, montaż, obróbka) oraz dystrybucji. Realizacja tego celu, może być mierzona w trzech aspektach: ekonomicznym, środowiskowym i społecznym. Z ekonomicznego punktu widzenia, logistyka towarów powinna generować jak najmniejsze koszty dla dostawców, odbiorców i konsumentów, oraz jak największe zyski dla dostawców usług logistycznych. Pogodzenie tych dwóch celów możliwe jest tylko na drodze podniesienia efektywności procesów logistycznych. Z perspektywy środowiska, głównym zadaniem jest obniżenie zużycia energii, zwiększenie udziału tzw. „zielonej energii” oraz redukcja emisji gazów cieplarnianych. W aspekcie społecznym istotne jest podniesienie jakości warunków pracy lub życia osób zatrudnionych w obszarze logistyki oraz ich rodzin, a także zwiększenie dostępu do nowoczesnej infrastruktury dla ogółu ludności.

W odpowiedzi na przytoczone wyżej wyzwania powstała koncepcja **Fizycznego Internetu**. Po raz pierwszy została przedstawiona przez Benoit Montreuil na I Konferencji Fizycznego Internetu w Quebec w 2012 roku, gdzie spotkała się z bardzo dużym zainteresowaniem jednostek naukowo-badawczych oraz środowiska biznesowego. Działania zgodne z koncepcją Fizycznego Internetu zmierzają do utworzenia systemu logistycznego, w którym występuje niezachwiany przepływ informacji oraz kooperacji wykraczającej daleko poza standardowe schematy. Fizyczny Internet bazuje na pełnym współdzieleniu sieci dostaw, zasobów i infrastruktury oraz wykorzystaniu standardowych, modularnych opakowań. Docelowo ma on zastąpić obecnie istniejące modele logistyczne. Jego fundamentem jest współpraca wszystkich jednostek zaangażowanych w proces dystrybucji towarów oraz pełny przepływ informacji między nimi. Fizyczny Internet ma na celu przekształcenie sposobu obsługi, magazynowania, dystrybucji i realizowania dostaw towarów, zmierzające w kierunku zwiększenia globalnej efektywności logistyki i zrównoważonego rozwoju.

Ta innowacyjna koncepcja opiera się na trzech głównych filarach: połączonej infrastrukturze, wymianie danych oraz zastosowaniu modularnych jednostek ładunkowych.

Pod pojęciem „połączona infrastruktura” rozumie się działania mające na celu optymalizację eksploatacji infrastruktury takiej jak powierzchnie magazynowe, środki transportu czy systemy produkcyjne poprzez ich współdzielenie. Obecna sytuacja wskazuje, że większość firm nie jest w stanie samodzielnie w pełni wykorzystać swojego potencjału, zamrażając tym

samym swój kapitał w nierentownych aktywach, które z powodzeniem mogłyby zostać udostępnione do użycia innych podmiotom. Koncepcja Fizycznego Internetu przewiduje, że centra logistyczne, huby i punkty tranzytowe rozmieszczone na całym świecie będą dostępne dla wszystkich operatorów, tworząc jedną globalną sieć. Możliwość korzystania z dużej liczby punktów przeładunkowych pozwoli na zwiększenie efektywności transportu. Pierwsze testy tego typu działań zostały przeprowadzone przez firmy P&G i Tupperware. Dzięki kolaboracji i wspólnemu planowaniu dostaw udało im się obniżyć koszty logistyczne o 15%, zredukować emisje CO<sub>2</sub> o 2 mln ton w ciągu roku oraz zwiększyć wykorzystanie powierzchni ładunkowej z 55% do 85%. Nie są to jednak jedyne tego typu inicjatywy na rynku. Przedsiębiorstwa takie jak Walmart, HP, Volvo czy Boeing również mocno włączają się w implementację tej koncepcji w swoim środowisku biznesowym.

Kluczowym i niezbędnym elementem koncepcji Fizycznego Internetu jest wymiana danych. Obieg informacji w Fizycznym Internecie będzie funkcjonował dzięki połączeniu infrastruktury informatycznej. Założeniem koncepcji jest możliwość zgłaszania i organizacji realizacji poszczególnych zleceń z poziomu własnego systemu informatycznego. Komunikaty będą przesyłane w ustandaryzowanym formacie, który będzie czytelny dla innych uczestników procesu. Ważnym aspektem w tej wymianie danych jest utworzenie poziomów dostępu. Dotychczas wypracowana koncepcja architektury wyznacza następujące obszary:

- informacje dotyczące kontenera - jego oznaczenie, wymiary, specjalne warunki przewozu dostępne dla wszystkich,
- dane związane z procesem transportowym – szczegółowe dane o trasie i adres dostawy zarezerwowane jedynie dla przewoźnika,
- informacje dotyczące samej dostawy - dane nadawcy i odbiorcy, opis towaru, wartość zamówienia oraz warunki i czas dostawy, do których dostęp uzyskują operatorzy logistyczni i służby celne,
- najpilniej strzeżone informacje będą mogły być wykorzystywane jedynie przez nadawcę i odbiorcę i będą związane z umowami, numerem zamówień, fakturowaniem czy rozbieżnościami w dostawie.

