

pakkracht

SPECIAL
VERPAKKINGS-
MATERIALEN



COVERSTORY
KORLAAR RECYCLET
GEBRUIKTE OFFSETPLATEN

EYECATCHER

TERUGBLIK OP SUCCESVOLLE EMPACK 2016

INTERVIEW

JASA PACKAGING SYSTEMS BIJDT COMPLETE VERPAKKINGSLIJN



Deze container is eigendom van:
KORLAAR

STUDIO **int**ensive

Wij komen graag met u in contact...

Studio Intensive is hét vaste en betrouwbare communicatie bureau van GPmedia – uitgever van Pakkracht. Studio Intensive staat voor INdrukwekkende publicaties, INTense creativiteit en INventieve communicatiemiddelen, zowel online als offline en B2B als B2C.



In alle producties van Studio Intensive zit een aantal ingrediënten verwerkt, waarvan de belangrijkste oog voor detail, een neus voor vak-kundigheid en oor voor de wensen van de klant zijn. De doelgroep en de boodschap vormen altijd de insteek: wat moet worden overgebracht en wie krijgt het onder ogen? Alleen zo ontstaan media die doel treffen. In de roos.

Kijk eens op de website en ontdek de mogelijkheden. Graag tot snel, want inderdaad wij komen graag met u in contact!

www.studio-intensive.com



Vakinformatie voor de verpakkingen-
industrie in food, non-food, handel en industrie

Verantwoordelijke uitgever Nederland:

GPmedia BV
Van Schaeck Mathonsingel 8
6512 AP Nijmegen, The Netherlands
Telefoon: +31 (0)24 3 246146
E-mail: info@gpmedia.nl
Internet: www.gpmedia.nl
www.pakkracht.biz

Verantwoordelijke uitgever België:

De Mey Micheline
Eekhoudriesstraat 67
9041 OOSTAKKER (B)

Uitgever:

Peter Peeters

Redactie:

Else Witten (hoofdredacteur)
e.witten@gpmedia.nl
Paul de Jager (redacteur)
p.dejager@gpmedia.nl

Advertentieverkoop:

GPmedia BV
Verkoop leider: Gerdo van de Peppel
g.peppel@gpmedia.nl
Media-adviseur: Jeroen Koebrugge,
j.koebrugge@gpmedia.nl
Emiel Bruning: e.bruning@gpmedia.nl
Tarieven op internet: www.gpmedia.nl

Alle orders worden afgesloten en uitgevoerd conform de Regelingen voor het Advertentiewezen, gedeponerd ter griffie van de Arrondissementsrechtbanken en bij de Kamers van Koophandel.

Abonnementen:

www.gpmedia.nl
of via info@gpmedia.nl
Per jaar in Nederland € 42,-
(excl. 6% BTW)
Losse verkoop € 10,50
Het abonnement kan elk gewenst moment ingaan.

Vormgeving:

Studio Intensive
Telefoon: +31 (0)24 3 246140
info@studio-intensive.com
www.studio-intensive.com

Druk:

Geers Offset (België)

ISSN:

1872-9363

© Copyright 2016

Niets uit deze uitgave mag worden veelevoerdigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie microfilm of welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever Pakkracht besteedt de grootste mogelijke aandacht aan de juistheid van de informatie die in het vaktijdschrift wordt opgenomen. Fouten zijn echter niet volledig uit te sluiten.



De uitgever en de auteurs zijn dan ook op geen enkele wijze verantwoordelijk voor schade, van welke aard ook, die is ontstaan als gevolg van handelingen en/of beslissingen die gebaseerd zijn op de bedoelde informatie.

De Visie

In deze uitgave kunnen we uiteraard niet zonder een uitgebreide terugblik op Empack 2016 in Utrecht. Wij van vaktijdschrift Pakkracht waren er voor het eerst aanwezig met een stand en dat hebben we niet stilletjes voorbij laten gaan. Voor elke stand/exposant hadden wij een taart meegenomen, die wij persoonlijk uitdeelden. En hoewel wij daarvoor veel bedankjes kregen en lachende gezichten, wil ik bij deze van de gelegenheid gebruik maken u te bedanken voor de drie fijne beursdagen en het warme welkom op 'onze' eerste editie.

