



Biuletyn Opakowaniowy

Polskiej Izby Opakowań

Branżowy dwumiesięcznik informacyjno-promocyjny

ROK 18 • NUMER 4(106) • LIPIEC-SIERPIEŃ 2013 R. • ISSN 1734-4603

Optymalne opakowanie warunkiem sukcesu żywności ogrzewanej mikrofalowo

Unikatowa zdolność mikrofal do generowania ciepła wewnątrz napromienianego materiału wykorzystana została do opracowania i wprowadzenia na rynek kuchenki mikrofalowej. Urządzenie to odniosło niewątpliwy sukces pojawiając się w ciągu niespełna pół wie-

ku w większości gospodarstw domowych państw wysoko rozwiniętych, np. USA i Japonii, gdzie spowodowało głęboką zmianę nawyków żywieniowych, zachowań społecznych oraz rynku produktów spo-

dokończenie na s. 2

Plebiscyt na tytuły zasłużonych dla przemysłu opakowań rozstrzygnięty

Marian Feldman i firma DEKORGLASS DZIAŁDOWO laureatami tegorocznego plebiscytu

Obrađując w dniu 26 czerwca 2013 roku kapituły tytułów: „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” oraz „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań” rozpatrzyły nadesłane w wyniku tegorocznego plebiscytu kandydatury do wyżej wymienionych tytułów podejmując następujące decyzje:

Kapituła tytułu „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” obrađująca pod przewodnictwem Wojciecha Pawłowskiego (członkowie: Marek Roston, prof. Andrzej Korzeniowski) nominowała spo-

śród 7 kandydatów następujące osoby: Mariana Feldmana; Annę Kosmacz-Chodorowską; Janusza Mazurczaka. Tytułem „Zasłużonego dla Przemysłu Opakowań” uhonorowano **red. Mariana Feldmana** z redakcji miesięcznika „Opakowanie”. Więcej o nominowanych do tego tytułu piszemy na stronach 3-5 Biuletynu.

Zaś Kapituła tytułu „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań” obrađująca pod przewodnictwem prof. Stanisława Tkaczyka, nominowała spośród

W numerze m.in.:

- Optymalne opakowanie warunkiem sukcesu żywności ogrzewanej mikrofalowo
- Sylwetki Świata Opakowań (M. Feldman; A. Kosmacz-Chodorowska; J. Mazurczak)
- Firmy Zasłużone dla Przemysłu Opakowań (Dekorglass Działdowo; Formika; Packaging Polska)
- Izba na targach PAKFOOD-2013 (program przedsięwzięć promocyjno-informacyjnych)
- Z Izbą na międzynarodowych targach i wystawach

zgłoszonych 24 firm, następujące firmy: DEKORGLASS DZIAŁDOWO; FORMIKA; TFP oraz branżowy miesięcznik Packaging Polska.

Tytuł „Firma Zasłużonej dla Przemysłu Opakowań” przyznano firmie **DEKORGLASS DZIAŁDOWO SA**.

Więcej o firmach nominowanych do tego prestiżowego i najważniejszego branżowego wyróżnienia piszemy na stronach 7-10 Biuletynu.

(Red.)

Optymalne opakowanie warunkiem sukcesu żywności ogrzewanej mikrofalowo

dokończenie ze s. 1

żywczych. W Polsce kuchenki mikrofalowe stały się powszechnie dostępne dopiero w okresie transformacji ustrojowej, od kiedy ich liczba w gospodarstwach domowych dynamicznie wzrasta. O ile piętnaście lat temu były w co ósmym gospodarstwie domowym, to w roku 2009 już w powyżej połowie z nich. Przeciętny roczny przyrost odsetka gospodarstw posiadających mikrofalówkę wynosi 3,2 punktu procentowego.

Ponad połowa gospodarstw domowych w kraju posiadających kuchenkę mikrofalową stanowi potencjalnie olbrzymi rynek produktów przeznaczonych do ogrzewania mikrofalowego. Jednakże na półkach sklepowych w Polsce niewiele jest produktów dedykowanych do ogrzewania mikrofalowego, a ich asortyment jest więcej niż skromny. Na taki stan rzeczy wpływa wiele czynników, wśród których po stronie konsumentów zaliczyć należy ich przyzwyczajenia i uwarunkowania kulturowe.

Opierając się na wynikach badań przeprowadzonych przez autora można stwierdzić, że podstawowymi operacjami, do których wykorzystywane są *mikrofalówki* jest podgrzewanie uprzednio przygotowanych, zwykle w domu konsumenta, posiłków oraz rozmrażanie żywności. Przygotowanie przekąsek, posiłków lub gotowych zestawów obiadowych deklaruje nieco ponad 1/3 posiadaczy kuchenek. Stan taki wynika z jednej strony z tradycyjnego modelu przygotowania i spożywania obiadów domowych, kiedy to *mikrofalówka* służy jedynie do szybkiego podgrzania przygotowanego wcześniej posiłku. Z drugiej strony z obrazu kuchenki mikrofalowej oraz właściwości przygotowywanych/podgrzewanych w nich produktów funkcjonującego w świadomości większości konsumentów.

Zapewnienie wysokiej jakości produktu spożywczego wymaga spełnienia szeregu wymagań na różnych płaszczyznach, przy czym w przypadku produktów ogrzewanych mikrofalowo dochodzą jeszcze wymagania związane z procesem

nadania produktowi gotowości kulinarnej. Niezwykle ważnym jest zachowanie podstawowych, w opinii konsumentów, zalet ogrzewania mikrofalowego – szybkości i wygody przy jednoczesnej minimalizacji ich wad – nienajlepszych właściwości sensorycznych oraz odżywczych przygotowanych potraw.

O ile kwestie wpływu żywności ogrzewanej mikrofalowo na zdrowie człowieka nie są bezpośrednio związane z zastosowanym opakowaniem, o tyle pozostałe z wymienionych czynników pozostają w ścisłym z nim związku. Identyfikacja, zrozumienie i, w miarę możliwości pełne zaspokojenie wymagań/oczekiwań konsumentów w tym zakresie w znaczący sposób może wpłynąć na decyzję o zakupie określonego produktu.

Opracowanie optymalnego opakowania artykułu spożywczego, przeznaczonego do ogrzewania w kuchence mikrofalowej, jest zadaniem złożonym, wymagającym poznania procesów zachodzących podczas ogrzewania mikrofalowego w produkcie, naczyniu/opakowaniu w którym znajduje się on w trakcie ogrzewania oraz wzajemnej interakcji w układzie produkt-opakowanie. Ze względu na właściwości oraz minimalne oddziaływanie z mikrofalami dominującą rolę w omawianym zastosowaniu pełnią opakowania z tworzyw sztucznych.

Uwzględniając wymienione wyżej zalety ogrzewania mikrofalowego oczywistym jest, że w trakcie procesu produkt powinien pozostać w opakowaniu, co zmniejsza pracochłonność oraz przyspiesza przygotowanie posiłku. Dalsze korzyści w tym zakresie przynieść może takie ukształtowanie opakowania, by jednocześnie pełniło funkcję naczynia, z którego podgrzane danie jest spożywane. Idąc dalej możliwe jest wytworzenie opakowania z materiału biodegradowalnego, co uwolni konsumenta od konieczności kłopotliwego oczyszczenia opakowania/naczynia z resztek produktu przed wyrzuceniem do pojemnika na odpady *plastikowe* po raz kolejny oszczędzając czas konsumenta, a przy okazji także

zasoby naturalne planety – woda, energia, oczyszczanie ścieków. Wdrożenie całego powyższego spektrum rozwiązań pozwala zaliczyć produkt do najbardziej zaawansowanych w grupie tzw. żywności wygodnej. Oczywistym jest, że wraz z rozszerzaniem funkcjonalności opakowania wzrasta jego cena. Pamiętać jednak należy, iż z założenia żywność wygodna dedykowana jest grupie ludzi aktywnych, zabieganych, nie mających czasu na przygotowanie posiłków, pracujących lub uczących się. Przedstawiciele tej grupy są zwykle ludźmi młodymi, posiadającymi dochody powyżej średniej, otwartymi na nowe propozycje i trendy, świadomymi potrzeb swoich oraz otaczającego środowiska, także naturalnego, gotowymi ponieść większe koszty w zamian za określone funkcjonalności produktu.

Drugą, nie mniej istotną *stroną medalu* jest wykorzystanie opakowania do minimalizacji negatywnych cech żywności ogrzewanej mikrofalowo, przede wszystkim w zakresie właściwości sensorycznych. Pierwszoplanową sprawą jest dobór odpowiedniego materiału, z którego wykonane zostanie opakowanie. Musi ono zapewnić wymagany stopień ochrony produktu przed czynnikami fizycznymi, chemicznymi i biologicznym w całym łańcuchu logistycznym od producenta do konsumenta, a właściwie do chwili gdy umieści on produkt wraz z opakowaniem w kuchence mikrofalowej. W większości przypadków wiąże się to z zachowaniem wymaganych właściwości materiału w niskich temperaturach – od ok. 0°C w przypadku produktów schłodzonych po minus kilkadziesiąt dla produktów głęboko mrożonych. Z drugiej strony opakowanie powinno zachowywać swoje właściwości fizyczne, zwłaszcza w zakresie wytrzymałości i zachowania kształtu w trakcie ogrzewania mikrofalowego. Klasyczne tworzywa sztuczne praktycznie nie są ogrzewane przez mikrofały, a ich temperatura rośnie wskutek nagrzewania od ogrzewanego produktu, którego powierzchnia jest zwykle chłodniejsza od wnętrza. Potencjalnie jest więc możliwe zastosowanie materiału o niższej odporności termicznej niż w przypadku opakowań

dokończenie na s. 6



Sylwetki świata opakowań

Na „dzisiejszej” kolumnie poświęconej ludziom zasłużonym dla przemysłu opakowań zamieszczamy sylwetki osób nominowanych do Tytułu „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” edycja 2013.

Listę otwiera sylwetka redaktora Mariana Feldmana, laureata plebiscytu na tytuł „Zasłużonego...”

W dalszej części prezentujemy sylwetki Anny Kosmacz-Chodorowskiej oraz Janusza Mazurczaka



Red. Marian Feldman „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” – 2013

Tytuł „Zasłużonego dla Przemysłu Opakowań” został ustanowiony przez Polską Izbę Opakowań w 2007 roku, jako najwyższe, najbardziej prestiżowe branżowe wyróżnienie, dla osób szczególnie zasłużonych dla rozwoju przemysłu opakowań w Polsce. Dotychczas w wyniku ogólnopolskiego plebiscytu, do tego tytułu było nominowanych 35 osób, spośród których tytuł ten przyznano 5 osobom.

W tym roku Kapituła, spośród 3 nominacji, tytuł ten przyznała **red. Marianowi Feldmanowi**.

Kim jest zatem laureat tegorocznego plebiscytu, i co zdecydowało o decyzji Kapituły w tej sprawie?