W systemie swoimi danymi będą dzielić się również operatorzy logistyczni, przewoźnicy i właściciele infrastruktury magazynowej. Będą oni dostarczać informacje na temat dostępności swoich zasobów i statusie realizacji zleceń. Dzięki połączeniu tych wszystkich danych system zoptymalizuje proces i zasugeruje najlepsze rozwiązanie minimalizując przy tym koszt każdego z uczestników procesu. Właśnie dzięki temu Fizyczny Internet nazywany jest koncepcją win-win-win, gdyż pozwala na zrównoważony wzrost wszystkich ogniw w łańcuchu dostaw.

*Fragment referatu mgr Piotra Hachuły i mgr Martyny Zdziarskiej (ILiM) nadesłanego na III Kongres Przemysłu Opakowań „Opakowania w łańcuchu dostaw”.*

(red.)





# Łańcuch dostaw – elementem łańcucha logistycznego

W ramach zapowiedzi tematyki III. Kongresu Przemysłu Opakowań „Opakowania w łańcuchu dostaw” prezentujemy fragment referatu dra inż. Ireneusza Fechnera, kanclerza Wyższej Szkoły Logistyki w Poznaniu, nt. „Łańcuch logistyczny. Struktura. Podstawowe ogniwa i funkcje”. Autor w przystępny sposób definiuje pojęcie łańcucha logistycznego, umiejscawiając w nim jeden z elementów jaki stanowi „łańcuch dostaw”.

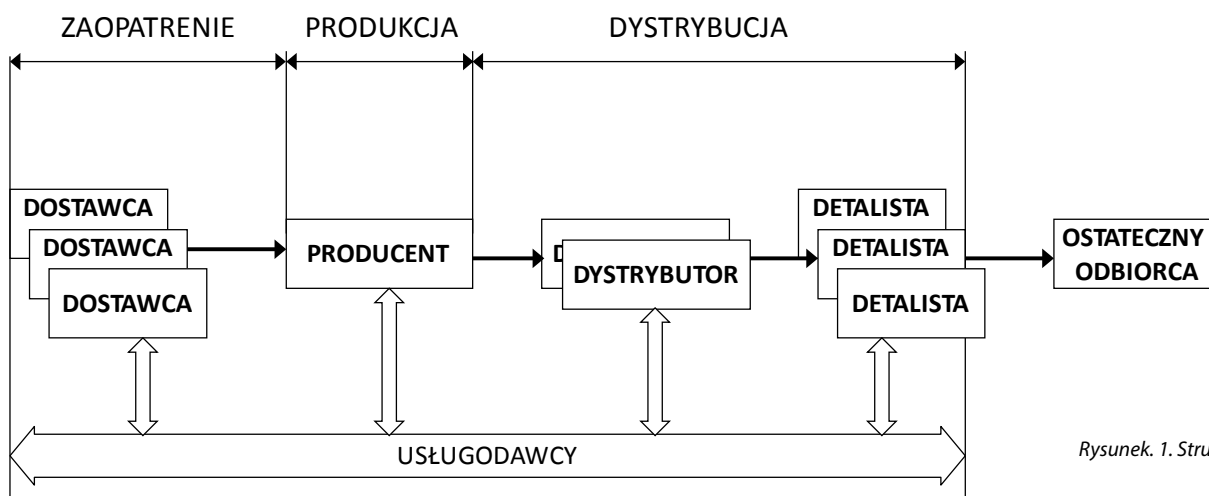
Kongresu **Opakowania w łańcuchu dostaw**. Chodzi bowiem o wpływ opakowań na zapewnienie jak największej wartości w postaci produktów dostarczanych ostatecznym konsumentom.

Jak pisze dr I. Fechner, strukturę łańcuchów logistycznych tworzą przedsiębiorstwa produkcyjne, handlowe i usługowe. Zaś o konfiguracji konkretnego łańcucha logistycznego decyduje wiele elementów jak: produkt, jego przeznaczenie i odbiorca; otoczenie konkurencyjne; strategia działań itp.

Przepływ opakowań dotyczy opakowań transportowych wielokrotnego użytku.

Opakowania jednorazowe (jednostkowe) zbiorcze i transportowe uczestniczą w przepływach materiałów i zamieniają się w odpady opakowaniowe w miejscach gdzie następuje rozpakowanie ich zawartości.

Ze zrozumiałych względów przytoczyłem jedynie fragmenty tego interesu-



Rysunek. 1. Struktura łańcucha dostaw i jego ogniwa

Według Autora, nadrzędnym kryterium podziału łańcuchów logistycznych jest produkt oraz jego cechy i przeznaczenie. Według tego kryterium podziału, łańcuch logistyczny dzieli się na: łańcuch dostaw; łańcuch serwisu; łańcuch usuwania (patrz rys. 1). Przywołując opinię M. Christophera (Logistyka i zarządzanie łańcuchem dostaw, PCOL 2000) definiuje łańcuch usług jako sieć organizacji zaangażowanych poprzez powiązania z dostawcami i odbiorcami, w różne procesy i działania, które tworzą wartość w postaci produktów i usług dostarczanych ostatecznym konsumentom.

