

Żegnamy Dyrektora Polskiej Izby Opakowań

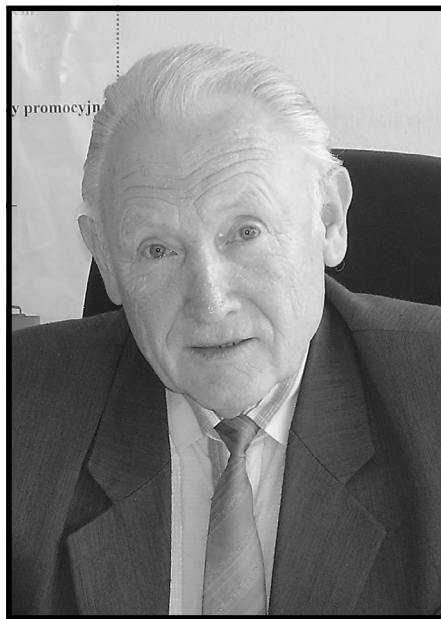
Z ogromnym smutkiem zawiadamiamy, że w dniu 22 czerwca zmarł nagle Pan **Wacław Wasiak** – wieloletni dyrektor Polskiej Izby Opakowań.

Mgr inż. Wacław Wasiak był absolwentem Wydziału Lotnictwa (obecnie MEiL PW). Pan Wacław Wasiak pełnił szereg odpowiedzialnych funkcji. Był konstruktorem lotniczym w WSK w Mielcu. Był m.in. Dyrektorem Generalnym w Ministerstwach Nauki i Techniki oraz Edukacji; Przedstawicielem polskich organizacji naukowych za granicą, a także Dyrektorem Ośrodka Przetwarzania Informacji (OPI).

Przez ostatnie 30 lat związany był z przemysłem opakowaniowym i ruchem instytutów badawczych. Był m.in. redaktorem Biuletynu Instytutów Badawczych (IBR) oraz Biuletynu Opakowaniowego, który prowadził do ostatnich chwil swojego życia.

Pan mgr inż. Wacław Wasiak był wieloletnim konsultantem w COBRO – Instytucie Badawczym Opakowań w Warszawie.

Będąc Dyrektorem Generalnym PIO dał się poznać jako wybitny specjalista w obszarze materiałów opakowaniowych, opakowań oraz gospodarki i zarządzania w tym zakresie. Był wybitnym specjalistą i wielkim entuzjastą opakowań. Autorem ponad 100 publikacji (monografii, artykułów, analiz i raportów) o przemyśle i rynku opakowań. Był także redaktorem wielu międzynarodowych konferencji opakowaniowych i licznych



opracowań. Za zasługi został wyróżniony wieloma odznaczeniami państwowymi.

Wacław Wasiak Jako dyrektor Izby był nie tylko przedstawicielem, ale przede wszystkim przyjacielem ludzi branży opakowań, chętnie wspierającym ich rozwój, dzielącym się swoją wiedzą i doświadczeniem.

Był wspaniałym Człowiekiem, Przyjacielem i Kolegą. Takim Go pamiętamy.

Panie Wacławie, będzie nam Pana ogromnie brakowało

*Prezes, Przewodniczący Rady
i Pracownicy
Polskiej Izby Opakowań*

W numerze m.in.:

- Żegnamy Dyrektora Polskiej Izby Opakowań
- Dyrektor PIO o opakowaniach w warunkach pandemii koronawirusa
- Bezpieczeństwo opakowań produktów kosmetycznych w świetle przepisów unii europejskiej
- Aktywne opakowanie regulujące wilgotność i zawartość wody
- Opakowania w branży spożywczej
- Z życia Izby
- Z życia firm członkowskich
- Z pola walki z koronawirusem
- 15 września – Dzień Opakowań
- Sytuacja na rynku targowym
- Targowa jesień
- Warto wiedzieć
- Katalog „Firmy opakowaniowe w Polsce”

Dyrektor Wacław Wasiak we wspomnieniach członków i przyjaciół Izby

Moje krótkie wspomnienia

Z moim Starszym Kolegą i Przyjacielem mgr. inż. Wacławem Wasiakiem – Dyrektorem Generalnym Polskiej Izby Opakowań znaleźliśmy się bardzo długo, a współpracowaliśmy na różnych forach od ponad 30 lat.

Na początku łączyło nas wspólne zainteresowanie lotnictwem. Wacław po ukończeniu studiów na Wydziale Lotniczym (obecnie MEIL PW) pracował w WSK-Mielec, gdzie był m.in. technologiem ISKRY, naszego kultowego, szkolnego samolotu odrzutowego. Posiadał też licencję pilota szybowcowego, czego Mu zresztą zazdrościłem, bo z uwagi na mój kiepski wzrok byłem wielokrotnie odrzucony przez komisję kwalifikacyjną na kursy pilotażu, a interesowałem się lotnictwem – z uwagi na tradycje rodzinne – od dziecka.

Dalsze, co nas łączyło to patriotyzm i umiłowanie naszej Ojczyzny. Wszak to Wacław jako członek Rady Głównej ZSP był jednym z organizatorów patriotycznego wiecu na Politechnice Warszawskiej w październiku 1956 roku, gdzie „poproszono” marszałka K. Rokossovskiego o opuszczenie Polski. W Radzie Głównej ZSP współpracował z naszym znakomitym profesorem dr. h.c. Andrzejem Korzeniowskim, członkiem i wiceprzewodniczącym Rady PIO, rektorem Wyższej Szkoły Logistyki w Poznaniu i wieloletnim członkiem Centralnej Komisji Kwalifikacyjnej d/s Stopni i Tytułów (CKK).

Ja z kolei później za swoje „niepoprawne” wypowiedzi w marcu 1968 jako stypendysta naukowy na AGH miałem kłopoty z pracą, a nawet byłem bezrobotny i wyjechałem na Śląsk.

Dalsze koleje losu Wacława – z uwagi na wybitne zdolności organizacyjne – to praca na stanowiskach Dyrektora Generalnego w Ministerstwie Nauki i Techniki (czasy prof. Kaliskiego, z którym współpracował, niedosłownie laureata nagrody Nobla, zmarłego tragicznie) w Ministerstwie Edukacji, a także zagranicą, gdzie odpowiadał za współpracę naukową.

Później praca w OPI (Ośrodek Przetwarzania Informacji), gdzie jako Dyrektor zreorganizował całkowicie system informacji naukowej w Polsce. Tam jako szef „Umbrelli” spotykaliśmy się bardzo często jako, że budynek OPI przy Al. Niepodległości w Warszawie był również zajmowany przez Umbrellę.

W tym czasie w Warszawie Wacław prowadził również intensywną działalność naukową i publikacyjną, był pracownikiem Instytutu Organizacji i Zarządzania w Przemśle „ORGMAZ”, a także redaktorem Biuletynu JBR, a ja byłem także wówczas członkiem Rady Głównej Instytutów Badawczych, stąd częsty kontakt. Należy podkreślić, że Wacław posiadał znakomite „pióro” oraz rzetelny i obiektywny osąd sytuacji instytutów badawczych, za co był wielokrotnie wyróżniany.

Dalsze dzieje naszej współpracy to PIO i COBRO – zauroczenie opakowalnictwem, gdzie zostałem dyrektorem COBRO, później Prezesem PIO, a Wacław Dyrektorem Generalnym PIO. Ten etap codziennej współpracy jest znany nam Wszystkim – Członkom PIO, jak i jej Przyjaciółom. Znając doskonale kreatywność, pracowitość i rzetelność Wacława powołałem Go także na stanowisko konsultanta w COBRO, co przez codzienną pracę w PIO jeszcze bardziej zbliżało nas do siebie.

Te lata wspominam niezwykle ciepło, będąc pod bardzo dużym wrażeniem osobowości Wacława, którego nazywaliśmy

Wszyscy „Dobrym Panem Wacławem”. Stwierdzam z całkowitym przekonaniem, że jego kreatywność, pracowitość i obiektywny osąd zrewolucjonizowały działalność naszej Izby, lokując ją na czele izb samorządu gospodarczego w kraju.

Inicjatywy Wacława w PIO w zakresie współpracy krajowej i międzynarodowej, którą rozwinął i wspierania osobistego rozwoju Członków PIO, działalność wydawnicza i naukowa (przez cały czas był redaktorem naczelnym Biuletynu Opakowaniowego PIO), a także bezpośredni kontakt z Członkami i Przyjaciółmi PIO w tym zakresie jest naprawdę nie do przecenienia.

Za swoje wspaniałe osiągnięcia Wacław został wyróżniony wieloma odznaczeniami państwowymi, a także w 2017 roku tytułem Zasłużony dla Przemysłu Opakowań.

O tych wszystkich wspaniałych osiągnięciach Wacława wiecie Państwo tak samo dobrze jak i ja. W moich krótkich, niepełnych refleksjach i wspomnieniach mogę tylko powiedzieć z całym przekonaniem i wiarą nas Wszystkich, że był to Wspaniały Człowiek, Patriotą i nasz Wielki Przyjaciel. Nie sposób wszystkiego co dokonał pokrótce przedstawić.

Drogi Wacławie! Dobry Panie Wacławie! Spoczywaj w pokoju.

*Twój młodszy Kolega i Przyjaciel
Staszek Tkaczyk
Prezes Polskiej Izby Opakowań*

Szanowni Państwo,

**Z ogromnym żalem przyjęliśmy wiadomość o nagłym odejściu
Pana Dyrektora Wacława Wasiaka, człowieka kompetentnego,
profesjonalnego, dobrego i bezgranicznie oddanego
branży opakowań.**

Będzie Go nam i całej branży bardzo brakowało.

**Całej Izbie, a tą drogą również Rodzinie,
wraz z całym zespołem firmy Plast Service Pack Sp. z o.o.
składamy serdeczne wyrazy współczucia**

Drogi Wacławie

Trudno pogodzić się z faktem, że następuje kres naszego życia i ludzie odchodzą.

Ty przez ostatnie 20 lat będąc Dyrektorem Polskiej Izby Opakowań dawałeś nam wszystkim przykład swoim działaniem, energią, pomysłami, pracowitością. Tak wiele inicjatyw, które zostały przez Ciebie zrealizowane przyczyniały się stale do rozwoju naszej branży, integracji ludzi, zaistnienia na międzynarodowych rynkach. Jednocześnie jako człowiek o wielkim sercu jesteś w pamięci ludzi, z którymi miałeś kontakt i którzy darzyli ciebie szacunkiem i sympatią.

Mogę powiedzieć, że przez ponad 20 lat współpracy byłeś dla mnie wzorem Dyrektora, człowieka, dla którego praca i obowiązek stanowią wartość, wymagającego najwięcej od siebie, a jednocześnie tak życzliwego dla ludzi, z którymi współpracowałeś.

Będzie nam brakować Ciebie chociaż na długo pozostaniesz w naszych sercach i umysłach.

Marek Rosłon

Panie Wacławie,

nie wierzę, że Pana nie zobaczę i nie usłyszę. Tak po męsku, emocje ściskają mi krtań.

W moim życiu niewielu zapisało się w takiej wartości, jak Pan to uczynił. Nie ma co czekać, aż Ktoś umrze, i wówczas popłyną słowa uznania.

Na codzień rozmawiając z Panem, rozmawiając o Panu mogłem wyłącznie odnosić się z największym szacunkiem i podziwem dla Pana wiedzy, umiejętności, wyjątkowej osobowości, ogromnej kultury. Uosabiał Pan ogromne zrozumienie dla wszystkich, w każdym temacie służył Pan wsparciem i radą.

Nasze zwykłe rozmowy czasem zaczynały się od pytania: ...panie Tadeuszu, gdzie pana zastałem, bo może siedzi pan na drzewie... A wszystko to wynikało z naszej pasji do drzew w sadzie, do prac w ogrodzie, mieliśmy wiele wspólnych tematów.

Podczas naszych rozmów wsłuchiwałem się w Pana wypowiedzi, jakże mądre, wyważone, dobrolubne dla każdego, były zawsze na użytek.

Wiem Panie Wacławie, jak wiele Pan wybitnego uczynił dla PIO, dla śródo-

wiska członków Izby, dla polskiej branży opakowań, dla podnoszenia prestiżu przedsiębiorców, dla współpracy z otoczeniem Izby. Mogą Pana doświadczenie, praca, osiągnięcia być kanonem i doskonałym wzorcem dla każdego.

Miałem szczególnie zaszczyt składać Panu co roku życzenia urodzinowe, mówiąc, że Pana energia to odwrotność zasłużonych lat Pana życia.

Niewiele czasu temu rozmawialiśmy o Pana trosce o zdrowie Pana Małżonki, wierzyłem, że pouklada się przyszłość po

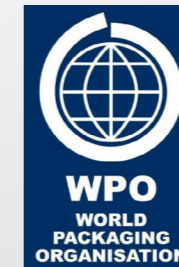
Pana myśli, i porozmawiamy jak zawsze o życiu, ale i o szansach na jutro.

Dziś czytam pocztę i... nie ukrywam, zamurowało mnie. Nie ma Pana wśród nas! Szanowny Panie Wacławie jest Pan w moim sercu. Dziękuję, że miałem szansę się z Panem spotkać w moim życiu.

Pamięć o Panu zawsze będzie żywa! Dziękuję Panie Wacławie. Żegnaj tylko w słowach.

Z wyjątkowym szacunkiem.

Tadeusz Szymanek



World Packaging Organisation

Helmut-Qualtinger-Gasse 2/2/3

1030 Vienna, Austria

Phone +43 1 606 6877 3588

info@worldpackaging.org

www.worldpackaging.org

ATU74070612

Farewell to Director of Polish Chamber of Packaging

We, on the Board of WPO, are deeply saddened by the passing of a global packaging colleague and director of the Polish Chamber of Packaging, Mr Wacław Wasiak.

We offer our sincere condolences to his family and friends.

Mr Wasiak was well respected and knowledgeable in so many facets of the Packaging Industry. He had an in depth understanding and was so involved in many industry projects involving production technology and the packaging thereof.

