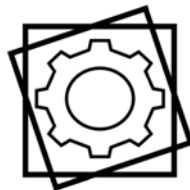


OPAKOWANIA W ŁAŃCUCHU DOSTAW



tematem

III KONGRESU PRZEMYSŁU OPAKOWAŃ

Polska Izba Opakowań wspólnie z Międzynarodowymi Targami Poznańskimi organizuje w trakcie XXX jubileuszowej edycji targów TAROPAK, trzeci już Kongres Przemysłu Opakowań (27 września). Dwa poprzednie miały miejsce w latach 2012 i 2014.

Miano Kongresu nadawane jest spotkaniom poświęconym szczególnie ważnym zagadnieniom dotyczącym roli

i miejsca opakowań w gospodarce i dla społeczeństwa. Mówi o tym dyr. Izby (przewodniczący Komitetu Organizacyjnego Kongresu) w rozmowie zamieszczonej na str. 7 Biuletynu.

Tym razem, organizatorzy uznali, iż na kongresową rangę zasługuje temat „Opakowania w łańcuchu dostaw”.

dokończenie na s. 6

Echa Walnego Zgromadzenia Członków Polskiej Izby Opakowań

Z udziałem ok. 50 delegatów, w dniu 17 marca 2016 r., obradowało doroczne Walne Zgromadzenie Członków Izby.

Podobnie jak w latach poprzednich, delegaci dokonali oceny działalności organów Izby w okresie sprawozdawczym (2015) oraz przyjęli program działalności i budżet na rok 2016. Pozytywnie oceniając działalność Izby w okresie sprawozdawczym, delegaci udzielili absolutorium organom Izby.

Wyjątkowo owocną we wnioski, opinie i oceny oraz propozycje dalszych działań okazała się dyskusja (12 uczestników). Uwaga delegatów koncentrowała się

wokół programu Izby i zawartych w tym dokumencie form i kierunków działalności oraz zaproponowanych priorytetów.

Do najważniejszych, uznanych za priorytetowe i wyznaczających kierunki działalności Izby w 2016 roku i latach najbliższych zaliczono:

- **Szersze otwarcie Izby na całą branżę**, na wszystkie firmy (przedsiębiorstwa) bez względu na ich przynależność do Izby;
- **Kontynuowanie działań na rzecz promocji polskiej oferty opakowaniowej na rynkach zagranicznych**;

dokończenie na s. 2

W numerze m.in.:

- III Kongres Przemysłu Opakowań
- Echa Walnego Zgromadzenia Członków
- Badania podatności na rozkład jednorazowych toreb foliowych
- III Kongres Przemysłu Opakowań w rozmowie z przewodniczącym Komitetu Organizacyjnego
- Z życia Polskiej Izby Opakowań
- Warto wiedzieć
- 95 lat Międzynarodowych Targów Poznańskich
- Warunki uczestnictwa w Kongresie
- Partnerzy wspierający i Patroni Medialni Kongresu
- Pakiet Partnera Wspierającego

OPAKOWANIA W ŁAŃCUCHU DOSTAW



dokończenie ze s. 1

O roli i znaczeniu opakowań mieliśmy okazję pisać wielokrotnie na łamach Biuletynu. Problematyka opakowań jest tematem wielu konferencji, seminariów i warsztatów organizowanych przez różne instytucje, organizacje i czasopisma branżowe. Co świadczy o szerokim zainteresowaniu zarówno producentów opakowań jak i ich użytkowników. Któż bowiem z nas, na co dzień, nie spotyka się z opakowaniami różnych towarów (wyrobów, przedmiotów).

Od wielu stron i z różnych punktów widzenia prezentowana jest tematyka opakowań. Szczególną uwagę poświęcamy różnym funkcjom opakowań, najczęściej ochronnej i marketingowej. Wiele uwagi poświęcamy bezpieczeństwu opakowań dla człowieka i środowiska. Dotyczy to opakowań żywności, choć nie tylko.

Rzadziej patrzmy na opakowanie jako gwaranta bezpiecznego dostarczenia produktu do konsumenta. Nie zawsze producenci pakowanych wyrobów oraz producenci opakowań, zdają sobie sprawę, co może spotkać „po drodze” do konsumenta (klienta) opakowanie i umieszczony w nim produkt.

Rozumiany (w uproszczeniu) przez organizatorów Kongresu łańcuch dostaw obejmuje m.in. takie etapy, wspomnianej drogi jak: pakowanie – transport – magazynowanie – transport do sklepu – manipulacje w sklepie – transport do klienta.

W trakcie tej drogi zapakowany produkt, podlega często kilkakrotnym operacjom „załadunku”, „przeładunku” i „rozładunku”. Pakowany jest w opakowanie jednostkowe, te zaś w zbiorcze, a na koniec w transportowe.

To nie łatwa droga dla opakowania. Warto zatem dobrze ją poznać, aby odpowiednio do niej przygotować opakowanie. Ponadto trzeba mieć świadomość, iż za bezpieczeństwo opakowania w łańcuchu dostaw odpowiadają wszyscy uczestnicy (realizatorzy) tego procesu. Często bowiem podkreślamy, iż opakowanie nie jest „pancerne”. Może ulec uszkodzeniu, a wraz z nim produkt. Trzeba, aby wiedza o odpowiedzialności i obowiązkach całego „łańcucha dostaw” stała się bardziej powszechną. Temu ma służyć III Kongres Przemysłu Opakowań. Serdecznie zachęcamy do udziału. Więcej we wspomnianej rozmowie Beaty Pyś-Skrońskiej z Wacławem Wasiakiem, przewodniczącym Komitetu Organizacyjnego, dyr. Polskiej Izby Opakowań.

Zachęcamy także członków Izby do partnerstwa wspierającego Kongres. W zamian za wsparcie (w kwocie 2000 zł netto) oferujemy bogaty pakiet usług promocyjnych. Więcej na portalu Izby www.pio.org.pl i stronie 16 Biuletynu.

(red.)

Echa Walnego Zgromadzenia Członków Polskiej Izby Opakowań

dokończenie ze s. 1

- **Umocnienie roli i pozycji Izby** jako reprezentanta firm (przedsiębiorstw i instytucji) stanowiących branżę opakowań, mając na uwadze rozwój krajowego przemysłu opakowań.

Realizacji tych zadań mają służyć m.in. takie przedsięwzięcia jak: powołanie Rady Rozwoju Przemysłu Opakowań, której celem byłoby dokonywanie ocen stanu przemysłu, określanie pożądanych kierunków rozwoju oraz analizowanie i ocena warunków funkcjonowania firm oraz występowanie do władz w sprawach utrudniających rozwój branży. W skład Rady weszliby przedstawiciele organizacji działających w branży opakowań oraz firm reprezentujących różne segmenty przemysłu opakowań (opakowania, materiały opakowaniowe, maszyny i urządzenia). Rada stanowić będzie gremium niezależne od Polskiej Izby Opakowań. Izba zapewniłaby jedynie obsługę działalności tego organu.

W najbliższym czasie kierownictwo Izby wystąpi z tą inicjatywą do zainteresowanych utworzeniem takiego gremium. Przewiduje się, iż Rada spotykałaby się co najmniej raz w roku w celu

omówienia najbardziej ważnych dla rozwoju branży problemów.

Wzbogacaniu form promocji polskich opakowań ma służyć inicjatywa ustanowienia marki „**polskie opakowanie**”. Opakowania oraz maszyny i urządzenia wyróżniające się wysoką jakością, nowoczesnością, bezpieczeństwem, uzyskiwałyby certyfikat Izby potwierdzający, iż jest to polski produkt wysokiej jakości. Wyroby te oznaczane byłyby specjalnym znakiem.

Delegaci na WZC, uznając za szczególnie ważną realizację obu tych inicjatyw, zobowiązali Radę do niezwłocznego opracowania stosownych dokumentów.

Tradycyjnie już, Walne Zgromadzenia Członków stanowi okazję do wręczenia certyfikatów członkowskich firmom, które w okresie sprawozdawczym powiększyły grono członków. Wręczenie certyfikatów poprzedziły prezentacje zawierające informacje o ich historii, działalności i ofercie rynkowej.

Obradom przewodniczył Aleksander Mackiewicz, prezes zarządu w firmie POMONA COMPANY Ltd.

(red.)



Z sali obrad Walnego Zgromadzenia Członków



Badania podatności na rozkład jednorazowych toreb foliowych podczas kompostowania odpadów kuchennych

1. Wstęp

Ograniczenie stosowania i bezpieczne dla środowiska zagospodarowanie zużytych jednorazowych toreb foliowych w Polsce jak i innych krajach Unii Europejskiej stanowi w dalszym ciągu nierozwiązany problem. Szacuje się, że w UE ok. 8 mld szt. tych toreb co roku trafia do środowiska stanowiąc ogromne zagrożenie, szczególnie dla ekosystemów wodnych. Średnio, mieszkańiec EU zużywa ok. 198 toreb foliowych rocznie. Wśród krajów, w których zużywa się najwięcej toreb foliowych znajdują się Estonia, Węgry, Łotwa, Litwa, Polska (ok. 466 szt./os.), Portugalia i Słowacja [1]. Dla porównania obywatel Danii zużywa rocznie jedynie 4 torby foliowe [2]. W wyniku zmian legislacyjnych dotyczących zużycia lekkich, plastikowych toreb na zakupy wykonanych z surowców nieodnawialnych (dyrektywa 2015/720/EU), kraje UE zobowiązane są do stopniowego ograniczenia rocznego zużycia toreb foliowych do 90 szt./os. do roku 2019 oraz do 40 do roku 2025 [3].

Jednym ze sposobów ograniczenia zużycia lekkich toreb foliowych na zakupy jest zakaz bezpłatnej ich dystrybucji w sklepach. Trudno o dane, które by potwierdzały skuteczność tego sposobu i zmianę zachowania konsumentów. Alternatywą dla tradycyjnych jednorazowych toreb foliowych wykonanych z tworzyw sztucznych mogą być torby, które są produkowane z tworzyw ulegających rozkładowi, a tym samym oczekuje się, że będą przyjazne dla środowiska. Dostępne są już w codziennym użyciu jednorazowe torby oznaczone jako „biodegradowalne”, „oksybiodegradowalne” czy też „kompostowalne”, które to mają ulegać rozkładowi w określonych warunkach. Świadomi ekologicznie konsumenci zadają sobie często pytanie, jak postępować z takimi torbami po ich użyciu? Czy podczas segregacji odpadów w gospodarstwach domowych należy je kwalifikować do frakcji biodegradowalnej odpadów czy też jako tworzywa sztucz-

ne przeznaczone do recyklingu? Czy rzeczywiście takie torby ulegają rozkładowi? Jeżeli tak, to w jakich warunkach i po jakim czasie? A jeżeli nie, to co się z nimi dzieje, kiedy trafią do środowiska?