Empack is sinds het einde van de Macropak niet alleen de enige verpakkingenbeurs van Nederland, maar was met meer dan 400 exposanten ook de grootste Empack ooit. Een vertrouwd concept op een nieuwe locatie en dat sloeg aan. Er hing een positieve vibe en ook de sfeer was meer dan uitstekend. Daarnaast kon men zich volop laten inspireren door de interessante lezingen en discussies. In deze uitgave vindt u naast een uitgebreid fotoverslag dan ook artikelen terug, geïnspireerd op de Empack.

EEN VERTROUWD CONCEPT OP EEN NIEUWE LOCATIE EN DAT SLOEG AAN

Wat dacht u bijvoorbeeld van het verhaal van Repack. Repack wil e-commerce verduurzamen en daarom besloten vier Finse mannen, niet afkomstig uit de verpakkingenindustrie, om een eigen concept uit te werken. Hun drijfveer was om iets te doen tegen de wegwerpcultuur. Vooral in de e-commerce constateerden ze dat veel verpakkingen na gebruik in de prullenbak verdwenen. Dat moest duurzamer, vonden ze en zo is Repack geboren: een verpakking die men na de internetaankoop weer terug kan sturen. In de Scandinavische landen is het concept inmiddels flink aan het groeien en ook in Nederland worden de eerste stappen gezet. Nieuwsgierig? Blader snel door naar pagina 12.

Dit is slechts één van de inspirerende verhalen achter de verpakking. Want dat er veel te beleven is in de wereld van de verpakkingen heeft de Empack 2016 wel bewezen. Wij zijn er volgend jaar zeker weer bij!

Veel leesplezier toegewenst.

