

## I KONGRES PRZEMYSŁU OPAKOWAŃ

Poznań, 9 października 2012

Po raz pierwszy w Polsce, producenci opakowań, materiałów opakowaniowych, maszyn i urządzeń do pakowania i produkcji opakowań oraz użytkownicy opakowań, spotkają się aby omówić najważniejsze problemy branży. Wymienić doświadczenia. Określić potrzeby rozwojowe. Zapoznać się z osiągnięciami i problemami krajowego przemysłu opakowań.

Ważną funkcją Kongresu będzie określenie poziomu konkurencyjności krajowego przemysłu opakowań i wskazanie na czynniki decydujące o umacnianiu oferty polskiego przemysłu opakowań na rynku krajowym i rynkach zagranicznych.

dokończenie na s. 2

## Rok 2012 ważnym dla przemysłu opakowań

Polska Izba Opakowań zamierza w bieżącym roku więcej uwagi i działań poświęcić upowszechnianiu wiedzy o opakowaniach, ich roli i znaczeniu w gospodarce i dla społeczeństwa oraz o przemyśle opakowań. Jego potencjałe. Obecności na krajowym i zagranicznych rynkach opakowań. Osiągnięciach i problemach oraz ofercie rynkowej.

Celem tych działań jest wspomaganie przedsiębiorców i tworzenie klimatu sprzyjającego rozwojowi tej branży gospodarki. Temu m.in. służyć będzie obchodzony w tym roku **9 października Dzień Opakowań**, organizowany

dokończenie na s. 2

### W numerze m.in.:

- Dobrowolna i obowiązkowa certyfikacja opakowań
- I Kongres Przemysłu Opakowań
- Rok 2012 ważnym dla przemysłu opakowań
- Makroprognoza na 2012 rok
- Rok 2012 będzie dobrym dla opakowań dla żywności
- Poznajemy najnowszą historię polskiego przemysłu opakowań
- Konkurs PakStar i Student PakStar
- Nominacje do tytułów „Zasłużeni dla Przemysłu Opakowań”
- Dobry przywództwo warunkiem sukcesu
- Witamy Spółkę EURO PRINT w gronie członków Izby
- Program „Przedsiębiorstwo Fair Play”
- HISPACK zaprasza
- Sylwetki Świata Opakowań – Konrad Rumiński

## Dobrowolna i obowiązkowa certyfikacja opakowań

### 1. Wstęp

Certyfikacja opakowań i materiałów opakowaniowych jako część krajowego systemu certyfikacji wyrobów funkcjonuje w Polsce od wielu lat. Już od 1984 r. niektóre opakowania podlegały obowiązkowi oceny w celu uzyskania świadectwa kwalifikacji jakości. Bardzo ważnym krokiem w rozwoju systemu certyfikacji była Ustawa z dnia 3 kwietnia 1993 r. o badaniach i cer-

tyfikacji (Dz.U. nr 55, poz. 250), która określiła m.in. zasady funkcjonowania krajowego systemu badań i certyfikacji, a także uprawnienia jednostek certyfikujących, laboratoriów i warunki ich akredytacji. System certyfikacji przedstawiony w powyższej ustawie podlegał zmianom, mającym go dostosować do przepisów obowiązujących w Unii Europejskiej. W życie weszła Ustawa z dnia 28 kwietnia 2000 r. o syste-

dokończenie na s. 3

Chodzi również o wskazanie na rolę przemysłu opakowań jako ważnej, a nie zawsze docenianej dziedziny gospodarki, dostarczającej wyroby przyczyniające się do poprawy jakości i długości życia oraz bezpieczeństwa i dostępności produktów.

Synteza tej funkcji i roli opakowania zawarta jest w misji Światowej Organizacji Opakowań „Lepsza jakość życia, przez lepsze opakowania, dla większej liczby ludzi”. Również w misji Polskiej Izby Opakowań podkreślona jest rola opakowania ...**jako ważnego czynnika rozwoju cywilizacyjnego Polski**.

Współczesne opakowanie jest wytworem najnowszych osiągnięć nauki i techniki, zaś przemysł opakowaniowy stosuje najnowsze technologie i materiały.

Jest dobrze zorganizowanym i zatrudnia wysoko wykwalifikowanych specjalistów.

O tym warto i trzeba mówić jeśli chcemy, aby przemysł ten był traktowany na równi z innymi dziedzinami gospodarki. Temu ma służyć m.in. **I Kongres Przemysłu Opakowań**.

Ważnym dorobkiem Kongresu będzie raport **Przemysł opakowań w Polsce, stan aktualny, perspektywy, kierunki i warunki rozwoju oraz wyzwania**.

Opracowanie to będzie skierowane do „sfery” zarządzania polską gospodarką oraz do gremiów ustawodawczych i opiniotwórczych. Źródłem danych do wspomnianego raportu będą informacje zawarte w referatach oraz wystąpieniach w sesji plenarnej, a także opinie i wnioski z przedkongresowej dyskusji.

Równie ważnym, i trwałym rezultatem Kongresu będzie publikacja **Przemysł Opakowań w Polsce. Stan. Perspektywy. Oferta**, stanowiąca pierwszą w Polsce monografię na temat przemysłu opakowań. Służyć ona będzie upowszechnieniu wiedzy o krajowym przemyśle opakowań, jego potencjale oraz roli i znaczeniu dla gospodarki i społeczeństwa, a także promocji krajowych producentów opakowań, materiałów opakowaniowych, maszyn i urządzeń do pakowania i produkcji opakowań. Na konkretnych przykładach pokazane będą drogi rozwojowe krajowego przemysłu opakowań.

Jest ambicją i zadaniem wydawcy (Polskiej Izby Opakowań) aby publikacja ta, pokazała współczesny krajowy przemysł opakowań – firmy i ludzi, których praca i zaangażowanie uczyniły z tej branży ważną i liczącą się na rynku międzynarodowym, nowoczesną dziedzinę przemysłu.

**Koszt uczestnictwa 1 osoby: 480 zł + VAT.**

Członkowie Polskiej Izby Opakowań oraz firmy zamieszczające reklamę w przedkongresowej monografii **Przemysł opakowań w Polsce. Stan. Perspektywy. Oferta**, korzystają z 50% zniżki.

**Wstępne zgłoszenia do udziału w Kongresie oraz zamiar zamieszczenia reklam w monografii prosimy przesyłać na adres Biura Izby (info@pio.org.pl) nie później niż do 30 marca br.**

**Szczegółowe informacje dotyczące Kongresu i towarzyszących mu przedsięwzięć wydawniczo-promocyjnych zamieszczone są na stronie [www.pio.org.pl](http://www.pio.org.pl) w zakładce Kongres Przemysłu Opakowań.**

w tym samym dniu **I Kongres Przemysłu Opakowań** oraz **wydanie pierwszej w Polsce monografii poświęconej przemysłowi opakowań**.

W szczególności w celu promocji krajowego przemysłu opakowań wykorzystany zostanie tegoroczny **Międzynarodowy Salon Techniki Pakowania i Logistyki TAROPAK** oraz plebiscyt na tytuły: **Zasłużony dla Przemysłu Opakowań i Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań**.

Podjęta zostanie próba, szerszego zaangażowania środowiska użytkowników opakowań do formułowania kierunków rozwoju tego przemysłu mając na uwadze zaspokojenie potrzeb i oczekiwań użytkowników opakowań.

Izba liczy w tym zakresie, na pomoc i współdziałanie branżowych organizacji przedsiębiorców zrzeszających użytkowników opakowań oraz branżowych czasopism. Wiele z nich jak: *Przemysł Spożywczy; Bezpieczeństwo i Higiena Żywności; Przegląd Piekarski i Cukierniczy; Przemysł Farmaceutyczny; Przemysł Kosmetyczny; Agro – Przemysł, Przemysł chemiczny; Opakowanie*. Już zapowiedziały swój udział w realizacji tego zadania.

W działaniach Izby na rzecz promocji przemysłu opakowań oraz opakowań aktywny udział zapowiedziały portale internetowe „*Plastech.pl*” i „*opakowania.com.pl*” oraz branżowe czasopisma: *Packaging Polska; Opakowanie* oraz kwartalnik: *Ważenie. Dozowanie. Pakowanie*.

Wśród przedsięwzięć służących promocji krajowego przemysłu opakowań nie można pominąć kolejnej edycji **Konkursu na opakowania PakStar**. W program tych działań dobrze wpisuje się organizowany już po raz piąty konkurs **Art of Packaging**, któremu patronuje miesięcznik *Packaging Polska*.

Również w trakcie Salonu TAROPAK. Polska Izba Opakowań będzie organizatorem **II Forum Stowarzyszeń zrzeszających producentów Opakowań w krajach Europy Środkowej**. Dotychczas udział w Forum zgłosiły organizacje z Austrii, Bułgarii, Chorwacji, Czech, Rumunii, Serbii, Słowenii i Węgier. Celem tego spotkania jest wymiana doświadczeń i uzgodnienie działań na rzecz wspierania firm w ich obecności na rynkach naszego regionu.

Stąd też w niniejszym numerze *Biuletynu* znajdziecie Państwo wiele szczegółowych informacji o wspomnianych przedsięwzięciach, z prośbą o czynny udział w ich realizacji. O uznanie tych inicjatyw i przedsięwzięć za własne i służące szerokorozumianej branży opakowań i związanych z tą branżą sektorów gospodarki, nauki i edukacji.

W globalnym świecie, w warunkach narastającej konkurencji oraz lokalnych i o zasięgu międzynarodowym sytuacji kryzysowych, mają szanse gospodarki oraz składające się na nie przemysły i branże, które w dobrze rozumianym interesie potrafią stawić czoła wyzwaniom.

Taką próbę mobilizacji przemysłu opakowań w Polsce podejmuje Polska Izba Opakowań, licząc na szeroki udział firm, świata nauki i mediów w realizacji tego ambitnego zadania.

**Redaktor**



# Dobrowolna i obowiązkowa certyfikacja opakowań

dokończenie ze s. 1

mie oceny zgodności, akredytacji oraz zmianie niektórych ustaw (Dz. U. nr 43, poz. 489), którą zastąpiła następnie Ustawa z dnia 30 sierpnia 2002 r. o systemie oceny zgodności (Dz.U. nr 166, poz. 1360). Ta ostatnia, obowiązująca obecnie, określa m.in. „zasady funkcjonowania systemu oceny zgodności z zasadniczymi i szczegółowymi wymaganiami dotyczącymi wyrobów, jak również procesów ich wytwarzania, które mogą stwarzać zagrożenie albo służyć ochronie lub ratowaniu życia, zdrowia, mienia oraz środowiska”. Akredytacją laboratoriów, jednostek certyfikujących i jednostek kontrolujących zajmuje się Polskie Centrum Akredytacji. Podstawą uzyskania akredytacji PCA przez jednostkę certyfikującą wyroby jest spełnienie wymagań normy PN-EN 45011:2000 „Wymagania ogólne dotyczące jednostek prowadzących systemy certyfikacji wyrobów”.

Jedną z jednostek certyfikujących wyroby akredytowanych przez PCA jest Centrum Certyfikacji Opakowań Centralnego Ośrodka Badawczo-Rozwojowego Opakowań w Warszawie, posiadające certyfikat akredytacji nr AC 016. System certyfikacji stosowany przez Centrum Certyfikacji Opakowań jest taki sam jak w innych krajach europejskich, ponieważ oparty jest o tę samą normę (EN 45011:1998).