Jednym z potencjalnych sposobów postępowania z jednorazowymi torbami foliowymi wykonanymi z tworzyw, które ulegają biodegradacji, może być ich kompostowanie z frakcją odpadów biodegradowalnych pochodzących z gospodarstw domowych, zarówno w kompostownikach jak i w przydomowych kompostownikach. Celem prezentowanych badań była ocena podatności na rozkład wybranych opakowań – toreb foliowych (tzw. „reklamówek”), wykonanych z materiałów polimerowych, oznaczonych jako „biodegradowalne” lub „kompostowalne” – w procesie kompostowania odpadów kuchennych. Dla porównania wykorzystano również konwencjonalne torby foliowe, ściereczki oraz doniczki ogrodnicze.

2. Materiały i metody

2.1. Materiały badawcze

Badania przeprowadzono w Instytucie Inżynierii Środowiska Politechniki Częstochowskiej [4]. Analizie poddano 12 różnych rodzajów materiałów z wybranych marketów na terenie miasta Częstochowy. Materiały badawcze obejmowały jednorazowe torby foliowe biodegradowalne i konwencjonalne, ściereczki

biodegradowalne oraz doniczki ogrodnicze do sadzonek (oznaczone symbolami od A do L, rys.1 i opisane w tabeli 1 zamieszczonej na następnej stronie). Każdy materiał badawczy został pocięty na 10 pasków o wymiarach 2 x 10 cm oraz związany sznurkiem na końcu którego zamocowano oznaczenie. Materiał badawczy umieszczono w woreczkach nylonowych, ułożono w bioreaktorach laboratoryjnych i przełożono warstwami mieszanki kompostowej, a następnie poddano kompostowaniu.

Do realizacji badań wykorzystano izolowane bioreaktory laboratoryjne o pojemności 40 litrów, umożliwiające symulację procesu kompostowania w warunkach przydomowych (rys. 2). W celu zapewnienia warunków tlenowych podczas procesu do bioreaktorów zatłaczano powietrze w objętości 4,5 L/min. W obu reaktorach znajdowała się mieszanka kompostowa składająca się z: odpadów kuchennych (7 kg), ścierek drzewnych (1 kg), trawy (1,5 kg) i wytlóków z marchewki (2,4 kg), dodatkowo do drugiego reaktora dodano biowęgiel (1,19 kg). Biowęgiel to materiał posiadający ciekawe właściwości, m.in. charakteryzuje się wysoką porowatością i znaczną powierzchnią właściwą. Tym samym, stwarza przyjazne warunki dla rozwoju mikroorganizmów podczas kompostowania i w rezultacie może wpływać korzystnie na dynamikę procesu kompostowania oraz rozkład badanych materiałów [5].

2.2. Metodyka badań

Doświadczenie prowadzono przez okres 31 dni. Przebieg procesu monitorowano w oparciu o zmianę temperatury wewnątrz bioreaktora (pomiaru temperatury dokonywano co 12 godzin). Po zakończeniu eksperymentu, badane materiały zostały pobrane z mieszanki kom-

dokończenie na s. 4



Rysunek 1. Wybrane materiały opakowaniowe [źródło własne]

Badania podatności na rozkład jednorazowych toreb foliowych podczas kompostowania odpadów kuchennych

dokończenie ze s. 3

Tabela 1. Charakterystyka materiałów badawczych na podstawie danych producenta

Materiał badawczy	Typ tworzywa	Opis producenta
A	bd*	Biała, konwencjonalna torba foliowa
B	HDPE	Torba oksybiodegradowalna d2w
C	bd	Przyjazna naturze; zawiera dodatek d ₂ w
D	Biały DEG	Produkt ekologiczny; torba z dodatkiem DEG
E	LDPE	Podlega jedynie recyklingowi
F	HDPE	Podlega jedynie recyklingowi
G	bd	Torba ulega oxo-biodegradacji w 100%
H	Włókno naturalne	Ściereczki biodegradowalne, w 100% ulega rozkładowi w warunkach kompostowych
I	Skrobia	Kompostowalny 7P0122
J	bd	Białe opakowania biodegradowalne
K	bd	AddiFlex oksybiodegradowalna
L	bd	Reklamówka ekologiczna, podlega recyklingowi

* brak danych



Rysunek 2. Bioreaktory laboratoryjne [źródło własne]

postowej i poddane ocenie wizualnej (tj. kolor, struktura, itp.). Następnie materiały oczyszczono, wysuszone i zważono w celu porównania z masą początkową. Podatność na rozkład opakowań określono na podstawie ubytku masy.

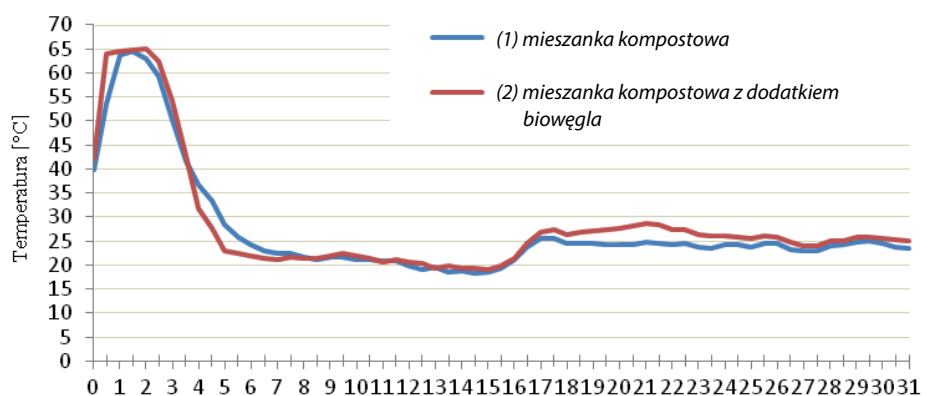
3. Wyniki i dyskusja

3.1. Przebieg procesu kompostowania

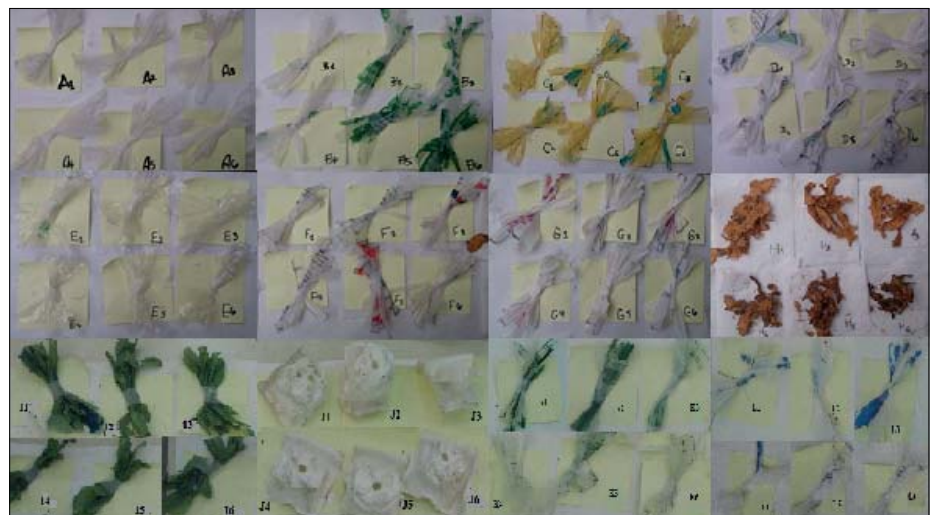
Po przeprowadzonym badaniu można zauważyć zmniejszenie objętości masy kompostowej. Zwiększyła się natomiast wilgotność w obu bioreaktorach, która wynosiła 78,60% dla mieszanki odpadów kuchennych oraz 70,05% dla mieszaniny z dodatkiem biowęglu. Odczyn pH w obu przypadkach ustalił się na poziomie bliskim 9,5. Temperatura otoczenia (18-24°C) sprzyjała procesowi kompostowania i pozwoliła na osiągnięcie wysokich temperatur (max. 65°C), wskazując, że proces kompostowania przebiegał poprawnie. Z wykresu (rys. 3) można zaobserwować następstwo faz, tj. wzrost temperatury oznacza począ-

tek fazy termofilowej, z kolei spadek informuje o przejściu w fazę mezofilową.

Dodatek biowęglu do mieszanki kompostowej przyczynił się do szybszego osią-



Rysunek 3. Przebieg zmian temperatury dla kompostowanych mieszanek: (1) mieszanka odpadów kuchennych i (2) mieszanka odpadów kuchennych z dodatkiem biowęglu [4]



Rysunek 4. Materiały opakowaniowe po procesie kompostowania [źródło własne]

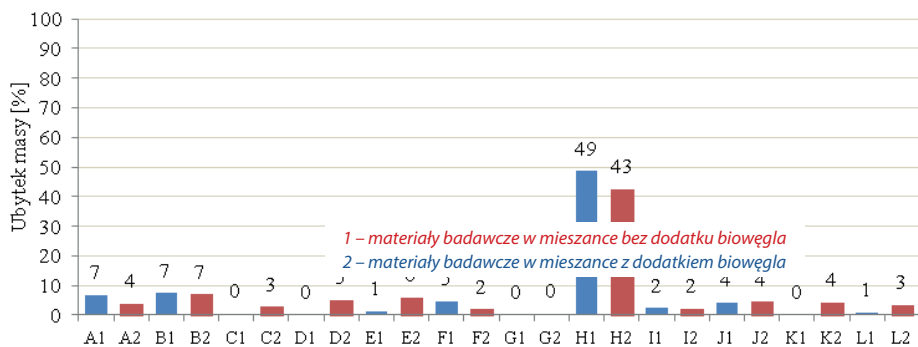
gnięcia wzrostu temperatury w porównaniu do mieszanki bez dodatku biowęglu. Biowęgiel wpływa nie tylko na dynamikę zachodzących przemian biochemicznych podczas kompostowania ale również posiada właściwości sorpcyjne oraz ogranicza straty azotu. Kompost z dodatkiem biowęglu może być stosowany jako nawóz w rolnictwie, zwiększając tym samym żyzność gleby i plonowanie roślin [5].

