



Biuletyn Opakowaniowy

Polskiej Izby Opakowań

Rok 13, Numer 6, grudzień 2008 r.

ISSN 1734-4603

Cena 6,00 zł

*Panie i Panowie Prezesi i Dyrektorzy firm zrzeszonych w Polskiej Izbie Opakowań,
Drodzy Czytelnicy Biuletynu, Szanowne Koleżanki i Koledzy*

Okolicznościowe teksty, wbrew pozorom nie należą do łatwych. Tym bardziej jeśli przychodzi pisać je w czasie i okolicznościach pełnych znaków zapytania o przyszłość, która przed nami.

I chociaż takie wydarzenia, jak pożegnanie mijającego roku i powitanie nowego, łatwo zbyć rutynowymi życzeniami noworocznymi oraz podziękowaniami za rok miniony - to rozstaniu z rokiem 2008 i powitaniu 2009- towarzyszą szczególne okoliczności.

Nieoczekiwanie bowiem, dla naszego kraju i regionu, po w miarę udanym półroczu 2008 roku, stanęliśmy w obliczu kłopotów, w tym na rynku opakowań.

Rok 2008 - jego prawie 3 kwartały nie były złe dla naszej branży. Wg wstępnych ocen, w tym okresie odnotowaliśmy ok. 7% wzrost rynku opakowań. Wiele z firm miało pełne portfele zamówień. Działy handlu i marketingu budowały optymistyczne plany sprzedaży na rok 2009. Pierwsze sygnały zmniejszonego popytu, w szczególności od odbiorców opakowań dla wyrobów przemysłowych (motoryzacja, AGD), zaczęły napływać w połowie października i w listopadzie.

Nie ulega wątpliwości, iż zapowiada się czas trudny. O pierwszych ocenach i prognozach rozwoju tej niekorzystnej sytuacji piszemy w niniejszym numerze w artykule „Czas próby..” (str. 6).

Realne zatem i szczególnie potrzebne życzenia na Nowy Rok powinny zawierać nadzieję na pokonanie tego trudnego czasu, dodawać siłę i energię do poszukiwania rozwiązań - obniżających ewentualne straty.

Tak więc życzę Państwu dobrego zdrowia, pomysłowości i nadziei, że trudności będą nas omijać. A jeśli nas dotkną – to je pokonamy. Wiele bowiem zależy od nas samych. Choć sami nie jesteśmy – będąc członkami wielkiej rodziny, jaką stanowi Polska Izba Opakowań, dla której rok 2009 będzie 15-tym w jej historii.

Wiele - choć być może nie zdajemy sobie z tego sprawy - uczynić możemy, poszukując wspólnie skutecznych sposobów zmniejszenia skutków kryzysu, jako członkowie Polskiej Izby Opakowań.

Życzę wszelkiej pomysłowości, Do Siego Roku

*Prof. Stanisław Tkaczyk
Prezes Polskiej Izby Opakowań*

Bohdan Czerniawski, (COBRO)

Rozwój branży opakowań z tworzyw sztucznych w ujęciu wartościowym

Wprowadzenie

Jedynie dotychczas wykonane w COBRO badania rynku opakowań w Polsce w ujęciu wartościowym, były oparte na oszacowaniu w 1997 r, produkcji i zużycia oraz importu i eksportu opakowań w 4-ch branżach materiałowych (opakowań z papieru i tektury, tworzyw sztucznych, szkła i metalu). Oszacowania te wraz z informacjami uzupełniającymi zebranymi w roku 1998, wykorzystano przy prognozowaniu zużycia w kraju opakowań, w ujęciu zarówno ilościowym, jak i wartościowym w latach 1998-2005.[1]

W prognozie założono, że zapotrzebowanie na opakowania będzie wzrastać proporcjonalnie do wzrostu Produktu Krajowego Brutto (PKB), w sposób różnicowany w zależności od asortymentu.

Znalazło to swoje odbicie we wprowadzonych współczynnikach korekcyjnych, wynikających z obserwowanych tendencji rozwojowych.

Podkreślić warto, że na wyraźną zależność pomiędzy wartością dochodu narodowego, a wielkością zużycia opakowań, wskazywano wielokrotnie i zależność ta była między innymi przedstawiana, np. w statystykach ONZ.

Z uwagi na czasokres wykonywania pracy przyjęto wartości procentowego wskaźnika wzrostu PKB, zgodne z przewidywaniami Ministerstwa Gospodarki, dotyczącymi prognozy wzrostu wskaźnika PKB w latach 1998-2005. W prognozie tej zakładano stopniowy wzrost wskaźnika PKB od wartości 4,8 % w roku 1998, do poziomu 6,5 % w roku 2005.

Jak wiadomo rzeczywistość okazała się zupełnie inna. Prognozy wzrostu PKB nie potwierdziły się w rzeczywistości. Dotyczy to całego okresu 1999 – 2005. Najbardziej drastyczne różnice wystąpiły w latach 2001 – 2002, kiedy to tempo wzrostu PKB zamiast przewidywanego 6 %, osiągnęło odpowiednio zaledwie 1,1 oraz 1,4 %.

W przytoczonej pracy [1], mającej na celu określenie prognozy wartości zużytych opakowań według branż materiałowych, szereg pozycji ujęto w postaci zagregowanej, bez wyodrębniania rodzajów tworzyw w poszczególnych kierunkach zastosowań. Dotyczyło to głównie opakowań z tworzyw sztucznych.

Szybki rozwój branży opakowań z tworzyw sztucznych i związane z tym rozwojem zamierzenia inwestycyjne powodują, że licznym przedsiębiorstwom tej branży niezbędne są szczegółowe analizy marketingowe, w interesujących poszczególne przedsiębiorstwa segmentach rynku.

Cel i zakres pracy

Celem prezentowanej w niniejszej publikacji pracy było oszacowanie aktualnej i przewidywanej na najbliższe lata wartości krajowego rynku materiałów opakowaniowych i opakowań z tworzyw sztucznych, w szczegółowym rozbiciu asortymentowym. Analizą objęto okres 2006 – 2009.

W przeprowadzonej analizie w znacznym stopniu wykorzystano:

- ✓ szczegółowe dane w zakresie wielkości zużycia poszczególnych asortymentów materiałów opakowaniowych i opakowań z tworzyw sztucznych, w okresie w okresie 2001-2007, oszacowane w pracy COBRO [2] oraz przewidywany wzrost zużycia analizowanych asortymentów w dalszych latach,
- ✓ dostępne dane szczegółowe w zakresie kształtowania się cen tworzyw sztucznych, zarówno aktualne jak i z okresu wcześniejszego [3],
- ✓ dane dotyczące udziału kosztów przetwórstwa materiałów opakowaniowych oraz opakowań w kraju, w różnych technikach ich wytwarzania, w stosunku do cen tworzyw, z których zostały wykonane,
- ✓ uzyskane w ostatnim czasie dane z rynku zachodnioeuropejskiego, w zakresie wartości opakowań z tworzyw sztucznych, w podziale na opakowania giętkie oraz sztywne, począwszy od roku 2003 z prognozą do roku 2009 [4].

Przyjęta metodyka oceny rynku opakowań z tworzyw sztucznych

W analizie rynku opakowań z tworzyw sztucznych wykorzystywano zarówno podejście systemowe, jak też wywiady prowadzone z ekspertami oraz kształtowanie się sytuacji w krajach zachodnioeuropejskich.

