



Biuletyn Opakowaniowy

Krajowej Izby Opakowań

Rok 10, Numer 4, Wrzesień 2005 r.

ISSN 1734-4603

Cena 5,00 zł

REGULACJE PRAWNE UNII EUROPEJSKIEJ Z ZAKRESU OPAKOWAŃ I ODPADÓW OPAKOWANIOWYCH (cz. II)

Regulacje Dyrektywy 94/62WE a normy zharmonizowane

Dyrektywa 94/62/WE jest zbudowana podobnie do dyrektyw nowego podejścia. Nie odnosi się do określonych rodzajów opakowań, zawiera jedynie podstawowe wymagania dotyczące ich składu, projektowania i konstrukcji. Są one zamieszczone w aneksie II do dyrektywy i powinny zostać spełnione przez producentów opakowań.

Poniżej przedstawiono podstawowe wymagania zawarte w dyrektywie 94/62/WE.

* Wymagania związane z produkcją i składem opakowań

Opakowania powinny być wytwarzane w sposób zapewniający ograniczenie ich objętości i masy do niezbędnego minimum, pozwalający na osiągnięcie wymaganego poziomu bezpieczeństwa, higieny i akceptacji dla opakowanego wyrobu i dla konsumenta. Opakowania powinny być projektowane, wytwarzane i wprowadzane do obrotu w sposób umożliwiający ich późniejsze wielokrotne użycie i odzysk, w tym recykling oraz w sposób, który prowadzi do ograniczenia ich wpływu na środowisko, a także ograniczenia wpływu na środowisko powstających z nich odpadów i pozostałości po procesach ich przetwarzania. Opakowania powinny być wytwarzane w sposób prowadzący do ograniczenia zawartości substancji i materiałów szkodliwych i niebezpiecznych w surowcach i częściach opakowań, a także emisjach, popiele lub odciekach

powstających w ramach gospodarki tymi odpadami

* Wymagania związane z możliwością przeznaczenia opakowań do wielokrotnego użyciu

Właściwości fizyczne oraz cechy opakowań powinny pozwolić na ich wykorzystanie w określonej liczbie cykli życia, przy normalnych warunkach stosowania. Przetwarzanie użytych opakowań powinno się odbywać z uwzględnieniem wymogów bezpieczeństwa i higieny osób przy nich zatrudnionych. Opakowania nie nadające się do wielokrotnego użyciu, w chwili gdy stają się odpadami, powinny spełniać wymagania dotyczące odzysku

* Wymagania związane z przydatnością opakowań do odzysku

a/ *Opakowania podlegające odzyskowi w formie recyklingu.*

Opakowania powinny być wytwarzane w sposób pozwalający na recykling określonego procentu masy materiałów stosowanych do produkcji, zgodnie ze standardami obowiązującymi we Wspólnocie. Procent ten może być ustalony na różnym poziomie, w zależności od rodzaju materiału, z którego składa się opakowanie.

b/ *Opakowania podlegające odzyskowi energii*

Odpady opakowaniowe wykorzystywane w celu odzysku energii powinny mieć minimalną wartość kaloryczną, pozwalającą na optymalizację odzysku.

c/ *Opakowania poddawane kompostowaniu*

Odpady opakowaniowe przetwarzane przez kompostowanie powinny mieć takie właściwości, które nie przeszkadzają w ich oddzielnej zbiórce, kompostowaniu lub w innych działaniach, którym są poddawane

d/ *Opakowania podlegające biodegradacji*

Odpady opakowaniowe podlegające biodegradacji powinny odznaczać się taką zdolnością

rozkładu fizycznego, chemicznego, termicznego i biologicznego, która zapewni ostateczny rozkład gotowego kompostu na dwutlenek węgla, biomasę i wodę.

Podstawowe wymagania, zawarte w dyrektywie są uzupełniane szeregiem norm zharmonizowanych. Ich stosowanie nie jest obowiązkowe dla producentów opakowań. Nie mniej jednak kraje członkowskie powinny traktować opakowania wytworzone według norm zharmonizowanych, jak wykonane zgodnie z podstawowymi wymaganiami zapisanymi w dyrektywie. W ten sam sposób powinny być również traktowane

Opakowania wykonane zgodnie z normami krajowymi, notyfikowanymi przez Komisję (w tych dziedzinach, w których brak jest normy zharmonizowanej).

Zmiany w Dyrektywie 94/62/WE

W 2005 roku powinny nastąpić zmiany treści dyrektywy dotyczącej opakowań i odpadów opakowaniowych. Ich projekt zawarty w druku Komisji Europejskiej o numerze COM/2004/127 final (w bazie: www.europa.eu.int/prelex) jest przedmiotem prac instytucji unijnych.

Nowelizacja ta ma wprowadzić datę 31 grudnia 2012 r., jako ostateczny termin osiągnięcia ustanowionych w dyrektywie 94/62/WE poziomów odzysku i recyklingu przez nowe kraje członkowskie.

Źródło: M. Polański: Europejskie regulacje prawne dotyczące opakowań i odpadów opakowaniowych. Biuletyn dla MSF EURO INFO nr 4/2005

Małe Średnie Przedsiębiorstwa

2005 r. – jak Ministerstwo Gospodarki i Pracy wspiera polski eksport

Corocznie Ministerstwo Gospodarki i Pracy wspiera finansowo promocję polskiego eksportu, m.in. działania podejmowane przez przedsiębiorców, organizacje samorządu gospodarczego oraz wydziały ekonomiczno-handlowe ambasad i konsulatów RP za granicą.

Ministerstwo Gospodarki i Pracy, w oparciu o Program promocji gospodarczej Polski do 2005 r. przyjęty przez Radę Ministrów 2 września 2003 r., realizuje szereg działań promocyjnych. Służą one kreowaniu pozytywnego wizerunku polskiej gospodarki, rozwojowi współpracy gospodarczej

z zagranicą, a przede wszystkim wzrostowi polskiego eksportu. W tym roku w budżecie MGiP w 2005 r. na promocję eksportu przeznaczono 73,3 mln zł.

Pomoc dla przedsiębiorców

Jednym z najważniejszych działań jest dofinansowanie **udziału polskich przedsiębiorstw w targach i wystawach za granicą**. Pomoc udzielana jest tym przedsiębiorcom, którzy uczestniczyli w targach i wystawach znajdujących się na listach zagranicznych imprez targowo-wystawienniczych o istotnym znaczeniu dla polskiej gospodarki. Lista, ustalona na dany rok kalendarzowy, jest ogłaszana na stronach internetowych:

www.eksporter.gov.pl
www.konkurencyjnosc.gov.pl

w dzienniku ogólnopolskim. Wysokość wsparcia na ten cel nie może przekroczyć 50 proc. poniesionych wydatków kwalifikowanych netto uczestnictwa w targach i wystawach i wynieść jednorazowo więcej niż 20.000 zł.

Dofinansowanie przyznawane przedsiębiorcom uczestniczącym w wyjazdowych misjach gospodarczych związanych z udziałem w targach i wystawach za granicą nie może być wyższe niż połowa poniesionych i udokumentowanych wydatków kwalifikowanych netto, poniesionych przez uczestniczącego w misji przedsiębiorcę i wynieść więcej niż 7.500 zł.