3.2. Ocena rozkładu badanych materiałów

Po zakończeniu procesu kompostowania oddzielono badane materiały od masy kompostowej. Materiały wymagały oczyszczenia, wysuszenia i zważenia w celu oznaczenia zmian masy. Dokumentację fotograficzną przedstawiono na rysunku 4. W ocenie wizualnej nie zaszły znaczące zmiany, można zauważyć lekkie przebarwienia w próbce B i C. Z kolei materiał H uległ znacznej degradacji spowodowanej rozkładem biologicznym.

Jednorazowe torebki foliowe uległy nieznacznemu rozkładowi (rys. 5 na następnej stronie). Procent ubytku masy





Rysunek 5. Procentowy ubytek masy w zależności od materiału opakowaniowego [4]

dochodził do 7-8%, jedynie materiał H (tj. ściereczki biodegradowalne) osiągnął znaczący ubytek masy (49%).

Jednorazowe torebki foliowe zawierające w swoim składzie polietylen (B i F) uległy nieznacznemu rozkładowi, osiągając ubytek masy bliski 5%. W przypadku „reklamówek” oznaczonych jako oksybiodegradowalne odnotowano znikomy ubytek masy, podobnie było w przypadku opakowań konwencjonalnych (ubytku dochodził do 7%). Brak zmian zaobserwowano w próbce G, w której nie stwierdzono nawet minimalnej degradacji (0%).

Kompostowanie w warunkach przydomowych może stanowić jeden ze sposobów zagospodarowania opakowań biodegradowalnych, w tym foliowych toreb. Jednakże na podstawie otrzymanych wyników można stwierdzić, że rozkład badanych materiałów biodegradowalnych, oksybiodegradowalnych i kompostowalnych był nieznaczny. Jedynie w przypadku ściereczek biodegradowalnych (próbka H) odnotowano zmianę wizualną i wagową. Różnica dotycząca ubytku masy materiałów ze względu na rodzaj mieszanki, w której były umieszczone, mogła być spowodowana większą aktywnością mikroorganizmów na skutek dodatku biowęgla. Można przypuszczać, że wydłużenie okresu kompostowania mogłoby wpłynąć na ubytek masy badanych materiałów. Przy czym, w badaniach założono, że ocena rozkładu wybranych materiałów będzie określona po zakończeniu aktywnej fazy kompostowania. Podobny eksperyment został przeprowadzony w Czechach. Naukowcy badali przez 12 tygodni podatność na rozkład opakowań kompostowalnych. Foliowe „reklamówki” wyprodukowane z HDPE lub składników naturalnych (skrobia) nie uległy rozkładowi [6]. Również i w Polsce prowadzono podobne badania, których wyniki potwierdzają założenie, że używane powszechnie torebki foliowe – określane jako przyjazne

środowisku ze względu na biodegradowalne lub kompostowalne materiały, z których zostały wykonane – nie ulegają rozkładowi podczas miesięcznego kompostowania z odpadami kuchennymi [7].

4. Wnioski

Na podstawie przeprowadzonych badań można stwierdzić, iż w procesie kompostowania odpadów kuchennych badane materiały nie uległy biodegradacji. Można przypuszczać, że jednorazowe torebki foliowe zmieszane z odpadami kuchennymi i poddane kompostowaniu nie uległy rozkładowi ze względu na brak podatności na biodegradację materiałów, z jakich zostały wykonane. Należy wskazać, że znaczącemu rozkładowi w tych warunkach uległy biodegradowalne ściereczki. Dodatek biowęgla miał wpływ na dynamikę procesu kompostowania i przyczynił się do osiągnięcia wyższej temperatury w początkowym etapie kompostowania.

Należy podkreślić, że producenci jednorazowych torebek foliowych często nie podają pełnej informacji odnośnie tworzywa z jakiego zostały one wykonane. Co więcej oznaczenia na torebkach i brak informacji, w jaki sposób należy postępować z nimi po użyciu i co się z nimi dzieje po wprowadzeniu do środowiska sprawiają, że przeciętny użytkownik ma trudności z rozróżnieniem torebek przyjaznych środowisku od tych, które takie nie są. Z przeprowadzonych rozmów z wybranymi klientami supermarketów wynika, że takie określenia umieszczone na torbach foliowych jak „biodegradowalny”, „oksybiodegradowalny”, „kompostowalny”, „przyjazny środowisku”, „podlegający recyklingowi” są różnie rozumiane. Można zatem stwierdzić, że niewystarczająca jest świadomość ekologiczna i wiedza dotycząca tworzyw, z których są wykonane powszechnie używane torebki foliowe oraz co się z nimi dzieje po użyciu [8].

Dalsze badania nad możliwością zagospodarowywania używanych powszechnie w Polsce jednorazowych torebek foliowych podczas kompostowania w warunkach przydomowych będą m.in. obejmowały przeprowadzenie testów kompostowości i biodegradowalności oraz weryfikację otrzymanych wyników w warunkach kompostowania przydomowego.

5. Literatura

1. Newsweek: KE chce zobowiązać kraje UE do ograniczenia zużycia plastikowych toreb, dane z Internetu: <http://swiat.newsweek.pl/komisja-europejska-plastikowe-torebki-newsweek-pl,artykuly,273946,1.html>
2. Lewis B.: European Union seeks to reduce plastic bag mountain, dane z Internetu: <http://www.reuters.com/article/2013/11/04/us-eu-plasticbags-idUSBRE9A30C120131104> (04.03.2015).
3. Cécile B.: EU to halve plastic bag use by 2019, dane z Internetu: <http://www.euractiv.com/section/sustainable-dev/news/eu-to-halve-plastic-bag-use-by-2019/> (24.02.2016).
4. Pudełko A., Malińska K.: Ocena podatności na rozkład wybranych materiałów opakowaniowych podczas kompostowania, Materiały Konferencyjne nr 8, XXXIX Studencka Konferencja Naukowa, Politechnika Częstochowska, 28 maj 2015.
5. Malińska K., Dach J.: Możliwości wykorzystania biowęgla w procesie kompostowania, Inżyniera Środowiska nr 36, luty 2014, s.28-39.
6. Vaverková M., Adamcová D., Zloch J.: How do degradable/biodegradable plastic materials decompose in home composting environment? Journal of Ecological Engineering, Volume 15, No.4, Oct. 2014, s. 82-89.
7. Dach J., Pilarski K., Marcinkowska A., Andrzejewska E.: Ocena wstępna stopnia rozkładu opakowań jednorazowych oferowanych przez sieci handlowe w procesach kompostowania i fermentacji, Journal of Research and Applications in Agricultural Engineering, 2011, Vol. 56.
8. Stanowisko Polskiego Związku Przetwórców Tworzyw Sztucznych <http://www.chemia-ibiznes.com.pl/aktualnosc/polski-zwiazek-przetworcow-tworzyw-sztucznych-zabieraglos-w-sprawie-torebek-foliowych>
9. Pudełko A.: Ocena biodegradowalności i przydatności opakowań do kompostowania, Praca dyplomowa inżynierska, Politechnika Częstochowska, 2015.

inż. Agnieszka Pudełko
dr inż. Krystyna Malińska

Institut Inżynierii Środowiska,
Wydział Infrastruktury i Środowiska,
Politechnika Częstochowska,
ul. Brzeźnicka 60a, 42-200 Częstochowa

III Kongres Przemysłu Opakowań „Opakowania w łańcuchu dostaw”

Rozmowa z Wacławem Wasiakiem, dyrektorem Polskiej Izby Opakowań, przewodniczącym Komitetu Organizacyjnego Kongresu

Redakcja: Polska Izba Opakowań organizuje w tym roku trzeci już, w okresie ostatnich 6 lat, Kongres Przemysłu Opakowań. Co jest celem tego rodzaju wydarzeń i dlaczego nadaje się im rangę kongresu?

Wacław Wasiak: Celem tych wydarzeń jest zwrócenie uwagi na najbardziej istotne dla branży opakowań problemy w danym okresie czasu. Zresztą nie tylko dla branży, ale w równym stopniu dla użytkowników opakowań, a więc rynku opakowań.

Właśnie znaczenie dla gospodarki i społeczeństwa spraw będących tematem obrad decyduje o randze nadawanej tego rodzaju spotkaniu.

W każdym przypadku, a dotyczy to zarówno pierwszego, drugiego jak i najbliższego Kongresu, jest dokonanie oceny stanu przemysłu opakowań, kierunków i warunków dalszego rozwoju, mając na uwadze zaspokojenie potrzeb gospodarki i społeczeństwa (ściślej rynku) na bezpieczne i przyjazne użytkownikom opakowania. Ten temat był wiodącym dla I-go Kongresu (2012 r.). W 2014 roku tematem kongresowych obrad było dostosowywanie opakowań do nowych produktów. Co wyrażało się w hasle „Innowacyjne opakowania dla innowacyjnych produktów”. Kongresowa debata pozwoliła na określenie wyzwań jakie formułuje rynek wobec opakowań.

Tegoroczny Kongres, z wiodącym tematem „Opakowania w łańcuchu dostaw” ma na celu ukazanie roli opakowania jako ważnego czynnika (elementu) decydującego o bezpieczeństwie wyrobu w drodze od jego producenta do końcowego użytkownika (klienta, konsumenta).

R.: Dlaczego organizatorzy uznali ten temat za zasługujący na kongresową debatę?

W.W.: O wyborze tego tematu zdecydowało znaczenie łańcucha dostaw, jako potencjalnego generatora strat powstających w produktach w trakcie ich drogi od producenta do konsumenta.

Jest kilka newralgicznych miejsc sprzyjających powstawaniu strat w całym procesie logistycznym. Należą do nich: pakowanie produktu do opakowania; magazynowanie; transport; rozpakowywanie. We wszystkich stadiach tego procesu uczestniczy opakowanie. Od jego dostosowania do technologii (sposobu) pakowania zależy czy nie będzie strat produktu. Operacje magazynowania wymagają odpowiedniego postępowania z opakowaniem. W transporcie produktu do magazynu, sklepu i do konsumenta istnieje wiele sytuacji krytycznych, w których opakowanie może ulec uszkodzeniu, a w rezultacie dojść do strat produktu.