Jak wynika z tytułu tego wyróżnienia, kandydat musi wykazać się szczególnymi zasługami w dziedzinie rozwoju przemysłu opakowań.

Nie zawsze musi być organizatorem przemysłu, wybitnym twórcą nowych materiałów opakowaniowych, systemów zarządzania gospodarką opakowaniami itp. Często, poprzez wkład naukowy oraz dzia-

łalność publicystyczną może przyczyniać się do rozwoju przemysłu opakowań. Może także, co nie jest bez znaczenia, popularyzować polski przemysł opakowań poza granicami kraju budując i umacniając jego pozycję na arenie międzynarodowej.

Właśnie w odniesieniu do tegorocznego laureata, Kapituła tę właśnie działalność wzięła pod uwagę.

Tegoroczny laureat plebiscytu na tytuł „Zasłużonego dla Przemysłu Opakowań” za kilka tygodni ukończy 91 lat (1922). Jego dzieciństwo i młodość, były niezwykle bogate w wydarzenia i osobiste przeżycia. Szczęśliwie pokonał drogę z Warszawy przez Łuck na Syberię i powrotem, aby znaleźć się w Polsce w 1946 roku.

Tę wielką podróż wykorzystuje jako szczególną formę nauki o życiu i świecie. Przebywając w różnych środowiskach przyswaja języki obce, co jak się później okaże wyznaczać będzie drogi jego życiowych przygód, misji i sukcesów. Z tego składać się będzie życiowy dorobek tego pracowitego i ciągle aktywnego człowieka.

W 1952 roku kończy SGH (dawny SGPiS). Pasjonują go, jako ekonomistę, zagadnienia drzewnictwa. Pracując w Centrali Handlu Zagranicznego „Paged” chce bliżej poznać tę branżę. Podejmuje zatem studia na kursie inżynierskim przy Szkole Głównej Gospodarstwa Wiejskiego uzyskując tytuł inżyniera technologii drewna.

Wówczas drewno było podstawowym surowcem produkcji materiałów opakowaniowych pochodzenia celulozowego. I jest nim także dzisiaj.

To był pierwszy kontakt młodego inżyniera i ekonomisty z przemysłem opakowaniowym.

Dzięki dobrej znajomości języków obcych (angielski, niemiecki, francuski, rosyjski) zostaje oddelegowany do pracy jako tłumacz w Międzynarodowej Komisji Nadzoru i Kontroli w Indochinach dla Wietnamu, Laosu i Kambodży.

Wolny czas poświęca na zapoznanie z gospodarką leśną i przemysłem drzewnym Wietnamu.

Po zakończeniu tej misji (1960) podejmuje pracę w ówczesnym Centralnym Ośrodku Opakowań, który w 1974 zostaje przekształcony w Centralny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy Opakowań (aktualnie Instytut Badawczy Opakowań). Tutaj nabywa wiedzy i doświadczenia w dziedzinie opakowalnictwa. Zajmuje się między innymi zagadnieniami klasyfikacji i terminologii opakowań. Nawiązuje współpracę z Europejską, a następnie Światową Organizacją Opakowań, w ramach której powstaje z jego udziałem Komitet Klasyfikacji. Komitet wydaje w Londynie publikacje poświęconą klasyfikacji opakowań.

Pierwszą zagraniczną praktykę (półroczną) odbywa w firmie The Metal Box company Ltd. w Wielkiej Brytanii (fabryka puszek blaszanych). Dzięki dobrej znajomości języków obcych zapoznaje się z zagadnieniem produkcji papieru i tektury oraz opakowań z tych materiałów w Finlandii i Szwecji. Staż w RFN wykorzystuje do zapoznania się z produkcją maszyn opakowaniowych. Zdobytą wiedzę dzieli się z ludźmi z krajowego przemysłu opakowań. Służy temu członkostwo w Radzie Programowej miesięcznika „Opakowanie”.

Jest autorem licznych specjalistycznych publikacji. Tłumaczy na potrzeby krajowego przemysłu opakowań zagraniczne książki: „Podstawy opakowalnictwa” i „Materiały opakowaniowe i opakowania”. Trzeba bowiem wiedzieć, że w tym czasie (lata 70-te) nie było w kraju żadnej literatury fachowej z tej dziedziny.

W tym czasie Europejska Federacja Opakowań zaprasza Mariana Feldmana do współpracy nad wielojęzycznym słownikiem poświęconym terminologii opakowań. Z tego okresu (1973) datuje się jego pierwszy kontakt z targami INTERPACK w Dusseldorfie. Od tego czasu bierze udział w każdej edycji tych targów. Jego międzynarodowa pozycja jako kompetentnego publicysty z dziedziny opakowań otwiera mu drogę do grona

dokończenie na s. 4

Sylwetki świata opakowań

dokończenie ze s. 3

członków Międzynarodowej Organizacji Prasy Opakowaniowej IPPO (*International Packaging Press Organization*) – 1978. Swoje międzynarodowe kontakty wykorzystuje do popularyzowania rosnącego w Polsce przemysłu opakowań. Aktywnie uczestniczy w organizacji pierwszych w Polsce targów w Poznaniu TAROPAK 1973. Lata 70-te i 80-te to szczególnie owocny okres działalności red. M. Feldmana jako autora książek i publicyści.

W 1998 z inicjatywy COBRO wydane zostało kompendium „Opakowania żywności”. Autorem rozdziału o nowych tendencjach w opakownictwie jest red. M. Feldman.

Od ponad 50 lat związany jest z miesięcznikiem „Opakowanie”. Jego pierwszy artykuł ukazał się w lutym 1961 r. relacjonował w nim instalację w COBRO szafy klimatyzacyjnej oraz opisywał badania laboratoryjne prowadzone w COBRO.

Z ramienia redakcji „Opakowanie” w ciągu 6 lat wspólnie z Niemiecką Izbą Przemysłowo-Handlową, organizuje w Lipsku tygodniowe kursy dla przedstawicieli branży opakowań z Polski.

Jubileusz 90-lecia Mariana Feldmana odnotowały liczne branżowe czasopisma w Europie i poza Europą.

Rodzinna branża odwzajemnia się panu Marianowi, światowej klasy specjalście w dziedzinie technologii opakowań, autorowi licznych fachowych rozpraw oraz ponad 500 publikacji – uhonorowaniem tytułem „Zasłużony dla przemysłu Opakowań”

Wyrażam zadowolenie z faktu, że reprezentuję organizację, która pamięta o ludziach polskiego opakownictwa, dając wyraz tej pamięci poprzez różnego rodzaju formy i dowody uznania.

Z red. Marianem Feldmanem najczęściej spotykaliśmy się poza krajem, na międzynarodowych targach, wystawach i konferencjach o tematyce opakowaniowej.

Zawsze otoczony przez wpływowych ludzi świata opakowań, uchodzący za guru branży, cieszący się ogromnym uznaniem i autorytetem, stanowił i stanowi dla mnie wzór do naśladowania. Niestety chyba niedościgniony, nie tylko ze względu na 70 lat twórczej działalności, ale i niespożytych sił witalnych.

Wacław Wasiak

Anna Kosmacz-Chodorowska jest absolwentką Akademii Ekonomicznej w Poznaniu (1977) oraz Podyplomowego Studium Pedagogicznego. Jest głównym specjalistą w Instytucie Logistyki i Magazynowania w Poznaniu. Od ponad 20 lat zajmuje się problematyką standaryzacyjną w zakresie stosowania kodów kreskowych (systemów ADC) i elektronicznej wymiany danych (EDI). Instytut Logistyki i Magazynowania pełni funkcje krajowej organizacji światowego systemu GS 1, który zarządza międzynarodowymi standardami w zakresie e-gospodarki. Stąd też, od 1990 roku, jest pracownikiem GS 1 Polska, współtwórcą zasad funkcjonowania tego systemu w Polsce. Warto podkreślić, iż w systemie tym uczestniczy ok. 20 tysięcy firm, w tym producenci opakowań.

Nominując Panią Anię do tytułu „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań”, Kapituła uwzględniła Jej zaangażowanie i wkład pracy w opracowywanie i wdrażanie, w przemyśle opakowań, kodów kreskowych oraz nowych elektronicznych systemów ewidencji produktów i opakowań, a także zasad zarządzania gospodarką opakowań.

Na szczególne wyróżnienie zasługuje Jej dorobek w zakresie upowszechniania wiedzy o e-gospodarce i jej zastosowaniach w gospodarce opakowaniami.

Jest autorem i współautorem ponad 150 projektów wdrożeniowych oraz ponad 100 opinii, ocen i audytów w zakresie ADC, zleczanych przez firmy i instytucje różnych branż, w tym producentów opakowań i ich użytkowników. Realizuje, jako kierownik lub współwykonawca, projekty na zlecenie Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego oraz innych ministerstw, w tym finansowanych ze środków UE (PHARE, PARP) i funduszu norweskiego; m.in. realizowanego w latach 2007-2011 wspólnie z COBRO „Systemu Wspomagania Doboru Opakowań”, oraz projektów rządowych, w tym wieloletniego programu „Tworzenie mechanizmów i struktur rozwoju Elektronicznej Gospodarki w Polsce”.

Promując efektywne wdrażanie systemów ADC i EDI w krajowej gospodarce opakowaniami, organizuje seminaRIA i opracowuje materiały szkoleniowe (jest autorem i współautorem materiałów szkoleniowych krajowej organizacji GS1 oraz programu nauczania w Wyższej Szkole Logistyki), jest wykładowcą, prowadzi seminaRIA i szkolenia w poszczególnych firmach oraz w ramach imprez targowych i szkoleń organizowanych



przez instytucje do tego powołane, typu PTE, PTL, SIMP, NOT, PIO.

Stąd znana jest tysiącom uczestników specjalistycznych kursów i konferencji z tej dziedziny.

Jako autor i współautor referatów konferencyjnych, artykułów i publikacji wydawniczych, zrealizowała: ok. 40 prac badawczych, opracowała ok. 60 referatów na konferencje krajowe i międzynarodowe oraz ok. 20 referatów seminaryjnych, wygłoszonych i opublikowanych w materiałach nt. zarządzania z użyciem narzędzi informatycznych: ADC i EDI.

Jest autorem i współautorem ponad 20 publikacji zwartych i broszurowych, autorem ponad 500 artykułów zamieszczonych w kilkudziesięciu czasopismach specjalistycznych oraz prasie o zasięgu ogólnokrajowym.

Czynnie uczestniczy w działalności licznych organizacji zawodowych. Od powstania Polskiej Izby Opakowań (1994) nieprzerwanie, z woli członków Izby, reprezentuje to środowisko w Radzie Izby.

dokończenie na s. 5



Janusz Mazurczak jest absolwentem Akademii Ekonomicznej w Poznaniu (1977–1981) oraz Podyplomowego Studium Menadżerskiego Wielkopolskiej Szkoły Biznesu (1995 – 1996). Po studiach podejmuje pracę w Zakładach Metalurgicznych POMET. Zajmuje się zagadnieniami organizacyjno prawnymi oraz gospodarki materiałowej.

