



# Biuletyn Opakowaniowy

Polskiej Izby Opakowań

Branżowy dwumiesięcznik informacyjno-promocyjny

ROK 16 • NUMER 2(92) • MARZEC-KWIECIEŃ 2011 R. • ISSN 1734-4603 • Cena 10 zł (+5% VAT)

Nowe władze • Ocena działalności • Zadania na 2011 rok

## Pokłosie Walnego Zgromadzenia Członków Polskiej Izby Opakowań

W dniu 24 marca 2011 roku, w Warszawie, w siedzibie Polskiej Izby Opakowań na dorocznym Walnym Zgromadzeniu Członków (WZC) zebrali się delegaci reprezentujący firmy zrzeszone w Izbie.

Tegoroczne WZC było szczególnym, bowiem z końcem 2010 r. upłynęła czwarta kadencja władz Izby i zgodnie ze statutem trzeba było dokonać wyboru nowych władz na kolejną, piątą już w historii Izby, czteroletnią kadencję (lata 2011-2014).

Tak więc rutynowy porządek obrad dorocznego WZC wzbogacony został w części merytorycznej o ocenę działalności Izby i ustępujących władz w okresie ostatnich czterech lat oraz o wybory członków organów Izby na V kadencję.

Delegaci na WZC wiele uwagi poświęcili działalności Izby w nowej kadencji podkreślając potrzebę stałego doskonalenia form działalności, mając na

uwadze potrzeby członków i realizację misji Izby.

W wyniku wyborów funkcję Prezesa Polskiej Izby Opakowań, ponownie powierzono prof. zw. dr hab. inż. Stanisławowi Tkaczykowi delegatowi Centralnego Ośrodka Badawczo-Rozwojowego Opakowań w Warszawie. Również ponownie, mandat Przewodniczącego Rady Izby powierzono Wojciechowi Pawłowskiemu współzałożycielowi Izby, prezesowi zarządu Grupy Warta Glass z Poznania. Funkcję Przewodniczącej Komisji Rewizyjnej powierzono (również ponownie) Ewie Szymańskiej-Zachara, delegatowi spółki Inco Veritas z Warszawy.

Szczegółowe relacje z obrad WZC oraz prezentację członków nowych władz Izby znajdują Państwo na dalszych stronach Biuletynu.

(Red.)

## Produkcja i przetwórstwo folii opakowaniowej

Z inicjatywy prezesa Waldemara Sobańskiego Redaktora Naczelnego miesięcznika PLATICS REVIEW, w odpowiedzi na oczekiwania i potrzeby środowiska przemysłu tworzyw sztucznych, w dniu 17 marca 2011 zorganizowana została, ogólnopolska Konferencja Foliowa.

O zainteresowaniu takim spotkaniem i potrzebie jego organizacji najlepiej świadczy liczba uczestników. Jak informuje nas dyrektor naukowy Konferencji

prof. Bohdan Czerniawski z COBRO, w konferencji wzięło udział ok. 200 przedstawicieli krajowego przemysłu wytwarzającego, przetwarzającego i użytkującego folie z tworzyw sztucznych, w większości na potrzeby przemysłu opakowań. Obok przedstawicieli sfery przemysłu licznie reprezentowane było środowisko nauki (instytuty badawcze i szkoły wyższe).

dokończenie na s. 2

### W numerze m.in.:

- Produkcja i przetwórstwo folii opakowaniowej
- Z działalności Polskiej Izby Opakowań w okresie IV kadencji
- Władze Polskiej Izby Opakowań
- Główne zadania Izby na rok 2011
- 90 lat Międzynarodowych Targów Poznańskich
- Zrównowazona gospodarka odpadami w łańcuchu dostaw
- I Zagraniczna Branżowa Wystawa Opakowań
- Folie opakowaniowe. Prezentacja referatów
- Z życia Polskiej Izby Opakowań
- Na podbój rynków wschodnich

# Produkcja i przetwórstwo folii opakowaniowej

dokończenie ze s. 1

Otwierając konferencję, jej inicjator i organizator prezes Waldemar Sobański stwierdził co następuje:

**Produkcja folii oraz szerzej – opakowaniowe przetwórstwo tych folii (drukowanie, laminowanie, wytwarzanie opakowań) – to jedna z wizytówek Polskiego Przemysłu Tworzyw. – Nie mogliśmy przejść wobec tych faktów obojętnie. Postanowiliśmy zaprosić Państwa na konferencję technologiczną organizowaną przez miesięcznik PLASTICS REVIEW, tym razem poświęconą aspektom technologicznym oraz rynkowym, których znajomość może pomóc w rozwoju wielu firm w Polsce.**

Program Konferencji Foliowej został określony przez zaprezentowane na niej referaty dotyczące następujących zagadnień:

- Polski rynek giętkich folii opakowaniowych z tworzyw sztucznych – wielkość, segmenty, trendy, nowe inwestycje;
- Innowacyjne poliolefiny do zastosowań foliowych w ofercie Basell Orlen Polyolefins;



Na fotografii od lewej: prezes Waldemar Sobański, prof. Bohdan Czerniawski

- Wytłaczanie folii z rozdmuchem, nowoczesne technologie i urządzenia;
- Innowacyjne surowce Dow Chemical dla przemysłu foliowego;
- Polimery LD/MD/HD/PP foliowe z instalacji MOL Pet Chem z Węgier i Słowacji;
- Nowoczesne rozwiązania technologiczne dla współwytłaczanych folii wielowarstwowych;
- Folia BOPP o orientacji zrównoważonej w zastosowaniu do etykietowania wyrobów formowanych wtryskowo w systemie IML;
- Ocena cyklu życia (LCA) toreb handlowych z tworzyw sztucznych przy

uwzględnieniu wskaźników emisji gazów cieplarnianych;

- Substancje bioaktywne w przemyśle foliowym;
- Bezpieczeństwo zdrowotne materiałów i wyrobów z tworzyw sztucznych do kontaktu z żywnością;
- Zasady udzielania kredytu technologicznego.

Dzięki uprzejmości prof. Bohdana Czerniawskiego dyrektora naukowego Konferencji w niniejszym numerze zamieszczamy opracowane przez Profesora streszczenia kilku referatów. W kolejnym numerze zamieścimy streszczenia pozostałych.

(Wa-Wa)

## Z działalności Polskiej Izby Opakowań w okresie IV kadencji (lata 2007-2010)

Zgodnie z przyjętymi przez Walne Zgromadzenie Członków w 2007 roku „Głównymi zadaniami i kierunkami działalności Polskiej Izby Opakowań w latach 2007-2010” działalność Izby koncentrowała się wokół następujących zagadnień (spraw i problemów) uznanych w tym okresie za priorytetowe:

- Wspomaganie obecności firm na rynku;
- Innowacyjno-edukacyjne i informacyjne wspomaganie firm;

- Monitorowanie warunków funkcjonowania firm, identyfikowanie progów i barier ograniczających przedsiębiorczość oraz podejmowanie działań mających na celu ich eliminowanie;
- Kształtowanie etycznych postaw, promowanie osób i firm zasłużonych dla rozwoju branży, upowszechnianie idei firmy społecznie odpowiedzialnej;
- Popularyzowanie problematyki opakowań oraz upowszechnianie

wiedzy o roli i znaczeniu opakowań dla gospodarki i społeczeństwa;

- Doskonalenie form działalności Izby, mając na uwadze maksymalne zaspokojenie potrzeb i oczekiwań jej członków.

**Działalność na rzecz rynkowego wspomaganie firm.** W tym obszarze za priorytetowe uznano działania mające na celu wspieranie obecności firm

dokończenie na s. 3



na rynkach poprzez organizację różnorodnych przedsięwzięć marketingowo-promocyjnych.

W odniesieniu do krajowego rynku, Izba wykorzystywała targi i wystawy opakowaniowe w celach promocyjnych organizując zbiorowe ekspozycje, sesje promocyjne, konkursy oraz prezentacje reklamowe. W organizowanych przez Izbę przedsięwzięciach promocyjnych na targach: TAROPAK; PAKFOOD; PACKAGING INNOVATIONS; Lubelskie Targi Opakowań; POLIGRAFIA, wzięło udział ponad 350 przedsiębiorców z 67 firm.

Przedsiębiorcom przekazano ponad 200 zapytań ofertowych w większości od firm zagranicznych.

Dużym zainteresowaniem cieszyły się zagraniczne misje gospodarczo-promocyjne. W okresie minionych 4 lat, Izba była organizatorem 28 misji na targi i wystawy opakowań, oraz konferencji promocyjnych w ambasadach w Paryżu, Moskwie i Erywaniu. Skorzystało z nich ok. 200 przedsiębiorców z 78 firm.

W rezultacie tych działań firmy pozyskały kilkudziesięciu partnerów handlowych, oraz zorganizowały przedstawicielstwa handlowe oraz zamiejscowe oddziały produkcyjne.

W działalności promocyjno-marketingowej na terenie kraju Izba korzystała z pomocy i wsparcia Międzynarodowych Targów Poznańskich. Zaś w działaniach poza granicami kraju z pomocy polskich placówek dyplomatycznych.

**Innowacyjno-edukacyjne i informacyjne wspomaganie firm.** Działalność Izby w tym obszarze polegała m.in. na: udzielaniu poparcia w przypadku ubiegania się o dofinansowanie projektów innowacyjnych; przekazywaniu informacji o osiągnięciach naukowo-technicznych do zastosowania w branży opakowań; organizowaniu wspólnie z Centralnym Ośrodkiem Ba-

dawczo-Rozwojowym Opakowań oraz Instytutem Logistyki i Magazynowania szkoleń i seminariów dla pracowników firm; udziale w realizacji międzynarodowego projektu badawczego, którego celem jest opracowanie nowych biodegradowalnych materiałów opakowaniowych.

Łącznie w minionej kadencji ponad 800 przedstawicieli firm wzięło udział w ok. 60 różnego rodzaju szkoleniach, seminariach i warsztatach specjalistycznych.

Ponadto Izba patronowała dwóm projektom badawczym: „Formy i sposoby motywowania pracowników jako elementy systemu efektywnego wykorzystania zasobów ludzkich w firmach przemysłu opakowań” oraz „Rola kapitału społecznego w tworzeniu i budowaniu konkurencyjności przedsiębiorstw sektora opakowań w Polsce”.

W roku 2010 podjęto prace nad budową branżowego systemu transferu wiedzy i technologii pod nazwą „Innowacyjne opakowania”.

Nawiązano współpracę z uczelniami wyższymi kształcącymi specjalistów dla branży opakowań oraz prowadzących badania w dziedzinie technicznych i ekonomicznych problemów przemysłu opakowań i gospodarki opakowaniami.

Mając na uwadze popularyzowanie wśród studentów problematyki opakowań rozszerzono konkurs na opakowania „Pak Star” o kategorię „Projekty Studenckie”. Zaawansowano prace nad uruchomieniem Konkursu na prace dyplomowe z dziedziny opakownictwa.

**Monitorowanie warunków funkcjonowania firm, identyfikowanie progów i barier ograniczających przedsiębiorczość oraz podejmowanie działań mających na celu ich eliminowanie.** Działalności w tym obszarze władze Izby poświęcały szczególną uwagę. Na podstawie sygna-

lizowanych przez firmy problemów, Izba występowała do kompetentnych władz i instytucji informując o problemach z jakimi borykają się przedsiębiorcy. Sprzyjała temu inicjatywa Sejmu RP w sprawie powołania Komisji *Przyjazne Państwo*. W szczególności, w 2008 i 2009 roku, w warunkach kryzysu finansowego Izba monitorowała zachowania i obawy przedsiębiorców, przeprowadzając badania ankietowe na temat skali i charakteru zagrożeń oraz możliwych działań łagodzących przebieg kryzysu. Rezultatem tych działań było opracowanie raportu *Przedsiębiorcy branży opakowań wobec wyzwań kryzysu gospodarczego* oraz organizacja okrągłego stołu na temat warunków funkcjonowania firm i oceny sytuacji w jakiej się znalazły.

