



**Szanowni Państwo,
Właściciele, Prezesi, Dyrektorzy
oraz Pracownicy Firm
działających na rzecz rynku opakowań.
Drogie Koleżanki i Koledzy,**

tradycyjnie już, u progu Nowego Roku zwracamy się do Państwa z najlepszymi życzeniami, wszelkiej pomyślności w życiu osobistym, a także – co stanowi Waszą pasję i życiowy wybór – w działalności zawodowej.

Polska Izba Opakowań, jako organizacja samorządu gospodarczego przedsiębiorców branży opakowań i tych działów przemysłu, które na rzecz naszej branży pracują, starała się czynnie towarzyszyć w działalności wielu

firm, udzielając wsparcia, w sytuacjach, które tego wymagały.

Dzięki ofiarności i zaangażowaniu wielu spośród Państwa, Izba z powodzeniem realizowała swoje zadania w mijającym roku. Jest to zasługą niewielkiej – ale jakże społecznie odpowiedzialnej – grupy firm zrzeszonych w Izbie.

Pragniemy podkreślić fakt, iż wiele firm traktuje członkostwo w Izbie, jako swoiste świadczenie na rzecz innych firm. Moglibyśmy wymienić wiele firm, których pozycja rynkowa, potencjał, zapewniają wszelkie warunki do radzenia sobie, nawet w trudnych warunkach. Firmom tym Izba nie wiele świadczy. Można wręcz powiedzieć, iż bez członkostwa w Izbie, mogą normalnie funkcjonować. A jednak w Izbie „trwają”, w poczuciu dobrze rozumianej korporacyjnej solidarności. Są to firmy, które wnoszą największy finansowy wkład do budżetu Izby.

Tym właśnie firmom – choć nie tylko – ale w pierwszej kolejności, chcemy serdecznie podziękować. Dają bowiem przykład solidarności branżowej. Solidarności w ogóle, której brak jest główną przyczyną destrukcyjnych procesów w gospodarce światowej.

Nowy 2012 rok, nie zapowiada się dobrze. Tym bardziej w takiej sytuacji jest zapotrzebowanie na łączenie się dla skutecznego stawiania czoła rodzącym się wyzwaniom.

Niech zatem, Nowy Rok nie będzie złym dla gospodarki i Polski. Niech będzie również rokiem powiększenia się grona członków Polskiej Izby Opakowań, zgodnie z porzekadłem „więksi mogą więcej”. Życzenie to formułujemy w przekonaniu, że zorganizowani, możemy dla siebie zrobić więcej. Potrzeba nam nowych pomysłów, nowych sił, a przede wszystkim przedsiębiorców, dzięki którym Izba jeszcze lepiej realizować będzie swoje powinności.

Życząc aby Nowy Rok nie był gorszym od mijającego, Wszystkim, którzy swój los i pasję zwiążali z opakowaniami życzymy wiele zdrowia i życiowej pomyślności.

Do Siego Roku!

Przewodniczący Rady

Wojciech Pawłowski

Prezes Izby

Prof. zw. dr hab. Stanisław Tkaczyk

W numerze m.in.:

- Izbowe kalendarium 2011
- Rozwój opakowań formowanych wtryskowo – cz. 2
- Inwestorzy zagraniczni na rynku opakowań w Polsce
- Oferta polskiego przemysłu opakowań na rynku węgierskim
- Rynek opakowań na Węgrzech
- Witamy w gronie członków
- Z życia Polskiej Izby Opakowań
- Warto wiedzieć
- Terminarz wystaw i targów opakowaniowych
- Statuetka Znakomitego Przywódcy dla Prezesa Izby

WAŻNIEJSZE DATY I WYDARZENIA W DZIAŁALNOŚCI POLSKIEJ IZBY OPAKOWAŃ W 2011 ROKU (KALENDARIUM)

5 stycznia. Przesłanie do Ministerstwa Rozwoju Regionalnego i Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości stanowiska w sprawie uproszczeń w procedurach aplikowania o dotacje w ramach programu IG „Paszport do Eksportu”.

6 stycznia. Objęcie patronatem Izby, Kongresu Pakowania w Przemysle Kosmetycznym i Farmaceutycznym.

10 stycznia. Zawarcie porozumienia z organizatorem wystawy PACK EXPO UKRAINA w sprawie organizacji misji i stoiska informacyjno-promocyjnego.

11 stycznia. Spotkanie z przedstawicielami firmy SUOMINEN FLEXIBLES PACKAGING Ltd (Finlandia) oraz SUOMINEN POLSKA Sp. z o.o.

12 stycznia. Spotkanie z przedstawicielami organizatora targów INTERPACK 2011, Thomasem Dohse oraz Verą Fritsche, reprezentującymi Niemiecki Związek Producentów Maszyn dla Przemysłu Spożywczego i Opakowań. W trakcie spotkania uzgodniono formy i warunki udziału Izby w targach INTERPACK oraz wymieniono informacje o stanie i perspektywach przemysłu i rynku opakowań w Polsce i Niemczech.

14 stycznia. Wydanie broszury „Formy i sposoby motywowania pracowników jako element systemu efektywnego wykorzystania zasobów ludzkich w firmach przemysłu opakowań”.

17 stycznia. Nawiązanie współpracy z Wydziałem Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Budapeszcie w dziedzinie promocji polskiego przemysłu opakowań na rynku węgierskim.

18 stycznia. Uruchomienie na łamach Biuletynu Opakowaniowego kolumny „Przedsiębiorcy o Izbie”.

20 stycznia. Objęcie patronatem Izby konferencji „Logistyka Odzysku” organizowanej przez członka Izby, EKO-CYKL Organizacja Odzysku S.A.

23 stycznia. Zawarcie porozumienia z kierownictwem firmy easyFairs Polska na temat udziału Izby w targach Packaging Innovations-2011.

27 stycznia. Zawarcie porozumienia z MTP w sprawie wspólnej ekspozycji Polskiej Izby Opakowań i Stowarzyszenia ARMENPAK na targach Poligrafia 2011.

9 lutego. Spotkanie z kierownictwem firmy EURORABAT. Omówienie form i warunków korzystania firm zrzeszonych w Izbie z oferty EURORABAT.

12 lutego. Ukazuje się pierwszy w 2011 roku numer Biuletynu Opakowaniowego.

16 lutego. Wyjazdowe posiedzenie Rady w firmie Warta Glass Group (Poznań). Zatwierdzenie materiałów sprawozdawczo-programowych na WZC. Ustalenie daty, miejsca i porządku obrad WZC. ▶

Prof. nadzw. dr inż. Bohdan Czerniawski
Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Opakowań

ROZWÓJ OPAKOWAŃ FORMOWANYCH WTRYSKOWO

(część 2)

Wiadra i wiaderka formowane wtryskowo wytwarzane głównie z PP

Zamykane szczelnie wiadra o różnych pojemnościach, głównie z PP, stanowią szybko rozwijającą się dziedzinę opakowań. Są one wykorzystywane zarówno do pakowania szerokiego asortymentu produktów chemicznych jak np. farby emulsyjne, a także do produktów spożywczych. W znacznie mniejszej skali wytwarzane są wiadra z PE-HD. Ich zużycie nie wykazuje tendencji wzrostu, a raczej spadek w stosunku do okresu wcześniejszego.

Przykład wiaderek o małych pojemnościach mogą stanowić przezroczyste szczelnie zamykane opakowania z PP o użytkowej pojemności 1 l (masa: 39 g + pokrywa 8 g), przeznaczone np. do kiszzonej kapusty i kiszonych ogórków.

Katalog firm opakowaniowych w Polsce z roku 2002 wymienia 22 producentów wiader i wiaderek. Większość producentów wytwarza te opakowania w szerszym zakresie pojemności, najczęściej od 1 do 20 l. Wśród producentów wytwarzających wiadra o większej pojemności można wymienić: Jokey Plastic (Blachownia), Plast Service Pack (Wólka Kosowska), Plast Box S.A. (Słupsk). Wytwarzane wiadra odznaczają się nowoczesnym wzornictwem, są lekkie i wygodne w użytkowaniu. Szczelność zamknięć pozwala nawet na transport materiałów niebezpiecznych.

Część producentów specjalizuje się w produkcji wiaderek małych, zaczynając od pojemności znacznie poniżej 1 l, np. BIS-PAK w Świdwinie.

Ze szczególną dynamiką już od kilkunastu lat działa na polskim rynku firma Jokey Plastic. W roku 2001 firma Jokey Plastic została odnotowana wśród 500 najszybciej rozwijających się firm Unii Europejskiej. [1] Potentatem w produkcji wiader jest również Plast Service Pack z Wólki Kosowskiej. AMI Research Polska zalicza nawet ten zakład do czołówek europejskiej. Działalność firmy rozpoczęła się w roku 1992. Specjalizuje się ona w wiadrach służących do pakowania produktów spożywczych, chemicznych i budowlanych. [2]

Znaczący postęp przejawia się zarówno w unowocześnianiu rozwiązań konstrukcyjnych wiader, w ułatwianiu użytkowego recyklingu, jak i w podnoszeniu estetyki. Warto tu wspomnieć o zainicjowanym w kraju na początku obecnego stulecia i coraz bardziej rozpowszechniającym się systemie etykietowania opakowań w procesie termicznego ich formowania, nazywanym skrótowo IML (skrót angielskiej nazwy: In Mould Labelling, co oznacza etykietowanie w procesie formowania).

System etykietowania wyrobów w procesie formowania wtryskowego

W przypadku etykietowania wyrobów formowanych wtryskowo systemem IML, zadrukowaną etykietę z folii bardzo często z tego samego tworzywa, z którego wykonywany jest wyrób, wprowadza się do formy, przy pomocy odpowiedniego robota, przed rozpoczęciem fazy wtrysku. Niezbędne jest zapewnienie dokładnego pozycjonowania i ścisłego przylegania etykiety w gnieździe formy i w efekcie – do wtryskiwanego wyrobu. Przyleganie to osiągane jest najczęściej na zasadzie przyciągania elektrostatycznego, w wyniku różnicy ładunku, jakim naładowywana jest etykieta wprowadzana do formy wtryskowej przy pomocy ruchomego tzw. kopyta robota, w stosunku do gniazda formy. Tworzywo, z którego powstaje wyrób, pozostające



Ryc. 4. Polipropylenowe opakowania etykietowane w systemie IML nagrodzone w konkursie Pak Star 2002



w procesie wtrysku w stanie uplastycznienia, łączy się trwale z etykietą, której po wyjęciu wyrobu z formy nie daje się już od niego oddzielić. Dzięki temu uzyskuje się jednolitą powierzchnię etykiety i wyrobu, bez widocznej pomiędzy nimi linii podziału, co znacznie zwiększa efekt wizualny. W licznych przypadkach, zarówno wyrób, jak i etykieta wytwarzane są z tego samego rodzaju tworzywa, to jest polipropylenu, co ma zasadniczy wpływ na przydatność opakowania wraz z etykietą do recyklingu.

Do zalet etykietowania systemem IML wyrobów formowanych wtryskowo należy zaliczyć:

- estetykę wynikającą z trwałego zespolenia etykiety z opakowaniem
- wysokie walory marketingowe, wyróżniające na półce sklepowej produkt w opakowaniu etykietowanym w systemie IML wśród innych produktów
- wykorzystanie w większości przypadków etykiet odpornych na warunki zewnętrzne, co jest szczególnie istotne w przypadkach, gdy wyrób narażony jest na oddziaływanie wody, światła, czy też zmian temperatury
- wyeliminowanie dodatkowych operacji związanych z etykietowaniem wyrobów po ich uformowaniu, a w wielu przypadkach dodatkowego transportu do zakładu wykonującego nadruk
- walory ekologiczne w przypadku wykorzystania tego samego rodzaju tworzywa w wyrobie i w etykiecie, co jest szczególnie ważne przy recyklingu wyrobów użytkowych.