Dofinansowanie kosztów udziału w targach i misjach gospodarczych za granicą odbywa się w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw, lata 2004-2006. Program zapewnia poza środkami budżetu państwa, współfinansowanie ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Pomoc ze środków MGiP przeznaczonych na promocję eksportu można uzyskać także na **branżowe projekty promocyjne**, m.in. pokazy, wystawy, spotkania branżowe, szkolenia i warsztaty realizowane w kraju i za granicą, mające na celu promocję produktów i usług bądź nawiązanie kontaktów handlowych, które zaowocują zwiększeniem eksportu. Maksymalną kwotę dofinansowania jednego projektu określono na 50.000 zł, nie więcej jednak niż 50 proc. kosztów kwalifikowanych. Limit dofinansowania dla jednego przedsiębiorcy uczestniczącego w danym projekcie wynosi 7.500 zł.

Wsparcie z MGiP przedsiębiorcy mogą uzyskać również na **zdobycie certyfikatu wyrobu**, świadectw lub atestów wymaganych na rynkach zagranicznych. wielkość dotacji nie może przekroczyć 50 % kosztów kwalifikujących się do objęcia pomocą.

Roczny limit pomocy dla jednego przedsiębiorcy wynosi 50 tys. zł. Pomoc nie obejmuje certyfikatów wymaganych na jednolitym rynku Unii Europejskiej.

Istnieje także możliwość uzyskania dofinansowania z budżetu MGiP **kosztów organizacji konferencji, seminariów, szkoleń i imprez promocyjnych, jak również ubiegania się o zwrot do 50 % wybranych kosztów związanych z drukiem katalogów, informatorów i innych publikacji.**

Z uwagi na ograniczone możliwości finansowe ministerstwa, wspierane są wyłącznie wydawnictwa o charakterze zbiorowym, nie ma natomiast możliwości dofinansowania materiałów reklamowych indywidualnego przedsiębiorcy.

Zasady i tryb uzyskania pomocy na realizację przedsięwzięć promujących polski eksport regulują:

- rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 15 października 2004 r. w sprawie udzielania pomocy de minimis przedsiębiorcom uczestniczącym w targach i wystawach za granicą (Dz. U., Nr 233, poz.2342),
- rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 15 października 2004 r. w sprawie udzielania pomocy de minimis przedsiębiorcom uczestniczącym w wyjazdowych misjach gospodarczych związanych z udziałem w targach i wystawach za granicą (Dz. U. Nr 233, poz. 2343),
- rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 19 października 2004 r. w sprawie udzielania pomocy de minimis na realizację branżowych projektów promocyjnych w zakresie eksportu (Dz. U. Nr 236, poz. 2357),
- rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 19 października 2004 r. w sprawie udzielania pomocy de minimis na szkolenia o tematyce handlu zagranicznego (Dz. U. Nr 236, poz. 2360),
- rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 19 października 2004 r. w sprawie udzielania pomocy de minimis na uzyskanie certyfikatu wyrobu wymaganego na rynkach zagranicznych (Dz. U. Nr 236, poz. 2361),
- rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 19 października 2004 r. w sprawie udzielania pomocy de minimis na realizację niektórych przedsięwzięć w zakresie promocji i wspierania eksportu. (Dz. U. Nr 236, poz. 2358),
- rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 19 października 2004 r. w sprawie udzielania pomocy de minimis na realizację przedsięwzięć

wydawniczych promujących eksport (Dz. U., Nr 236, poz. 2359).

Wszystkie wymienione programy pomocowe realizowane są według formuły de minimis, zgodnie z rozporządzeniem KE nr 69/2001 z dnia 12 stycznia 2001 r. w sprawie zastosowania art. 87 i 88 Traktatu WE w odniesieniu do pomocy w ramach zasady de minimis (Dz. Urz. WE L 10, 13.01.2001). Korzyści wynikające ze stosowania zasady de minimis (pomoc publiczna nie musi być notyfikowana w KE) wiążą się z pewnymi ograniczeniami. Dofinansowanie dla jednego przedsiębiorcy nie może - łącznie z inną pomocą de minimis uzyskaną w ciągu ostatnich trzech lat - przekroczyć kwoty 100 tys. euro.

Z dofinansowania wyłączone są przedsiębiorstwa wykonujące działalność gospodarczą w sektorze transportu oraz przedsiębiorstwa prowadzące działalność związaną z produkcją, przetwarzaniem i wprowadzaniem do obrotu produktów rolnych, rybołówstwa i rybactwa, wymienionych w załączniku I do Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską.

Działania promocyjne MGiP

Oprócz wymienionych powyżej instrumentów wspierania i promocji eksportu polegających na udzielaniu pomocy publicznej dla przedsiębiorców MGiP prowadzi także własne działania promocyjne.

Od końca kwietnia 2003 r. funkcjonuje Portal Promocji Eksportu MGiP – www.eksporter.gov.pl Zawiera on informacje m. in. o ofertach polskich eksporterów, możliwościach oferowania polskich produktów na rynkach międzynarodowych, warunkach dostępu do rynków międzynarodowych, dostępnym w Polsce instrumentarium wspierania eksportu dla przedsiębiorców.

Kolejnym ważnym obszarem działań MGiP, podejmowanych na rzecz polskich eksporterów, jest **działalność promocyjna wydziałów ekonomiczno-handlowych ambasad i konsulatów RP za granicą.** Ich zadaniem jest przygotowywanie analiz rynkowych i branżowych, analizowanie regulacji prawnych, organizacja seminariów, konferencji, udział w targach i wystawach, działalność wydawnicza. Zajmują się one m.in. wspomaganie małych i średnich firm w ich kontaktach gospodarczych z partnerami w kraju urzędowania placówki.

MGiP bierze także udział w realizacji kompleksowych projektów promocyjnych. Największym w tym roku tego typu przedsięwzięciem jest udział Polski w Światowej Wystawie EXPO 2005 w japońskim Aichi. Przedsięwzięcie to, na podstawie umowy z MGiP, realizuje Krajowa Izba Gospodarcza.

MGiP prowadzi także dziania w zakresie promocji i pozyskiwania bezpośrednich inwestycji zagranicznych, w tym także finansuje działalność Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A. w zakresie promocji bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Polsce.

Ministerstwo Gospodarki i Pracy

Źródło: www.eksporter.pl

Najnowsze źródło informacji o funduszach pożyczkowych w Polsce wspierających mikro, małych i średnich przedsiębiorców

Polskie Stowarzyszenie Funduszy Pożyczkowych opublikowało na stronie www.psfp.org.pl, III Raport o funduszach pożyczkowych w Polsce wspierających mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa na koniec 2004 roku. Raport podaje miarodajną i kompleksową informację na temat stanu funduszy. Oprócz znanych z poprzednich raportów danych prezentujących m.in. rozkład funduszy wg kapitału, koncentrację działalności, najnowszy Raport PSFP wzbogacony jest o informacje nt. struktury pochodzenia kapitału pożyczkowego, charakterystyki i struktury udzielonych pożyczek oraz rankingu aktywności w podziale na poszczególne grupy funduszy. Trzeci Raport został opracowany dzięki pomocy finansowej PARP.