Izba, uwzględniając wnioski i opinie przedsiębiorców wystąpiła do Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości w sprawie uproszczenia procedury korzystania z programu *Paszport do Eksporту*.

W wyniku działań Izby, w niektórych programach i projektach realizowanych przy wsparciu środków UE, udało się uwzględnić organizacje przedsiębiorców w procesie opiniowania wniosków o dofinansowanie.

Również, choć tylko częściowo, uwzględniono propozycje Izby co do uproszczenia procedury aplikowania do programu *Paszport do Eksporту*.

Zebrań doświadczenie dowodzi, iż w przypadku dobrze umotywowanych propozycji, jesteśmy w stanie brać czynny udział w doskonaleniu warunków funkcjonowania firm.

**Kształtowanie etycznych postaw, promowanie osób i firm zasłużonych dla rozwoju branży, upowszechnianie idei firmy społecznie odpowiedzialnej.** W okresie minionej kadencji władze Izby poświęcały wiele uwagi problemom etyki w biznesie. W odpowiedzi na wnioski i propozycje środowiska, opracowano i wdrożono Kodeks Etyki Polskiej Izby Opakowań.

Utworzony został Zespół ds. Etyki, którego zadaniem jest m.in. popularyzowanie zasad etycznego biznesu oraz wyjaśnianie przypadków nieuczciwej konkurencji.

Równoległe z działaniami na rzecz kształtowania i upowszechniania zasad etyki na rynku opakowań, podejmowano działania służące promowaniu osób



Członkowie Rady Polskiej Izby Opakowań z wizytą w firmie WARTA GLASS GROUP

dokończenie na s. 4



## Z działalności Polskiej Izby Opakowań w okresie IV kadencji (lata 2007-2010)

dokończenie ze s. 3

i firm szczególnie zasłużonych dla rozwoju przemysłu opakowań. Opracowano i wdrożono system wyróżnień i nagród. Ustanowiono dwa prestiżowe wyróżnienia w formie tytułów **Zasłużony dla Przemysłu Opakowań** i **Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań**. W latach 2008-2010 przyznano pierwsze tytuły firmom i osobom.

Właściwie wykorzystano jubileusz 15-lecia działalności Izby w celu promocji firm oraz osób zasłużonych dla samorządu gospodarczego branży opakowań.

Ustanowiono wyróżnienie **Zasłużony dla Polskiej Izby Opakowań**. Tytuł ten został nadany osobom, które były inicjatorami i założycielami Izby oraz co najmniej w okresie 10 lat aktywnie działały na rzecz rozwoju Izby.

**Działalność na rzecz popularyzowania problematyki opakowań oraz upowszechniania wiedzy o roli i znaczeniu opakowań dla gospodarki i społeczeństwa.** Zadania w tym obszarze działalności Izby miały na celu, popularyzowanie problematyki opakowań, roli i znaczenia tej branży przemysłu dla gospodarki i społeczeństwa oraz upowszechnianie wiedzy o roli i zadaniach Polskiej Izby Opakowań jako organizacji samorządu gospodarczego przedsiębiorców branży opakowań. W tej części chodziło także o propagowanie misji Izby oraz form i rezultatów jej działalności.

Realizacji tych zadań były podporządkowane liczne przedsięwzięcia informacyjno-promocyjne jak: seminaria i konferencje, spotkania z dziennikarzami, artykuły prasowe i okolicznościowe publikacje. W szczególności dla tych celów wykorzystywano łamy wydawanego przez Izbę *Biuletynu Opakowaniowego* oraz stronę internetową Izby. W działaniach tych, na miarę posiadanych możliwości uczestniczyły branżowe czasopisma specjalistyczne jak: *Packaging Polska*; *Opakowanie* oraz *Ważenie. Dozowanie. Pakowanie*.

Ważnym wydarzeniem sprzyjającym działaniom w tym zakresie, było ustanowienie przez Izbę **Dnia Opakowań**, jako swoistego święta branży. Z każ-



Obrady Walnego Zgromadzenia Członków PIO 2011

dym rokiem coraz szerzej wykorzystywany jest ten dzień w celu upowszechniania wiedzy o opakowaniach, przemyśle opakowań oraz ludziach zasłużonych dla rozwoju tej dziedziny gospodarki. Coraz częściej w firmach, wykorzystuje się **Dzień Opakowań** jako okazję do wręczania nagród, awansów i wyróżnień. Staje się tradycją, iż uroczystości jubileuszu firmy organizowane są „w pobliżu” **Dnia Opakowań**. Corocznie, podczas Salonu Taropak oraz Targów Pakfood, organizowane są uroczyste inauguracyjne tego święta oraz okolicznościowe konferencje prasowe.

Inicjatywę Polskiej Izby Opakowań w tym przedmiocie wysoko ocenił Prezydent Światowej Organizacji Opakowań Keith A. Pearson, zachęcając inne narodowe organizacje producentów opakowań do podobnych działań.

Z zadowoleniem należy odnotować zainteresowanie licznych czasopism i portali internetowych problematyką opakowań. Świadczą o tym częste prośby do członków kierownictwa Izby o artykuły prasowe i wywiady na temat problematyki opakowań.

**Doskonalenie form działalności Izby.** W okresie minionej kadencji, władze Izby (Prezes, Rada, Komisja Rewizyjna) oraz Biuro Izby podejmowały szereg działań na rzecz tworzenia warunków sprzyjających aktywnemu członkostwu firm w Izbie.

W ramach Rady Izby powołano pięć zespołów problemowych będących organizatorami i koordynatorami działalności w następujących obszarach: wspomaganie pozycji rynkowej; mo-

nitorowanie warunków funkcjonowania; innowacyjności; etyki biznesu i popularyzacji problematyki opakowań. W pracach tych zespołów brało udział 17 przedsiębiorców. 12 przedsiębiorców działało w Radzie Izby jako jej członkowie. Kolejnych 5-ciu z zaangażowaniem uczestniczyło w pracach Komisji Rewizyjnej.

Bliższemu kontaktowi władz Izby z firmami dobrze służyła praktyka organizowania wyjazdowych posiedzeń Rady Izby z udziałem Członków Komisji Rewizyjnej oraz przedstawicieli firm z danego regionu.

W okresie minionych 4 lat, członkowie organów Izby mieli okazję zapoznać się na miejscu z dorobkiem i problemami takich firm jak: Packprofil (Kolonowskie); Tetra Pak (Warszawa); COBRO (Warszawa); Międzynarodowe Targi Poznańskie (Poznań); Warta Glass Group (Poznań); Ball Packaging Europe – zakład w Radomsku; Centrum Logistyczne „Partner Logistic” (Wolborz); Eurobox (Przesiadłów) i in. Rada Izby oraz Komisja Rewizyjna podczas systematycznie odbywanych posiedzeń dokonywały oceny działalności Izby.

Ponadto, przedstawiciele kierownictwa Izby wizytowali firmy, korzystając z zaproszeń do udziału w ważniejszych, dotyczących tych firm wydarzeniach, jak jubileusze, uruchomienia nowych wyrobów oraz nowych linii produkcyjnych.

Dzięki wprowadzonym formom kontaktu władz Izby z firmami, znacznie wzrosła aktywność tych firm w działalności Izby.

(red.)



# WŁADZE POLSKIEJ IZBY OPAKOWAŃ

## V. kadencja – lata 2011-2014



### PREZES

#### prof. zw. dr hab. inż. Stanisław Tkaczyk

Dyrektor Instytutu Naukowo-Badawczego Opakowań (COBRO) w Warszawie. Przewodniczący Komitetu Jakości i Normalizacji Krajowej Izby Gospodarczej. Nauczyciel akademicki (Politechnika Warszawska). Promotor 19 prac doktorskich i ok. 200 magisterskich.

Specjalista w dziedzinie inżynierii materiałowej oraz zarządzania jakością. Twórca polskiej szkoły kwalitologii. Polską Izbą Opakowań kieruje od października 2001r. Przewodniczący Rady Polskiego Komitetu Normalizacji.



### Bogdan Korczewski

Założyciel i dyrektor Spółki Recykling Centrum (Jarosław). Członek Zarządu Stowarzyszenia Forum Opakowań Szklanych.

Przewodniczący Komisji Rewizyjnej Związku Pracodawców Polskie Szkło. Członek Zespołu Problemowego Rady ds. Etyki



### Andrzej Kornacki

Członek Zespołu Problemowego Rady ds. Innowacyjno-Edukacyjnego i Informacyjnego Wspomagania Firm. Sales Manager w firmie Innovia Films. Specjalista w dziedzinie folii opakowaniowych. Szef oddziału Innovia Films w Polsce.

## RADA POLSKIEJ IZBY OPAKOWAŃ



### PRZEWODNICZĄCY

#### Wojciech Pawłowski

Współzałożyciel Polskiej Izby Opakowań. Wieloletni Przewodniczący Rady Izby. Twórca Grupy Warta Glass, jednej z największych grup kapitałowych na polskim rynku opakowań szklanych. Inicjator kształtowania korzystnych dla przemysłu opakowań rozwiązań legislacyjnych, promowania działań ekologicznych oraz rozwoju branży opakowaniowej w Polsce i w Europie. Współzałożyciel Forum Opakowań Szklanych. Członek Polskiej Rady Biznesu. Członek Business Centre Club. Członek „Rotary International”. Wiceprezydent Towarzystwa im. Hipolita Cegielskiego. Wieloletni mecenas nauki, kultury i sztuki. Wyróżniony tytułem: Zasłużony dla Polskiej Izby Opakowań.



### Anna Kosmacz-Chodorowska

Główny Specjalista w Instytucie Logistyki i Magazynowania, organizacji krajowej GS1 Polska. Członek Zespołu Problemowego Rady ds. Innowacyjno-Edukacyjnego i Informacyjnego Wspomagania Firm. Specjalista w zakresie zarządzania w oparciu o nowe technologie IT. Prezes Rady Nadzorczej w Spółce IG Mag.



### WICEPRZEWODNICZĄCY

#### prof. dr hab. Andrzej Korzeniowski

Rektor Wyższej Szkoły Logistyki w Poznaniu. Przewodniczący Zespołu Problemowego Rady ds. Innowacyjno-Edukacyjnego i Informacyjnego Wspomagania Firm. Przewodniczący Rady Naukowej Instytutu Logistyki i Magazynowania. Wyróżniony tytułem „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań”.



### Janusz Mazurczak

Dyrektor Grupy Produktów MTP w Poznaniu. Przewodniczący Zespołu Problemowego Rady ds. Promocji, Marketingu i Rozwoju Rynku Opakowań. Przedstawiciel Polski w Europejskiej Konfederacji Organizatorów Wystaw Opakowaniowych (COPE).



### SEKRETARZ

#### Paweł Adamski

Współwłaściciel firmy TUBUS Sp. J. Zakład Produkcji Opakowań w Warszawie. Członek Zespołu Problemowego Rady ds. Promocji, Marketingu i Rozwoju Rynku Opakowań. Współzałożyciel Izby. Wyróżniony tytułem: „Zasłużony dla Polskiej Izby Opakowań”.