He was an admirable scientist who was well respected in many of his research projects, e.g. through the CORNET framework.

For his great achievements, he was awarded many state decorations, as well as in 2017 the title of "Meritorious for the Packaging Industry".

His sudden death left us in deep sorrow. He will be sorely missed by the wider packaging community and in particular packaging in Poland.

May he rest in peace

Prof Pierre Pienaar

President

WPO World Packaging Organisation

Dr. Johannes Bergmair

General Secretary

WPO World Packaging Organisation

World Packaging Organisation Secretary Office, Helmut-Qualtinger-Gasse 2/2/3, 1030 Vienna, Austria
Phone +43 1 606 6877 3588, info@worldpackaging.org
ATU74070612



On behalf of the packaging industry of Latvia,
I express my deepest condolences to the Polish packers and colleagues
of the Polish Chamber of Packaging for the loss of a distinguished man,
Wacław Wasiak.

There is no irreplaceable person, but his long and successful work
in the national packaging industry is a clear indication that Mr Wasiak's
place will remain empty for a long time.

His energy, awareness, knowledge, support, vitality, humor – will be
missed also by his colleagues in Latvia.

We lower our heads to the excellent Wacław Wasiak in his last course...

On farewell, on behalf of the Board of the Packaging Association
of Latvia, the Chairman of the Board Iveta Krauja

Szanowni Państwo

Z ogromnym smutkiem przyjąłem informację o odejściu wieloletniego Dyrektora Generalnego Polskiej Izby Opakowań, Pana Wacława Wasiaka.

Trudno sobie wyobrazić, jak wielką stratę poniósł polski przemysł opakowaniowy, którego tak wielkim entuzjastą był Ś.P. Dyrektor Wasiak.

Wierzę, że pamięć o tak wybitnej osobowości, jaką był Ś.P. Dyrektor Wasiak, pozostanie z nami na zawsze, a jego dokonania staną się inspiracją dla przyszłych pokoleń. W tych trudnych chwilach proszę przyjąć wyrazy głębokiego żalu i szczerego współczucia skierowane do Zarządu i Współpracowników.

Z wyrazami szacunku

dr inż. Ludomir Tuszyński

Prezes Zarządu
Expo Silesia Sp. z o.o.

Szanowni Państwo,

z wielkim smutkiem przyjęliśmy wiadomość się o śmierci Pana Dyrektora Wacława Wasiaka. Pan Dyrektor był osobą bardzo życzliwą i zawsze mogliśmy liczyć na Jego pomoc. Trudno wyobrazić sobie targi i konferencje opakowaniowe bez Jego osoby. W imieniu swoim oraz pracowników Katedry Jakości Produktów Przemysłowych i Opakowań Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, proszę o przekazanie naszych najszczerzych kondolencji Jego rodzinie.

Ryszard Cierpiszewski

Szanowni Państwo,

to bardzo smutna wiadomość. Miałem przyjemność poznać Pana Dyrektora w ostatnim czasie i było to bardzo cenne oraz owocne spotkanie zwiastujące dobrą współpracę.

Pan Dyrektor, pozostanie na zawsze w pamięci naszego Instytutu.

Ze swej strony w imieniu swoim oraz Pracowników Łukasiewicz – Instytut Biopolimerów i Włókien Chemicznych proszę przyjąć kondolencje i głębokie wyrazy współczucia.

Z wyrazami szacunku,

Radosław Dziuba

Dyrektor Polskiej Izby Opakowań o opakowaniach w warunkach pandemii koronawirusa

Od Redakcji: Dyrektor Wacław Wasiak, był wieloletnim Redaktorem Naczelnym Biuletynu Opakowaniowego. Również niniejszy numer został przygotowany i zredagowany pod jego kierunkiem. Wacław Wasiak był także autorem wielu zamieszczanych w kwartalniku artykułów, szczególnie dotyczących analizy rynku i branży opakowań. Poniżej zamieszczamy jeden z ostatnich materiałów przygotowanych przez dyr. Wasiaka.

Według opinii Polskiej Izby Opakowań, pandemia uświadomiła szczególną rolę opakowań w procesie bezpiecznego zaopatrywania ludności w żywność. Opakowania potwierdziły znaczenie jakie odgrywają, jako ważne elementy łańcucha dostaw pod kątem bezpieczeństwa zaopatrzenia ludności w warunkach epidemii.

W powstałej sytuacji, szczególnego znaczenia nabierają funkcje opakowań zapewniające najwyższe standardy higieniczne jako warunek zapobiegania rozpowszechnianiu wirusów i bakterii. Ważne znaczenie mają własności barierowe materiału opakowaniowego. Ochrona zapakowanego produktu przed wirusami i bakteriami, staje się funkcją nadrzędną nad np. promocyjną, a nawet ekologiczną. Słusznie zwraca uwagę prof. A. Bartkowiak (CBIMO) na zabezpieczenie antymikrobiologiczne powierzchni opakowań w związku z obecnością wirusa w środowisku zewnętrznym.

W tej sytuacji opakowania z tworzyw sztucznych (plastiku) są najbardziej „przyjazne” dla wzmocnienia antywirusowych i antybakteryjnych zabezpieczeń. Choć musimy za to zapłacić cenę zwiększenia odpadów opakowaniowych, będących często nośnikami koronawirusa.

Często spotykam się z pytaniami o wpływ pandemii na rynek opakowań. Na ocenę tego zjawiska za wcześnie. Możemy przewidywać, w oparciu o dane co najmniej z kilku miesięcy, że wyraźnie zwiększy się udział w rynku, opakowań żywności, co najmniej o 6-10%. Nieznacznie, o ok. 1-2% zwiększy się udział opakowań dla leków i wyrobów medycznych. Spadnie popyt na opakowania wyrobów przemysłowych, co jest

związane z zamrożeniem procesów gospodarczych i zmniejszenie tempa rozwoju gospodarczego.

Koszty walki z kryzysem wywołanym pandemią znacząco, o kilka a być może i więcej (ok. 10-12%), wpłyną na osłabienie gospodarki (recesja). Stąd podaż i popyt na różnorodne dobra znacznie osłabną.

Ze względu na specyfikę rynku żywności, a także leków, rynek opakowań dla tych produktów nie powinien ulec znaczącemu „osłabieniu”.

Jeśli podjęte działania na rzecz wsparcia gospodarki (kolejne tarcze antykryzysowe) nie okażą się wystarczające, należy przewidywać, iż w odniesieniu do segmentu opakowań, popyt może przewyższyć podaż, jeśli wiele firm upadnie, zawiesi działalność itp.

Polska Izba Opakowań na bieżąco monitoruje sytuację zarówno na rynku jak i w sferze produkcji opakowań.

Z monitoringu sytuacji w przemyśle opakowań i na rynku opakowań prowadzonego przez Polską Izbę Opakowań, wynikają następujące wnioski:

♦ W miarę dobra sytuacja w odniesieniu do popytu na opakowania dotyczy firm dostarczających opakowania dla tzw. branż wrażliwych. Zaliczamy do nich żywność, środki medyczne, środki higieny osobistej oraz środki dezynfekcyjne. Wg uzyskanych informacji w ponad 50% firm popyt na opakowania utrzymał się na poziomie sprzed pandemii. W ok. 10-12% firm odnotowano nawet wzrost zamówień. W pozostałych odnotowano spadek sprzedaży.

♦ W odniesieniu do opakowań dla innych branż odnotowano wyraźne spadki zleceń (popytu) od 20% do 70%, co wynikało z zamrożenia produkcji wyrobów przemysłowych w związku z ograniczeniem sprzedaży. W sklepach i marketach z wyrobami prze-

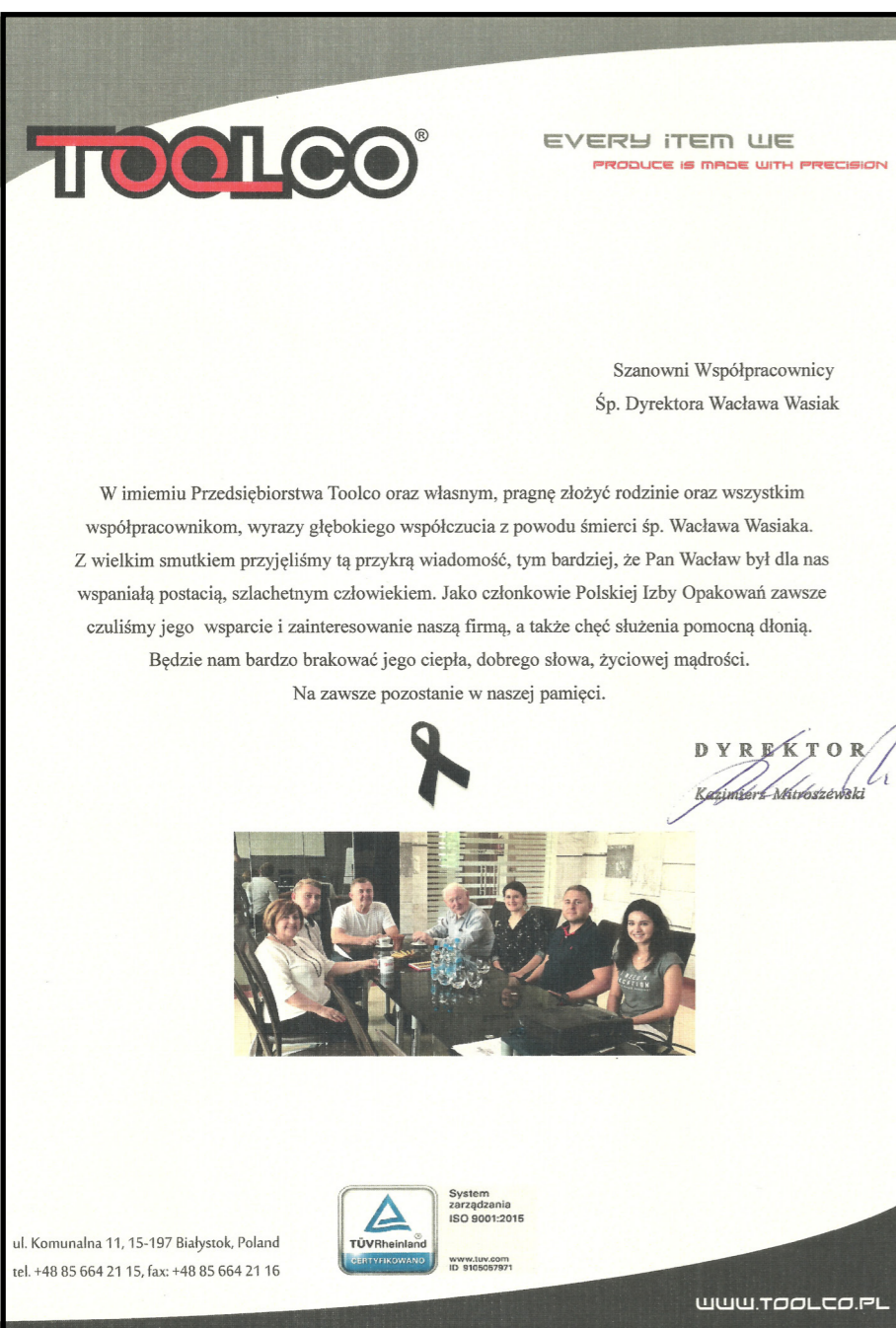
mysłowymi powszechnego użytku (AGD, RTV i inne). Wzrosła natomiast sprzedaż internetowa tych wyrobów o ok. 8% w porównaniu do stycznia i lutego br.

♦ W okresie pandemii wzrosło zainteresowanie handlem internetowym. W tym także żywności. Należy sądzić, że znaczącym stopniu zwiększy się liczba uczestników korzystających z tego rodzaju handlu. Wg szacunków Polskiej Izby Opakowań, prognozowany przed pandemią wzrost rynku e-commerce zwiększy się dodatkowo o ok. 3-5%

♦ Znacząco wzrosła wśród kierownictw firm świadomość celowości rozszerzenia formuły „pracy zdalnej”. Należy zatem spodziewać się znaczącego zwiększenia liczby pracowników pracujących on-line. Szersze upowszechnienie tej formy świadczenia pracy będzie wynikiem analizy zadań i obowiązków pracowników, mając na uwadze zapewnienie realizacji zadań i funkcji konkretnej firmy. Uwzględniając specyfikę firmy i obowiązków pracowników, podstawę do wdrażania systemu pracy on-line, winno poprzedzać opracowanie stosownych procedur, zapewnienie środków technicznych, metod komunikacji, a także korekty, choć nie w każdym przypadku, regulaminu pracy. Cennym będzie zapoznanie się z doświadczeniami firm, w których na szerszą skalę zastosowano pracę zdalną. Nie ulega wątpliwości, że mamy przed sobą „przejsie” z fazy incydentalnego, wymuszonego przez pandemię, upowszechniania pracy on-line, na upowszechnienie tej formy świadczenia pracy w firmach, w których dotychczas nie przywiązywano do tego problemu większej uwagi.

Wacław Wasiak

dyrektor Polskiej Izby Opakowań



TOOLCO® EVERY ITEM WE PRODUCE IS MADE WITH PRECISION

Szanowni Współpracownicy
Śp. Dyrektora Wacława Wasiak

W imieniu Przedsiębiorstwa Toolco oraz własnym, pragnę złożyć rodzinie oraz wszystkim współpracownikom, wyrazy głębokiego współczucia z powodu śmierci śp. Wacława Wasiaka. Z wielkim smutkiem przyjęliśmy tą przykrą wiadomość, tym bardziej, że Pan Wacław był dla nas wspianą postacią, szlachetnym człowiekiem. Jako członkowie Polskiej Izby Opakowań zawsze czuliśmy jego wsparcie i zainteresowanie naszą firmą, a także chęć służenia pomocną dłonią.

Będzie nam bardzo brakować jego ciepła, dobrego słowa, życiowej mądrości.
Na zawsze pozostanie w naszej pamięci.