W COBRO prowadzona jest certyfikacja:

- opakowań do transportu materiałów niebezpiecznych (na znak UN),
- opakowań i materiałów opakowaniowych na znak bezpieczeństwa B,
- opakowań i materiałów opakowaniowych na zgodność z normą lub innym dokumentem normatywnym,
- opakowań i materiałów opakowaniowych na znak przydatności do ponownego przetworstwa (recyklingu materiałowego),
- wyrobów przydatnych do kompostowania (we współpracy z niemieckim ośrodkiem DIN CERTCO) związana z możliwością znakowania opakowań międzynarodowym znakiem „kompostowalny”.

Certyfikacja opakowań jest obecnie dobrowolna, poza obszarami szczególnymi objętymi odrębnymi przepisami. Taką specjalną grupą opakowań są opakowania do transportu materiałów niebezpiecznych.

## 2. Certyfikacja opakowań dla materiałów niebezpiecznych

Obowiązek certyfikacji opakowań do materiałów niebezpiecznych wynika z Ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o przewozie towarów niebezpiecznych (Dz.U. nr 227, poz. 1367) przywołujących międzynarodowe przepisy ADR<sup>1</sup>,

<sup>1</sup> Umowa europejska dotycząca międzynarodowego przewozu drogowego towarów niebezpiecznych, sporządzona w Genewie 30.09.1957 r. (Accord européen relatif au transport international des marchandises dangereuses par route).

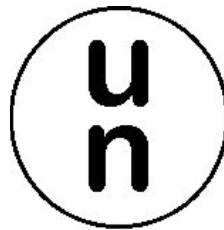
RID<sup>2</sup> i ADN<sup>3</sup>. Ta obowiązująca od 1 stycznia 2012 r. Ustawa zastąpiła dwie dotychczasowe: Ustawę z dnia 28 października 2002 r. o przewozie drogowym towarów niebezpiecznych (Dz.U. nr 199, poz. 1671) i Ustawę z dnia 31 marca 2004 r. o przewozie kolejną towarów niebezpiecznych (Dz.U. nr 97, poz. 962) wprowadzając dodatkowo transport śródlądowy drogami wodnymi. Obowiązują ponadto w kraju przepisy międzynarodowe dotyczące transportu morskiego i lotniczego tj. IMDG-Code<sup>4</sup>, obowiązujące we wszystkich krajach członkowskich Międzynarodowej Organizacji Morskiej (IMO) i IATA-DGR<sup>5</sup> obowiązujące we wszystkich krajach członkowskich Międzynarodowego Zrzeszenia Transportu Lotniczego (IATA).

Podstawę opracowania powyższych zharmonizowanych i ujednoczonych przepisów międzynarodowych dotyczących transportu materiałów niebezpiecznych stanowiły wskazówki wypracowane przez komitet ekspertów, które zostały przyjęte przez Radę Gospodarczą i Społeczną ONZ na sesji w dniu 26 kwietnia 1957 r. (Rezolucja 645 G XXIII).

Uregulowania te mają przede wszystkim na celu ograniczenie do minimum ryzyka zagrożenia dla człowieka i środowiska. Ich zadaniem jest również ułatwienie pracy ekspertom, spedytorom, przewoźnikom i organom kontrolnym, zwłaszcza gdy towar z miejsca nadania do miejsca odbioru przewożony jest przez różne kraje tranzytowe, przy wykorzystaniu transportu kombinowanego lub intermodalnego.

Celem certyfikacji jest stwierdzenie, że opakowania stosowane do przewozu materiałów niebezpiecznych spełniają, ustalone w skali międzynarodowej, wymagania zapewniające bezpieczny przewóz. Uzyskany certyfikat pozwala umieścić na opakowaniu oznaczenie kodowe ze znakiem „UN” wskazujące, że opakowanie na którym jest ono umieszczone odpowiada dopuszczonemu do stosowania typowi konstrukcyjnemu i że spełnia wszystkie wymagania stanowiące warunek uzyskania certyfikatu. Bez takiego oznaczenia opakowania nie mogą być dopuszczone do przewozu materiałów niebezpiecznych.

Wymagania te dotyczą nie tylko opakowań stosowanych w obrocie międzynarodowym, ale także w przewozach krajowych.



Rys. 1. Znak „UN”

dokończenie na s. 4

<sup>2</sup> Regulamin międzynarodowego przewozu kolejami towarów niebezpiecznych (RID), stanowiący Aneks I do Przepisów ujednoczonych o umowie międzynarodowego przewozu towarów kolejami (CIM), będących załącznikiem B do Konwencji o międzynarodowym przewozie kolejami (COTIF), sporządzonej w Bernie dnia 9 maja 1980 r. (Reglement concernant le transport international ferroviaire des marchandises dangereuses).

<sup>3</sup> Umowa europejska dotycząca międzynarodowego przewozu śródlądowymi drogami wodnymi towarów niebezpiecznych (ADN), zawarta w Genewie dnia 26 maja 2000 r. (Accord européen relatif au transport international des marchandises par voies de navigation intérieures).

<sup>4</sup> Przepisy dotyczące transportu morskiego materiałów niebezpiecznych (International Maritime Dangerous Goods Code).

<sup>5</sup> Przepisy dotyczące transportu lotniczego materiałów niebezpiecznych (IATA Dangerous Goods Regulations).

# Dobrowolna i obowiązkowa certyfikacja opakowań

dokończenie ze s. 3

Certyfikaty przyznane przez upoważnione ośrodki, uznawane są przez wszystkie kraje, w których obowiązują przytoczone powyżej przepisy międzynarodowe. Natomiast certyfikaty przyznane za granicą, są honorowane w Polsce, bez potrzeby dodatkowej weryfikacji.

Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Opakowań jest jednym z ośrodków upoważnionych do badań i certyfikacji opakowań do transportu towarów niebezpiecznych.

## 3. Certyfikacja opakowań i materiałów opakowaniowych na znak bezpieczeństwa B

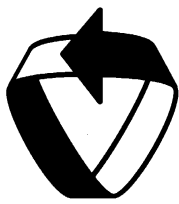
Od 1 maja 2004 r. certyfikacja na znak bezpieczeństwa B jest dobrowolna. Taki dobrowolny tryb certyfikacji na znaki o charakterze narodowym występuje również w innych krajach Unii Europejskiej. Znak B jest już w Polsce znany i ma swoją wartość w kontaktach handlowych. Nasze dziesięcioletnie doświadczenia pozwalają na stwierdzenie, że motywem ubiegania się o certyfikat B nie zawsze były wyłącznie wymagania prawne. Często przyczyną były wymagania odbiorców opakowań lub materiałów opakowaniowych, a także względy konkurencyjności i chęć potwierdzenia odpowiedniej jakości wyrobu. Świadczy o tym wiele certyfikatów przyznawanych obecnie na zasadach dobrowolności na opakowania, które już od dawna nie podlegają obowiązkowi certyfikacji. Podstawą certyfikacji są wymagania zawarte w odpowiednich normach krajowych lub kryteria techniczne zatwierdzone przez organy nadzorujące certyfikację.

## 4. Certyfikacja opakowań i materiałów opakowaniowych na zgodność z normą lub innym dokumentem normatywnym

Ten rodzaj certyfikacji zawsze miał charakter dobrowolny. Podstawą certyfikacji mogą być dokumenty normatywne, głównie Polskie Normy z zakresu opakowalnicstwa, spełniające wymagania wynikające z normy PN-EN



Rys. 2. Znak bezpieczeństwa B



Rys. 3. Znak przydatności opakowania do recyklingu materiałowego



Rys. 4. Znak przydatności do kompostowania (wersja polska)

45011:2000 (zawierające takie działania jak pobieranie próbek, badania, kontrolę i ocenę). Powyższa norma wymaga także, aby dokumenty odniesienia były dostępne zarówno dla wnioskującego jak i dla ogółu.

## 5. Certyfikacja opakowań i materiałów opakowaniowych na znak przydatności do ponownego przetwórstwa (recyklingu materiałowego)

Ten rodzaj certyfikacji realizowany jest w Centralnym Ośrodku Badawczo-Rozwojowym Opakowań w Warszawie od 1993 r. Przyznane certyfikaty upoważniają do oznaczania opakowania zastrzeżonym przez COBRO znakiem (Rys. 3.).

Przyznane certyfikaty upoważniają do oznaczania opakowania zastrzeżonym przez COBRO znakiem.

Podstawa certyfikacji – kryteria techniczne zostały oparte o normę PN-EN 13430:2007 „Opakowania – Wymagania dotyczące opakowań przydatnych do odzysku przez recykling materiałowy”. Uzyskany przez dostawcę certyfikat może być podstawą do dokonania deklaracji zgodności z normą PN-EN 13430:2007.

Przedmiotem oceny może być materiał opakowaniowy, opakowanie, element opakowania i system pakowania, a ocena przydatności do recyklingu materiałowego w warunkach polskich obejmuje takie etapy jak: projektowanie i wytwarzanie, użytkowanie, zbiórkę i sortowanie po wykorzystaniu oraz odzysk przez recykling. Ocena przydatności opakowania do recyklingu dokonywana jest na podstawie dokumentów dostarczonych przez wnioskodawcę oraz wyników kontroli przeprowadzonej u wnioskodawcy.

## 6. Certyfikacja wyrobów przydatnych do kompostowania

W grudniu 2003 roku COBRO podpisało umowę z niemiecką firmą certyfikującą DIN CERTCO, która między innymi zajmuje się taką certyfikacją na rynku niemieckim.

Uzyskany certyfikat pozwala na oznaczanie wyrobu znakiem przydatności do kompostowania (Rys. 4.).

DIN CERTCO analogiczne umowy jak z nami zawarło także z jednostkami certyfikującymi w Holandii i Wielkiej Brytanii a także objęło swoim zakresem również Szwajcarię. Znak ten ma szansę stać się znany i identyfikowalny w Europie. Procedury certyfikacji, są opracowane przez stronę niemiecką. Stąd też we wszystkich krajach, które przyjęły ten znak są takie same możliwości jego uzyskania, a certyfikaty będą wzajemnie honorowane.

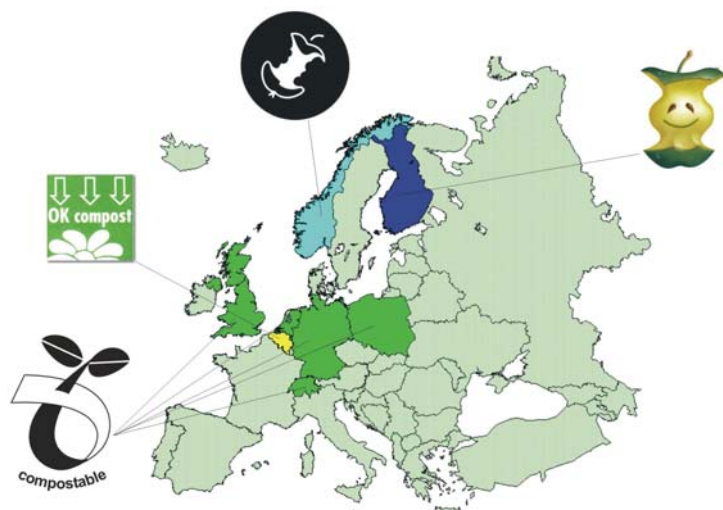
Wystawianie certyfikatów dla materiałów i wyrobów przydatnych do kompostowania jest oparte na normach akceptowanych w skali międzynarodowej.

W tym przypadku obowiązuje dwustopniowy model certyfikacji:

1. rejestracja materiałów, półproduktów i dodatków
2. certyfikacja wyrobów.

Rejestracja materiałów, półproduktów i dodatków przeprowadzana jest na podstawie testów przeprowadzonych





Rys. 5. Europejskie znaki przydatności do kompostowania

przez upoważnione przez DIN CERTCO laboratoria. Natomiast certyfikacja wyrobów wykonanych z zarejestrowanych wcześniej materiałów opiera się na złożonej dokumentacji, zawierającej identyfikację wyrobu i skład materiałowy oraz na porównaniu spektroskopowym dostarczonych próbek wyrobów z deklarowanymi materiałami, których dokumentacja znajduje się w archiwum DIN CERTCO.