W podejściu systemowym prognozowany wzrost zużycia opakowań szacowano na podstawie procentowego wzrostu Produktu Krajowego Brutto (PKB), skorygowanego współczynnikami korekcyjnymi, podobnie, jak to miało miejsce w powołanej wcześniej pracy COBRO. [1]

Z uwagi na okres realizacyjny, w stosunku do okresu minionego, możliwe było wykorzystanie faktycznie uzyskanego wskaźnika wzrostu PKB, a także dokonanie zmian w przypisanych poszczególnym asortymentom materiałów opakowaniowych i opakowań, współczynnikach korekcyjnych, bardziej odpowiadających rzeczywistości rozwojowi sytuacji.

Wartości procentowego wskaźnika wzrostu PKB, wykorzystane w prezentowanym opracowaniu.

Tabela 1

Rok	% wzrostu PKB uzyskany
2001	1,1
2002	1,4
2003	3,8
2004	5,3
2005	3,4
2006	5,8
2007	5,5*
2008	5,0*
2009	4,5*

* założony

Klasyfikację materiałów opakowaniowych i opakowań w tym zakresie oraz przypisane poszczególnym asortymentom współczynniki korekcyjne, różnicujące poziomy ich zużycia, przedstawiono w tabeli 2.

Kategorie opakowań i przypisane im współczynniki korekcyjne wykorzystywane przy szacowaniu zużycia opakowań.

Tabela 2

Kategoria opakowań	Tempo wzrostu zużycia opakowań w stosunku PKB	Współczynnik korekcyjny
a	szybsze	1,2
b	wprost proporcjonalne	1,0
c	wolniejsze	0,8
d	znacznie wolniejsze	0,6
e	malejące niezależnie od wzrostu PKB	*

* dla tej kategorii nie określono współczynnika korekcyjnego

Przy przypisywaniu współczynników korekcyjnych poszczególnym asortymentom materiałów opakowaniowych i opakowań, uwzględniano przede wszystkim:

- ♦ funkcjonalność opakowania i możliwość optymalnego zabezpieczenia jakości jak najszerszej gamy produktów,
- ♦ zużycie materiałowe i możliwość obniżenia tego zużycia,
- ♦ obciążenie, jakie stwarza opakowanie dla środowiska naturalnego nowoczesność i konkurencyjność, wyróżniające opakowanie wśród innych rozwiązań, wygoda i akceptacja użytkownika,
- ♦ przewidywania rozwojowe w odniesieniu do poszczególnych materiałów i opakowań w krajach zachodnioeuropejskich.

Do ekspertów, z którymi przeprowadzono wywiady w formie bezpośrednich konsultacji, należeli specjaliści

reprezentujący producentów materiałów opakowaniowych i opakowań z tworzyw sztucznych i ich przetwórców oraz krajowych i zagranicznych dostawców tworzyw sztucznych, wykorzystywanych w dziedzinie opakowań, a także specjalistyczne placówki badawcze.

Asortyment opakowań z tworzyw sztucznych brany pod uwagę w badaniach rynku

W wykonanej w ostatnich latach pracy COBRO [2], analizę krajowego rynku opakowań z tworzyw sztucznych określonego, w ujęciu ilościowym. Przeprowadzono w szczegółowym rozbiciu asortymentowym, uwzględniając cztery niżej wymienione segmenty tego rynku:

1. materiały i opakowania giętkie, zarówno z samych tworzyw sztucznych, jak i z udziałem tych tworzyw,
2. opakowania termoformowane z folii sztywnych,
3. opakowania formowane metodą rozdmuchu,
4. opakowania formowane metodą wtrysku.

Segment materiałów i opakowań giętkich z tworzyw sztucznych oraz z ich udziałem obejmował:

- ♦ folie i opakowania z folii z podstawowych odmian PE i orientowane folie polipropylenowe (OPP) i laminaty tych folii,
- ♦ wylewane folie polipropylenowe CPP (z angielskiego „cast”),
- ♦ folie termokurczliwe i rozciągliwe z PVC,
- ♦ folie z PET i laminaty z ich udziałem,
- ♦ laminaty oraz folie współwytłaczane z udziałem PA,
- ♦ termokurczliwe folie barierowe,
- ♦ laminaty folii Al z papierem z powłoką PE,
- ♦ folie Al z powłoką do zamknięć tzw. typu „easy open”,
- ♦ folie Al z powłoką termozgrzewalną do opakowań tzw. „blister pack”,
- ♦ folie z kompozytów poliolefin z surowcami mineralnymi,
- ♦ papier z powłoką z tworzyw sztucznych,
- ♦ tuby z folii wielowarstwowych,
- ♦ worki z tkanin z tasiemek poliolefinowych,
- ♦ kontenery elastyczne.

W segmencie opakowań z folii termoformalnych, sztywnych uwzględniono:

- ♦ kubki, pudełka oraz tacki z folii PS, OPS, PET i PP,

- ♦ opakowania formowane w systemie f.f.s. (formowanie z jednoczesnym napełnianiem i zamykaniem),
- ♦ termoformowane wkładki do pudełek tekturowych,
- ♦ opakowania „blister pack” do produktów farmaceutycznych,
- ♦ opakowania „blister pack” do wyrobów technicznych,
- ♦ tacki ze spienionego PS.

Segment opakowań formowanych metodą wytłaczania z rozdmuchem obejmował:

- ♦ beczki i bębny z PE,
- ♦ butelki z poliolefin,
- ♦ butelki z PET,
- ♦ butelki z PVC,
- ♦ kanistry z poliolefin,
- ♦ tuby z PE,

W segmencie opakowań formowanych metodą wtrysku uwzględniono:

- ♦ opakowania wytwarzane z PE-HD (głównie: skrzynki transportowe, wiadra, zamknięcia do opakowań wytłaczanych z rozdmuchem),
- ♦ opakowania wytwarzane z PP głównie, wiadra do produktów chemicznych np. farby emulsyjne, wiaderka do produktów spożywczych, skrzynki transportowe i magazynowe, pudełka i słoiki do produktów kosmetycznych, farmaceutycznych i chemii gospodarczej oraz zamknięcia do opakowań,
- ♦ opakowania wytwarzane z PS (głównie: pudełka, słoiki, do produktów kosmetycznych, farmaceutycznych i chemii gospodarczej).

W przytoczonym opracowaniu [2] zawarto dane określające ilościowe zużycie opakowań z tworzyw sztucznych, w okresie 2001- 2007 uwzględniające wyżej wymieniony asortyment tych opakowań.

Późniejszy okres wykonywania kolejnej pracy [3] stanowiącej podstawę niniejszej publikacji, umożliwił skorygowanie określonych wcześniej wielkości.

Dotyczy to w szczególności tej części analizowanego asortymentu, w której podstawę obliczeń było tempo wzrostu PKB.

W pracy tej wydłużono także okres analizy do roku 2009.

Przy uwzględnieniu wcześniej wymienionego asortymentu materiałów opakowaniowych i opakowań, w tym samym stopniu szczegółowości oszacowano wartość ich zużycia w latach 2006 – 2009.