Z analiz dokonanych w Izbie wynika, iż straty spowodowane niewłaściwym pakowaniem, magazynowaniem i transportem mogą sięgać 20-25% wartości wyprodukowanego towaru. To bardzo niepokojący wskaźnik. Prawie połowa tych strat powstaje z winy wadliwego pakowania i wadliwych opakowań. Druga połowa – z winy złego magazynowania i transportu.

Z różnych powodów nie stać nawet silnej gospodarki na takie straty. Stąd warto i trzeba doskonalić łańcuch dostaw, a w tym także opakowania. I temu celowi poświęcony będzie tegoroczny Kongres Przemysłu Opakowań.

R.: Wymieniona przez Pana skala strat jest wysoce niepokojąca. Czy na pewno mamy do czynienia z takim wskaźnikiem?

W.W.: Ocenę tę potwierdzają autorzy książki „Technika Pakowania” (wyd.

polskie PWN, 2014 r.) Anna i Henry Emblemowie.

A oto stosowny cytat: *według raportu Pira International straty spowodowane uszkodzeniami w europejskich łańcuchach dostaw rynku produktów szybkrotujących (FMCG) kosztowały przemysł ok. 3,5 mld euro każdego roku. Dodatkowo traci się do 3 proc. żywności z uwagi na zepsucie, zanim trafi do konsumenta. w przypadku owoców i warzyw dystrybuowanych luzem taka strata może sięgać nawet 25% zgodnie z tym co pokazują badania branży detalicznej. I dalej: Podejmowanie takich działań, jak »przeeglądy łańcucha dostaw« służących identyfikacji miejsc, w których starty te powstają, jest pierwszym krokiem do ich wyeliminowania.*

Również stenowiska ekspertów z innych krajów potwierdzają tę opinię. Warto zatem spojrzeć na łańcuch dostaw od tej strony. To nie jest pojedynczy byt. Łańcuch dostaw jest serią postępujących sekwencyjnie procesów i operacji, których „zarządcy” widzą opakowania od innej strony. Niejako w innym świetle. Chodzi zatem o ukazanie tych innych „podejść”, aby lepiej zrozumieć logikę łańcucha dostaw i miejsca oraz roli opakowania w tym łańcuchu. I w ten sposób – tak myślę – udało mi się uzasadnić trafność i potrzebę wyboru wiodącego tematu Kongresu.

R.: Rzeczywiście jest to zagadnienie o szerszym charakterze. Dotyczy większego grona interesariuszy. Zatem kogo Pan widzi w kongresowym audytorium?

W.W.: To bardzo dobre pytanie. Otóż rad będę jeśli wśród uczestników Kongresu znajdą się: projektanci i producenci opakowań; projektanci systemów i środków pakowania; projektanci i realizatorzy procesów



logistycznych; pracownicy centrów logistycznych i magazynów; dystrybutorzy i przedstawiciele sieci handlowych oraz pracownicy sklepów. Liczę także na obecność producentów pakowanych produktów. Warto bowiem, aby zdali sobie sprawę z drogi jaka czeka produkt w opakowaniu, do konsumenta. W jakich warunkach produkt pokona tę drogę? Chodzi o to, aby posiadając tę wiedzę zamówił odpowiednie opakowanie. Bowiem za straty powstałe w całym łańcuchu, w pierwszej kolejności odpowiada wytwórca produktu. Tylko w sytuacji kiedy potrafi jednoznacznie wskazać winnego powstałej straty, może go obciążyć konsekwencjami.

R. Zatem należy się spodziewać wielu referatów, naświetlających temat Kongresu od różnych stron.

W.W.: Rzeczywiście, wśród zgłoszonych na Kongres ok. 20 referatów, kilkanaście będzie zaprezentowanych w trakcie obrad, reszta zostanie zamieszczona w kongresowej monografii. Dotyczyć one będą różnych zagadnień, choć w każdym przypadku ściśle dotyczących tematu wiodącego Kongresu.

Tak więc będą referaty poświęcone roli opakowania w łańcuchu dostaw; „anatomii” łańcucha dostaw, jego funkcji i budowy oraz kierunków doskonalenia; bezpieczeństwa opakowań żywności w łańcuchu dostaw, a także bezpieczeństwa opakowań materiałów niebezpiecznych; systemom mocowania ładunków w transporcie; ekologicznym problemom łańcucha dostaw; kształceniu kadr dla obsługi procesów logistycznych.

Ciekawe ujęcie problemu synergii logistycznej opakowań w łańcuchu

dostaw zaprezentowane zostanie w referacie „Między efektywnością a efektywnością – czyli poszukiwanie synergii logistycznej opakowań w łańcuchach dostaw”.

Interesująco zapowiada się studium przypadków z obszaru sporów o źródła i winnych uszkodzeń produktów w łańcuchu dostaw.

Pełny program tematyczny Kongresu zaprezentujemy w połowie czerwca, po zaakceptowaniu przez Radę Programową.

R. Przekonał mnie Pan co do celowości organizowanego przedsięwzięcia i wyboru tematyki.

Myszę, że Kongres cieszył się będzie dużym zainteresowaniem. Życzę owocnych obrad i dziękuję za rozmowę.

**Rozmawiała
Beata Pyś-Skrońska**

Wspólne zaproszenie organizatorów Kongresu

Szanowni Państwo,

Pragniemy serdecznie zaprosić do udziału w III KONGRESIE PRZEMYSŁU OPAKOWAŃ.

Polska Izba Opakowań oraz Międzynarodowe Targi Poznańskie co dwa lata organizują spotkania poświęcone roli i znaczeniu opakowań, zarówno w życiu indywidualnego konsumenta, jak i dla gospodarki, nadając im rangę kongresów, ze względu na wagę i znaczenie omawianych zagadnień.

W tym roku, 27 września, w Poznaniu, w trakcie Międzynarodowych Targów Techniki Pakowania i Etykietowania TAROPAK oraz Targów Logistyki Magazynowania i Transportu LOGIPAK, obradował będzie III. Kongres Przemysłu Opakowań z wiodącym tematem „Opakowania w łańcuchu dostaw”.

Dlaczego ten temat? Otóż, pomimo doskonalenia wszystkich elementów składających się na system jaki stanowi „łańcuch dostaw”, nie udaje się znacząco zmniejszyć strat w towarach w trakcie drogi od ich producentów do końcowych użytkowników, czyli konsumentów.

Z analiz Polskiej Izby Opakowań wynika, iż straty spowodowane niewłaściwym pakowaniem, magazynowaniem i transportem sięgają 20% wartości wyprodukowanych towarów. To bardzo niepokojący wskaźnik. Oczywiście jego wartość zależy także od rodzaju towaru. Prawie połowa tych strat powstaje z winy wadliwego pakowania oraz wadliwych opakowań. Zaś druga połowa, z powodu złego magazynowania i transportu. Według raportu Pira International, straty spowodowane uszkodzeniami w europejskich łańcuchach dostaw rynku produktów

szybkrotujących kosztują przemysł ok. 3,5 mld euro rocznie. Jeśli problem strat zostałby wyeliminowany marże detaliczne wzrosłyby o 62 proc., o czym piszą w swojej książce Technika Pakowania Anne i Henry Emblem. Oczywiście, ważną rolę w bezpieczeństwie wyrobów w łańcuchach dostaw mają opakowania, ale byłoby dużym uproszczeniem obarczać winą za powstałe straty jedynie opakowania. Przecież mają one określoną wytrzymałość. Nie mogą być „pancerne”. Trzeba zatem przeanalizować udział pozostałych elementów łańcucha dostaw mających wpływ na bezpieczeństwo wyrobu.

W Kongresie przewidziano udział: projektantów i producentów opakowań; producentów pakowanych produktów; kadry kierowniczej centrów logistycznych i magazynów; przedstawicieli sieci handlowych i pracowników sklepów; wszystkich, którzy w swojej pracy spotykają się z opakowanymi produktami. Udział w Kongresie zapowiedzieli przedstawiciele praktyki oraz nauki.

Z wyrazami szacunku

Przemysław Trawa
Prezes Zarządu
Międzynarodowych
Targów Poznańskich

Prof. zw. dr hab. inż. Stanisław Tkaczyk
Prezes
Polskiej Izby Opakowań

Z życia Polskiej Izby Opakowań

W marcu i kwietniu do ważniejszych wydarzeń w życiu Izby należy zaliczyć: posiedzenia Rady i Komisji Rewizyjnej; obrady Walnego Zgromadzenia Członków; udział w targach opakowań Warsaw Pack i Packaging Innovations; posiedzenie Komitetu Organizacyjnego III Kongresu Przemysłu Opakowań; zawarcie porozumień z organizatorami targów Fach Pack i Packaging Depot; organizacja wspólnie z Federacją Gospodarki Żywnościowej RP Seminarium „Opakowania żywności”.

Więcej informacji o tych wydarzeniach znajduje się na łamach niniejszego numeru. Część na tej kolumnie.



Organizacja obrad WZC tematem posiedzenia Rady Izby

17 marca br., na drugim w tym roku posiedzeniu spotkali się członkowie Rady Polskiej Izby Opakowań. Posiedzenie poprzedziło obrady Walnego Zgromadzenia Członków i było w całości poświęcone organizacji sesji WZC oraz projektom dokumentów przewidzianych do przyjęcia przez delegatów.



Posiedzenie Komisji Rewizyjnej

Głównym tematem posiedzenia Komisji Rewizyjnej w dniu 17 marca br., było przygotowanie stanowiska dla delegatów na Walne Zgromadzenie Członków w sprawach absolutorium dla organów Izby za rok 2015 oraz w sprawie projektu programu działalności Izby oraz budżetu na 2016 rok.

W trakcie posiedzenia członkowie Komisji przyjęli rezygnację dotychczasowego członka Krzysztofa Krępy i uzupełnili skład o osobę Pawła Wojciechowskiego.



Przygotowania do Kongresu Przemysłu Opakowań. Posiedzenie Komitetu Organizacyjnego

5 kwietnia w siedzibie Polskiej Izby Opakowań obradował Komitet Organizacyjny III. Kongresu Przemysłu Opakowań.