Trzeci, najnowszy Raport Polskiego Stowarzyszenia Funduszy Pożyczkowych (PSFP) o funduszach pożyczkowych w Polsce według stanu na 31 grudnia 2004 roku znajduje się już na stronie internetowej Stowarzyszenia www.psfp.org.pl w dziale "Raporty".

Dla mikro, małych i średnich przedsiębiorców publikacja Raportu stanowi źródło najnowszych danych na temat sieci funduszy pożyczkowych w Polsce oferujących alternatywne źródło finansowania ich działalności gospodarczej.

Najbardziej użyteczne informacje, w tym: nazwy instytucji prowadzących fundusze pożyczkowe, wielkości kapitałów przeznaczonych na pożyczki, okres funkcjonowania na rynku, obszar działania oraz dane teled adresowe poszczególnych funduszy znajdują się w dziale "Fundusze Pożyczkowe w Polsce", gdzie przedsiębiorcy mogą zapoznać się z aktualną mapą funduszy pożyczkowych działających w poszczególnych województwach oraz uzyskać bieżące informacje na temat ich funkcjonowania, a tym samym uzyskać możliwość wsparcia finansowego.

Link do Raportu: **Raporty PSFP**

Barbara Bartkowiak

*Prezes Polskiego Stowarzyszenia Funduszy Pożyczkowych –
PSFP*

Źródło: www.parp.gov.pl

Rynki Wschodnie

Rosyjski przemysł maszyn opakowaniowych w cyfrach

Od roku 1991 na rynku rosyjskim, jako najbardziej oczekiwany, nastąpił rozwój w zakresie technologii i maszyn do dozowania i pakowania produktów sypkich, ciekłych i pastowatych, pakowania w próżni, w środowisku gazowym, pakowania w folie termokurczliwe, maszyn do produkcji materiałów z tworzyw sztucznych czy opakowań z kartonu i tektury falistej. Obecnie produkcją urządzeń i maszyn pionowych do dozowania i pakowania produktów i materiałów sypkich zajmuje się 18 rosyjskich przedsiębiorstw.

Na maszynach wytwarzanych w Rosji można osiągnąć wydajność do 100 – 120 opakowań/minutę. Biorąc pod uwagę poziom wydajności można umownie określić następujące przedziały dla maszyn pakujących: 2-8, 10-20, 25-35, 35-45, 50-120 opakowań/minutę. Automaty poziome pakujące w folię z tworzyw sztucznych wytwarza 5 rosyjskich przedsiębiorstw. Wydajność maszyn znajduje się w przedziale od 40 do 140 opakowań/minutę.

Pionowe maszyny pakujące

Pionowe maszyny pakujące dla ciekłych, półpłynnych i pastowatych produktów w torebki formowane z materiałów termozgrzewanych wytwarza 10 przedsiębiorstw. Wydajność tych automatów waha się od 3 do 80 opakowań/minutę.

Maszyny pakujące w szklane słoiki wytwarza dziewięć przedsiębiorstw. Wydajność półautomatów wynosi od 400 do 800 słoików/godzinę, a automatów od 1500 do 4200 słoików/godzinę. Urządzenia do pakowania w pudełka z laminatów typu Pure-Pak lub Tetra-Rex wytwarza 5 przedsiębiorstw. Wydajność tych półautomatów pakujących wynosi od 500 do 700 pudełek/godzinę, a automatów od 1400 do 1800 pudełek/godzinę.

Poziome maszyny pakujące

Poziome maszyny pakujące dla produktów spożywczych w opakowania typu blister wytwarza 5 przedsiębiorstw. Wydajność maszyn wynosi od 400 do 4800 opakowań/godzinę. Maszyny do pakowania w pojemniki z tworzyw sztucznych, butelki, kanistry o poj. od 0,5 do 1,0 i 10 l - produkuje 10 przedsiębiorstw. Wydajność tych maszyn wynosi od 600 do 3000 butelek/godzinę.

Linie technologiczne, maszyny i urządzenia do rozlewu i zamykania gazowanych napojów, wina,

wódki itp. wytwarzają 24 przedsiębiorstwa. Wydajność od 850 do 12000 butelek/godz. Maszyny pakujące w próżni wytwarza ponad 12 producentów. Maszyny do zbiorczego pakowania w folię termokurczliwą wytwarza ponad 20 przedsiębiorstw. Wydajność do 6 pakietów/godzinę (w przypadku dużych rozmiarów) od 180 do 720 pakietów na godzinę (w przypadku niewielkich pakietów).

Perspektywy rynku

Największy wzrost produkcji w sektorze produkcji maszyn opakowaniowych przypadł na lata 1998 – 2001. Według danych Stowarzyszenia „PAKMASZ” 40 przedsiębiorstw w tym okresie wyprodukowało i wdrożyło do eksploatacji ponad 17 tys. maszyn.

W przyszłości podwyższenie konkurencji, polityka państwowa ukierunkowana na pozyskanie inwestycji zagranicznych doprowadziły nie tylko do zmniejszenia się ilości nowych krajowych producentów, ale także ilości wytwarzanych maszyn dla potrzeb krajowego zapotrzebowania. Niestety szereg przedsiębiorstw zaprzestało produkcji maszyn pakujących, np. „UPMASZ” z Woroneża działający na rynku rosyjskim od 45 lat. Aktywna polityka marketingowa zagranicznych firm, stowarzyszeń, a przede wszystkim takich, jak: UCIMA (Włochy), i VDMA (Niemcy) doprowadziły do zmian na rosyjskim rynku maszyn pakujących w kierunku preferowania dostawców zagranicznych.

Ten fakt potwierdzają również statystyki oficjalne. Tak więc w 2003 r. wartość importu urządzeń pakujących wyniosła 361 mln. USD, a eksport - tylko 24,5 mln USD (w porównaniu z 30,5 mln USD w 2000 r.). Jak można temu zapobiec? Tylko poprzez zjednoczenie wszystkich specjalistycznych stowarzyszeń, uczelni i instytutów technicznych, poprzez utworzenie międzyresortowych programów. To pozwoli uchronić krajowych producentów, zmniejszyć straty produkcyjne, utworzyć przejrzysty rynek, rozszerzyć nomenklaturę wytwarzanej produkcji w zakresie budowy maszyn opakowaniowych i usług tak, jak to ma miejsce w rozwiniętych krajach.

Grigorij Chmelevskij, Dyrektor Stowarzyszenia Pakmasz”
Źródło: *Pakkogfarr Express*, Czerwiec, nr 2/2005 s. 9

www.UPACK.by Wortal internetowy branży opakowaniowej Białorusi

Wortal ten zawiera:

- ✓ Oferty handlowe
- ✓ Katalog firm działających w zakresie branży opakowań i związanych z nią branż
- ✓ Nowości firm białoruskich i zagranicznych

- ✓ Codzienne międzynarodowe nowości z zakresu branży opakowań
- ✓ Materiały analityczne, analizy rynkowe, informacje o wprowadzaniu nowych technologii, omówienia tendencji rozwoju branży opakowaniowej w krajach byłego Związku Radzieckiego i na świecie.