Oszacowanie wartości zużywanych w kraju opakowań z tworzyw sztucznych, w latach 2006 – 2009

Ceny gotowych opakowań z tworzyw sztucznych są często trudne do uzyskania, a ponadto nie zawsze są w pełni miarodajne dla oszacowania wartości. Producenci czy też dystrybutorzy uzależniają ceny od wielkości zamówienia. Na pytanie o cenę proponują uprzednie złożenie zamówienia z określeniem zamawianych ilości. W przypadkach, w których udało się uzyskać wiarygodne dane cenowe obejmujące szerszy asortyment w określonej grupie wyrobów np. folii z tego samego tworzywa, o różnych grubościach, zostały one oczywiście uwzględnione.

Możliwe do uzyskania są natomiast informacje cenowe w zakresie tworzyw sztucznych, wykorzystywanych w produkcji opakowań.

Dlatego też w wielu przypadkach, w których nie uzyskano wiarygodnych danych dotyczących cen analizowanych asortymentów opakowaniowych, podstawę oszacowania wartości stanowił procentowy udział cen surowców w kosztach wytwarzania określonych wyrobów. Dla dokonania oszacowań w tym zakresie pomocna jest zarówno wiedza technologiczna w zakresie przetwórstwa tworzyw sztucznych, jak i informacje z przedsiębiorstw przemysłowych. Oczywiście uzyskiwane informacje wymagały szeregu konsultacji, w poszczególnych pozycjach oraz odpowiedniej ich weryfikacji.

W związku ze zmianami cen na przestrzeni roku, dla ustalenia cen tworzyw w roku 2006, przyjęto średnie ceny z poszczególnych miesięcy tego roku, korzystając z danych zawartych w portalu internetowym: w.w.w.eplastics.pl [4].

W wykazie przedstawionym w tym portalu brak jest cen PET, które przyjęto na podstawie podanych w czasopiśmie PIE Plastics Information Europe. [5]

We wszystkich analizowanych asortymentach ich wartość oszacowano w odniesieniu do materiałów i opakowań bez nadruku.

Koszt nadruku w zależności od wymaganej jakości, liczby kolorów i skali realizacji zamówienia jest tak zróżnicowany, że uwzględnienie średnich kosztów, prowadziłyby do znacznego zafałszowania wyników. Ponadto część analizowanych asortymentów opakowań nie jest poddawana drukowaniu.

Niektóre materiały i opakowania wytwarzane są z kilku rodzajów tworzyw, różniących się cenowo, jak to ma miejsce w przypadku folii PE, wytwarzanej z PE-LD, PE-LLD oraz PE-HD.

W takich przypadkach, przy określaniu wartości uwzględniano ceny każdego z tych tworzyw oraz procentowy udział określonych tworzyw w łącznym ich zużyciu.

Podobnie, jak to ma miejsce w przypadku analogicznych opracowań zagranicznych (np. studium europejskiego rynku opakowań [5], wykonane przez brytyjski Instytut PIRA), przy prognozowaniu wartości rynku opakowań w latach 2007 – 2009, za podstawę przyjęto stałe ceny z roku 2006.

Inaczej tego typu analiza byłaby bardzo skomplikowana, bądź wręcz niemożliwa do wykonania.

Trzeba bowiem wziąć pod uwagę, że jakkolwiek istnieją prognozy wzrostu cen tworzyw sztucznych, to trudno jest na ich podstawie prognozować ceny wytwarzanych z tych tworzyw wyrobów. Postęp w technologii wytwarzania opakowań oraz silna konkurencyjność tego rynku sprawiają, że producenci kompensują wzrost cen tworzyw np. poprzez wzrost wydajności, nie podwyższając cen wyrobów, w stopniu wynikającym ze wzrostu cen materiałowych.

Rekompensata ta zazwyczaj nie jest pełna, stąd wartość opakowań z tworzyw sztucznych w latach 2007 – 2009, będzie prawdopodobnie wyższa od podanej w tabeli 3.

Przy oszacowaniu wartości zużywanych w kraju opakowań z tworzyw sztucznych w latach 2006 – 2009, wykorzystano określoną ilościowo w wyniku uprzednio wykonanej pracy wielkość zużycia tych opakowań w poszczególnych latach. [3]

Wyniki przeprowadzonych obliczeń zawiera tabela 3.

W tabeli 3 podano też przyjęte w wykonanej analizie, średnie ceny za kilogram uwzględnionego asortymentu materiałów opakowaniowych i opakowań. W przypadkach wykorzystywania różnych rodzajów tworzyw różniących się cenowo, do wytwarzania analizowanego wyrobu, w tabeli podano założony procentowy ich udział, rodzajów, w analizowanym asortymencie wyrobów.

W tabeli 3 uwzględniono dodatkowo płyty polipropylenowe o strukturze tzw. komórkowej, zbliżonej do tektury falistej, o firmowej nazwie Tekpol, nie mieszczące się w uprzednio przyjętym układzie czterosegmentowym.

Po okresie pewnego zastoju płyty te w ostatnim czasie zaczęły ponownie zyskiwać na znaczeniu, skłaniając producenta, obecnie Nitroerg S.A., do zainwestowania w nowe urządzenie produkcyjne. W dążeniu do nie pominięcia rozwijającego się asortymentu materiałowego, wykorzystywanego przykładowo w postaci pojemników międzyoperacyjnych, w transporcie wewnątrz zakładowym, płyty te wprowadzono, dodatkowo, poza przyjętym wcześniej podziałem asortymentowym.

Podkreślić też należy, że w roku 2004 produkcję płyt poliolefinowych o strukturze kanalikowej, podjęła również inna krajowa firma to jest Geko – Kart w Tarnowskich Górach, wytwarzająca tego rodzaju płyty,

a także wyroby z tych płyt o firmowej nazwie kartonplast.

Wzrost zużycia materiałów opakowaniowych i opakowań z tworzyw sztucznych w okresie od roku 2006 z prognozą na lata 2007 – 2009, określony ich wartością.

Tabela 3

Rodzaj materiału lub opakowania	Udział w zużyciu (%)	Cena za kg PLN	2006	2007	2008	2009
			Wartość mln. (PLN)			
Folie i opakowania giętkie						
Folie PE, w tym: PE-LD PE-LLD PE-HD -	50,4 % 24,8 % 24,8 %	5,70 5,40 6,40	śr. 1285,689	śr. 1343,527	śr. 1397,317	śr. 1453,227
Folie OPP		6,44	210,459	227,268	245,428	265,070
Folie CPP		6,24	27,019	29,203	31,51	33,696
Worki z tasiemek z poliolefin		7,31	156,069	164,621	172,882	179,899
Kontenery elastyczne		14,48	84,853	89,486	93,975	98,174
Folie z PVC - termokurczliwe		6,50	31,850	31,850	29,250	29,250
Folie z PVC rozciągliwe		8,75	26,250	26,250	26,250	26,250
Folie z PET orientowane		7,80	27,300	29,484	31,824	34,398
Folie barierowe z udziałem PA		12,53	160,008	168,027	176,422	185,193
Folie barierowe termokurczliwe	30 % 70 %	43,7 30,0	śr. 111,880	śr. 115,292	śr. 118,703	śr. 122,114
Laminat Al/papier/PE		9,50	79,420	83,790	87,970	91,960
Folie Al z powłoką „easy open”		23,00	61,180	64,630	67,850	70,840
Folie Al. do „blister pack”		25,5	23,460	24,735	26,010	27,540
Kompozyty tw. szt. z surowcami mineralnymi		7,91	13,843	15,108	16,769	18,430
Tuby z folii wielowarstwowych		21,91	20,595	21,691	22,786	23,882
Opakowania giętkie			2299,280	2434,962	2544,946	2659,923
Opakowania termoformowane sztywne						
Kubki, tacki, pudełka PS PP PET	60 % 30 % 20 %	7,18 6,68 7,18	śr. 212,868	śr. 219,898	śr. 226,507	śr. 232,623
Opakowania formowane w systemie f.f.s.		7,18	34,320	36,187	37,982	39,705
Wkładki do pudełek		7,18	35,613	38,269	40,208	42,003
Opakowania do tłuszczów		6,68	84,836	89,512	93,988	98,196
Opakowania „blister pack” farmaceutyczne z powłoką PVDC	30 % 70 %	14,92 7,90	śr. 59,035	śr. 62,837	śr. 64,939	śr. 67,840
Opakowania „blister pack” techniczne		7,18	26,063	27,499	28,864	30,156
Tacki z EPS		12,01	45,158	48,160	51,283	54,045
Opakowania termoformowane. razem			497,893	522,362	543,771	564,568