Na terenie Polski jedynym upoważnionym do tych działań ośrodkiem jest Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Opakowań w Warszawie.

## 7. Organizacja jednostki certyfikującej

Procesem certyfikacji opakowań zajmuje się w COBRO dział zwany Centrum Certyfikacji Opakowań, niezależny od laboratoriów badawczych i podlegający bezpośrednio Dyrektorowi COBRO. Nadzór nad działalnością Centrum Certyfikacji Opakowań sprawuje Rada Zarządzająca, składająca się z przedstawicieli resortów, urzędów i instytucji zainteresowanych prawidłowym przebiegiem certyfikacji. Zasiadają w niej przedstawiciele producentów opakowań, importerów, użytkowników opakowań, konsumentów, odpowiednich ministerstw i organizacji certyfikujących wyroby. Głównym zadaniem tej Rady jest określenie polityki związanej z funkcjonowaniem Centrum Certyfikacji Opakowań, nadzorowanie wdrażania tej polityki oraz działania związane z polityką bezstronności i zaufania do certyfikacji. Do rozpatrywania wniosków o certyfikację i opiniowanie innych bieżących spraw dotyczących certyfikacji, powołany został Komitet Techniczny ds. certyfikacji opakowań, składający się ze specjalistów w dziedzinach, w których Ośrodek prowadzi działalność certyfikacyjną. W skład Komitetu wchodzi specjalistów z COBRO i spoza COBRO, przedstawiciele urzędów i organizacji zainteresowanych certyfikacją opakowań oraz przedstawiciele użytkowników opakowań. Komitet Techniczny pracuje w sekcjach, zajmujących się odrębnie dziedzinami w których prowadzona jest obecnie certyfikacja.

Zarówno Rada Zarządzająca, jak też Komitet Techniczny są organami nieetatowymi i zbierają się w zależności od potrzeb. Kadencja obu tych organów wynosi 4 lata.

Poza stałym personelem Centrum Certyfikacji Opakowań korzysta również z usług zatwierdzonych przez Komitet Techniczny rzeczoznawców, którzy zajmują się m.in. przeprowadzaniem kontroli certyfikacyjnych, wykonywaniem przeglądów i oceny dokumentacji załączonej do wniosków o certyfikację i przedstawianiem wniosków o certyfikację na posiedzeniach Komitetu Technicznego.

## 9. Podsumowanie

Przedstawiony powyżej zakres certyfikacji obejmuje dość szeroki wachlarz możliwości oceny opakowań, dokonywanych zarówno na zasadach dobrowolności, jak też obligatoryjnie (w przypadku transportu towarów niebezpiecznych). Mimo to nie jest to zakres obejmujący ocenę wszystkich aspektów opakowań i prowadzone są ciągłe prace związane z poszerzaniem propozycji w zakresie możliwości certyfikacyjnych w celu zaspokojenia coraz to nowych oczekiwań producentów i użytkowników opakowań.

## 10. Literatura

1. Recommendations of the Transport of Dangerous Goods, Model Regulations, 17<sup>th</sup> revised edition, United Nations, New York and Geneva, 2011,
2. Zrestrukturizowana Umowa ADR, Umowa europejska dotycząca międzynarodowego przewozu drogowego towarów niebezpiecznych, Dziennik Ustaw RP, Załącznik do nr 110, poz. 641 z dnia 31 maja 2011, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, 2011,
3. RID Regulamin dla międzynarodowego przewozu kolejami towarów niebezpiecznych, PKP CARGO S.A. 2011,
4. Umowa europejska dotycząca międzynarodowego przewozu śródlądowymi drogami wodnymi towarów niebezpiecznych (ADN), zawarta w Genewie dnia 26 maja 2000 r. (Dz. U. z 2010 r. Nr 235, poz. 1537),
5. IMDG-Code – International Maritime Dangerous Goods Code, 2010 Edition, IMO London, 2010,
6. IATA Dangerous Goods Regulations, 52<sup>th</sup> Edition, International Air Transport Association, Montreal-Geneva, 2010,
7. Ustawa z dnia 30 sierpnia 2002 r. o systemie oceny zgodności (Dz.U. nr 166, poz. 1360),
8. PN-EN 45011:2000 (identyczna z EN 45011:1998: Wymagania ogólne dotyczące jednostek prowadzących systemy certyfikacji wyrobów.,
9. PN-EN 13430:2007: Opakowania – Wymagania dotyczące opakowań przydatnych do odzysku przez recykling materiałowy.,
10. Ustawa z dnia 30 sierpnia 2002 r. o systemie oceny zgodności (Dz.U. nr 166, poz. 1360),
11. Ustawa z dnia 19 sierpnia 2011 r. o przewozie towarów niebezpiecznych (Dz.U. nr 227, poz. 1367)

**mgr inż. Andrzej Milewski**

Kierownik Centrum Certyfikacji Opakowań  
Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Opakowań  
w Warszawie

# I Kongres Przemysłu Opakowań

O celach i zadaniach Kongresu rozmawiamy z jego inicjatorem i szefem Komitetu Organizacyjnego Wacławem Wasiakiem, dyrektorem Polskiej Izby Opakowań

**BK.** Panie dyrektorze, jakie cele przyświecają Kongresowi? Co Izba zamierza osiągnąć organizując Kongres?

**WW.** Na początek małe sprostowanie. Nie jestem jedynym inicjatorem tego przedsięwzięcia. Jest to inicjatywa i decyzja kierownictwa Izby. Z racji pełnionej funkcji i obowiązków, całość spraw związanych z organizacją Kongresu powierzono mojej osobie i zespołowi, którym kieruję. A co do celów, to u podstaw decyzji o organizacji Kongresu legło przekonanie o potrzebie dokonania oceny stanu krajowego przemysłu opakowań, który, podobnie jak i inne branże i dziedziny gospodarki, przeszedł rewolucyjne przemiany w ciągu ostatniego dwudziestolecia. Możemy wręcz mówić o „powstaniu” tej branży. Warto bowiem przypomnieć, iż w latach 1991-2011 produkcja opakowań, zarówno w wymiarze ilościowym jak i wartościowym, zwiększyła się ośmiokrotnie.

Od zera powstały niektóre segmenty przemysłu opakowań, jak produkcja opakowań metalowych do napojów. Rozwinęła się produkcja opakowań z tworzyw sztucznych oraz tektury falistej na nieznaną w końcu lat siedemdziesiątych skalę.

To dzięki nowoczesnym opakowaniom polskie produkty mogły pojawić się na rynkach zagranicznych. Dotyczy to towarów produkowanych przez różne przemysły, od spożywczego, poprzez kosmetyczny, farmaceutyczny, chemiczny, do towarów powszechnego użytku.

Jednak rynek ulega ciągłym zmianom, rosną wymagania co do opakowań. Rośnie konkurencja. Wprowadzane są nowe materiały i techniki produkcji. Powinniśmy zatem, co pewien czas dokonywać oceny naszej pozycji na światowym rynku i podejmować działania na rzecz poszerzenia udziału wytwarzanych w kraju

opakowań na własnym rynku oraz na rynkach zagranicznych. Taką okazję do refleksji na ten temat ma stanowić Kongres Przemysłu Opakowań.

**BK.** Jednym z zadań Kongresu, poza oceną stanu przemysłu opakowań, jest określenie perspektywy i warunków rozwoju. czy mógłby podać Pan przykład takich warunków?

**WW.** Chętnie. Ekonomisci, znawcy reguł rozwoju gospodarczego zwracają uwagę na fakt, iż kryzys, spowolnienie gospodarcze w wielu krajach, to sprzyjające warunki do przejmowania firm. Możemy, po 20 latach silnej ekspansji zagranicznych firm na polski rynek, pomyśleć o realnej możliwości odwrócenia tego trendu.

Dzisiaj potencjał naszych firm, w wielu przypadkach jest większym od osłabionego (obniżonego) potencjału firm w wielu krajach dotkniętych recesją. To idealna sytuacja aby zmienić kierunek przepływu „własności”. Jest tylko pytanie, czy nasze firmy są i będą w stanie skutecznie tę sytuację wykorzystać. Zapewne pomoc państwa znacznie możliwości firm mogłaby wzmocnić. Trzeba się zastanowić jak i w jaki sposób to uczynić.

Ponadto, wchodzimy w trzecią już – przypuszczalnie ostatnią – agendę wykorzystania środków UE (lata 2014-2020). Zebrane doświadczenia wskazują na przyczyny utrudniające efektywne ich wykorzystanie. Jest ich wiele. Myślę, że uczestnicy Kongresu mogą i powinni wskazać sposoby bardziej racjonalnego, korzystnego dla branży, wykorzystania tych środków na faktyczny rozwój i rzeczywistą modernizację. Przykład takich krajów jak Irlandia, Portugalia, Grecja, Hiszpania – głównych beneficjentów środków UE, a obecnie czołowych bankrutów, wskazuje jak bardzo nieefektywnie środki te zostały wykorzystane. To

tylko część prawdy, że w Polsce są one dobrze i celowo wykorzystywane. W poważnym procencie, ośmielę się ocenić, iż w ok. 30 proc. są one przeznaczane na cele nie służące rozwojowi, w tym na obsługę „ich wykorzystania”. Przykłady rozrzutności w projektach programu Kapitał Ludzki, a także biurokratyzowanych procedur w programie Innowacyjna Gospodarka są tego dowodem.

Warto zatem, i trzeba, o tym mówić oraz wskazywać na sposoby czynienia ze środków UE ważnego, a w praktyce, głównego w najbliższych latach, źródła finansowania rozwoju. Nie chodzi bowiem, li tylko o stopień ich wykorzystania, ale o celowość i uzyskiwane rezultaty. Jak mawiał mistrz Seneka: *Nie wystarczy robić rzeczy dobrze, trzeba robić rzeczy dobre*. Zapewne wymienione wyżej kraje maksymalnie wykorzystwały środki UE, nie małe przecież. Co zatem stało się, że zamiast rozwijać się, stanęły na skraju bankructwa?

Dlatego właśnie teraz, w konkretnej, określonej sytuacji światowej ekonomii i globalnej gospodarki, warto i trzeba organizować dyskusje, wśród tych co gospodarkę stanowią i o jej rozwoju decydują. Takie jest zadanie organizacji zrzeszających przedsiębiorców. Właśnie to czynimy. Stąd pomysł i potrzeba Kongresu Przemysłu Opakowań.

**BK.** Kongres to kosztowne przedsięwzięcie. Czy Izba dysponuje dostatecznymi środkami?

**WW.** Planując to przedsięwzięcie, maksymalnie staraliśmy się ograniczać koszty. Stąd propozycja jednodniowych obrad.

Chcemy dorobek i oddziaływanie Kongresu powiększyć o monografię „Przemysł opakowań w Polsce. Stan. Perspektywy. Oferta”. W książce tej, o wysokim stosunkowo nakładzie,



chcemy zamieścić pełne teksty referatów oraz wystąpień, które z konieczności w trakcie Kongresu będą ograniczone do kilkunastominutowych prezentacji. W publikacji tej zamierzamy zamieścić opinie i wypowiedzi uzyskane w trakcie przedkongresowych debat.

Wracając do Pana pytania, to też będzie kosztować. No cóż, liczymy na to, iż przedsiębiorcy sfinansują oba te przedsięwzięcia, występując w charakterze uczestników Kongresu, sponsorów oraz reklamodawców. Zadaniem Izby jest dawanie (tworzenie) szans na wyartykułowanie przez przedsiębiorców nurtujących ich problemów, w celu zwiększania efektywności ich działań. Myślę, że będą gotowi koszty takie ponieść. Jeśli okaże się, że jesteśmy nadmiernymi optymistami i nie znajdują się chętni na współdziałanie w tym przedsięwzięciu, oznaczać to będzie, iż nie jest ono potrzebne. A jeśli tak, to nie będzie miało miejsca.