### Monika Mikołajczak

Redaktor Naczelny miesięcznika PACKAGING POLSKA. Product Manager w firmie European Media Group Sp. z o.o. Członek Zespołu problemowego Rady ds. Public Relations

## CZŁONKOWIE



### Gabriel Chojak

Przewodniczący Zespołu Problemowego Rady ds. Monitorowania Warunków Funkcjonowania Firm. Prezes Zarządu w firmie DEKORGLASS DZIAŁDOWO S.A. Członek Zarządu w firmach: DEKOR PLASTICS Sp. z o.o.; EL-POL Sp. z o.o. Prezes Stowarzyszenia Forum Biznesu Powiatu Działdowskiego.



### Marek Rosłon

Współzałożyciel Izby. Założyciel i Prezes Zarządu Spółki PAKMAR z siedzibą w Rębkowie. Członek Zespołu Problemowego Rady ds. Monitorowania Warunków Funkcjonowania Firm. Dwukrotny laureat konkursu Mister Exportu. Wyróżniony tytułami: „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” oraz „Zasłużony dla Polskiej Izby Opakowań”.

dokończenie na s. 6





# WŁADZE POLSKIEJ IZBY OPAKOWAŃ

V. kadencja – lata 2011-2014

## KOMISJA REWIZYJNA



### PRZEWODNICZĄCA

**Ewa Szymańska Zachara**

Kierownik Sekcji Rozwoju Biznesowego w INCO-VERITAS S.A. (Warszawa). Członek Zespołu Problemowego Rady ds. Monitorowania Warunków Funkcjonowania Firm. Członek Rady Nadzorczej w Spółce Blister Box. Przewodnicząca Komisji Rewizyjnej III i IV kadencji.



### Wojciech Kołpa

Prezes Zarządu Spółki PS Glass. Dyrektor Strategii i Rozwoju w Spółce Warta Glass (Poznań). Przewodniczący Zespołu Problemowego Rady ds. Etyki. Członek Zarządu Stowarzyszenia Forum Opakowań Szklanych. Członek Komisji Rewizyjnej III i IV Kadencji.



### Marcin Królak

Dyrektor Naczelny i współwłaściciel Spółki AKPUD z miejscowości Stojadła k. Mińska Mazowieckiego. Współzałożyciel Izby. Wyróżniony tytułem: Zasłużony dla Polskiej Izby Opakowań.

## CZŁONKOWIE



### Zbigniew Cacko

Członek Zespołu Problemowego Rady ds. Innowacyjno-Edukacyjnego i Informacyjnego Wspomagania Firm. Prezes i właściciel Spółki EUROPAL. Twórca systemu „Transfer palet”. Laureat konkursu „Produkt Innowacyjny dla Logistyki 2007” za kompleksowy system zwrotów palet w ramach poolu paletowego EPP”. Menadżer Logistyki 2008.



### Jan Szybalski

Wiceprezes w Spółce BESKID z siedzibą w Bielsko-Białej. Członek Zespołu Problemowego Rady ds. Etyki. Członek Stowarzyszenia Papierników Polskich. Współzałożyciel Izby. Wyróżniony tytułem: Zasłużony dla Polskiej Izby Opakowań. Wieloletni członek Rady Izby.

## Główne zadania Izby na rok 2011

Delegaci na Walne Zgromadzenie Członków w przyjętym „Programie działalności Polskiej Izby Opakowań na 2011 rok”, uznali za ważne doskonalenie działalności Izby w obszarze funkcji: reprezentanta środowiska.

Jak stwierdzono, pomimo prowadzonych działań na rzecz doskonalenia warunków funkcjonowania firm, czynienia państwa przyjaznym dla przedsiębiorców, postęp w zakresie tworzenia klimatu sprzyjającego przedsiębiorczości nie odpowiada potrzebom i oczekiwaniom przedsiębiorców. Stąd też, działający w ramach Rady Izby Zespół Problemowy ds. Monitorowania Warunków Funkcjonowania Firm, będzie kontynuował swoją działalność.

Przewiduje się, iż w roku 2011 przeprowadzone zostaną (dwukrotnie) badania nastrojów przedsiębiorców (czerwiec i grudzień). Ponownie zostaną badania warunków korzystania ze środków UE wspierających rozwój firm (kształcenie kadr, inwestycje, innowacje, ochrona

środowiska). W większym stopniu i zakresie wykorzystany będzie *Biuletyn Opakowaniowy* jako forum wymiany opinii o trudnościach na jakie napotykają firmy i przedsiębiorcy. *Biuletyn*, jako organ prasowy Izby jest przesyłany do urzędów centralnych, a w szczególności do tych, do których adresowane są opinie i wnioski zamieszczane na jego łamach. Skuteczność działania Izby w tym obszarze zależy od aktywności przedsiębiorców. Ich przekonania i wiary co do potrzeby sygnalizowania zjawisk utrudniających działalność.

Rok 2011, to rok wyborów do parlamentu (Sejmu i Senatu), to szczególna okazja do udziału w dyskusji o potrzebie i sposobach usprawniania gospodarki i państwa. Jeśli będzie wola i zainteresowanie przedsiębiorców zrzeszonych w Polskiej Izbie Opakowań, jest realnym opracowanie stanowiska naszego środowiska w sprawach o istotnym dla nas znaczeniu i jego prezentacji na spotkaniach z kandydatami.

Skuteczność działań Izby jako reprezentanta jej członków zależy w znacznym stopniu od samych członków. Ściśle, chodzi o siłę głosu naszego środowiska, mierzoną siłą argumentów.

W obszarze rynkowego wspomagania firm, w 2011 roku przewiduje się organizację misji biznesowych na targi opakowań w Kijowie, Moskwie, Kiszyniowie, Rydze i Mińsku. Producenci opakowań dla przemysłu spożywczego mieć będą okazję do zaprezentowania swojej oferty na Targach Opakowań dla Przemysłu Spożywczego Pakfood w Poznaniu (wrzesień) w ramach zbiorowego stoiska Izby oraz Salonu Promocji Polskiej Izby Opakowań.

Program misji biznesowo-rekonesansowych będzie uzupełniany konferencjami promocyjnymi nie związanymi terminowo z targami i wystawami opakowaniowymi. W kwietniu, wspólnie z Wydziałem Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Budapeszcie, zamierzamy zorganizować podobną konferencję do tej, która odbyła się w listopadzie 2010 r. w Moskwie.

Po raz pierwszy, zamierzamy zorganizować branżową wystawę w Erywaniu (Armenia) „Opakowania. Poligrafia. Logistyka”. Możemy liczyć na wsparcie ze strony Ministerstwa Gospodarki. Organizatorem tej wystawy będą Międzyna-



rodowe Targi Poznańskie- członek Izby. Zainteresowanie ofertą polskich firm opakowaniowych wyrażają rynki takich krajów jak: Kazachstan, Mołdawia, Macedonia, Uzbekistan.

O formie, miejscu i czasie przedsięwzięcia promocyjnego, organizowanego przez Izbę, decydują przedsiębiorcy. Plan działań w tym zakresie jest otwarty. Trzeba tylko możliwie wcześniej (co najmniej na 3 m-ce) zgłosić zainteresowanie lub propozycję organizacji danego przedsięwzięcia.

Biuro Izby będzie prowadzić – tak jak dotychczas – bank danych o ofertach rynkowych. Kierowane do Izby zapytania ofertowe będą przekazywane zainteresowanym firmom. W tym zakresie obowiązuje zasada, iż informację o ofercie w pierwszej kolejności przekazujemy do firm-członków Izby. Jedynie w sytuacjach braku zainteresowania ofertą ze strony „naszych” firm, stosowną informację przekazujemy firmom spoza Izby.

Kontynuowane będą usługi w ramach uruchomionego w 2010 roku Internetowego Bazaru Opakowań (IBO) działającego w ramach portalu Izby ([www.pio.org.pl](http://www.pio.org.pl)). W celu szerszego upowszechnienia tej usługi, w okresie I półrocza br. (styczeń-czerwiec 2011) członkowie Izby mogą bezpłatnie korzystać z tej formy prezentowania swoich ofert.

Kontynuowane będą działania na rzecz rozwoju i wdrażania idei „rynku wewnętrznego”. Termin ten oznacza bezpośrednie kontakty handlowe pomiędzy zainteresowanymi firmami zrzeszonymi w Izbie na wzajemnie dogodnych warunkach, konkurencyjnych dla relacji zewnętrznych.

Na działania wspierające rozwój firm poprzez wdrażanie nowoczesnych technologii i zwiększanie kwalifikacji pracowników składać się będą przedsięwzięcia ułatwiające transfer technologii i wiedzy pomiędzy jednostkami sfery „nauka” a przedsiębiorstwami. W tym celu, kontynuowane będą prace nad budową branżowego systemu innowacyjno-edukacyjnego i rynkowego wspomaganie przedsiębiorców branży opakowań „Innowacyjne Opakowania”.

Pierwszym z etapów, ze względu na mniejsze koszty będzie opracowanie banku danych „potrzeb innowacyjnych przedsiębiorstw branży Opakowań”.

Biuro Izby zwróci się do firm zrzeszonych w Izbie o formułowanie potrzeb innowacyjnych. Potrzeby te kierowane będą do uczelni wyższych i instytutów badawczych. Wiele z nich może być zrealizowanych w ramach prac dyplomowych lub rozpraw doktorskich. Prace Izby w tym obszarze będzie inicjował,

organizował i koordynował Zespół Problemowy Rady ds. Innowacyjno-Edukacyjnego i Informacyjnego Wspomagania Firm.

Kolejnym etapem będzie zorganizowanie i uruchomienie banku danych o zastosowanych rozwiązaniach innowacyjnych, które mogą być udostępnione innym zainteresowanym firmom. Biuro Izby, będzie spełniać w tym przypadku rolę pośrednika, gromadząc i upowszechniając nadsyłane informacje. Możliwości działań Izby, na rzecz innowacyjno-edukacyjnego wspierania firm jest wiele. Stąd też apel kierownictwa Izby o zgłaszanie przez zainteresowanych pracowników firm zrzeszonych w Izbie swojego udziału w pracach Zespołu ds. Innowacyjno-Edukacyjnego i Informacyjnego Wspomagania Firm.

Izba, tak jak dotychczas będzie opiniować (nieodpłatnie) wnioski o dofinansowanie projektów innowacyjnych środkami UE (dotyczy to tylko firm-członków Izby).

Izba, wspólnie z instytutami badawczymi zrzeszonymi w Izbie będzie organizować szkolenia i seminaria z zakresu organizacji procesów produkcyjnych, wymagań stawianych współczesnym opakowaniom, nowych technologii stosowanych w przemyśle opakowań oraz kierunków i tendencji rozwoju przemysłu i rynku opakowań.

Polska Izba Opakowań jako branżowa Izba gospodarcza będzie aktywnie uczestniczyć w kształtowaniu i upowszechnianiu zasad etyki w działalności gospodarczej. Mówi o tym Ustawa z dnia 30 maja 1989 r. o izbach gospodarczych (Dz. U. z dnia 8 czerwca 1989 r. Nr 35 poz. 195 z późn. Zmianami) w Art. 3 o treści: *Izby gospodarcze kształtują i upowszechniają zasady etyki w działalności gospodarczej w szczególności opracowują i doskonalą normy rzetelnego postępowania w obrocie gospodarczym.*

Również w statucie Polskiej Izby Opakowań w §2 ust. 2 wśród zadań wymieniono: kształtowanie i upowszechnianie zasad etyki w działalności gospodarczej, szczególnie norm rzetelnego postępowania”. Zaś w §7 określającym sposoby realizowania zadań Izby w ust. 8 zapisano *organizowanie sądownictwa polubownego, podejmowanie mediacji w sporach, jakie mogą wynikać w związku z prowadzoną przez członków działalnością gospodarczą.*

Realizując te zobowiązania i zadania w roku 2011 kontynuowane będą prace nad upowszechnianiem Kodeksu Etyki Polskiej Izby Opakowań i zasad w nich zawartych wśród kierownictw i zespołów pracowniczych firm zrzeszonych w Polskiej Izbie Opakowań.