DYREKTOR
Kaczmierz Matuszewska

ul. Komunalna 11, 15-197 Białystok, Poland
tel. +48 85 664 21 15, fax: +48 85 664 21 16

TÜVRheinland
System zarządzania ISO 9001:2015
www.tuv.com ID 9105057971

WWW.TOOLCO.PL

Bezpieczeństwo opakowań produktów kosmetycznych w świetle przepisów unii europejskiej

Opakowania kosmetyczne stanowią integralną część całego produktu i odgrywają ogromną rolę w jego pozycjonowaniu na rynku. To właśnie opakowanie „sprzedaje” gotowy produkt. Oprócz cech typowo wizualnych i związanych z reklamą opakowanie kosmetyczne pełni przede wszystkim funkcję ochronną. Jest to bariera, która zapewnia, że używany kosmetyk jest odpowiednio zabezpieczony i chroniony przed wpływem środowiska zewnętrznego, tj. warunki atmosferyczne, drobnoustroje, zanieczyszczenia fizyczne. Kosmetyk bowiem jest narażony na ciągły wpływ środowiska zewnętrznego podczas użytkowania. Prawidłowo dobrane opakowanie pozwala zachować odpowiednią jakość kosmetyku (chemiczną, mikrobiologiczną), co w efekcie przekłada się na jego skuteczność i bezpieczeństwo dla użytkownika końcowego.

W przemyśle kosmetycznym wyróżniamy wiele rodzajów opakowań. Mogą być to słoiki, tuby, butelki, opakowania typu air-less. Opakowania mogą być wykonane również z różnych materiałów, na przykład szkło, tworzywa sztuczne – PET, HDPE, PVC. W pierwszej kolejności producent kosmetyków kontaktuje się z dostawcą opakowań, który powinien posiadać odpowiednie dokumenty techniczne. W takiej dokumentacji zazwyczaj są zawarte parametry fizyczne opakowania, jego skład surowcowy oraz zgodność z obowiązującymi normami. Jednocześnie to na producencie kosmetyków ciąży odpowiedzialność za odpowiednią jakość całego produktu. W przemyśle kosmetycznym mają zastosowanie testy stabilności i kompatybilności z opakowaniem. Wytyczne, jak przeprowadzać tego rodzaju badania są ujęte w stosownych branżowych przewodnikach. Nie ma jednej określonej metody badań. Najczęściej dopiera się ją na podstawie masy kosmetycznej, która będzie zapakowana w dany pojemnik. Stosuje się różne warunki termiczne (niskie i wysokie temperatury), jak również wysoką wilgotność czy tzw. test szokowy, wahadłowy. Test wahadłowy polega na przemiennym przetrzymywaniu tej samej próbki w wysokiej i niskiej temperaturze, np. +5°C oraz +40°C.

Opakowania muszą być bezpieczne dla kosmetyku (na przykład poprzez bycie obojętnym chemicznie), nie wprowadzać niebezpiecznych substancji po-

przez ich przenikanie z opakowania do kosmetyku. Istotne jest, aby opakowania przeznaczone dla kosmetyków spełniały odpowiednie normy i standardy, w których doborze pomocni są specjaliści z laboratoriów badawczych.

Biorąc pod uwagę przepisy regulujące m.in. bezpieczeństwo opakowań kosmetyków, zgodnie z Artykułem 3 Rozporządzenia Parlamentu europejskiego i Rady (WE) Nr 1223/2009 wskazują, że każdy kosmetyk udostępniany na rynku powinien być bezpieczny dla zdrowia ludzi w normalnych lub dających się przewidzieć warunkach stosowania. Jako kosmetyk mamy na myśli całość – to jest opakowanie, jego zawartość, oznakowanie oraz produkcja w odpowiednich standardach jakości (GMP kosmetyczne).

Opracowanie opakowania produktu kosmetycznego musi uwzględniać wiele czynników. Powinno spełniać:

- wymagania techniczne związane z produktem/kosmetykiem, takie jak np. ochrona produktu, kompatybilność z produktem, wydajność linii rozlewniczej,
- wymagania Rozporządzenia dotyczącego kosmetyków odnośnie Oceny bezpieczeństwa (tj. opakowanie nie może negatywnie wpływać na bezpieczeństwo preparatu kosmetycznego),
- wymagania dotyczące REACH, Dyrektywy 94/62 / WE w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych oraz innych przepisów.

Zgodnie z decyzją wykonawczą komisji z dnia 25 listopada 2013 r. w sprawie wytycznych dotyczących załącznika I do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 dotyczącego produktów kosmetycznych należy mieć na uwadze, że substancje mogą migrować z opakowania do masy produktu. Należy wziąć pod uwagę istotne właściwości materiału, z którego zostało wykonane opakowanie. Do celów analizy zanieczyszczeń i materiału, z którego wykonano opakowanie, kluczowe znaczenie mają dane pochodzące od dostawców i powinny być uwzględniane w pierwszej kolejności.

W ocenie istotnych dla bezpieczeństwa właściwości opakowań do kosmetyków stosowane jest odniesienie do wymagań materiałów do kontaktu z żywnością. Materiały opracowane na potrzeby

pakowania żywności zostały już zbadane pod kątem bezpieczeństwa, a wyniki dostarczają istotnych informacji dotyczących stabilności i migracji. Przyjęto zasadę, że w większości przypadków, jeśli opakowanie jest bezpieczne dla określonego rodzaju żywności, powinno ono również nadawać się do kosmetyków o podobnych właściwościach fizycznych i chemicznych jak ta żywność. Zazwyczaj dodatkowe badania nie są wymagane. Jednakże w przypadku nowego/nawatorskiego opakowania konieczna może być dalsza ocena.

W celu zachowania zgodności z przepisami UE oraz sprawdzenia bezpieczeństwa opakowań kosmetyków, ważne jest znalezienie odpowiedniego laboratorium do przeprowadzenia niezbędnych badań. W przypadku oceny produktu kosmetycznego brany jest pod uwagę wpływ na zdrowie człowieka, który wynika również z migracji i wymywania substancji chemicznych z materiału opakowaniowego. Właściwe laboratorium może dokonać przeglądu materiału opakowaniowego i zaprojektować odpowiedni plan badań analitycznych jak i oceny bezpieczeństwa w celu spełnienia wymagań. Niezbędna w tym celu jest znajomość składu, rodzaju materiału, ostatecznej formuły i zastosowania produktu kosmetycznego. Dla opakowań tego typu podejście opiera się na zgodności materiałów z przepisami dotyczącymi kontaktu z żywnością (rozporządzenie nr (WE) 1935/2004 i rozporządzenie nr (WE) 10/2011). Podstawowe zasady określone w rozporządzeniu (WE) nr 1935/2004 wymagają, aby materiały nie uwalniały substancji do żywności na poziomach szkodliwych dla zdrowia ludzkiego, a tym samym nie zmieniały składu żywności, smaku i zapachu w niedopuszczalny sposób.

Odpowiedzialność za bezpieczeństwo opakowania leży przede wszystkim po stronie producenta opakowań, dostawcy. W przypadku rozpatrywania zgodności i dostosowania się do wymagań materiałów do kontaktu z żywnością dostawca opakowań powinien przede wszystkim podać i udokumentować:

- zgodność z ogólnymi wymogami rozporządzenia ramowego UE (WE) nr 1935/2004 w sprawie materiałów mających kontakt z żywnością
- zgodność z Dobrymi Praktykami Wytwarzania (rozporządzenie GMP (WE) nr 2023/2006); Rozporządzenie (WE) nr 2023/2006 zapewnia, że proces produkcji jest dobrze kontrolowany
- zgodność z wymogami przepisów unijnych lub krajowych, które mają zastosowanie do określonego rodzaju materiału żywnościowego

- rodzaje żywności, czyli dokładniej płyny modelowe imitujące żywność, dla których niniejsze oświadczenie o zgodności jest ważne. Pozwala to osobie oceniającej bezpieczeństwo produktu kosmetycznego ustalić, czy informacje dotyczące bezpieczeństwa opakowania żywności są istotne dla jego konkretnego preparatu kosmetycznego.

Badania interakcji pomiędzy masą produktu kosmetycznego, a opakowaniem umożliwiają zbadanie potencjalnej migracji niewielkich ilości substancji z materiału, z którego wykonano opakowanie podstawowe, do produktu. Rozróżniamy migrację globalną oraz specyficzną. Migracja globalna to łączna masa wszystkich substancji nielotnych uwalnianych się z materiału opakowaniowego w określonych warunkach. Limit, czyli tzw. bezpieczna granica to 10 mg składników migrujących z opakowania na 1 dm² powierzchni materiału opakowaniowego czyli 60 mg/kg płynu modelowego. Uwalnianie się do żywności lub płynów modelowych poszczególnych substancji to migracja specyficzną. Limit: maksymalna dozwolona ilość substancji w żywności lub płynie modelowym imitującym żywność wg Załącznika I Rozporządzenia UE (10/2011), który określa limity migracji dla pojedynczych substancji (mg substancji /kg żywności). Ważną informacją dla producenta danego materiału/ opakowania jest, aby w Deklaracji Zgodności zawarł dane dotyczące obecności substancji dla których ten limit został określony w danym załączniku.

W badaniu migracji płyn modelowy musi być odpowiedni, przeznaczony do określonego typu żywności czy kosmetyku. W procesie badania następuje odzyskanie płynu i jego odparowanie. Zmiana (wzrost) masy pozostałości, świadczy o przedostaniu się z opakowania substancji do płynu. Jako płyny modelowe imitujące żywność wg rozporządzenia (UE) nr 10/2011 w sprawie materiałów i wyrobów z tworzyw sztucznych stosuje się 6 różnych płynów modelowych, reprezentujących główne cechy żywności wpływające na migrację (etanol 10%, kwas octowy %, etanol 20%, etanol 50%, olej roślinny, MPP0). W odniesieniu do grup żywności nieprzypisanych specjalnie do płynu modelowego imitującego żywność zaleca się skorzystanie z ekspertyzy na podstawie podobieństwa z innymi grupami żywności w celu przypisania odpowiedniego płynu modelowego. Kosmetyki są zwykle chemicznie obojętnymi mieszaninami na bazie wody/olejów o pH obojętnym lub lekko kwaśnym. W przypadku większości preparatów kosmetycznych fizyczne/che-

miczne właściwości istotne dla migracji odpowiadają właściwościom typowych artykułów spożywczych.

Opakowania z tworzyw sztucznych mogą również zawierać plastyfikatory, stabilizatory UV, środki zmniejszające palność i różne inne dodane środki chemiczne, które są stosowane w celu nadania plastikowi pożądaných właściwości. Problem polega na tym, że te dodatki często nie są trwale związane chemicznie z tworzywem sztucznym. Mogą zatem przedostawać się do środowiska, naszej skóry i żywności. Wymagania dla materiałów do kontaktu z żywnością definiują metody określania zawartości tego typu substancji w zależności od ryzyka występowania. Warto również zastosować badania sensoryczne określające zmiany w kolorze, konsystencji, zapachu i smaku zawartości opakowania w odpowiednich warunkach.

Wśród opakowań produktów kosmetycznych znajdują się również szklane opakowania. Dla tego typu materiału nie ma wskazań badań migracji, szkło jest jednym z chemicznie obojętnych materiałów. Zaleca się natomiast badania metali ciężkich typu ołów, kadm. Coraz częściej producenci chcą wykorzystać takie materiały jak np. papier, bambus czy polimery pochodzenia naturalnego lub po prostu materiały pochodzące z recyklingu. Dzięki temu zmniejsza się zanieczyszczenie środowiska, powstałe przez używanie surowców nie biodegradowalnych. Do takiego podejścia składnia obecna sytuacja ekologiczna oraz trendy. Należy jednak pamiętać, że opakowanie musi być również bezpieczne i kompatybilne. Warto zauważyć, że stosowanie opakowań pochodzących z recyklingu może wiązać się z ryzykiem migracji substancji chemicznych, takich jak zanieczyszczenie np. farby drukarskie (MOSH – oleje mineralne) czy substancje chemiczne stosowane w procesie recyklingu, które mogą migrować z opakowania.

Może się tak zdarzyć, że materiał opakowaniowy przeznaczony do kosmetyków zawiera substancje, która nie jest dopuszczona do materiałów mających kontakt z żywnością lub nie został wyprodukowany zgodnie z rozporządzeniem GMP (WE) nr 2023/2006. Pomimo tych niezgodności takie opakowanie może okazać się bezpieczne i dopuszczone do stosowania po wykonaniu oceny bezpieczeństwa. Ważne jest wykazanie, że opakowanie kosmetyczne jest wytwarzane w sposób spójny (np. zgodnie z ISO 9001) oraz informacje o niedozwolonej substancji (m.in. nazwa, stężenie, toksyczność). W tej sytuacji dostawca/ producent opakowania powinien poin-

formować laboratorium o wszelkich niezgodnościach.

Poświadczeniem przez producenta właściwości opakowań są raporty z badań oraz Deklaracja Zgodności, która potwierdza zgodność z wymaganiami. Badania laboratoryjne nie są obowiązkowe, jednakże materiałom i wyrobom musi towarzyszyć dokumentacja potwierdzająca, że są one bezpieczne i zgodne z przepisami mającymi do nich zastosowanie. Ponadto wyniki badań laboratoryjnych stanowią najprostszą i rzetelną sposób udowodnienia bezpieczeństwa i zgodności wyrobów gotowych z przepisami i wymaganiami.

Od redakcji:

Badania Oceny bezpieczeństwa opakowań do kosmetyków oraz żywności prowadzone są m.in. w laboratorium spółki Intertek Poland. Trzeba w tym miejscu poinformować, że laboratorium Intertek Poland jest jednym z ponad 1000 laboratoriów działających w około 100 krajach. Intertek wspiera firmy na globalnym rynku od ponad 130 lat, zaś historia tej globalnej firmy sięga 1880-1900, w których pojawiły się pierwsze, niezależne laboratoria badawcze.