Źródło: *ulotka informacyjna przekazana na Targach TAROPAK*

JEDZIEMY NA LITWĘ

Litwa jest największym z trzech państw bałtyckich, do których obok Litwy należą jeszcze Łotwa i Estonia. Terytorium Litwy (65,300 km²) jest większe niż terytorium Belgii, Danii, Holandii czy Szwajcarii. 70 % terytorium Litwy stanowią grunty orne, lasy pokrywają 27,6 % powierzchni kraju. Obszary wiejskie składają się z równin i terenów pagórkowatych. Więcej niż 2,800 jezior zajmuje 1,5 % całkowitej powierzchni kraju, na terenie kraju znajdują się 722 rzeki. Litwa posiada 99 km linii wybrzeża bałtyckiego wykorzystywanego przede wszystkim do celów rekreacyjnych. Kłajpeda należy do jednych z większych miast na wybrzeżu Morza Bałtyckiego.

Klimat jest wypadkową klimatu morskiego i kontynentalnego. Średnia temperatura w styczniu w ciągu dnia wynosi - 4,90 °C, w lipcu +17,2 °C. Okres wegetacji roślin trwa od 169 do 202 dni;

Do największych miast Litwy należą: Vilnius - Wilno (576,000 mieszkańców), Kaunas - Kowno (415,000), Klaipeda - Kłajpeda (203,000), Siaulias - Szawle (147,000) oraz Panevezys - Poniewież (132,000).

Ludność, język

Liczba mieszkańców Litwy wynosi 3,7 mln, 68 % ludności zamieszkuje obszary miejskie, a 32% obszary wiejskie. Gęstość zaludnienia wynosi 56,9 mieszkańca na km².

80 % ludności stanowią Litwini, 9,4 %, - to Rosjanie, 7 % - Polacy, 3,6 % (ok. 300 tys.) mieszkańców - to ludność innych narodowości (Białorusini, Ukraińcy, Łotysze itd.)

Urzędowym językiem kraju jest język litewski, wywodzący się z Sanskrytu, który należy do bałtyckiej rodziny języków indoeuropejskich.

Waluta

Jednostką walutową Litwy jest lit, który równy jest 100 litewskim centom. Wszystkie pieniądze będące w obiegu muszą mieć pokrycie w rezerwach walutowych Banku Litwy.

Wybrane informacje gospodarcze

- Do krajów Unii Europejskiej Litwa kieruje 47% swojego eksportu i 37,4 % importu.
- Huta szkła WARTA S.A. zainwestowała w Poniewieżu w tamtejszą hutę szkła 25 milionów litów (ok. 6,25 mln dolarów). Po roku działalności obroty spółki przekroczyły 100 mln litów (25 mln dolarów). Większość (blisko 80 proc.) produkcji sprzedawana jest do Skandynawii.
- Turystyczna Litwa jest wciąż w Polsce szerzej nieznaną. Przedstawiciele biur turystycznych uważają, że informacje o tym kraju są niedostateczne, a ponadto Polacy boją się rzekomych niebezpieczeństw, kradzieży, wymuszeń i rozbojów. Przedstawiciele litewskich biur turystycznych uważają z kolei, że w najbliższych latach poważnie wzrośnie ilość usług turystycznych.
- KREDYT BANK S.A. będzie rozwijał się samodzielnie na litewskim rynku. W związku z tym wycofał się z planów prywatyzacji Ukio Bankas. Jego przejęciem zainteresowany jest Bank PKO S.A.
- "Optymistycznie oceniam dwustronne kontakty handlowe i gospodarcze. Oprócz będących w realizacji i planowanych strategicznych projektów w dziedzinie energetyki i transportu wzrasta aktywność przedsiębiorców czy bankowców obu krajów, wciąż opracowywane są nowe plany inwestycji i wspólnej działalności. Uważam, że moglibyśmy jeszcze lepiej wykorzystać możliwości w tej dziedzinie usuwając ostatnie przeszkody utrudniające pomyślną współpracę. Wolny przepływ towarów, usług i kapitału już dziś powinien stanowić nie tylko normę stosunków w Unii Europejskiej, lecz także między naszymi państwami jako przyszłymi jej członkami." - Valdas Adamkus, Prezydent Litwy w wywiadzie dla "Polityki".

Podatki, jakie powinny płacić firmy działające na Litwie:

- "SoDra" (odpowiednik polskiego ZUS) - **34%**
31% płaci pracodawca,
3% - płaci pracownik.
- **Podatek dochodowy od osób fizycznych - 33%**

Minimum nieopodatkowane, od którego nie nalicza się podatku - 214,- Lt. (250 Lt od 1.04. 2002 r.). Jeśli praca jest wykonywana na **umowę zlecenie**, to podatek dochodowy wynosi 13%.

- **Podatek od wartości dodanej (VAT)** - stawka stała dla wszystkich **18%**.
- **Podatek od nieruchomości - 1% rocznie** od wartości rynkowej.
- **Podatek drogowy** (od obrotów) - **0,3%** firmy handlowe, **0,5%** firmy usługowe.
- **Podatek od osób prawnych - 24%** (od zysku), (jest stosowany przy obliczaniu dochodu podlegającego opodatkowaniu za 2000 rok i następną lata - Ustawa RL o zmianie art. 7 i 22 ustawy o podatkach dochodowych osób prawnych z dnia 23 grudnia 1999 r. Nr VIII-1496).

Nowy projekt ustawy o podatku dochodowym przewiduje zmniejszenie stawki podatkowej od 2002 r. do 23%, od 2003 r. - do 22%, od 2004 - do 21% ("Verslo Žinios" z dnia 22.08.2001 r. Nr 148 (158)).

Kapitał założycielski Sp. z o.o. (UAB) - 10 tys. Lt, z tego: 2,5 tys. Lt w gotówce
7,5 tys. Lt mogą być w formie nieruchomości.

Minimalna wypłata za pracę w pełnym wymiarze godzin - 430 Lt.

*Opracowanie: Polsko-Litewska Izba Gospodarcza
Rynków Wschodnich
Źródło: www.plig.pl*

INWESTYCJE ZAGRANICZNE. LITWA - Inwazja polskiego biznesu

W roku 2001 polskie obroty handlowe z Litwą wyniosły ponad 1 mld dolarów - to więcej niż z Federacją Rosyjską. Nad Niemnem są już prawie wszyscy liczący się polscy przedsiębiorcy. Klasyczny eksport zastępowany jest przez bardziej zinstytucjonalizowane formy współpracy, owocujące powstawaniem wspólnych polsko-litewskich przedsiębiorstw.

Litwa, podobnie jak pozostałe kraje bałtyckie, postrzegana jest przez zachodnich ekspertów jako "nowy tygrys gospodarczy" Europy Środkowo-Wschodniej, o stabilnym systemie politycznym i prawnym. W I kwartale tego roku roczna dynamika PKB Litwy osiągnęła 9 proc., w ubiegłym roku 5,9 proc., przy inflacji - 0,1 proc. Zdaniem analityków banku HSBC wszystkie trzy kraje bałtyckie już teraz spełniają kryteria Traktatu z Maastricht i mają duże szanse wejścia do "strefy euro" w najwcześniejszym możliwym terminie, czyli w 2007 r. W przypadku Polski może to nastąpić kilka lat później.

Stosunki gospodarcze między Polską a Litwą rozwijają się niezwykle dynamicznie. Już teraz mamy z tym krajem największe obroty handlowe spośród wszystkich naszych wschodnich partnerów (w przeliczeniu na liczbę mieszkańców). Napływowi zagranicznych firm sprzyja litewskie ustawodawstwo.