Inicjatorem, organizatorem i koordynatorem tych prac będzie Zespół Problemowy Rady Izby ds. Etyki.

Na łamach Biuletynu Opakowaniowego prezentowane będą przykłady etycznych postaw i działań na rzecz kształtowania zasad etycznego biznesu. Podjęta zostanie próba wyróżniania firm zrzeszonych w Izbie przestrzegających zasad firmy społecznie odpowiedzialnej oraz stosujących Kodeks Etyki PIO, poprzez ustanowienia wyróżnienia *Etyczna firma* lub *Firma społecznie odpowiedzialna*. Przyznawanie tych wyróżnień odbywałoby się raz w roku z okazji „Dnia Opakowań” łącznie z wyróżnieniami tytułami „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” i „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań”.

Zgodnie z wnioskami zgłoszonymi w trakcie badań ankietowych na temat funkcjonowania Kodeksu Etyki Polskiej Izby Opakowań, corocznie Rada Izby rozpatrywać będzie sprawy dotyczące przestrzegania zasad etyki w firmach i w relacjach pomiędzy firmami zrzeszonymi w Izbie.

Zespół ds. Etyki, będzie monitorował sytuacje w obszarze postaw i działalności firm oraz w razie potrzeby występował w roli mediatora w przypadku zaistnienia konfliktowych sytuacji.

Kontynuowane będą działania na rzecz popularyzowania w społeczeństwie problematyki opakowań oraz zadań i misji Polskiej Izby Opakowań.

Dlaczego podejmujemy i realizujemy w ramach różnokierunkowych działań Izby problematykę upowszechniania wiedzy o roli i znaczeniu opakowań w życiu człowieka, społeczeństwa i gospodarki, skoro głównym zadaniem organizacji samorządu gospodarczego przedsiębiorców jest ich reprezentowanie, występowanie w obronie ich interesów w przypadku zagrożenia? U podstaw decyzji w tej sprawie legło przekonanie, iż siła reprezentacji danej grupy społecznej, skuteczności i wagi formułowanych przez nią (tę grupę) ocen, opinii i wniosków zależy od społecznej, zawodowej i gospodarczej roli i pozycji tej grupy.

Jeśli reprezentuje ona sektor gospodarki lub życia społecznego uznany za szczególnie ważny, wówczas i ona sama zajmuje wysokie miejsce w hierarchii ważności.

Opakowania, ich rola i znaczenie, ich przydatność i niezbędność dla człowieka, dotychczas nie zajmowały takiego miejsca jak: żywność, lekarstwa, woda, energia itp. Nie doceniano wcześniej, a także i dzisiaj ich roli i znaczenia w pro-

dokończenie na s. 8

# Główne zadania Izby na rok 2011

dokończenie ze s. 7

cesie zaspokajania potrzeb człowieka na żywność, wodę, lekarstwa itp. W sytuacji realnego zagrożenia braku żywności nie doceniamy roli i znaczenia opakowania w obszarze działań na rzecz oszczędzania żywności. Przedłużania okresu jej wykorzystania, transferu na duże odległości do miejsc ubogich w żywność. Tylko nieliczni, zdają sobie sprawę z marketingowo-informacyjnych funkcji opakowań. Stąd też twórcy i producenci dzisiejszych opakowań nie mogą być niewidoczni. Bowiem opakowanie stało się synonimem stałego rozwoju. Jest produktem, a jednocześnie czynnikiem rozwoju cywilizacyjnego współczesnego świata.

To świadomość nowej i stale rosnącej roli opakowań w życiu społeczeństwa i dla rozwoju gospodarki dyktuje potrzebę działań na rzecz popularyzacji i upowszechniania wiedzy o opakowaniach. Stąd decyzja Polskiej Izby Opakowań o ustanowieniu 4 lata temu **Dnia Opakowań** jako okazji do refleksji, jak ważnym jest produkt, który środowisko nasze przekazuje społeczeństwu.

„Dzień Opakowań”, fakt jego ustanowienia, to nie tylko zabieg propagandowy. W pewnym stopniu tak. Ale przede wszystkim to jedna z form działań na rzecz upowszechniania wiedzy o opakowaniach ich roli i znaczeniu. To działania edukacyjne, które jednocześnie służą umacnianiu prestiżu branży. Pomaga w wykonywaniu zadań organizacji, takiej jak Polska Izba Opakowań.

W programie działalności Izby na 2011 rok, nie precyzujemy szczegółowych zadań. Zadania w zakresie upowszechniania wiedzy o opakowaniach, o branży opakowań, ludziach dzięki którym otrzymujemy coraz to doskonalsze, lepiej służące ludziom opakowania, może łatwo zdefiniować i realizować każda firma.

Izba, tak jak dotychczas będzie inicjatorem i koordynatorem tych działań. Do dyspozycji posiadamy własne czasopismo i stronę internetową. Członkami Izby są branżowe czasopisma jak *Packaging Polska* i *Opakowanie*. Wykorzystujemy je szerzej i śmiało w celu upowszechniania wiedzy o opakowaniach, ich roli i znaczeniu dla ludzi i gospodarki oraz umacniania prestiżu branży, a także zadań i roli środowiskowej organizacji jaką jest Polska Izba Opakowań.



Międzynarodowe Targi Poznańskie  
Poznań International Fair

## 90 lat Międzynarodowych Targów Poznańskich

Międzynarodowe Targi Poznańskie obchodzą w tym roku jubileusz 90-lecia działalności. A rozpoczęła się ona 28 maja 1921 roku, otwarciem pierwszego Poznańskiego Targu. Powołano wówczas Komitet Wystawy. Trzeba pamiętać, iż w owym czasie o prawo do zorganizowania pierwszej w niepodległej Polsce stałej imprezy targowej zabiegały cztery miasta: Lwów, Gdańsk, Warszawa i Poznań.

Dzięki szczególnym atutom Poznania (a ściślej Poznaniaków), bowiem o lokalizacji tych Targów zdecydowała inicjatywa miejscowych władz i obywateli, duże doświadczenie w organizowaniu takich przedsięwzięć oraz dogodnie miejsce.

Targ Poznański, protoplasta dzisiejszych międzynarodowych Targów Poznańskich, w pierwszych latach miał charakter krajowy i był wzorowany na targach lipskich. Ważnym etapem w rozwoju tych Targów było zorganizowanie w 1929 roku Powszechnej Wystawy Krajowej, będącej przeglądem dorobku gospodarczego i kulturalnego niepodległej Polski.

II Wojna Światowa przerwała rozwój i działalność targów. Reaktywowano je w 1947 roku. Znowu stały się symbolem odbudowującego się kolejny raz kraju. Tak w wielkim skrócie, można zawrzeć historię Międzynarodowych Targów Poznańskich. Więcej i szerzej o MTP, ich historii i zasługach dla promocji (a w sumie) rozwoju polskiej gospodarki napiszemy w kolejnym numerze Biuletynu. Mamy bowiem szczególny obowiązek, i zaszczyt święcić ten ważny jubileusz,

jako że Międzynarodowe Targi Poznańskie są od 5. lat bardzo aktywnym członkiem Polskiej Izby Opakowań. Dotyczy to tego fragmentu działalności MTP, który związany jest z przemysłem opakowań, poligrafia i logistyka.

Trzeba bowiem pamiętać, że w tym roku mija 38 lat od pierwszej edycji najstarszych targów branży opakowań i poligrafii TAROPA, które w 1974 roku przyjęły dzisiejszą nazwę TAROPAK. O tym również szerzej opowiemy w specjalnej wkładce do kolejnego numeru Biuletynu. W dniu 14 czerwca odbędzie się Uroczysta Jubileuszowa Gala. W klimacie jubileuszowej lampki szampana będzie okazją do wspomnień, a także satysfakcji z przebytej drogi.

Będzie to szczególna okazja do podziękowania tym, którzy Targi tworzyli i rozwijali, nadając im dzisiejszy kształt i znaczenie. Chcemy w tym miejscu wymienić te osoby, które we fragmencie dotyczącym problematyki opakowań mają szczególne zasługi. Zapewne nie uda nam się wymienić wszystkich, za co przepraszamy. Nie przytaczamy pełnionych funkcji i stanowisk, bowiem te ulegały zmianom.

Wg informacji zgromadzonych w redakcji Biuletynu, na pewno nie można, przy tej okazji nie wymienić: Andrzeja Byrta, Grzegorza Turkiewicza, Agnieszki Malickiej, Janusza Mazurczaka, Jerzego Kaczmarka, Elżbiety Cytryńskiej, Jolanty Dudziewicz-Radzkiej, Stefana Webera. W imieniu całego środowiska „opakowaniowców” serdecznie dziękujemy – Redakcja.



Fot. Archiwum MTP





# Zrównoważona gospodarka odpadami w łańcuchu dostaw

W dniach 17-18 marca 2011 r. w Warszawie odbyła się konferencja „Logistyka Odzysku 2011”, pod honorowym patronatem Ministerstwa Gospodarki, Ministerstwa Środowiska, Prezydenta Miasta st. Warszawy, Generalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska oraz Szkoły Głównej Handlowej.

Organizatorem konferencji była firma Eko Cykl Organizacja Odzysku S.A., która od 9 lat aktywnie angażuje się w edukację ekologiczną społeczeństwa oraz współtworzenie krajowego systemu odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych. Opiekę merytoryczną nad konferencją objęła prof. ndzw. dr hab. Halina Brdulak – Kierownik Zakładu Transportu Międzynarodowego i Logistyki SGH w Warszawie.

Odpowiednie zarządzanie łańcuchem dostaw ma kluczowe znaczenie dla jego wyników finansowych, wpływa również na stan środowiska naturalnego. Konferencja miała na celu wskazanie możliwości i sposobów, dzięki którym przedsiębiorstwa mogą realizować swoje cele biznesowe, przy jednoczesnym poszanowaniu środowiska.

Na program konferencji złożyło się 16 wykładów, które wygłosili specjaliści i praktycy posiadający bogatą wiedzę z szeroko rozumianej gospodarki odpadami, logistyki odzysku oraz zarządzania środowiskowego. Atutem była obecność prelegentów reprezentujących ważne, państwowe instytucje – Ministerstwo Środowiska, Ministerstwo Gospodarki, GDOŚ.

Tematy poruszane podczas wystąpień pokazywały rozmaite aspekty logistyki odzysku w 6 blokach tematycznych – społeczeństwo



Katarzyna Michniewska – Prezes Zarządu EKO CYKL Organizacja Odzysku S.A. – przewodnicząca Konferencji „Logistyka Odzysku 2011”

recyklingu, krajowy system recyklingu, informatyczne wsparcie krajowych sieci dostaw, nowe trendy w logistyce, kierunki zmian w gospodarce odpadami oraz odpowiedzialność społeczna w biznesie. Tak szerokie ujęcie tematu zapewniło kompleksowe uzupełnienie wiedzy uczestników oraz uświadomienie korzyści płynących ze stosowania zrównoważonych rozwiązań w łańcuchu dostaw.