Komitet został powołany decyzją Prezesa Izby z dnia 18 marca br. W skład Komitetu wchodzi 6 osób. Pracami Komitetu kieruje dyr. Izby Wacław Wasiak. Do ważniejszych zadań tego gre-

mium należy: opracowanie programu promocyjnego Kongresu i jego realizacja; opracowanie warunków uczestnictwa; opracowanie budżetu i pozyskanie środków; przeprowadzenie rekrutacji uczestników; pozyskanie Partnerów Wspierających; pozyskanie Patronów Medialnych; pozyskanie materiałów kongresowych (zaproszenia, druk monografii, karty uczestnictwa, teczki i inne); zapewnienie pomieszczeń (sala obrad) wraz z wyposażeniem; zapewnienie obsługi cateringowej (przerwy kawowe, lunch) oraz pomieszczeń na catering; organizacja ceremonii zamknięcia Kongresu; rozliczenie budżetu, zaspokojenie należności.

W trakcie posiedzenia członkowie Komitetu: zaopiniowali ramowy program Kongresu; przyjęli harmonogram prac nad kongresowymi materiałami; ustalili budżet tego przedsięwzięcia; ustalili warunki uczestnictwa (wysokość opłat); powołali Biuro Kongresu złożone z pracowników Biura Polskiej Izby Opakowań. Biuro obsługiwać będzie prace Rady Programowej oraz Komitetu Organizacyjnego Kongresu. Członkowie Komitetu zapoznali się z decyzjami prezesów Polskiej Izby Opakowań oraz Międzynarodowych Targów Poznańskich w sprawach współdziałania (podziału zadań) pomiędzy tymi instytucjami.

Na prośbę prezesa Izby, prezes zarządu MTP wyraził zgodę na przyjęcie obowiązków Gospodarza Kongresu.

Dyrektor targów TAROPAK, Konrad Fleśman, zadeklarował udział zespołu, którym kieruje w organizacji Kongresu.

Ustalono, iż do końca kwietnia opracowana będzie i rozpowszechniona informacja o Kongresie zaś Biuro Izby wyda specjalny numer Newslettera poświęcony Kongresowi.

Ustalono, iż kolejne posiedzenie odbędzie się w połowie maja i będzie poświęcone realizacji zadań Komitetu i przyjętych ustaleń na pierwszym posiedzeniu.



Spotkanie z laureatami Konkursu na prace dyplomowe o tematyce opakowaniowej

12 kwietnia, w trakcie targów *Packaging Innovations* w Warszawie miała miejsce ceremonia wręczenia nagród i wyróżnień autorom prac dyplomowych zgłoszonych na II. edycję Konkursu Polskiej Izby Opakowań na prace dyplomowe o tematyce opakowaniowej.

Ceremonia stanowiła okazję do spotkania uczestników Konkursu i nawiązania kontaktów. Bowiem większość autorów zgłoszonych do Konkursu prac zamierza kontynuować zainteresowania zawodowe problematyką opakowalnictwa.

Uczestnicy Konkursu, dziękując za nagrody i wyróżnienia, wysoko ocenili inicjatywę Polskiej Izby Opakowań i profesjonalizm z jakim zorganizowano to przedsięwzięcie. Niżej opinia inż. Wojciecha Danilczuka z Politechniki Lubelskiej, autora pracy nt. „Sterowanie przepływem zadań na linii produkcyjnej”.



Korzystam z okazji aby Państwu bardzo serdecznie podziękować za Konkurs. Jesteście Państwo Instytucją o bardzo wysokim poziomie komunikatywności, kultury oraz profesjonalności w działaniu. W moich oczach stanowią Państwo wzór współpracy z osobami zainteresowanymi i mogą być przykładem dla firm z branży prywatnej oraz innych instytucji sektora publicznego.

Serdecznie dziękujemy. Przyjmujemy te słowa jako nagrodę za organizację Konkursu.

(W.W)



Innowacyjne opakowania i techniki pakowania – tematem wspólnego seminarium FGŻ RP i PIO

Z inicjatywy Federacji Gospodarki Żywnościowej RP, której członkiem jest Polska Izba Opakowań, przy organizacyjnym wsparciu Izby, w dniu 19 kwietnia, w siedzibie Federacji, odbyło się seminarium nt.: **Innowacyjne opakowania i techniki pakowania**.

Na program seminarium złożyły się prezentacje firm: **COFFEE SERVICE** nt.: mieszarki, młynki, zgrzewarki; **PAKMAR** nt.: nowoczesne rozwiązania w pakowaniu żywności w giętkie folie opakowaniowe; **LINPAC PACKAGING** nt.: opakowania dla przemysłu spożywczego; **POMONA COMPANY Ltd** nt.: saszetki ETEN – produkt niezbędny podczas transportu świeżych owoców i warzyw; **COBRO – Instytut Badawczy Opakowań** nt.: opakowania wielowarstwowe w kontekście aktualnych wymagań prawnych; **MRIRW** nt.: aktualności w znakowaniu żywności.

Uczestnicy seminarium (ok. 50 osób) wysoko ocenili organizację, przebieg i rezultaty tego interesującego spotkania producentów i użytkowników opakowań.

Seminarium prowadził Aleksander Mackiewicz, członek Rady Polskiej Izby Opakowań, prezes zarządu w firmie POMONA COMPANY Ltd.



Uczestnicy konferencji Federacji Gospodarki Żywnościowej RP

Polska Izba Opakowań na Targach Techniki Pakowania i Opakowań Warsaw Pack (8-10 marca)

To pierwsze targi opakowań organizowane przez centrum wystawowe Warsaw Expo w Nadarzynie k. Warszawy. W targach tych wzięło udział ok. 100 wystawców, w tym 25 firm zrzeszonych w Polskiej Izbie Opakowań. Ze względu na fakt, iż Centrum WARSAW EXPO jest członkiem Polskiej Izby Opakowań, Izba objęła to wydarzenie patronatem zarówno merytorycznym jak i medialnym.

Na stoisku zbiorowym Izby swoje oferty, w ramach autorskich ekspozycji, zaprezentowały firmy: COBRO – Instytut Badawczy Opakowań i PACKSERVICE Ltd.



Salon Promocji Izby podczas targów Warsaw Pack

Dużym powodzeniem cieszył się Salon Promocji Polskiej Izby Opakowań, w ramach którego zaprezentowało się 17 firm: PACKPROFIL; PLAST SERVICE PACK; BASF; SILLIKER; COBICO; ART BOX; TUBUS; INFOSYSTEMS; ENTRO HOLDINGS; J.S. HAMILTON; INNOVIA FILMS; TARGI W KRAKOWIE; MTP; COFFEE SERVICE; EUROPEAN MEDIA GROUP (wyd. Packaging Polska); ROBOPLAST. Ponadto, Izba była współorganizatorem seminarium „Opakowania – Człowiek – Środowisko – Gospodarka”, w ramach którego dyr. Izby zaprezentował referat „Kierunki i warunki rozwoju przemysłu oraz rynku opakowań w Polsce”. Na uwagę zasługuje fakt, iż koszty promocji firm w ramach Salonu Promocji pokryła Izba.



Międzynarodowe Targi Opakowań Packaging Innovations z Polską Izbą Opakowań (12-13 kwietnia)

To ósma już edycja tych targów, organizowanych po raz pierwszy w tym roku przez Targi w Krakowie. Wcześniejsze edycje organizowała spółka Easy Fairs.

dokończenie na s. 10

Z życia Polskiej Izby Opakowań

dokończenie ze s. 9

Od pierwszej edycji Packaging Innovations, Polska Izba Opakowań bierze czynny udział w tym wydarzeniu, promując ofertę krajowego przemysłu opakowań (mat. informacyjne, katalogi ofert, analizy rynku i inne).

Wg opinii uczestników tegorocznych targów Packaging Innovations, Polska Izba Opakowań zauważalnie zaprezentowała swój udział w formie stoiska promocyjno-informacyjnego, na którym oferty zaprezentowało 8 firm (EUROPAL; INNOVIA FILMS; INFOSYSTEMS; ENTRO HOLDINGS; MTP; COBRO – Instytut Badawczy Opakowań; WARSAW EXPO i ROBOPLAST). Ponadto, przedstawiciele firm: NOWEKO (Wojciech Pawlikowski); DRUKPOL FLEXO (Maciej Karłowicz); POMONA COMPANY (Janusz Nowacki) – wystąpili z prezentacjami w ramach programu Work Shops. Dyr. Izby uczestniczył w pracach Jury konkursu na opakowania w ramach Strefy Studenta.

Targi Packaging Innovations stanowiły także okazję do wręczenia nagród i wyróżnień laureatom Konkursu na prace dyplomowe o tematyce opakowaniowej organizowanego przez Polską Izbę Opakowań.

Szczególnie ważnym wydarzeniem w programie zarówno targów, jak i przedsięwzięć towarzyszących targom a organizowanych przez Izbę, było wręczenie organizatorce targów, pani Ewie Woch, wiceprezesowi zarządu Targów w Krakowie, dyplomu przyznanego przez Polską Izbę Opakowań z okazji



Stoisko Izby podczas targów Packaging Innovations

jubileuszu 20-lecia tej firmy. W dyplomie podkreślano zasługi Targów w Krakowie w promowaniu przemysłu i rynku opakowań. Stosowny dyplom w imieniu kierownictwa Izby wręczył pani prezes Ewie Woch dyr. Izby Wacław Wasiak.

VIII Ogólnopolski Konkurs Opakowań PakStar 2016

V Krajowy Konkurs Projektów Opakowań Student PakStar 2016

Do udziału w konkursie PakStar 2016 mogą być zgłaszane opakowania lub ich elementy (np. etykieta) oraz materiały opakowaniowe wyprodukowane i/lub stosowane do pakowania wyrobów w Polsce (wprowadzone do obrotu), natomiast w konkursie Student PakStar – projekty opakowań.

Nagrody i wyróżnienia, przyznane w obu konkursach, upoważniają Laureatów do ubiegania się o trofea światowych konkursów opakowań: WorldStar i WorldStar Student Award, organizowanych przez World Packaging Organisation (**Światowa Organizacja Opakowań**).