Cd. Tabeli 3

Opakowania formowane przez rozdmuch						
Kanistry z poliolefin		8,53	104,322	111,231	117,885	123,770
Butelki z poliolefin		9,10	461,188	491,582	521,066	547,092
Tuby z poliolefin		9,06	24,190	25,277	26,274	27,180
Butelki z PVC		6,50	1,950	1,950	1,300	0,650
Butelki z PET		8,12	1171,472	1248,775	1323,641	1389,819
Beczki i bębny z poliolefin		7,62	12,573	12,954	13,335	13,716
Opakowania formowane rozdmuchem razem			775,695	1891,769	2003,501	2102,227
Opakowania formowane wtryskowo						
Wiadra i inne pojemniki z PP		7,13	155,505	165,773	175,683	183,598
Wiadra z PE-HD		7,93	15,860	15,860	15,860	15,860
Skrzynki z poliolefin		6,50	101,100	105,625	110,890	115,895
Wiaderka, pudełka „łódeczki”, tacki z PP		11,30	105,542	112,548	119,328	124,752
Pudełka do kosmetyków z PS		9,56	66,155	62,905	47,991	40,726
Pudełka do kosmetyków z PP		9,00	133,560	147,420	162,810	179,010
Zamknięcia z PE-HD oraz z PP			śr. 259,522	śr. 276,052	śr. 292,122	śr. 307,150
Opakowania formowane wtryskowo razem			836,244	886,183	914,684	966,991
Cztery segmenty łącznie			5409,112	5735,276	6006,902	6293,709
Płyty z PP strukturze komórkowej*		6,83	8,879	20,490	21,515	22,470

* wartość produkcji Zakładów Nitroerg SA

Podsumowanie

Dla podsumowania oszacowania zużycia materiałów opakowaniowych i opakowań z tworzyw sztucznych, określonego ich wartością, w tabeli 4 podano przeliczenie tej wartości na jednego mieszkańca.

Oszacowanie wartości materiałów opakowaniowych i opakowań z tworzyw sztucznych zużytych w kraju w roku 2006 z przewidywaną w roku 2009, w przeliczeniu na mieszkańca.

Tabela 4

Wartość	2006		2009	
	Udział	PLN/ mieszkańca	Udział	PLN/ mieszkańca
Materiały i opakowania z tworzyw sztucznych/ mieszkańca		140,9		163,9
Procentowy udział opakowań giętkich	42,5 %		42,3 %	
Procentowy udział opakowań sztywnych	57,5 %		57,7 %	

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 4, udział opakowań sztywnych w łącznej wartości opakowań z tworzyw sztucznych jest w kraju wyraźnie wyższy w porównaniu z wartością opakowań giętkich, podobnie jak to ma miejsce w krajach zachodnioeuropejskich.

Należy przypomnieć, że oszacowania dla lat 2007 – 2009 wykonano przy założeniu stałych cen materiałów i opakowań z tworzyw sztucznych, w stosunku do roku 2006.

Jak wcześniej zaznaczono ceny tworzyw sztucznych wykazują stałą tendencję wzrostową.

Postęp w technologii wytwarzania opakowań oraz silna konkurencyjność tego rynku sprawiają jednak, że producenci starają się kompensować wzrost cen tworzyw np. poprzez wzrost wydajności, nie podwyższając cen wyrobów, w stopniu wynikającym ze wzrostu cen materiałowych.

Rekompensata ta zazwyczaj nie jest pełna, stąd wartość opakowań z tworzyw sztucznych wykorzystanych przez jednego mieszkańca, będzie prawdopodobnie wyższa, niż wynikałoby to z podanej w tabeli 4.

Literatura

1. B. Grabowska, S. Jakowski, Rynek materiałów opakowaniowych i opakowań w Polsce - Analiza stanu obecnego oraz prognoza wartości zużycia poszczególnych asortymentów materiałów opakowaniowych i opakowań w latach 2001-2005, COBRO, Warszawa, 2001
2. B. Czerniawski, Stan aktualny, perspektywy i prognoza rozwoju branży opakowań z tworzyw sztucznych, COBRO, Warszawa, 2004
3. B. Czerniawski Stan aktualny i prognoza rozwoju branży opakowań z tworzyw sztucznych w ujęciu wartościowym, COBRO, Warszawa, 2006
4. Plastics on line www.eplastics.pl, strona internetowa czasopisma Plastics Review
5. The future of global packaging, Report Pira International Ltd., Leatherhead, Surrey (UK), 2005
6. PIE, Plastics Information Europe, 11 January 2007, Vol. 31 No 723

Z życia Polskiej Izby Opakowań

Czas próby

Przedsiębiorcy branży opakowań wobec wyzwań, jakie niesie kryzys finansowy

Każdy dzień przynosi nowe informacje o skali i możliwych następstwach światowego kryzysu finansowego. Nie ma już pytań - czy kryzys ten dotknie polską gospodarkę?

Odpowiedź już znamy. Tak- dotknie. Dzisiaj poszukujemy odpowiedzi na pytania: o to, w jakim stopniu i gdzie odczuwamy najbardziej dotkliwie skutki kryzysu oraz co powinniśmy i możemy uczynić, aby zminimalizować stopień i obszar destrukcji wywołanej kryzysem?

Autorami tych pytań, poza najbardziej zainteresowanymi - a więc przedsiębiorcami, są: rząd i jego agendy oraz organizacje pozarządowe zrzeszające przedsiębiorców i działające w ich interesie.

Pytania te stanowią treść wielu ankiet i projektów badawczych. Jedną z takich ankiet w pierwszych dniach grudnia skierowała do przedsiębiorców Gazeta Wyborcza wspólnie z Krajową Izbą Gospodarczą.

Polska Izba Opakowań - rozpowszechniając tę ankietę wśród swoich członków - uzupełniła zawarte w niej pytania, o wskazanie działań, jakie Izba powinna podjąć dla zainicjowania społecznego ruchu wzajemnego wsparcia przedsiębiorców w walce z recesją.

Nie dysponujemy jeszcze pełnymi wynikami wspomnianych badań. Jednak z uzyskanych opinii rysuje się wstępny obraz sytuacji i czekających zagrożeń.

Prawie 85 % przedsiębiorców, spodziewa się, że pogorszenie sytuacji gospodarczej w kraju wpłynie na „prowadzony przez nich biznes”.