Else Witten

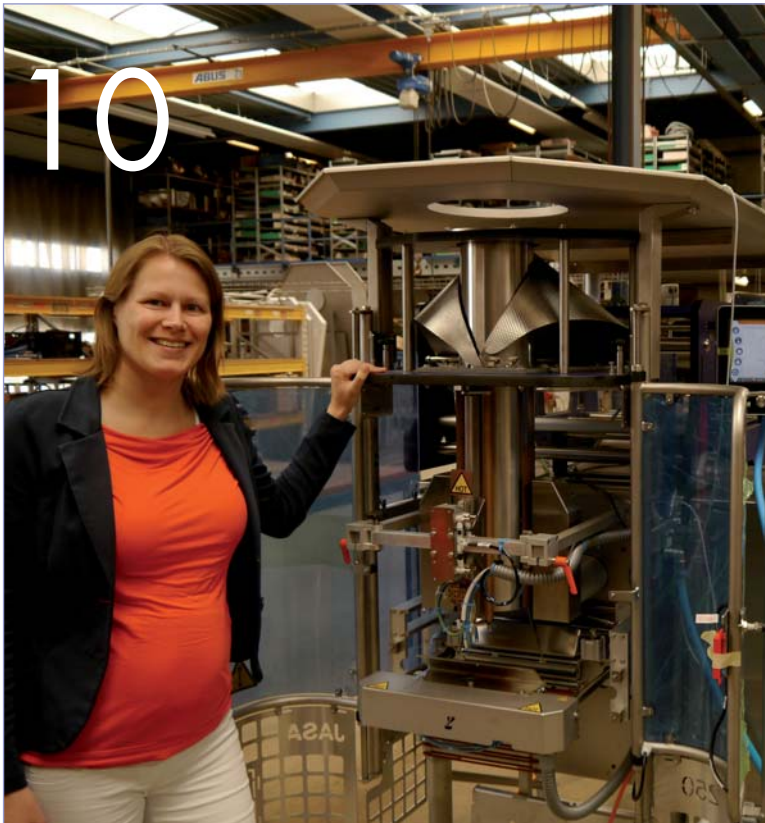
Hoofdredacteur Pakkracht

e.witten@gpmedia.nl



P. 10 INTERVIEW

'Innovative fresh Dutch design' verschijnt prominent op het beeldscherm bij het openen van de website van Jasa Packaging Systems. Het Alkmaarse bedrijf is producent van verpakkingsmachines en specialist in weegtechniek. Wat gaat er schuil achter deze slogan? Financieel directeur Sandra Pannekeet, dochter van de oprichter Piet Pannekeet geeft tekst en uitleg.



**P. 30 COLUMN:
DE GENIALE VERPAKKING**



Edison zei ooit dat genialiteit 1% inspiratie is en 99% transpiratie. Je zou dit mogelijk ook zo kunnen interpreteren dat genialiteit voor eenieder is weggelegd als we maar hard genoeg werken. En als we die inspanning dan ook nog eens zouden stoppen in het gericht zoeken naar inspiratie, dan zou de genialiteit voor ons daadwerkelijk bereikbaar worden. Kwestie van percentages, stoppen met dromen en doen.

P. 22 COVERSTORY

De drukkerijen die werkzaam zijn voor de verpakkingsbranche produceren fraai toegepast drukwerk. Maar ze hebben onbedoeld ook nogal wat restafval. Offsetplaten van aluminium zijn daarvan een goed voorbeeld. Korlaar Recycling uit Soest weet er weg mee en koopt ze graag op. "We zamelen het in en bieden het aan voor hergebruik. Daarmee zijn we een bedrijf dat duurzaamheid hoog in het vaandel heeft", zegt directeur-eigenaar Wouter van Korlaar.



**P. 9 PEFC KEURMERK VOOR
DUURZAAM BOSBEHEER**

Naast het bekende FSC keurmerk voor duurzaam bosbeheer is er nóg een keurmerk: PEFC. Twee keurmerken in plaats van één, is dat nou nodig? PEFC werkt anders doordat het aansluiting zoekt op nationale omstandigheden door lokale standaarden voor duurzaam bosbeheer te keuren. Dat creëert draagvlak voor duurzaam bosbeheer in het land van herkomst. De beseigenaar en (verpakkings)bedrijven kunnen kiezen welk keurmerk voor hen prettiger werkt en/of beschikbaar is. Dat is goed voor bossen en mensen wereldwijd, het gemeenschappelijke doel van PEFC en FSC.



P.14 JANSSEN AIR & OCEAN

Janssen Air & Ocean is onderdeel van een logistiek familiebedrijf dat zich vanaf 1877 heeft gespecialiseerd in klant specifieke supply chain oplossingen. Dit loopt uiteen van het aanbieden van diverse transportmodaliteiten tot aan een volledige ketenanalyse. Alles met het doel om integrale kostenbesparingen te realiseren. 350 gemotiveerde medewerkers op acht locaties in de Benelux, zorgen onder andere voor een dekkend Europees netwerk voor zowel lokale distributie als pakketbezorging. Managing Director Wessel Dirks, die sinds 2015 werkzaam is binnen Janssen, heeft als missie om de sterke groei van de afgelopen jaren verder uit te bouwen. Pakkracht is benieuwd hoe dit mooie bedrijf in elkaar zit en natuurlijk wat ze voor de verpakingswereld kunnen betekenen?

P. 18 TERUGBLIK EMPACK 2016

Wanneer is een beurs als de Empack geslaagd voor standhouders? “Als ik drie orders binnen heb gesleept”, zegt de een. “Het is voor ons hier zien en gezien worden”, zegt de ander, “De zaken doen we als we persoonlijk bij de klant om tafel zitten”. Elk bedrijf heeft zo zijn eigen motief om standhouder te zijn of een bezoek te brengen aan Empack 2016 in de Utrechtse Jaarbeurshallen. Velen hadden blijkbaar zo’n motief want alle stands waren bezet en het was steeds gezellig druk in de beurshallen.