Formularze zgłoszeń i wzory/projekty opakowań należy przesłać w terminie do **31 maja 2016** pod adres:

COBRO – Instytut Badawczy Opakowań
ul. Konstancińska 11
02-942 Warszawa

Informacje dotyczące Konkursu dostępne są pod numerem telefonu 22 842 20 11 w. 50 oraz na stronach internetowych organizatorów: www.cobro.org.pl, www.pio.org.pl, www.asp.lodz.pl, www.taropak.pl

VIII OGÓLNOPOLSKI KONKURS OPAKOWAŃ
PAKSTAR
V KONKURS PROJEKTÓW OPAKOWAŃ
STUDENT PAKSTAR 2016

Termin nadsyłania zgłoszeń i wzorów do:
31 maja 2016 roku

INFORMACJE:
COBRO-Institut Badawczy Opakowań
Tel: 22 842 20 11 w. 50
www.cobro.org.pl

informacja + innowacja
technologia + ekologia
estetyka + statystyka
funkcjonalność + lojalność
podsumowanie ⇒ doskonałe opakowanie

ORGANIZATORZY: COBRO, PZO, Akademia Sztuki i Designu, EP, TAROPAK

PATRONI MEDIALNI: Opakowanie, PRZEMYSŁ SPOŻYWCZY, OOH, WAZNE WYZWIWANIE PRACOWNIKÓW, Problemy jakości



Z Izbą na targach i wystawach opakowaniowych w 2016 roku

**Polska Izba Opakowań
na jubileuszowej
XXX edycji**



**Międzynarodowych Targów Techniki
Pakowania i Etykietowania TAROPAK
i I edycji Targów Logistyki,
Magazynowania i Transportu LOGIPAK**

Rok 2016 jest szczególnym w historii Międzynarodowych Targów Poznańskich. Właśnie w tym roku Targi święcić będą jubileusz 95-lecia działalności na rzecz promocji polskiej gospodarki. Zaś dla branży opakowań, to jubileusz XXX. edycji targów opakowań TAROPAK. Choć nie każdej edycji towarzyszyła ta nazwa, to cel i zadania tych targów nie ulegały zmianie. Zawsze służyły promowaniu polskiego przemysłu opakowań, a tym samym działały na rzecz jego rozwoju. Targi zawsze kojarzą się z rynkiem (handel), zatem trudno także przecenić rolę TAROPAK-u także w rozwoju krajowego rynku opakowań.

Polska Izba Opakowań od 8. Edycji aktywnie uczestniczy w targach TAROPAK. Tym bardziej w bieżącym roku, tak szczególnie dla MTP, udział Izby będzie równie szczególnym. Izba będzie organizatorem zbiorowej ekspozycji firm na powierzchni 100 m². Będzie także organizatorem Salonu-- Promocji, w którym firmy zrzeszone w Izbie będą mogły zaprezentować swoje rynkowe oferty.

Jednak głównym wydarzeniem, uświetniającym tak znamienity jubileusz TAROPAK-u będzie, organizowany przez Izbę, **Kongres Przemysłu Opakowań**, poświęcony tematowi „**Opakowania w łańcuchu dostaw**”. Ze względu na znaczenie tego wydarzenia, Kongresowi poświęcamy bez mała w całości łamy niniejszego numeru Biuletynu Opakowaniowego.

Kongres ma także za zadanie wypromować nową formułę targów Logistyki, Magazynowania i Transportu LOGIPAK.

Informując o powyższym, Biuro Izby prosi firmy zainteresowane skorzystaniem ze wspólnej ekspozycji oraz z Salonu Promocji, o pilny kontakt (biuro@pio.org.pl lub info@pio.org.pl) w celu zarezerwowania zarówno powierzchni wystawowej jak i miejsca w programie promocyjnym Salonu Promocji.



**Targi reklamy i poligrafii
pod hasłem Festiwal Marketingu
i Druku rosną w siłę**



Tegoroczna, 8. edycja targów zapowiada się rekordowo. Wrześniowe targi reklamy i poligrafii cieszą się tak dużym zainteresowaniem wystawców, że tegoroczne święto branży reklamowej odbędzie się w dwóch halach EXPO XXI.

Podczas ubiegłorocznej edycji 50 firm wystawiło się po raz pierwszy. Odnotowano 30% wzrost liczby odwiedzających w stosunku do roku poprzedzającego. Dzięki olbrzymiemu zainteresowaniu zwiększono dwukrotnie powierzchnię wystawienniczą. Na tegorocznych targach pojawi się ok. 40 nowych wystawców, którzy, co za tym idzie, przyciągną jeszcze szerszą grupę odwiedzających, nawet 6 tysięcy osób - mówi **Robert Załuski, dyrektor Festiwalu**.

Rozwój targów jest widoczny nie tylko w statystyce. Imprezie towarzyszy szereg wydarzeń specjalnych, jak konkursy branżowe, warsztaty, szkolenia i konferencje. Tradycyjnie już zostanie przeprowadzony konkurs o **Złoty Medal Festiwalu** - na najbardziej innowacyjne produkty. O tytuł **Super Gift** będą rywalizować prezentowane na targach gadżety i artykuły promocyjne. W konkursie **POS STARS** zawalczą najlepsze kreacje display'ów i ekspozytorów w 11 kategoriach tematycznych.

Na kolejną edycję warsztatów z cyklu Mini-Akademia Zarządzania Barwą zaprasza Świat Druku. Tym razem uczestnicy spotkania zapoznają się z „Tajnikami poprawnego odwzorowania barw na ekranie i w druku”.

Nowością wśród wydarzeń dodatkowych jest odświeżona formuła konferencji Marketing MIX. Event dla branży kosmetycznej i farmaceutycznej, poświęcony promocji w miejscu sprzedaży zapowiada się niezwykle interesująco. Wśród potwierdzonych prelegentów można znaleźć nazwiska takich tuzów marketingu jak: Paweł Tkaczyk, Natalia Hatałska czy Marcin Gieracz.

Marketing i Druk ściśle wiążą się z opakowaniami. Stąd też na targach znajdzie się miejsce dla zaprezentowania opakowań jako ważnych nośników druku i środków marketingu. Dlatego Polska Izba Opakowań po raz kolejny objęła patronat honorowy nad wydarzeniem.

FestiwalMarketingu.pl i Festiwal Druku.pl odbędą się **7-8 września 2016** roku w EXPO XXI Warszawa. Organizatorem targów jest OOH magazine. Rejestracja online dla odwiedzających będzie możliwa od 16 maja. Więcej na www.festiwalmarketingu.pl



**Międzynarodowe Targi
Przemysłu Opakowań
RosUpack, Moskwa, 14-17 czerwca 2016**



21. edycja Międzynarodowych Targów Przemysłu Opakowań RosUpack odbędzie się w terminie **14-17 czerwca 2016** w Moskwie, w centrum wystawienniczym „Crocus Expo”.

RosUpack to największe w Rosji i Europie Wschodniej wydarzenie dedykowane przemysłowi opakowań. Są to jedyne targi na terenie Federacji Rosyjskiej, podczas których kompleksowo prezentowany jest proces produkcji opakowań dla różnych gałęzi przemysłu np.: spożywczego, przetwórczego, chemicznego, medycznego i farmaceutycznego, jak również dla han-

dokończenie na s. 12

Z Izbą na targach i wystawach...

dokończenie ze s. 11

dlu hurtowego i detalicznego, gospodarki magazynowej oraz logistyki.

Dzięki firmie ITE Poland, przedstawicielowi tych targów na Polskę, Polska Izba Opakowań dysponować będzie stoiskiem informacyjno-promocyjnym. Jest zatem możliwość skorzystania ze stoiska Polskiej Izby Opakowań w celu „wyłożenia” literatury firmowej (oferty, foldery itp.).

Warunek: przesłanie tych materiałów na adres Wydziału Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Moskwie. Kontakt: e-mail: zbnigiew.ekiart@trade.gov.pl; tel.: 22 490-97-41

Jest także możliwość zorganizowania wspólnie z firmą ITE Poland misji dla przedsiębiorców zainteresowanych zwiedzeniem tych targów. Uczestnicy we własnym zakresie załatwiają: wizy; transport; hotele. W programie misji, oprócz zapoznania się z ekspozycją RosUpack, przewidziano także spotkanie w Wydziale Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Moskwie na temat miejscowego rynku opakowań.

Zainteresowanych w/w propozycjami prosimy również o kontakt z Biurem Izby.



Targi opakowań FachPack 2016, Norymberga, 26-29 września 2016



FachPack

Najbliższa edycja targów FachPack (Europejskich Specjalistycznych Targów Techniki, Uszlachetniania i Logistyki w Zakresie Opakowań) odbędzie się w Centrum Targowym w Norymberdze w terminie **27-29 września**

W tym roku Izba dysponować będzie na tych targach stoiskiem (12 m²) do wykorzystania przez firmy zrzeszone w Izbie. Zainteresowanych skorzystaniem ze stoiska prosimy o kontakt z Biurem Izby.



Oferta polskiego przemysłu opakowań na targach all4pack, Paryż, 14-17 listopada 2016

all4pack Paris

Dotychczasowe targi opakowań w Paryżu, znane pod nazwą EMBALLAGE występują w nowej szacie, jako **all4pack**, co podkreśla cztery podstawowe obszary przemysłu opakowań.

Stosownie do wcześniejszych zapowiedzi, Polska Izba opakowań zamierza dobrze wykorzystać targi **all4pack** dla promocji polskich firm opakowaniowych i ich oferty. Współpracując z organizatorem targów, z Wydziałem Promocji Handlu i Inwestycji (WPHI) Ambasady RP w Paryżu oraz z Międzynarodowymi Targami Francuskimi w Polsce, zamierzamy zrealizować następujące formy obecności (udziału) polskich firm na tych targach, po-

za indywidualnymi wystawcami, którzy już zgłosili swój udział i zawarli stosowne umowy z organizatorami.

Wydarzenie 1 – organizacja zbiorowego stoiska polskich firm „na bazie” (wokół) stoiska WPHI. Zadanie to realizuje WPHI wspólnie z Międzynarodowymi Targami Francuskimi w Polsce, przy współpracy z Polską Izbą Opakowań.

Osoby do kontaktu: I Sekretarz WPHI, pan Maciej Kowalski (e-mail: m.kowalski@trade.gov.pl; tel.: +33 1 45-04-81-82); Dyrektor Międzynarodowych Targów Francuskich w Polsce, pan Andrzej Bereda (e-mail: promopol@it.pl; tel.: 501-866-997).