Na ponad 7 tys. firm składających się na branżę opakowań ok. 100 jest zrzeszonych w Polskiej Izbie Opakowań, dalszych ok. 300 w innych branżowych stowarzyszeniach i organizacjach. Pozostali są biernymi obserwatorami. Czy można ich za to potępiać? Absolutnie nie. Trzeba starać się ich pozyskać. Widocznie robimy to nieudolnie. Nie potrafimy przekonać, iż więcej członków to większa możliwość działania dla wszystkich.

Bardzo często otrzymuję prośby o informacje i analizy na temat rynku opakowań. O wskazanie obszarów, na których warto inwestować. Odpowiadam, takie analizy kosztują. Roczny budżet Izby to ok. 300 tys. zł, który w 80 proc. stanowią wpływy ze składek członkowskich. Jeśli mielibyśmy do dyspozycji 3-4 razy więcej, moglibyśmy lepiej zaspakajać potrzeby przedsiębiorców.

Stąd nasze, Polskiej Izby Opakowań, uznanie dla tych firm co Izbę stanowią. Świadczą bowiem na rzecz całej społecznej korporacji jaką stanowi branża. A może Kongres przyczyni się do zmiany aktualnej sytuacji? Bądźmy dobrej myśli. To też jedno z zadań Kongresu.

**BK. Dziękuję za rozmowę.**

**Rozmawiał  
Bartłomiej Królak**

## Makro prognoza na 2012 rok

Końcówka 2011 roku, a właściwie cały miniony rok upoważnia do optymizmu odnośnie roku 2012. Gospodarka w 2011 roku rosła, co pokazuje dynamika PKB (r/r, w proc). Wynik na koniec roku 4,2 proc. Wbrew wcześniejszym obawom o inwestycje, wyjątkowo „rozkwitły” w 2011, o czym świadczy dynamika (r/r, w proc). Wynik na koniec roku 10,9 proc. Jedynie wyraźne zwolnienie konsumpcji, może niepokoić.

W 2011 roku dynamika konsumpcji spadła z ok. 3,8 proc do 2,1 zbliżając się do dynamiki połowy roku 2009. Przyczyny: inflacja, niski wzrost płac, malejące zatrudnienie, znacznie pogorszyły sytuację w sferze konsumpcji. A spowolnienie wydatków gospodarstw domowych, to zły znak dla rynku opakowań, a w szczególności w segmencie towarów konsumpcyjnych. Trzeba bowiem pamiętać, iż stosunkowo dobra sytuacja na rynku opakowań,

w tym segmencie rynku (towary konsumpcyjne) na przełomie lat 2007/2008 (dynamika konsumpcji ok. 6 proc.) zapewniła stabilną sytuację na rynku opakowań również w roku 2009. Chociaż w pierwszym kwartale 2010r., dynamika konsumpcji osiągnęła najniższy poziom, wzrastając stopniowo (prawie od zera) do ok. 4 proc. na koniec 2011 roku. Ponieważ rynek opakowań jest integralną częścią rynku „globalnego”, należy życzyć gospodarce, aby utrzymała założone w budżecie na 2012r. tempo wzrostu o ok. 2,5 proc.

Chociaż producenci opakowań marzą o wskaźniku 3,8-4,5 proc. Wszystko przed nami, bądźmy dobrej myśli. Oceny realnej sytuacji będziemy mogli dokonać za 10 miesięcy, na Kongresie Przemysłu Opakowań, na który, już teraz serdecznie zapraszam

**Redaktor.**

### Rok 2012 będzie dobrym dla opakowań do żywności, ale także kosmetyków i farmacji

Wg firmy badawczej PMR, w latach 2012-14 krajowy rynek spożywczy zwiększy się o co najmniej 10%, do ponad 270 mld zł. W połowie, na kwotę tę złożą się: wzrost cen oraz zwiększająca się konsumpcja.

Do nowej sytuacji dostosowywać się będzie struktura tego rynku. Ulegnie zwiększeniu udział naturalnej, zdrowej i produkowanej tradycyjnymi metodami żywności. W odpowiedzi na rosnące oczekiwania klientów na lepszą jakość produktów, zwiększy się udział nieco droższych, ale o lepszej jakości napojów (wina, soki owocowe) oraz lepszych smakowo, i gotowych do spożycia lub łatwych w przygotowaniu produktów.

Ekspertcy oceniają, że najwięcej nowych produktów spożywczych pojawi się w 2012 r., na rynku przetworów mleczarskich, zbożowych oraz produktów typu instant. Rozszerzy się asortyment dań gotowych. Na rynku ukażą się produkty wędliniarskie pakowane w nowych formach i gramaturach.

Zapowiadane innowacje rynkowe przemysłu spożywczego ukażą się w nowych formatach i rodzajach opakowań, które – jak pokazuje życie – zadecydują w znacznej mierze o rynkowym sukcesie nowych produktów.

W dalszym ciągu, rynek musi uwzględnić wymagania konsumentów dotyczących wygody „kupowania”. W tej części, wiele do powiedzenia mieć będą producenci opakowań i organizatorzy rynku.

Trzeba także pamiętać, iż cena produktu spożywczego to cena produktu netto, plus cena opakowania. Nic nie wskazuje, aby ustabilizowały się ceny żywności. Zapewne dalej będą rosnać w granicach ok. 3-5% rocznie. Zatem producenci żywności poszukiwać będą jak najtańszej oferty wśród producentów opakowań.

Postępujące zmiany demograficzne sprzyjają wzrostowi grupy „singli”. Zatem należy spodziewać się zainteresowania mniejszymi opakowaniami dla produktów spożywczych. Przesunięcia z opakowań „rodzinnych” na indywidualne.

Jak się wydaje, 2012 rok nie powinien być złym dla opakowań do lekarstw. Sektor ochrony zdrowia uważany jest za bezpieczny i odporny na kryzys. Doświadczenia kryzysowych lat 2008-2009 pozwalają na optymizm, co do opakowań dla przemysłu kosmetycznego. Zapewne należy przewidywać zmiany w strukturze popytu. Większym zainteresowaniem cieszyć się będą kosmetyki tańsze, ale ilościowo rynek nie ulegnie zmniejszeniu. Zatem należy przewidywać nieco mniejsze zainteresowanie opakowaniami luksusowymi przy większym zainteresowaniu opakowaniami standardowymi.

Niestety należy liczyć się z „zamrożeniem”, a w niektórych sytuacjach ze spadkiem popytu na opakowania dla towarów inwestycyjnych (przemysł chemiczny, budownictwo, motoryzacja). Zapewne utrzymany zostanie „poziomy” rynek opakowań dla artykułów powszechnego użytku (RTV, AGD itp.) Natomiast nie widać dobrej perspektywy dla opakowań na wyroby przemysłu meblarskiego, choć i tutaj utrzymany zostanie obecny poziomy popytu.

**WW**

# Poznajemy najnowszą historię polskiego przemysłu opakowań

Temu celowi służyć będzie m.in. monografia **Polski przemysł opakowań. Stan. Perspektywy. Oferta**. Opisowi dróg rozwojowych polskiego przemysłu opakowań w ostatnim 25-leciu, poświęcony będzie jeden z rozdziałów tej interesującej pozycji wydawniczej. A jest o czym pisać. Świadczą o tym listy kierowane do Izby. Przytaczamy pierwsze dwa. Jeden opisuje prawie ćwierć wieku istnienia firmy AKPUD, zaś drugi, 20 lecie firmy Plast Service Pack Konrad Rumiński.

Ze zrozumiałych względów zamieszczamy jedynie fragmenty. A oto część historii firmy AKPUD:

Wytwórnia Opakowań z Tektury AKPUD powstała na wiosnę 1988 roku. Jako AKPUD Spółka Cywilna została zarejestrowana 8 września 1988 roku. Założyli ją dwóch przyjaciół z lat szkolnych Ireneusz Antczak i Marcin Królak. Początkowo produkcja opakowań odbywała się na maszynach własnej konstrukcji w garażach swoich domów.

W 1989 roku został wybudowany w Stojadkach przy ulicy Wspólnej zakład produkcyjny, gdzie do dnia dzisiejszego mieści się również siedziba firmy. Po trzech latach – 1992 roku – zaczął funkcjonować zakład nr 2 przy ulicy Mińskiej. Tam też, w 2006 roku, wyrosła nowa hala produkcyjna, a w 2008 roku duży magazyn.

W 1994 roku firma AKPUD została członkiem – założycielem Krajowej, a obecnie Polskiej Izby Opakowań, której misją jest działanie na rzecz rozwoju rynku opakowań, wspomaganie firm zrzeszonych w Izbie oraz działania skierowane na rozwój opakowań bezpiecznych dla ludzi i przyjaznych środowisku naturalnemu.

Firma AKPUD w okresie 20 lat działalności stworzyła wizerunek rzetelnego, odpowiedzialnego, otwartego i konkurencyjnego cenowo producenta.

Obecnie firma AKPUD wyposażona jest w maszyny i urządzenia oraz środki techniczne umożliwiające spełnianie najbardziej specyficznych wymagań klientów. Firma produkuje:

- Pudła klapowe i fasonowe z tektur litych i falistych
- Dwukolorowe nadruki na opakowaniach techniką fleksograficzną i sitodrukową
- Opakowania kaszerowane z nadrukiem offsetowym

- Wyposażenie opakowań w postaci kratownic, obwolut, przekładek itp.,

- Specjalistyczne, nietypowe wyroby z tektur falistych.

Spółka popiera działalność rekreacyjno-sportową. W 2002 roku powstała drużyna piłki nożnej KARTONIARZE – AKPUD. Powstała również sekcja Tenisa Stołowego biorąca udział w rozgrywkach Ligi Tenisa Stołowego Mińskich Zakładów Pracy. Firma sponsoruje działalność Miejskiego Klubu Sportowego MAZOVIA oraz wspiera różne imprezy sportowe np. ogólnopolski bieg uliczny MAZOWIECKA PIĘTNASTKA.

Firma AKPUD nie zapomina również o działalności charytatywno-opiekuńczej. Darowiznami wspierane są fundacje pomocy niepełnosprawnym, instytucje charytatywne oraz organizacje społeczne.

\* \* \*

O firmie PLAST SERVICE PACK pisze jej właściciel Konrad Rumiński:

Gdy dwadzieścia lat temu podejmowałem się rozpoczęcia przedsięwzięcia, jakim jest Plast Service Pack, Polska nie posiadała jakiegokolwiek historii, czy tradycji w branży opakowań plastikowych. Mówiąc kolokwialnie, lecz zarazem obrazowo, pamiętamy czasy, gdy śledzie pakowano w gazetę, a puszki na farbę były brązowe od korozji. Byliśmy pierwszym na rynku producentem tego typu opakowań i produkujemy je do dnia dzisiejszego, nieustannie podnosząc standardy oraz poszerzając listę odbiorców, do których trafiamy.

Nasze zadanie było niezwykle trudne, gdyż od początku mieliśmy silną konkurencję. Mimo to, potrafiliśmy wybić się ponad przeciętność i zaistnieć zarówno na rynku polskim jak i na arenie międzynarodowej. Umożliwiła nam to głęboka wiara w sukces, a także konsekwentne stawianie na trzy zasady: jakość, piękno oraz precyzję, które stały się naszym mottem i zarazem wyróżnikiem w świadomości klientów.