Na 7450 zarejestrowanych na Litwie przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym 634 to firmy polskie. Niestety w dalszym ciągu osiągamy niewielkie zaangażowanie kapitałowe naszych inwestorów. Według danych Departamentu Statystyki Litwy polskie bezpośrednie inwestycje na 1 stycznia 2003 r. wyniosły 85,8 mln USD, co plasuje nas na 11. miejscu wśród krajów inwestorów, a udział procentowy wynosi 2,15 proc.

Na Litwie inwestujemy w działalność produkcyjną (w tym wyroby ze szkła i tworzyw sztucznych), handlową, media, ubezpieczenia i przemysł spożywczy. Polskie towary są bardzo przychylnie odbierane na Litwie. Niektóre z nich zyskały już sporą renomę. Co więcej, duża ich część jest jakościowo i cenowo konkurencyjna w stosunku do podobnych, sprawdzanych z innych obszarów. Sprzyja temu również nieduża odległość, a co za tym idzie, niższe koszty transportu. Problemem pozostaje nadal tzw. drożność granicy, na której cyklicznie - po obu stronach - tworzą się kilometrowe kolejki. W dobrym kierunku idą jednak usprawnienia odpraw granicznych. Dokonuje się już wspólnych odpraw, w tym samochodów ciężarowych o wadze do 3,5 t oraz ciężarowych bez ładunku, na przejściu Ogrodniki-Lazdijai.

Pierwszy krok: zaistnieć na Litwie

Pierwszym krokiem umożliwiającym wejście polskiej firmy na rynek litewski może być udział w targach, imprezach wystawienniczych oraz misjach handlowych. Promocja na Litwie nie wiąże się z wielkimi wydatkami, zwłaszcza że część kosztów może zostać zrefundowana przez Ministerstwo Gospodarki.

Tylko w 2002 r. odbyło się 20 misji gospodarczych, zorganizowanych przez Polsko-Litewską Izbę Gospodarczą Rynków Wschodnich, w których uczestniczyło 359 firm z Polski i 1210 firm litewskich, a także firmy z Federacji Rosyjskiej, Łotwy i Białorusi.

Największym jednak wydarzeniem w kontaktach między Polską a Litwą jest Polska Wystawa Narodowa "POLEKSPORT-KOWNO", która odbywa się co roku pod patronatem prezydentów obu krajów. Przez dwa ostatnie lata została wzbogacona o Forum Gospodarcze. Do równie prestiżowych należy impreza wystawienniczo-targowa w Centrum Wystawienniczym "LIT-EXPO" w Wilnie. Dużo polskich towarów i usług prezentowanych jest obecnie przez podmioty litewskie, co świadczy o istniejących już wzajemnych powiązaniach.

Dobrym adresem dla rozpoznania rynku jest Wydział Ekonomiczno-Handlowy Ambasady RP w Wilnie. Koncentruje się on w dużym stopniu na udzielaniu zgłaszającym się firmom bieżących informacji handlowych dotyczących rynku, potencjalnych partnerów, na poradnictwie w zakresie uregulo-

wań przy obrocie towarowym, jak też pomocy w promocji ich towarów.

Na obecnym etapie bardzo korzystna dla polskich firm może okazać się bezpośrednia promocja firmy czy produktu w litewskich mediach. Najskuteczniejsza jest reklama telewizyjna - 30-sekundowy spot reklamowy w najlepszym czasie oglądalności kosztuje ok. 3-4 tys. litów. Na taką promocję mogą sobie pozwolić tylko duże firmy.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że na pierwszym miejscu pod względem oglądalności - plasuje się TV 3, która zajmuje ok. 30 proc. rynku. Z gazet najpoczytniejszy jest dziennik "Lietuvos rytas", który sprzedaje się w nakładzie ok. 60 tys. egzemplarzy. Jeden centymetr powierzchni reklamowej kosztuje w tym dzienniku od 6 do 14 Lt plus VAT. Ogłoszenia warto też zamieszczać w dzienniku gospodarczym "Verslo Žinios".

Własna firma

Na Litwie najpopularniejszą formą prowadzenia przedsiębiorstwa są Uzdaroj Akcine Bendrove (UAB) - Zamknięte Spółki Akcyjne. Są one odpowiednikiem polskich spółek z ograniczoną odpowiedzialnością. Minimalny kapitał zakładowy potrzebny do zarejestrowania spółki wynosi 10 tys. Lt (2500 USD). UAB są rejestrowane w organach samorządu terytorialnego. Po rejestracji firma otrzymuje zezwolenie na wyrobienie pieczętki. Przedsiębiorca musi się również zwrócić do SoDry (odpowiednik ZUS) w celu zarejestrowania jako płatnik składek. Spółka musi powołać dyrektora oraz księgowego, przy czym dyrektorem może zostać również obywatel innego państwa. Wydłuża to jednak procedurę rejestracyjną. Osoba taka musi bowiem ubiegać się o pozwolenie na pracę w Departamencie Migracji. Otrzymanie formalnych pozwoleń trwa stosunkowo długo i związane jest z licznymi trudnościami. Litwa stara się bowiem chronić swój rynek pracy.

W praktyce polskie firmy, pragnąc skrócić drogę załatwiania formalności przy zakładaniu spółek, angażują obywatela Litwy na stanowisku dyrektora, zastrzegając jednocześnie możliwość decydującego głosu w firmie poprzez członkostwo w zarządzie.

Założenie samego przedsiębiorstwa na Litwie trwa krótko, około tygodnia. Na Litwie istnieją również firmy consultingowe specjalizujące się w zakładaniu spółek. Koszt takiej usługi wynosi ok. 350 USD. Dłużej trwa zarejestrowanie przedstawicielstwa firmy zagranicznej, bo ponad miesiąc. Jest ono rejestrowane w Ministerstwie Gospodarki Litwy.

Warto pamiętać, że funkcjonowanie przedstawicielstwa ma znacznie więcej ograniczeń, a przy tym nie daje żadnych ulg podatkowych. O ulgach można mówić dopiero przy inwestycjach przekraczających 1 mln

USD i to w przypadku, gdy dokonywane są w wolnych strefach ekonomicznych.

WARTO WIEDZIEĆ...

Od lat współpraca gospodarcza między Polską i Litwą rozwija się bardzo dynamicznie. W 1991 r. poziom wymiany handlowej kształtował się na poziomie 4 mln USD, podczas gdy w 2001 r. obroty po raz pierwszy przekroczyły granicę 1 mld USD i nadal rosną. Polska jest dla Litwy ważnym partnerem handlowym. Zajmuje 5. miejsce (4,3 proc. ogółu litewskich obrotów) zaraz po Rosji (17,5 proc.), Niemczech (14,3 proc.), Wielkiej Brytanii (7,6 proc.) i Łotwie (4,9 proc.). Jest też czwartym co do wielkości eksporterem na rynek litewski z udziałem 4,8 proc.