Etykietowanie opakowań w systemie IML pojawiło się w kraju w okresie ostatnich kilku lat. Tym niemniej warto nadmienić, że opakowanie wytwarzane przez firmę Jokey Plastik Blachownia sp. z o.o. z Kędzierzyna Koźła w postaci formowanego wtryskowo, szczelnie zamykanego wiadra z PP z etykietą w systemie IML, zostało nagrodzone



Ryc. 5. Opakowanie polipropylenowe do farby lateksowej z etykietą metalizowaną w systemie IML wyróżnione na konkursie Pak Star 2008



Ryc. 6. Wiadro do farby lateksowej etykietowane w systemie IML oraz użyta do tego celu etykieta, zadrukowana na folii BOPP o dwukierunkowej orientacji zrównoważonej*

na ogólnokrajowym konkursie opakowań Pak Star już w roku 2002. [3] Nagrodzone opakowanie było przeznaczone nie tylko do farb i lakierów, ale także do artykułów spożywczych. Wykorzystaniu do pakowania artykułów spożywczych sprzyjał system wytwarzania zarówno wiadra jak i uchwytu w jednym procesie wtrysku, co eliminowało dodatkowe manipulacje ręczne związane z montażem. Nagrodzone opakowanie pokazano na ryc. 4 na poprzedniej stronie.

Wyróżnione na konkursie Pak Star 2008, a pokazane na ryc. 5 opakowanie tej samej firmy Jokey Plastik Blachownia sp. z o.o. może obrazować rozwój, jaki dokonał się w Polsce w zakresie stosowania systemu IML. Innowacyjność polega w tym przypadku polega między innymi na zastosowaniu na etykietę folii metalizowanej, co przyczyniło się do uzyskania efektów wyróżniających produkt na półce w sklepie, ale jednocześnie wymagało zastosowania nowych rozwiązań technologicznych. [4]

Na ryc. 6 przedstawiono wykonane w kraju etykietowane w systemie IML wiadro o pojemności 10 litrów oraz wykorzystaną do tego celu etykietę, wykonaną z dwukierunkowo orientowanej folii BOPP o orientacji zrównoważonej, szczególnie przydatnej w procesie etykietowania w systemie IML, wytwarzanej w angielskiej firmie Innovia Films.

Cienkościenne opakowania wtryskowe

Postęp w zakresie wtryskarek oraz form wtryskowych, charakteryzujących się najwyższą precyzją wykonania, umożliwił wykorzystanie technologii

* Ryc. 6 stanowi fotografię wykonaną przez Pana Andrzeja Kornackiego przedstawiciela firmy Innovia Films.

dokończenie na s. 4

KALENDARIUM 2011

18 lutego. Spotkanie z przedstawicielami firmy SIS TRADE (Portugalia) na temat współpracy na rynku komputerowych systemów projektowania i zarządzania produkcją opakowań.

22-25 lutego. Misja gospodarczo-promocyjna na wystawę opakowań Pack Expo i wystawę przemysłu spożywczego Prod Expo w Kijowie.

1 marca. Zawarcie umowy z Ministerstwem Gospodarki na dofinansowanie wydawniczego przedsięwzięcia promocyjnego „Oferta polskiego przemysłu opakowań”. Katalog ofert przeznaczony na rynki krajów Europy Wschodniej.

5 marca. Uruchomienie projektu: Opracowanie, wydanie i upowszechnienie katalogu reklamowego polskich firm opakowaniowych „Oferta polskiego przemysłu opakowań”. Powołanie zespołu redakcyjnego.

7 marca. Uroczysta Gala zorganizowana przez Czasopismo Packaging Polska z okazji wręczenia nagród w Konkursie Art of Packaging. W tym ważnym dla branży opakowań wydarzeniu udział wzięli: przewodniczący Rady Izby Wojciech Pawłowski, Prezes Izby prof. Stanisław Tkaczyk oraz dyrektor Biura Wacław Wasiak.

9 marca. Podjęcie decyzji o wydaniu Katalogu reklamowego (w wersji anglo – rosyjskiej) z przeznaczeniem na rynki opakowań krajów Europy Wschodniej.

11 marca. Zawarcie porozumienia z kierownictwem Moskiewskiego Centrum Wystawowego MVK w sprawie organizacji Misji i udziału w wystawie ROSUPAK 2011.

23-24 marca. Udział Izby w targach – wystawie Packaging Innovations (Warszawa).

30 marca. Posiedzenie Rady Izby oraz sesja Walnego Sprawozdawczo – Wyborczego Zgromadzenia Członków Polskiej Izby Opakowań. Ocena działalności Izby w okresie IV kadencji (2007-2010). Przyjęcie programu działalności na rok 2011. Wybór władz Izby na V kadencję (2011-2014). Prezesem zostaje prof. zw. dr hab. inż. Stanisław Tkaczyk, dyr. Instytutu Badawczego Opakowań COBRO. Przewodniczącym Rady, Wojciech Pawłowski Prezes Zarządu w Spółce Warta Glass Group. Przewodniczącą Komisji Rewizyjnej: Ewa Szymańska Zachara, kierownik Sekcji Rozwoju Biznesowego w firmie INCO – VERITAS S.A.

2 kwietnia. Do Izby wstępuje firma ARTBOX z Wrocławia, uznany na międzynarodowym rynku producent ozdobnych opakowań z metalu.

12-15 kwietnia. Wizyta przedstawicieli Stowarzyszenia Producentów Opakowań i Poligrafów Armenii ARMEN-PAK (udział w wystawie POLIGRAFIA 2011; spotkanie z przedstawicielami Izby i kierownictwa MTP w sprawie organizacji branżowej wystawy „Opakowania. Poligrafia. Logistyka” w Armenii).

12-14 kwietnia. Udział Izby w Targach POLIGRAFIA 2011.

4 maja. Do Izby wstępuje firma Chemopak Sp. z o.o.

10 maja. Podpisanie kontraktu z kierownictwem Moskiewskiego Holdingu Wystawowego (MVK) określającego warunki udziału firm zrzeszonych w Izbie w wystawie opakowań i technologii opakowaniowych ROSUPAK – 2011 (Moskwa 14-18 czerwca).

10 maja. Wydanie 2. numeru Biuletynu Opakowaniowego (marzec – kwiecień 2011).

19 maja. Spotkanie z dyr. Grupy Projektów MTP, przewodniczącym Zespołu Problemowego Rady Izby ds. Promocji, Marketingu i Rozwoju Rynku Opakowań – Januszem Mazurczakiem i dyrektorem targów Pakfood 2011 Anną Lemańską w sprawie udziału Izby i firm zrzeszonych w Izbie w Targach Opakowań dla Przemysłu Spożywczego PAKFOOD 2011.

25 maja. Spotkanie w Dep. Instrumentów Wsparcia Ministerstwa Gospodarki w sprawie dofinansowania branżowego projektu promocyjnego polegającego na organizacji w Armenii wystawy „Opakowania. Poligrafia. Logistyka” oraz towarzyszących wystawie konferencji promocyjnych.

30 maja. Spotkanie w Biurze Izby z przedstawicielami firmy Expense Reduction Analysts na temat współpracy z firmami – członkami Izby w dziedzinie optymalizacji kosztów funkcjonowania.

31 maja. Ukazuje się katalog reklamowy polskich firm opakowaniowych „Oferta polskiego przemysłu opakowań”.

2 czerwca. Wysyłka pierwszej partii katalogu reklamowego (600 egz.) na rynek rosyjski (organizatorzy wystawy ROSUPAK i Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Moskwie)

10 czerwca. Ukazuje się okolicznościowy suplement do 3 numeru Biuletynu Opakowaniowego poświęcony jubileuszowi 90-lecia Międzynarodowych Targów Poznańskich wraz z przesłaniem Prezesa i Przewodniczącego Rady Izby zawierającym pozytywną ocenę działalności MTP w dziedzinie promocji przemysłu i rynku opakowań.

14 czerwca. Przewodniczący Rady Izby pan Wojciech Pawłowski bierze udział w uroczystej Gali z okazji jubileuszu MTP.

14 czerwca. Janusz Mazurczak, dyrektor grupy projektów wystawowych (w tym TAROPAK i PAKFOOD), zostaje odznaczony przez Prezydenta RP Bronisława Komorowskiego Złotym Krzyżem Zasług z okazji 90-lecia MTP, w uznaniu zaangażowania w realizację zadań i misji Międzynarodowych Targów Poznańskich.

Warto przypomnieć, iż MTP są aktywnym członkiem Izby, a dyr. Janusz Mazurczak już drugą kadencję pełni mandat członka Rady Izby, kierując pracami Zespołu Problemowego ds. Promocji, Marketingu i Rozwoju Rynku Opakowań. ▶

ROZWÓJ OPAKOWAŃ FORMOWANYCH WTRYSKOWO

dokończenie ze s. 3

wtrysku w produkcji cienkościennych opakowań, stanowiących (w pewnym stopniu) korzystniejszą pod względem funkcjonalnym, wersję alternatywną w stosunku do opakowań termoformowanych np. w postaci pudełek do lodów i margaryny, czy też kubków do przetworów mleczarskich.

Technologia wtrysku umożliwia formowanie skomplikowanych kształtów, niedających się odtworzyć przy termoformowaniu np. gwintu w pudełku, czy też podstawki dna przy kształcie zbliżonym do kielicha. Obniżenie grubości, optymalnie do poziomu 0,3-0,4 mm przy zachowanej równomierności rozkładu tej grubości, w sposób oczywisty rzutuje na zmniejszenie zużycia materiału w porównaniu z wcześniej wytwarzanymi opakowaniami formowanymi wtryskowo. Technologię wtrysku cienkościennego charakteryzuje ponadto minimalizacja odpadu produkcyjnego, co stanowi istotną przewagę w porównaniu z termoformowaniem, przy którym powstający po wycięciu tzw. ażur może wynosić nawet powyżej 40% użytej do formowania folii. Kryją się za tym niewątpliwe korzyści dla środowiska, związane z zapobieganiem powstawaniu odpadów, które powinny być wzięte pod uwagę przy projektowaniu produkcji nowych wyrobów.

Przy wtryskowym formowaniu wyrobów, szczególnie istotne stało się, zastosowanie w formach wtryskowych systemu *gorących kanałów*, w kraju wdrożonego w połowie lat 90.

System ten rzutuje na możliwość zwiększenia krotności formy, bardzo istotną w produkcji wyrobów małego gabarytów, a także ma wpływ na ograniczenie ilości powstających odpadów.

W ostatnim czasie szczególnie rozpowszechniły się cienkościennie opakowania wtryskowe z polipropylenu, w zastosowaniu do produktów spożywczych, w tym również napełnianych na gorąco oraz utrwalanych termicznie przez pasteryzację. Jest to wynikiem korzystnej charakterystyki barierowej i wytrzymałościowej polipropylenu oraz niskiego ciężaru właściwego, rzutujących na niską masę opakowania. Jest także wynikiem odporności PP na podwyższoną temperaturę oraz istniejących możliwości uzyskiwania wtryskowych wyrobów z tego tworzywa, odznaczających się przezroczystością.

Odnosnie możliwości, jakie stwarza wtrysk cienkościenny warto wymienić zademonstrowaną na wystawie Plast w Kielcach przez firmę Otto Hofstetter szybkobieżną wtryskarkę do produkcji przezroczystych kubków z PP o masie 8 g, przy pojemności użytkowej 250 ml.

Bardzo dobry przykład możliwości, jakie stwarza cienkościenny wtrysk może stanowić przezroczyste opakowanie z PP w kształcie łódki o pojemności 300 ml, o masie nie przekraczającej 12 g, wykorzystywane na rynku krajowym przez firmę Lisner, do pakowania przetworów rybnych. Według opinii specjalistów należy oczekiwać szybko dalszego rozwoju tego typu opakowań. Inny przykład nowych możliwości w tym zakresie stanowi prostopadłościennie opakowanie wtryskowe z PP, o masie 30 g (bez pokrywki), wykorzystywane przez firmę Grycan, do pakowania jednego litra lodów. Metodą wtrysku z PP wytwarzane są także przezroczyste opakowania wykorzystywane w restauracjach i barach szybkiej obsługi.