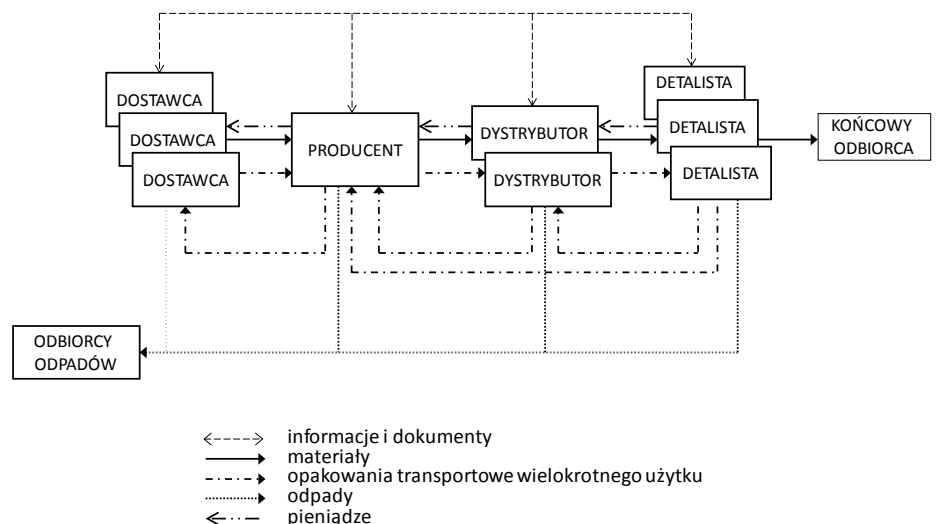
Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na sformułowanie „łańcuch dostaw to sieć organizacji zaangażowanych w różne procesy i działania, które **tworzą wartość w postaci produktów dostarczanych ostatecznym konsumentom**”. Zatem głównym celem i zadaniem łańcucha dostaw jest tworzenie wartości, co oznacza minimalizowanie czynników obniżających tę wartość. Tym właśnie uzasadniamy wybór głównego przesłania tegorocznego

zanie i odbiorca; otoczenie konkurencyjne; strategia działań itp.

Autor zwracając uwagę na różne rodzaje przepływów w łańcuchach logistycznych, pokazuje także strumień przepływu opakowań (rys. 2):

jącego referatu w charakterze „kongresowej zajawki” zachęcając do udziału w III. Kongresie Przemysłu Opakowań.

**Opracował  
Wacław Wasiak**



Rysunek. 2. Strumień przepływu w łańcuchach dostaw

## Warunki uczestnictwa w III Kongresie Przemysłu Opakowań

Przesłanie zgłoszenia na formularzu, który można pobrać na portalach:

- ◆ Polskiej Izby Opakowań – [www.pio.org.pl](http://www.pio.org.pl)
- ◆ COBRO – Instytutu Badawczego Opakowań – [www.cobro.org.pl](http://www.cobro.org.pl)
- ◆ Międzynarodowych Targów Poznańskich – [www.taropak.pl](http://www.taropak.pl)

Dokonanie wpłaty należności za uczestnictwo na konto wskazane w formularzu zgłoszeniowym

Rodzaje (wysokości) opłat:

- 400 zł (netto) od osoby przy dokonaniu wpłaty przed 31 lipca,
- 480 zł (netto) od osoby przy dokonaniu wpłaty po 31 lipca,

- 300 zł (netto) od każdej dodatkowej osoby z tej samej firmy,
- 200 zł (netto) od osoby reprezentującej firmę-członka Polskiej Izby Opakowań;

Świadczenia organizatorów Kongresu wobec uczestników:

- ◆ Bezpłatny egzemplarz monografii „Opakowania w łańcuchu dostaw”
- ◆ Karta (zaproszenie) wolnego wstępu na teren MTP w dniach: 26, 27 i 28 września umożliwiającą zwiedzenie odbywających się w tych dniach kilku imprez targowych
- ◆ Zapewniony lunch oraz przerwy kawowe w trakcie obrad Kongresu
- ◆ Udział w ceremonii zamknięcia Kongresu (lampka wina, drobny poczęstunek)
- ◆ Zaproszenie (bezpłatne) Gospodarza Kongresu, Prezesa Międzynarodowych Targów Poznańskich, do udziału w Uroczystym Wieczorze (Gali) z okazji XXX. edycji Targów TAROPAK i III. Kongresu Przemysłu Opakowań.

## Partnerzy Wspierający



## Patroni medialni



### 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](mailto:biuletyn@pio.org.pl) ◆ [www.pio.org.pl](http://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.**