DIJKSTRA PLASTICS NEEMT BRANCHEGENOOT HK PLASTICS OVER

HK PLASTICS B.V. IS TOEGEVOEGD AAN DIJKSTRA PLASTICS B.V. MET DEZE STRATEGISCHE OVERNAME ONTSTAAT NEDERLANDS GROOTSTE PRODUCENT OP HET GEBIED VAN KUNSTSTOF VERPAKKINGSCONTAINERS VOOR DE FOOD EN NON-FOOD INDUSTRIE. MET DE OVERNAME VERSTERKT DIJKSTRA PLASTICS HAAR CONCURRENTIEPOSITIE IN EUROPA ALS LEVERANCIER VAN KUNSTSTOF VERPAKKINGSCONTAINERS.

Dijkstra Plastics en HK Plastics kennen een soortgelijke oorsprong en overeenkomstige bedrijfscultuur waarbij een hoge productkwaliteit, servicegerichtheid en leverbetrouwbaarheid kernwaarden zijn. De twee Twentse bedrijven halen gezamenlijk een omzet van circa 60 miljoen euro en bieden plaats aan 175 medewerkers. De acquisitie valt dan ook naadloos samen met de groeistrategie van Dijkstra Plastics om haar marktaandeel in Europa de komende jaren te vergroten tot een omzetvolume van 90 miljoen euro.

Auke Dijkstra, algemeen directeur Dijkstra Plastics: "Door de overname worden significante synergievoordelen behaald. Met een groter aanbod aan producten en een optimale benutting van de beschikbare productiecapaciteit kunnen we onze relaties nog beter bedienen. De markt is snel aan het veranderen. Grote partijen worden groter en verder zijn er een aantal individuele (familie)bedrijven die in de top 10 binnen Europa actief zijn. De aanleiding voor HK Plastics om aansluiting te zoeken bij een top 10 speler, was om in de toekomst voldoende daadkracht te houden en de concurrentiepositie en toegevoegde waarde van HK Plastics in stand te houden. Dijkstra Plastics stijgt met de overname Europees gezien naar positie vier. HK Plastics zit daarbij ook in marktsegmenten waarin wij niet zitten, zoals de chemie, farmacie, diervoeders en vis."



Dijkstra Plastics B.V. en HK Plastics B.V. blijven onder eigen naam de markt bedienen en zullen blijven opereren vanuit de eigen locaties. "Samen gaan we werken om tot de grootst mogelijke synergie te komen, waarbij het gecombineerde productaanbod direct een geweldige start is".

Voor aanvullende informatie:

Dijkstra Plastics B.V.
Tel: +31 (0)53 5723884

HBM INTRODUCEERT NIEUWE ROBUUSTE LOAD CELL

HBM IS AL SINDS 1950 EEN TOONAANGEVEND FABRIKANT VAN INNOVATIEVE MEETAPPARATUUR. HET BEDRIJF LEVERT COMPLETE OPLOSSINGEN, VAN SENSOR TOT SOFTWARE. HET NIEUWSTE VOORBEELD HIERVAN IS DE Z16A TREKKRACHT LOAD CELL DIE SPECIFIEK IS BEDOELD VOOR HET WEGEN VAN HANGENDE LADING EN VOORAL GESCHIKT IS VOOR GRAVIMETRISCHE NIVEAUMETINGEN EN BATCHING IN COMBINATIE MET PROCESCONTAINERS.



De nieuwe Z16A trekkracht load cells zijn leverbaar met een maximumcapaciteit van 7,5 of 15 metrische ton. Er zijn versies voor nauwkeurigheidsklassen D1 en C3 beschikbaar. De load cells zijn van roestvast staal en het meetlichaam is hermetisch afgesloten. Daardoor voldoen ze aan IP68/IP69K voor stof- en vochtdichtheid en zijn ze geschikt voor gebruik in zware industriële omstandigheden.