Od 22 lat (1991) związany zawodowo z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi. W okresie pierwszych 5 lat pracuje w Zespole Organizacji Targów zdobywając cenne doświadczenie, które zaowocuje w kolejnych latach na stanowisku kierownika Zespołu Organizacji Targów (1996–1998). W tym czasie jest organizatorem międzynarodowych targów: BUDMA; SECUREX; SIMMEX.

W latach 1999–2005 kieruje zespołem organizacji targów: TAROPAK; Motor Show; EuroReklama. Wiedza, bogate doświadczenie i umiejętności w kierowaniu zespołami pracowników, zrozumienie roli i znaczenia targów jako formy promocji i marketingu ważnych branż przemysłu i dziedzin gospodarki narodowej, decydują o powierzeniu Panu Januszowi stanowiska Dyrektora Grupy Produktów. Na nowym stanowisku sprawuje bezpośredni nadzór nad zespołami odpowiedzialnymi za organizację targów: TAROPAK; POLIGRAFIA; PAKFOOD; Euro Reklama; Motor Show; Eko-Las; Memento; Poznań Game Arena; Poznań Media Expo. W tym samym czasie pełni funkcję Kierownika Zespołu Zarządzania Projektami.

Uzasadniając decyzję o nominacji Pana Janusza do tytułu „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań”, Kapituła podkreśliła w szczególności Jego inicjatywy, działalność i dokonania na rzecz promocji polskiego przemysłu opakowań, tak w kraju, jak i poza granicami (Armenia, Białoruś, Rosja).

Członkowie Kapituły zwrócili uwagę na fakt, iż od czasu objęcia „patronatem” targów TAROPAK i PAKFOOD przez Pana Janusza i Jego zespół, znacząco wzrosła ich promocyjno-marketingowa funkcja. Z każdym rokiem targom tym towarzyszą licz-



ne przedsięwzięcia promocyjno-edukacyjne. Zaś współpraca Międzynarodowych Targów Poznańskich z Polską Izbą Opakowań należy do godnych naśladowania. Sprzyja temu fakt, iż Pan Janusz reprezentuje MTP w Polskiej Izbie Opakowań. Od roku 2008 jest członkiem Rady. Kieruje zespołem ds. promocji, marketingu i rozwoju rynku opakowań. Stąd m. in. sukcesy Izby na rzecz umacniania pozycji rynkowej firm zrzeszonych w Polskiej Izbie Opakowań.

BPS

WARTO WIEDZIEĆ

W roku 2012 polskie firmy wyprodukowały 18 mln europalet. To drugi wynik na świecie. Tuż przed nami uplasowali się producenci z Niemiec.

Palety od lat stały się polską specjalnością eksportową. Wiele firm zajmuje się także remontem palet. Zaś na krajowym, wtórnym rynku palet, czołowe miejsce zajmuje spółka EUROPAL, członek Polskiej Izby Opakowań.

III Europejski Kongres Małych i Średnich Przedsiębiorstw

16–18 wrzesień 2013 r.,
Katowice

Już po raz trzeci w dniach 16–18 września 2013 r. stolica Górnego Śląska będzie gospodarzem największego w Europie spotkania firm sektora MŚP. Mała i Średnia Przedsiębiorczość to kluczowy sektor polskiej gospodarki i tym samym główny temat Europejskiego Kongresu Małych Średnich Przedsiębiorstw organizowanego przez Regionalną Izbę Gospodarczą w Katowicach.

Tegoroczny Kongres stanowi kontynuację działań mających na celu uzupełnienie pewnej luki w sektorze polskiej i europejskiej gospodarki, a także dążenie do usamodzielnienia się i lepszej organizacji firm oraz ich przedstawicielstwa przed instytucjami rządowymi. Według Prezesa Regionalnej Izby Gospodarczej w Katowicach, a zarazem Przewodniczącego Komitetu Organizacyjnego Kongresu, Tadeusza Donocika: *Wypełniłmy niszę, która istniała w Europie. Udowadniamy, że refleksja nad tą problematyką jest potrzebna zarówno w tym kraju, jak i w całej Europie. W Polsce jest 1,7 mln działających firm, w tym 3 800 dużych przedsiębiorstw. Skala problemów: zautonomizowania, zorganizowania się tych firm oraz reprezentowania ich stanowisk przed administracją publiczną i samorządową, Rządem i Parlamentem – to główne wyzwania i zadania jakie stoją przed tegorocznym Kongresem.*

Honorowy patronat nad **III Europejskim Kongresem MŚP** objęli, podobnie jak w roku ubiegłym, Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej **Bronisław Komorowski**, Przewodniczący Komisji Europejskiej **José Manuel Barroso** i Przewodniczący Parlamentu Europejskiego **Martin Schulz**. Współorganizatorami jest Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Krajowa Izba Gospodarcza oraz Ministerstwo Gospodarki. Polska Izba Opakowań występuje w roli Organizacji Wspierającej Kongres.

Serdecznie zatem zapraszamy Państwa do uczestnictwa. Udział w kongresie jest **bezpłatny**. Rejestracji on-line można dokonać na stronie internetowej www.kongresmsp.eu, gdzie znajdują również Państwo szczegółowe informacje dot. przedsięwzięcia.

(Red.)

Optymalne opakowanie warunkiem sukcesu żywności ogrzewanej mikrofalowo

dokończenie ze s. 2

przeznaczonych do ogrzewania tego samego produktu w sposób „klasyczny”. W praktyce rynkowej najczęściej spotykane są jednak produkty przystosowane do ogrzewania zarówno mikrofalowego, jak i konwencjonalnego. W takim przypadku konieczne jest zastosowanie odpowiedniego opakowania – ang. *dual ovenable*, co zwykle pociąga za sobą nieco większe koszty opakowania. W zakresie zapewnienia bezpieczeństwa zdrowotnego konsumenta, zwłaszcza poziomu migracji globalnej oraz specyficznej wymagania są tożsame ze stawianymi opakowaniom ogrzewanym konwencjonalnie w analogicznej temperaturze, co w przypadku opakowań „dual ovenable” stawia wyższe wymagania dla ogrzewania konwencjonalnego – wyższa temperatura osiągana przez opakowanie. Warto jednak uwzględnić fakt, że ogrzewanie mikrofalowe przebiega według odmiennego mechanizmu niż konwencjonalne, co – w szczególnych przypadkach – może mieć wpływ na procesy migracyjne. Problem może dotyczyć niektórych substancji lotnych, które w warunkach ogrzewania mikrofalowego mogą migrować intensywniej, co w wielu przypadkach może prowadzić do nabywania przez ogrzany produkt obcego – „chemicznego” zapachu. Przed wdrożeniem nowego opakowania warto więc wykonać dodatkowe badania w kierunku przekazywania obcego zapachu ogrzewanemu produktowi przez opakowanie w warunkach ogrzewania mikrofalowego. Pamiętać należy, że badanie takie ma sens jedynie przy zastosowaniu konkretnego produktu, w warunkach analogicznych do panujących w przeciętnej kuchni mikrofalowej konsumenta.

Specyfika oddziaływania mikrofal z materiałem, w szczególności z produktem spożywczym sprawia, że na przebieg procesu ogrzewania, w szczególności równomierny rozkład temperatury, istotnie wpływa kształt i wymiary ogrzewanego produktu, które zwykle zależą w sposób bezpośredni od kształtu i wielkości opakowania. Jak powszechnie wiadomo zamiana energii

mikrofal na ciepło następuje we wnętrzu ogrzewanego produktu. Jednakże wraz z wnikiem do wnętrza materiału natężenie promieniowania mikrofalowego maleje o część, jaka zamieniona została na ciepło w zewnętrznych warstwach materiału, przez co ilość ciepła generowanego w głębszych warstwach produktu jest mniejsza. Biorąc pod uwagę właściwości, głównie stałą dielektryczną, większości produktów spożywczych efektywna głębokość ogrzewania nie przekracza zwykle 7 cm. Jeśli do tego dodać kierunek rozchodzenia się mikrofal w standardowej „mikrofalówce” okazuje się, że najefektywniej ogrzewane są płaskie porcje o grubości kilku centymetrów. W dodatku produkt nie powinien posiadać ostrych krawędzi, gdyż podlegają one intensywniejszemu ogrzewaniu mogącemu doprowadzić do miejscowego przegrzania, w skrajnym przypadku nawet zwęglenia narożnego fragmentu produktu. Oczywiście jest, że zapewnienie wygody konsumenta wymaga, by w opakowaniu znajdowała się jedna, dogodna do podgrzania, a następnie spożycia porcja. Powyższe uwarunkowania determinują wielkość i kształt stosowanych opakowań.

Zamiana energii mikrofal w ciepło we wnętrzu ogrzewanej żywności oraz nierównomierna absorpcja mikrofal w całej objętości ogrzewanego produktu stanowią najpoważniejszą niedogodność ogrzewania mikrofalowego. Przekłada się ona w bezpośredni sposób na właściwości sensoryczne produktu, zwłaszcza zimną, niezbyt aromatyczną, pozbawioną kruchości powierzchnię produktów, dla których jej chrupkość decyduje o intensywności doznań sensorycznych, np. pizza, potrawy panierowane. W odróżnieniu od klasycznego piekarnika w „mikrofalówce” produkt otacza zimne powietrze intensywnie chłodzące powierzchnię produktu, powodujące ponadto skraplanie się na niej dyfundującej z wnętrza pary wodnej. Znanych jest kilka metod minimalizacji wspomnianej niedogodności. Z jednej strony kucharki wyposażane są w grzałki elektryczne

podgrzewające powietrze w komorze, które sprzyjają ogrzaniu powierzchni dania i nadaniu jej chrupkości. Pewne korzyści można osiągnąć także stosując odpowiednio dobrany program pracy urządzenia. Jednocześnie spada jednak efektywność energetyczna procesu oraz szybkość nadania produktowi gotowości kulinarnej co oddala konsumenta od podstawowych zalet ogrzewania w *mikrofalówce*. Lepszym rozwiązaniem wydaje się zastosowanie opakowania o takim kształcie i wytworzonego z takiego materiału, aby to on pod działaniem mikrofal ulegał intensywnemu ogrzewaniu, a wydzielone ciepło przekazywał – tak jak naczynie podczas ogrzewania konwencjonalnego – powierzchni produktu.

Tego typu materiały zwane susceptoarami znajdują coraz szersze zastosowanie w produkcji opakowań żywności przeznaczonej do ogrzewania mikrofalowego. Konsekwencją zastosowania takiego rozwiązania, poza relatywnie wyższymi kosztami, jest ograniczenie możliwości ogrzewania produktu tylko do mikrofalówek oraz konieczność opracowania i użycia danego opakowania do konkretnego produktu.