Możemy poszczycić się współpracą z największymi europejskimi firmami, takimi jak: Akzo Nobel, Kreisel, Baumit, Caparol, Sto, Henkel, Lisner, Kabe i wiele innych. Z naszej fabryki trafia na rynek średnio niemal dwadzieścia nowych modeli rocznie, co jest ewenementem w skali kon-

tywentu. Należy zaznaczyć, że duże zachodnie koncerny z długoletnim doświadczeniem chętnie korzystają z naszych pomysłów, które niejednokrotnie okazywały się rewolucyjne. Mamy w ofercie wiele rodzajów opakowań, różnorodnych zarówno pod względem pojemności: od 0,13 do 35 litrów, jak i kształtu: okrągłe, owalne, prostokątne i kwadratowe. Warto zaznaczyć, że opakowania Plast Service Pack znajdują zastosowanie w branży chemicznej i spożywczej.

W chwili obecnej możemy pochwalić się ogromnym wkładem naszej firmy również w ewolucję rodzimego rynku. Niezliczone innowacje, inwestowanie w jakość i projektowanie nowych modeli dało impuls do rozwoju konkurencji. Jako jedni z nielicznych producentów w Polsce i w całej Europie sukcesywnie powiększamy ofertę puszek, która obecnie obejmuje pojemności 2,5; 5 i 10 litrów. Dodatkową ciekawostką stanowi puszka o pojemności 10 litrów, którą wprowadziliśmy do produkcji jako pierwsi na świecie, a bez powodzenia podchodziło do tego kilka światowych koncernów. Siłą tego typu opakowań jest przede wszystkim atrakcyjny wygląd, wyróżniający je na sklepowych półkach. W dzisiejszych czasach oryginalny, budzący emocje design ma bowiem niepodważalne znaczenie, a same opakowania powszechnie określane są mianem „niemego sprzedawcy”. Dzięki wspomnianym walorom estetycznym w połączeniu z nowoczesnymi technikami dekoracyjnymi, puszki stwarzają możliwość rozwoju działowi farb luksusowych. Równocześnie doskonałą jakość i wygląd oferujemy w przystępnych cenach, co czyni nasze produkty dostępnymi dla większego kręgu odbiorców.

Nawiązując do zamieszczonego w poprzednim numerze Biuletynu Opakowaniowego artykułu na temat opakowań formowanych wtryskowo, dodaje:

Jeżeli zatem rozmawiamy o dokonaniach i wkładzie w rozwój opakowań formowanych wtryskowo, nie można zapominać o Plast Service Pack, nie ujmując zarazem niczego innym firmom.

Przytaczając powyższe fragmenty, serdecznie zachęcamy firmy związane z przemysłem opakowań o podzielenie się swoją historią. Niektóre z nich będziemy prezentować na łamach Biuletynu, zaś wszystkie zamieszczone zostaną we wspomnianej już monografii. Termin nadsyłania tych opracowań (tekstów) do 30 kwietnia 2012 r. na adres [biuro@pio.org.pl](mailto:biuro@pio.org.pl)

Redakcja





# VI Ogólnopolski Konkurs Opakowań „PakStar 2012” oraz III Konkurs Projektów Opakowań „Student PakStar”



Rok 2012 jest rokiem szczególnym dla przemysłu opakowań ze względu na szereg wydarzeń mających na celu popularyzację tej branży oraz upowszechnienie wiedzy o opakowaniach, ich rosnącej roli i znaczeniu dla gospodarki i społeczeństwa.

Obok Kongresu Opakowań, Konkursu „Art of Packaging”, salonu TAROPAK, mamy kolejną edycję Konkursu „PakStar” i jego studencką „mutację”, „Student PakStar”.

O tym ostatnim przedsięwzięciu rozmawiamy z Dyrektorem Instytutu Badawczego Opakowań COBRO, organizatorem „PakStar” oraz Prezesem Polskiej Izby Opakowań, prof. zw. dr hab. inż. Stanisławem Tkaczykiem.

**WZ:** Panie Profesorze, jakie miejsce zajmuje konkurs w działalności Instytutu Badawczego COBRO?

**ST:** Rok 2012 to dla COBRO rok wyjątkowy. Poza rozpoczęciem realizacji nowych projektów badawczych, wyężonej pracy nad wypełnieniem kryteriów związanych z posiadaniem przez jednostkę najwyższej kategorii naukowej (A), nasz Instytut wspólnie z Akademią Sztuk Pięknych w Łodzi, Polską Izbą Opakowań (PIO), Internetowym Serwisem Branżowym „opakowania.com.pl” i przy wsparciu Międzynarodowych Targów Poznańskich, organizuje już po raz 6 konkurs pn: „PakStar” i „Student PakStar”.

Idea konkursu na opakowania i materiały opakowaniowe wywodzi się od zasad TQM ( Total Quality Management), a są nimi: zaangażowanie kierownictwa (przywództwo), koncentracja na kliencie i pracowniku, koncentracja na faktach, ciągłe doskonalenie, powszechne uczestnictwo.

**WZ:** Jakby Pan opisał formułę tegorocznej edycji Konkursu?

**ST:** Formuła konkursu jest tak zorganizowana by umożliwiać jak najszerszemu

gronu producentów, projektantów i użytkowników opakowań prezentację własnych projektów (opakowań). Ponadto projekty zgłaszane do konkursu przez studentów w formule „Student PakStar” są prezentowane na forum publicznym i mogą być urealnione w przyszłości.

„PakStar” i „Student PakStar” wychodzi na przeciw oczekiwaniom konsumentów, którzy w istotnym stopniu przy wyborze produktu kierują się jakością, ekologią i oryginalnym wzornictwem opakowania.

Nominacje do konkursu otrzymują firmy, których wyroby spełniają określone w „Regulaminie Konkursu” kryteria w zakresie: funkcjonalności związanej z wytwarzaniem i pakowaniem, walorów funkcjonalnych związanych z użytkowaniem opakowania, oddziaływania na środowisko naturalne, estetyki i marketingu.

**WZ:** Dotychczasowe edycje Konkursu wskazują, iż cieszy on się powodzeniem, „wyrósł” na przedsięwzięcie o prestiżowym znaczeniu. Co o tym zdecydowało?

**ST:** O prestiżu konkursu świadczy fakt, że od pierwszej edycji jest on organizowany pod patronatem honorowym Ministra Gospodarki, a w tym roku dołączy do niego przedstawiciele resortów Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Ministerstwa Środowiska oraz

Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej. Trzeba także pamiętać, że Konkurs „PakStar” otwiera laureatom drogę do udziału w Światowym Konkursie Opakowań „WorldStar”, a konkurs „Student PakStar” w Światowym Konkursie Projektów Opakowań „WorldStar Student Award”. Wymienione konkursy organizowane są przez Światową Organizację Opakowań (World Packaging Organization –WPO). Konkurs jest znakomitym miejscem spotkań branży opakowaniowej i opakowalnictwa, służy wymianie poglądów i zacieśnianiu współpracy, a także jest „oknem na świat” dla organizacji, których celem jest zdobycie nowych kontaktów handlowych i reklama swoich wyrobów. Jest również promocją nauki i zdolności polskich studentów (młodego pokolenia). Informacje o konkursie, jego uczestnikach i laureatach już tradycyjnie relacjonowane są w mediach prasowych m.in. w Plastics REVIEW.

Z tych względów Konkurs „PakStar” oraz „Student PakStar” nie mają swoich odpowiedników pośród imprez organizowanych przez podmioty publiczne, co czyni go elitarnym w tym gronie.

Serdecznie zatem zapraszam do udziału, w tym o szczególnym znaczeniu Konkursie.

**Rozmawiał  
Wojciech Żak**

## „NAUKA DLA PRZEMYSŁU OPAKOWAŃ”

Składam serdeczne podziękowania Polskiej Izbie Opakowań, a w szczególności dla dyr. Wacława Wasiaka oraz prof. zw. dr hab. Stanisława Tkaczyka za wsparcie merytoryczne w projekcie naukowym pt. „Rola kapitału społecznego w budowaniu konkurencyjności przedsiębiorstw sektora opakowań w Polsce” oraz za objęcie patronatu w ramach projektu „Nauka dla przemysłu opakowań”. Składam również podziękowania wszystkim firmom które brały udział w wywiadzie i badaniach kwestionariuszowych. Praca badawcza zakończyła się sukcesem, a jej wyniki opisano w pracy doktorskiej pod tym samym tytułem.

Z podziękowaniem  
**dr Dariusz Lizak**  
v-ce prezes GTX Hanex Plastic Sp. z o.o.

# Nominacje do tytułów „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” i „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań” edycja 2012

Polska Izba Opakowań, już po raz piąty ogłasza nabór kandydatur (nominacje) do prestiżowych, przyznawanych tylko raz w roku, dla jednej osoby oraz firmy, tytułów „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” i „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań.”

Tytuł **Zasłużony dla Przemysłu Opakowań** jest nadawany osobom za szczególny wkład pracy, zaangażowanie i dokonania na rzecz rozwoju przemysłu opakowań i szerzej gospodarki opakowaniami. Przez „przemysł opakowań” rozumieć należy branże lub działy przemysłu, które wytwarzają: materiały opakowaniowe; opakowania; maszyny i urządzenia do pakowania i produkcji opakowań; materiały pomocnicze; lub świadczą usługi opakowaniowe, poligraficzne i inne związane i mające znaczący wpływ na rozwój przemysłu opakowań. Ponadto tytuł **Zasłużony dla Przemysłu Opakowań** przyznawany jest projektantom opakowań, pracownikom nauki, szkolnictwa i mediów, których działalność i doko-

nania bezpośrednio przyczyniają się do rozwoju krajowego przemysłu opakowań poprzez osiągnięcia naukowe, kształcenie kadr oraz upowszechnianie i popularyzacje osiągnięć naukowych i postępu technicznego, służących rozwojowi przemysłu opakowań i przyczyniających się do zrównoważonego rozwoju przemysłu opakowań oraz czyniących z opakowania istotny czynnik rozwoju cywilizacyjnego Polski.

Kandydatury (nominacje) do tytułu **Zasłużony dla Przemysłu Opakowań** mogą zgłaszać **do 30 czerwca 2012r.:**

- Firmy zrzeszone w Polskiej Izbie Opakowań,
- Organy Polskiej Izby Opakowań (Prezes, Rada),
- Użytkownicy opakowań (osoby prawne i fizyczne),
- Redakcje branżowych czasopism,
- Jury konkursów opakowaniowych,

- Organizacje i stowarzyszenia grupujące: projektantów i producentów: opakowań; materiałów opakowaniowych oraz maszyn i urządzeń do pakowania i produkcji opakowań, a także organizacje działające w obszarze ekologii i ochrony środowiska,
- Inne podmioty (organizacje i instytucje) posiadające wiedzę o osobach spełniających kryteria nominacji.

Tytuł **Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań** przyznawany jest przedsiębiorstwom, spółkom i innym podmiotom gospodarczym, wytwarzającym: opakowania; materiały opakowaniowe; maszyny i urządzenia do pakowania i produkcji opakowań, placówkom naukowym, redakcjom czasopism, organizatorom targów i wystaw opakowaniowych oraz firmom projektującym opakowania. Tytuł ten przyznawany jest jednej firmie w ciągu roku.