GEbruik

Door de geavanceerde manier waarop de kracht wordt opgenomen is de Z16A bij uitstek geschikt voor hangende installaties in containerwegers of voor conveyor, batching en hybride wegers. De load cell is EMC-gecertificeerd volgens OIML R60 (10 V/m). Optioneel is de M36x3-adapter leverbaar die gebruikt kan worden voor eenvoudige mechanische integratie. Ook zijn er montageogen en diverse kabel lengtes met een zesdraads configuratie leverbaar. Deze flexibiliteit beperkt de montagekosten zonder de nauwkeurigheid te beïnvloeden.

Meer informatie:
HBM Test and Measurement
Tel. +31 (0)416 286040
www.hbm.com

REYNDERS LABEL PRINTING

HEEFT EEN NIEUW GEZICHT

IN 1956 STARTTE EMILE REYNDERS MET DRUKKERIJ REYNDERS, EEN DRUKKERIJ DIE ZICH BEPERKTE TOT TRADITIONEEL HANDELSDRUKWERK. DIT BETEKENT DAT REYNDERS LABEL PRINTING, ZOALS HET BEDRIJF UIT BOECHOUT NU HEET, DIT JAAR ZESTIG JAAR BESTAAT. OM DIT TE VIEREN TRAKTEERT DE DRUKKERIJ ZICH OP EEN NIEUWE HUISSTIJL MET EEN NIEUW LOGO.



In 1970 spitte Drukkerij Reynders zich toe op de productie van zelfklevende etiketten op rol. De naam veranderde toen in Reynders Etiketten en er kwam een nieuw logo. Dit logo, met de barokke 'R', werd in 1972 gecreëerd door de oprichter van het bedrijf. Het moest de gang van de papierbaan door een drukpers symboliseren. Ruim 45 jaar heeft dit logo alle documenten en verpakkingen van de producten van Reynders gesierd. Voor de klanten was het een herkenningsteken dat garant stond voor kwaliteit. Ook de nieuwe vestigingen die er in de laatste twintig jaar bijkwamen, in Libramont, Frankrijk, Polen en India, namen dit logo over.

KERNWAARDEN

Door deze internationalisering groeide wel het idee om een nieuwe huisstijl en een bijbehorend logo uit te werken. Met een spontane brainstormsessie in kleine kring startte dit proces in 2015. Het nieuwe logo geeft aan waar Reynders Label Printing vandaag de dag voor staat: net even anders, openminded maar ook met beide benen op de grond. En, concreter, voor klantgerichte en efficiënte label-printing met een persoonlijke touch en oog voor detail. Het is een modern logo geworden waarmee Reynders weer minstens 45 jaar vooruit kan.

LOGO

Het dieprode accent symboliseert de detaillistische aanpak van Reynders en verwijst daarnaast naar de etiketten. De nieuwe 'R', zonder verticaal stokje, maakt het logo cleaner, directer en meer hedendaags. Verder werkt Reynders voortaan met illustraties die bestaan uit zwartwitbeelden met hoog contrast en sterk licht. Hieruit spreekt de vakkennis, toewijding van het bedrijf en het laat de kleuren van Reynders goed tot hun recht komen. Verder vormt het een rustpunt dat contrasteert met de wereld van schreeuwerige en drukke communicatie.

REACTIES

De interne reacties waren onverdeeld positief en Reynders verwacht dat met de officiële lancering van de nieuwe huisstijl deze ook buitenshuis met hetzelfde enthousiasme onthaald zal worden.

*Meer informatie:
Reynders Label Printing
Tel. +32 (3) 4601291
www.reynders.com*

Wegens groei is de opleiding Food Design & Innovation op zoek naar een:

DOCENT FOOD PACKAGING

Standplaats 's-Hertogenbosch

De taakomvang bedraagt 0,8-1,0 fte. De aanstelling is in eerste instantie voor een jaar. Daarna behoort, bij gebleken geschiktheid, een vaste aanstelling tot de mogelijkheden. Tevens bieden wij startende docenten een uitstekend begeleidingstraject aan, met name voor kandidaten zonder specifieke onderwijservaring en/of onderwijskundige opleiding.