Pudełka i słoiki wytwarzane wtryskowo, do pakowania produktów kosmetycznych, chemii gospodarczej i farmaceutycznych

Szeroki asortyment pudełek i słoików wytwarzanych wtryskowo, wykorzystywany jest do pakowania produktów kosmetycznych, takich jak kremy, pudry, a także w postaci zamknięć do stosowanych do tych produktów małych słoików szklanych. W okresie wcześniejszym w produkcji tego typu pudełek wykorzystywano głównie PS, rzadziej w postaci kopolimeru z akrylonitrylem (SAN) oraz w mniejszym stopniu – PP. Obecnie nastąpiło odwrócenie tych proporcji na korzyść PP. Obserwacje rynku uzasadniają założenie, że tendencja ta będzie się utrwałać a nawet pogłębiać.

Podkreślenia wymagają coraz wyższe walory estetyczne i zdobnictwo wytwarzanych w kraju opakowań do kosmetyków, nadających się za rozwiązaniami wykorzystywanymi przez zwolewnicy w tej dziedzinie firmy światowe.

Ilościowo udział pudełek do pakowania produktów farmaceutycznych, wy-



tworzonych metodą wtrysku, w porównaniu z produktami kosmetycznymi jest stosunkowo nieznaczny.

Zamknięcia z tworzyw sztucznych

Zamknięcia z tworzyw sztucznych stanowią ważną grupę asortymentową wyrobów opakowaniowych w segmencie opakowań formowanych wtryskowo.

Główne zastosowanie zamknięć z tworzyw sztucznych stanowią zamknięcia do opakowań z tych tworzyw.

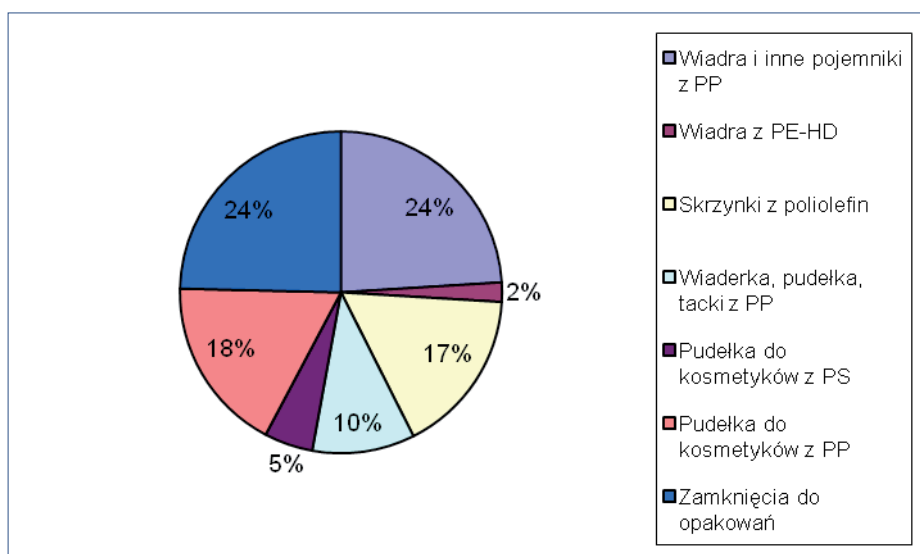
Przy określaniu zużycia tworzyw sztucznych do produkcji zamknięć, sta-

W świetle powyższych wyjaśnień należy przyjąć, że udział zamknięć w krajowym zużyciu opakowań formowanych wtryskowo jest jeszcze większy niż wynikałoby z przedstawionego na rycinie 7.

Udział różnych rodzajów opakowań w łącznym zużyciu opakowań formowanych wtryskowo

Ryc. 7 ilustruje udział w zużyciu ilościowym różnych rodzajów opakowań formowanych wtryskowo w łącznym zużyciu tych opakowań w kraju, w roku 2008.

Według AMI Research [5], Polska jest obecnie wiodącym krajem Europy



Ryc. 7. Udział różnych opakowań w łącznym zużyciu ilościowym opakowań formowanych wtryskowo, wynoszącym w 2008 r.

nowiących podstawę udziału przedstawionego na ryc. 7, uwzględniono tylko zamknięcia do butelek, tub, kanistrów i beczek z tworzyw sztucznych.

Brak było danych, które stanowiłyby podstawę do określenia zużycia tworzyw poliolefinowych wykorzystywanych, do zamykania opakowań z innych tworzyw, takich jak wytwarzane z tektury z warstwami PE oraz Al, w systemach Tetra Pack Combiblock, Elopac i Pure Pack, stosowanych do pakowania soków owocowych oraz do mleka i przetworów mlecznych. Obecnie tego typu opakowania zużywane w skali masowej, już niemal z reguły wyposażone są w różnego typu zamknięcia z tworzyw poliolefinowych, wmontowywane do tych opakowań.

Zamknięcia te w coraz większym stopniu uwzględniają wygodę użytkownika oraz łatwość i skuteczność wielokrotnego otwierania zamykania opakowań.

Nie uwzględniono także zamknięć do opakowań szklanych, do tub aluminiowych oraz kapturków do opakowań aerozolowych.

Środkowej w dziedzinie formowania wtryskowego. W roku 2008 na 1300 firm wykorzystujących w Europie Środkowej tę metodę, 641 było zlokalizowanych w naszym kraju. Udział polskich firm w pochodzącej z tego regionu produkcji wynosił w tym roku ok. 50%.

Literatura

1. Strona internetowa www.jokey.com, firmy Jokey Plastic Blachownia
2. Strona internetowa www.plastservicepack.pl, firmy Plast Service Pack, Wólka Kosowska
3. Materiały informacyjne Ogólnopolskiego Konkursu Opakowań PakStar 2002
4. Materiały informacyjne Ogólnopolskiego Konkursu Opakowań PakStar 2008
5. AMI Research (Applied Market Information), www.plastech.pl, Formowanie wtryskowe ma się w Polsce dobrze, 09.09.2008

KALENDARIUM 2011

14-18 czerwca. Organizacja misji promocyjno-biznesowej na międzynarodową wystawę opakowań i technologii opakowaniowych ROSUPAK w Moskwie w dniach 13-18 czerwca. W misji wzięły udział 4 firmy: PAKMAR, Coffee Service, YANKO, Instytut Badawczy COBRO.

15 czerwca. (Moskwa) Spotkanie uczestników misji z kierownictwem Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Moskwie w osobach: Marka Ociepki Rady-Ministra Kierownika Wydziału oraz Ewy Fischer Rady. Spotkanie stanowiło okazję do wymiany informacji na temat obecności na miejscowym rynku oraz skutecznych formach promocji.

15 czerwca. (Moskwa) Spotkanie przedstawicieli redakcji Biuletynu Opakowaniowego (W. Wasiaka i L. Makulec) z redaktorami naczelnymi branżowych czasopism z Rosji i Ukrainy: Igorem Smirennym (Tara i Upakowka), Olgą Gulkiną (R&D Packaging) i Weroniką Haładaj (Upakowka, Ukraina). Omówiono zasady i warunki współpracy w dziedzinie promocji firm opakowaniowych na rynkach Polski, Rosji i Ukrainy.

16 czerwca. (Moskwa) Prezes Izby prof. Stanisław Tkaczyk i dyr. Wacław Wasiak uczestniczyli w konsultacyjnym spotkaniu organizacji opakowaniowych-członków Europejskiego Instytutu Opakowań (Drezno).

16 czerwca. (Moskwa) Robocze spotkanie kierownictwa Izby z dyrektorem generalnym Rosyjskiej Konfederacji Producentów Opakowań – Aleksandrem Bojko, oraz prezydentem stowarzyszenia Producentów Opakowań i Poligrafów Armenii Surenem Czibukczjanem.

17 czerwca. (Moskwa) Spotkanie Prezesa Izby prof. S. Tkaczyka i dyrektora W. Wasiaka z kierownictwem wystawy ROSUPAK na temat dalszej współpracy w dziedzinie promocji polskiego przemysłu opakowań w zmienionej formule własnościowej Moskiewskiego Holdingu Wystawowego (MVK).

28 czerwca. Wyjazdowe posiedzenie Rady Polskiej Izby Opakowań w Zakładzie Produkcji Opakowań OPAKOFARB we Włocławku. Temat: realizacja uchwał Walnego Zgromadzenia Członków. Członkowie Rady wysłuchali informacji prezesa zarządu spółki OPAKOFARB p. Ryszarda Badury o historii, zadaniach, działalności oraz rynkowej ofercie kierowanej przez niego firmy. Zwiedzili wydziały produkcyjne. Zapoznali się z organizacją procesów produkcyjnych kilku głównych asortymentów oraz stosowanymi technologiami.

OPAKOFARB należy do grupy najstarszych polskich firm opakowaniowych (1974 r.). Jest członkiem-założycielem Polskiej Izby Opakowań i wiernym jej członkiem. Wg opinii członków rady, OPAKOFARB to dobra, rzetelna firma, skutecznie stawiająca czoła wyzwaniom rynku, stale modernizująca procesy produkcyjne.

29 czerwca. Wizyta w Izbie przedstawicieli włoskiego konsorcjum LODI EXPORT oraz Włoskiego Instytutu Handlu Zagranicznego. Temat spotkania: współpraca w dziedzinie promocji oferty handlowej polskich i włoskich firm opakowaniowych na rynkach obu krajów. ▶

lipiec – sierpień. Rozsyłka do wydziałów promocji handlu i inwestycji polskich ambasad w: Budapeszcie, Bukareszcie, Mińsku, Taszkencie, Oslo, Kijowie, Erewaniu, Tibilisi i Baku katalogu promocyjnego „Oferta polskiego przemysłu opakowań”.

6 lipca. Ukazuje się 3 numer Biuletynu Opakowaniowego.

7 lipca. II posiedzenie Polsko-Armeńskiej Komisji Międzynarodowej ds. Współpracy Gospodarczej z udziałem prezesa i dyrektora Polskiej Izby Opakowań. Informacja prof. Stanisława Tkaczyka o współpracy Polskiej Izby Opakowań ze Stowarzyszeniem Producentów Opakowań i Poligrafów Armenii ARMENPAK.

W protokole z posiedzenia członkowie Komisji Międzynarodowej wysoko ocenili formy i rezultaty współpracy obu organizacji. Udzieliłi poparcia inicjatywie organizacji przez Polską Izbę Opakowań wspólnie z MTP oraz Stowarzyszeniem ARMENPAK polskiej branżowej wystawy „Opakowania. Poligrafia. Logistyka.” (październik 2011).

11 lipca. Wymiana listów intencyjnych pomiędzy Polską Izbą Opakowań oraz Arab-African & Conferences and Exhibitions (ACE) w sprawie współpracy przy organizacji wystawy opakowaniowej „Afro Packaging 2012” w Kairze w dniach 24-26 maja 2012 r. Organizator wystawy zapewni Polskiej Izbie Opakowań stoisko wystawowe. Gotów jest także udzielić polskim wystawcom, członkom Izby specjalnych ulg. Realizacja tej inicjatywy uwarunkowana jest zainteresowaniem polskich firm.

24 sierpnia. Ukazuje się 4 numer Biuletynu Opakowaniowego.

1 września. Wizyta Janusza Górskiego, redaktora naczelnego czasopism: Forum Mleczarskie Biznes; Forum Mleczarskie Praktyka; Forum Mleczarskie Handel; w Redakcji Biuletynu Opakowaniowego. Celem tego spotkania było omówienie form współpracy na rzecz promocji opakowań (i ich producentów) dla przemysłu mleczarskiego.

2 września. Konsultacja z Narodowym Centrum Badań i Rozwoju w sprawie udziału Polskiej Izby Opakowań, jako Wnioskodawcy, w realizacji międzynarodowego projektu badawczego, w ramach inicjatywy CORNET (ang. COLlective REsearch NETworking) poświęconego doskonaleniu opakowań. Warto przypomnieć, iż celem inicjatywy CORNET jest promowanie ścisłej współpracy pomiędzy zaangażowanymi narodowymi (regionalnymi) podmiotami (ministerstwami i agencjami) oraz stwarzanie możliwości finansowania, ze źródeł publicznych (narodowych/regionalnych), badań na potrzeby konkretnych branż przemysłowych.

2 września. Podjęcie decyzji o przystąpieniu do realizacji projektu, którego celem będzie opracowanie metod i środków skutecznego zapobiegania migracji krytycznych substancji z opakowania do produktu, przez zastosowanie warstwy sorpcyjnej na materiale opakowaniowym pochodzenia celulozowego.