Intertek Poland wychodząc naprzeciw Państwu oczekiwaniom pomaga zbadać jakość produktu na każdym etapie produkcji – poprzez jakość komponentów, a kończąc na wyrobie gotowym.

BIBLIOGRAFIA

- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) Nr 1223/2009 z dnia 30 listopada 2009 r. dotyczące produktów kosmetycznych.
- DECYZJA WYKONAWCZA KOMISJI z dnia 25 listopada 2013 r. w sprawie wytycznych dotyczących załącznika I do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1223/2009 dotyczącego produktów kosmetycznych.
- Guidelines on stability testing of cosmetic product, CTFA & Colipa, 2004.
- ROZPORZĄDZENIE (WE) NR 1935/2004 PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY z dnia 27 października 2004 r. w sprawie materiałów i wyrobów przeznaczonych do kontaktu z żywnością oraz uchylające dyrektywy 80/590/EWG i 89/109/EWG.
- ROZPORZĄDZENIE KOMISJI (WE) NR 10/2011 z dnia 14 stycznia 2011 r. w sprawie materiałów i wyrobów z tworzyw sztucznych przeznaczonych do kontaktu z żywnością.
- Cosmetics Europe advisory document: Information exchange on cosmetic packaging materials along the value chain in the context of the EU Cosmetics Regulation EC 1223/2009.

Anna Fokt
Izabela Leśniak



Aktywne opakowanie regulujące wilgotność i zawartość wody

Współczesny rynek stawia opakowaniom wysokie wymagania. Stają się coraz bardziej funkcjonalne i innowacyjne, rozszerza się zakres ich zastosowań, w ich produkcji wykorzystuje się aktywne substancje oddziałujące na opakowany produkt, a także biodegradowalne surowce. Przewiduje się, że w nadchodzących latach najistotniejszy wpływ na rozwój branży spożywczej będą miały opakowania aktywne i inteligentne, których unikatowość i innowacyjność polega na całkowitym odejściu od tradycyjnego postrzegania roli opakowania do żywności, polegającej na eliminowaniu oddziaływania pomiędzy produktem a opakowaniem.

Dotychczasowa praktyka zakładała, że opakowany produkt nie może podlegać działaniu materiału, z którego wykonano opakowanie.

Obecnie, dzięki opakowaniom aktywnym i inteligentnym, praktyka ta odchodzi do przeszłości. Wpływ tych opakowań na produkty spożywcze jest uznawany za pozytywny i jak najbardziej pożądany. Pozytywne aspekty tego oddziaływania są brane pod uwagę już w fazie ich projektowania.

Z uwagi na wzajemne oddziaływanie zapakowanych produktów z opakowaniami, jakość opakowań odgrywa kluczową rolę dla zachowania bezpieczeństwa produktu oraz zdrowia konsumenta.

Jakość konsumencka oraz okres trwałości zapakowanych produktów rynkowych, zarówno przemysłowych, jak i spożywczych, w dużym stopniu zależą od ich podatności na zmiany wilgotności otoczenia. Na utrzymanie optymalnej zawartości wody w produktach decydujący wpływ mają warunki wewnątrz opakowania, wilgotność i temperatura, a także czas przechowywania.

Nadmierna lub zbyt niska zawartość wilgoci obecna w środowisku przechowywania wyrobów może prowadzić do obniżenia ich jakości.

Zbyt duża wilgotność może powodować np. korozję lub gwałtowny rozwój drobnoustrojów (bakterii, pleśni, grzybów) na powierzchni, natomiast mała

zawartość wilgoci może doprowadzić do niekorzystnego wysychania lub kurczenia się produktów oraz innych negatywnych zmian organoleptycznych i fizykochemicznych.

Opracowanie innowacyjnego materiału opakowaniowego do formowania aktywnych opakowań o kontrolowanej wilgotności wewnątrz opakowania jest tematem międzynarodowego projektu badawczego HumidWRAP „Aktywne opakowanie regulujące wilgotność i zawartość wody”.

Projekt jest realizowany przez ośrodki naukowo-badawcze z Polski, Niemiec i Belgii w ramach 23 konkursu inicjatywy Cornet (Collective Research NETWORKING).

Ze strony polskiej uczestniczą w nim: Polska Izba Odzysku i Recyklingu Opakowań (PIOIRO), jako wnioskodawca i koordynator krajowy oraz wykonawcy: Centrum Bioimmobilizacji i Innowacyjnych Materiałów Opakowaniowych Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego (CBIMO) oraz Łukasiewicz – IBWCh Oddział w Warszawie COBRO – Centrum Badawczo-Rozwojowe Opakowań.

Projekt HumidWRAC jest realizowany we współpracy z przedsiębiorcami – Członkami Komitetu Użytkowników: Coffee Service Sp. z o.o., Pakmar Sp. z o.o., PPHU Tekmar, Drukarnia G.C., Yanko Sp. z o.o.

Główne cele projektu HumidWRAP to:

- ♦ poszerzenie wiedzy na temat warunków przechowywania żywności oraz innych produktów wrażliwych na wilgoć,
- ♦ poszerzenie wiedzy na temat substancji adsorbujących i uwalniających wilgoć oraz wpływu tych komponentów na kontrolowanie wilgotności w opakowaniach aktywnych,
- ♦ opracowanie modelu matematycznego do obliczania wymaganej bariery, właściwości sorpcji i desorpcji opakowania, przy utrzymaniu wewnętrznej atmosfery na określonym poziomie wilgotności,

HUMIDWRAP

Projekt HumidWRAP

- ♦ otrzymanie opakowań testowych zgodnie z wymogami gospodarki cyrkularnej GOZ oraz wymagań dla opakowań do żywności.

W ramach realizowanych prac zebrano dane dotyczące zawartości wilgoci, izoterm i kinetyki sorpcji wody podczas przechowywania wyrobów piekarniczych, wytypowanych jako produkt docelowy, w różnych warunkach temperatury i wilgotności i opracowano dynamiczny model matematyczny opisujący stan równowagi wilgoci wewnątrz opakowania, w powiązaniu z zawartością wilgoci w przechowywanym produkcie, przepuszczalnością pary wodnej materiału opakowaniowego. Model ten będzie weryfikowany na bieżąco i wykorzystany do optymalizacji geometrii opakowania i materiału opakowaniowego indywidualnie dla określonego produktu wrażliwego na wilgoć.

Prowadzone były także prace eksperymentalne w skali laboratoryjnej nad otrzymaniem powłoki dla papieru z wykorzystaniem substancji aktywnych oraz opracowaniem kompozycji polimerów (np.: polietylenu, polipropylenu, PVC oraz biopolimerów) z napełniaczami regulującymi wilgotność.

Opracowane powłoki jednoskładnikowe z funkcją regulacji wilgoci, wykonane ze modyfikowanej skrobi, modyfikowanej celulozy i innych materiałów regulujących wilgotność, były testowane na różnych podłożach papierowych.

Opracowano także powłoki wieloskładnikowe poprzez wprowadzenie np. do modyfikowanej skrobi czy modyfikowanej celulozy różnych aktywnych związków nieorganicznych.

Wykonano blendy poprzez zmieszanie różnych tworzyw sztucznych z polielektrolitami o właściwościach sorpcyjnych, a także z dodatkami związków nieorganicznych regulujących pochłanianie wody. Testowano polimery różniące się polarnością, krystalicznością, elastycznością i temperaturą zeszklenia T_g .

Otrzymane nowe materiały analizowano pod kątem kontroli zmian właści-

Opakowania w branży spożywczej

Według szacunków Polskiej Izby Opakowań (podstawa: analiza ekspozycji produktów spożywczych w dużych marketach oraz sklepach osiedlowych, a także na podstawie danych o wielkości rynku sprzedaży tych produktów) wynika, iż w opakowaniach żywności i napojów oraz dodatków do żywności, dominują tworzywa sztuczne. Zarówno „tradycyjne” (ropopochodne) jak i coraz częściej otrzymywane z biosurowców. Choć to jeszcze śladowe wielkości. Oceniamy, iż opakowania z tworzyw sztucznych stanowią ok. 42% wszystkich opakowań, w które pakowana jest żywność i napoje (szerzej produkty spożywcze). W opakowania z tworzyw sztucznych pakowane są najczęściej mięsa, wędliny, mleko i przetwory mleczne, sery, śmietana, jogurty itp. Duży udział posiadają opakowania do wody i olejów jadalnych. Do opakowań z tworzyw sztucznych zaliczamy także szeroko użytkowane opakowania wielomateriałowe firmy Tetra Pak i innych firm.

Trzeba także uwzględnić opakowania z folii, popularne „foliówki”, które pomimo wprowadzonych „ograniczeń” zniechęcających do ich stosowania, są bardzo często używane do pakowania „luzem” owoców, warzyw, ryb, mięsa, wędlin. Dotyczy to w szczególności sklepów osiedlowych.

Drugą pozycję zajmują opakowania z papieru i tektury (ok. 26%). W opakowania z papieru i tektury najczęściej pa-

kujemy wyroby cukiernicze, słodczyce (ciastka, czekolady), rozliczne przyprawy, pizzę oraz produkty sypkie jak cukier, mąka, kasze, ryż i inne. Coraz częściej w torebki papierowe pakowane jest pieczywo (sklepy osiedlowe). Powszechnie w małym „handlu” używany jest papier do pakowania wędlin i serów w porcjach zamawianych przez klienta. Torby papierowe, jako opakowanie „zbiorcze” dla zakupionych produktów spożywczych, coraz częściej „wypierają” torby „plastikowe”. Herbaty z reguły pakowane są w opakowania z papieru i tektury. Dotyczy to, choć w mniejszym stopniu, także kawy.

Trzecie miejsce wśród opakowań żywności (16%) zajmują opakowania szklane. Znaczącym jest udział opakowań do alkoholu, a także różnego rodzaju słoików do pakowania przetworów owocowych, soków. Większość opakowań stanowi integralną część rynkowego produktu, rzadziej występuje jako samoistny produkt rynkowy, zauważalny wyjątek stanowią słoiki szklane kupowane przez gospodynie domowe „pod przetwory”. Warto wspomnieć, iż rocznie na te cele produkuje się ok. 3 mln sztuk słoików i słoików szklanych. Z zasady dzemy, musztardy, tarty chrzan i inne pakowane są w opakowania szklane.

Czwartą pozycję (ok. 13%) zajmują opakowania metalowe. Znaczący udział mają w tej grupie opakowania napojów (puszki) oraz opakowania dla ryb i prze-

tworów rybnych. Opakowania metalowe wykorzystywane są do pakowania przetworów warzywnych (sałatki), kukurydzy, groszku, a także przetworów mięsnych.

Ok. 3% to opakowania z innych materiałów, a w szczególności z drewna i tekstylii.

Według danych Izby, relacje na rynku europejskim są podobne, co wynika z „podobieństwa” rynku polskiego i rynków w Europie. W ostatnich 12-15 latach struktura rynku opakowań w Polsce dostosowała się do struktury w rozwiniętych krajach Europy. Jedynie w Niemczech można zauważyć nieco większy udział opakowań z tworzyw sztucznych dla przemysłu spożywczego o ok. 2% oraz szklanych o ok. 1%.

Z posiadanych informacji i własnych analiz możemy zaobserwować zjawisko znacznego zwiększenia w warunkach COVID-19, udziału w rynku opakowań, opakowań dla przemysłu spożywczego o ok. 10-12%, dla farmacji o ok. 3% oraz dla przemysłu kosmetycznego i środków higieny i ochrony osobistej o ok. 2%. Wynika to ze znaczącego (o ok. 15%) zmniejszenia udziału w sprzedaży opakowań dla wyrobów przemysłowych jak AGD, RTV, farby, chemia gospodarcza, co jest spowodowane wstrzymaniem produkcji przez te działy gospodarki. Po „odmrożeniu” gospodarki sytuacja powinna wrócić do „normy”, a więc: opakowania żywności i napojów będą stanowić ok. 62%, opakowania dla wyrobów przemysłowych i środków technicznych ok. 25%, opakowania dla przemysłu farmaceutycznego ok. 7% opakowania dla przemysłu kosmetycznego ok. 6%.

(red.)

wości sorpcyjnych oraz barierowych dla pary wodnej przy określonej wilgotności względnej RH.

W ostatniej fazie realizacji projektu, dla wytypowanych testowych materiałów o oczekiwanej przenikalności pary wodnej oraz zoptymalizowanych opakowań, oznaczone będą właściwości fizyko-mechaniczne, barierowe oraz wykonane testy przechowalnicze z zapakowanym produktem modelowym. Dla materiałów opakowaniowych i opakowań przeznaczonych do kontaktu z żywnością wykonane zostaną także testy oceny jakościowej i badania bezpieczeństwa zdrowotnego.

Dla zoptymalizowanego opakowania z funkcją regulacji wilgotności i zawartości wody przeprowadzona będzie analiza cyklu życia (LCA), ocena jego podatności na recykling organiczny przez np. kompostowanie.

Finalnie, z materiału celulozowego z innowacyjną warstwą o właściwościach regulowania wilgotności, będą mogły być formowane różne opakowania, w zależności od gramatury powlekanego papieru.

Literatura

1. S. Nakabayashi, K. Nagano, M. Nakamura, J. Togawa, A. Kurokawa, Improvement of water vapor adsorption ability of natural meso-

porous material by impregnating with chloride salt for development of a new desiccant filter, Adsorption (2011), 17, 675-686.

Praca finansowana jest przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju NCBiR.

Konrad Nowakowski
Polska Izba Odzysku i Recyklingu Opakowań

Monika Kaczmarczyk,
Alicja Kaszuba,
Jacek Frydrych

Sieć Badawcza Łukasiewicz – Instytut Biopolimerów i Włókien Chemicznych

Z życia Polskiej Izby Opakowań

Polska Izba Opakowań członkiem EPIC



Na początku roku w Pradze odbyło się spotkanie europejskiego stowarzyszenia organizacji opakowaniowych EPIC. Podczas spotkania, na którym Izbę reprezentował pan Andrzej Kornacki – przewodniczący Rady, Polska Izba Opakowań została przyjęta do grona członków EPIC.