Jak pokazują przedstawione pokrótce problemy, zagadnienie odpowiedniego doboru opakowania żywności przeznaczonej do ogrzewania mikrofalowego wymaga indywidualnego podejścia do każdego produktu. Do rangi sztuki urasta umiejętność odpowiedniego zbalansowania parametrów opakowania produktu w zakresie: składu surowcowego, wielkości i kształtu porcji, zastosowanego opakowania, celem uzyskania maksymalnej satysfakcji klienta zarówno w zakresie szybkości i wygody prowadzenia operacji kulinarnej, jak i właściwości sensorycznych produktu finalnego. Jeśli do tego dodać parametry ekonomiczne układu produkt-opakowanie problem staje się bardzo złożony. Bez zrozumienia mechanizmu oddziaływania mikrofal z produktem oraz istotności wpływu opakowania na finalny rezultat rozwiązanie tego typu łamigłówek wydaje się niemożliwe.

dr hab. inż. Krzysztof Melski

Katedra Przyrodniczych Podstaw Jakości

Wydział Towaroznawstwa

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu



Firmy zasłużone dla przemysłu opakowań w Polsce

W wyniku dorocznego plebiscytu ogłaszanego od sześciu lat przez Polską Izbę Opakowań, na tytuł **Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań**, zgłoszono 43 firmy. Spośród zgłoszonych firm Kapituła Tytułu, obradująca w dniu 26 czerwca 2013 r., pod kierownictwem prof. zw. dr hab. inż. Stanisława Tkaczyka, nominowała do tego tytułu 4 firmy. Nominacje uzyskały: DEKORGLASS DZIAŁDOWO SA; FORMIKA Sp. z o.o.; czasopismo „Packaging Polska”; TFP Sp. z o.o.

Spośród nominowanych firm, tytuł „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań” uzyskała Spółka DEKORGLASS DZIAŁDOWO.

Serdecznie gratulujemy uzyskanych wyróżnień i informujemy, że wręczenie dyplomów dokumentujących uzyskanie no-

minacji, nastąpi w dniu 23 września (pierwszy dzień targów PAKFOOD) na terenie MTP, podczas ceremonii otwarcia zbiorowej ekspozycji oraz Salonu Promocji Polskiej Izby Opakowań, połączonej z inauguracją „Dnia Opakowań”, o godz. 10⁰⁰, w Salonie Promocji Izby (paw. 3, stoisko 50).

Uroczystość nadania firmie DEKORGLASS tytułu „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań” odbędzie się w tym samym dniu (23 września) o godz. 11⁰⁰, w pawilonie 11, podczas ceremonii otwarcia tegorocznych targów: POLAGRA FOOD, POLAGRA TECH i PAKFOOD.

Sylwetki laureatów tegorocznego plebiscytu na tytuł „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań” prezentujemy poniżej.

red.



DEKORGLASS DZIAŁDOWO S.A.

Spośród firm nominowanych do najbardziej prestiżowego i jedyne w branży opakowań wyróżnienia w formie tytułu: **Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań**, Kapituła pod przewodnictwem prezesa Polskiej Izby Opakowań, prof. zw. dr hab. inż. Stanisława Tkaczyka, przyznała ten tytuł Spółce DEKORGLASS DZIAŁDOWO.

Firma ta już w 2009 roku znalazła się w gronie nominowanych do tego tytułu.

DEKORGLASS DZIAŁDOWO S.A. istnieje od 1996 roku. Od 10 lat jest aktywnym członkiem Polskiej Izby Opakowań, a jej szef – p. Gabriel Chojak, od dwóch kadencji zasiada w Radzie Izby.

W uzasadnieniu decyzji Kapituły podkreślono szczególne zasługi tej firmy w dziedzinie dekorowania i projektowania dekoracji opakowań szklanych.

W tej dziedzinie DEKORGLASS zajmuje w krajowym przemyśle oraz na rynku opakowań pierwsze miejsce.

DEKORGLASS DZIAŁDOWO w praktyce realizuje ideę społecznie odpowiedzialnego biznesu, zyskując za tę postawę uznanie wielu organizacji i instytucji, zarówno krajowych jak i zagranicznych. Wiele uwagi poświęca warunkom pracy oraz racjonalnemu wykorzystaniu kadr.

Powstanie tej firmy, w stosunkowo słabo gospodarczo rozwiniętym środowisku, przyczyniło się w

znaczącym stopniu do aktywizacji społeczno-gospodarczej miasta i powiatu Działdowo. To w tej firmie znalazło zatrudnienie ponad 1000 pracowników. Jest to firma o silnym nastawieniu proinnowacyjnym.

W oparciu o nowoczesny park maszynowy i najnowsze w światowej praktyce technologie, firma ta zajęła czołową pozycję w zdobieniu opakowań szklanych oraz z tworzyw sztucznych dla przemysłu spirytusowego i kosmetycznego. Jej produkty odznaczają się bardzo wysoką jakością co potwierdzają liczne certyfikaty. Pierwsza certyfikacja ISO miała miejsce w 2001 roku. Następnie został wdrożony system HACCP w zakresie dekorowania i projektowania dekoracji opakowań szklanych. Od 2009 roku w zakładzie obowiązuje system ISO 9001:2008 oraz system zarządzania środowiskiem ISO 14001:2004.

DEKORGLASS jest laureatem prestiżowych nagród i wyróżnień w uznaniu wysokiej jakości produkcji oraz organizacji i zarządzania firmą. W roku 2011 Firma otrzymała dwie nagrody: Ogólnopolską Nagrodę Wiktorii przyznaną przez Warszawską Izbę Przedsiębiorców oraz drugie miejsce w prestiżowym rankingu Filary Polskiej Gospodarki 2010 organizowanym przez dziennik Puls Biznesu.



dokończenie na s. 8

DEKORGLASS DZIAŁDOWO S.A.

dokończenie ze s. 7

Aktualnie w ofercie przedsiębiorstwa znajduje się większość zdobień dostęp-

nych na światowym rynku. Są to: matowienie chemiczne, malowanie lakierami wodnymi i proszkowymi, hot-stamping, nadruki farbami UV, ceramicznymi, orga-

nicznymi i metalami szlachetnymi – złotem, platyną i srebrem, nakładanie kalki, metalizacja srebrem, obróbka laserowa.

Prawie połowa produkcji kierowana jest na eksport. Co jest często przyczyną trudności w sytuacjach niekorzystnych zmian kursowych. Ale nawet w takich sytuacjach nie odbija się to niekorzystnie na pracownikach.

W DEKORGLASS, w takich sytuacjach już od dawna stosuje się, w pewnym sensie, zasady elastycznego czasu pracy, a ściślej zatrudnienia, mając na uwadze sytuację pracownika.

Opakowania dekorowane przez DEKORGLASS zdobywają najbardziej egzotyczne i dalekie rynki. Firma dostosowuje strategię sprzedaży do zmieniających się warunków na rynkach. W czasie dekonjunktury na rynkach europejskich, swoją ofertę skierowała na rynki Azji i Dalekiego Wschodu.

Kapituła uwzględniła także ten fakt, podkreślając zasługi DEKORGLASS na rzecz promocji polskiego przemysłu opakowań na arenie międzynarodowej.



Siedziba firmy Dekorglass Działdowo S.A.

B.K.

FORMIKA Sp. z o.o.

FORMIKA w tym roku święci jubileusz 35-lecia działalności. Inicjatorem i założycielem tej firmy oraz jej prezesem w okresie 28 lat (do 2006 r.) był Jerzy Przywuski. To z jego inicjatywy firma ta znalazła się w gronie pierwszych członków Polskiej Izby Opakowań.

Po przedwczesnej śmierci założyciela firmy, jego dzieło kontynuuje córka Joanna Dębicka.

W pierwszych 13 latach działalności FORMIKA działała na rynku artykułów motoryzacyjnych, częściowo tylko zajmując się opakowaniami. Zebrane doświadczenie w kierowaniu firmą w niełatwych warunkach gospodarki centralnie planowanej okazało się niezwykle cennym. Zaś znajomość potrzeb rynku wskazywała, iż w nowych warunkach gospodarki rynkowej duże szanse rozwojowe posiada branża opakowań.

Stąd po odpowiednim rozpoznaniu potrzeb rynku oraz możliwości produkcyjnych, w 1991 roku, FORMIKA jako pierwsza w Polsce rozpoczyna produkcję opakowań z tworzyw sztucznych dla przemysłu spożywczego. Są to przede wszystkim pojemniki na jogurty, serki, śmietany itp. wykonywane metodą ciśnieniową i wtryskową, następnie drukowane metodą suchego offsetu. W bardzo krótkim czasie firma zdobywa zaufanie wielu klientów.

Już po 5-ciu latach działalności (1996) osiąga pozycję lidera na polskim rynku. W roku 1997 sprzedaje wszystkie udziały

w austriackiej firmie Greiner, aby po roku otworzyć nową firmę, zachowując poprzednią nazwę.

W nowej własnościowej formule, FORMIKA jest w pełni firmą z polskim kapitałem. Od tego czasu, FORMIKA rozpoczyna nadruk na opakowaniach z aluminium, papieru i innych laminatów przy wykorzystaniu technologii Flexo UV. Dotychczas nikt w kraju nie stosował tej technologii, istniało wyłącznie tradycyjne solventowe flexo, charakteryzujące się dużo niższą jakością druku niż technologia UV.

Dzisiejsza FORMIKA jest drukarnią fleksograficzną specjalizującą się w produkcji wieczek aluminiowych dla przemysłu spożywczego oraz saszetek kosmetycznych, wykorzystując technologię UV.

Najwyższa jakość druku, krótkie terminy dostaw, nowoczesny park maszynowy, pieczołowicie dobierani dostawcy, elastyczność oraz wysoki poziom obsługi klienta sprawiają, że FORMIKA jest jednym z liderów w Polsce i Europie Centralnej, oraz liczącą się firmą na rynku Europy Zachodniej i Afryki Północnej.

Dzięki wieloletniemu doświadczeniu w druku oraz nieprzerwanym inwestycjom w najnowszą technologię, na przestrzeni lat FORMIKA stała się preferowanym dostawcą dla wielu klientów konkurujących na wymagającym rynku FMCG.





Ugryziemy każdy temat!

Packaging
POLSKA

Formika jest firmą – co podkreśliła Kapituła – wysoce innowacyjną. Stale wdraża nowe technologie i inwestuje w nowoczesne urządzenia produkcyjne.

W odpowiedzi na potrzeby rynku kosmetycznego oraz farmaceutycznego uruchomiono laboratorium. Dzięki tej inwestycji firma jest w stanie zapewnić klientom jeszcze wyższą jakość i bezpieczeństwo oferowanych produktów. W laboratorium pracownicy działu kontroli jakości przeprowadzają szereg testów pozwalających na sprawdzenie wszystkich parametrów technicznych, jakościowych i wytrzymałościowych produktów.

Kierownictwo Spółki FORMIKA jest wierne jej misji, która brzmi: **„zaspokajać potrzeby rynku FMCG w zakresie wysokiej jakości opakowań, tworzyć miejsca pracy w regionie, być firmą rentowną, przynoszącą zyski swoim udziałowcom”**.