Bardziej optymistycznie - na tym etapie kryzysu - wygląda ocena praktyki kredytowej banków. Na pytanie „czy spotkał się Pan/Pani z odmową udzielenia kredytu bankowego w ciągu ostatnich kilku miesięcy?”, 70% respondentów udzieliło negatywnej odpowiedzi.

Najbardziej – w nowej sytuacji - zdaniem 84% badanych, negatywnie na prowadzony biznes wpłynęły wahania kursu złotego.

Pierwsze miesiące kryzysu, spowodowały zauważalny spadek popytu na towary i usługi. Ze zjawiskiem takim spotkało się 68% badanych, 32 % nie odczuło takiego zjawiska.

Bardzo interesująco (i chyba optymistycznie) rozkładają się odpowiedzi na pytanie: „Czy planujesz w najbliższym czasie zwolnienia pracowników lub ograniczenie inwestycji ?” 24% zapowiedziało zwolnienia; 38% nie przewiduje zwolnień, zaś 38% zmniejszy inwestycje.

Na pytanie „czy i w jaki sposób zabezpieczasz się przed możliwym pogorszeniem sytuacji gospodarczej w kraju i na świecie?”- 70% ankietowanych odpowiedziało twierdząco. To bardzo optymistyczny wynik- oznacza bowiem, iż większość nie zamierza „poddawać się” kryzysowi.

Tym bardziej potrzebne, będą działania rządu i organizacji pozarządowych, mające na celu wspieranie przedsiębiorców w ich determinacji co do przeciwstawiania się sytuacji spowodowanej kryzysem.

Czego zatem oczekują przedsiębiorcy od rządu ? Jakich działań ? Trzeba stwierdzić, iż komentarza w tej sprawie udzieliło zaledwie 50% badanych, 20% stwierdziło iż nie ma w tej sprawie zadania, zaś konkretne oczekiwania sformułowało 30% respondentów. Tak duży odsetek badanych, nie wypowiadających się w tej kwestii - może świadczyć o braku wiary w to, iż rząd mógłby coś zrobić aby wspomóc przedsiębiorców w związku z zaistniałą sytuacją gospodarczą.

Zaś Ci, którzy wierzą w działania rządu proponują:

1. Uprościć i poprawić prawo (w tym podatkowe) oraz jego stosowanie.
2. Obniżyć podatki i para podatki (ZUS, itp.), zadbać o konkurencyjność polskiej gospodarki, wyeliminować nierówności podmiotów (np. system KRUS nie powinien dotyczyć dochodowych gospodarstw i osób prowadzących inną działalność).
3. Zredukować wydatki biurokracji.
4. Lepiej wykorzystywać środki unijne (uproszczyć procedury, lepiej obsługiwać beneficjentów i firmy aplikujące).
5. Wyeliminować przywileje korporacyjne (np. prawnicy) i koncesje, uznaniowość decyzji itp.
6. Umożliwienie 100% amortyzacji inwestycji z chwilą poniesienia wydatków - działanie proinwestycyjne, korzystne dla gospodarki w czasie recesji.
7. Faktura powinna stawać się przychodem dla sprzedającego, a kosztem dla kontrahenta i VAT do zapłacenia/odliczenia dopiero z chwilą jej rozliczenia (zapłata, barter, kompensata).
8. Utrudnić podważanie wybranych przez strony formy współpracy (samozatrudnienie, umowa zlecenie itp.), nawet na drodze sądowej - obecnie sądy często idą na rękę osobie, która podpisywała umowy zlecenia, a po jakimś czasie twierdzi, wbrew dokumentom, że była to umowa o pracę.
9. Jak najszybciej wejść do strefy euro.
10. Wpłynąć na zahamowanie patologii w dziedzinie gospodarki odpadami, a szczególnie tzw. handlu dokumentami potwierdzającymi odzysk i recykling, które nie mają pokrycia w rzeczywistości.

Ponadto, respondenci zwracają uwagę na następujące sprawy:

- ◆ Brak przedstawicieli samorządu gospodarczego reprezentujących poszczególne branże gospodarki w strukturze parlamentu polskiego, skutecznie uniemożliwiają pragmatyczne postrzeganie obecnej sytuacji i jej perspektyw rozwoju.

- ◆ Preferencje dla biznesu polskiego w okresie minionym i w perspektywie czasu, mogłyby skutecznie (pozytywnie) rzutować na obecną sytuację.
- ◆ Szerokie rozumienie kondycji polskich firm powinno skutecznie zapobiegać lub minimalizować skutki zewnętrznych zawirowań ekonomicznych czy finansowych.
- ◆ Wdrożenie programu „Przyjazne Państwo” pozwoli osiągnąć efekty stabilnej gospodarki i bezpieczeństwa zatrudnionych kadr.
- ◆ Narzędzia finansowe, ekonomiczne, planowanie rozwoju muszą być silnie połączone z codziennym życiem gospodarczym firm i uwzględniać realia w jakich funkcjonują.

Zaś od swojej organizacji samorządu gospodarczego - Polskiej Izby Opakowań – respondenci oczekują następujących działań:

- ◆ Polska Izba Opakowań, jako organizacja samorządu gospodarczego wraz z Krajową Izbą Gospodarczą i Terytorialnymi Samorządami Gospodarczymi mogłyby stworzyć doraźną ocenę potencjału produkcyjnego i handlowego firm branży opakowań dotyczącą planowanej produkcji i potrzeb handlowych.
- ◆ Opracować program wzajemnego wsparcia w walce ze skutkami recesji na podstawie opinii zainteresowanych stron. Celowym byłoby zorganizowanie spotkania poświęconego opracowaniu i przyjęciu do realizacji takiego programu
- ◆ Jednym z ważnych działań ujętych w tym programie byłoby zaktywizowanie „rynku wewnętrznego”. Warto, aby członkowie Izby preferowali w swojej działalności zakup wyrobów i usług u członków Izby (np. opakowania do pakowania swoich produktów).

Wyniki ankiety potwierdzają celowość i potrzebę podjęcia przez Izbę problematyki „przemysłu opakowań w warunkach kryzysu”.

Zgodnie z ustaleniami Rady Izby z 26 listopada br., do połowy stycznia 2009 r., zostanie opracowany projekt programu wsparcia przedsiębiorców w warunkach kryzysu.

Program ten będzie przedmiotem dyskusji na posiedzeniu Rady Izby w dniu 18 lutego 2009 r. Po uzupełnieniu, będzie przedmiotem dyskusji „Okrągłego Stołu” w dniu 11 marca 2009 r., zorganizowanego w trakcie I Lubelskich Targów Opakowań.

Sposoby realizacji tego programu i wynikających z niego zadań dla Polskiej Izby Opakowań będą także tematem dyskusji podczas dorocznego Walnego

Zgromadzenia Członków Polskiej Izby Opakowań w dniu 25 marca 2009 r.

Zaprezentowany kalendarz dyskusji nad tym ważnym problemem nie oznacza, iż dopiero po 25 marca podjęte zostaną konkretne działania.

W tym przypadku czas jest czynnikiem decydującym. Powinny zatem debacie, towarzyszyć również konkretne działania. O propozycje takich działań apeluje kierownictwo Polskiej Izby Opakowań do wszystkich, którzy w tej ważnej sprawie mogą cokolwiek uczynić.