Wydarzenie 2 – organizacja konferencji promocyjnej „**oferta polskiego przemysłu opakowań**” (wersja robocza), w trakcie której przedsiębiorcy wystawiający się na targach oraz zwiedzający targi mogliby zaprezentować swoje firmy i oferty rynkowe.

Organizatorzy targów zapewniają odpowiednio przygotowaną salę konferencyjną oraz poinformują wystawców i zwiedzających o takim spotkaniu.

Wydarzenia 3 – organizacja „misji” przedstawicieli firm opakowaniowych zainteresowanych zapoznaniem się z ekspozycją **all4pack**. Uczestnicy misji mogliby także wystąpić na wyżej wymienionej konferencji promocyjnej prezentując swoje firmy i ich oferty rynkowe.

Organizatorem wydarzeń „2” i „3” jest Polska Izba Opakowań (PIO) wspólnie z WPHI i Międzynarodowymi Targami Francuskimi w Polsce. Kontakt: Biuro Izby (biuro@pio.org.pl, info@pio.org.pl; tel.: 22 651-83-94).

Zainteresowanych udziałem w wymienionych wyżej wydarzeniach prosimy o zgłaszanie uczestnictwa do 31 lipca 2016 r.

 **Dekorglass**
DZIAŁDOWO S.A.

20 lat działalności firmy DEKORGLASS Działdowo S.A.

W tym roku, wśród kilku firm obchodzących okrągłe jubileusze działalności znajduje się spółka DEKORGLASS Działdowo z 20-letnim stażem.

To wielce zasłużona firma dla polskiego przemysłu opakowań. lider wśród firm zdołających opakowania szklane, nie tylko w Europie. Laureat wielu międzynarodowych nagród.

Firma, która dzięki ich właścicielom i kadrze kierowniczej w ciągu 20 lat przeobraziła się z zakładu zatrudniającego kilkadziesiąt osób, w wielozakładowe przedsiębiorstwo zatrudniające ok. 1200 pracowników.

Więcej o tym interesującym Jubileuszu oraz o ludziach, autorach uzyskanych sukcesów w kolejnym numerze Biuletynu.



III Kongres Przemysłu Opakowań – warunki uczestnictwa

Przesłanie zgłoszenia na formularzu, który można pobrać na portalach:

Polskiej Izby Opakowań – www.pio.org.pl

COBRO – Instytutu Badawczego Opakowań – www.cobro.org.pl

Międzynarodowych Targów Poznańskich – www.taropak.pl

Dokonanie wpłaty należności za uczestnictwo na konto wskazane w formularzu zgłoszeniowym

Rodzaje (wysokości) opłat:

- 400 zł (netto) od osoby przy dokonaniu wpłaty przed 30 czerwca,
- 480 zł (netto) od osoby przy dokonaniu wpłaty po 30 czerwca,
- 300 zł (netto) od każdej dodatkowej osoby z tej samej firmy,
- 200 zł (netto) od osoby reprezentującej firmę-członka Polskiej Izby Opakowań;

Świadczenia organizatorów Kongresu wobec uczestników

- Bezpłatny egzemplarz monografii „Opakowania w łańcuchu dostaw”
- Karta (zaproszenie) wolnego wstępu na teren MTP w dniach: 26, 27 i 28 września umożliwiającą zwiedzenie odbywających się w tych dniach kilku imprez targowych
- Zapewniony lunch oraz przerwy kawowe w trakcie obrad Kongresu
- Udział w ceremonii zamknięcia Kongresu (lampka wina, drobny poczęstunek)
- Zaproszenie (bezpłatne) Gospodarza Kongresu, Prezesa Międzynarodowych Targów Poznańskich, do udziału w Uroczystym Wieczorze (Gali) z okazji XXX. edycji Targów TAROPAK i III. Kongresu Przemysłu Opakowań.

Dodatkowych informacji udzielają pracownicy Biura Polskiej Izby Opakowań:

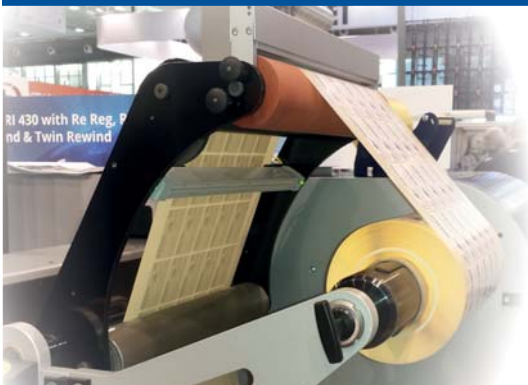
tel.: 22 651-83-94,

e-mail: biuro@pio.org.pl lub info@pio.org.pl.

Patroni medialni



Kontrola Ładunku Elektrostatycznego



...dla zastosowań w przemyśle i pomieszczeniach czystych (cleanroom)

- szeroki wybór urządzeń do kontroli i usuwania ładunków elektrostatycznych
- urządzenia do pomiaru ładunku elektrostatycznego
- generatory ładunku elektrostatycznego do technologii IML
- jonizatory Hyperion do inteligentnego usuwania ładunków elektrostatycznych

sales@meech.com

+44(0)1993 706700

www.meech.com



Polski Kongres Logistyczny LOGISTICS & EUROLOG 2016

Instytut Logistyki i Magazynowania zaprasza do udziału w największym i najważniejszym wydarzeniu integrującym branżę logistyczną w naszej części Europy. 18-20 maja ponad 800 uczestników, 80 prelegentów oraz liczne grono Partnerów i Wystawców spotka się w Poznaniu na **Polskim Kongresie Logistycznym LOGISTICS & EUROLOG 2016**. Formuła kongresu obejmuje:

- ♦ obrady plenarne z udziałem **ekspertów i liderów rynku**;
- ♦ sesje z najnowszymi **case study i debaty tematyczne**;
- ♦ wystawę **Rynek Logistyczny 2016**;
- ♦ wyjazdy do **Amazon, Imperial Tobacco i Dachser oraz warsztaty**;
- ♦ uroczyste **LOGISTICS Party**;
- ♦ ELA Research Day .

Program kongresu został przygotowany zgodnie z potrzebami kadr odpowiedzialnych za: **łańcuch dostaw | logistykę | transport | magazyn | przepływ materiałów | wsparcie informatyczne | zakupy | działania operacyjne**

Tematyka sesji i warsztatów:

- ♦ omni channel logistics, strategie i praktyki zakupowe, magazyn we współczesnych łańcuchach dostaw
- ♦ inteligentny transport, zintegrowane usługi logistyczne, zarządzanie ograniczeniami
- ♦ innowacje w logistyce produkcji, ICT w procesach logistycznych, analiza procesów w przedsiębiorstwie

Więcej informacji o programie na <https://www.logistics.pl/index.php/program/programramowy>

Do zobaczenia 18 maja w Poznaniu.

(red.)



Seminarium w Głównym Urzędzie Miar w Warszawie na temat oznaczania towarów paczkowanych

14 kwietnia 2016 roku w Głównym Urzędzie Miar w Warszawie odbyło się seminarium „**Oznaczenia na towarach paczkowanych – najczęstsze nieprawidłowości**”. Organizatorem spotkania było Biuro Nadzoru – Wieloosobowe Stanowisko Pracy ds. Towarów Paczkowanych.

Tematem seminarium było oznaczanie towarów paczkowanych wynikające z dwóch aktów prawnych oraz wydanych do nich rozporządzeń wykonawczych to jest z ustawy o towarach paczkowanych oraz z ustawy Prawo o miarach.

Zgodnie z definicją towarem paczkowanym jest produkt umieszczony w opakowaniu jednostkowym dowolnego rodzaju, którego ilość nominalna, jednakowa dla całej partii, odmierzona bez udziału nabywcy, nieprzekraczająca 50 kg lub 50 l, nie może zostać zmieniona bez naruszenia opakowania. Cechą towaru paczkowanego jest oznakowanie jego ilości nominalnej

w odróżnieniu od towaru pakowanego, który jest oznakowany jego ilością rzeczywistą.

Podczas omawiania kolejnych wymogów zawartych w obowiązujących aktach prawnych przeanalizowane zostały na podstawie doświadczeń kontrolnych organów administracji miar najczęstsze uchybienia w zakresie sposobu zapisu ilości nominalnej i jednostki miary na opakowaniach jednostkowych. Najczęściej występujące niezgodności pokazane zostały na przykładach konkretnych produktów rynkowych.

Obszerne, praktyczne ujęcie zagadnień związanych z towarami paczkowanymi, łącznie z tematyką omawianą na seminarium, jest dostępne na stronie www.gum.gov.pl w zakładce Towary paczkowane.

Ewa Zachara



Ogólnopolski plebiscyt na tytuł „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” i „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań”

Przypominamy, iż 30 czerwca upływa termin zgłaszania kandydatów do tytułów **Zasłużony dla Przemysłu Opakowań** i **Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań**. Procedura zgłaszania kandydatów oraz kryteria jakie winny spełniać kandydatury opisano w dokumencie pod nazwą: **System nagród i wyróżnień**, dostępnym na stronie internetowej Polskiej Izby Opakowań www.pio.org.pl.

Przy okazji informujemy, iż wymienione wyżej tytuły stanowią najbardziej prestiżowe wyróżnienia w branży opakowań i są przyznawane raz w roku dla jednej osoby i jednej firmy.

(red.)



Szansa dla sadowników

Innowacyjna firma Pomona Company Ltd z Żyrardowa opracowała wspólnie z Instytutem Ogrodnictwa w Skierniewicach nowy rewelacyjny produkt „Saszetkę Eten”, który daje ogromną szansę polskim sadownikom i eksporterom na bezpieczny transport jabłek i innych owoców klimakterycznych w najdalsze zakątki świata.

Istota działania „Saszetek Eten” polega na pochłanianiu wydzielanego przez owoce etylenu, który powoduje ich szybkie przejrzenie oraz gnienie i w rezultacie utratę cech właściwych dla towaru handlowego.