Konsekwentnie realizuje sformułowaną przed kilku laty wizję rozwoju oraz celu działalności firmy. A wizję tę można zawrzeć w słowach **„FORMIKA, jako dostawca opakowań dla klientów konkurujących na wymagającym rynku FMCG zamierza osiągnąć pozycję lidera w Europie w zakresie jakości nadruku, elastyczności oraz odpowiedniego podejścia do klienta i jego potrzeb”**.

FORMIKA, co również podkreśliła Kapituła Tytułu „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań”, w praktyce stosuje zasady społecznie odpowiedzialnego biznesu. Jest aktywnym członkiem organizacji reprezentujących branżę opakowań. Poza członkostwem w Polskiej Izbie Opakowań jest także członkiem Polskiej Izby Fleksografów.

(W.W.)

„Packaging Polska”

Miesięcznik „Packaging Polska” oraz „Opakowanie” znalazły się w tym roku na liście kandydatów do tytułu „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań”.

To była wyjątkowo długa lista zawierająca 43 firmy. Zatem Kapituła Tytułu, stanęła przed trudnym zadaniem wyboru kilku, udzielając im nominacji.

Spośród wymienionych wyżej miesięczników Kapituła nominowała do tytułu „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań” miesięcznik „**Packaging Polska**” – jak zaznacza Redakcja – dla nowoczesnego przemysłu opakowaniowego. Podejmując tę decyzję Kapituła podkreśliła zasługi siostrzanego czasopisma, jakim jest miesięcznik „Opakowanie”.

O werdykcie Kapituły zadecydowała inicjująca i kreująca rola miesięcznika „**Packaging Polska**” w dziedzinie promowania innowacyjności i konkurencyjności polskich opakowań na rynkach krajowym i zagranicznych.

„**Packaging Polska**” dostarcza projektantom, konstruktorom i producentom oraz użytkownikom opakowań informacji o najnowszych oryginalnych rozwiązaniach. A oto przykłady innowacji przyciągających uwagę czytelników zamieszczonych na łamach tego czasopisma:

- Karton z trojanami bakteryjnymi, który po podgrzaniu do stu stopni Celsjusza ulega biodegradacji.
- Flakony perfum wysyłające emocjonalne impulsy, a po opróżnieniu swojej zawartości rozpylające się wraz z ostatnim skropieniem.
- Opakowanie na szparagi z wmontowanym akumulatorem ku zachowaniu pierwotnej postury tegoż warzywa.
- Samonośne konstrukcje oraz interaktywne – mówiące i grające – powierzchnie.
- Elastyczne tuby zaprogramowane na idealne dozowanie swojej zawartości.
- Kuchenki zintegrowane ze składem zupy, powodujące ułatwienie się kalorii podczas ich obróbki termicznej.
- Pouchy wyposażone w system GPS.
- Amputki poddane hibernacji i wszczepione pod skórą potencjalnego chorego.
- Teleportujące się smaki i zapachy.
- Laminaty umożliwiające elektryczne otwieranie opakowań.

O tych i wielu innych, równie oryginalnych rozwiązaniach, od 14 lat informuje na swoich łamach miesięcznik „**Packaging Polska**”, który wydawany jest cyklicznie od 1999 r. przez European Media Group. Jako miesięcznik dla nowoczesnego przemysłu opakowaniowego udostępnia swoją powierzchnię fan-tastom, jak i rewolucjonistom w sektorze opakowań. Zbiera, tworzy, przetwarza, publikuje, a także łączy w pary produkty i opakowania. Jednak miesięcznik jest tylko opakowaniem – je-

dokończenie na s. 10

„Packaging Polska”

dokończenie ze s. 9

go zawartość stanowią informacje z branży, nowe wynalazki, spotkania na targach, konkursy opakowaniowe oraz informacje Czytelników. Jak stwierdza zespół redakcyjny „bez Czytelników miesięcznik byłby jak pudełko bez czekoladek”.

Poza działalnością stricte wydawniczą, miesięcznik „Packaging Polska” jest organizatorem prestiżowego konkursu **ART OF PACKAGING – Perły wśród Opakowań**. Jego ideą niezmiennie od ośmiu już lat jest promowanie innowacyjności, kreatywności oraz konkurencyjności polskich opakowań na rynku krajowym oraz rynkach zagranicznych. Miesięcznik szuka i wyławia perły zarówno wśród młodych artystów, projektantów, studentów i absolwentów uczelni – w ramach **Art of Packaging DEBIUTY**, jak i profesjonalnych znawców sektora przemysłu opakowaniowego, projektantów, producentów, właścicieli marek – w ramach **Art of Packaging PROFESSIONAL**. Promuje twórców, którzy raz w roku mają okazję spotkać się

w Poznaniu na uroczystej Gali Finałowej, podczas której przyznaje wyróżnienia i nagrody, w obecności osobistości ze świata biznesu, przemysłu, nauki i kultury. Ale najważniejsze są opakowania – swoiste dzieła sztuki o niebagatelnym i nieocenionym na rynku znaczeniu. To one stanowią clou całego wydarzenia. W przeciągu ostatnich lat ten ambitny miesięcznik, nagrodził 12 opakowaniowych pereł, dodatkowo wyróżniając ponad 70 oryginalnych projektów

„Packaging Polska” jest członkiem Polskiej Izby Opakowań. Uczestniczy w wielu krajowych i międzynarodowych targach, konferencjach, eventach. Jest również organizatorem tematycznych workshopów. Stoi na czele grupy pism, wśród których znajdują się redakcje: Packaging Rosja, Packaging Austria, Packaging Czechy, Packaging Azja.

Ten poczytny i zasłużony dla przemysłu opakowań miesięcznik jest dziełem pani Izabeli Kwiatkowskiej, która przez wiele lat była redaktorem naczelnym. Jest ponadto szefową wydawnictwa. Od kilku lat funkcję redaktora naczelnego sprawuje pani Monika Mikołczak.

Gratulujemy.

(Red.)

TFP Sp. z o.o.



Z przyjemnością informujemy, że tegoroczny Jubilat (25 lat), spółka TFP została nominowana do prestiżowego tytułu „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań”. Kapituła tego wyróżnienia, w uzasadnieniu swojej decyzji, podkreśliła wkład TFP w rozwój krajowego przemysłu opakowań oraz jej udział w rynku opakowań.

Firma ta chętnie angażuje się w różnorodne przedsięwzięcia służące rozwojowi branży. Była jednym spośród 10 sponsorów organizowanego przez Polską Izbę Opakowań I Kongresu Przemysłu Opakowań (2012 r).

TFP Sp. z o.o. powstała w 1988 r. a od wiosny 1992 r. specjalizuje się w produkcji tektury falistej i opakowań. Udział firmy w rynku krajowym wynosi około 10%. TFP jest w 100% polską firmą z kapitałem rodzinnym, **od wielu lat zarządzaną przez Lucjanę Kuźnicką-Tylenkę - Prezesa Zarządu**. Firma zatrudnia około 700 pracowników w trzech zakładach produkcyjnych w Dzieńmierowie, Babimoście oraz siostrzanej firmie TFP-Grafika w Śremie.

TFP jest firmą nowoczesną, dynamicznie rozwijającą się, w procesie produkcji stosującą najnowocześniejsze rozwiązania technologiczne. Firma działa zgodnie z założeniami Zintegrowanego Systemu

Zarządzania zgodnego z normami ISO 9001 oraz ISO 14001. Odzwierciedleniem tych standardów są liczne nagrody i wyróżnienia przyznane firmie oraz jej produktom, między innymi: Złota Statuetka Lidera Polskiego Biznesu potwierdzona dziesięcioma Diamentami; Przedsiębiorstwo Fair Play; Ambasador Polskiej Gospodarki BCC; Pakstar; Medal Europejski; Najlepszy Projekt Innowacyjny w kategorii ekologia; Najwyższa Jakość Quality International; Certyfikat Firma Bliska Środowisku; Certyfikaty: „W trosce o Naturę 2006” i „Zgodnie z rytmem natury”.

TFP Sp. z o.o. należy do czołówki producentów tektury falistej i opakowań w Polsce tak pod względem wyposażenia w najnowsze linie technologiczne, technologii wytwarzania jak i jakość wyrobów. Warto podkreślić, że firma dysponuje nowoczesnym laboratorium kontroli jakości. Nieustannie doskonalona załoga oraz ciągła rozbudowa parku maszynowego (obecnie jest to 26 linii do wytwarzania i przetwarzania tektury falistej) umożliwiają zaspokojenie potrzeb nawet najbardziej wymagających odbiorców.

Aktualna oferta produkcyjna obejmuje: opakowania z tektury falistej standardowe, klapowe z nadrukiem flekso, offset; opakowania wykrawane z nadrukiem flekso, offset; produkty niestandar-

dowe: POS’y – standy ekspozycyjne, opakowania typu Display; tekturę falistą trzy i pięciowarstwową w arkuszach; projektowanie i doradztwo w opakowaniach. Nowością w ofercie jest druk bezpośredni na mikrofoli.

Gratulujemy Pani Prezes oraz Pracownikom TFP, uzyskanego wyróżnienia, w przekonaniu, iż jest to ważny krok do uzyskania tytułu „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań” w kolejnych edycjach plebiscytu. Życzymy dalszych sukcesów.

Więcej o tej jakże zasłużonej dla polskiego przemysłu opakowań firmie na stronie www.tfp.com.pl

Z ostatniej chwili:

Miło nam poinformować, że firma TFP, z dniem 1 lipca 2013 roku, została członkiem Polskiej Izby Opakowań. Serdecznie gratulujemy i nominacji, i członkostwa w Izbie.

red.



Realizacja Projektu SoLaPack

W nawiązaniu do wcześniejszych informacji o realizacji koordynowanego przez Polską Izbę Opakowań Projektu SoLaPack, którego celem jest *opracowanie skutecznych metod zapobiegania migracji krytycznych substancji do żywności przez zastosowanie warstwy sorpcyjnej na materiale opakowaniowym pochodzenia celulozowego*, Biuro Izby informuje o pomyslniejszej realizacji I. etapu (maj-grudzień 2012 r.).

Dotychczasowa realizacja Projektu oraz uzyskane rezultaty zostały pozytywnie ocenione przez jednostkę finansującą, którą jest Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (NCBiR). Na tej podstawie podjęto decyzję o finansowaniu projektu w 2013 r.

W wyniku dotychczas przeprowadzonych prac dokonano wyboru skrobi jako błonotwórczego polimeru, który stanowi nośnik powłok, a zarazem barierę fizyczną dla substancji krytycznych. Sprawdzo-

no, iż skrobia może być wykorzystywana do otrzymywania materiałów sorpcyjnych w postaci cyklodekstryn i granul skrobiowych.

Dokonano pełnej charakterystyki fizyko-chemicznej kluczowych substancji (skrobi, bentonitów, cyklodekstryn, substancji krytycznych), oraz komercyjnych opakowań z papieru i tektury pod kątem zawartości w nich krytycznych substancji.