Z pewnością, nie tylko nasza Izba, ale także inne organizacje pracodawców i samorządu gospodarczego, zastanowią się, jak uhonorować bohaterów tego trudnego okresu, tj. firm, które mimo istniejących i czekających ich trudności, wykażą, iż w pełni zasługują na miano społecznie odpowiedzialnej firmy. (W.W.)

MISJE GOSPODARCZO- PROMOCYJNE

skuteczną formą rozpoznania rynku i pozyskiwania klientów

Doświadczenia minionych 5 lat działalności Polskiej Izby Opakowań na rzecz wspierania obecności polskich przedsiębiorców na rynkach zagranicznych, wskazują na wysoką efektywność misji gospodarczo-promocyjnych na targi i wystawy opakowaniowe – jako sposobu rozpoznania nowych rynków.

W okresie tym Izba była organizatorem 26 misji, w których wzięło udział 276 przedsiębiorców, reprezentujących 132 firmy.

Rezultaty tych przedsięwzięć – to ponad 100 zawartych kontraktów i porozumień dotyczących eksportu, utworzenia przedstawicielstw handlowych, uruchomienia filii i oddziałów zamiejscowych. Rezultaty misji zaowocowały znaczącym wzrostem eksportu. Dobrym przykładem mogą służyć firmy – weterani misji: PAKMAR, PACKPROFIL, FH SORT, Huta Szkła CZECHY, EXTREM, COFFEE-SERVICE i wiele innych.

Najlepszymi rezultatami w zakresie wykorzystania misji gospodarczych na rzecz rozwoju eksportu może wykazać się Spółka PAKMAR – dwukrotny zdobywca tytułu „Wybitny Eksporter Roku” oraz Pucharu Eksporterów Polskich.

Na czym polega skuteczność i wysoka efektywność misji, jako metody pozyskiwania nowych rynków ?

Przed wszystkim na niskich kosztach w stosunku do potencjalnych i rzeczywiście uzyskanych korzyści.

Udział w misji, to wydatek odpowiadający 8 – 10% kosztów samodzielnego uczestnictwa w wystawie lub

targach, przy uzyskaniu praktycznie tych samych rezultatów.

Jest to możliwe dzięki temu, iż uczestnicy misji mają do dyspozycji własne stoisko informacyjno-promocyjne, które stanowi miejsce kontaktów, prezentacji literatury firmowej oraz próbek i modeli oferowanych wyrobów. Dodatkowo, firma może skorzystać z możliwości prezentacji swojej oferty w ramach specjalnie organizowanych sesji promocyjnych. Z reguły oferty firm zamieszczane są w katalogach wystaw. Uczestnicy misji, poza zgłoszeniem uczestnictwa, nie muszą załatwiać żadnych formalności związanych z wizami, ubezpieczeniem, zakwaterowaniem, transportem, kosztami wstępu itp.

Średni koszt uczestnictwa jednej osoby w trzydniowej misji wynosi od 1500 zł do 3300 zł w zależności od kraju, czasu trwania misji, programu i środków transportu. Na przykład ok. 4 tys. zł wynosił koszt misji do Armenii, w tym koszty przelotu 2400 zł.

Co decyduje o niskich stosunkowo kosztach uczestnictwa w misji ?

Decydującym jest fakt, iż Polska Izba Opakowań bardzo blisko współpracuje od lat z organizatorami targów i wystaw opakowaniowych za granicą. Jest szanowanym i budzącym zaufanie partnerem. Dzięki temu – organizatorzy wystaw na preferencyjnych warunkach zapewniają stoiska promocyjne, wpisy do Katalogu, karty wstępu, katalogi itp.

Warunki takie od lat zapewniają Polskiej Izbie Opakowań: Moskiewski Holding Wystawowy (MVK) – organizator Wystawy ROSUPAK, Centrum Wystawowe EXPOFORUM w Mińsku – organizator wystawy MIR UPAKOVKI, Międzynarodowe Targi Kijowskie – organizator wystawy PACK EXPO, Europejskie Centrum Wystawowe BVV Veletrhy Brno – organizator targów EMBAX PRINT, Centrum wystawowe MOŁDEXPO w Kiszyniowie – organizator wystawy PACKAGING DEPOT.

Podobne warunki oferuje Izbie Fira Barcelona – organizator Targów HISPAC 2009.

W kontaktach tych dużego wsparcia udzielają nam Międzynarodowe Targi Poznańskie – Członek Polskiej Izby Opakowań, poprzez własne kontakty z wymienionymi, zagranicznymi organizatorami targów.

Nie bez znaczenia jest fakt, iż Izba, jako organizator misji – nie traktuje tych przedsięwzięć jako źródła dochodu. Stosujemy tutaj zasadę działalności „non for profit”. Jedynie firmy nie zrzeszone w Izbie obciążane są nieco wyższymi kosztami (ok. 10 – 15%), co stanowi dla Izby rekompensatę poniesionych kosztów, związanych z organizacją misji.

Zachęcamy zatem firmy, które dotychczas nie korzystały z tej formy zaistnienia na rynkach zagra-

nicznych, do uczestnictwa w misjach gospodarczo-promocyjnych i biznesowych organizowanych przez Polską Izbę Opakowań w 2009 roku z okazji zagranicznych targów i wystaw opakowaniowych.

Nizej, program misji na 2009 r.

Kalendarz misji gospodarczo-promocyjnych Polskiej Izby Opakowań na targi i wystawy opakowaniowe w 2009 roku

Lp	Nazwa targów / miejsce	Termin	Organizator	Termin nadsyłania zgłoszeń	Wstęp- ny koszt (PLN)
1.	PACK EXPO/ PROD EXPO - Kijów	24 – 27.02.	Międzynarodo- we Targi Kijowskie	30.12.2008	2.500
2.	HISPAC/ Barcelona	11 - 15.05	Fira Barcelona	20.02.2009	3.100
3..	EMBAX PRINT - Brno	19 – 22.05	Veletrhy Brnop	20.02.2009	1.800
4.	PACKAGING FOOD & DRINK - Kiszyniów	20 - 24.05	Moldexpo	20.02.2009	2.800
5.	ALL PACK/ INDAGRA FOOD - Bukareszt	20 – 23.05	Romexpo	20.02.2009	2.500
6.	ROSUPAK - Moskwa	15 – 19.06	MVK Moskwa	02.03.2009	2.800
7.	RIGA FOOD - Ryga	9 – 12 09.	International Exhibition Company BTI	31.05.2009	2.000
8.	MIR UPAKOVKI - Mińsk	30.09 – 2.10.	Expoforum	31.05.2009	2.100
9.	Forum Opakowaniowe - Erewań	12- 15.10.	Armenpak	30.06.2009	3.100

HISPAC & Bta

Hiszpańskie targi opakowań i technologii żywności 11 – 15 maja 2009 Barcelona

Fira de Barcelona i Polska Izba Opakowań zapraszają do udziału w 14 edycji Międzynarodowych Targów Opakowań HISPAC 2009 – organizowanych w Centrum Wystawienniczym Grand Via w Barcelonie.

Na targach tych (organizowanych co 3 lata) prezentowane będą:

- maszyny i urządzenia pakujące oraz do produkcji opakowań,
- surowce i materiały do wyrobu opakowań i pakowania,
- maszyny do druku kodów kreskowych i etykiet,
- materiały pomocnicze.