Inwestorzy zagraniczni na rynku opakowań w Polsce

Polska Izba Opakowań podaje, iż w Polsce działa 2300 liczących się producentów opakowań, jednocześnie zaznaczając, iż polski rynek opakowań cechuje się wysokim stopniem koncentracji ich produkcji. Blisko 70% krajowego zapotrzebowania na rynek opakowań zaspokajają niecałe 300 producentów, czyli zaledwie 13% wytwórców opakowań funkcjonujących w kraju. Taki stopień koncentracji jest efektem radykalnych przekształceń własnościowych z udziałem strategicznych inwestorów zagranicznych. W pierwszej połowie lat 90-tych swój potencjał produkcyjny kierowały do Polski duże koncerny i grupy kapitałowe reprezentujące produkcję różnych typów opakowań. Producentci opakowań podążali w ślad za koncernami z branży spożywczej oraz chemicznej, których produkty potrzebowały opakowań nieodlegających standardem od opakowań stosowanych od lat w rozwiniętych gospodarkach rynkowych.

Inwestorzy zagraniczni w branży opakowań metalowych wchodziłi na polski rynek nabywając akcje krajowych producentów opakowań blaszanych lub tworząc z nimi spółki joint venture. Później inwestorzy zazwyczaj decydowali się na modernizację i rozbudowę zakładów, a także budowę nowych fabryk. [Domański 2001, s. 308] Porównując do innych typów opakowań rynek producentów opakowań metalowych jest jednym z najsilniej skoncentrowanych. Działa na nim kilku liczących się wytwórców opakowań, w efekcie czego jest on typowym rynkiem oligopolistycznym. Największymi producentami są firmy będące własnością kapitału zagranicznego: Can Pack SA, Ball Packaging Europe Radomsko Sp. z o.o., Crown Packaging Polska Sp. z o.o., ColepCCL Polska Sp. z o.o.

Największym producentem opakowań metalowych jest Grupa Can Pack SA, której początek dała inwestycja amerykańskiego koncernu F&P Holding w 1992 roku. Przejęto wówczas Pol-Am-Pack SA w Brzesku. Głównym konkurentem jest przedsiębiorstwo Ball Packaging Europe Radomsko Sp. z o.o. (wcześniej funkcjonujące jako Continental Can Polska Sp. z o.o.) posiadające wybudowaną w 1995 roku od podstaw fabrykę w Radomsku. Liczącymi się wytwórcami opakowań metalowych są tak-

że Crown Packaging i Asko Vergel, specjalizujący się w puszkach do żywności oraz ColepCCL wytwarzający metalowe opakowania dla przemysłu kosmetycznego.

Znaczny udział kapitału zagranicznego odnotowuje się także w produkcji opakowań szklanych i strukturę tego rynku także można określić jako oligopol. Inwestycje w tym segmencie dokonałi m.in. światowi potentaci szkła jak Owens-Illinois czy Ardagh Glass. Inwestorzy zagraniczni wchodziłi na polski rynek przejmując wielkie huty szkła. Tak uczynił koncern O-I stając się w 1993 roku udziałowcem największego w kraju producenta szklanych słoików i butelek – Huty Szkła Jarosław. W 1998 roku amerykański koncern wykupił także udziały w hucie Antoninek w Poznaniu.

W segmencie opakowań z papieru i tektury wyróżnia się opakowania kartonowe z tektury falistej oraz kartony do płynnej żywności (napoje i mleko). Producentci opakowań z tektury falistej wchodziłi do Polski przejmując istniejące wytwórnie papieru i modernizując je. Fabrykę w Kielcach kupił brytyjski inwestor David S. Smith i dzisiejszy DS Smith Kielce jest jednym z największych producentów opakowań tekturowych w Polsce. Drogą wykupienia i rozbudowy fabryk rozwijał się w Polsce holenderski koncern Kappa Packaging. Początkowo kupił on i rozbudował wytwórnię w Pruszczy Gdańskim i Drezdenku [Domański 2001, s. 236], a następnie uruchomił nowy zakład produkcyjny w Warszawie. W 2005 roku Kappa Packaging połączył się z koncernem Jelferson Smurfit posiadającym fabrykę w Pruszkowie. Powstała wówczas Grupa Smurfit Kappa posiadająca w 2011 roku pięć fabryk w Polsce.

O ile rynek producentów opakowań kartonowych jest dość rozdrobniony (konkurencja monopolistyczna) to silną koncentrację obserwuje się w segmencie kartonów do płynnej żywności. Rynek jest podzielony między trzech głównych producentów: Tetra Pak Sp. z o.o., Elopak S.A. oraz SIG Combibloc. Opanowały one rynek mimo, iż żadne z wymienionych przedsiębiorstw nie posiada fabryki w Polsce, a jedynie biura sprzedaży odpowiedzialne za import opakowań z fabryk w innych krajach i obsługę polskich klientów.



Rozwój rynku opakowań z tworzyw sztucznych szedł w parze z napływem kapitału zagranicznego do przemysłu spożywczego oraz napojowego. W pod-segencie opakowań z twardych tworzyw sztucznych czołowym producentem jest Huhtamaki Polska Sp. z o.o. będący oddziałem fińskiej korporacji Huhtamaki Oy. Przedsiębiorstwo specjalizuje się w produkcji opakowań do jogurtów, lodów oraz margaryn. Kapitał zagraniczny przyczynił się do rozwoju produkcji butelek PET oraz preform do ich wydmuchiwania. Największym producentem jest austriacka Alpla dostarczająca opakowania do wielu segmentów zarówno spożywczych jak i nieżywnościowych. Oferta firmy jest znacznie szersza w porównaniu z firmami krajowymi, które zapatrują głównie producentów napojów. Warto jeszcze dodać, iż wiele wytwórni wód mineralnych wytwarza butelki PET na własny użytek, co powoduje, że rynek producentów opakowań z twardych tworzyw sztucznych jest rozdrobniony w swej strukturze przypominający konkurencję monopolistyczną.

Produkcja opakowań z miękkich tworzyw sztucznych jest jedyną gałęzią produkcji, w której wiodącym producentem jest firma z polskim kapitałem. Grupa Alupol Packaging należąca do Grupy Kęty SA specjalizuje się w produkcji wysokoprzetworzonych laminatów, dostarczanych do międzynarodowych koncernów. Największymi konkurentami są natomiast oddziały korporacji działających w Polsce, w szczególności Amcor Flexibles Sp. z o.o., Nordenia Polska Poznań Sp. z o.o. i Schur Flexible Poland Sp. z o.o.

Inwestorzy zagraniczni zmienili pozycję krajowych wytwórców opakowań. Rodzimy kapitał to w większości małe i średnie firmy, które w wielu przypadkach przekształciły się z regionalnych

producentów w kooperantów. Niejednokrotnie też przedsiębiorstwa polskie wypełniają niszę na rynku opakowań i uzupełniają ofertę wiodących producentów. Mimo dominacji inwestorów zagranicznych, kilku dużym firmom z polskim kapitałem udało się utrzymać znaczącą pozycję rynkową. Wśród przykładów wymienia się producentów szkła Wartę Glass i Hutę Szkła „Czechy”, przedsiębiorstwo Dekorglass (zdobienia szkła) oraz Betts Poland produkującą tuby.

Inwestycje dokonywane przy użyciu kapitału zagranicznego przyspieszyły modernizację całego rynku opakowań w Polsce. Stał się on sektorem nowoczesnym w pełni zaspokajającym potrzeby rynku krajowego. Szacowane przez Polską Izbę Opakowań nadwyżki mocy produkcyjnych na 20-30% kierowane są na eksport, także na rynek krajów unijnych. Nowoczesne technologie stosowane w fabrykach opakowań w Polsce umożliwiają zaoferowanie opakowań w pełni konkurencyjnych z tymi wytwarzanymi w fabrykach za Zachodzie Europy. Podsumowując, inwestorzy zagraniczni dzięki inwestycjom od podstaw, przejęciom i dalszej rozbudowie pomogli zmniejszyć dystans istniejący na początku lat 90-tych między rynkiem opakowaniowym w Polsce a w krajach rozwiniętych gospodarczo.

Od redakcji: Artykuł stanowi fragment pracy naukowej zatytułowanej „Rola inwestorów zagranicznych w kreowaniu innowacyjnych rozwiązań we wzornictwie opakowaniowym” współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, środków Budżetu Państwa oraz ze Środków Budżetu Województwa Podlaskiego w ramach projektu „Podlaska Strategia Innowacji – budowa systemu wdrażania”

Uwaga producenci opakowań dla przemysłu kosmetycznego

W dniach 9-12 marca 2012 r. w Centrum wystawienniczym Bolonia Fiere zorganizowane zostaną targi COSMOPROF (45 edycja) z wyodrębnionym sektorem opakowaniowym COSMOPACK.

Zainteresowanych skorzystaniem z tej formy promocji prosimy o kontakt z panią Anna Godek red. Naczelną TOP Professional i Cosmetic Reporter, która jest organizatorem polskich wystąpień na tych targach.

Kontakt telefoniczny: tel. 502 22 90 90

Adres firmy: POLCHARM

ul. Jodłowa 44

05-077 Warszawa Wesola

KALENDARIUM 2011

2 września. Wystąpienie do Centrum Bioimmobilizacji Innowacyjnych Materiałów Opakowaniowych Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technicznego (CBIMO) oraz Instytutu Badawczego Opakowań (COBRO) z propozycją udziału w w/w projekcie, w charakterze narodowych placówek badawczych.

5 września. Spotkanie w biurze Izby zainteresowanych placówek badawczych (CBIMO i COBRO) z udziałem kierownictwa Izby, dla omówienia warunków udziału w realizacji projektu CORNET (podział zadań badawczych, ustalenie budżetu, opracowanie harmonogramu realizacji zadań).

7 września. Wystąpienie do firm zrzeszonych w Polskiej Izbie Opakowań (AKPUD, BESKID, KARTONEX, SANEX, YANKO) z propozycją udziału w pracach Komitetu Użytkowników – strukturze omawianego projektu CORNET.

9 września. Podpisanie umowy z Ministerstwem Gospodarki na dofinansowanie udziału Izby w branżowym przedsięwzięciu promocyjnym: Polska Branżowa Wystawa Promocyjna „Opakowania. Poligrafia. Logistyka” – Erewań 2011.

12 września. Ceremonia otwarcia zbiorowego stoiska Polskiej Izby Opakowań na targach Pakfood 2011 (Poznań, Międzynarodowe Targi Poznańskie) oraz Witryny Literatury Firmowej.

12 września. Wręczenie dyplomów dokumentujących nadanie tytułów: Zasłużony dla Przemysłu Opakowań (Wojciech Pawłowski, prezes Spółki Warta Glass Group); Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań (Zakład Produkcji Opakowań OPAKOFARB).

12 września. Posiedzenie Rady Polskiej Izby Opakowań.

12 września. Inauguracja Dnia Opakowań.

12 września. Wręczenie certyfikatu członkostwa w Izbie firmie ART BOX.

13 września. Międzynarodowe Targi Poznańskie, Targi Pakfood – Seminarium „Przemysł i rynek opakowań w Polsce”.

14 września. MTP, Targi Pakfood – Cykl konferencji „Innowacyjne opakowania”. Sesja promocyjna Centrum Logistycznego Partner Logistic.

15 września. Złożenie w Narodowym Centrum Badań i Rozwoju wniosku wstępnego o dokonanie oceny formalnej Polskiej Izby Opakowań jako wnioskodawcy ubiegającego się o dofinansowanie udziału w realizacji projektu międzynarodowego w ramach inicjatywy CORNET.

16 września. Opracowanie projektu programu międzynarodowej konferencji naukowo-promocyjnej „Opakowania. Poligrafia. Logistyka”, Erewań, 17 października 2011. Rekrutacja krajowych uczestników.

20 września. Uzgodnienie ze Stowarzyszeniem Producentów Opakowań i Poligrafów Armenii ARMENPAK (współorganizatorem konferencji) programu konferencji „Opakowania. Poligrafia. Logistyka”.