W ramach kolejnego zadania ustalono wstępne warunki tworzenia efektywnej zawiesiny powłokotwórczej zawierającej cyklodekstryny, granule skrobiowe lub bentonity. Do wybranych polimerów błonotwórczych wprowadzono poszczególne substancje sorpcyjne i próbnie powlekało tekturę.

Wykonane dotychczas badania pozwolą na doskonalenie uzyskanych dotychczas powłok dla uzyskania funkcjonalnej powłoki o optymalnej gramaturze, która zapobiegnie migracji substancji szkodliwych.

W trakcie badań, uzyskane wyniki omawiano na forum Komitetu Użytkowników analizując warunki efektywnego wykorzystania badań u producentów opakowań.

Uzgodniono, iż najbardziej efektywną formę wykorzystania w praktyce wyników Projektu, powinny być papierne oraz tekturownie.

Bowiem według opinii członków Komitetu Użytkowników, reprezentujących producentów opakowań, jest celowym i pożądanym, aby producenci opakowań z papieru i tektury otrzymali materiał zabezpieczony powłoką sorpcyjną. Wymaga to bliższej współpracy z producentami papieru i tektury, co mieć będzie miejsce w kolejnym etapie realizacji Projektu (II. półrocze 2013 r.).

W posiedzeniu Komitetu Użytkowników (kwiecień 2013), realizując sugestię, wzięli udział przedstawiciele wiodących firm produkujących tekturę oraz opakowania z tektury (firmy: Werner Kenkel i TFP).

Równolegle z pracami badawczymi prowadzone są przez Polską Izbę Opakowań działania na rzecz upowszechniania wiedzy o Projekcie SoLaPack oraz o uzyskiwanych rezultatach.

W ramach tych działań, między innymi wydano publikację „SoLaPak – Międzynarodowy Projekt Badawczy Inicjatywy CORNET”.

Projektowi SoLaPack poświęcona będzie sesja informacyjno-promocyjna oraz seminarium na Targach Opakowań dla Przemysłu Spożywczego PAKFOOD (MTP, 23-26 września 2013 r.).

**Biuro Krajowego
Koordynatora Projektu**



Konferencja „Innowacyjne Opakowania”

Wydawnictwo Polski Drukarz organizuje, pod patronatem Polskiej Izby Opakowań, konferencję „**Innowacyjne Opakowania**”.

Będzie to trzecia już konferencja z tego cyklu i podobnie jak poprzednie stanowić będzie forum wymiany doświadczeń pomiędzy dostawcami technologii do produkcji opakowań a drukarniami i ich klientami. Konferencja odbędzie się 18 września 2013 roku w Hotelu Ambasador Centrum w Łodzi (g. 9.30–16). Jej współorganizatorami są firmy: Digiprint, Heidelberg Polska, Infosystems, Jurczyk Design, Kodak Polska, Michael Huber Polska, Multifol. Przedstawiciele tych znanych na rynku dostaw-

ców technologii, maszyn, urządzeń i materiałów do produkcji opakowań poprowadzą prezentacje multimedialne. Patronat nad imprezą sprawują, poza Polską Izbą Opakowań: Polska Izba Druku, Festiwal Marketingu i Druku, miesięcznik „Świat DRUKU”, portale: drukarnie.com.pl i opakowania.com.pl.

W programie: *Opakowanie produktu a promocja marki – czyli jaki wpływ na odbiór marki przez klienta ma odpowiednie opakowanie; Kreacja opakowań metodami cyfrowymi; Technologie w służbie innowacyjności; Podłoża do druku opakowań; Wybrane innowacyjne rozwiązania technologiczne maszyn offsetowych wykorzystywanych do produkcji opakowań; Druk konwencjonalny czy druk UV – czyli technologia produkcji bezpiecznych opakowań w praktyce; Uszlachetnione i bezpieczne opakowania; Rozwiązania informatyczne dla branży opakowań.*

Opłata konferencyjna, 250 zł brutto, obejmuje: udział w konferencji, materiały konferencyjne, przerwy kawowe, lunch, miejsce parkingowe przy hotelu.

Rejestracja oraz wpłaty na konto wydawnictwa Polski Drukarz sp. z o.o.:

PeKaO S.A. oddział w Łodzi
nr konta: 24 1240 1545 1111 0000 1165 9583
do dnia 12 września 2013 r.

Więcej informacji: <http://www.akademia-wiedzy.eu/Konferencje/Poligrafia/Innowacyjne-opakowania-2013>

B.K.



Z życia Polskiej Izby Opakowań

Rada Polskiej Izby Opakowań na posiedzeniu w dniu 26 czerwca dokonała oceny realizacji uchwał Walnego Zgromadzenia Członków w tym stanu budżetu Izby.

Wysłuchała informacji o zorganizowanych w I półroczu misjach gospodarczych na targi opakowań w Kiszyniowie i Moskwie oraz przyjęła program misji na II. Półrocze.

Członkowie Rady zapoznali się z programem przedsięwzięć promocyjno-edukacyjnych organizowanych przez Izbę w ramach Targów PAKFOOD. Rada zatwierdziła także warunki i zasady organizacji zbiorowego stoiska oraz Salonu Promocji na tych targach.

Członkowie Rady zapoznali się z propozycjami Biura Izby, odnośnie programu przedsięwzięć organizowanych z okazji XX-lecia Izby (1994).

W tym punkcie obrad Rada zwróciła się do wszystkich członków Izby o zgłaszanie propozycji co do form i sposobów „uczczenia” Jubileuszu.

Członkowie Rady zapoznali się także z decyzjami Kapituły tytułu „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” odnośnie nominacji na rok 2013.

Rada pozytywnie oceniła działalność Izby w I półroczu oraz wyraziła zadowolenie z rosnącego zainteresowania ze strony firm członkostwem w Polskiej Izbie Opakowań.

(red.)

Rośnie grono członków Polskiej Izby Opakowań

Aktywna działalność Izby, a w szczególności na polu promocji, reklamy i marketingu, organizowanie różnorodnych form podnoszenia kwalifikacji, umacnianie roli i pozycji krajowego przemysłu opakowań w gospodarce i wśród społeczeństwa, to czynniki „przyciągające” firmy do grona członków Izby. Działalność wydawnicza, organizacja Kongresu Przemysłu Opakowań – służą upowszechnianiu wiedzy o polskim przemyśle opakowań.

Dobre kontakty z analogicznymi organizacjami zagranicznymi, silna pozycja na arenie międzynarodowej, sprzyjają rozszerzeniu udziału polskich firm opakowaniowych na rynkach zagranicznych (Rosja, Niemcy, Łotwa, Białoruś, Ukraina, Mołdawia, Armenia i inne).

Te i inne jeszcze inicjatywy oraz formy działalności Izby, sprawiają, iż rośnie zainteresowanie członkostwem w Izbie. Silnie motywującym jest fakt, iż przynależność do Izby stanowi czynnik nobilitujący firmę i umacniający jej rynkową pozycję.

Izba staje się swoistym klubem rzetelnych firm. Firm z dużym poczuciem odpowiedzialności za branżę wyrażającym się we wspieraniu organizacji, która jest autentycznym reprezentantem branży.

Na potwierdzenie rosnącego zainteresowania firm obecnością w Polskiej Izbie Opakowań, informujemy, że w okresie ostatnich kilku miesięcy akces do Izby zgłosiło 10 firm, a wśród nich: KRAM Polska Spółka Akcyjna; QUARTZ; J.S. HAMILTON S.A.; TFP Sp. z o.o.; KDS Sp. z o.o.; LASER-PAK Jerzy Erbel; DRUKPOL.FLEKSO Sp. z o.o.

(red.)

WARTO WIEDZIEĆ

23 września 2013 roku, w pierwszym dniu Targów dla Przemysłu Spożywczego PAKFOOD, mija 40 lat od pierwszych targów opakowań **TAROPA** zorganizowanych przez MTP w ramach targów TAKON (Targi Artykułów Konsumpcyjnych). Po roku, w nawiązaniu do tego rodzaju targów za granicą jak INTERPACK, MACROPAK i in., do nazwy TAROPA dodano literkę „K”. W ten sposób już w roku następnym (1974), targi opakowań „występowały” pod nazwą **TAROPAK**. Skoro już mowa o TAROPAK-u to warto wiedzieć, że kolejna edycja (przyszłoroczna) tych targów będzie już 29-tą i zorganizowana zostanie w dniach od 29 września do 2 października 2014 r.

Ponieważ w październiku 2014 roku minie 20 lat od powstania Polskiej Izby Opakowań, 29 edycja TAROPAK-u będzie dobrą okazją do zaakcentowania jubileuszu Izby.



W dniach 18-19 czerwca 2013 r. odbyła się we Wrocławiu III Międzynarodowa Konferencja Logistyki Odzysku zorganizowana przez M&M Consulting (wydawcę magazynu Logistyka Odzysku) oraz EKO CYKL Organizacja Odzysku S.A. Patronat nad tym wydarzeniem objęła Polska Izba Opakowań. Celem konferencji była wymiana doświadczeń i zdobywanie wiedzy z zakresu zrównoważonego gospodarowania odpadami.

Tegoroczna konferencja zgromadziła ponad 190 uczestników i 14 prelegentów z całego świata.

W programie konferencji ujęto m.in. następującą tematykę: odpowiedzialny łańcuch dostaw – ekonomiczne aspekty, praktyczne

przykłady; zagospodarowanie odpadów w świetle przepisów i doświadczeń.

Wydarzeniem towarzyszącym konferencji była Gala Finałowa I edycji konkursu Przedsiębiorca Efektywny Surowcowo 2012 oraz licytacja na rzecz Fundacji Korporacyjnej Rozwoju Społeczeństwa Ekologicznego Eko Cykl. Tytuł Przedsiębiorcy Efektywnego Surowcowo 2012 otrzymała firma B.EST TOYS Agnieszka Lewicka-Lydek.

Kolejna, VI edycja Konferencji Logistyka Odzysku odbędzie się w Warszawie w dniach 10-14 kwietnia 2014 r.



Firma RAWIBOX S. A., członek Polskiej Izby Opakowań była pierwszą fabryką tektury falistej w Polsce. Rozpoczęła działalność w 1902 roku. W latach 1945–1997 roku funkcjonowała jako przedsiębiorstwo państwowe. Zmiana ustroju, chęć dalszego rozwoju, zamiar utrzymania wysokiej pozycji na rynku oraz konieczność sprostania wymaganiom jakościowym, a co za tym idzie, potrzeba pozyskania dodatkowego kapitału na rozwój, sprawiły że w 1997 została sprywatyzowana przez francuską spółkę Sical należąca do Grupy Rossmann. Zaledwie rok później produkcja została uruchomiona w nowowytbudowanej przestronnej fabryce na obrzeżach miasta. W ostatnich latach (2006–2007) rozbudowano halę produkcyjną oraz magazyn o kolejne 4000 m².