EPIC (European Packaging Institutes Consortium) to organizacja zrzeszająca krajozwoje instytucje branży pakowania w Europie, które spotykają się i współpracują w imieniu swoich członków, aby zidentyfikować obszary wymagające szczególnej współpracy regionalnej lub ogólnoeuropejskiej oraz inicjować działania służące rozwojowi opakownictwa.

EPIC koncentruje się na edukacji, innowacjach i przekazywaniu informacji na temat przemysłu opakowań.



Patronat Izby nad konferencją „Tektura falista – najnowsze technologie”

Polska Izba Opakowań objęła patronat nad organizowaną przez Wydawnictwo Polski Drukarz Sp. z o.o. konferencją „Tektura falista – najnowsze technologie”. Konferencja odbędzie się w dniach 24-25 września w Przypkach k. Nadarzyn. Więcej o wydarzeniu na str. 19 Biuletynu.



Konsultacje z Ministerstwem Rozwoju

Na początku kwietnia w związku z pracami nad różnymi scenariuszami zarządzania kryzysem, Ministerstwo Rozwoju zwróciło się do Polskiej Izby Opakowań z prośbą o konsultacje w sprawie analizy bieżącej sytuacji w branży opakowań.

Jednym z elementów analizy było zbadanie kluczowych łańcuchów dostaw przedsiębiorstw działających na terenie

Polski, które muszą funkcjonować w każdej sytuacji. Na potrzeby wyżej wymienionej analizy została opracowana ankieta, którą biuro Izby rozesało do firm opakowaniowych. W wyniku przeprowadzonej analizy i konsultacji, branża opakowań została uznana za jedną z kluczowych i niezbędnych do funkcjonowania w czasie kryzysu.



Patronat Izby nad platformą BuyPoland



9 czerwca Polska Izba Opakowań objęła patronat nad internetową platformą promocji potencjału eksportowego polskiej gospodarki Buy Poland – nowej inicjatywy Grupy MTP, której zadaniem jest aktywne wsparcie polskich przedsiębiorców w zdobywaniu zagranicznych zleceńodawców.

Buy Poland to internetowy katalog, który zawiera informacje o tysiącach producentów z najsilniejszych polskich branż, w tym niezwykle ważnej branży opakowaniowej.

Buy Poland nie jest spisem firm, ale miejscem, na którym Grupa MTP aktywnie skupia uwagę kilkuset tysięcy przedsiębiorców z niemal wszystkich krajów świata (m.in. poprzez mailing, kampanie internetowe i telemarketing oraz bezpośrednią współpracę z zagranicznymi izbami i stowarzyszeniami). Są to głównie kupcy działający w kluczowych dla Polski branżach proeksportowych, w tym także w handlu branży opakowaniowej.

Więcej o platformie Buy Poland na stronie www.buypoland.pl



Żegnamy Dyrektora Polskiej Izby Opakowań

W dniu 22 czerwca, zmarł niespodziewanie wieloletni dyrektor Polskiej Izby Opakowań, niezwykle człowiek, entuzjasta opakowań i przyjaciel ludzi tej branży.

Sylwetkę dyrektora Wacława Wasiaka oraz wspomnienia i kondolencje na-

desłane do biura Izby prezentujemy na pierwszych stronach niniejszego numeru Biuletynu.

W związku ze śmiercią dyr. Wacława Wasiaka, prezes Izby prof. zw. dr hab. inż. Stanisław Tkaczyk, powołał na stanowisko p.o. dyrektora biura Polskiej Izby Opakowań, panią Beatę Pyś-Skrońską, dotychczasową zastępcę dyrektora biura.



Analiza wpływu koronawirusa na branżę opakowań

Wraz z ogłoszeniem pandemii COVID-19 oraz wynikającym z niej „zamrażaniem” gospodarki, Biuro Izby zwróciło się do firm członkowskich o bieżące przesyłanie informacji o sytuacji w firmie, a w szczególności o zagrożeniach dla działalności, prosząc głównie o przesyłanie informacji o aktualnej kondycji firm oraz perspektywach na najbliższe miesiące, a także o problemach wymagających pilnego rozwiązania.

Pilnego rozeznania należało dokonać w takich kwestiach:

- Jakiego rodzaju wsparcie jest niezbędne dla zapewnienia funkcjonowania (przetwarzania) firmy?
- Na jakie opakowania gwałtownie spadło zapotrzebowanie?
- Jak oceniana jest sprzedaż obecną sprzedaż w porównaniu ze styczniem i lutym 2020 r.?
- Czy w firmie wprowadzono zwolnienia pracowników lub są planowane takie działania w najbliższej przyszłości?

Izba prosiła także o przykłady działań wspierających instytucje i obywateli w walce z pandemią (przekazanie opakowań do żywności, sprzętu ratunkowego i inne).

Nadesłane odpowiedzi zamieszczamy na stronach 12-13 Biuletynu.

Pozyskane informacje zostały wykorzystane w opracowywanym przez Izbę raportach, który zamieszczamy na stronie 5 Biuletynu.

Z ŻYCIA FIRM CZŁONKOWSKICH

DEKORGLASS DZIAŁDOWO S.A.

Dekorglass i jego butelka dekorowana na gin ostatnio triumfuje w światowych konkursach. Tym razem jest to gin Twisted Nose, który zdobył główną nagrodę za opakowanie na World Gin Awards. Jasnozielone malowanie sprawia, że



wzory formowane w szkle przypominają morskie fale. Dedykowaną butelkę przygotowało Vetroelite, Dekorglass odpowiada za dekorację. Serdeczne gratulacje!

Od października 2019 roku Dekorglass produkuje własne szkło w nowym zakładzie produkcyjnym: Huta TUR niedaleko Bydgoszczy. Kolejne nagrody tym razem za całe opakowanie: butelkę i dekorację są tylko kwestią czasu.



FUTAMURA

W ostatnim czasie niemiecka firma herbaciana samova, zdecydowała się na zastosowanie do swoich kopertek na torbki z herbatą w pełni kompostowalnej folii NatureFlex™, produkowanej przez firmę Futamura.

Folie zapewniają wyjątkowe parametry techniczne; doskonałe bariery smakowe i aromatyczne. Zapewniają dobrą ochronę produktu i wydłużają okres trwałości. Idealnie nadają się do pakowania herbaty.



Nowy Zarząd MTP

Samova jest tak dumna ze swoich kompostowalnych saszetek z herbatą, że przygotowała szeroką kampanię marketingową »No plastic, fantastic!« promującą to rozwiązanie. W kampanii firma deklaruje, że saszetki do herbaty można kompostować w domu i rozkładają się po 50 dniach.



Międzynarodowe Targi Poznańskie

Z dniem 22 maja rozpoczęła się czteroletnia kadencja nowego zarządu Międzynarodowych Targów Poznańskich Sp. z o.o. Rada Nadzorcza MTP podjęła uchwałę o powierzeniu Tomaszowi Kobierskiemu funkcji prezesa zarządu Grupy MTP, natomiast dotychczasową pracę na stanowisku wiceprezesa zarzą-

du kontynuuje Elżbieta Roeske. Drugim wiceprezesem mianowany został Filip Bittner, który pełnił dotychczas stanowisko Dyrektora Grupy Produktów.



SILBO

W czasie tegorocznej edycji targów Fruit Logistica 2020, odwiedzający z ponad 130 krajów docenili innowacyjny produkt firmy SILBO, który zdobył srebrną nagrodę INNOVATION AWARD za rewolucyjne, kompostowalne opakowanie BOBASKET. Wieloletnia praca nad rozwiązaniami w dziedzinie opakowań przyjaznych środowisku oraz kreowanie nowych kierunków rozwoju branży opakowań to sedno działalności SILBO, a ta nagroda utwierdza firmę w przekonaniu, że to słuszna droga. Serdeczne gratulacje i życzenia kontynuacji.



Z POLA WALKI Z KORONAWIRUSEM

CZŁONKOWIE IZBY WSPIERAJĄ LOKALNĄ SPOŁECZNOŚĆ W WALCE Z WIRUSEM

W związku z epidemią koronawirusa wiele firm, w tym również członków Polskiej Izby Opakowań, starało się wesprzeć działania na rzecz walki z koronawirusem w Polsce. W poprzednim numerze Biuletynu pisaliśmy o deklaracjach pomocy ze strony firm DRUK SERWIS 24 oraz PTAK Warsaw Expo.

Teraz przedstawiamy kolejne firmy, które postanowiły przyłączyć się do akcji, przekazując niezbędne środki ochrony służbom dbającym o bezpieczeństwo lokalnych mieszkańców.



DRUKARNIA RAGUS

W tych tak trudnych czasach, drukarnia RAGUS mając możliwości produkcyjne aby zaprojektować i wykonać produkty, które przyczyniają się do ograniczenia rozprzestrzeniania się koronawirusa, przekazała przyłbice ochronne dla Szpitala Powiatowego w Garwolinie oraz dla Ochotniczej Straży Pożarnej w Gadce.



GEORG UTZ POLSKA

W ramach zaangażowania się Georg Utz Polska w walkę z epidemią firma przekazała Bankowi Żywności we Wrocławiu ponad 100 nowych pojemników do transportowania żywności. Trafiły tam m.in: pojemniki izotermiczne, skrzyniopalety PA-LOX, pojemniki RAKO, oraz wózki transportowe.

Bank Żywności we Wrocławiu to organizacja zapewniająca stałą pomoc dla osób starszych i będących w kwarantannie.



Z okazji Dnia Służby Zdrowia Prezes firmy RAGUS pan Jacek Ragus (na zdjęciu pośrodku) przekazał przyłbice dla Szpitala Powiatowego w Garwolinie.

Posiłki i produkty żywnościowe są skutecznie dostarczane potrzebującym we współpracy z wolontariuszami organizacji pozarządowych, jednostkami Ochotniczej Straży Pożarnej, Straży Miejskiej, Policji i Wojskiem Obrony Terytorialnej.

BASF POLSKA Sp. z o.o.

Firma **BASF**, wspierając lokalną społeczność, przekazała wielorazowe okulary ochronne dla ratowników z Pogotowia Ratunkowego w Środzie Śląskiej, Komendy Powiatowej Państwowej Straży Pożarnej w Środzie Śląskiej oraz Komendy Powiatowej Policji w Środzie Śląskiej.



Okulary ochronne przekazane przez firmę BASF



TUBUS

W tych trudnych miesiącach, solidaryzując się z pracownikami służb medycznych, firma **TUBUS** wykonała nieodpłatnie kilka tysięcy osłonek i przyłbic ochronnych, antywirusowych, które przekazała służbom medycznym.

TUBUS posiada również w sprzedaży przyłbice z paskiem regulowanym, antypotnym oraz elementy osłonowe do przyłbic ochronnych antywirusowych z folii pet o wysokiej barierze antywirusowej.

Zachęcamy do zapoznania się z ofertą.

Kondycja firm opakowaniowych w czasach koronawirusa

Poniżej prezentujemy wypowiedzi przedstawicieli firm HLP Klearfold oraz TUBUS na temat działalności firm w czasach koronawirusa. Poniższe opinie zostały przesłane do Izby pod koniec kwietnia br., a więc po pierwszych miesiącach pandemii i związanych z nią ograniczeń w funkcjonowaniu gospodarki.

Z ostatnich rozmów przeprowadzonych z przedstawicielkami poniższych firm wynika, że obecnie, po „odmrożeniu” gospodarki sytuacja w firmach powoli wraca do normy. Firmy działają już w ok. 70-80% wielkości swojej produkcji sprzed pandemii.

HLP Klearfold

Nasilająca się epidemia Covid-19 głęboko dotknęła nas wszystkich na całym świecie. Nie ukrywając, wielu z nas jest bardzo zaniepokojonych dobrem naszej rodziny i bliskich osób. W HLP wspieramy się bardzo i przechodzimy przez to wszyscy razem. Mimo, iż jesteśmy ogromną firmą, to jesteśmy w stałych dziennych kontaktach między sobą, to tworzy więzi. Muszę przyznać osobście, że jestem dumna z bycia członkiem naszej rodziny HLP. Większość ludzi obecnie z niepokojem patrzy na swojego pracodawcę, ja natomiast z dumą i podziękowaniem za wsparcie w tym trudnym czasie.

Jako firma Azjatycka trwamy w tej sytuacji obecnie około pół roku. Dzięki doświadczeniom naszych kolegów z Chin odpowiednio szybko wszyscy z nas w Europie, Stanach, Japonii czy Indiach zaczęli pracować w domu oraz zabezpieczać się przed wirusem. Otrzymałiśmy także przesłanki od firmy z podstawową ochroną osobistą, którą jeszcze tak niedawno było bardzo ciężko zakupić.

Bezpieczeństwo, a przede wszystkim niezawodność zawsze były naszymi najważniejszymi priorytetami. Na tę reputację ciężko pracowaliśmy przez ostatnie pięćdziesiąt lat. Robimy wszystko, co w naszej mocy, aby zapewnić niezawodne dostawy naszych produktów i dbać o obsługę klienta, aby wspierać wszystkich w tej niecodziennej sytuacji. Indywidualnie podchodzimy do każdego klienta i szukamy dogodnych rozwiązań dla obu stron.

Nie ukrywając statystyki sprzedaży spadły w pierwszym kwartale, nadal są niskie, jest to bezpośrednio związane z popytem.

Większość firm jest czasowo zamkniętych lub ich sprzedaż spadła, co za tym idzie klienci nadal mają zapasy magazynowe. Na nasz słabszy wynik miało także wpływ zamknięcie fabryki w Chinach na około 3 tygodnie w lutym – w tym czasie był odnotowywany szczyt pandemii w Chinach.