22 września. Objęcie przez Izbę patronatu nad konferencjami: „Przemysł Farmaceutyczny 2011” i „Przemysł Kosmetyczny 2011” oraz wyrażenie zgody na ujęcie w programie tych konferencji problematyki opakowań z zapewnieniem przygotowania prezentacji: „Przemysł i rynek opakowań dla przemysłu farmaceutycznego”, „Przemysł i rynek opakowań dla przemysłu kosmetycznego”.

28 września. Spotkanie z p. Aleksandrem Mackiewiczem, prezesem zarządu w Spółce Pomona Company Ltd., w sprawie warunków członkostwa w Izbie oraz działalności Izby na rzecz jej członków. W trakcie spotkania prezes A. Mackiewicz zgłasza akces do Izby.

5 października. Spotkanie współrealizatorów projektu CORNET (PIO, CBIMO i COBRO) i uzgodnienie projektu Wniosku Krajowego o dofinansowanie udziału placówek badawczych i PIO w tym projekcie.

6 października. Wznowienie członkostwa firmy BAH-POL Sp. z o.o. z Kłobucka

14 października. Spotkanie z przedstawicielami firmy Plast Service Pack, w sprawie wsparcia dla programu rozwojowego (projekt innowacyjny).

17 października. Organizacja międzynarodowej konferencji naukowo-promocyjnej „Opakowania. Poligrafia. Logistyka” z udziałem 20 uczestników z Polski, 60 uczestników z Armenii, przedstawicieli Ambasady RP w Armenii i przedstawicieli ministerstw gospodarki Polski i Armenii (16 referatów i 8 wystąpień).

17 października. Erewań, Armenia. Seminarium dla uczestników polskiej misji biznesowej na temat warunków obecności polskich firm na miejscowym rynku (polityka podatkowa, celna, kredytowa itp.).

18-19 października. I Zagraniczna Polska Branżowa Wystawa Promocyjna w Armenii „Opakowania. Poligrafia. Logistyka” zorganizowana przez Międzynarodowe Targi Poznańskie przy współpracy z Polską Izbą Opakowań i Stowarzyszeniem Producentów Opakowań i Poligrafów Armenii ARMENPAK.

20 października. Spotkania biznesowe uczestników Misji Polskiej Izby Opakowań do Armenii w miejscowych firmach. Podpisanie porozumień i listów intencyjnych o współpracy pomiędzy: Instytutem Opakowań COBRO a Uniwersytetem Technicznym w Erewaniu; Polskim Centrum Badań i Certyfikacji (PCBC) a Republikańskim Związkiem Pracodawców Armenii; Polską Izbą Opakowań a Stowarzyszeniem ARMENPAK.

Oferta polskiego przemysłu opakowań na rynku węgierskim

Relacja z pobytu w Budapeszcie z okazji targów BUDATRANSPACK

Targi Budatranspack (Budapeszt 9-11 listopada) stanowiła dobrą okazję do zaprezentowania oferty polskich firm opakowaniowych na rynku Węgier.

Dzięki inicjatywie Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji (WPHI) Ambasady RP w Budapeszcie, ponad 20 polskich firm opakowaniowych mogło w trakcie tej wystawy zaprezentować swoje oferty na stoisku WPHI. To wielka zasługa kierownika Wydziału, Radcy Marcina Sowy i jego współpracowników.

Na stoisku zaprezentowane zostały materiały reklamowo-promocyjne i oferty następujących firm: Heinz Glas Działdowo; Heinz Plastics Polska; HEAN Opakowania; OPAKOFARB; P.P.H. Ergopak; Pakmar; Kram Polska; Sanex; Huta Szkła Wymiarki; Sanex; Pabex; BITTNER Air; Plast-Box; INCO-VERITAS; Coffee Service; ZPU Cygnus; GEKO-PLAST; Hanplast; PAKFORM; TOKARSKI; SELPO; Wyższa Szkoła Logistyki; MARMA Polskie Folie; PLAST SERVICE PACK; Formika; Firma ART; MAGA.

Firma SANEX (m. Łowce), poza ekspozycją swojej oferty na stoisku Ambasady (WPHI) posiadała własne stoisko wystawowe, które – podobnie jak stoisko WPHI – cieszyło się dużym zainteresowaniem.

Spółka PABEX, poza przesłaniem własnych materiałów promocyjnych,

delegowała dwóch handlowców, którzy na miejscu – na stoisku WPHI – udzielali dodatkowych informacji. Na zaproszenie potencjalnego klienta z Miskolca złożyli wizytę w jego firmie.

Targi Budatranspack stanowiły także okazję do spotkania przedstawicieli organizacji zrzeszających producentów opakowań z Polski, Rumunii, Słowacji i Węgier. Polską Izbę Opakowań reprezentował – autor tej relacji – Wacław Wasiak.

Inicjatorem tego spotkania był pan Laszlo Csaba, szef firmy PACK MARKET. Pan Laszlo był także organizatorem Forum Opakowaniowego, w trakcie którego zaprezentowano referaty na temat aktualnego stanu przemysłu opakowań na Węgrzech, w Rumunii, Słowacji i Polsce.

Przemysł opakowaniowy Węgier zaprezentowali: Miklos Nagy, generalny sekretarz Węgierskiego Stowarzyszenia Producentów Opakowań; dr Bela Kertes, sekretarz wykonawczy tego stowarzyszenia oraz Kalman Magyar, dyr. firmy konsultingowej AMCO działającej w branży opakowań oraz maszyn i urządzeń opakowaniowych.

Przemysł opakowań oraz poligraficzny Rumunii reprezentowała pani Mirela Marica, dyr. wykonawczy Stowarzyszenia Poligrafów „Transilvania”.

Zaś przemysł opakowań Słowacji pani Klaudia Vachova, dyr. firmy PLASTEX.



Na zdjęciu: stoisko Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji (WPHI) Ambasady RP w Budapeszcie. W środku Marcin Sowa, Radca – Kierownik Wydziału w towarzystwie przedstawicieli handlowych firmy PABEX.

Jak już wspomniano, polski przemysł opakowań, miałem zaszczyt osobiście reprezentować, jako dyrektor Polskiej Izby Opakowań. W trakcie wspomnianego Forum przedstawiłem referat „Polski przemysł opakowań, stan aktualny i perspektywy oraz warunki rozwoju”.

Pobyt na wystawie stanowił okazję do spotkania się w Ambasadzie RP w Budapeszcie z pracownikami Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji z przedstawicielami organizacji zrzeszających producentów opakowań na Węgrzech, w Rumunii i Słowacji. Efektem tych spotkań, poza wymianą informacji jest także kilka konkretnych ustaleń. M. in. z Radcą-Kierownikiem WPHI ustaliliśmy, iż w maju lub czerwcu 2012 r. wspólnie zorganizujemy w Budapeszcie spotkanie biznesowe polskich producentów opakowań z firmami zainteresowanymi polskimi opakowaniami.

Zaś w październiku, w trakcie Międzynarodowego Salonu Techniki Pakowania

i Logistyki TAROPAK zorganizujemy, wspólnie z kolegami z Węgier i Rumunii, kolejne spotkanie konsultacyjne przedstawicieli organizacji zrzeszających przedsiębiorców branży opakowań w krajach Europy Środkowej i Wschodniej.

Głównym celem tych przedsięwzięć jest rynkowe wspomaganie firm opakowaniowych.

Relacjonując przebieg i rezultaty wizyty w Budapeszcie, należy podkreślić zaangażowanie pracowników Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji (WPHI) Ambasady w działaniach promujących ofertę polskich firm opakowaniowych. Niech zamieszczone zdjęcie tego pracowitego zespołu będzie formą podziękowania za ogrom pracy włożonej w przygotowanie polskiej ekspozycji na targach BUDATRANSPACK oraz za organizację i utrzymanie banku informacji o ofertach polskich firm opakowaniowych.

Wacław Wasiak



Na zdjęciu: pracownicy WPHI, od lewej: Agnes Kucharczyk, specjalista; Anna Skarzyńska – Zientek, I Sekretarz; Marcin Sowa, Radca – Kierownik; Katarzyna Ratajczak – Sowa, specjalista; Maria Czarna, księgowa.

TAROPAK 2012 (8-11 października)

Planując w 2012 roku udział w targach i wystawach opakowaniowych, pamiętaj o tegorocznej edycji Międzynarodowego Salonu Techniki Pakowania i Logistyki TAROPAK

Już za 9 miesięcy (8-11 października) możecie Państwo samodzielnie lub w ramach wspólnej ekspozycji Polskiej Izby Opakowań zaprezentować na TAROPAK – u swoją najnowszą ofertę.

ZAPRASZAMY!

KALENDARIUM 2011

25 października. Spotkanie z kierownictwem Targów easyFairs Packaging Innovations 2012 (IV Targi nowych rozwiązań w branży opakowań). Uzgodnienie udziału PIO w targach oraz współdziałania w promocji tego przedsięwzięcia. Objęcie targów patronatem Izby.

27 października. Uzgodnienie z Wydziałem Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Budapeszcie wspólnej promocji polskiego przemysłu opakowań na targach opakowań BUDATRANSPACK w listopadzie 2011 r., oraz udziału Izby w organizowanym w ramach targów Forum Opakowaniowym Europy Centralnej.

28 października. Wizyta w Izbie przedstawicieli firmy POLYKEMI (Szwecja) w sprawie współdziałania na rzecz wdrażania nowych opakowań z tworzywa sztucznego. Firma wyraziła zainteresowanie członkostwem w Izbie.

31 października. Oddanie do druku 5 numeru Biuletynu Opakowaniowego (wrzesień-październik 2011).

3 listopada. Do Izby wstępuje firma BASF Polska Sp. z o.o.

9 listopada. (Budapeszt) Udział Izby w wystawie opakowań BUDATRANSPACK oraz w Środkowo-Europejskim Forum Opakowań

22 listopada. Prezentacja „Przemysł i rynek opakowań dla przemysłów: farmaceutycznego i kosmetycznego”, dla uczestników konferencji: Przemysł Farmaceutyczny; Przemysł Kosmetyczny (Rawa Mazowiecka).

30 listopada. Posiedzenie Rady Polskiej Izby Opakowań. Ustalenie daty i miejsca Walnego Zgromadzenia Członków Izby (28 marca 2012) oraz harmonogramu przygotowań do WZC. Omówienie działań wspomagających firmy zrzeszone w Izbie w warunkach pogarszającej się koniunktury gospodarczej.

1 grudnia. Zawarcie porozumienia z organizatorem targów GASTROPACK (Słowacja) w sprawie preferencyjnych warunków udziału Izby w tym przedsięwzięciu.

3 grudnia. Podpisanie umowy z organizatorem Targów EMBAX 9Brno precyzującej warunki współpracy na rzecz promocji polskiego przemysłu opakowań na targach EMBAX (28 lutego – 3 marca 2012 r.) oraz promocji przez Polską Izbę Opakowań wyżej wymienionych targów.

7 grudnia. Wystąpienie do organizatora targów opakowań World of Packaging (Moskwa) z propozycją zawarcia umowy umożliwiającej polskim firmom opakowaniowym zrzeszonym w Izbie, udział w targach na preferencyjnych warunkach.

16 grudnia. Ukazuje się ostatni w tym roku – 6 numer Biuletynu Opakowaniowego.

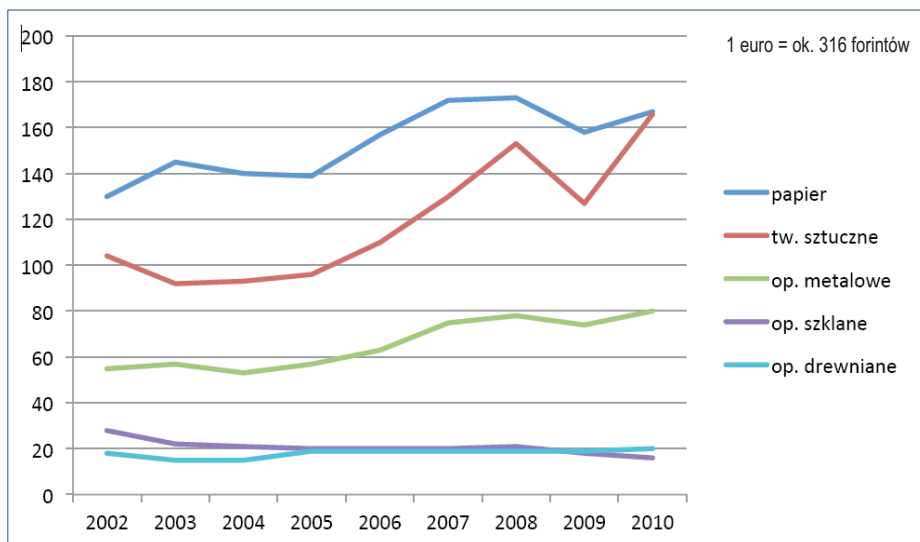
Rynek opakowań na Węgrzech

Węgierska branża Opakowań, w porównaniu do całej gospodarki, ma się wyjątkowo dobrze.