Obecnie RAWIBOX z siedzibą w Rawiczu, jest firmą o ugruntowanej pozycji na rynku, wyróżniającą się znakomitą jakością produktów oraz wysokimi standardami obsługi klienta. Odnotowuje stały wzrost zamówień oraz coraz większą liczbę klientów zadowolonych ze współpracy.



Nowy projekt badawczy inicjatywy CORNET

Interesujące dla branży wyniki uzyskiwane w realizowanym aktualnie (2012-2014) międzynarodowym projekcie badawczym inicjatywy CORNET o akronimie SoLaPack, którego celem jest opracowanie warstwy pochłaniającej substancje szkodliwe w materiale opakowaniowym pochodzenia celulozowego, zachęcają Izbę do zaangażowania się w kolejny tego rodzaju projekt.

Tytuł nowego projektu „**Materiały opakowaniowe do żywności o selektywnej przepuszczalności tlenu i dwutlenku węgla**”, akronim **SELECTPERM**.

Co zdecydowało o zainteresowaniu się Izby tym projektem?

Otóż obecnie, do pakowania żywności używane są mikro- i nanoperforowane folie z tworzyw sztucznych, ponadto stosowane są również materiały o wysokich właściwościach barierowych, które umożliwiają pakowanie w modyfikowanej atmosferze. Żaden z tych materiałów nie został zoptymalizowany dla produktów charakteryzujących się różną intensywnością oddychania, takich jak warzywa, owoce czy niektóre rodzaje sera.

Perforowane materiały nie pozwalają na selektywność lub kontrolę wymiany gazowej, natomiast skład modyfikowanej

atmosfery w opakowaniach z materiałów o wysokiej barierowości ulega zmianie na skutek procesów oddechowych produktu, co po krótkim czasie niesie ryzyko wytworzenia warunków beztlenowych, niedotlenienia produktu.

Prezentowany projekt ma na celu opracowanie materiału opakowaniowego o selektywnej przepuszczalności O_2/CO_2 do pakowania świeżych produktów.

Projekt nastawiony jest na produkty, takie jak mieszanki świeżych, krojonych owoców i mieszanki warzywne oraz sery „typu Camembert”, ma na celu poprawę przydatności do spożycia „oddychających” produktów poprzez regulację wymiany gazowej, a tym samym przenikalności tlenu i dwutlenku węgla przez materiały opakowaniowe.

W celu opracowania zrównoważonego rozwiązania, w projekcie zostaną zastosowane materiały pochodzące z biomasy i/lub nadające się do recyklingu: planuje się zastosowanie zarówno papieru powlekanego folią o selektywnej przepuszczalności, jak również materiałów w całości wykonanych z polimerów (układów wielowarstwowych, charakteryzujących się zróżnicowanym składem).

Projekt zostanie podzielony na trzy fazy:

- Badanie i modelowanie potrzeb produktów w odniesieniu do wymiany gazowej.
- Opracowanie i walidacja materiałów opakowaniowych o selektywnej przepuszczalności.
- Analiza rentowności.

W Projekcie wezmą udział następujące jednostki:

- PIO (Polska Izba Opakowań) – jako koordynator krajowy i wnioskodawca
- CBIMO (Centrum Bioimmobilizacji i Innowacyjnych Materiałów Opakowaniowych – Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie) – wykonawca badań
- COBRO (Instytut Badawczy Opakowań) – wykonawca badań
- CELABOR (Walonia) – koordynator po stronie belgijskiej
- CERTECH (Centre de Ressources Technologiques en Chimie, Walonia)
- Fraunhofer IVV (Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung, Niemcy)
- Fraunhofer LBF (Fraunhofer Institute for Structural Durability and System Reliability, Niemcy)
- PTS (Papiertechische Stiftung, Niemcy) – koordynator po stronie niemieckiej

Firmy zainteresowane realizacją tego projektu, mogą zgłaszać do Polskiej Izby Opakowań swoje uczestnictwo w tzw. Komitecie Użytkowników. Jest to organ monitorujący realizację projektu, oceniający uzyskiwane rezultaty. Firmy reprezentowane w Komitecie Użytkowników, będą współpracować z jednostkami badawczymi w praktycznej aplikacji wyników badań.

Biuro Izby – Koordynatora Projektu

Portal opakowania.com.pl GRUPA ROTOPINO.PL

do dyspozycji firm-członków Polskiej Izby Opakowań

W ramach współpracy pomiędzy Polską Izbą Opakowań, a branżowym portalem internetowym **opakowania.com.pl**, członkowie Izby mogą korzystać z portalu, zamieszczając informacje o aktualnościach, nowościach i promocjach dotyczących działalności i produktów firmy. Informacje takie będą zamieszczane bezpłatnie. We wszystkich sprawach związanych ze współpracą z portalem **opakowania.com.pl** prosimy o kontakt z panią Agatą Chelminiak, Specjalistą ds. Reklamy Internetowej (a.chelminiak@rotopino.pl).

Niżej autorska informacja o portalu:

Portal **opakowania.com.pl** to najstarszy portal branży opakowaniowej. Stanowi źródło profesjonalnych i rzetelnych informacji. Prezentuje firmy z sektora opakowań, nowości i aktualności branżowe. Portal **opakowania.com.pl** przekazuje użytkownikom najaktualniejsze tendencje na rynku oraz obejmuje patronatem medialnym wszystkie ważniejsze wydarzenia związane z dziedziną opakowań.

Użytkownicy naszego portalu **opakowania.com.pl**, który powstał w kwietniu 1999 roku, tworzą bardzo lojalną społeczność. Pozwalają nam wierzyć, że stanowimy ważne źródło informacji, ale przede wszystkim źródło zleceń. Ogromną przewagą nad portalami hory-

zontalnymi i silnym argumentem portalu branżowego, jest specyficzna, ogromna grupa odbiorców, składających się z klientów związanych z branżą opakowaniową.

Dzięki indywidualnemu podejściu do każdego zadania i niezwyklej pasji z jaką oddajemy się pracy, z każdym dniem zdobywamy zaufanie nowych klientów. Udane kampanie reklamowe naszych klientów zaowocowały przywiązaniem i zaufaniem dla portalu. Wierzymy bowiem, że profesjonalizm, wiedza i doświadczenie to klucz do sukcesu.

Od początku swojej działalności serwis **opakowania.com.pl** stanowi pomost pomiędzy firmami, dostarczając im narzędzia internetowe, które realnie przekładają się na zwiększenie kontaktów biznesowych. Giełda portalu **opakowania.com.pl** to unikalne rozwiązanie technologiczne tworzące platformę handlową pozwalającą na poszerzenie grupy odbiorców.

Wychodząc naprzeciw zmieniającym się oczekiwaniom użytkowników wprowadzamy nowe usługi na portalu. Powstają działy takie, jak „Promocje”, „Konkursy” czy „Katalogi i cenniki” oraz tajemniczy „Artykuł Premium”.

Opakowania.com.pl to Twoja platforma komunikacji z Twoją branżą i Twoimi klientami.

Kilkunastoletnie doświadczenie sprawia, że wiemy jak: wykreować Twój wizerunek w mediach; zyskać przewagę konkurencyjną; skutecznie przedstawić Twoją ofertę; sukcesywnie zwiększać rynek odbiorców; śledzić trendy i nowinki w branży; efektywnie komunikować Twoją markę; dostosować odpowiednie narzędzia.

Zapraszamy do współpracy.

Redakcja **opakowania.com.pl**

Z Polską Izbą Opakowań na międzynarodowych branżowych wystawach

Polska Izba Opakowań na wystawie RosUpack w Moskwie

Dzięki zawartemu przez Izbę porozumieniu z firmą wystawową, organizatorem wystawy RosUpack (18–21 czerwca), Izba dysponowała stoiskiem informacyjno-promocyjnym, na którym swoją ofertę zaprezentowały firmy ECOR Product ze Słeszewa oraz ARTBOX (Wrocław) i Quartz (Nowy dwór Mazowiecki). Najbardziej okazałą była ekspozycja firmy ECOR Product. Oferta tej firmy cieszyła się dużym zainteresowaniem.

W tegorocznej edycji RosUpack-u wzięło udział ok. 700 wystawców z 26 krajów. Ofertę miejscowego (rosyjskiego) przemysłu opakowań reprezentowało ok. 350 firm. Spośród firm zagranicznych przeważali wystawcy z Chin – 58 firm, Turcji – 36 firm, Niemiec – 25 firm, Włoch – 18 firm. Polski przemysł opakowań reprezentowało 6 firm, wliczając stoisko Polskiej Izby Opakowań. Izbę na tej wystawie reprezentował dyr. Wacław Wasiak, co stanowiło okazję do odbycia kilku ważnych spotkań, których celem była promocja polskiej oferty opakowaniowej na rynku Federacji Rosyjskiej. W szczególności zagadnieniu temu poświęcone było spotkanie z Aleksandrem Bojko – dyr. Generalnym Konfederacji Producentów Opakowań Rosji oraz z Panią Anną Madej – II Sekretarzem Ambasady RP w Moskwie, reprezentującą wydział Promocji Handlu i Inwestycji (WPHI). Spotkanie to było okazją do wręczenia, przyznanego WPHI przez kierownictwo Izby, dyplomu uznania za współpracę na rzecz rozwoju obecności polskich firm opakowaniowych na rynku rosyjskim.



Stoisko PIO na tegorocznej edycji RosUpack-u

Zaproszenie na wystawę do Budapesztu, Bukaresztu, Mińska i Norymbergii

Zgodnie z programem misji gospodarczych na targi i wystawy opakowaniowe, Izba organizuje misje we wrześniu na targi MIR UPAKOVKI w Mińsku (10–13.09) oraz na targi Fach Pack w Norymberdze (24–26.09). Na targach tych uczestnicy misji mieć będą do dyspozycji stoisko informacyjno-promocyjne.

W październiku, członkowie Izby mogą skorzystać z zaproszenia Centrum Wystawowego HUNGEXPO w Budapeszcie do udziału w wystawie BUDATRANSPACK (1-3 października). Również na tej wystawie Izba dysponować będzie własnym stoiskiem wystawowym. Ponadto polskie firmy opakowaniowe będą mogły skorzystać ze stoiska Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji ambasady RP w Budapeszcie. Szczegóły w biurze Izby.

Zaś na przełomie października i listopada (30.10–2.11) centrum wystawowe ROMEXPO w Bukareszcie, organizator wystawy ALL PACK, zaprasza członków Izby do zwiedzenia tej wystawy w ramach misji gospodarczej organizowanej przez Polską Izbę Opakowań. Również na wystawie/targach ALL PACK Izba dysponować będzie własnym stoiskiem informacyjno-promocyjnym do wykorzystania przez uczestników misji.

Praktycznie, poza misją do Mińska, jest jeszcze możliwość zgłoszenia udziału w pozostałych misjach. Zainteresowanych prosimy o pilny kontakt z Biurem Izby biuro@pio.org.pl
Szczegóły na stronie: www.pio.org.pl

red.