Targom towarzyszyć będą:

- ✓ Konferencje i seminaria branżowe, w tym seminarium: „Polski przemysł i rynek opakowań”.

- ✓ Spotkania i dyskusje na temat najnowszych osiągnięć w dziedzinie opakowalnictwa.
- ✓ Cykl wystaw „Pakowanie. Historia i kultura przemysłu opakowaniowego”.

Polska Izba Opakowań zamierza zorganizować zbiorowe stoisko oraz dla tych firm, które nie zamierzają się wystawiać – misję biznesową.

Uczestnicy misji mieć będą do dyspozycji stoisko informacyjno - promocyjne.

Zainteresowanych uczestnictwem w misji prosimy o kontakt z Biurem Polskiej Izby Opakowań:

e-mail: biuro@pio.org.pl,

fax: (22) 8422303,

Tel.: (22) 8422011, 6518394.

Więcej o Hispack na stronie www.hispack.com

Witamy w gronie członków Polskiej Izby Opakowań

Mijający rok zaowocował powiększeniem grona członków Izby o 8 firm. W marcu deklaracje członkowskie złożyły: NEPTUN PPHU Export- Import Sp. J. AGM Żurawscy z Torunia oraz spółka VERI SERVICE ZĘBIEC z Iłży. W maju spółka GTX HANEX PLASTIC z Dąbrowy Górniczej.

W październiku - jako pokłosie „Dnia Opakowań”- firmy: Innovia Films z Poznania, MOTYL P.H.U. z Warszawy oraz Lindab - Astron z Łomianek.

W listopadzie spółki: YANKO z Rzeszowa oraz Sanex z Łowic. Obie z woj. podkarpackiego. W dzisiejszym numerze Biuletynu prezentujemy sylwetki firm: Lindab - Astron, Sanex i Yanko.

Wszystkim tegorocznym członkom Izby życzymy samych korzyści z faktu przynależności do naszej organizacji oraz Do Siego Roku.

Lindab-Astron Sp. z o.o.

Lindab-Astron jest największym Europejskim producentem budynków stalowych z ponad 40 letnim doświadczeniem. Łączna powierzchnia dostarczanych przez nas budynków przekroczyła już 40 mln m².

EUROPEJSKI LIDER W ZAKRESIE PREFABRYKOWANYCH HAL STALOWYCH

Firma Lindab-Astron jest Europejskim liderem w zakresie prefabrykowanych budynków stalowych. Firma zajmuje się projektowaniem i produkcją budynków o przeznaczeniu: przemysłowym, handlowym, komercyjnym, sportowym itp.

Firma działa na terenie całej Europy i od ponad 40 lat dostarcza swoje produkty w tej samej wysokiej jakości oraz krótkim terminie, niezależnie od lokalizacji.

System Astron pozwala na tworzenie indywidualnych projektów dla każdego klienta zgodnie z jego wymaganiami zachowując przy tym:

- optymalne wykorzystanie przestrzeni przy niewielkiej liczbie słupów wewnętrznych lub całkowicie bez nich,
- możliwości stworzenia atrakcyjnych projektów architektonicznych dzięki dużej swobodzie w kształtowaniu konstrukcji stalowych,
- wysoką jakość produktu zgodnie z certyfikatem jakości ISO 9001:2000,
- krótki czas realizacji: nasze prefabrykowane systemy znacznie skracają czas budowy obiektu w porównaniu z tradycyjnymi metodami,
- jednego dostawcę: firma Lindab-Astron produkuje samodzielnie cały budynek,
- łatwość utrzymania dzięki niskim kosztom konserwacji,
- oszczędność energii, wysoką skuteczność izolacji cieplnej,
- wewnętrzny komfort,
- produkt przyjazny dla środowiska,
- najlepszy wskaźnik jakości do ceny.

Dzięki rozbudowanej sieci Autoryzowanych Przedstawicieli Lindab-Astron może zaoferować usługę „pod klucz”, polegającą na zaprojektowaniu i realizacji kompletnej inwestycji, przy udziale 400 lokalnych firm partnerskich - jest to największa tego typu sieć w Europie.

Swoim ponad 40 letnim doświadczeniem nasza firma służy inwestorom już w bardzo wstępnym stadium planowania inwestycji. W krótkim czasie jesteśmy w stanie przedstawić optymalne rozwiązanie zarówno pod względem kosztów, jak też funkcjonalności. W szczególności Lindab-Astron oferuje swoje usługi firmom zrzeszonym w Polskiej Izbie Opakowań.

Zapraszamy do wizyty na naszej stronie internetowej www.astron.biz na której znajduje się znacznie więcej informacji.

Dane kontaktowe:

Lindab-Astron Sp. z o.o.

ul. Kolejowa 311, Sadowa, PL-05-092 Łomianki

Tel.: (+48 22) 489 88 91, Fax: (+48 22) 489 88 98

www.astron.biz



O działalności firmy i jej ofercie handlowej mówi prezes zarządu pan Tadeusz Trelka:

Firma SANEX Sp. z o.o. w Łowcach jest jedną z większych firm zajmujących się logistyczną obsługą opakowaniową parków paletowych klientów oraz produkcją opakowań drewnianych i papierowych (torebki, płyta plaster miodu).

Produkcja palet stała się bazą do projektów firmy związanych z logistyką opakowań. Od ponad 8 lat świadczymy usługi w firmach, które paletyzują swoje wyroby. Dysponujemy własnymi środkami transportu (spedycja) – ustalamy salda palet, a po upływie określonego terminu sami przywozimy palety dostarczone do klienta pod towarem. Zwrócone palety sortujemy: te w dobrym stanie idą znów pod produkcję, uszkodzone do remontu. Cała obsługa jest prowadzona w oparciu o własny sprzęt (wózki widłowe, ładowarki) oraz kadrę pracowniczą (magazynierzy).

Jesteśmy również znanym i uznanym producentem palet EPAL (posiadamy licencję na produkcję i remont palet EPAL). Jakość naszych wyrobów spełnia wymagania europejskich producentów artykułów spożywczych i lekarstw. Nasze towary znalazły zbyt m.in. w firmach z Węgier, Niemiec, Austrii, Holandii, Włoch, Czech, Słowacji, Słowenii, Finlandii. Dzięki ich rekomendacjom pozyskujemy nowych kontrahentów.

Rozszerzając asortyment towarowo – usługowy od 2006 firma SANEX Sp. z o.o. w Łowcach produkuje tekturę o strukturze plastra miodu, a od 2008 r. ekologiczne torebki papierowe.

Tektura o strukturze plastra miodu jest cenową i ekologiczną alternatywą dla opakowań z drewna i tworzyw sztucznych takich jak styropian czy folia. O jej atrakcyjności decyduje duża wytrzymałość przy zachowaniu niskiej wagi, wynikającej z sześciobocznej budowy przestrzenne.

Palety z tektury o strukturze plastra miodu. Produkt ten jest alternatywą ekonomiczną oraz ekologiczną dla palet drewnianych i plastikowych. Cechuje go lekkość, wytrzymałość i możliwość dostosowania do każdej potrzeby klienta. Podstawowym elementem palety jest płyta, której rdzeniem jest tektura o strukturze plastra miodu; daje to efekt sztywności i dużej nośności przy małej wadze.

Palety te dostępne są w wielu typach: od standardowych po nietypowe, skrzyniowe, z otworami i

według indywidualnych zamówień klienta co niewątpliwie stanowi ich największą zaletę.