Konferencja Logistyka Odzysku będzie wydarzeniem cyklicznym, odbywającym się raz w roku. Wszystkich zainteresowanych kolejną edycją zapraszamy do śledzenia strony [www.logistykaodzysku.com](http://www.logistykaodzysku.com), gdzie znajdzie się również podsumowanie oraz relacja z tegorocznej konferencji.

**Agnieszka Karpińska**  
EKO CYKL Organizacja Odzysku S.A.

## WARTO WIEDZIEĆ

### Finansowe problemy firm u progu 2011 roku

Na pytanie jak oceniają państwo zmianę sytuacji finansowej przedsiębiorstwa w ciągu ostatnich 3 miesięcy (listopad, grudzień 2010 r. i styczeń 2011 r.) małe firmy (do 49 pracowników) odpowiadały: nasza sytuacja finansowa nie zmieniła się – 58,2%; poprawiła się – 26,9%; pogorszyła się – 14,9%. Lepiej sytuację w tej dziedzinie oceniają średnie firmy, od 50 do 249 pracowników. 62,7% firm nie zauważa pogorszenia się sytuacji finansowej.

### Ceny walut

Wg prognoz banków i instytucji finansowych (14 instytucji) zebranych przez Puls Biznesu, ceny walut w III i IV kwartale 2011 roku kształtować się będą jak niżej:

|         | EUR  | USD  | CHF  |
|---------|------|------|------|
| III kw. | 3,89 | 2,78 | 2,93 |
| IV kw.  | 3,81 | 2,77 | 2,84 |

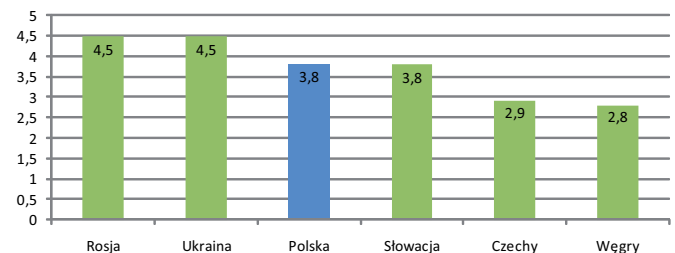
### Prognoza wzrostu gospodarczego wg MFW

Wg polskiego rządu wzrost gospodarczy w Polsce w 2011 wyniesie 4,2% PKB.

Nieco bardziej ostrożny w ocenie perspektyw polskiej gospodarki jest Międzynarodowy Fundusz Walutowy. W najnowszych prognozach dla świata, MFW przewiduje, że w bieżącym roku wzrost gospodarczy w Polsce utrzyma się na poziomie 2010 r. (3,8%), a w przyszłym nawet nieco spadnie.

Analicyści MFW spodziewają się powolnej poprawy na rynku pracy i wyhamowania inflacji.

Niżej prognozy wzrostu gospodarczego w 2011 r. (dynamika r/r, w proc.).



### Dobre wyniki w eksporcie

W pierwszym kwartale 2011 wzrósł o ok. 15 proc. Rok do roku osiągając wartość ok. 19,5 mld zł.

Dobłą wiadomością dla polskiej gospodarki jest znacząca przewaga eksportu nad importem.

W tym samym czasie import wzrósł bowiem o ok. 10 proc.

Oznacza to, że import nie wypiera rodzimej produkcji.

Największą dynamikę odnotowano w eksporcie do: Niemiec (16,0 proc.), Wielkiej Brytanii (15,3 proc.) i Czech (14,7 proc.).

Największy wzrost importu odnotowano w handlu z Rosją (32,7 proc.).

(źródło: PB)

# I Zagraniczna Branżowa Wystawa Opakowań

Dotychczasowa współpraca Polskiej Izby Opakowań ze Stowarzyszeniem Producentów Opakowań i Poligrafów Armenii przynosi konkretne rezultaty. Dzięki misjom biznesowym o charakterze rekonesansowym, rośnie znajomość potrzeb rynku opakowań Armenii oraz zainteresowanie obecnością na tym rynku.

Kolejnym ważnym krokiem do zapoznania użytkowników opakowań w Armenii z ofertą polskich firm, będzie branżowa wystawa, oferta polskiego przemysłu opakowań organizowana przez Polską Izbę Opakowań i Międzynarodowe Targi Poznańskie (formalny organizator tego przedsięwzięcia).

Wystawa stanowić będzie doskonałą okazję do zapoznania się z potrzebami rynku armeńskiego i gruzińskiego w zakresie przemysłu opakowaniowego i poligraficznego, zagospodarowania odpadów opakowaniowych oraz prezentacji systemów magazynowania i logistyki. Wraz z naszym partnerem – Stowarzyszeniem Armenpack zapewnimy kontakt z przedstawicielami firm spożywczych, kosmetycznych, chemicznych, drukarniami oraz hurtowniami z Armenii i Gruzji – a więc z potencjalnymi Państwa klientami.

Podczas wystawy zorganizowana zostanie konferencja promocyjna

„Polskie opakowania dla rynku Armenii” z udziałem miejscowych przedsiębiorców-użytkowników opakowań”. Przedstawiciele firm branży logistycznej będą mogli wziąć udział w konferencji „Budowa systemu logistycznego Armenii oraz kształcenie kadr dla logistyki – ważną dziedziną współpracy polskich i armeńskich firm i instytucji.”

Koszt uczestnictwa wynosi:

Stoisko 6m<sup>2</sup> – 9.850 zł + VAT

Stoisko 9m<sup>2</sup> – 12.250 zł + VAT

Stoisko 12m<sup>2</sup> – 14.500 zł + VAT

Koszt obejmuje – wynajem stoiska, wpis do katalogu, przelot, obiad i nocleg, transport lotnisko-hotel-tereny targowe dla jednej osoby

Koszt uczestnictwa dodatkowej osoby – 4.950 zł + VAT i obejmuje przelot, obiad i nocleg, transport lotnisko-hotel-tereny targowe.

Jednocześnie informujemy, że po zamknięciu listy uczestników organizator wystawy zwróci się do Ministerstwa Gospodarki o dofinansowanie uczestnictwa (do 50% poniesionych kosztów) w ramach pomocy de minimis na realizację branżowych projektów promocyjnych.

Program wystawy:

16 października (wieczór) – wylot z Warszawy

17 października – przygotowanie ekspozycji, spotkanie z Ambasadorem RP w Erewaniu

18 października – wystawa

19 października – wystawa

20 października – zwiedzanie Armenii

21 października – (rano) powrót do Warszawy

Przedsiębiorców zainteresowanych obecnością ich firm na armeńskim i gruzińskim rynku prosimy o kontakt z:

Anną Lemańską

Międzynarodowe Targi Poznańskie

ul Głogowska 10

60-734 Poznań

telefon +48.61.8692552

e-mail: anna.lemańska@mtp.pl

lub

Luizą Makulec

Polska Izba Opakowań

ul Konstancińska 11

02-942 Warszawa

telefon +48.22.8422011

e-mail: info@pio.org.pl

Mając na uwadze ograniczoną liczbę miejsc organizatorzy proszą o przesłanie deklaracji uczestnictwa w Wystawie do 27 maja 2011, na w/w adresy.

Przy okazji informujemy, że miejscowi przedsiębiorcy zainteresowani są w szczególności: dostawą papieru do produkcji tektury oraz gazetowego; maszynami do produkcji opakowań i pakowania (małe wydajności); maszynami poligraficznymi; opakowaniami do produktów spożywczych i napojów. Chętnie skorzystają z pomocy w organizacji usług logistycznych na terenie Armenii oraz usług na terenie Polski (składy, magazyny itp.).

## WARTO WIEDZIEĆ

### Kultura zarządzania źródłem sukcesu

Często porównujemy wydajność pracy i uzyskiwane efekty w polskich firmach z firmami zagranicznymi. Ciekawe wnioski wynikają z porównania modeli postępowania przy podejmowaniu decyzji oraz w przepływie informacji w „kulturze” szwedzkiej i polskiej. Generalnie, jak stwierdza Karolina Horoszczak z Grupy Ikea w Polsce: „Skracanie dystansu, ograniczanie hierarchii do minimum, partnerstwo – to chyba zasadnicza różnica między kulturą szwedzką a polską”.

### PODEJMOWANIE DECYZJI

#### Szwecja

Powolne naradzanie się  
Wymagana zgoda wszystkich  
Skupienie na celu  
Jeśli się nie zgadzasz – mów  
Burza mózgów  
Zawiły proces decyzyjny

#### Polska

Szybkie decyzje  
Jedna osoba rządzi  
Rozkazy na każdym etapie  
Siedź cicho  
Rozkazy  
Szybkie decyzje

### PRZEPLÝW INFORMACJI

#### Szwecja

Błądzić jest rzeczą ludzką  
Można popełniać błędy  
Pytanie się o radę

Wszyscy informują się nawzajem  
„Pajęczyna informacyjna”  
Żeby był efekt ekonomiczny

#### Polska

Strach przed ośmieszeniem  
Do błędów nie wolno się przyznawać  
Strach przed ujawnieniem swojej niekompetencji  
Rozkazy idą z góry na dół  
„Droga służbowa”  
Żeby ładnie wyglądało w papierach

### Prognoza spadku deficytu w latach 2011, 2012

Jak wiadomo, Bruksela oczekuje od Polski, iż dziura w finansach państwa w 2012 r. nie przekroczy 3 proc. PKB.

Warto przypomnieć, iż owa dziura w finansach państwa (deficyt finansów publicznych) wynosiła w 2010 roku **7,9 proc. PKB**. Punktem zwrotnym w spełnieniu oczekiwań Brukseli ma być rok bieżący, w którym deficyt zmaleje do **5,6 proc. PKB**, aby w 2012 roku osiągnąć poziom **2,9 proc. PKB**.





# Folie opakowaniowe

## PREZENTACJA REFERATÓW

### Polski rynek giętkich folii opakowaniowych z tworzyw sztucznych: wielkość, segmenty, trendy, nowe inwestycje

(streszczenie referatu Mirosława Bohdana z firmy EMIPAK Sp. z o.o.)

Branża opakowań, zużywa ~800 tysięcy ton tworzyw sztucznych, co przekracza 30% krajowego zużycia tworzyw sztucznych do wszystkich zastosowań. Około 50% zużywanych opakowań z tworzyw sztucznych stanowią opakowania z folii.

Wśród opakowań giętkich największe zużycie wykazują folie polietylenowe (~67%), polipropylenowe (~19%) i laminaty barierowe z udziałem folii poliamidowej (~5%). Dużą dynamiką wzrostu rzędu 8-10% charakteryzują się folie orientowane polipropylenowe BOPP i poliestrowe PET.

W przyszłości należy liczyć się z dalszym wzrostem zużycia opakowań z tworzyw sztucznych i zbliżeniem do zużycia w krajach zachodnioeuropejskich, w których aktualnie zużycie opakowań z tworzyw sztucznych jest ok. 2 razy większe w porównaniu z Polską.

Generalną tendencją rozwojową stanowi dążenie do zmniejszania masy opakowań, w tym np. grubości folii, przy wzroście wytrzymałości i barierowości.



### Innowacyjne poliolefiny do zastosowań foliowych w ofercie Basell Orlen Polyolefins (BOPS)

(streszczenie referatu Tomasza Listosia z firmy BASELL ORLEN POLYOLEFINS SPRZEDAŻ Sp. z o.o.)