Do ważnych należało spotkanie z prezydentem Światowej Organizacji Opakowań panem Tomaszem Szanajderem. Dyr. Izby przekazał p. T. Szanajderowi zaproszenie do udziału w uroczystościach jubileuszowych XX lecia Polskiej Izby Opakowań, które odbędą się w październiku 2014 roku. Podczas spotkania z redaktorem naczelnym branżowego czasopisma „Tara i Upakovaka” Igiorem Smirennym, a zarazem wiceprezydentem Konfederacji Producentów Opakowań Fed. Rosyjskiej omówiono rezultaty dotychczasowej współpracy na rzecz promocji polskiej oferty opakowaniowej w Rosji. W uznaniu dotychczasowego dorobku i zasług tego czasopisma w tym obszarze działalności, dyr. Wasiak przekazał red. I. Smirennemu, przyznany przez Izbę dyplom uznania.

red.



Seminarium

OPAKOWANIE a ŻYWNOŚĆ

organizowane w trakcie targów
POLAGRA FOOD i PAKFOOD
przez Polską Izbę Opakowań
w dniu 25 września 2013 r.

Targi żywności (Polagra Food) oraz targi opakowań do żywności (Pakfood) to wyjątkowa okazja do refleksji na temat opakowań do żywności. Stąd inicjatywa Polskiej Izby Opakowań zorganizowania w tym czasie seminarium, którego głównym tematem będzie analiza różnorodnych relacji pomiędzy opakowaniem a żywnością.

W szczególności, dwa aspekty wydają się interesującymi, zarówno dla producentów żywności jak i producentów opakowań do żywności.

Pierwszy, to bezpieczeństwo opakowań, często określane „zdrowotnym”. Chodzi o ochronę produktu przed przenikaniem substancji o szkodliwych dla zdrowia człowieka własnościach oraz o zachowanie w możliwie długim czasie zdolności produktu do spożycia. Często określamy to wpływem opakowania na kształtowanie jakości żywności.

Drugi, równie ważny, tym razem dla producentów żywności, to rola opakowania w kształtowaniu marki produktu, często określamy to pozycjonowaniem marki na rynku. Jak zatem wykorzystać opakowanie w celu uzyskania przewagi konkurencyjnej?

Właśnie tym zagadnieniom poświęcone będzie seminarium „Opakowanie a Żywność” organizowane przez Polską Izbę Opakowań w trzecim dniu targów **Polagra Food i Pakfood – 25 września 2013 r.**

Referaty wprowadzające do dyskusji na te i inne tematy związane z opakowaniami wygłoszą znani specjaliści z dziedziny towaroznawstwa i opakowalnictwa, pracownicy naukowo-dydaktyczni Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu: dr hab. Magdalena Ankiel-Homa; dr Karolina Assman; dr Natalia Czaja-Jagielska; dr hab. inż. Krzysztof Melski.

Interesującym uzupełnieniem tej tematyki będą referaty na temat: opakowania do żywności w łańcuchu dostaw oraz ochrona prawna wzornictwa opakowań do żywności.

Uczestnicy seminarium otrzymają zaproszenia upoważniające do wolnego wstępu na teren MTP w dniu seminarium oraz publikację „Przemysł opakowań w Polsce. Stan. Perspektywy. Oferta”. W programie przewidziano także lunch.

Koszt uczestnictwa symboliczny: 123 PLN brutto od osoby. Członkowie Izby korzystają z 50 proc. zniżki (61,50 PLN brutto).

Zainteresowanych uczestnictwem w seminarium prosimy o przesyłanie kart zgłoszeń na adres Biura Polskiej Izby Opakowań przed 16 września.

Formularz Zgłoszenia do pobrania na www.pio.org.pl

Po przesłaniu zgłoszenia i dokonaniu wpłaty, organizator prześle karty uczestnictwa w seminarium wraz z kartami wstępu na teren MTP oraz szczegółowy program seminarium.

Biuro Izby

Polska Izba Opakowań na targach PAKFOOD-2013

Targi Opakowań dla Przemysłu Spożywczego PAKFOOD, stanowią szczególną okazję do zaprezentowania producentom żywności oferty przemysłu opakowań.

W prezentacji tej oferty ważny udział przypadnie w tym roku Polskiej Izbie Opakowań.

Izba będzie bowiem organizatorem zbiorowej ekspozycji, w ramach której swoją ofertę przedstawią firmy: ART-BOX; COBRO; EUROPAL; J.S. HAMILTON; PAKMAR; ARMENPACK.

Wzorem lat ubiegłych, funkcjonował będzie Salon Promocji Polskiej Izby Opakowań, jako miejsce prezentacji firm (pokazy filmów, wystawa literatury firmowej) oraz spotkań z potencjalnymi klientami.

Ponadto, Izba będzie organizatorem seminariów poświęconych ogólnym zagadnieniom opakowalnictwa oraz szczegółowym, dotyczącym opakowań do żywności. Program przedsięwzięć promocyjno-edukacyjnych organizowanych przez Polską Izbę Opakowań zamieszczamy na str. 16. Zapraszamy zatem zarówno wystawców jak i zwiedzających targi PAKFOOD oraz POLAGRA FOOD, do udziału w tych przedsięwzięciach.

W pierwszym dniu targów (23 września) o godz. 10⁰⁰ w Salonie Promocji (paw. 3, stoisko 50) odbędzie się ceremonia otwarcia zarówno Salonu jak i zbiorowej ekspozycji Izby (Stoisko 49).

W programie: wręczenie nominacji do tytułów „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” i „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań”; wręczenie certyfikatów członkostwa w Izbie; losowanie monografii „Przemysł Opakowań w Polsce. Stan. Perspektywy. Oferta” oraz okolicznościowa lampka szampana.

Serdecznie zapraszamy!

B.K.

Targi Opakowań dla Przemysłu Spożywczego PAKFOOD-2013 zapraszają!

Uprzejmie przypominamy naszym Czytelnikom, że za 3 tygodnie (23-26 września) odbędą się – organizowane co 2 lata – specjalistyczne targi opakowań do żywności. Targi te organizowane równoległe z Międzynarodowymi Targami Żywności POLAGRA FOOD, stanowią doskonałą okazję do zaprezentowania producentom żywności najnowszej oferty opakowaniowej. Z tej okazji Polska Izba Opakowań organizuje seminarium „**Opakowanie a żywność**”, w dniu 25 września, godz. 11⁰⁰ (Niebieska Sala Konferencyjna). Wstęp płatny 123 zł. Dla członków Izby – 62,50 zł.

Ci spośród Państwa, którzy nie zdążą przesłać formalnego zgłoszenia uczestnictwa przed 16 września, na adres Biura Izby, mogą zarejestrować swoje uczestnictwo na stoisku Izby (nr 49, paw. 3) w dniach 23 i 24 września.

red.

Program przedsięwzięć promocyjno-edukacyjnych organizowanych przez Polską Izbę Opakowań na targach PAKFOOD-2013



23 września (poniedziałek)

10⁰⁰-11⁰⁰ Otwarcie zbiorowej ekspozycji firm zrzeszonych w Izbie oraz Salonu Promocji; w programie:

- Inauguracja Dnia Opakowań
- Ogłoszenie wyników plebiscytu na tytuły: „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” i „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań”. Spotkanie z laureatami;
- Wręczenie nominacji laureatom plebiscytu „Zasłużeni dla Przemysłu Opakowań”;
- Wręczenie certyfikatów członkostwa w Polskiej Izbie Opakowań;
- Losowanie monografii „Przemysł opakowań w Polsce”;
- Okolicznościowa lampka szampana.

Miejsce: Salon Promocji Polskiej Izby Opakowań, paw. 3, stoisko 50.

11⁰⁰-13⁰⁰ Wręczenie dyplomów dokumentujących uzyskanie tytułu „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań” Firmie DEKORGLASS Działdowo S.A., oraz tytułu „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” red. Marianowi Feldmanowi z redakcji miesięcznika „Opakowanie”.

Miejsce: Paw. 11, uroczystość otwarcia targów: Pakfood, Polagra Food, Polagra Tech, Polagra Gastro, Invest Hotel.

13³⁰-16³⁰ Seminarium „Przemysł i rynek opakowań – wybrane problemy”; w programie: czynniki determinujące rozwój przemysłu i rynku opakowań; badania naukowe wspierające rozwój opa-

kowań (projekt SoLaPack, badania Centrum Bioimmobilizacji i Innowacyjnych Materiałów Opakowaniowych); ochrona prawna wzornictwa opakowań; opakowania o logistyka (opakowania w łańcuchu dostaw).

Miejsce: Sala Konferencyjna Niebieska (antresola Holu Wschodniego, obok paw. 3).

Wstęp wolny

24 września (wtorek)

10⁰⁰-11⁰⁰ Prezentacja międzynarodowego projektu badawczego inicjatywy CORNET (SoLaPack) mającego na celu zapobieganie migracji krytycznych substancji przez zastosowanie warstwy sorpcyjnej na materiale opakowaniowych pochodzenia celulozowego – spotkanie z realizatorami projektu.

11⁰⁰-12⁰⁰ Prezentacja: Polska Izba Opakowań – zadania, działalność, warunki członkostwa.

12⁰⁰-16⁰⁰ Prezentacja firm branży opakowań i ich ofert (wg odrębnego programu).

Miejsce: Salon Promocji Polskiej Izby Opakowań, paw. 3, stoisko 50.

25 września (środa)

10⁰⁰-13⁰⁰ Sesja promocyjno-ofertowa firm zrzeszonych w Izbie (wg odrębnego programu).

Miejsce: Salon Promocji Polskiej Izby Opakowań, paw. 3, stoisko 50.

11⁰⁰-15⁰⁰ Seminarium „Opakowania a żywność”, w programie: rynek opakowań do żywności, stan i perspektywy; wpływ opakowań na jakość żywności; rola opakowań do żywności w kształtowaniu marki produktu; opakowania żywności ogrzewanej mikrofalowo oraz utrwalanej radiacyjnie; ocena opakowań do żywności; ochrona prawna form przestrzennych opakowań do żywności; opakowania do żywności a logistyka.

Miejsce: Sala Konferencyjna Niebieska (antresola Holu Wschodniego, obok paw. 3).

Wstęp płatny

50 zł + VAT (członkowie Izby), 100 zł + VAT (pozostali uczestnicy)

14⁰⁰-16⁰⁰ Prezentacja firm branży opakowań i ich ofert (wg odrębnego programu).

16⁰⁰ Prezentacja: Polska Izba Opakowań – zadania, działalność, warunki członkostwa.

Miejsce: Salon Promocji Polskiej Izby Opakowań, paw. 3, stoisko 50.

Formularze zgłoszeń uczestnictwa w seminariach do pobrania od 20 sierpnia na stronie www.pio.org.pl

red.

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: Beata Pyś-Skrońska ♦ 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: 400 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. Wpłat należy dokonywać na konto Polskiej Izby Opakowań po uprzednim przesłaniu zamówienia na adres Redakcji.