Firma nominowana do tego tytułu winna spełniać następujące kryteria:

- Znaczący rozwój wolumenu i asortymentu produkcji,
- Wdrażanie nowych i modernizacja istniejących metod (technologii) wytwarzania wpływających korzystnie na środowisko, zdrowie i bezpieczeństwo pracowników,
- Wysoka jakość produkowanych wyrobów,
- Wprowadzanie na rynek nowych opakowań, odpowiadających rosnącym potrzebom użytkowników (opakowania aktywne i inteligentne, opakowania biodegradowalne i inne, stanowiące istotny postęp w dziedzinie opakownictwa, technik pakowania i produkcji opakowań, poligrafii opakowaniowej oraz technik komunikowania się z opakowaniem).
- Działalność na rzecz upowszechniania wiedzy o opakowaniach, przemysle opakowaniowym oraz aktywne uczestnictwo w rozwoju samorządności przedsiębiorców branży opakowań, m.in. członkostwo w Polskiej Izbie Opakowań,
- Działalność na rzecz kształcenia i doskonalenia zawodowego pracowników,
- Uczestnictwo w konkursach na opakowania,



Od lewej: Laureat plebiscytu na tytuł „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań – 2011” pan Wojciech Pawłowski prezes spółki Warta Glass Group. Obok Przewodniczący Kapituły tytułu, prof. dr hab. Andrzej Korzeniowski.



- Działalność w zakresie promocji polskich opakowań i przemysłu opakowaniowego,
- Przestrzeganie zasad etycznego biznesu (Kodeks Etyki Polskiej Izby Opakowań),
- Stosowanie w praktyce reguł i zasad firmy społecznie odpowiedzialnej (budowanie dobrego klimatu w firmie, troska o pracowników oraz aktywny udział w rozwoju miejscowej społeczności).

Kandydatury do tytułu **Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań** mogą zgłaszać:

- Firmy zrzeszone w Polskiej Izbie Opakowań,
- Organy Polskiej Izby Opakowań (Prezes, Rada Izby),
- Użytkownicy wyrobów produkowanych przez nominowaną firmę (osoby prawne i fizyczne).
- Jury konkursów, w których udział biorą wyroby nominowanej firmy,
- Organizacje i stowarzyszenia grupujące: projektantów i producentów: opakowań; materiałów opakowaniowych oraz maszyn i urządzeń do pakowania i produkcji opakowań.
- Inne podmioty (organizacje i instytucje posiadające wiedzę o firmach spełniających kryteria nominacji).

Więcej na temat systemu nagród i wyróżnień ustanowionych przez Polską Izbę Opakowań na portalu internetowym [www.pio.org.pl](http://www.pio.org.pl)

# Dobre przywództwo warunkiem sukcesu



W dniu 27 stycznia, w biurze Izby odbyło się spotkanie z przedstawicielem firmy Management Development Programs (MDP) – licencjobiorcą firmy LMI, zajmującej się budowaniem przywództwa.

W trakcie spotkania omówiono program działań na rzecz budowania przywództwa na wszystkich szczeblach organizacji oraz szerzenia wiedzy na ten temat wśród kadry kierowniczej firm zrzeszonych w Polskiej Izbie Opakowań.

Więcej o działalności tej firmy, mówi jej szef Marek Socha w rozmowie z sekretarzem redakcji Biuletynu p. Luizą Makulec

**LM: Metoda LMI to ponad 40 lat pracy na całym świecie. Od kiedy LMI działa na rynku polskim?**

**MS:** LMI to największa i najstarsza organizacja na świecie, która zajmuje się budowaniem przywództwa na wszystkich szczeblach organizacji opartym

na zaangażowaniu i odpowiedzialności wszystkich członków zespołu, aby osiągać ponadprzeciętne rezultaty. LMI obecne jest w Polsce od 2004 roku i od tego czasu pracujemy w ten sposób zarówno z małymi jak i dużymi firmami. Kryterium współpracy stanowi pytanie: *Czy chcesz przekroczyć swoje najlepsze dotychczasowe wyniki biznesowe?* Przy tym pytaniu nie liczy się wielkość firmy tylko gotowość kluczowych osób w firmie do dokonania kolejnego rozwoju organizacji.

**LM: Jaką wyjątkową kompetencję posiadacie?**

**MS:** Praca LMI to praca na wymiernych korzyściach biznesowych, jakie chce osiągnąć nasz kontrahent. Ważne jest dla biznesmena rozwój jego zespołu ale jeszcze ważniejsze jest, jakie przyniesie to wymierne korzyści. Ile firma na tym zarobi? Jak mi się to zwróci i kiedy?

To są najważniejsze pytania, jakie zadaje sobie każdy właściciel biznesu.

Ustalamy wspólnie, jakie rezultaty chcemy osiągnąć w trakcie procesu rozwoju i jakie to korzyści ma przynieść firmie. Dopiero wtedy obie strony decydują się na dalszy krok.

Pytanie pierwsze to: Co chcesz osiągnąć?

**LM: Do kogo kierowane są Wasze programy rozwoju zarządzania i przewodzenia?**

**MS:** Programy budowy przywództwa skierowane są do firm, które oczekują wymiernych rezultatów biznesowych i chcą się rozwijać.

Oczywiście każdy powie, że chce rozwijać swoją firmę ale trzeba pamiętać o jednej starej maksymie „jeśli

dokończenie na s. 12

## W poszukiwaniu surowców dla biopolimerów

Żyjemy w wieku plastiku w większości wytwarzanego na bazie ropy naftowej. A jak z zasobami ropy – wszyscy wiemy. Wyczerpują się. Znane są również problemy związane z utylizacją tworzyw sztucznych pochodzących z paliw kopalnych.

Stąd rosnące zainteresowanie biopolimerami. Wśród różnych możliwości wytwarzania tworzyw sztucznych (popularnego plastiku) z surowców odnawialnych, a w szczególności pochodzenia roślinnego, trwają prace (z udziałem polskich specjalistów) nad opracowaniem technologii produkcji biodegradowalnych tworzyw sztucznych z odpadów pochodzenia zwierzęcego. Prace te prowadzone są w ramach międzynarodowego projektu badawczego **Animpol**.

Celem tego projektu jest budowa zakładu wytwarzającego ekologiczny plastik z odpadów powstających w rzeźniach.

Jak bardzo uzależnieni jesteśmy od tworzyw sztucznych pochodzenia nieorganicznego świadczą dane statystyczne. Otóż w 2011 roku, bazując na paliwach kopalnych wyprodukowano 250 mln ton plastiku, co daje 36 kg na każdego mieszkańca naszego globu. **(W.W.)**

# Dobre przywództwo warunkiem sukcesu

dokończenie ze s. 11

*pracujesz tak, jak zawsze pracowałeś, to osiągniesz to co zawsze osiągałeś*” Proszę się teraz zatrzymać nad tą myślą i powtórzyć ją jeszcze raz...

To jest problem wielu z nas. Zgadza się na zmiany, ale dopóki one nas nie dotyczą. Prawdziwe przywództwo wymaga odwagi. Musisz przewodzić najpierw samemu sobie, żeby móc przewodzić innym.

To cecha „Integralnego Lidera” – robię co mówię – to jest wyzwanie dla każdego z nas!

**LM: Czy to co robicie rzeczywiście przynosi trwale zmiany w organizacjach i wpływa na ich rozwój?**

**MS:** Stworzyliśmy koncepcję TOTAL LEADER. Lider, który potrafi kreować inspirującą wizję. Potrafi tę wizję przekazać zespołowi. Potrafi ten zespół zmotywować wewnętrznie i sam jest przykładem dla niego.

TOTAL LEADER – to jest praw-

dziwy przywódca. Aby się takim stać wymagany jest proces. Dlatego nasze programy to kolejne stopnie rozwoju organizacji. Nie przeskoczysz kilka poziomów, to nie działa. Może gdzieś nauczą cię kilka tricków jak manipulować ludźmi ale to nie jest Przywództwo i działa na krótką chwilę.

Jeśli chcesz być wiarygodny w firmie, rodzinie, społeczeństwie i chcesz budować wokół siebie wspaniałe organizacje, gromadzić wspaniałych ludzi to musisz stać się INTEGRALNY – robię co mówię. To proces, ale my pomagamy właśnie przez ten proces przejść, Tobie i Twojemu zespołowi. Po co?

Aby żyć pełniej i osiągać ponadprzeciętne rezultaty. Czy to nie jest ekscytujące?

**LM: Na czym opieracie swoją pracę w firmie?**

**MS:** Jak wspomniałem, budowa przywództwa to proces. Nie ma drogi na skrót-

ty. Zaczynamy od procesu wyznaczania wyzwań dla organizacji. Te wyzwania przekształcają się w cele. Osiąganie ambitnych celów wymaga nowego sposobu podejścia i pracy. Wymaga zmiany postaw, nawyków w myśleniu. Aby pracować efektywniej często musimy rozwinąć nowe kompetencje, osiągnąć nowe umiejętności. Na końcu pozostaje pytanie „po co mam się zmieniać?” i tu zaczynamy pracę na osobistych celach, bo to one rozpalają w nas motywację do zmian, zaangażowania się.

82% zmian w firmach nie udaje się, dlaczego? „Zgadza się na zmiany dopóki one mnie nie dotyczą” pamiętasz? To się dzieje w głowach członków Twojego zespołu.

Mam dla Państwa wiele ciekawych informacji dotyczących budowania przywództwa w organizacji i chętnie się z nimi podzielę. Wystarczy napisać: [marek.socha@mdp-mdp.pl](mailto:marek.socha@mdp-mdp.pl)

To co tu powiedziałem to czubek góry lodowej.

A teraz życzę odwagi i optymizmu w budowaniu lepszej przyszłości.

**LM: Dziękuję za rozmowę.**

**Luiza Makulec**

## Witamy w gronie członków Polskiej Izby Opakowań

**EURO PRINT Sp. z o.o.** z siedzibą w Komornikach specjalizuje się w druku opakowań miękkich w technice offsetowej z zastosowaniem elementów technologii fleksograficznej i wkłęsłodrukowej. Offset zapewnia bardzo dokładne odwzorowanie drukowanego obrazu, w tym zdjęć. Połączenie z rotograviurą daje EURO PRINT przewagę konkurencyjną w porównaniu do powszechnie stosowanej w druku opakowań miękkich technologii fleksograficznej i rotograviurowej.

Firma drukuje na podłożach niechłonnych: papierach powlekanych LDPE lub PVDC (Diofan), papierach z aluminium oraz na monofoliach z tworzyw sztucznych np.: BOPP, BOPET, poliphane, CAST.

Na bazie zadrukowanej taśmy wytwarza dwu i trzywarstwowe laminaty (duplex i triplex). Ponadto oferuje szybką i kompleksową usługę związaną z przygotowaniem materiałów oraz dysponuje stanowiskiem DTP oraz linią CTP do przygotowania i naświetlania płyt offsetowych.

Początki działalności drukarni EURO PRINT sięgają 1992 roku. W Poznaniu Spółka rozpoczęła działalność na używanej maszynie offsetowej rolowej firmy DIDIGLASER.

W 2001 roku firma przeniosła się do nowo wybudowanych hal produkcyjnych o powierzchni 2000m<sup>2</sup> oraz pomieszczeń biurowych o powierzchni 500m<sup>2</sup> w Komornikach k/Poznania, to umożliwiło firmie rozwój.

Euro Print dysponuje trzema maszynami drukującymi z roli na rolę. Dwie maszyny offsetowe Giebel Advantage o szerokości druku 670 mm i 510 mm. Typowe podłoża do druku: papier; papier/LDPE; papier/AL./LDPE; papier/PVDC/LDPE.

W 2007 roku firma zakupiła hybrydową maszynę drukującą Muller Martini Alprinta 74V łączącej w sobie technologię offsetową z utrwalaniem farby metodą Electron Beam oraz dodatkowo zadruk technologią flexograficzną. Maszyna składa się z 6 zespołów offsetowych oraz dwóch zespołów wkłęsłodrukowych – na początku i końcu maszyny. Szerokość zadruku 735 mm.

Zmienne obwody cylindrów w zakresie od 508 mm do 720 mm. Jest to do tej pory jedyna tego typu maszyna w Polsce i jedna z kilku w Europie z technologią Electron Beam umożliwiającą druk offsetowy zarówno na papierze jak i na podłożach niechłonnych w tym foliach z tworzyw sztucznych i aluminium.