Krajowy Związek Opakowań i Magazynowania w swym najnowszym opracowaniu opartym na danych węgierskiego Centralnego Urzędu Statystycznego wykazuje za 2010 rok wzrost wartości sprzedanych towarów i usług w branży opakowań o 16,3%. Dynamika była wyższa od wzrostu wartości sprzedanej węgierskiego przemysłu w 2010 roku (10,5%).

Wolumen (masa) sprzedanych w 2010 roku opakowań była wyższa o 9,2%, ale niższa o 8% niż w rekordowym 2008 roku.

W rozbiciu na poszczególne rodzaje opakowań, ich sprzedaż kształtowała się w minionych latach w sposób przedstawiony na wykresie (w miliardach forintów):



Jak widać, opakowania z papieru i tektury są najbardziej popularnym rodzajem opakowań.

Wartość rynku opakowań plastikowych w roku 2010 dogoniła rynek papierowych, ale wynikało to jedynie ze zmiany cen. Na skutek wzrostu cen ropy naftowej i jej pochodnych, wzrosła wartość produkowanych Opakowań z tworzyw sztucznych. Rozwój obu tych segmentów rynku był podobny i jest on ponadto zgodny z tendencjami międzynarodowymi.

Rośnie także segment Opakowań metalowych, ale tempo tego wzrostu jest zdecydowanie niższe na przestrzeni ostatnich lat.

Wartość rynku opakowań drewnianych wykazuje spore wahania (cenowe), pod względem wolumenu, sprzedaż jest mniej więcej stała.

Segment opakowań szklanych pod względem wartości wykazuje niewielki, ale stały spadek, pod względem wolumenu – spadek ten jest bardzo silny.

W przypadku opakowań z papieru i tektury największe znaczenie ma produkcja krajowa. Zarówno sprzedaż krajowa,

import i eksport wykazuje tendencje rosnące. Największy udział na tektura falista (56%), pudła kartonowe (35%), torby i worki papierowe (7%).

Segment opakowań z tworzyw sztucznych w 2009 roku był dotknięty znaczącym spadkiem, który z nawiązką został nadrobiony w roku 2010. eksport i import od wielu lat rośnie i zachowuje się bardzo podobnie. Największy udział mają torebki i worki (25%), butelki (25%), elementy zamykające (17%), skrzynki, pudełka (11%), pozostałe (22%).

Jeśli chodzi o opakowania metalowe to przeważa import. Ten stan utrzymuje się od 2003 roku. Krajowa produkcja przeżyła załamanie w roku 2002, kiedy jej wartość spadła z ok. 55 tysięcy ton do 46 tysięcy ton i z 80 miliardów forintów do niespełna 40 miliardów. Największy udział mają stalowe opakowania konserw (63%), opakowania aluminiowe (także dla aerozoli) (20%), beczki stalowe (13%), zamki (4%).

Opakowania szklane. Od lat w tym segmencie opakowań rośnie eksport, podczas gdy import – z nieznacznymi wahaniami – jest stabilny. Produkcja krajowa opakowań szklanych stale spada. Spadek ten jest szczególnie widoczny pod względem masy opakowań.

Opakowania drewniane. Zarówno produkcja, eksport jak i import opakowań drewnianych wykazują bardzo silne wahania, tak pod względem wartości jak i ilości (masy). Największy udział mają palety (68%), beczki (13%) oraz skrzynie i bębny na kable (19%).

Od redakcji:

Wykorzystano (we fragmentach) informację Marcina Sowy, Radcy-Kierownika Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Budapeszcie, opracowanej na podstawie materiałów węgierskiego Krajowego Związku Opakowań i Magazynowania (odpowiednik Polskiej Izby Opakowań).

Korzystając z okazji serdecznie dziękujemy panu Radcy za przesłany materiał.



Jak i kiedy korzystać z faktu przynależności do Polskiej Izby Opakowań?

Szanowni Państwo, w nawiązaniu do często kierowanych zapytań: jak możemy, i jak powinniśmy wykorzystywać logo Polskiej Izby Opakowań, jako potwierdzenie członkostwa w Izbie, uprzejmie informujemy, że firma z chwilą wstąpienia do Izby, nabywa prawo do korzystania z logo Izby, w celu dokumentowania członkostwa w tej organizacji.

Bardzo często podkreślamy fakt, iż członkostwo w Izbie uwiarygodnia firmę, jest potwierdzeniem jej kupieckiej rzetelności na rynku, i nie tylko na rynku.

Zatem we wszystkich sytuacjach, w których uznacie Państwo, iż warto, i trzeba, posłużyć się taką informacją, możecie to zrobić.

Pierwszym krokiem jest zamieszczenie informacji (i logo Izby) o członkostwie w Izbie na drukach firmowych, opracowaniach reklamowych, ofertach handlowych i in. Drugim, korzystanie z logo, jako formy reklamy w Internecie poprzez zamieszczanie na portalu firmy logo Izby oraz informacji o członkostwie w Izbie. Trzecim, zamieszczanie informacji o członkostwie w Izbie w różnego rodzaju wnioskach o uzyskanie pomocy publicznej, startach w konkursach i przetargach.

Warto także, i trzeba informować o wyróżnieniach i nagrodach przyznawanych firmie przez Izbę (Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań, Firma Społecznie Odpowiedzialna, Innowacyjna Firma i inne). Warto także podawać informację o stażu np. „Członek Polskiej Izby Opakowań od 1994 roku”, albo „Członek Założyciel Polskiej Izby Opakowań” itp.

Trzeba bowiem pamiętać, że w szczególności w sytuacjach zwiększonej konkurencji na rynku (spadek popytu) nasilania się zjawisk nieuczciwej konkurencji klient poszukuje rzetelnego dostawcy. Korzystając z różnych źródeł informacji o partnerze handlowym.

Polska Izba Opakowań, stawiając wysokie wymagania swoim członkom w kwestiach etyki biznesu jest gwarantem ich rzetelności. Dlatego nie jesteśmy masową organizacją. Bliżej nam do elitarności. Stąd szczególna pozycja na rynku firm zrzeszonych w Izbie. Warto i trzeba z tej pozycji korzystać.

/W.W./



Targi nowych rozwiązań w branży opakowań PACKAGING INNOVATIONS

14-15 marca 2012 r, Warszawa



Organizator PACKAGING INNOVATIONS zaprasza na IV edycję targów nowych rozwiązań w branży opakowań. Udział w targach jest szczególnie okazją do zapoznania się z najnowszymi trendami w branży opakowań oraz do pozyskania niezbędnych kontaktów biznesowych.

Do udziału w imprezie zapraszani są producenci i dostawcy: opakowań tekturowych, plastikowych, foliowych, ekologicznych, inteligentnych, materiałów POS i displayów oraz rozwiązań w zakresie projektowania oraz nadruku na opakowaniach. W ramach **strefy LABELLING** zaprezentują się producenci etykiet, kodów, nalepek, urządzeń do etykietowania. Zapraszamy także firmy oferujące usługi związane z co-packagingiem, czyli pakowaniem, przepakowywaniem, konfekcjonowaniem produktów oraz kontrolą jakości – dla

tego typu oferty przygotowaliśmy specjalną **strefę CO-PACKAGING**. Z roku na rok organizator stara się uatrakcyjnić ofertę wystawców oraz wprowadzać nowości, dlatego też w ramach IV edycji targów Packaging Innovations została przygotowana **nowa strefa: LOGISPACK** obejmująca opakowania zbiorcze, opakowania gotowe na półkę (Shelf Ready Packaging), opakowania logistyczne, opakowania wewnętrzne, opakowania ochronne.

Podczas targów wydzielony zostanie specjalny program „**Innowacja**”, który umożliwi firmom zaprezentowanie innowacyjnych rozwiązań związanych z technologią produkcji, opakowań, nadruku, wykorzystanym materiałem czy recyklingiem opakowań. W ramach programu „**Innowacja**”, firmy biorące w nim udział będą miały zapewnione specjalne oznakowanie stoiska na planie hali

oraz dodatkową kampanię informacyjną wśród wystawców. Integralną częścią każdego targów formatu easyFairs® są warsztaty, zwane „**learnShops™**”.

Są to bezpłatne prezentacje firm, samodzielne mini-seminaria i wykłady, odbywające się w specjalnie wydzielonych częściach ekspozycji targowej, a nie w zamkniętych salach wykładowych, co zapewnia swobodny dostęp do wszystkich prezentacji. W ubiegłym roku warsztaty cieszyły się bardzo dużym zainteresowaniem wśród odwiedzających. Potwierdza to wysoka frekwencja na wszystkich prezentacjach learnShops™. Fakt ten wynika przede wszystkim z formuły, zakładającej przekazanie praktycznych informacji w stosunkowo krótkim czasie, jak największej liczbie zwiedzających.

Szczegóły na stronie:

www.easyfairs.pl/piwarsaw2012

WYSTAWY I TARGI OPAKOWAŃ W 2012 ROKU

Na prośbę Polskiej Izby Opakowań, Międzynarodowe Stowarzyszenie Organizatorów Wystaw Opakowaniowych (COPE) przesłało wykaz wystaw i targów opakowaniowych organizowanych przez firmy zrzeszone w tej organizacji. Są to:

UPAKOVKA/UPAKITALIA

Moscow, Jan 24 – Jan 27
www.upakovka-upakitalia.com

SYSKEVASIA

Athens, Feb 17 – Feb 20
www.syskevasia-expo.gr

EMBAX

Brno, Feb 28 – Mar 2
www.embax.cz

IPACK-IMA

Milan, Feb 28 – Mar 3
www.ipack-ima.com

BRASILPACK

Sao Paulo, Mar 12 – Mar 16
www.brasilpack.com.br

PACK FAIR

Kiev, Apr 4 – Apr 6
www.packexpo.kiev.ua

HISPACK

Barcelona, May 14 – May 18
www.hispack.com

ROSUPAK

Moscow, Jun
www.rosupak.ru

KOREA PACK

Seoul, Jun
www.koreapack.org

WORLD OF PACKAGING

Minsk, Sep
www.expoforum.by

EURASIA PACKAGING FAIR

Istanbul, Sep 20 – Sep 23
www.packagingfair.com

EMPACK

Brussels, Sep 26 – Sep 27
www.easyfairs.com

MACROPAK

Utrecht, Oct 2 – Oct 5
www.macropak.nl

TOKYO PACK

Tokyo, Oct 2 – Oct 5
www.tokyo-pack.jp/en

TAROPAK

Poznan, Oct 8 – Oct 11
www.taropak.pl

SCANPACK

Gothenburg, Oct 23 – Oct 26
www.scanpack.se

EMBALLAGE

Paris, Nov 19 – Nov 22
www.emballageweb.com

Szczegółowe informacje na: www.cope.org.uk oraz e-mail: contact@cope.org.uk (red.)

WAŻNE TERMINY

Biuro Izby uprzejmie informuje, że z dniem 31 grudnia 2011 r. upływają terminy zgłoszeń udziału w misjach na targi i wystawy:

▶ EMBAX

Brno (Czechy);

▶ PAKK & EMBALLASJE

Oslo (Norwegia);

▶ PACKFAIR

Kijów (Ukraina);

▶ INTERFOOD ASTANA

Astana (Kazachstan);

▶ PRODMASH.HOLD.UPAK

Mińsk (Białoruś);

W tym samym terminie prosimy o wnioski (propozycje) co do udziału w innych targach i wystawach organizowanych w 2012 roku.