Wielomiesięczne badania laboratoryjne przeprowadzone w Zakładzie Przechowalnictwa i Przetwórstwa Owoców i Warzyw Instytutu Ogrodnictwa potwierdziły niezwykłą skuteczność pochłaniania etylenu przez „Saszetki Eten” przez okres nawet 120 dni, co pozwala na zabezpieczenie owoców podczas transportu morskiego na rynki azjatyckie, które po utracie rynku rosyjskiego stają się coraz bardziej znaczącym odbiorcą dla polskich jabłek.

Pomona Company Ltd swój produkt opatentowała i jest jego jedynym polskim producentem.

(POMONA Company Ltd)



Tegoroczny Jubilat, Międzynarodowe Targi Poznańskie, liczą swoją historię od 28 maja 1921 roku. W tym dniu otwarto bowiem I Targ Poznański, pierwsze targi w Polsce. Dziś trudno sobie wyobrazić Poznań bez targów. To zasługa bez mała 100 letniej działalności, z przerwami na historyczne zawirowania, niezależne od targów.

Choć trzeba stwierdzić, iż nawet w warunkach różnego rodzaju utrudnień targi nie traciły czasu. Wystarczyło kilka lat, aby Targi Poznańskie (1925) stały się imprezą międzynarodową, gospodarzem kongresu Związku Targów Międzynarodowych i założycielem tej organizacji.

W roku 1929 Targi Poznańskie są organizatorem obrosłej legendą Powszechnej Wystawy Krajowej (PeWuKa). Wystawa ta wg słów prezydenta RP I. Mościckiego była **wielkim przeglądem dorobku gospodarczego i kulturalnego całego narodu**. I tak zostało do dzisiaj.

Międzynarodowe Targi Poznańskie prezentując dorobek i ofertę polskiej gospodarki umacniają naszą obecność w gospodarce światowej. Przyczyniają się do rozwoju rynku krajowego i rynków zagranicznych. Wśród różnych działań i dziedzin gospodarki, dotyczy to także przemysłu opakowań. Trudno bowiem przecenić wkład trzydziestu edycji targów opakowa-

niowych TAROPAK na rzecz rozwoju krajowego przemysłu i rynku opakowań.

Nikt lepiej od Polskiej Izby Opakowań nie potrafi docenić roli i znaczenia MTP w rozwoju branży opakowań. A warto, i trzeba, podkreślić członkostwo MTP w Polskiej Izbie Opakowań. Bez mała od 10 lat MTP w ramach wyjątkowo aktywnego członkostwa w Izbie dobrze zapisały się jako współtwórca nowoczesnego i wysoce konkurencyjnego przemysłu opakowań w Polsce.

Serdecznie gratulując przebytej drogi życzymy dalszych sukcesów.

Wacław Wasiak
Redaktor Naczelny

Oznakowanie CE

Definicja. Produkty, które powinny być oznakowane



W ostatnim okresie do Polskiej Izby Opakowań skierowano kilka pytań dotyczących znaku CE. Zainteresowanych tym zagadnieniem odsyłamy do artykułu p. Marty Kałka, zamieszczonym w biuletynie „euroinfo” nr 168/2016 (maj), pt. „**Oznakowanie CE. Bezpieczeństwo na rynku europejskim**”. Niżej fragmenty polecanego artykułu.

Definicja oznakowania produktu znakiem CE

Oznakowanie produktów znakiem CE jest jednoznaczne z tym, że ich producent lub autoryzowany dystrybutor deklaruje i przyjmują pełną odpowiedzialność za to, że wyrób spełnia wszystkie wymagania prawne dotyczące oznakowania CE, zawarte w przepisach unijnych odnoszących się do danej kategorii produktów oraz regulujących oznakowanie CE. Wskazuje poprzez to oznakowanie, że produkt może być sprzedawany na terenie Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EOG), obejmującego 28 państw członkowskich UE, a także państwa należące do Europejskiego Stowarzyszenia Wolnego Handlu (EFTA): Islandię, Norwegię i Liechtenstein (z wyjątkiem Szwajcarii), a także Turcję.

Podkreślenia wymaga fakt, że oznaczenie CE **nie odnosi się jedynie** do produktów wytwarzanych na terenie EOG; musi się ono znaleźć na wyrobach, które są tam sprzedawane. Wynika to z zasady mówiącej, że w chwili wprowadzenia do obrotu produktów na rynek wewnętrzny UE muszą być one zgodne ze stosownym unijnym prawodawstwem harmonizacyjnym

(tzw. dyrektywami nowego podejścia), bez względu na swoje pochodzenie. Produkty wytworzone w UE oraz produkty spoza UE są zatem traktowane tak samo i żadne z nich nie są na pozycji uprzywilejowanej.

Produkty, które muszą zostać oznakowane CE

Należy określić, że **nie wszystkie produkty** dostępne i wprowadzane na rynek europejski, muszą mieć znak CE, czyli znak najbardziej znany wśród konsumentów europejskich. Warto przy tej okazji zauważyć, że istnieje szereg innych oznaczeń, które wskazują na spełnienie przez produkty uwarunkowań i wytycznych nałożonych przez Unię Europejską w zakresie udostępniania produktów w obrocie gospodarczym na terenie państw członkowskich.

Oznakowanie **CE** dotyczy tylko niektórych grup wyrobów, których dotyczą przepisy wdrażające do polskiego prawa akty normatywne UE określane jako tzw. **dyrektywa nowego podejścia**. Dotyczą one m.in.: maszyn, sprzętu elektrycznego, zabawek, urządzeń ciśnieniowych i gazowych, sprzętu ochrony indywidualnej.

Każdy może w prosty sposób zweryfikować, czy na określonym wyrobie jego producent miał obowiązek umieścić znak CE, np. poprzez sprawdzenie na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK), w podzakładce „Znak CE”. Znajdują się tam wszystkie akty prawne, w których zostały wymienione produkty podlegające oznakowaniu CE.

Jeśli już ustalimy krąg produktów, które podlegają oznakowaniu CE, zgodnie z normami zharmonizowanymi, to należy ogólnie wskazać, że znak CE musi się znaleźć:

a) Na wszystkich nowo wyprodukowanych produktach, które podlegają przepisom prawa regulującym kwestie oznakowania CE, bez względu na to, czy są produkowane w państwach członkowskich czy państwach trzecich;

b) Na używanych produktach importowanych z państw trzecich, które podlegają przepisom regulującym kwestię oznakowania CE;

c) Na produktach zmodyfikowanych, które, jako nowe produkty, podlegają przepisom regulującym kwestię oznakowania CE i które zostały zmienione w sposób mogący mieć wpływ na bezpieczeństwo produktu i jego zgodność z przepisami harmonizacyjnymi.

Mogą się również zdarzyć sytuacje, w których na produkcie użytkownik znajdzie kilka oznakowań CE. Najczęściej oznacza to, że według przepisów określonego unijnego aktu harmonizacyjnego produkt jest uznawany za produkt gotowy (np. jako część, komponent, który może zostać użyty jako element różnych innych produktów) i musi zostać oznaczony znakiem CE. Następnie ten sam produkt jest włączany do innego produktu gotowego podlegającego innemu unijnemu dokumentowi harmonizacyjnemu (tworząc w ten sposób produkt końcowy), który również przewiduje obowiązek umieszczenia oznakowania CE.

źródło: Biuletyn EuroInfo, maj (163) 2016

Pakiet partnera wspierającego III Kongres Przemysłu Opakowań

(kwota wsparcia 2000 zł netto),

to wyjątkowa okazja do zaprezentowania Twojej firmy i jej oferty handlowej w ramach Pakietu usług promocyjno-reklamowych, w którym przewidziano następujące usługi promocyjne:

1. Zamieszczenie na portalu internetowym Polskiej Izby Opakowań logotypu Partnera oraz informacji o firmie i jej ofercie rynkowej (do 1000 znaków) w okresie „czerwiec 2016 – lipiec 2017” na specjalnej zakładce „Partnerzy III. Kongresu Przemysłu Opakowań”;
2. Zamieszczenie logotypu Partnera na wszystkich materiałach informujących o Kongresie i promujących Kongres;
3. Zamieszczenie jednostronicowej (A4), kolorowej, autorskiej reklamy Partnera w książkowym wydaniu materiałów kongresowych (monografia);
4. Prezentacja baneru oraz literatury firmowej Partnera w trakcie Kongresu (przed salą obrad);
5. Prezentacja baneru oraz literatury firmowej Partnera w Salonie Promocji Polskiej Izby Opakowań na targach TAROPAK w dniach 26 – 29 września 2016 r.;
6. Zamieszczenie logotypu Partnera i krótkiej o nim informacji (do 500 znaków) w Aktualnościach Targowych wydanych z okazji targów TAROPAK, na kolumnie „III. Kongres Przemysłu Opakowań i jego Partnerzy”;
7. Zamieszczenie logotypu Partnera w trzech numerach Biuletynu Opakowaniowego (kwiecień, czerwiec, sierpień 2016), na specjalnej kolumnie „Partnerzy III. Kongresu Przemysłu Opakowań”;
8. Przyznanie Certyfikatu „Partner III. Kongresu Przemysłu Opakowań – 2016” z prawem umieszczenia na drukach firmowych, publikacjach oraz w materiałach promocyjno-reklamowych informacji: „Partner III. Kongresu Przemysłu Opakowań”;
9. Bezpłatny udział w obradach Kongresu 2 przedstawicieli Partnera;
10. Zamieszczenie na portalu Izby, w okresie „czerwiec 2016 – czerwiec 2017”, w specjalnej zakładce „Firmy godne polecenia” – logo i krótkiej informacji o Partnerze;
11. Przekazanie firmie najnowszej edycji (w języku polskim) wydanej w Wielkiej Brytanii książki „Technika opakowań – Podstawy. Materiały. Procesy wytwarzania”.

UWAGA: Jest możliwym dostosowanie Pakietu do potrzeb i oczekiwań Partnera.

Partnerzy wspierający



Dalsze zgłoszenia aktualne do 31 maja br.

Biuletyn Opakowaniowy ♦ Branżowy dwumiesięcznik informacyjno-promocyjny

Wydawca i redakcja: Polska Izba Opakowań

02-942 Warszawa ♦ ul. Konstancińska 11 ♦ tel. +48 22 651 83 94 ♦ fax: +48 22 842 23 03

e-mail: biuletyn@pio.org.pl ♦ 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. Wpłaty należy dokonywać na konto Polskiej Izby Opakowań po uprzednim przesłaniu zamówienia na adres Redakcji.