Musieliśmy dostosować nasz zakład do bardzo wysokich wymogów bezpieczeństwa oraz certyfikacji, które oferujemy, głównie mam na myśli BRC. W tamtym czasie opracowaliśmy nasz własny model przyłbicy, gdyż byliśmy w stanie sami go wyprodukować z produkowanego przez nas PET-u. Przyłbice okazały się bardzo dobrym rozwiązaniem i dobrą ochroną. Wraz z rozwojem sytuacji w Azji dotowaliśmy dość duże ilości lokalnym szpitalom i władzy aby wspierać walkę z pandemią. Z czasem to dobro wróciło i zaczęto składać u nas zamówienia na ten produkt. W początkowej fazie nikt z nas się tego nie spodziewał, że przypadkowo wynaleziony produkt pomoże nam przetrwać trudny okres.

Obecne środki ochrony indywidualnej, w czasach kryzysu, są bardziej istotne niż kiedykolwiek. Służby szpitalne, krytyczne i ratownicze są zależne od nieprzerwanego zaopatrzenia i wsparcia w wykonywaniu ich obowiązków i funkcji, oni biorą udział w tej bitwie na pierwszej linii, aby powstrzymać rozprzestrzenianie się koronawirusa.

HLP pragnie zapewnić wszystkim, że jesteśmy w pełni zaangażowani w obsługę naszych ukochanych klientów podczas pandemii. Nasz zakład produkcyjny działa na pełnych obrotach, wszyscy pracownicy są odpowiednio zabezpieczeni aby ochronić ich zdrowie. Nasz nowy produkt pomaga nam przetrwać trudny czas. Posiadamy niezbędne zaplecze aby produkować certyfikowane środki ochronne w najwyższej jakości. Certyfikacja produktów tego typu jako wyroby medyczne i ochronne jest bardzo czasochłonna i kosztowna. W chwili obecnej już mamy to wszystko za nami.

Jeśli chodzi o nasze wsparcie w walce z koronawirusem to przede wszystkim wprowadzenie do obrotu naprawdę wysokiej jakości przyłbicy, szczególnie ten nowy model jest pożądany głównie przez służby medyczne. Wspomagamy także dodatkowymi sztukami każdy projekt donacyjny. Mamy bardzo uczciwe ceny i nie chcemy zarabiać w podły sposób na obecnej sytuacji. Projekt przyłbicy powstał z potrzeby zapew-

nienia ochrony ludziom bezpłatnie, oczywiście nie jesteśmy w stanie wesprzeć wszystkich potrzebujących, ale robimy co możemy aby pomagać, także charytatywnie.

Zapytania o opakowania powracają w bardzo powoli do naszej codzienności, nie mniej ilości które są w chwili obecnej produkowane nie pozwoliły by nam przetrwać w takiej strukturze.

Nie ukrywam, że polski rynek środków ochronny indywidualnej jest bardzo nieprzewidywalny. Reakcje odbiorców są dalece odbiegające od tych, które obserwujemy w innych krajach europejskich. Ciężko mi jest zrozumieć te reakcje.

Patrycja Golla

Head of Poland
HLP Klearfold

TUBUS

W ciągu pierwszych miesięcy pandemii, jak wiele firm na rynku, nasza również znacząco odczuła skutki recesji gospodarczej.

Zapotrzebowanie na opakowania spadło do 50-60%, a na niektóre z nich sięgnęło nawet 90%. Jedynie niektóre opakowania mające zastosowanie w branżach: rolety i produkty spożywcze, były zamawiane, ale też w bardzo znacznie mniejszych ilościach niż w porównaniu do poprzednich miesięcy.

Statystycznie sprzedaż za miesiąc kwiecień 2020, w stosunku do miesiąca: styczeń, luty 2020 obniżyła się o 50%.

Na dzień dzisiejszy firma nasza działa w pełnym wymiarze godzin i nie wprowadzono zwolnień pracowników.

Mamy nadzieję, że rynek gospodarczy w kolejnych miesiącach ruszy i popyt na opakowania zacznie wzrastać. Jest to niezbędne do powrotu do normalnego funkcjonowania produkcji i uniknięcia zwolnień pracowników.

Dla nas, czynnych przedsiębiorców, niezbędne jest w tak trudnej sytuacji, szybkie wsparcie Rządu w postaci dofinansowań działalności gospodarczej.

Liczymy również na szybki powrót do normalności, który nam wszystkim jest niezbędny.

Ewa Gorczyńska

Dyrektor Generalny



Sytuacja na rynku targowym – Grupa MTP



TARGI to gwar biznesowych rozmów, ciekawe spotkania, innowacyjne produkty, prezentacja parku maszynowego czy inspirujące konferencje. Targowe spotkania to nieodzowny element budowania trwałych relacji biznesowych. Producenci i dystrybutorzy mają szansę zaprezentować swoje produkty, natomiast klienci znaleźć rozwiązania najlepiej odpowiadające ich potrzebom. Niestety rok 2020 okazał się wyjątkowo trudny dla spotkań targowych.

Biznes targowy w Polsce (którego wartość szacowano na 3 mld złotych) poniósł już wielomilionowe straty. Niepewna sytuacja spowodowana COVID 19, sprawiła, że branża, której głównym źródłem dochodu są targi liczy na solidne rządowe wsparcie. Jest to tym istotniejsze, że zagraniczne firmy organizujące targi są przez swoje rządy objęte programami gospodarczej ochrony. Daje im to przewagę konkurencyjną po powrocie do „normalności”.

Nowa rzeczywistość będzie wymagała od organizatorów jeszcze więcej wysiłku w stworzeniu wartościowej imprezy, przede wszystkim konieczne będzie zapewnienie uczestnikom bezpieczeństwa.

Targi to koło napędowe gospodarki, to dzięki nim poszczególne sektory mają szansę się spotkać, znaleźć kontrahentów, pokazać nowości szerokiego gronu odbiorców, wreszcie zintegrować branżę. Tym ważniejsze jest wsparcie targów szczególnie przez środowisko zrzeszające firmy z danego sektora.

– Patronat Polskiej Izby Opakowań dla Międzynarodowych Targów Techniki Pakowania i Etykietowania TAROPAK, ma dla nas ogromne znaczenie. Choć wydarzenie ma ugruntowaną pozycję, to dzięki współpracy ze środowiskiem, możemy tworzyć jeszcze lepsze targi. – podkreśla Hanna Zdrojewska, dyrektor Targów Taropak. – Branża opakowaniowa jest nowoczesna i bardzo aktywna. Szybki wzrost w sektorze e-handlu napędza ją do jeszcze dynamiczniejszego rozwoju. Innowacyjne opakowania, a przede wszystkim automatyzacja procesów, to największe

wyzwania, jakie stają współcześnie przed firmami z tego sektora. Jak pokazały poprzednie edycje (już 32!), Targi Taropak są miejscem szerokiej prezentacji maszyn i urządzeń zarówno do pakowania, konfekcjonowania, jak i produkcji opakowań. Jestem przekonana, że podobnie będzie i w przyszłym roku. Innowacyjna branża, do poszerzenia swoich kontaktów i zawierania kontraktów, potrzebuje jednej przestrzeni, a taką właśnie stwarzają Targi Taropak. – podkreśla Zdrojewska.

Targi Taropak planowane są na październik 2021 roku. Data ta, została ustalona po konsultacjach z branżą, jako najdogodniejsza dla wszystkich uczestników. W tej chwili sytuacja nieco się zmieniła – wszystkie znaczące targi opakowaniowe, które miały odbyć się w 2020 roku, zostały przeniesione na rok 2021.

Tak oto, w lutym odbędą się targi Interpack w Düsseldorfie, na kwiecień natomiast przeniesiono poligraficzne Targi Drupa. Natomiast pod koniec września odbędą się Targi FachPack w Norymburdze.

– Wiemy, jak wiele wyzwań czeka obecnie gospodarkę – naszym kontrahentom chcemy dać możliwość promocji na rynkach zagranicznych już teraz. – mówi Hanna Zdrojewska. – Uruchomiliśmy platformę prezentacji polskich firm – BuyPoland.pl. Nie zastąpi ona budowania osobistych relacji podczas targowych imprez, ale z pewnością będzie dobrym uzupełnieniem targowej oferty.

Tak o nowym projekcie mówi Tomasz Kobierski, prezes zarządu Grupy MTP – Grupa MTP od blisko stu lat tworzy różnego rodzaju narzędzia promocji polskiej gospodarki. Od lat najbardziej znane są targi, wydarzenia i konferencje, cały czas szukamy jednak nowych rozwiązań. Mamy zasoby, znamy zagraniczne rynki, mamy wypracowane od lat kontakty i relacje z przedsiębiorcami, jesteśmy rozpoznawalną marką. Postanowiliśmy to wykorzystać do stworzenia BuyPoland.pl, które pomoże rozruszać polską gospodarkę w wielu sektorach po trudnym czasie pandemii i zastój. BuyPoland.pl to miej-

sce, gdzie przyszli kupcy będą mogli dowiadywać się o potencjale eksportowym polskich firm opartym zarówno na ich własnych produktach, jak i wolnych mocach produkcyjnych.

Na razie na platformie BuyPoland.pl obecni są producenci reprezentujący branże: meblarską, stolarzkę otworową, mody, HVAC. W najbliższym czasie platforma poszerzy ofertę o branżę opakowaniową.

– Jako Targi TAROPAK jesteśmy blisko branży. Od ponad 40 lat wspieramy polskie firmy opakowaniowe. Również teraz, chcemy zaprosić członków PIO, którzy byli uczestnikami Targów Taropak 2018, 2019 na platformę BuyPoland. Mogą tam dokonać wpisu bezpłatnie. – mówi Hanna Zdrojewska.

Firmy, które pojawiają się na platformie, mogą liczyć na szeroką promocję za granicą

– Strategią platformy jest komunikacja ze wszystkimi kupcami, których dzisiaj znamy, oraz wzmocnienie kampaniami internetowymi na rynkach, na których koronawirus będzie odpuszczal, a życie społeczne i gospodarcze będzie ożywało – tłumaczy Tomasz Kobierski. – To pozwoli nam elastycznie prowadzić kampanię na terenie całego świata. Mamy nadzieję, że po ustaniu pandemii te kontakty polskim przedsiębiorcom uda się utrzymać – podsumowuje prezes Kobierski.

Eksperci są zgodni, że czeka nas przynajmniej spowolnienie gospodarcze. W takich czasach firmom potrzebne będzie wsparcie finansowe, ale również narzędzia, które pozwolą im samym znaleźć kupców i nowe rynki zbytu.

Biznes targowy, choć chwilowo „zamrożony” z pewnością w znacznym stopniu przyczyni się do ponownego rozpędzenia gospodarki.

Dzięki kompleksowości targowej oferty i możliwości przedstawienia oferty szerokiego gronu odbiorców, spotkania targowe będą jednym z kluczowych czynników pozwalających na ponowny rozwój firm.

Korad Fleśman

15 września Dzień opakowań

W czerwcu 2007 roku, uchwałą Rady Polskiej Izby Opakowań, ustanowiony został dzień Opakowań – jako święto branży opakowań.

Główną przesłanką, jaka legła u podstaw tej decyzji było stworzenie szczególnej okazji do upowszechniania wiedzy o opakowaniach, ich roli i znaczeniu zarówno dla gospodarki jak i w życiu człowieka.

Dzień opakowań miał stanowić okazję do popularyzacji problematyki szerokokorozumianego opakowalnictwa, twórców opakowań, materiałów opakowaniowych oraz ich producentów.

Chodziło także o popularyzację wiedzy o opakowaniach, procesach i technologiach oraz technikach pakowania. O rozwoju funkcji opakowań, realizujących potrzebę zwiększenia bezpieczeństwa pakowanych produktów, wzbogacenia informacji, o tych produktach, w końcu czyniących opakowania bardziej przyjaznymi dla człowieka i środowiska.

13 lat istnienia tego święta potwierdziło słuszność decyzji Polskiej Izby Opakowań. Liczne przykłady z ubiegłych lat pokazują, że jest to dobra forma promowania zarówno swojej firmy jak i całej branży opakowań.

Zachęcamy zatem media oraz firmy do wykorzystania, również w tym roku, Dnia Opakowań w celu popularyzowania problematyki opakowań oraz ludzi, firm i instytucji tworzących branżę opakowań w Polsce.

W szczególności zwracamy się do instytucji oświatowych o zapoznanie uczniów i studentów ze znaczeniem współczesnych opakowań. Z osiągnięciami polskiego przemysłu opakowań. Z procesami wytwarzania opakowań. Wreszcie z potrzebą kształtowania odpowiedzialności za racjonalne, bezpieczne dla czło-



15 września

DZIEŃ
OPAKOWAŃ

wieka i środowiska wykorzystanie (zagospodarowanie) odpadów opakowaniowych.

Zachęcamy kierowników firm opakowaniowych do potraktowania Dnia Opakowań jako okazji do wyróżnienia i nagrodzenia zasługujących na to pracowników.

Zachęcamy firmy do organizowania „drzwi otwartych” zapraszając okoliczną społeczność, aby zapoznały się z procesem wytwarzania opakowań. Warto także z okazji święta branży opakowań zapraszać przedstawicieli mass mediów do zwiedzania zakładów produkujących opakowania, materiały opakowaniowe, maszyny i urządzenia do pakowania oraz produkcji opakowań.

Bowiem upowszechnianie wiedzy o wytwarzaniu opakowań, złożoności procesów technologicznych i produkcyjnych, wiedzy i kwalifikacjach twórców opakowań jest skuteczną metodą budowania prestiżu branży i ludzi branżą opakowań stanowiących.

Serdecznie zapraszamy do informowania Biura Izby o sposobach wykorzystania Dnia Opakowań. Chętnie zamieścimy przykłady uhonorowania tego święta w naszych mediach (na portalu i w newsletterze).