W referacie omówiono podstawowe gatunki w poszczególnych grupach produktów PE i PP, oferowanych przez BOPS oraz rozwiązania dla wytłaczanych folii o strukturze warstwowej z uwzględnieniem sposobów ich wytwarzania.

BOPS zaopatruje polskich przetwórców tworzyw sztucznych w szeroką gamę poliolefin, obejmującą: standardowe gatunki polietylenu małej gęstości (LD-PE) - Malen E, innowacyjnego polietylenu dużej gęstości (HD-PE), o multimodalnym rozkładzie masy cząsteczkowej, wytwarzanego w oryginalnej technologii Hostalen ACP oraz homopolimerów propylenu.

Oferta BOPS obejmuje nie tylko typowe gatunki PE i PP wytwarzane w Płocku, ale również produkowane w fabrykach w Europie Zachodniej, należących do Grupy Lyondell Basell, a także zaawansowane produkty poliolefinowe – takie jak Ad-syl, Adflex i polibuten, (PB-1), wykorzystywane w produkcji folii specjalistycznych, często w połączeniu z bazowymi gatunkami PP lub PE.

Poliolefiny w grupie Ad-syl są stosowane przede wszystkim w warstwach zgrzewalnych w strukturach wielowarstwowych, dla zapewnienia pełnej funkcjonalności folii w zakresie: obniżonej początkowej temperatury zgrzewania (tzw. SIT z ang. sealing initial temperature) oraz wysokiej wytrzymałości natychmiastowej spoin na gorąco (tzw. hot-tack).

Natomiast poliolefiny w grupie Adflex, odznaczające się wysoką elastycznością są wykorzystywane nie tylko jako modyfikatory właściwości mechanicznych, ale również dla zapewnienia kompatybilności ze sobą różnych typów poliolefin.

Z kolei polibuten-1 jest coraz szerzej stosowany, przede wszystkim do wytwarzania opakowań foliowych dla uzyskania efektu łatwego otwierania.



### Wytłaczanie folii z rozdmuchem, technologie i urządzenia

(streszczenie referatu Alexandry Ballon z firmy HOSOKAWA Alpine AG)

Firma HOSOKAWA Alpine jest producentem maszyn koncentrującym się na budowie linii do produkcji i przetwarzania folii rozdmuchiwanej.

Działalność firmy obejmuje projektowanie, rozwój techniczny oraz produkcję komponentów (wytłaczarki, głowice rozdmuchowe, systemy do chłodzenia folii i jej kalibracji, odciągi i nawijarki, linie do orientacji folii w kierunku wzdłużnym) a także produkcję kompletnych linii do wytwarzania folii rozdmuchiwanej od 1 do 9-warstwowej.

W referacie dokonano porównania linii trój- i pięciowarstwowej z uwzględnieniem kosztów, możliwości obniżenia grubości oraz pozyskania nowych rynków dla produkcji folii barierowych.

Jako nowość firmy HOSOKAWA Alpine, przedstawiono technologię jednoosiowej orientacji folii z nowym systemem TRIO.



### Innowacyjne surowce Dow Chemical dla przemysłu foliowego

(streszczenie referatu Jarosława Lorenca z firmy RESINEX, reprezentującego firmę DOW CHEMICAL)

W referacie omówiono polimery wytwarzane w firmie Dow Chemicals o nazwie Sealution TM, zapewniające łatwość otwierania opakowań, tzw. efekt „peel”, przy zachowaniu integralności spoin, zapobiegającej samootwieraniu się opakowań, pod wpływem oddziaływania zawartości.

Polimery Sealution TM dostosowane są do uzyskiwania efektu „peel”, przy ich użyciu na substratach PE jak i PP i nadają się do wykorzystania zarówno w technologii rozdmuchu jak i przy wytłaczaniu folii płaskiej.

Polimery Sealution TM znajdują zastosowanie we wkładkach foliowych w opakowaniach żywności suchej, jak i w warstwach zgrzewalnych folii wielowarstwowych oraz w foliach pokrywkowych do zamykania tacek i kubków.

Polimery te odznaczają się wysoką wartością natychmiastowej wytrzymałości połączeń zgrzewanych i niską początkową temperaturą zgrzewania.

Efekt łatwej otwieralności osiągnąć jest w szerokim zakresie temperatur zgrzewania i utrzymuje się w długim okresie, nawet po 190 dniach od czasu zgrzewania.

dokończenie na s. 12

# Folie opakowaniowe

## PREZENTACJA REFERATÓW

dokończenie ze s. 11

### Zasady udzielania kredytu technologicznego

(streszczenie referatu Piotra Witkowskiego z Kancelarii Finans dla Firm)

Wobec wyczerpywania się budżetów w programach umożliwiających uzyskanie dotacji, jedną z istniejących obecnie możliwości otrzymania dotacji przez firmy inwestujące, stanowi kredyt technologiczny – program realizowany w ramach Programu Operacyjnego. Innowacyjna Gospodarka działanie 4.3.

Celem programu jest wsparcie poprzez premię technologiczną przedsiębiorców z sektora MSP, którzy zamierzają realizować inwestycje polegające na wdrożeniu nowej technologii.

Innowacyjne rozwiązanie technologiczne stanowi zasadniczy wymóg dla uzyskania premii technologicznej.

W referacie w syntetycznej formie przedstawiono podstawowe elementy programu kredytu technologicznego. Omówiono zasady aplikowania: kto może być wnioskodawcą o wsparcie (beneficjent), cel projektu, przedmiot kredytu (nakłady kwalifikowane), tryb naboru wniosków, wysokość i forma dotacji, a także procedury oceny wniosku i realizacji projektu.

Program zaprezentowano w formie analizy, wskazującej zalety i wady kredytu technologicznego (analiza SWOT).



### Nowoczesne rozwiązania technologiczne dla współwytłaczanych folii wielowarstwowych

(streszczenie referatu Krzysztofa Rozensala z firmy Sabic Europe)

Wyszczególniono szeroki asortyment różnych odmian polietylenu (PE-LD, PE-LLD oraz PE-HD), wytwarzanego w firmie Sabic wraz z podaniem charakterystyki wskaźników płynięcia i gęstości.

Omówiono sytuację łańcucha dostaw z ukazaniem rosnących wyzwań dla poszczególnych jego uczestników, podkreślając niewygodną pozycję przetwórców tworzyw w tym łańcuchu.

Przybliżono ekonomikę procesu produkcji folii na poziomie przetwórcy.

Przedstawiono rys historyczny rozwoju technologii produkcji folii, uwypuklając zalety technologii współwytłaczania.

Omówiono założenia filozofii mającej sprostać obecnym trendom i wyzwaniom rynkowym stawianym przetwórcom, z punktu widzenia rozsądnego i efektywnie dokonanego wyboru surowców i warstw w foliach współwytłaczanych, w obliczu zachodzących zmian i wzrastających wymagań.

Podano przykłady struktury warstw obejmujące odmiany tworzyw i ich grubości w foliach współwytłaczanych, w zastosowaniu do termokurczliwych owinięć zbiorczych oraz do torebek stojących, w tym z przeznaczeniem do sterylizacji termicznej.

Wykazano korzyści wynikające z zastępowania folii trzy warstwowych pięć warstwowymi.

Do zalet tych należą: możliwość obniżenia łącznej grubo-

ści folii, poprawa ich właściwości funkcjonalnych, a również i niższe koszty materiałowe, co jest możliwe do uzyskania w wyniku odpowiedniego doboru tworzyw i grubości ich warstw.



### Folia BOPP o orientacji zrównoważonej w zastosowaniu do etykietowania wyrobów formowanych wtryskowo, w systemie IML

(streszczenie referatu Andrzeja Kornackiego z firmy INNOVIA FILMS)

Etykietowanie w technice IML (z ang. in mould labelling – etykietowanie w procesie formowania) dużych pojemników formowanych wtryskowo, o pojemności powyżej 5 litrów, wymaga folii litych o grubości większej niż możliwa do uzyskania na liniach poziomych wytwarzania dwuosiowo orientowanych folii polipropylenowych, które umożliwiają produkcję folii o maksymalnej grubości 50 µm.

Dlatego też w przypadku pojemników większych, na etykiety stosowano dotychczas folie polipropylenowe nieorientowane tzw. wylewane (cast -CPP), zazwyczaj o grubościach 82 oraz 100 µm, przy tym o mniej korzystnych właściwościach przy etykietowaniu w systemie IML w porównaniu z foliami orientowanymi.

W ostatnich latach firma Innovia Films uruchomiła produkcję nowego asortymentu grubych, litych folii BOPP przydatnych do produkcji etykiet IML

Firma ta wykorzystuje technologię rodmuchu, umożliwiającą przy jednakowym rozciągnięciu folii w obydwu kierunkach (orientacja zrównoważona), wytwarzanie folii BOPP o grubości do 110 µm.

Zastępowanie folii CPP folią BOPP o orientacji zrównoważonej, zapewnia obniżenie grubości folii oraz usprawnienie procesów produkcji etykiet i etykietowania.

W prezentacji przedstawiono wyniki uzyskane w kraju, przy wytwarzaniu etykiet z folii BOPP o orientacji zrównoważonej oraz przy ich wykorzystaniu do etykietowania w systemie IML.



### Znane i popularne oraz najnowsze polimery LD/MD/HD/PP foliowe z instalacji MOL PetChem z Węgier i ze Słowacji

(streszczenie referatu Jany Moncekovej z firmy MOL PetChem)

W referacie przedstawiono zakres działalności Grupy MOL Petrochemicals, lidera w branży petrochemicznej w krajach Europy Środkowej, obejmujący olefiny, polietylen małej gęstości (PE-LD), średniej gęstości (PE-MD), dużej gęstości (PEHD) oraz polipropylen (PP).

TVK Polska jest lokalnym biurem MOL Petrochemicals.

Asortyment PE-HD obejmuje typy bimodalne, wytwarzane wg technologii Mitsui oraz unimodalne wg technologii Philipsa.

Podano właściwości oraz zakres zastosowań opakowaniowych polietylenów uni i bimodalnych.

Scharakteryzowano kopolimery unimodalne to jest PE-MD z heksenem oraz bimodalne PE-HD z butenem, a także PE-LD n butylo akrylanowe, określając zalety oraz korzyści ekonomiczne wynikające z ich stosowania.

W przypadku PE-LD z procesu autoklawowego podano zalecany profil temperatur (wytłaczarka, głowica, szczelina dyszy).





## Zdalny Serwis prewencyjny urządzeń znakujących i etykietujących

(streszczenie referatu Mariusza Króla z firmy PROMARK Sp. z o.o.)

Znakowanie wszystkich wytwarzanych wyrobów, obejmujące nr partii, datę produkcji, czy też w przypadku żywności termin przydatności do spożycia, przed wprowadzeniem wyrobów do obrotu, jest obligatoryjne.

Każda awaria urządzenia znakującego, czy też błąd w jego funkcjonowaniu, powoduje konieczność zatrzymania linii produkcyjnej i jej przestój, aż do usunięcia zaistniałej usterki, którą usuwa zazwyczaj obsługa serwisu urządzeń znakujących.

W firmie Promark Sp. z o.o. dostawcy urządzeń do znakowania, dokonującej także serwisu tych urządzeń, powstała koncepcja, będąca w fazie realizacji Zdalnego Serwisu, urządzeń znakujących i etykietujących.

W ramach Zdalnego Serwisu jest wdrażana automatyczna diagnostyka i zdalny monitoring parametrów pracy urządzeń znakujących i etykietujących. Oznacza to, że serwis techniczny będzie od razu informowany o usterekach urządzenia, a nawet poprzez obserwację działania tego urządzenia będzie w stanie przewidzieć awarię zanim ona nastąpi i będzie mógł podjąć odpowiednie działania prewencyjne.