Farby EB nie zawierają fotoinicjatorów, lotnych związków organicznych. Są bezpieczne dla produktów spożywczych, bowiem nie zawierają wolnych monomerów. Utrwalanie farby polega na jej polimeryzacji przy pomocy strumienia elektronów, sieciowanie odbywa się w atmosferze azotu, a tlen jest inhibitorem reakcji. System ten eliminuje ciepło i źródło światła z procesu suszenia.

Firma posiada laminator bezrozpuszczalnikowy oraz 3 maszyny tnąco-nawijające (bobiniarki), w tym świadczymy usługi cięcia folii o szerokości roli maksymalnie 2200mm.

Z usług EURO PRINT korzysta szerokie grono zadowolonych klientów, a produkty znajdują odbiorców wśród polskich i zagranicznych przedsiębiorstw.

**EURO PRINT Sp. z o.o.**

62-052 Komorniki  
ul. Fabianowska 137  
tel. +48 618109703  
produkcja@euro-print.co  
www.euro-print.co



**17 lat temu** (26 stycznia 1995 r.), firma Apex Corporation z Doliny Krzemowej, zaprezentowała pierwsze inteligentne opakowanie. Była to mała buteleczka przeznaczona do pakowania leków, wyposażona w miniaturowy komputer, przypominający o porze zażycia leku.



**93 lata temu** (8 lutego 1909 r.), na zebraniu American Chemical Society, Belg Leo H. Baekeland (1863-1944) zaprezentował wynaleziony przez siebie, pierwszy, syntetyczny polimer, nazywany od jego nazwiska: bakelitem.



**147 lat temu** (20 grudnia 1865 r.), wynalazca angielski Alexander Parkes (1813-1890) wygłosił w Royal Society of Arts w Londynie odczyt o wynalezionym przez siebie pierwszym tworzywie sztucznym – parkesinie. Podobnie jak w przypadku bakelitu i to tworzywo przybrało nazwę od nazwiska jego twórcy. Tak więc, patrząc na dzisiejsze tworzywa sztuczne i ich zastosowania warto wiedzieć, iż rodziły się one ok. 1,5 wieku temu.



### Mikro i małe firmy polegają na własnych środkach

Z badań przeprowadzonych przez PKO wynika, iż mikro i małe firmy niechętnie korzystają z finansowania zewnętrznego. Aż 76 proc. firm zatrudniających do 49 osób, w ubiegłym roku opierało działalność na kapitale własnym. Powody takiej postawy przedstawiono w poniższej tabeli.

Jak wynika z zawartości tej tabeli, w roku 2011 wyraźnie zmalała niechęć do zadłużania się w porównaniu

#### Dlaczego mikro i małe firmy nie korzystają z finansowania zewnętrznego?

Przyczyna	Częstość występowania	
	2010 r.	2011 r.
Niechęć do zadłużenia	58%	45%
Brak potrzeby	15%	40%
Brak możliwości skorzystania ze środków zewnętrznych	11%	13%
Tańszy koszt kapitału własnego	17%	12%
Brak informacji	5%	4%

z rokiem 2010, choć w dalszym ciągu dotyczy prawie połowy firm.

Wzrósł natomiast odsetek firm, które nie widzą takiej potrzeby. Czyżby nie inwestowały?

Prawie na tym samym poziomie uczestniczy czynnik „brak możliwości skorzystania ze środków zewnętrznych” (11-13 proc. firm).



### Brak praktycznej wiedzy, przyczyną niskiej przydatności wykwalifikowanych kadr

Choć na pierwszy rzut oka, stwierdzenie to wydaje się wewnętrznie sprzeczne, to jednak w opinii Związku Przedsiębiorców i Pracodawców oraz Centrum im. Adama Smitha (twórców stosownego raportu), jest faktem.

Ok. 75 proc. przedsiębiorców uważa, że nie ma problemu ze znalezieniem wykwalifikowanej siły roboczej. Jednak jest ona bezzużyteczna, ponieważ w większości, młodzi ludzie poszukujący pracy nie mają praktycznej wiedzy, potrzebnej do wykonywania zawodu. Autorzy raportu widzą konieczność reformy systemu edukacji w kierunku lepszego przygotowania młodych ludzi do funkcjonowania na rynku pracy. Ten sam problem dotyczy branży opakowań. Wydaje się jednak, że bez zaangażowania przemysłu – przyszłych pracodawców – nie da się skutecznie rozwiązać tego problemu.

W tych przypadkach, kiedy firmy zapewniają staże i praktyki dla uczniów – przyszłych pracowników – zjawisko to nie występuje z taką ostrością. Dowodzą tego doświadczenia kilku firm z branży opakowań.

(red.)



## Program „Przedsiębiorstwo Fair Play”

Fundacja „Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym” zaprasza do udziału w XV edycji ogólnopolskiego Programu Promocji Kultury Przedsiębiorczości „Przedsiębiorstwo Fair Play”.

W programie, organizowanym od 15 lat, nagradzane są firmy, które w relacjach z klientami, dostawcami, pracownikami, społecznością lokalną oraz władzą lokalną i państwową postępują **fair play**. Do programu Fundacja zaprasza wszystkie firmy zarejestrowane w Polsce i działające co najmniej przez cały 2011 r.

#### Tytuł i Certyfikat „Przedsiębiorstwo Fair Play”:

- daje prawo do posługiwania się prestiżowym logo programu „Przedsiębiorstwo Fair Play”;
- ułatwia nawiązanie nowych, korzystnych kontaktów handlowych np. z innymi rzetelnymi przedsiębiorcami – Laureatami programu „Przedsiębiorstwo Fair Play”;
- buduje wizerunek firmy rzetelnej i postępującej *fair play*;
- zwiększa zaufanie ze strony klientów;
- integruje pracowników;
- daje możliwość udziału w programach specjalnych skierowanych wyłącznie do laureatów.

Udział w programie „Przedsiębiorstwo Fair Play” to także szeroka promocja firmy.

**Szczegółowe informacje uzyskają Państwo pod numerami telefonów:**

**22 630 98 01-03,  
22 630 96 21  
i na [www.fairplay.pl](http://www.fairplay.pl)**



## Rośnie zainteresowanie Polską Izbą Opakowań

W styczniu (25.01) wizytę w Polskiej Izbie Opakowań złożyli przedstawiciele firm Solger Polska Sp. z o.o. oraz SET BOX Sp. z o.o., panowie Franciszek Olejniczak oraz Robert Kosmalla.

W trakcie prawie 2 godzinnego spotkania, dyr. Biura Izby Wacław Wasiak wraz ze współpracownikami poinformowali gości o zadaniach Izby, jej działalności i warunkach członkostwa. Przedstawiciele w/w firm wyrazili zainteresowanie członkostwem w Izbie, podkreślając fakt, iż przynależność do Izby umacnia pozycję firmy w środowisku i na rynku. Zwiększa jej bezpieczeństwo.

(red.)



## Z wizytą w Izbie

Udział Polskiej Izby Opakowań i zrzeszonych w niej firm w targach/wystawie opakowań HISPACK (Barcelona 15-18 maja) to temat spotkania przedstawicieli polskiego biura hiszpańskiej firmy MERCADOS EXTERIORES, oficjalnego reprezentanta organizatora targów Hispack.



W spotkaniu, które odbyło się w biurze Izby 26 stycznia, udział wzięli p. Alfonso Ferran Alcaraz, dyrektor biura ME w Polsce oraz ekspert – analityk Katarzyna Grotkowska. Ze strony Izby w spotkaniu uczestniczyli: dyr. Wacław Wasiak, Spec. ds. organizacyjnych Luiza Makulec i asystent biura Bartłomiej Królak.



**W dniu 27 stycznia** w Biurze Izby odbyło się spotkanie z panią Agnieszką Sochą, przedstawicielką firmy MDP, Leadership Management Polska, ekspertem w dziedzinie kreowania przywództwa. Tematem spotkania było uruchomienie programu działań na rzecz upowszechniania idei budowania przywództwa na wszystkich szczeblach organizacji oraz szerzenie wiedzy na ten temat wśród kadry kierowniczej firm zrzeszonych w Polskiej Izbie Opakowań.

Uzgodniono, iż propozycje dalszych działań w tej sprawie zostaną przedłożone do rozpatrzenia przez Radę Izby na posiedzeniu w dniu 29 lutego 2012 r.

W przypadku zainteresowania tą problematyką ze strony przedsiębiorców zostanie zorganizowane odrębne spotkanie (warsztaty) na temat *Jak budować przywództwo w firmie*.

Więcej o ofercie firmy MDP, przeczytacie Państwo w wywiadzie z prezesem firmy panem Markiem Sochą zamieszczonym na stronie 11 Biuletynu Opakowaniowego



## Seminarium The BRC/IOP Global Standard for Packaging and Packaging Materials – Issue 4

Polska Izba Opakowań wspólnie ze spółką MDG Doradztwo Gospodarcze serdecznie zapraszają na seminarium organizowane w dniu 20 marca 2012r. w siedzibie Izby (Warszawa, ul. Konstancińska 11)

Celem seminarium jest zapoznanie z wymaganiami standardu BRC IoP 4 oraz przedstawienie praktycznych rozwiązań wdrażania wymagań BRC IoP 4.

Seminarium skierowane jest do wszystkich producentów opakowań i materiałów opakowaniowych. Przede wszystkim właścicieli przedsiębiorstw, kierowników firm produkujących opakowania dla przemysłu spożywczego.

Szkolenie ma na celu zapoznanie z wymaganiami normy BRC/IoP GLOBAL STANDARD for packaging and packaging materials, która służy do zbudowania systemu minimalizującego wszelkie zagrożenia dla żywności, których źródłem może być opakowanie. Liczne przykłady z różnych firm wytwarzających opakowania pozwalają na efektywne przyswojenie wymagań i zastosowanie ich w praktyce.

### Program seminarium:

1. Aktualne wymagania prawne w zakresie bezpieczeństwa materiałów do kontaktu z żywnością – BRC IoP ver. 4.
2. Konstrukcja i wymagania normy
3. Elementy systemu zarządzania jakością i HACCP oraz specyficzne wymagania BRC IoP
4. Określenie kategorii ryzyka dla producenta opakowania i wybór właściwych wymagań
5. Zidentyfikowane przez BRC IoP zagrożenia i zasady ich nadzorowania
6. Zasady prowadzenia audytu wg BRC IoP
7. Analiza zmian wymagań BRC IoP ver. 4 w odniesieniu do wymagań normy BRC/IoP ver. 3
8. Zasady oceny i certyfikacji wg BRC IoP
9. Podsumowanie

### Szczegółowe informacje i zgłoszenia:

MDG Doradztwo Gospodarcze Sp. z o.o.  
tel. 22 435 71 52; fax. 22 435 71 53  
e-mail: szkolenia@mdg.com.pl



# Walne Zgromadzenie Członków Polskiej Izby Opakowań 28 marca 2012 roku

Rada Polskiej Izby Opakowań na posiedzeniu w dniu 29 lutego 2012 roku podjęła uchwałę o zwołaniu, w Warszawie na dzień 28 marca 2012r. dorocznego zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Członków.

Walne Zgromadzenie obradować będzie w siedzibie Izby w Warszawie przy ul. Konstancińskiej 11. Początek obrad 10.45 pierwszego termin. Godz. 11.00 drugiego termin.

Rada i Prezes Izby zwracają się z prośbą do firm – członków Izby o zarezerwowanie tego terminu oraz wyznaczenie delegatów reprezentujących poszczególne firmy.