Wacław Wasiak

Kalendarium wydarzeń lipiec–grudzień 2020

31.07.2020	ogłoszenie wyników konkursu na tytuł „Zasłużony dla Przemysłu Opakowań” oraz „Firma Zasłużona dla Przemysłu Opakowań”
31.08.2020	upływa termin zgłoszeń do katalogu „Firmy opakowaniowe w Polsce” (dla członków Polskiej Izby Opakowań wpis podstawowy w katalogu jest bezpłatny)
15.09.2020	Dzień Opakowań
20.09.2020	wydanie katalogu „Firmy opakowaniowe w Polsce”
22-24.09.2020	targi Warsaw Food Expo

24-25.09.2020	targi Packaging Innovations
28.09-1.10.2020	targi POLAGRA
6-9.10.2020	targi PLASTPOL
7-8.10.2020	targi CosmeticsBusiness Poland
8-10.10.2020	targi BioExpo Warsaw
18-19.11.2020	targi expoOpakowania

Na wszystkich w/w wydarzeniach targowych Izba będzie dysponowała stoiskiem, na którym firmy zrzeszone w PIO mogą bezpłatnie wyłożyć swoją literaturę firmową (ulotki, katalogi, foldery).

Firmy zainteresowane udziałem w targach w szerszej formule prosimy o kontakt z biurem Izby.

E-mail: biuro@pio.org.pl

Więcej informacji o powyższych wydarzeniach zamieszczamy na str. 16-17 niniejszego Biuletynu.

(red.)



Targowa jesień 2020

WARSAW FOOD EXPO 2020

Termin: 22-24 września 2020
Miejsce: PTAK Warsaw Expo, Nadarzyn
Strona: www.warsawfoodexpo.pl

Międzynarodowe Targi Żywności WARSAW FOOD EXPO to jedna z najważniejszych imprez branżowych w Polsce dedykowanych sektorowi rolno-spożywcemu. Kolejna, czwarta edycja wydarzenia, odbędzie się w terminie 22 – 24 września 2020 r. w Centrum Targowo-Kongresowym PTAK WARSAW EXPO.

Targi mają charakter stricte biznesowy i są doskonałą platformą do dialogu pomiędzy producentami, a dystrybutorami żywności. To także idealna okazja do nawiązywania relacji biznesowych w ramach rynku krajowego, jak również rozwijania i zwiększania eksportu polskich produktów. Targi WARSAW FOOD EXPO to też przestrzeń do prezentacji nowości oraz rozmowy o trendach na rynku spożywczym. Nieodłączną częścią wydarzenia jest bogaty program konferencji, seminariów i warsztatów, które stanowią szansę na podjęcie dyskusji o aktualnej kondycji branży i perspektywach jej rozwoju.

W WARSAW FOOD EXPO uczestniczą przedstawiciele sieci handlowych, dystrybutorzy i hurtownie, branża e-commerce oraz sektor HoReCa. W ramach programu Hosted Buyers, który od dwóch lat jest nieodłączną częścią targów, w wydarzeniu biorą udział także kupcy z zagranicy.

Podczas WARSAW FOOD EXPO 2020, poza stałymi elementami wystawy oraz wydarzeniami towarzyszącymi takimi jak program Hosted Buyers, branżowe konferencje i seminaria, planowane jest szereg nowości m.in. przestrzeni targowej znajdą się nowe strefy tematyczne odzwierciedlające najnowsze trendy na rynku spożywczym.



Packaging Innovations 2020

Termin: 24-25 września 2020
Miejsce: Centrum EXPO XXI, Warszawa
Strona wydarzenia: www.packaginginnovations.pl

Tegoroczna edycja Targów Packaging Innovations odbędzie się w dniach 24-25 września 2020 w Centrum EXPO XXI Warszawa. Będzie to jedna z pierwszych imprez targowych w tzw. „nowej rzeczywistości”. Te wyjątkowe dwa dni poświęcone będą biznesowym spotkaniom branży opakowań, gdzie krajowi i zagraniczni producenci oraz dostawcy opakowań i etykiet zaprezentują, obok regularnej oferty, swoje nowości.

Do udziału w targach zapraszamy przedstawicieli firm produkcyjnych z branży spożywczej, kosmetycznej, farmaceutycznej i chemicznej, przemysłowej czy motoryzacyjnej a także sieci handlowe, właściciele marek własnych oraz agencje reklamowe – osoby decyzyjne w kwestiach doboru opakowań dla swoich produktów.

Na targach spotkamy producentów i dostawców z całego świata. Warto podkreślić fakt, że na stoiskach prezentowane będą nie tylko same opakowania, ale również materiały do ich tworzenia, maszyny oraz rozwiązania logistyczne. Dzięki zróż-

nicowanej ofercie będziemy mogli przyjrzeć się z bliska całemu procesowi produkcyjnemu opakowania.

Ekspozycję targowa zostanie podzielona na 10 kluczowych stref tematycznych: PACKAGING, COMPONENTS, LABELLING, PRINT FINISHING, POS&DISPLAYS, LOGISPACK, SERVICES, MACHINES, ECO, LUXPACK.



POLAGRA 2020

Termin: 28 września – 1 października 2020
Miejsce: Międzynarodowe Targi Poznańskie, Poznań
Strona wydarzenia: www.polagra.pl

Na początku kwietnia organizatorzy najbardziej rozpoznawalnych targów branży spożywczej zakomunikowali, iż znane dotąd wydarzenia: POLAGRA FOOD, POLAGRA TECH oraz POLAGRA GASTRO i INVEST HOTEL trafiają pod wspólny, jeszcze silniejszy szyld marki POLAGRA. – Chcemy w ten sposób wykorzystać historyczny potencjał POLAGRY w budowaniu wydarzenia, które będzie za sobą niosło maksimum inspiracji, możliwości biznesowych i stanie się obowiązkowym punktem w kalendarzach producentów żywności i kupców, również tych zza granicy, a także restauratorów i menedżerów obiektów noclegowych – wyjaśnia Dariusz Wawrzyniak, dyrektor grupy produktów. Tegoroczna edycja wydarzenia, zgodnie z nową formułą, to trzy równoległe salony: FOOD, HORECA i FOODTECH. **Nowością w ramach Salonu FOODTECH będzie ekspozycja dedykowana branży opakowań i maszyn pakujących.** Technologia wykorzystywana w branży spożywczej, szczególnie w zakresie opakowań pozwala już nie tylko na optymalizację kosztów, ale i podkreślanie indywidualnego charakteru marek. Wizerunek i jego znaczenie mają bezpośrednie przełożenie na zainteresowanie produktem. Branża opakowań i maszyn pakujących staje więc przed nie lada wyzwaniem, ale i szansą na rozwój – zarówno w kontekście rosnącej świadomości ekologicznej jak i rosnących oczekiwań konsumentów.

Ekspozycji, wzorem lat poprzednich, będzie towarzyszył ciekawy program wydarzeń, w tym szkoleń i debat na temat kondycji branży i nowych możliwości jej rozwoju. Zmieniające się przepisy czy modele konsumpcyjne, będą wpływały na działalność branży opakowań i maszyn pakujących. Mamy nadzieję, że podczas POLAGRY, wraz z zaproszonymi ekspertami, uda się nam uporządkować część wiedzy i omówić najbardziej palące problemy w branży.



PLASTPOL 2020

Termin: 6-9 października 2020
Miejsce: Targi Kielce
Strona wydarzenia: www.targikielce.pl/pl/plastpol.htm

Bogaty program, innowacje maszynowe, spotkania ludzi branży – to i jeszcze więcej czeka na uczestników XXIV Międzyna-

rodowych Targów Przetwórstwa Tworzyw Sztucznych i Gumy PLASTPOL.

Podczas wydarzenia przedstawiciele fundacji PlasticEurope Polska zaprezentują najnowsze dane dotyczące przetwórstwa tworzyw sztucznych i gumy w Polsce, i w Europie. Tradycyjnie nie zabraknie ciekawych pokazów, wystaw, konferencji połączonych z panelami dyskusyjnymi oraz rozstrzygnięcia branżowych plebiscytów.

Ważnym akcentem wydarzenia są również pokazy sprzętu, gdzie można zobaczyć fragmenty linii produkcyjnych. To z pewnością ważny element dla inwestorów zainteresowanych kupnem danej maszyny. Wtryskarki, młynki, kruszarki, zautomatyzowane w pełni linie produkcyjne przemysłu 4,0 to tylko niewielka część urządzeń, technologii i niezbędnych w procesie przetwórstwa komponentów, które można zobaczyć w Kielcach.



CosmeticBusiness Poland 2020

Termin: 7-8 października 2020
Miejsce: Centrum EXPO XXI, Warszawa
Strona wydarzenia: www.cosmetic-business.pl

CosmeticBusiness Poland, odbywające się w dniach 7-8 października 2020, to targi B2B dla dostawców produktów i usług dla przemysłu kosmetycznego i chemii gospodarstwa domowego. Wraz z odbywającymi się równocześnie targami HPCI Home and Personal Care Ingredients Exhibition and Conference tworzą profesjonalną platformę, na której prezentowana jest pełna oferta dla wszystkich szczebli produkcji kosmetyków oraz detergentów. Idealne miejsce dla producentów kosmetyków, właścicieli marek, specjalistów ds. recepturowania oraz kreatorów marek na nawiązanie kontaktów biznesowych z kluczowymi dostawcami wszystkich etapów produkcji oraz pozyskanie nowych pomysłów i rozwiązań dla swoich produktów.

Jak co roku targom towarzyszy bogaty program konferencji, wykładów, prezentacji oraz warsztatów, stanowiący okazję do zdobycia wiedzy, uzyskania aktualnych informacji z rynku i wymiany doświadczeń. Pierwszy dzień poświęcony będzie zagadnieniom związanym z trendami i produkcją kosmetyków. Natomiast drugiego dnia targów organizatorzy zapraszają na cykl wykładów o trendach w opakowaniach. Omawiane będą m.in. takie zagadnienia jak opakowania zrównoważone oraz europejskie i polskie regulacje prawne w tym zakresie, zasady właściwej ekspozycji produktów w punktach sprzedaży oraz innowacyjne rozwiązania w zakresie branding, zabezpieczeń marki i analizy rynku.



BioExpo Warsaw 2020

Termin: 8-10 października 2020
Miejsce: PTAK Warsaw Expo, Nadarzyn
Strona: www.bioexpo.pl

Międzynarodowe Targi Żywności i Produktów Ekologicznych BIOEXPO Warsaw to jedyne wydarzenie w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej dedykowane tylko branży ekologicznej. Tar-

gi mają charakter stricte biznesowy i są doskonałą platformą do dialogu pomiędzy producentami a kupcami, właścicielami sklepów specjalistycznych oraz hurtowni spożywczych i wielobranżowych. Kolejna, druga edycja wydarzenia, odbędzie się w terminie 8–10 października 2020 r. w Centrum Targowo-Kongresowym PTAK WARSAW EXPO.

Targi BIOEXPO Warsaw to także idealna okazja do nawiązywania relacji biznesowych w ramach rynku krajowego, jak również rozwijania i zwiększania eksportu produktów. Targi BIOEXPO Warsaw to też przestrzeń do prezentacji nowości oraz rozmowy o trendach na rynku żywności i produktów ekologicznych.

Nieodłączną częścią wydarzenia jest Kongres BIOEXPO, charakteryzujący się bogatym programem konferencji, seminariów i warsztatów, które stanowią szansę na podjęcie dyskusji o aktualnej kondycji branży i perspektywach jej rozwoju. Podczas BIOEXPO Warsaw w ramach programu Hosted Buyers w wydarzeniu biorą udział także kupcy z zagranicy zainteresowani importem żywności i produktów ekologicznych do swoich krajów.



ExpoOPAKOWANIA 2020

Termin: 18-19 listopada 2020 r.
Miejsce: Centrum Targowo-Konferencyjne Expo Silesia, Sosnowiec
Strona: www.expoopakowania.pl

IV edycja wydarzenia poświęconego tematyce Opakowań w Przemysle – Targów Opakowań i Technologii Pakowania ExpoOPAKOWANIA, któremu towarzyszyć będzie **Salon Wazenia i Dozowania WAGexpo** odbędzie się 18-19 listopada 2020 roku w Centrum Targowo-Konferencyjnym Expo Silesia w Sosnowcu.

To właśnie tu spotykają się wszystkie składowe branże opakowaniowej: opakowania i materiały do produkcji opakowań i ekoopakowań, maszyny i urządzenia, innowacyjne rozwiązania i usługi, a także firmy tworzące strefę recyklingu oraz instytucje branżowe.

Obserwując zmiany na rynku, w gospodarce i przepisach, zmieniamy się i my, dostosowując tematykę wydarzeń towarzyszących targom do Państwa bieżących potrzeb. Firmy poszukujące konkretnych rozwiązań, czy produktów wiedzą, że bezpośrednia rozmowa lub spotkanie ma większą wartość niż dziesiątki maili, czy telefonów... Zatem ExpoOPAKOWANIA to doskonała okazja do nawiązania cennych kontaktów biznesowych owocujących w przyszłości.

Targi, jak co roku, wzbogacamy konferencjami, podczas których nauka spotyka się z przemysłem, co sprzyja nawiązywaniu ciekawych kontaktów biznesowych. To tutaj szukamy rozwiązań oraz omawiamy tematy i kwestie, które na co dzień poruszamy telefonicznie, czy mailowo.

Celem targów ExpoOPAKOWANIA jest stworzenie miejsca cyklicznych spotkań, prezentacji i dyskusji producentów opakowań oraz dystrybutorów materiałów i urządzeń z zakresu opakowań z ich potencjalnymi odbiorcami – przedstawicielami wybranych gałęzi przemysłu. Jest to wydarzenie całościowo obejmujące rynek opakowań, ważenia i dozowania w ramach którego uczestnicy poznają najnowsze rozwiązania technologiczne oraz produkty i trendy, które stanowiąc mogą źródło inspiracji i wiedzy na temat dynamicznie rozwijającej się branży.