W wyniku ciągłej aktualizacji danych w zakresie pracy urządzeń znakujących, inżynier dyżurny Centrum Monitoringu i Napraw będzie mógł telefonicznie polecić obsłudze urządzenia znakującego, np. uzupełnienie tuszu w drukarce, bądź też wymianę części eksploatacyjnej.

W ramach Zdalnego Serwisu przewiduje się także, możliwość automatycznego konfigurowania urządzeń prewencyjnych, utrzymywanych w stanie ciągłej gotowości do pracy, w zakładach obsługiwanych przez Zdalny Serwis, co będzie możliwe poprzez kopiowanie ustawienia odpowiednich parametrów, tak by od razu urządzenie prewencyjne mogło zastąpić urządzenie, które uległo awarii.

W referacie omówiono kolejne etapy wdrożeniowe, system automatycznego lokalizowania drukarek w fabryce klienta oraz budowę systemu.



## Doświadczenia krajowe w wytwarzaniu folii biodegradowalnych

(streszczenie referatu Józefa Richerta z Instytutu Inżynierii Materiałów Polimerowych i Barwników oraz Mariana Żenkiewicza z Katedry Inżynierii Materiałowej Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy)

W referacie dokonano przeglądu aktualnego stanu wiedzy w zakresie odmian, dostępnych handlowo typów, a także właściwości i zastosowań tworzyw biodegradowalnych w przemyśle opakowaniowym.

Scharakteryzowano metody przetwarzania polimerów biodegradowalnych, to jest wytłaczanie folii: płaskiej, folii dwuosioowo orientowanej oraz formowanej metodą rozdmuchu.

Określono specyficzne wymagania w stosunku do urządzeń stosowanych w procesie wytwarzania wyrobów opakowaniowych, a także scharakteryzowano główne kierunki zastosowań wyrobów gotowych z biodegradowalnych tworzyw po-

limerowych w zależności od zastosowanego tworzywa oraz metody jego przetwórstwa.

Podano ogólną charakterystykę linii do przetwórstwa tworzyw biodegradowalnych, koncentrując się na wytwarzaniu folii płaskiej, przeznaczonej do termoformowania, z wykorzystaniem wytłaczarki jednoślismakowej.

Omówiono poszczególne elementy składowe linii do wytwarzania folii płaskiej.

Przedstawiono specjalne stanowisko badawcze do wytwarzania folii płaskiej termoformowalnej oraz do próżniowego negatywowego formowania wyrobów z uzyskanej folii.

Wykorzystanie scharakteryzowanego stanowiska badawczego do wytwarzania folii płaskiej z polilaktydu, umożliwiło wyciągnięcie praktycznych wniosków i określenie parametrów i wymagań, które powinny być spełnione, w procesie wytłaczania folii płaskiej z tego polimeru, w tym z udziałem recyklatu oraz w zakresie próżniowego formowania wyrobów z wytwarzanej folii.

Określono także wymagania i parametry próżniowego formowania folii z polilaktydu.



## Ocena cyklu życia (LCA) toreb handlowych z tworzyw sztucznych przy uwzględnieniu wskaźników emisji gazów cieplarnianych

(streszczenie referatu Hanny Żakowskiej z Instytutu Badawczego COBRO)

Przedstawiono wyniki wykonanych w COBRO badań Oceny Cyklu Życia (LCA), przy wykorzystaniu programu komputerowego Pre Consultants o nazwie SimaPro 7.1, oraz badań emisji CO<sub>2</sub> (wskaźnik „carbon footprint”), dla kilku rodzajów toreb jednorazowego i wielokrotnego użytku, z kilku różnych materiałów

W dokonanych porównaniach wykazano, że torba papierowa (dla dwóch rotacji) wypadła najgorzej pod względem dwóch szkód środowiskowych: życie ludzkie i jakość ekosystemu, natomiast największe szkody wynikające z zużycia surowców związane są ze stosowaniem torby jednorazowej z folii polietylenowej.

Użycie jednorazowej torby wykonanej z polilaktydu (PLA), należącego do źródeł odnawialnych, jest korzystniejsze w kategorii zużycia surowców, w porównaniu z torbą wielokrotnego użycia z folii polietylenowej.

Wpływ środowiskowy toreb jednorazowego użytku jest zdecydowanie większy niż wielokrotnego użytku. Dla wszystkich toreb jednorazowych wpływ ten jest porównywalny, bez względu na rodzaj zastosowanego surowca.

Wyniki w zakresie wskaźnika „carbon footprint” wskazują, że torby wielokrotne wypadają korzystniej.

Z toreb wielokrotnego użycia najniższy wskaźnik wykazała torba z tkaniny propylenowej (33-krotna rotacja), natomiast najwyższa wartość dotyczyła torby papierowej używanej dwukrotnie.

Torby jednorazowe wykazują zbliżony wskaźnik emisji CO<sub>2</sub>, a torby biodegradowalne wytwarzane z udziałem PLA wypadają korzystniej w przypadku uwzględnienia ilości CO<sub>2</sub> asymilowanego w procesach fotosyntezy.



# Z życia Polskiej Izby Opakowań

## ► Posiedzenia nowych organów Izby

Tuż po zakończeniu obrad WZC (24 marca) na pierwszym posiedzeniu zebrali się członkowie Rady Izby oraz Komisji Rewizyjnej w celu ukonstytuowania się. Członkowie Rady wybrali spośród siebie: przewodniczącego (Wojciech Pawłowski); wiceprzewodniczącego (prof. Andrzej Korzeniowski); sekretarza (Paweł Adamski). Zaś członkowie Komisji Rewizyjnej mandat przewodniczącej powierzyli Ewie Szymańskiej-Zachara. Informację o pełnych składach tych organów zamieszczono na str. 5 i 6 Biuletynu.

## ► Udział w wystawie Packaging Innovations

Podobnie jak w roku ubiegłym, Polska Izba Opakowań brała udział w organizowanej przez Easy Fairs w Warszawie, targach wystawie Packaging Innovations (23-24 marca).

Stoisko Izby stanowiło swoisty punkt informacyjny na temat Izby, jej działal-

ności, członków, oraz warunków członkostwa.

Obecność Izby na targach została wykorzystana m.in. do promocji najnowszego przedsięwzięcia wydawniczego jakim jest katalog reklamowy „Oferta polskiego przemysłu opakowań”.

Pracownicy Biura Izby udzielili ponad 100 informacji o producentach opakowań, maszyn i urządzeń dla przemysłu opakowań oraz materiałów opakowaniowych. W ciągu dwóch targowych dni stoisko Izby odwiedziło ok. 300 osób. Znaczącym rezultatem udziału Izby w targach było pozyskanie dwóch nowych członków Izby.

## ► Wizyta przedstawicieli Stowarzyszenia ARMENPAK

Z okazji Targów POLIGRAFIA-2011 organizowanych przez MTP (12-15 kwietnia) przebywała w Polsce delegacja Stowarzyszenia Producentów i Użytkowników Opakowań oraz Poligrafów Armenii (ARMENPAK) na czele z prezydentem Stowarzyszenia prof. Surenem Czibukczjanem.

W trakcie 5-cio dniowego pobytu członkowie delegacji ARMENPAK-u, zwiedzili: drukarnie Oficyny Reklamowo-Wydawniczej „Adam” w Warszawie, firmę Reproserwis w Suchym Lesie k. Poznania, Spółkę ECOR PRODUCT w Stęszewie, Instytut Logistyki i Magazynowania oraz Wyższą Szkołę Logistyki w Poznaniu.

Dzięki pomocy Izby i uprzejmości kierownictwa MTP goście z Armenii mieli do dyspozycji stoisko na targach POLIGRAFIA-2011.

W trakcie licznych spotkań z producentami maszyn i urządzeń dla poligrafii, mieli możliwość złożenia zamówień na interesujące ich urządzenia. Temu m.in. służyła wizyta w firmie INTREX w Tarnowie Podgórnym oraz Chemes w Sadach k. Poznania.

Pobyt na targach stanowił także okazję do uzgodnienia z przedstawicielami zarządu MTP oraz kierownictwem Izby spraw związanych z organizacją w Erywaniu branżowej wystawy promocyjnej „Oferta polskiego przemysłu opakowań dla rynku Armenii” (październik 2011 r.). Podczas spotkania z rektorem Wyższej Szkoły Logistyki i Magazynowania oraz dyrektorem Instytutu Logistyki i Magazynowania uzgodniono założenia organizacyjno-programowe wspólnie organizowanej przez Izbę oraz ARMENPAK międzynarodowej konferencji na temat systemów i usług logistycznych oraz kształcenia kadr dla potrzeb logistyki.

## ► Udział Izby w Targach Opakowań dla Przemysłu Spożywczego PAKFOOD-2011

W pierwszych dniach kwietnia podczas spotkania przedstawicieli MTP (dyr. Janusz Mazurczak, dyr. Anna Lemańska) z przedstawicielami Izby (prezes Stanisław Tkaczyk, dyr. Waław Wasiak) omówiono zakres, formy i warunki udziału Polskiej Izby Opakowań w Targach Pakfood-2011 (wrzesień).

Ustalono, iż wzorem lat poprzednich Izba będzie organizatorem zbiorowego stoiska informacyjno-promocyjnego oraz konferencji, seminariów i sesji promocyjnych.



Wizyta delegacji Stowarzyszenia Producentów i Użytkowników Opakowań oraz Poligrafów Armenii (ARMENPAK) na czele z prezydentem Stowarzyszenia prof. Surenem Czibukczjanem





# Na podbój rynków wschodnich

Systematyczna poprawa kondycji ekonomicznej gospodarek krajów Europy Wschodniej oraz zainteresowanie rozwojem kontaktów gospodarczych z krajami Unii Europejskiej, a także rosnąca z każdym rokiem oferta polskiego przemysłu opakowań, stanowią ważne przesłanki do silniejszego zainteresowania się obecnością na tych rynkach polskich firm opakowaniowych.

Polska Izba Opakowań traktując priorytetowo działania na rzecz wspomagania rynkowego firm, przygotowała bogaty program przedsięwzięć promocyjno-marketingowych mających na celu tworzenie warunków sprzyjających obecności polskich firm opakowaniowych na rynkach tych krajów.

Realizację tego programu zainauguro-

wała misja gospodarcza na targi i wystawę opakowań PACK EXPO w Kijowie w lutym 2011 roku.

W czerwcu misja firm zrzeszonych w Izbie weźmie udział w misji na najbardziej prestiżową wystawę opakowań i technologii opakowaniowych w Moskwie.

Tradycyjnie już we wrześniu, firmy zainteresowane rynkiem opakowań Białorusi wezmą udział w wystawie MIR UPAKOWKI oraz w targach-wystawie RIGA FOOD w Rydze.

Na październik przygotowana jest branżowa wystawa „Polskie Opakowania na rynku Armenii”.

W ramach wspomnianego programu ważne miejsce zajmuje opracowanie, druk i rozpowszechnienie dwujęzycznego katalogu reklamowego „Oferta polskiego przemysłu opakowań” (Упаковка Для Тебя – Packaging for you) przeznaczona na rynki 15 krajów Europy Wschodniej i Centralnej. W publikacji tej znalazły się oferty handlo-

we ponad 100 polskich firm, w większości członków Polskiej Izby Opakowań. Nakład 4 tys. egzemplarzy. Pierwszych 500 egz. zostanie rozpowszechnionych wśród uczestników wystawy ROSUPAK w Moskwie (14-18 czerwca). Po kilkadziesiąt egzemplarzy przekazanych zostanie do polskich placówek dyplomatycznych. Około 1,5 tysiąca przekazanych zostanie do dyspozycji organizatorów targów i wystaw opakowaniowych w krajach regionu naszej ekspansji.