Ważne adresy

Ambasada RP na Litwie

Smelio g. 20 A, 2055 VILNIUS
Tel.: (0-0370-2) 70 90 01 do 03
Fax: (0-0370-2) 70 90 07
e-mail: ammbpol@tdd.pl

Wydział Ekonomiczno-Handlowy

Vasario 16-osios g. 14/2, 2001 Vilnius
Tel.: (0-0370-2) 61 79 60
Fax: (0-0370-2) 61 06 86

Konsulat Generalny RP w Wilnie

Tel.: (0-0370-2) 70 90 04 do 05
Fax: (0-0370-2) 70 90 09
e-mail: kgpl@tdd.pl

Instytut Polski w Wilnie

Didžioji 23, 2001 Vilnius
Tel.: (0-0370-2) 649332

Polsko-Litewska Izba Gospodarcza Rynków Wschodnich

ul. Kościuszki 76, 16-400 Suwałki
Tel.: (087) 563 26 00
Fax: (087) 563 26 02
<http://www.plig.org.pl>
e-mail: plig@plig.org.pl

Tomasz Pietryga, Gazeta Prawna 167/2003, s. 20
Źródło: www.plig.org.pl/news7.htm

Z życia Krajowej Izby Opakowań

KRAJOWA IZBA OPAKOWAŃ na SALONIE TAROPAK 2005

Zgodnie z programem przedsięwzięć promocyjnych na 2005 rok, Krajowa Izba Opakowań wzięła udział w 24 Międzynarodowym Salonie Techniki Pakowania i Logistyki TAROPAK, zorganizowanym przez MTP w dniach 20 – 23 września 2005 r. w Poznaniu.

Izba była organizatorem zbiorowego stoiska promocyjnego, w ramach którego zaprezentowały swoje oferty handlowo-kooperacyjne następujące firmy:

- ✓ TUBUS Sp. Jawna, Warszawa
- ✓ ZZUW MAROPAK, Warszawa
- ✓ BLISTER BOX Sp. z o. o., Dębe Wielkie
- ✓ BESKID Sp. z o. o., Bielsko-Biała
- ✓ SIMPLEX Sp. z o. o., Mikołów
- ✓ ENTRO HOLDINGS Sp. z o. o., Warszawa
- ✓ Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Opakowań, Warszawa

oraz

- ✓ TREBI Sp. z o.o., Wrocław
- ✓ TB OPAKOWANIA, Tczew

Ponadto, podobnie jak w latach ubiegłych, obok stoiska Izby działalność prowadził „Salon Promocji”, w którym zainteresowane firmy bezpłatnie prezentowały swoje oferty. W ramach „Salonu Promocji”, funkcjonowała także „Witryna literatury firmowej”, jako forma prezentacji materiałów reklamowych, informacyjnych i promocyjnych.

Krajowa Izba Opakowań, wspólnie ze spółką LENZE Systemy Automatyki z Torunia była organizatorem seminarium „Nowoczesne technologie napędowe dla maszyn pakujących XXI wieku”, zaś wspólnie z Instytutem Logistyki i Magazynowania, zorganizowano konferencję „Nowoczesne systemy automatycznej identyfikacji towarów i opakowań – tagi radiowe i kody kreskowe”.

Jeśli chodzi o konferencje towarzyszące tegorocznej edycji TAROPAK-u, to wiodącą okazała się zorganizowana z inicjatywy i przy współudziale Krajowej Izby Opakowań, 3 Międzynarodowa Konferencja Opakowaniowa Krajów Europy Środkowej i Wschodniej „Opakowania – Rynek - Środowisko”.

Było to wspólne przedsięwzięcie Krajowej Izby Opakowań, Centralnego Ośrodka Badawczo-Rozwojowego Opakowań oraz Zarządu Między-narodowych Targów Poznańskich.

Obowiązki gospodarza programowo-organizacyjnego tej konferencji z dużym powodzeniem pełnił Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Opakowań.

W trakcie Salonu, odbyło się także okolicznościowe posiedzenie Rady Krajowej Izby Opakowań oraz doroczne spotkanie przedstawicieli stowarzyszeń i izb opakowaniowych z Białorusi, Czech, Polski, Rosji i Ukrainy.

Salon TAROPAK, stanowił również okazję do zainaugurowania III – ej edycji Ogólnopolskiego Konkursu na Opakowania PakStar 2006.

Informując o udziale Izby w tegorocznej edycji Salonu TAROPAK przypominamy, iż przyszło-roczny Salon będzie Jubileuszowym 25-tym i zbiegnie się z ogłoszeniem wyników i wręczeniem nagród w konkursie PakStar 2006.

Wiele okoliczności wskazuje, iż jubileuszowa edycja Salonu TAROPAK będzie szczególną. Zachęcamy zatem firmy – członków Izby do udziału w tym przedsięwzięciu. Ze swojej strony, Krajowa Izba Opakowań przygotowuje specjalny program ukierunkowany na promocję firm – członków Izby.

WITAMY W GRONIE CZŁONKÓW KRAJOWEJ IZBY OPAKOWAŃ

Firma „**Goodwell Polska & Pro-Eco Systems**” z Gryfic”, nowy członek Krajowej Izby Opakowań - jest autorem nowego, ekologicznego systemu pakowania przeznaczonego dla sklepów wielkich sieci handlowych.

Pomysł ten polega na zastosowaniu opakowania z tektury falistej, o bardzo wytrzymałej konstrukcji, umożliwiającego przenoszenie towarów o łącznej masie do 25 kg.

Wielkością i kształtem opakowanie o nazwie „Putinka” (od określenia „Put in”) jest dopasowana do wymiarów i kształtu wózka sklepowego, ale jego wymiary mogą ulec zmianie w zależności od zapotrzebowania potencjalnych użytkowników. Przeznaczenie, wytrzymałość i zastosowany do produkcji pudła materiał, sprawiają, że opakowanie te można zaliczyć do grupy ekologicznych opakowań transportowych, wielokrotnego użytku.



Nowe opakowanie posiada szereg zalet, które mają na celu poprawić jakość i komfort dokonywania zakupów w marketach. Na szczególną uwagę zasługuje fakt, iż według oceny autora i producenta zastosowanie nowego systemu „PUT-IN” może zadowolić wszystkie zainteresowane strony:

- ✓ Klienta (możliwość segregacji zakupionych towarów na spożywcze i przemysłowe np. chemiczne), skrócenie czasu oczekiwania przy kasach, poprawa komfortu i uproszczenia pakowania, duże ułatwienie w transporcie zakupionych towarów do mieszkań i domów,
- ✓ Sieci handlowe (udrożnienie stoisk kasowych poprzez przyspieszenie obsługi klienta, oszczędności czasowe, niższe koszty opakowań,
- ✓ Ochronę środowiska (zastosowanie ekologicznych opakowań wielokrotnego użytku w miejsce opakowań z tworzyw sztucznych).

To nowatorskie opakowanie było prezentowane na Salonie Promocji Krajowej Izby Opakowań podczas Targów TAROPAK 2005.

Wszystkich zainteresowanych Firma „Goodwell” zaprasza do bezpośredniego kontaktu.

“Goodwell Polska & Pro-Eco Systems”
ul. Nowy Świat 10, 72-300 Gryfice
Tel.: (91) 8422882, Fax: (91) 3842864
e-mail: m.grab@goodwell.pl

BAZA DANYCH O POLSKICH FIRMACH ZAINTERESOWANYCH KONTAKTAMI Z TAJWANEM

Biuro Krajowej Izby Opakowań informuje, iż urzędujące w Warszawie Biuro Gospodarcze i Kulturalne Taipei (oficjalny przedstawiciel Tajwanu w Polsce) w Polsce) prowadzi bazę danych o firmach polskich, które zainteresowane są importem tajwańskich produktów lub pragną zaoferować swoje wyroby tajwańskim odbiorcom.