Redakcja



Z życia Polskiej Izby Opakowań

Relacja z posiedzenia Rady Polskiej Izby Opakowań

Zacieśnienie kontaktu z firmami. Akceptacja dla udziału w projekcie CORNET. Przygotowania do WZC. Stan budżetu Izby. Ustalenie daty „Dnia Opakowań”. Organizacja Forum Przemysłu Opakowań. Oto niektóre z tematów będących przedmiotem ostatniego w tym roku, posiedzenia Rady polskiej Izby Opakowań.

30 listopada w Warszawie, na ostatnim w tym roku posiedzeniu spotkali się członkowie Rady Polskiej Izby Opakowań. W posiedzeniu uczestniczyli także członkowie Komisji Rewizyjnej.

W trakcie obrad, wiele uwagi poświęcono, zacieśnieniu kontaktów z firmami – członkami Izby. Jak podkreślano, w trudnych dla gospodarki czasach, szczególnego znaczenia nabierają wszelkie formy wzajemnego wspierania się przedsiębiorców oraz ich organizacji w celu stawienia czoła rodzącym się wyzwaniom. Izba, jako organizacja samorządu gospodarczego branży opakowań oferuje pomoc w rozwiązywaniu problemów z jakimi borykają się przedsiębiorcy. W oparciu o rozpoznanie „progów i barier” na jakie napotykają firmy, podejmowane będą stosowne działania,

mające na celu ich eliminowanie lub minimalizowanie negatywnych skutków.

Jeszcze w tym roku, Zespół Problematyki Rady Izby do spraw Monitorowania Warunków Funkcjonowania Firm zwróci się do przedsiębiorców zrzeszonych w Izbie, z prośbą o ocenę rysujących się zagrożeń, ich przyczyn oraz sposobów minimalizowania skutków ewentualnych zagrożeń.

W oparciu o opinie, oceny, wnioski i propozycje przedsiębiorców, Izba będzie podejmować stosowne działania. Członkowie Rady zobowiązali kierownictwo Izby do szerszego stosowania, dobrze przyjętej przez firmy, praktyki wyjazdowych posiedzeń. Uznano za celowe wzbogacenie tej formy bezpośrednich kontaktów, o spotkania kierownictwa Izby z przedsiębiorcami w ich firmach. Spotkania te stanowić będą okazję do zapoznania się, na miejscu, z warunkami działalności firmy, osiągnięciami, problemami oraz oczekiwaniami wobec Izby, a także z oceną jej działalności.

Rada zaakceptowała udział Izby w realizacji międzynarodowego projektu badawczego sieci CORNET, którego celem jest opracowanie metod zapobiegania migracji krytycznych substancji z opakowania pochodzenia celulozowe-

go do produktu. Przewidywane koszty projektu ok. 400 tys. euro.

Członkowie Rady przyjęli harmonogram prac przygotowawczych do Walnego Zgromadzenia Członków Izby, ustalając iż WZC odbędzie się 28 marca 2012 r.

Ustalono, iż w 2012 roku „Dzień Opakowań” obchodzony będzie 9 października (wtorek), drugi dzień Międzynarodowego Salonu Techniki Pakowania i Logistyki TAROPAK.

Rada Izby przyjęła do wiadomości informację Biura na temat realizacji budżetu w 2011 r. Uznano za uzasadnione nieznaczne przekroczenie planu wydatków, co nie rzutuje na zachowanie płynności finansowej Izby, i ogólnie dobrego stanu finansów. Wobec firm notorycznie naruszających statutowy obowiązek w części dotyczącej składki członkowskiej, podjęto decyzję o wykluczeniu z Izby.

Z zadowoleniem przyjęto fakt akcesji do Izby takich firm jak: BAHPOL, POMONA i BASF Polska.

Powołano Radę Programową oraz Biuro Organizacyjne I Forum Przemysłu Opakowań. Rada wysłuchała informacji: dyrektora J. Mazurczaka o organizacji Zagranicznej Branżowej Wystawy „Opakowania. Poligrafia. Logistyka” w Erewaniu; prezesa S. Tkaczyka o misji biznesowej do Armenii i zorganizowanej w ramach misji konferencji naukowo – promocyjnej; dyrektora W. Wasiaka o udziale w Forum organizacji opakowaniowych Europy Środkowej w Budapeszcie, oraz o wystawie opakowań BUDATRANSPACK, a także o udziale w konferencjach: Przemysł Farmaceutyczny i Przemysł Kosmetyczny, podczas których wygłoszono referaty o rynku opakowań dla obu tych branż.

Członkowie Rady zapoznali się z kosztami wydawania Biuletynu Opakowaniowego, zalecając mimo trudności finansowych – dalsze wydawanie tej publikacji. Przyjęli także harmonogram posiedzeń Rady w roku 2012.

Życzenia zdrowych i pogodnych Świąt Bożego Narodzenia oraz Wszelkiej pomyślności w Nowym Roku złożyli uczestnikom obrad – prowadzący obrady Wojciech Pawłowski, przewodniczący Rady oraz prezes Izby prof. zw. dr hab. inż. Stanisław Tkaczyk. Do życzeń dołączyli podziękowania za działalność i zaangażowanie w pracach Rady i Komisji Rewizyjnej w 2011 roku.

/M.W./



Członkowie Rady w trakcie posiedzenia.



Przedstawiciel firmy EUROMONITOR INTERNATIONAL z wizytą w Izbie

Na zaproszenie Biura Izby, w dniu 21 listopada z pracownikami Biura oraz Instytutu Badawczego Opakowań COBRO, spotkała się pani Natalja Strelkova, przedstawiciel firmy Euro-monitor na region Europy Środkowej i Wschodniej.

Euromonitor International to światowy lider w dziedzinie globalnej strategicznej informacji i opracowań analitycznych z zakresu poszczególnych branż gospodarki wg krajów i grup



Pierwsza od prawej Nataalia Strelkova – ekspert regionalnego biura Euro-monitor w Wilnie.

użytkowników (konsumentów). Celem tego interesującego spotkania było zapoznanie się z zasobami informacyjnymi jakimi dysponuje Euromonitor w dziedzinie gospodarki opakowaniowej oraz warunkami korzystania z tych zasobów.

Euromonitor działa od 1972 roku. Jest niezależną, brytyjską organizacją. Na rzecz tej firmy pracuje ponad 600 specjalistów w różnych krajach świata. Zajmują się gromadzeniem i przetwarzaniem informacji gospodarczych oraz opracowywaniem na zamówienie analiz stanu gospodarki i perspektyw rozwoju w danej dziedzinie, branży, kraju lub regionie świata.

Uczestnicy spotkania zapoznali się ze strukturą baz danych dotyczących przemysłu i rynku opakowań, sposobami i warunkami dostępu do zawartych w tych bazach zasobów informacyjnych.

Dla branży opakowań Euromonitor proponuje dane z 52 krajów w następujących segmentach (kategoriach): opakowania dla napojów alkoholowych; opakowania dla napojów bezalkoholowych; opakowania dla napojów gorących; opakowania dla produktów spożywczych; opakowania dla kosmetyków; opakowania dla towarów powszechnego użytku; rodzaje opakowań; sposoby zamykania opakowań i rodzaje zamknięć; opakowania dla towarów higieny osobistej; opakowania dla wyrobów tytoniowych.

Zainteresowanych skorzystaniem z oferty Euromonitor International, odsyłamy do strony www.euromonitor.com.

Adres regionalnego biura:

Euromonitor International – Eastern Europe

Jogailos Street 4, Vilnius

LT-01116 Lithuania

Tel: +370-5243-15-77 w. 4590

Bezpośredni kontakt z panią Natalją Strelkovą pod adresem e-mail: natalja.strelkova@euromonitor.lt

(B.K.)

Tytuł „Znakomitego Przywódcy” dla prof. zw. dra hab. inż. Stanisława Tkaczyka, prezesa Polskiej Izby Opakowań, dyrektora Instytutu Badawczego Opakowań COBRO

Miło nam poinformować, iż w Konkursie Polskiej Nagrody Jakości „Znakomity Przywódca” (V edycja, 2011 r.), tytuł ten przyznano Stanisławowi Tkaczykowi, prezesowi Polskiej Izby Opakowań i dyrektorowi Instytutu Badawczego Opakowań COBRO.

Uroczystość wręczenia statuetek oraz dyplomów dokumentujących uzyskanie tego prestiżowego wyróżnienia odbyła się w dniu Święta Niepodległości

(11 listopada) w Zamku Królewskim w Warszawie.

Statuetki i dyplomy wręczał Wicepremier, Minister Gospodarki Waldemar Pawlak oraz przedstawiciele organizatorów tego konkursu. A organizatorami są: Krajowa Izba Gospodarcza, Polskie Centrum Badań i Certyfikacji S.A. oraz Klub Polskie Forum ISO 9000.

Polska Nagroda Jakości „Znakomity Przywódca” przyznawana jest menedżerom-liderom, którzy stosując jakościowe zasady „są zdolni prowadzić organizację do nowych wyzwań i osiągać wraz z załogą wyróżniające się wyniki”.

Jak podkreślano w trakcie uroczystości wręczenia dyplomów i statuetek, laureatom tego konkursu „Znakomite Przywództwo, to realizacja przywództwa, to ustalanie celów i kierunków rozwoju organizacji, wspieranie ich realizacji oraz kontrola uzyskiwanych efektów”.

Serdecznie gratulujemy

– Redakcja



BASF Polska – wiodący dostawca materiałów dla przemysłu opakowaniowego nowym członkiem Polskiej Izby Opakowań

Żywność, napoje, kosmetyki, leki – aż 90 procent wszystkich produktów trafia do klienta w opakowaniu. Ma ono być funkcjonalne, chronić produkt przed uszkodzeniem, utrzymywać jego świeżość, być łatwe w obsłudze i ciekawie wyglądać. Lista wymagań w stosunku do nowoczesnych opakowań już jest długa i nie wygląda na to, aby w najbliższym czasie miała zostać zamknięta. Wręcz przeciwnie: Wciąż pojawiają się nowe potrzeby dyktowane przez konsumentów i producentów, którzy chcą jak najlepiej i najatrakcyjniej zaprezentować swój produkt. BASF jako wiodący dostawca materiałów dla przemysłu opakowaniowego wychodzi naprzeciw tym oczekiwaniom. W swojej palecie BASF ma ponad 1000 różnych produktów, które znajdują zastosowanie w różnorodnych opakowaniach, począwszy od folii z tworzywa sztucznego, papier, karton, dodatki do metali czy szkła. Produkty BASF bazują na nowoczesnych i inteligentnych rozwiązaniach, tak aby mogły sprostać coraz wyższym wymaganiom branży.



Dla przykładu Uvinul® to środek, który pozwala chronić opakowania z tworzyw sztucznych przed negatywnym wpływem promieniowania UV, które sprawia, że folie tracą elastyczność i stają się kruche i łamliwe. Pigmenty takie jak Glacier™ Frost White, pozwalają uzyskać na opakowaniu delikatny perłowy połysk, a dobrze znana producentom opakowań dyspersja Metasheen® sprawia, że na opakowaniach kosmetyków udaje się uzyskać efekt chromowania lub sprawić, że wyglądają one tak, jakby wykonane zostały ze stali szlachetnej.

Bardzo interesujące zastosowanie i wygląd ma inteligentna etykieta OnVu™. Producenci, handlowcy i klienci mogą dzięki niej już na pierwszy rzut oka roz-

poznać, czy produkt w czasie transportu czy przechowywania w magazynie był odpowiednio chłodzony. Ponieważ znajdujący się na środku etykiety wskaźnik przebarwia się w zależności od tego, czy zachowana została odpowiednia temperatura. A przecież, jeśli chodzi o żywność, to temperatura w trakcie transportu i przechowywania decydująco wpływa na jakość produktu.