Rada zobowiązała Biuro Izby do przesłania wszystkim Członkom Izby na 14 dni przed sesją WZC stosownego zawiadomienia oraz materiałów.

/Red./

## Z posiedzenia Rady Izby

W dniu 29 lutego, podczas pierwszego w tym roku posiedzenia Rady Polskiej Izby Opakowań jej członkowie przyjęli sprawozdanie z działalności tego organu w 2011 roku, zapoznali się ze sprawozdaniem Prezesa z działalności Izby w 2011 roku, zaopiniowali projekty programu działalności oraz budżetu Izby na 2012 roku.

Rada podjęła decyzję o zwołaniu na dzień 28 marca Walnego Zgromadzenia Członków w siedzibie Izby (Warszawa, ul. Konstancińska 11) przyjmując projekt porządku obrad WZC.

Członkowie Rady wysłuchali informacji o realizacji budżetu i gospodarce finansowej Izby oraz pozytywnie zaopiniowali bilans oraz rachunek strat i zy-

sków za 2011 rok. Zapoznali się także z opinią Komisji Rewizyjnej na temat działalności Izby w 2011 roku.

Wiele uwagi poświęcono przygotowaniom do organizacji I Kongresu Przemysłu Opakowań wyrażając podziękowanie czasopismom i portalom internetowym za przyjęcie patronatu medialnego i aktywny udział w informowaniu o tym przedsięwzięciu. Rada zaapelowała do przedsiębiorców o aktywny udział w Kongresie i wpieranie tego przedsięwzięcia poprzez udział w jego finansowaniu (sponsoring). Członkowie Rady zaakceptowali oficjalnie logo Kongresu oraz program i warunki uczestnictwa.

(LM)

## 15. edycja Międzynarodowych Targów Branży Opakowań HISPAC 2012

W dniach 15-18 maja 2012 w Barcelonie odbędzie się 15. edycja Międzynarodowych Targów Branży Opakowań Hispack 2012.

Organizator – Fira Barcelona przewiduje, że na targach pojawi się ponad 2000 firm z branży opakowań.

W czasie targów odbędzie się wiele konferencji poświęconych aspektom technicznym, handlowym oraz projektowym branży opakowań, m.in.: „3rd Hispack R+D Meetings on Packaging”, zorganizowane przez Instytut Agrochemikaliów i Technologii Żywności (IATA-CSIC) przy współpracy ITENE; BrandingAperitifs: seminarium poświęcone najnowszym trendom opakowalnictwa; seminaria poświęcone innowacjom w branży opakowań, zorganizowane przy współpracy z BTA (Targi Żywności w Barcelonie); konferencje i seminaria przygotowane przez stowarzyszenia

i wystawców; Young Packaging – seminaria skierowane do studentów.

Na targach będą reprezentowane branże: Maszyny pakujące i akcesoria; Maszyny butelkujące i osprzęt; Maszyny do znakowania, kodowania i etykietowania; Surowce. Opakowania. Produkty dodatkowe; POSM. Materiały wspierające sprzedaż; Logistyka wewnętrzna. Obsługa, konserwacja, magazynowanie i dystrybucja; Odzyskiwanie, przetwarzanie i recykling; Doradztwo, inżynieria i firmy usługowe z sektora.

Dla członków Polskiej Izby Opakowań organizator przygotował specjalną ofertę.

Firmy zainteresowane udziałem w targach jako wystawcy albo jako członkowie misji biznesowej proszeni są o kontakt z Biurem Izby ([biuro@pio.org.pl](mailto:biuro@pio.org.pl)) w terminie do 15 marca br.

/LM/

## Pro memoria

**5 marca.** Upływa termin zgłoszenia udziału w misji biznesowej na targi/wystawę opakowań PACK EXPO w Kijowie. Szczegóły: [biuro@pio.org.pl](mailto:biuro@pio.org.pl)

■ ■ ■

**14-15 marca.** Targi easy Fairs Packaging Innovations 2012. Warszawa. Szczegóły: [www.easyfairs.pl](http://www.easyfairs.pl)

■ ■ ■

**28 marca.** Doroczna sesja Walnego Zgromadzenia Członków Polskiej Izby Opakowań. Miejsce: siedziba Izby W-wa, ul. Konstancińska 11. Początek obrad 10.45.

■ ■ ■

**30 marca.** Upływa termin awizowania uczestnictwa w Kongresie Przemysłu opakowań. Prośba do potencjalnych uczestników o przesyłanie zgłoszeń. Szczegóły: [www.pio.org.pl](http://www.pio.org.pl) lub [info@pio.org.pl](mailto:info@pio.org.pl)

■ ■ ■

**31 marca.** Upływa termin rezerwowania miejsca na reklamy i artykuły sponsorowane w monografii „Przemysł opakowań w Polsce. Stan. Perspektywy i warunki rozwoju. Oferta”. Szczegóły [www.pio.org.pl](http://www.pio.org.pl)

■ ■ ■

**30 kwietnia.** Upływa termin zgłoszenia do udziału w Międzynarodowym Salonie Techniki Pakowania i Logistyki TAROPAK 2012 w ramach zbiorowej ekspozycji Polskiej Izby Opakowań. Szczegóły: [biuro@pio.org.pl](mailto:biuro@pio.org.pl)

■ ■ ■

**31 maja.** Upływa termin nadsyłania zgłoszeń do VI Ogólnopolskiego Konkursu Opakowań PakStar 2012 oraz III Konkursu Projektów Opakowań Student PakStar. Szczegóły: [www.cobro.org.pl](http://www.cobro.org.pl)

■ ■ ■

**30 czerwca.** Upływa termin zgłaszania kandydatur do tytułów: Zasłużony dla Przemysłu Opakowań i Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań. Szczegóły: [biuro@pio.org.pl](mailto:biuro@pio.org.pl); [www.pio.org.pl](http://www.pio.org.pl)

# SYLWETKI ŚWIATA OPAKOWAŃ

„Dzisiejszy” Gość kolumny **Sylwetki Świata Opakowań**, jest absolwentem Akademii Sztuk Pięknych. Z wykształcenia projektant. Łączy w sobie dwie – jak się okazuje – dobrze wspierające się pasje, artystyczną z wrodzonym zacięciem (talentem) biznesowym.

Z jednej strony Konrad Rumiński znalazł w tej branży doskonałą okazję do wykorzystania artystycznego temperamentu i pielęgnowanych w rodzinie z pokolenia na pokolenie zainteresowań plastycznych. Z drugiej zaś strony kluczowym impulsem były przesłanki i kalkulacje ekonomiczne podpowiadające, że produkcja opakowań z tworzyw sztucznych jest atrakcyjną niszą na scenie gospodarczej i zarazem dużą szansą na sukces.

A oto relacja Pana Konrada o przebytej drodze:

*Dzięki mojemu ojcu Tadeuszowi Rumińskiemu, słynnemu na całym świecie grafikowi i plakacista, nawiązałem w latach 70. Cenne kontakty biznesowe. Zaczęłem projektować opakowania dla firm zagranicznych. Praca ta jednak nie dawała stałych przychodów i kiedy jeden z klientów z Niemiec nie kupił projektu 2,5-litrowego wiaderka z tworzyw na sałatkę kartoflaną, pojechałem do ówczesnego Polifarbu Piława, gdzie od razu pomysł kupili. I tak na początku lat 80., w swoim garażu wyprodukowałem pierwsze wiaderka, a później rozwinąłem ich produkcję na większą skalę.*

*Byliśmy pierwszym na rynku producentem tego typu opakowań i produkujemy je do dnia dzisiejszego, nieustannie podnosząc standardy oraz poszerzając listę odbiorców, do których trafiamy.*

*Początki funkcjonowania firmy bywały trudne, jednak sprzyjające zmiany dokonujące się w Polsce na początku lat 90., dynamiczny rozwój przedsiębiorczości, pozwoliły Plast Service Pack rozwinąć skrzydła. Wraz ze wzrostem popytu na opakowania wysokiej klasy rozszerzyliśmy i unowocześniliśmy park maszynowy oraz zwiększyliśmy wolumen produkcji.*

*Już dwa lata po założeniu firmy konieczna była zmiana jej siedziby. Dawna baza*



Konrad Rumiński, założyciel i właściciel firmy Plast Service Pack (Kolonja Warszawska)

*PKS zlokalizowana w Kolonii Warszawskiej idealnie pasowała do naszych celów, jednak konieczna była adaptacja istniejących obiektów, budowa nowych hal produkcyjnych i magazynowych oraz dokupienie przylegających terenów.*

*Rynek tymczasem stawiał coraz większe wymagania. Klientom nie wystarczało już „zwykłe” wiadro z przykrywką, dlatego zespół inżynierów-projektantów Plast Service Pack sukcesywnie wprowadzał coraz nowsze rozwiązania konstrukcyjne zapewniające trwałość, wytrzymałość i szczelność naszych opakowań.*

*W związku z rosnącą konkurencją o nowe rynki zbytu, regularnie zwiększająca się liczba odbiorców krajowych i zagranicznych reprezentujących przeróżne branże przemysłu (m.in. spożywcza, chemiczna, farmaceutyczna, budowlana i inne) zaczęła stawiać naszej firmie kolejne wyzwania szukając opakowań doskonałych pod względem technicznym i estetycznym. Rozbudzone oczekiwania ze strony konsumentów oraz presja ze strony rynku opakowań zmobilizowały nas do wprowadzenia, w 1995 r., sitodruku, a następnie wielokolorowego druku offsetowego i kolejno techniki IML.*

*Firma w krótkim czasie z nieznanego nikomu zakładu przekształciła się w duże przedsiębiorstwo zatrudniające setki osób. Obecnie należymy do czołówki producentów wiader i pojemników z tworzyw sztucznych w Europie. Nieodparta chęć doskonalenia naszych produktów i ciągłego rozwoju przedsiębiorstwa, pozwalają nam dotrzymać kroku światowym trendom w branży opakowań.*

*Jednocześnie głównym wyznacznikiem sukcesu i źródłem satysfakcji jest dla nas zadowolenie i zaufanie klientów. Dowód słuszności naszej polityki oraz kamień milowy w historii Plast Service Pack stanowią Złoty Medal Międzynarodowych Targów Poznańskich TEROPAK 2000 oraz nagroda w konkursie na najlepszy produkt IV Targów Opakowań i Maszyn Pakujących PAKRA'98, które umocniły pozycję firmy tak w Polsce jak i w Europie.*

*Jak widać Pan Konrad Rumiński, właściciel i prezes firmy Plast Service Pack zdołał od zera zbudować przedsiębiorstwo, które skutecznie konkuruje ze światowymi konkurentami na rynku opakowań dla przemysłu spożywczego i materiałów budowlanych.*

*Zacięcie biznesowe i pasja artystyczna pomagały – jak podkreśla – w przelewaniu pomysłów na papier, a następnie ich urzeczywistnianiu. Już przy pierwszych projektach okazało się że branża opakowań jest dla Niego wszystkim i do dziś poświęca jej najwięcej czasu i uwagi.*

*Poza światem opakowań, daje ujście swoim zdolnościom designerskim w sporządzaniu projektów architektonicznych, czego wynikiem jest kilka obiektów, których szkice są w całości dziełem Pana Konrada Rumińskiego, jak choćby, należący do firmy Plast Service Pack, hotel Almira w Wiśle.*

*W życiu codziennym wielki entuzjasta zdrowego stylu życia i aktywności fizycznej, w szczególności sportów wodnych.*

*Tak trzymać Panie Konradzie! Dzięki takim jak Pan budujemy skutecznie Świat Opakowań. Stąd Pana mandat do reprezentowania tego Świata*

**Redakcja.**

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

Wydawca i redakcja: Polska Izba Opakowań

02-942 Warszawa ♦ ul. Konstancjińska 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.**