Dane z tej bazy są przesyłane na Tajwan i udostępniane tamtejszym firmom poszukującym partnerów handlowych w Polsce. Polskie firmy z rynku opakowań, zainteresowane obecnością w tej bazie, prosimy o nadsyłanie swoich ofert na adres Biura Gospodarczego i Kulturalnego Taipei (Dział Gospodarczy) na adres:

e-mail: ecotaipei@wp.pl

lub faxem na numer: (22) 6308420

MISJA KRAJOWEJ IZBY OPAKOWAŃ na wystawie MIR OPAKOWKI 2005

W dniach 27-19 września br. przebywała w Mińsku (Białoruś) kiluosobowa misja Krajowej Izby Opakowań z okazji 6 Międzynarodowej Wystawy Opakowań „MIR OPAKOWKI” (Świat Opakowań) i towarzyszących wystawie branżowych salonów specjalistycznych: „Współczesna etykieta”, „Polimery i szkło w opakowaniach”.

Tradycyjnie już biorący udział w misji przedsiębiorcy mogli nieodpłatnie skorzystać ze stoiska promocyjnego Krajowej Izby Opakowań w celu zaprezentowania swojej oferty oraz odbycia spotkań z potencjalnymi kontrahentami.

Członkowie misji poza kontaktami handlowymi wzięli udział w oficjalnej uroczystości otwarcia wystawy oraz spotkali się z kierownictwem Białoruskiego Stowarzyszenia Producentów i Użytkowników Opakowań BIEŁ INFOPAK oraz z kierownictwem Centrum Wystawowego EXPO-FORUM – organizatorem wystawy.

Na stoisku Izby gościli także I Sekretarz Ambasady RP w Mińsku Pan Marek Socha, przedstawiciel Wydziału Ekonomiczno-Handlowego.

ZAPYTANIA z Targów „MIR OPAKOWKI 2005” w Mińsku

Sidorenko Pavel Michajłowicz, Dyrektor Kompanii PAMISO, e-mail: zarik_2005@tut.by
Firma poszukuje nakrętek do butelek PET, o średnicy 48 mm do napojów gazowanych

Andrejuk Jurij Leonidowicz, Z-ca dyrektora firmy RTK-TECHNO, e-mail: yuk@rtkgroup.ru
Firma poszukuje opakowań z tektury falistej, kaszerowanej

Kotyshevskaya Olesya, Firma DALINKA, Kaliningrad, Rosja, Tel.: +7 0112 369111, e-mail: olesya-76@mail.ru
Firma poszukuje producentów pudeł z kartonu oraz toreb z folii z tworzyw sztucznych

Semaszko Igor, Firma BEMPISZCZESNAB, Mińsk, Białoruś, Tel. 278-5817, Fax: 275-63-71, e-mail: bps_minsk@mail.ru
Firma poszukuje producentów opakowań typu Tetra Pak oraz kartonu do wytwarzania takich opakowań

Andrej Vavulin, Firma KODAR, związana z Grupą SORT, Tel. +48 698 88 71 63 lub 64
Firma poszukuje pilnie opakowań z tektury z mikrofalą

Beroslavskij Anatolij, Rosja, e-mail: valverb@yandex.ru,
Kontakt: 8-1037517 t. f. 290-03-56, + 37529 t. 7500-171

Firma poszukuje producentów preform PET o masie 42 g, długości 148 mm, w kolorze jasnobrązowym, z gwintem PET BPF /PSO. Wielkość zamówienia : od 1 do 1,5 mln sztuk.

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

NAGRODY TAROPAKU 2005 r.

ZŁOTY MEDAL MTP dla wystawców Międzynarodowego Salonu Pakowania i Logistyki TAROPAK 2005 w Poznaniu

ZŁOTYM MEDALEM MTP zostają uhonorowane najlepsze produkty, charakteryzujące się nowoczesnymi rozwiązaniami technologicznymi i prezentujące wysoki poziom jakości. W tym roku spośród wyrobów zgłoszonych do konkursu i prezentowanych podczas targów, złotymi medalami zostało wyróżnionych 8 wyrobów.

Lista nagrodzonych:

- Maszyna drukująco – etykietująca Logomatic 920 II PFRK/804/160 RFID**
Producent: LOGOPAK SYSTEME, Niemcy
Wystawca: PPH EWA-BIS Sp. z o.o., Warszawa
- Przenośna bezkontaktowa drukarka atramentowa EBS 250 HANDJET**
Producent: EBS INK JET SYSTEMS POLAND Sp. z o.o., Wrocław
Wystawca: Przedsiębiorstwo MULTI Sp. z o.o., Opole
- Linia złożona z maszyny naliczająco - ważącej ZWA oraz maszyny pakującej W22**
Producent: ABG – PACKMAT A.G., Szwajcaria
Wystawca: SILNY I SALOMON Sp. z o.o., Gdynia
- Pudełko NIVEA z PP o pojemności 50 ml**
Producent: Fabryka Opakowań Kosmetycznych POLLENA S.A., Łaskarzew
- Pudełko SuperSeal 7200**
Producent: SUPERFOS Tenhult AB, Szwecja
Wystawca: SUPERFOS WŁOCŁAWEK Sp. z o.o., Włocławek
- Składany kontener do surowców płynnych „COMBOLIFE 285 BD”**
Producent: SCHOELLER ARCA SYSTEMS GmbH, Niemcy
Wystawca: SCHOELLER ARCA SYSTEMS Sp. z o.o., Bytom

7. **Torebka stojąca**
Producent: REUTHER POLSKA Sp. z o.o., Toruń
8. **Wózek widłowy typu Reach – truck R14X – seria X**
Producent: Linde Material Handling, Anglia
Wystawca: Linde Material Handling Polska Sp. z o.o., Warszawa

ACANTHUS AUREUS (nagroda za projekt i realizację stoiska)

Międzynarodowe Targi Poznańskie nagradzają najlepiej zaprojektowane i przygotowane do realizacji strategii marketingowej firmy stoiska. Celem konkursu jest wyróżnienie najlepszych rozwiązań architektonicznych i graficznych sprzyjających bezpośrednio komunikacji z rynkiem i pozytywnemu postrzeganiu wizerunku firmy. W tym roku nagrodzono 7 stoisk.