W ofercie BASF jest też cały szereg rozwiązań, które pozwalają przedłużyć okres przydatności do spożycia produktów, które tradycyjnie szybko się psują. Na przykład Ultramid to poliamid BASF, który doskonale nadaje się do produkcji folii spożywczych, stanowiących szczelną osłonę przed gazami, takimi jak tlen, azot czy dwutlenek węgla, które są odpowiedzialne za psucie się żywności. Dzięki opakowaniom z Ultramidu, ser, kielbaski, ryby czy nawet orzeszki ziemne, dłużej zachowują świeżość i nadają się do spożycia. Zupełnie inne cechy ma Styroflex®, tworzywo sztuczne z którego wykonywane są cienkie elastyczne folie, które doskonale przepuszczają tlen czy parę wodną. Nadają się one do produkcji opakowań dla świeżego mięsa, sałat, owoców, warzyw czy pieczywa. Dzięki swojej wytrzymałości na rozrywanie, folie te wykorzystywane są również do opakowywania palet.

Innym ważnym czynnikiem jest biodegradacja opakowań. BASF wprowadziła na rynek biodegradowalne tworzywa Ecovio® F i Ecovio®FS, z których produkowane są ekologiczne siatki na zakupy a także worki na odpady biologiczne, bo podobnie jak odpadki organiczne, torby z Ecovio rozkładają się pod wpływem działania mikroorganizmów i enzymów, jakie występują w kompostowniach. Podobne właściwości ma też Eptal Eco, biodegradowalny klej na bazie wody, który doskonale nadaje się do produkcji ekologicznych opakowań, w których niektóre elementy muszą być sklepane, na przykład torebki do chipsów.

To tylko niektóre przykłady nowoczesnych rozwiązań BASF dla przemysłu opakowaniowego. Badacze BASF wciąż pracują nad nowymi, inteligentnymi rozwiązaniami, które będą w stanie spełnić nawet najbardziej wyszukane potrzeby klientów.

Więcej na ten temat na stronie internetowej: www.packaging.basf.com

Maciej Gola

Technical Project Manager
BASF Polska Sp. z o.o.
Al. Jerozolimskie 154;
02-326 Warszawa; Polska
e-mail: maciej.gola@basf.com

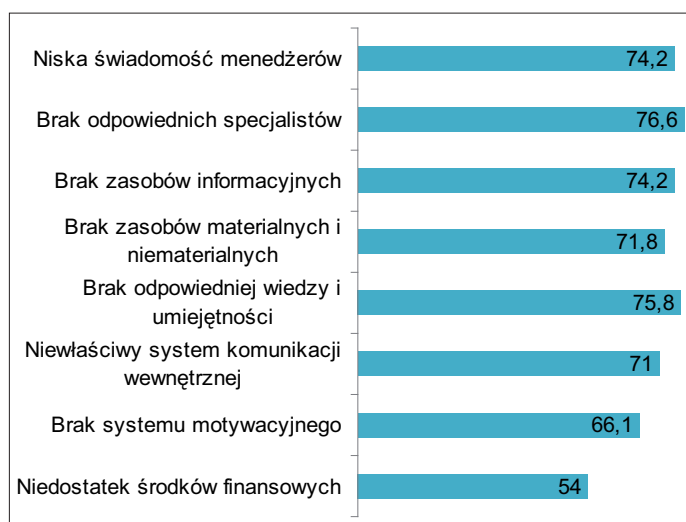


Zarządzanie ryzykiem – temat na trudny czas

Międzynarodowe dane wskazują, że aż 90 proc. firm ma zdefiniowany model zarządzania ryzykiem, a w 86 proc. firm jest stanowisko odpowiedzialnego za tę dziedzinę.

Po kryzysie lat 2008-2009, 65 proc. firm usprawniło metody analizy ryzyka i systemy raportowania. Zarządzanie ryzykiem opisuje norma ISO 31000. Niestety polscy przedsiębiorcy wykazują zaskakująco bierne podejście do tego zagadnienia. Prawie jedna piąta reaguje dopiero wtedy, gdy wydarzy się coś złego. Kolejne 15 proc. ogranicza się do analizy istniejących zagrożeń, nie podejmując działań zapobiegawczych.

A oto przyczyny takiego stanu rzeczy wg badań Katedry Analiz Działalności Przedsiębiorstwa SGH i Harvard Business Review Polska:



Powiew optymizmu

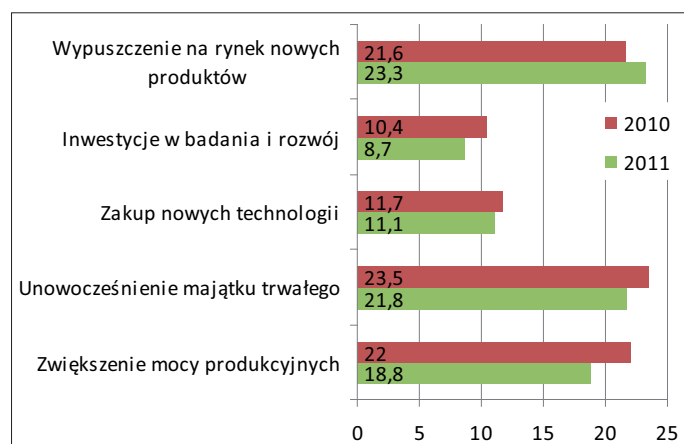
Dekoniunktura znowu wybija Polskę na szczyt – wzrost gospodarczy w 2012 (r/r, w proc.); prognozy HSBC dla wybranych krajów UE:

Polska	3,0
Rumunia	2,5
Czechy	1,7
Węgry	1,5
Wielka Brytania	1,3
Francja	1,2
Niemcy	1,0
Szwecja	0,9
Hiszpania	0,3
Włochy	-0,2
Strefa euro	0,6

Tworzenie nowych produktów – tylko ten rodzaj inwestycji cieszy się coraz większą popularnością

Pierwsze półrocze 2011 r. dawało nadzieję, że po dwóch latach inwestycyjnej recesji firmy wreszcie zaczną zwiększać nakłady na rozwój. Przez dwa kwartały roczna dynamika inwestycji przyspieszyła z 1,6 do 7,8 proc. Jednak w lipcu i sierpniu na światowych rynkach finansowych znowu zawrzało i ochota do inwestowania przysła. Jak wynika z badania PKPP Lewiatan wśród małych i średnich przedsiębiorstw, firmy są dziś jeszcze mniej skłonne do zwiększania nakładów niż w ubiegłym roku. – To niepokojący sygnał. Polskie firmy są co prawda w dobrej sytuacji finansowej, ale obawiają się, że spokój nie będzie trwał długo – mówi Małgorzata Krzysztozek, główna ekonomistka PKPP Lewiatan.

Odsetek firm, które planują wzrost nakładów inwestycyjnych – porównanie wyników z 2010 i 2011 r. (w %)



Jeśli pomimo spadku inwestycji w badania i rozwój, zmniejszenia zakupu nowych technologii, mniejszej skali działań na rzecz unowocześnienia majątku trwałego oraz mniejszego tempa w zwiększaniu mocy produkcyjnych, zwiększy się liczba wypuszczanych na rynek nowych produktów – to nie jest tak źle. **W.W.**



Polacy zignorowali niemieckich pracodawców

Obawy pracodawców się nie sprawdziły – otwarcie niemieckiego i austriackiego rynku pracy (nastąpiło 1 maja 2011 r.) nie spowodowało masowego odpływu pracowników polskich firm. Tylko jedna na 17 przebadanych przez Randstad twierdzi, że zanotowała w ostatnich miesiącach przypadek wyjazdu pracownika do Niemiec. W żadnej firmie zjawisko to nie było na tyle silne, by spowodowało problemy w jej funkcjonowaniu. Świadczą o tym odpowiedzi na pytanie jak niżej:

Czy w ostatnich miesiącach firma doświadczyła odpływu pracowników w związku z otwarciem niemieckiego rynku pracy?

Tak, zakłóca to działalność firmy	0
Tak, ale nie zakłóca to działalności firmy	6
Nie	94

O targach w ogóle i relacjach „targi – miasto”

23 listopada 2011r., w Poznaniu na terenie MTP odbyła się Konferencja poświęcona miastotwórczej roli targów na przykładzie: Poznania i Międzynarodowych Targów Poznańskich; Kielc i Targów Kielce; Lublina i Targów Lublin.

Uczestnicy tego spotkania, co było do przewidzenia, byli jednomyślni co do roli targów jako ważnego czynni-

ka „miastotwórczego”. Ściślej, pozytywnie wpływającego na wszechstronny rozwój miasta – gospodarza targów.

Co ważne, uczestnicy konferencji stwierdzili, że targi mają przyszłość, ponieważ są jednym z najskuteczniejszych narzędzi sprzedaży. Podkreślali, że targi to miejsce dobrych kontaktów i spotkań, miejsce gdzie można sku-

tecznie zawierać transakcje. Podczas spotkań na targach budowana jest prawdziwa relacja, której nie sposób wypracować wirtualnie. Internet nigdy nie zastąpi kontaktów bezpośrednich, a coraz popularniejsze targi w sieci – e-targi mogą być tylko uzupełnieniem bogatej oferty targowej, które polskie miasta prezentują.

(red.)

Jakie szanse daje kalendarz na 2012 dla wydłużonych urlopów i weekendów

24 grudnia 2011 – 01 stycznia 2012

Wystarczy cztery dni urlopu, by łącznie z Wigilią, Świętami Bożego Narodzenia, Sylwestrem i Nowym Rokiem mieć do dyspozycji dziewięć dni wypoczynku

31 grudnia 2011 – 8 stycznia 2012

Święto Trzech Króli i cztery dni urlopu pozwolą na 9 dniowy odczynek

28 kwietnia 2012 – 06 maja 2012

Biorąc trzy dni urlopu, na poniedziałek 30 kwietnia oraz na środę 2 maja i piątek 4 dnia tego miesiąca, uzyskujemy dziewięciodniowy długi weekend.

7-10 czerwca 2012

Boże Ciało wypada 7, w czwartek zatem bez urlopu na piątek, 8 czerwca, o przedłużonym czterodniowym wypoczynku nie ma co marzyć.

15-19 sierpnia 2012

Sierpniowy weekend może być pięciodniowy, bo Wniebowzięcie Najświętszej Marii Panny wypada 15 sierpnia, w środę. Wystarczy dwa dni urlopu.

1-4 listopada 2012

Wszystkich Świętych jest w czwartek. Piątkowy urlop na 2 listopada pozwoli nam odwiedzić groby bliskich w zadumie i bez pośpiechu w trakcie czterodniowego weekendu.

22 grudnia 2012 – 01 stycznia 2013

Przerwa świąteczna zapowiada się naprawdę długa. Wystarczy cztery dni urlopu (na 24, 27, 28 i 31 grudnia), by mieć 11 dni wolnego.

Perły wśród opakowań

VI edycja Konkursu ART OF PACKAGING

Jak informuje pani Monika Mikołajczak, kurator – organizowanego przez Wydawnictwo European Media Group Sp. z o.o. – Konkursu ART OF PACKAGING, przygotowywana jest VI edycja tego ważnego dla branży opakowaniowej wydarzenia.

A oto słowa, w jakich Pani redaktor Monika Mikołajczak informuje o Konkursie, zapraszając do udziału w nim.

Fantaści i rewolucjoniści, miłośnicy materiału i konstrukcji, wyznawcy trendów, designerzy, ekolodzy, aspiranci do wyższych celów, poszukiwacze rozwiązań. W afekcie- twórcy. W ich świecie biznes spotyka się z technologią, przemysł z nauką a konsument z producentem. Finanse z funkcjonalnością, pomysł z wykonaniem, popyt z podażą, fantazja z rzeczywistością, konstruktor z maszyną. W efekcie wszelkich tych zdarzeń powstają opakowania. To właśnie z myślą o nich i o wspomnianych Twórcach organizujemy VI. edycję ogólnopolskiego konkursu na najlepsze opakowanie roku- ART OF PACKAGING- Perły wśród Opakowań. Jego ideą jest niezmiennie promowanie innowacyjności, kreatywności oraz konkurencyjności polskich opakowań na rynku krajowym oraz rynkach zagranicznych. Dla nich ART OF PACKAGING ma dwie edycje: Debiuty oraz Professional. Wyławiamy bowiem perły zarówno wśród młodych artystów, jak i profesjonalnych znawców sektora przemysłu opakowaniowego. Raz w roku mają oni okazję spotkać się na uroczystej Gali Finałowej, na której przyznajemy nagrody w naszym Konkursie.

Szczegóły na www.artofpackaging.pl

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.