Główne kierunki eksportu polskich opakowań

Użytkownicy opakowań z Austrii, Słowacji i Rosji głównymi odbiorcami polskich opakowań z plastiku

Eksport opakowań papierowych utrzymuje się na niezmiennym poziomie. Wyraźnie wzrosło zainteresowanie użytkownikami opakowań papierowych w Niemczech dostawami z Polski.

W eksporcie lekkich opakowań metalowych nie maleje zainteresowanie polską ofertą. Na uwagę zasługuje fakt, że ponad dwukrotnie zakupy polskich lekkich opakowań metalowych zwiększyły Stany Zjednoczone.

Rośnie także eksport opakowań szklanych do krajów Euro-py Środkowo-Wschodniej, a w szczególności do Czech, Łotwy, Rosji i Węgier.

W opracowaniu wykorzystano materiał PB Foorecast Opakowania z 21 maja br. Zaprezentowane dane dotyczą pierwszych 2 miesięcy bieżącego roku. Jak wiadomo w warunkach pandemii koronawirusa, zaprezentowane informacje mogą ulec zmianie.

WW

Produkcja opakowań w Europie w dobie koronawirusa

Europejska produkcja opakowań odnotowała spadek począwszy od kwietnia br. Skutki pandemii stały się zauważalne w przemyśle opakowaniowym w kwietniu. Porównując z innymi branżami jak np. motoryzacyjna, turystyczna, przemysłowa zmniejszenie produkcji jest nieznaczne. Zmniejszyła się produkcja opakowań plastikowych, szklanych, papierowych i metalowych.

Najbardziej ucierpiał rynek opakowań szklanych i plastikowych. W kwietniu produkcja opakowań plastikowych spadła o 4,3% w stosunku do marca br. Zwiększone zapotrzebowanie na leki i kosmetyki nie zrekompensowało zmniejszonego zapotrzebowania na opakowania do artykułów przemysłowych.

Również w dziedzinie opakowań papierowych zanotowano zmniejszenie produkcji w kwietniu w porównaniu z marcem br. Na przestrzeni jednego miesiąca produkcja spadła o 3,5%.

Najbardziej widoczny spadek dotknął produkcję opakowań szklanych, spadł do poziomu sprzed dekady, i w ciągu miesiąca zmniejszył się o niemal 11%. Jest to prawdopodobnie związane z czasowym odejściem konsumentów od trendu ekologicznego w związku z pandemią.

Jeśli chodzi o opakowania metalowe to nie został zauważony spadek, produkcja tych opakowań utrzymuje się na takim samym poziomie jak w lutym br.

Powyższe dane wskazują, że branża opakowaniowa jest uzależniona od koniunktury przemysłowej, choć reaguje na jej zmiany znacznie słabiej niż pozostałe branże. W czerwcu i lipcu spodziewana jest poprawa sytuacji gospodarczej w Europie, a więc także w branży produkcji opakowań.

Oznaczenia frakcji na opakowaniach

Posłowie Koalicji Obywatelskiej złożyli w Sejmie projekt nowelizacji ustawy o gospodarce opakowaniami, który ma na celu zobowiązanie przedsiębiorców wprowadzających produkty w opakowaniach, wytwarzających opakowania lub importujących opakowania do umieszczania na nich oznakowań wskazujących na frakcję odpadów, do której dane opakowanie winno trafić i frakcję odpadów, do której winny trafić odpady zawartego w opakowaniu produktu.

Jak podkreślono w uzasadnieniu projektu, regulacja jest reakcją na sygnały płynące od obywateli, którzy mają problem z poprawną segregacją odpadów.

Z pełną treścią projektu można zapoznać się na stronie sejmu.

Podobne działania, mające za zadanie ułatwić klientom właściwe zagospodarowanie odpadów opakowaniowych, już teraz wprowadza sieć sklepów Żabka. Jak informuje sieć w swoim komunikacie prasowym „Stosowane oznaczenia są proste i intuicyjne. Bazując na dobrze znanym symbolu przedstawiającym



Indeksy do poziomu produkcji przy założeniu że średnia za 2015 r. to 100
Artykuł na podstawie danych Spot Data.

człowieka wrzucającego śmieci do kosza, stworzono dodatkową identyfikację kolorystyczną, która jest zgodna z jednolitym systemem kolorystycznym podziału na 5 frakcji odpadów. Dzięki użyciu idei kolorowych koszy każdy klient może przeczytać na opakowaniu, do którego pojemnika powinien wrzucić zużyte opakowania”.

IX Konferencja „Tektura falista – najnowsze technologie”



Polski Drukarz Sp. z o.o., wydawca miesięcznika branżowego „Świat DRUKU”, wraz ze współorganizatorami i partnerami, zaprasza na IX konferencję „Tektura falista – najnowsze technologie”, która odbędzie się w dniach 24–25 września 2020 r. w „Ranchu Pod Bocianem” w Przypkach koło Nadarzyna.

Podczas dorocznego spotkania ekspertów z branży tektury falistej do dyspozycji uczestników będą liczni eksperci związani z branżą tekturyczną i poligraficzną. Porozmawiamy o rynku tektury falistej w Polsce i na świecie. Dowiemy się o nowościach, które pozwolą zautomatyzować produkcję opakowań z tektury falistej i zwiększyć jej wydajność. Organizatorzy gwarantują wymianę doświadczeń i odpowiedzi na trudne pytania, integrację w otoczeniu natury, dla chętnych konkurs gry w minigolfa lub piłkę siatkową i przede wszystkim bogaty program merytoryczny.

Zachęcamy do wcześniejszej rejestracji na konferencję. Partnerem merytorycznym konferencji jest Centrum Papiernictwa i Poligrafii Politechniki Łódzkiej.

Patronat objęły:

- Polska Izba Odzysku i Recyklingu Opakowań,
 - Polska Izba Opakowań,
 - Sieć Badawcza Łukasiewicz – IBWCh – COBRO Centrum Badawczo-Rozwojowe Opakowań,
 - Stowarzyszenie Papierników Polskich.
- Wśród współorganizatorów wydarzenia są firmy:
- Fujifilm,
 - Nestro,
 - Siegwerk.

PROGRAM

- **Standaryzacja w procesach druku cyfrowego na tekturze falistej**
dr inż. Svitlana Khadzynova, Centrum Papiernictwa i Poligrafii, Politechnika Łódzka
- **Wykorzystanie modeli matematycznych w doborze optymalnego składu materiałowego tektur falistych**
mgr inż. Maria Bieńkowska, Centrum Papiernictwa i Poligrafii, Politechnika Łódzka
- **Miejsce opakowań z tektury falistej w „Europejskim Zielonym Ładzie”**
Agnieszka Werner, Stowarzyszenie Papierników Polskich
- **Odpowiedzialność producenta i ekomodulacja dla**

branży opakowań z papieru i tektury

Konrad Nowakowski, Zakład Ekologii Opakowań, Sieć Badawcza Łukasiewicz – IBWCh – COBRO Centrum Badawczo-Rozwojowe Opakowań; Polska Izba Odzysku i Recyklingu Opakowań

■ Farby i komponenty wodne, rozwiązania wspierające gospodarkę w obiegu zamkniętym

Agnieszka Włazińska, Sales Manager Poland BU Paper & Board, Siegwerk

■ Systemy zagospodarowania i odbioru ścinki w produkcji oraz przetwarzaniu tektury falistej i papieru

Jakub Mąka, inżynier sprzedaży, Nestro

■ Bezpieczeństwo zadrukowanych opakowań tekturowych

Adam Fotek, ekspert ds. badań, J.S. Hamilton Poland

■ Opakowania z tektury falistej w łańcuchu dostaw. Na co narażone są tekturowe opakowania podczas magazynowania, przeładunków i transportu różnych towarów? Możliwości badawcze z tym związane

Dariusz Pyś, Sieć Badawcza Łukasiewicz – IBWCh – COBRO Centrum Badawczo-Rozwojowe Opakowań

REJESTRACJA

Dodatkowe informacje i warunki udziału w konferencji oraz formularz rejestracyjny znajdują Państwo na stronie:

<http://www.akademia-wiedzy.eu>

Serdecznie zapraszamy!

Polish Graphic Design Awards Wyniki 2019

27 czerwca 2020 roku w Warszawie odbyło się ogłoszenie wyników i wręczenie nagród organizowanego po raz trzeci konkursu Polish Graphic Design Awards.

W ramach konkursu 14 zespołów jurorskich przyznało 30 nagród głównych oraz 53 wyróżnień dla najlepszych projektów graficznych 2019 roku.

W kategorii Opakowanie zostały przyznane 4 wyróżnienia:

- „Make Me Bio” (Blürbstudio)
- „Bezmięsy” (Podpunkt & Superskypt)
- „Melo Cosmetics” (Hopa studio, Marcin Paściak, Iwona Drewniak, Julia Cieszko)
- „Carpro” (NECON, Błażej Polkowski, Piotr Polus, Krzysztof Nowak, Magda Wołk)

Nagroda specjalna Arctic Paper trafiła do Joanny Skrzypiec za wydawnictwo „O emocjach tworzenia”.

Polska Izba Opakowań jest partnerem branżowym konkursu, a firma Arctic Paper (członek PIO) partnerem wspierającym wydarzenie.



Przedłużony termin zgłoszeń do katalogu „Firmy opakowaniowe w Polsce”

W związku z zaistniałą sytuacją epidemiologiczną i przewidywanym zwiększonym zapotrzebowaniem na opakowania, materiały opakowaniowe, maszyny, linie pakujące, etykiety i usługi opakowaniowe na przełomie 2020/2021 roku, przedłużyliśmy termin nadsyłania zgłoszeń do katalogu „**Firmy opakowaniowe w Polsce**” do **31 sierpnia br.**

Uwzględniliśmy także fakt przesunięcia terminów ważniejszych targów i wystaw opakowaniowych oraz pakowanych produktów.

W dobie koronawirusa opakowania odgrywają i będą odgrywać szczególną rolę ze względu na zabezpieczenie żywności, wyrobów medycznych, kosmetyków, artykułów przemysłowych i środków ochrony osobistej przed wpływem z zewnątrz.

Wraz z odblokowywaniem poszczególnych sektorów przemysłu i skierowaniem się konsumentów w stronę rodzimych wyrobów popyt na wyroby przemysłu opakowaniowego będzie się zwiększał.

Zapraszamy zatem do prezentacji oferty firmy w katalogu „Firmy opakowaniowe w Polsce”, który ukaze się na jesieni 2020 r.

W katalogu znajdą się oferty przedsiębiorstw szeroko rozumianego sektora opakowaniowego.

Będzie on wydany w wersji dwujęzycznej polskiej i angielskiej.

W katalogu znajdują się oferty firm produkujących: opakowania, maszyny i linie pakujące, materiały opakowaniowe, etykiety, surowce, półprodukty, maszyny i urządzenia. Zaprezentują swoją ofertę firmy związane z logistyką magazynową, handlem i dystrybucją opakowań, usługami badawczymi i kształceniem kadr oraz inne firmy związane z pakowaniem.

Oferty prezentowane w katalogu będą dostępne także w wersji elektronicznej na portalu Polskiej Izby Opakowań www.pakowanie.info

Forma prezentacji i koszt

Informacje zamieszczone w katalogu zaprezentowane będą w formie 2 pakietów: pakiet podstawowy i pakiet rozszerzony.

Pakiet podstawowy – wpis z danymi firmy, logotypem firmy, ofertą produktową firmy (wersja polska i angielska) – format A5. Koszt pakietu podstawowego – **600 zł netto**

Pakiet rozszerzony – wpis z danymi firmy, logotypem firmy, ofertą produktową firmy (wersja polska i angielska) – format A5 + reklama graficzna w formacie A5 (pełny kolor). Koszt pakietu rozszerzonego (2 str. A5) – **1200 zł netto**

Każda kolejna reklama lub artykuł promocyjny korzystają z 50% upustu

Firmy zrzeszone w Polskiej Izbie Opakowań otrzymują bezpłatnie pakiet podstawowy w ramach składki członkowskiej. Koszt pakietu rozszerzonego dla członków Izby – 600 zł netto.

Zgłoszenia

Zgłoszenia należy przysyłać na formularzu poniżej, zaznaczając wybraną formę prezentacji (pakiet podstawowy lub rozszerzony) na adres: info@pio.org.pl do 31 sierpnia 2020 r.

Zakres upowszechniania Katalogu

Nakład 3000 egzemplarzy będzie dystrybuowany m.in. podczas targów, konferencji, szkoleń branżowych oraz bezpośrednio do osób decyzyjnych w firmach pakujących swoje produkty: branży spożywczej i przetwórstwa spożywczego; branży farmaceutycznej; branży kosmetycznej; sektora logistyki magazynowej i TSL; sektora handlu i dystrybucji; branży meblowej; sektora produkcji RTV/AGD; sektora branży motoryzacyjnej; branży chemicznej; branży agro: sadownictwa, warzywnictwa, rolnictwa; innych



Wymagania techniczne wpisu

- Pełna nazwa firmy
- Dane teleadresowe (adres, telefon, e-mail, strona www)
- Logo (rozdzielczość min. 300 dpi)
- Opis firmy w języku polskim (500 znaków ze spacjami)
- Opis firmy w języku angielskim (500 znaków ze spacjami)
- Pliki w formacie Word

Wymagania techniczne reklam

- Format netto reklamy A5: 148 x 210 mm (pionowo)
- Spady: 5 mm
- Grafika w CMYK
- Rozdzielczość min. 300 dpi
- Pliki w formacie PDF

W przypadku dodatkowych pytań prosimy o kontakt z biurem Izby:

info@pio.org.pl
tel. 22 842 20 11 w 56

Biuletyn Opakowaniowy ■ Branżowy kwartalnik 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 ■ Promocja, marketing, rozpowszechnianie: Marzenna Kobylarz
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.

Biuletyn wydawany jest w ramach działalności statutowej Polskiej Izby Opakowań i przekazywany bezpłatnie członkom Izby, zainteresowanym osobom i firmom spoza Izby, a także rozpowszechniany podczas wydarzeń i targów branży opakowań