Lista nagrodzonych:

1. **Linde Material Handling Polska Sp. z o.o., Warszawa**
Projektant: Przemysław Gembiak i Maciej Liersz Agencja Reklamowa SOLO
Firma wykonująca stoisko: Meliński Minuth Sp. z o.o. Poznań
2. **Rexam Szkło Gostyń S.A., Gostyń**
Projektant: Bogdan Doba, Małgorzata Dobień
Firma wykonująca stoisko: ARDO-STUDIO Sp. z o.o., Poznań
3. **Victor Ink- Jet System Service, Komorniki k. Poznania**
Projektant: Urszula Kałużna
Firma wykonująca stoisko: WEKTOR s.c. S.Loba, S. Fudali, Poznań
4. **Przedsiębiorstwo Handlu Zagranicznego i Informacji Techniczno –Handlowej „INTREX”, Poznań**
Projektant: Sebastian Szymański
Firma wykonująca stoisko: Meliński Minuth Sp. z o.o., Poznań
5. **Przedsiębiorstwo MULTI Sp. z o.o., Opole**
Projektant: Marek Birkenmayer – Studio 16
Firma wykonująca stoisko: BWS Włodzimierz Słomiński, Poznań
6. **Tesa Tape Sp. z o.o., Poznań**
Projektant: Mariusz Maciaszek - S & M Studio Reklamy
Firma wykonująca stoisko: BWS Włodzimierz Słomiński, Poznań

7. **Warta Glass Sp. z o.o., Poznań**
Projekt: Piotr Szpytko
Firma wykonująca stoisko: Agencja Reklamowa Van Hagen, Poznań

Źródło: www.mtp.pl

SEMINARIA

W najbliższym czasie, w Centralnym Ośrodku Badawczo-Rozwojowym Opakowań planowane są następujące seminaria:

20 października 2005 r.
seminarium na temat:

„OBOWIĄZKI PRODUCENTÓW OPAKOWAŃ DO ŻYWNOŚCI POD WZGLĘDEM WYMAGAŃ SANITARNO-HIGIENICZNYCH W ŚWIELE POLSKIEGO USTAWODAWSTWA”

Celem seminarium jest zapoznanie uczestników z wymaganiami stawianymi opakowaniom stosowanym do pakowania żywności oraz obowiązkami producentów w świetle polskiego ustawodawstwa (*Ustawy z dnia 11.05.2001 r. o warunkach zdrowotnych żywności i żywienia oraz Ustawy z dnia 06.09.2001 r. o materiałach i wyrobach przeznaczonych do kontaktu z żywnością z późniejszymi zmianami oraz Rozporządzeń Ministra Zdrowia*).

Seminarium będzie obejmować m. in. następujące zagadnienia:

- Wymagania Dyrektyw Unii Europejskiej w zakresie wymagań higieniczno-sanitarnych materiałów i wyrobów przeznaczonych do kontaktu z żywnością.
- Harmonizacja polskich przepisów z istniejącymi w Unii Europejskiej w zakresie opakowań do żywności
- Obowiązki producentów i importerów opakowań do żywności wynikające z polskiego ustawodawstwa.
- Ocena przydatności opakowań do pakowania żywności z punktu widzenia wymagań higieniczno-sanitarnych. Metody badań migracji globalnej i specyficznej.

26 października 2005 r., (środa)
seminarium na temat:

„KRYTERIA OCENY EKONOMICZNEJ, MARKETINGOWEJ, LOGISTYCZNEJ I EKOLOGICZNEJ OPAKOWAŃ TRANSPORTOWYCH”

Celem seminarium jest omówienie podstawowych wymagań ekonomicznych, marketingowych, logistycznych i ekologicznych, jakie spełniać powinno nowoczesne opakowanie transportowe, z uwzględnieniem problemów związanych z dostosowaniem opakowań transportowych aktualnych przepisów prawnych oraz wymagań zawartych w przepisach międzynarodowych.

Podczas seminarium przewiduje się wygłoszenie następujących referatów:

- ◆ **Wymagania ekonomiczne i marketingowe dotyczące opakowań transportowych**
doc. dr inż. Stefan Jakowski
- ◆ **Wymagania logistyczne dotyczące opakowań transportowych**
mgr inż. Jacek Banasiak
- ◆ **Wymagania ekologiczne dotyczące opakowań transportowych**
dr inż. Hanna Żakowska
- ◆ **Aktualne przepisy prawne dotyczące opakowań transportowych**
mgr inż. Leszek Watachowski

Bardziej szczegółowe informacje na temat wymienionych seminariów, jak również karty zgłoszenia znajdują się na stronie:

www.cobro.org.pl

OFERTY WSPÓŁPRACY

Firma: AIRPACK e.K., *Adres:* Schwerzfeckerstr. 92, 52159 Roetgen/Niemcy, *Kontakt:* Heiko Krause, *E-mail:* h.krause@airpack.de *Tel.:* +49(0)2471/132991, *Fax:* +49(0)2471/132992 *Oferta:* firma zainteresowana jest zakupem folii LDPE o grubości 46 µm o szerokości 2 i 4 m, nawiniętej na szpule o wysokości 2 m.

Firma: DIADEMA d. o. o., *Adres:* 40 323 Prelog, Glavna ulica 77, Chorwacja, *Kontakt:* Ljubica Mišić *Tel.:* 00385 40/645 899, 546 099, *Fax:* 00385 40/648 200, *Oferta:* firma jest zainteresowana zakupem w Polsce zniczy szklanych oraz pokrywek z tworzyw sztucznych

Firma: FRANCOTEX-TEAM, *Adres:* 1026 Budapest, Pázsit u. 14, Węgry, *Kontakt:* Fekete Andrea, *E-mail:* francotex@akselero.hu, *Tel.:* +36 392 7103, *Fax:* + 36 200 92 55, *Oferta:* firma poszukuje odpadów z polistyrolu

Firma: Falcon International, *Adres:* Suit No 524, 5th Floor, Mashraq Centre, Block 14, Sir Shah Suleman Road, Gulshan-e-Iqbal, Karachi, Pakistan, *Kontakt:* Muhammad Ijaz Malik – Director, *E-mail:* Mijaz@cyber.net.pk *Tel.:* 92 – 21 - 4948994, 4947975, *Fax:* 92 – 21 - 4923270, *Oferta:* urządzenia do pakowania leków

Firma: Mehran Agro-Chemicals Pvt. Ltd, *Adres:* 14, Al-syed Arcade, Rashid Minhas Road, Gulshan-e-Iqbal, Karachi, Pakistan, *Kontakt:* Mr Zahid Saeed Choudhary, *E-mail:* Mechran_pk@hotmail.com, *Tel.:* + 92-21-4993689, *Mob.:* 92-3006356471, *Oferta:* maszyny do pakowania i rozlewnie

Firma: BP Kommunalnik OOO, *Adres:* 225311 Brestskaya obl., Baranovichskij r-n,d. Zvezdnoe, Republika Białoruś, *Kontakt:* Dyr. Polyak Gennadij Sergeevich, *E-mail:* pgsminsk@tut.by, *Tel/Fax:* +375 17 283 8156, *Język kontaktu:* rosyjski, *Oferta:* producent z 5 letnim stażem poszukuje inwestorów/partnerów do produkcji opakowań z kartonu i tektury falistej.

Firma: Riffat International, *Adres:* 27, Main Chambres, Shahrah-e-Liaquat, Karachi-74000, Pakistan, *Kontakt:* Ch. Ahmed Zia Kkathuria, *Tel.:* 92-21-2428934, 2424660, *Fax:* 92-21-2420217, *Oferta:* poszukuje dostawców tektury, pigmentów, barwników, chemikaliów

Warunki prenumeraty:

6 numerów w roku - 30,00 zł
dla osób fizycznych i nie zrzeszonych
w Krajowej Izbie Opakowań

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

BPH S.A. Oddział w Warszawie,
Nr konta: 80 1060 0076 0000 4010 2000 1985

**Biuletyn
Opakowaniowy**
dwumiesięcznik

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

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