Jest wielkim zobowiązaniem wydawcy, czyli Polskiej Izby Opakowań, wobec reklamodawców, aby nie zmarnował się ani jeden egzemplarz, mając na uwadze przeznaczenie tej publikacji.

O promocyjnej roli i znaczeniu tego wydawnictwa świadczy fakt, iż jego zawartość otwierają słowa wstępne tak prominentnych osób jak Waldemar Pawlak, wicepremier i minister gospodarki, Andrzej Bryt, prezes MTP oraz prof. Stanisław Tkaczyk, prezes Polskiej Izby Opakowań.

## Witamy w gronie członków Polskiej Izby Opakowań

W marcu bieżącego roku, **do Izby przystąpiła firma „Artbox” z Wrocławia**, zajmująca ważną pozycję na rynku ozdobnych opakowań z metalu.

Za rok, firma obchodzić będzie 20-lecie swojej działalności. Niżej autorska sylwetka nowego członka Izby.

Firma Artbox powstała w 1992 roku jako firma rodzinna. Właścicielami byli Bogusław Nowak i Izabela Baranowska-Nowak. W początkowym etapie działalności firma specjalizowała się w produkcji wieczek i zapięć do puszek hermetycznych oraz w produkcji i sprzedaży opakowań metalowych. Importowała także gotowe puszki do kawy z Włoch i zaopatrywała w nie hurtownie w całej Polsce. Z biegiem czasu firma wyszła także na międzynarodowe rynki. Ze względu na rosnącą wielkość sprzedaży w 2002 roku firma została przekształcona w Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością. Udziałowcami stali się jej poprzedni właściciele.

Dzisiaj firma Artbox Sp. z o.o. jest wiodącym sprzedawcą puszek ozdobnych w Polsce i w Europie Środkowo-Wschodniej – roczna sprzedaż kształtuje się na poziomie 3 milionów sztuk. Duża część sprzedaży około 40% kierowana jest na eksport do Rosji, Estonii, na Ukrainę, Węgry, Litwę, Łotwę, Białoruś, a także do Niemiec oraz Grecji.

W ciągu prawie dwudziestoletniej działalności firma Artbox współpracowała z wieloma znanymi firmami takimi jak MK Cafe, Prima, Tchibo, Spółdzielnia Pracy Pokój, Interjarek Sp. z o.o., Jutrzenka Colian Sp. z o.o., Cafe Sati, Kompania Piwo-

warska, Tetra Pak, Wasa Barilla Poland Sp. z o.o., Laboratorium Kosmetyczne Dr Irena Eris SA, Bio Active Dystrybucja Sp. z o.o., Nestle Polska S.A., Grupa Maspex Wadowice, Kompania Spirytusowa WRATISLAVIA POLMOS WROCŁAW SA, Podlaska Wytwórnia Wódek w Siedlcach i wieloma innymi. W kwietniu 2009 roku firma rozpoczęła współpracę z firmą ZPC Mieszko, dużym i znanym producentem słodocy. Od tamtej pory firma Artbox cieszy się jej zaufaniem i jest stałym dostawcą metalowych opakowań na bombonierki: puszki serca, Soleil, ChocoAmore i Cherrissimo. Artbox wykonuje także puszki dla zagranicznych marek jak np. Illy, Ionia, Agusha, Vigora, Rublevka, Akdov, Serenade i zaopatruje w opakowania duże znane firmy zagraniczne jak np. Kozak Svitavy s.r.o. (Czechy), Kodulux Arieksperti AS (Estonia), Alcoma SA (Grecja), BALT-AKTOR PLUS (Rosja), Vineksim (Rosja), OOO Galaktyka (Rosja), SENUKU PREKYBOS CENTRAS Ltd. (Litwa), MAXIMALT UAB (Litwa), Bathory (Węgry), Coffeetea (Ukraina) i wiele innych. Produkty firmy Artbox są doceniane w Polsce i krajach Unii Europejskiej, uzyskały także certyfikaty jakości na rynkach krajów Wspólnoty Niepodległych Państw.

Firma Artbox od ponad 10 lat uczestniczy w Międzynarodowych Targach Techniki Pakowania i Logistyki Taropak oraz Międzynarodowych Targach Wyrobów Spożywczych Polagra-Food. Jest także wystawcą na Międzynarodowych Targach Reklamy Remadays i na targach nowych rozwiązań w branży opakowań – easyFairs Packaging Innovations. Dzięki wysoko wyspecjalizowanemu spotkaniem branżowym firma nieustannie poszerza kontakty biznesowe i wychodzi na nowe rynki zagraniczne.

W stałej ofercie firmy jest ponad 200 różnorodnych wzorów i kształtów opakowań, firma współpracuje także z profesjonalnym grafikiem, który regularnie wzbogaca ofertę o nowe, niebanalne projekty. Gotowe produkty na życzenie klienta uszlachetniane są w siedzibie firmy we Wrocławiu na różne sposoby: poprzez nakładanie farb metodą sitodruku i tampodruku oraz termotransferowego druku sublimacyjnego, oklejaniem folią samoprzylepną dostosowaną do druku pełnokolorowego lub grawerowaniem laserowym. W przypadku dużych niestandardowych zamówień (niezwykłe kształty, faktury, wykończenia) już w fabryce wykonywane są puszki tłoczne, perforowane lub lakierowane (lakierem klinkierowym imitującym popękana powierzchnię, wybiórczym UV, matowym „soft touch”, lakierem imitującym gumę albo antypoślizgowym). Niektóre puszki są wykańczane dodatkowym materiałem, np. zamszem; lub łączone z tworzywami sztucznymi. Większość puszek posiada atest zezwalający na kontakt z żywnością i produktami spożywczymi. W celu zapewnienia jakości i bezpieczeństwa zdrowotnego produktów przechowywanych w opakowaniach produkowanych przez firmę Artbox opracowano i wdrożono system jakości oparty na analizie zagrożeń i krytycznych punktów kontroli HACCP.

Firma Artbox Sp. z o.o. jest solidnym płatnikiem, a tym samym – pewnym partnerem w biznesie.



**Artbox**  
sp. z o.o.  
*Art on metal*

Dane kontaktowe:  
**„Artbox” Sp. z o.o.**  
ul. Kielczowska 64B  
51-315 Wrocław  
tel. (71) 352 78 27  
kom. 502 506 692  
e-mail: [info@artbox.pl](mailto:info@artbox.pl)  
[www.artbox.pl](http://www.artbox.pl)

# Polski, europejski i światowy rynek PET

Sytuacja na rynku PET drastycznie różni się od tej, którą mieliśmy rok czy dwa lata temu. W przeciągu roku preformy i butelki pet zdrożały o ponad 60% ze względu na rosnące ceny surowca PET.

Wysokości cen surowca PET nie można wyłącznie odnosić do sytuacji na rynku lokalnym, czyli samej Europy. W zasadzie wszystko to, co dzieje się na tym rynku uzależnione jest od wielu czynników, których występowanie można zaobserwować na całym świecie. Z pewnością to nie popyt w naszym regionie ma wpływ na cenę, gdyż ten jest w miarę stabilny, w przeciwieństwie do znaczącego wzrostu popytu w krajach Azji, takich jak Chiny czy Indie.

Popyt na tworzywo PET w Azji uzależniony jest w głównej mierze od wzrostu jego zapotrzebowania na włókna polimerowe, w mniejszej zaś do opakowań.

Obecnie w Europie zasadniczym problemem jest niedobór surowca PTA (podstawowy surowiec do produkcji PET), a co za tym idzie nawet ograniczona podaż PETu. Przykładem jest ograniczenie produkcji przez firmę La Seda, jednego z największych producentów surowca PET.

Brak PTA spowodowany jest awariami linii produkcyjnych należących do koncernu BP w Belgii w Geel, powodującymi spadek wydajności nawet do 15%. Rosnące zapotrzebowanie na ten surowiec w Azji powoduje, iż import do Europy stanowi śladowe ilości i jest zdecydowanie mniejszy niż rok temu.

Sytuację na rynku europejskim może poprawić uruchomienie produkcji surowca PTA przez PKN Orlen we Włocławku oraz wzrost produkcji w koncernie BP. Uruchomienie inwestycji we Włocławku planowano na drugą połowę 2010 roku.

Wzrost podaży surowca PTA może zatrzymać drastycznie rosnący poziom cen PETu. Ponadto, dzięki dostępności tego surowca może nastąpić wzrost podaży PETu, a co za tym idzie w krótkim okresie skompensować jego niedobory. Na ile zakłócić to może czynnik spekulacyjny, tego nie można przewidzieć.

Dariusz Lizak

## ZASŁYSZANE

### Ważne przywództwo

Najpierw Japonię czeka mocne odbicie gospodarcze po trzęsieniu ziemi, a potem kolejna stracona dekada.

Wszystko przez niską produktywność, topniejącą populację i brak przywództwa.

Stephen Roach,  
szef azjatyckiej części banku Morgan Stanley.

### Ważne w dobie wzrostu cen

Rosną koszty produkcji, musisz podwyższać ceny swoich wyrobów. O tym co wcześniej powinieneś zrobić mówi Edyta Musielak, dyr. zarządzająca Kerkhoff Consulting Eastern Europe.

Oprócz szczegółowego przeglądu strategii sprzedażowych konieczne jest skrupulatne przyjrzenie się zakupom. Najważniejszym działaniem jest szczegółowa analiza historii cen i współpracy z dostawcami.

Trzeba zadać sobie pytanie, czy ceny są konkurencyjne? Czy zrobiliśmy badanie rynku i znamy oferty wielu dostawców? Czy znamy strukturę cen naszych dostawców – jaki procent stanowi surowiec, a jaki koszty produkcji i marża?

Koszty surowca trudno negocjować, ale pozostałe elementy, w tym marża, powinny być objęte negocjacjami. Warto zastanowić się, czy opłaca się połączenie wolumenów u kluczowych partnerów, by wynegocjować lepsze stawki, zamiast kupować od wielu. Trzeba sprawdzić, kiedy ostatnio negocjowaliśmy ceny z dostawcami, czy znamy ich konkurencję, czy wysyłamy do nich zapytania ofertowe, które pozwalają nam ustalić jak najwięcej kluczowych informacji. Trzeba się przyrzeć zakładowym specyfikacjom zakupowym – zdarza się, że firmy, pod wpływem nacisków działu technicznego, niepotrzebnie kupują surowce zbyt wysokiej jakości, a mogłyby pracować na niższej. Zdarza się także, że specyfikacje są tak spisane, że z założenia zawężają grupę dostawców.

### Zadowoleni z euro

„Niemcy korzystają na euro jak niemal żaden inny kraj w Unii Europejskiej” tak argumentowała w Bundestagu kanclerz Angela Merkel, apelując o wspólne zaangażowanie się w ratowanie europejskiej waluty.

#### Biuletyn Opakowaniowy ♦ Branżowy dwumiesięcznik informacyjno-promocyjny

Wydawca i redakcja: Polska Izba Opakowań

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

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

Redaktor Naczelny: Wacław Wasiak

Sekretarz Redakcji: Luiza Makulec ♦ Administracja: Bartłomiej Królak

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

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

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

Nakład: 250 egz.

#### Warunki prenumeraty

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