Nasze palety zostały poddane badaniom wytrzymałościowym przeprowadzonym przez akredytowane laboratorium: Instytut Celulozowo-Papierniczy Laboratorium Jakości Papieru w Łodzi i przeszły je z wynikiem pozytywnym co potwierdzają raporty z badań. Decyzją Urzędu Patentowego z dnia 2008-04-29 udzielono na rzecz naszego wyrobu „Paleta z tektury” prawa ochronnego nr W-116329.

Kątowniki tekturowe ochronne. Tego typu produkty są wykorzystywane do zabezpieczania towaru na palecie. Usztywniają cały ładunek i znakomicie chronią przed uszkodzeniem krawędzi, naroży i brzegów towaru. Mają zastosowanie w miejscach, w których występuje ryzyko przetarcia lub przzerwiania taśmy lub folii oraz uniemożliwiają przesuwanie towaru podczas transportu, zapewniając mu stabilność i dając pewność dostarczenia towaru bez uszkodzeń na miejsce.

Torby papierowe. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom naszych klientów oraz trendom na rynku rozszerzyliśmy zakres działalności o produkcję różnego rodzaju i rozmiarze toreb papierowych (z nadrukiem lub bez, jedno i dwuwarstwowych, z uchwytami i bez). Nasze torby papierowe charakteryzują się starannym wykonaniem oraz precyzją druku i przygotowania. Realizując zamówienia, uwzględniamy indywidualne sugestie naszych klientów. Dostosowujemy się również do bieżących wymagań rynku oraz panującej mody. Eleganckie i nowoczesne, a przede wszystkim przyjazne dla środowiska opakowania, które podnoszą wartość każdego towaru, jednocześnie mogą spełniać rolę wizytówki firmy lub produktu .

Dane kontaktowe:

SANEX Sp. z o. o.

37-554 ŁOWCE 115

tel. +48/16 628 28 77, fax. +48/16 622 28 38

www.sanex-lowce.pl; e-mail: sanex@post.pl

YANKO Sp. z o.o.



Yanko Sp. z o. o. została założona w 1990 r. i na początku swojej działalności zajmowała się handlem zagranicznym – głównie między Polską i Węgrami. Przedmiotem transakcji były różne towary, w tym od jesieni 1991 r. także opakowania: polistyrenowe kubki do lodów, folia BOPP, woreczki foliowe z nadrukiem fleksograficznym.

Po zdobyciu na rynku polskim klientów zastąpiono import własną produkcją. W lutym 1995 r. powstały pierwsze woreczki foliowe z nadrukiem, całkowicie wyprodukowane w naszej spółce. Stały się one specjalnością firmy i są jej czołowym produktem do dziś.

Od 1996 r. rozpoczęto produkcję giętkich opakowań papierowych z nadrukiem fleksograficznym: torebek fałdowych oraz papierów pakowych w arkuszach i rollkach. W następnych latach rozbudowano studio graficzne oraz rozpoczęto wytwarzanie matryc fotopolimerowych.

Yanko Sp. z o.o. zatrudnia 95 wysoko wykwalifikowanych pracowników, którzy posługując się najnowocześniejszą technologią wytwarzają szereg rodzajów opakowań giętkich z folii i papieru. Są to między innymi:

- taśmy z folii BOPP, CPP, PE, PET, OPA, PAPE zadrukowane techniką fleksograficzną do 8 kolorów na bezzębtkowych maszynach w technice sleeve do automatów pakujących,
- laminaty w technologii bezrozpuszczalnikowej z ww. folii z nadrukiem międzywarstwowym do 8 kolorów,
- woreczki foliowe z zawieszka typu euro do pakowania artykułów spożywczych i przemysłowych nagrodzone Złotym Medalem Międzynarodowych Targów Poznańskich w 2003 r.,
- woreczki z folii barierowych do pakowania żywności metoda próżniową lub w atmosferze zmodyfikowanej,
- woreczki foliowe do pakowania chleba, konfekcji, wydawnictw itp.
- torebki papierowe fałdowe oraz papiery pakowe z nadrukiem fleksograficznym.

Klientami spółki są przedsiębiorstwa z całego kraju, a ok. 20% wytworzonych opakowań trafia za granicę m.in. do: Niemiec, Rosji, Czech, Austrii, Francji, Rumunii, Włoch oraz na Litwę i Węgry.

W latach 2005-2008 Yanko Sp. z o.o. dwukrotnie otrzymała dofinansowanie z funduszy Unii Europejskiej w ramach SPO WKP 2.3 oraz 2.2.1 zwiększając dzięki temu swoją konkurencyjność na rynku polskim i międzynarodowym, zwłaszcza dzięki zastosowaniu najnowocześniejszych i innowacyjnych technik nadruku fleksograficznego.

Poprawiły się również aspekty środowiskowe działalności spółki poprzez instalację dopalacza katalicznego rozpuszczalników, komputerowej mieszalni farb oraz destylarki, które ograniczają lub całkowicie eliminują (dopalacz) emisję szkodliwych substancji organicznych.

W ostatnich latach Yanko Sp. z o.o. bardzo dynamicznie się rozwija. Planowana jest budowa drugiego zakładu w Rogoźnicy koło Rzeszowa na terenie Podkarpackiego Parku Naukowo-Technologicznego, objętego Specjalną Strefą Ekonomiczną „EUROPARK – MIELEC”.

Dane kontaktowe: YANKO Sp. z o.o.

35-205 Rzeszów, ul. Torowa 8,
Tel./Fax: (17) 8636171, 8636204,
www.yanko.com.pl,
e-mail: yankorzyszow@pro.onet.pl

„Gazete” w Polskiej Izbie Opakowań

Do Pulsu Biznesu z dnia 15 grudnia (nr 244) dołączono listę firm, które znalazły się w rankingu Gazel Biznesu obejmującym lata 2007-2008.

Wśród tych firm są także, zrzeszone w Polskiej Izbie Opakowań. Serdecznie im tego gratulujemy.

Na liście „Gazel”, znajdują się średniej wielkości firmy - dynamicznie się rozwijające. Uciekające do przodu przed różnymi rynkowymi zagrożeniami. Firmy mające dobrą opinię na rynku. Uczciwe.

O zakwalifikowaniu firmy na listę rankingową, przesądzają wyłącznie wyniki osiągane przez przedsiębiorstwa w okresie ostatnich 3 lat.

Ścisłej, które wykazały najwyższy wzrost obrotów w stosunku do 2005 roku.

Z satysfakcją informujemy, iż na liście tej znajduje się wiele firm - zrzeszonych w Polskiej Izbie Opakowań. Należą do nich m.in.: *PPHU Export-Import Neptun A.G.M. Żurawscy z Torunia; PPH Formika z Raszyna; Dekorglass Działdowo; Goodwell Polska z Gryfic; ECOR Product ze Stęszewa; Opakofarb ZPO z Włocławka; Graham Packaging Poland z Sulejówka; Multifarb z Rzeszowa; Huta Szkła Czechy z Pilawy; Packprofil w Kolonowskim; Yanko z Rzeszowa; Warta Glass Sieraków*

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

Warunki prenumeraty:

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

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

**BANK PEKAO S.A. w Warszawie,
Nr konta: 95 1240 6175 1111 0000 4577 6272**

**Biuletyn
Opakowaniowy
dwumiesięcznik**

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

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