De opleiding Food Design & Innovation bestaat intussen 13 jaar en maakt momenteel een sterke groei-ontwikkeling door. De opleiding kent een 3-tal afstudeervarianten: Food Marketing, Food Packaging en Food Design.

Inhoud van de functie

- Voorbereiden en verzorgen van lessen in het packaging vakgebied. Het gaat hierbij om structureel design, materialen en toepassingen, product/verpakkingsinteracties en het proces van verpakken;
- Begeleiden van studenten bij stages, projecten en afstudeeropdrachten;
- Ontwikkelen van nieuwe lesprogramma's en praktijkcases;
- Uitvoeren van projecten in samenwerking met het bedrijfsleven;
- Uitvoeren van onderzoek ten behoeve van kennisontwikkeling op verpakkingsgebied;
- Onderhouden van een extern netwerk op het eigen vakgebied en bijhouden van actuele ontwikkelingen en vertalen naar relevante onderwijsproducten.

Wij zoeken een collega met:

- Een HBO/academische opleiding;
- Relevante werkervaring in meerdere schakels van de keten van food verpakken;
- Actuele kennis van diverse thema's op het vlak van packaging en food;
- Affiniteit met het overbrengen van kennis op studenten en professionals van bedrijven.

Ben je:

- Ondernemend en krijg je zaken voor elkaar;
- Mensgericht;
- Extern gericht met 'hart voor de zaak';
- Teamspeler;
- Breed inzetbaar in onderwijs en in projecten;
- Enthousiast en heb je durf.

Dan zijn we opzoek naar jou en nodigen we je van harte uit om te solliciteren!

ALGEMEEN

Arbeidsvoorwaarden zijn conform de CAO-HBO. Salarisering is afhankelijk van opleiding en ervaring en bedraagt bij een volledige dienstbetrekking minimaal schaal 10 (€ 2.459,54) en maximaal schaal 11 (€ 4.661,12). We bieden je een concurrerend arbeidsvoorwaardenpakket met onder andere een vaste dertiende maand, een aantrekkelijke collectieve ziektekostenverzekering, een bijdrage aan je ziektekostenverzekering en 8% vakantiegeld.

MEER INFORMATIE

Voor meer informatie over de vacature kun je contact opnemen met de heer Theo Clermonts, opleidingsdirecteur, op telefoonnummer 06-18963051 of per mail: T.Clermonts@has.nl.

Voor uitgebreide informatie over onze opleidingen kun je terecht op onze website: www.hashogeschool.nl.

INTERESSE?

Laat dan vóór maandag 20 juni a.s. je sollicitatie achter op onze website www.hashogeschool.nl/werkenbij.

HAS Hogeschool is hét opleidings- en expertisecentrum van Zuid-Nederland in de sector agro, food en leefomgeving op twee locaties: Den Bosch en Venlo. Het is een middelgrote hogeschool waar de dynamische driehoek van studenten, docenten en bedrijfsleven centraal staat. Onze kernwaarden zijn: betrokken, ondernemend en eigenwijs. De HAS richt zich op drie kernactiviteiten: onderwijs, kennistransfer en kennisontwikkeling.

HAS Hogeschool heeft 2700 voltijdstudenten die studeren aan zowel Nederlandstalige als Engelstalige bacheloropleidingen. Via HAS Kennistransfer en Bedrijfsopleidingen volgen daarnaast 300 cursisten verschillende bedrijfsopleidingen en is de instelling actief op het gebied van onderzoek en advies. Bij de HAS werken 450 medewerkers. Wij geloven dat we door het continu prikkelen en ontwikkelen van talenten iets wezenlijks bijdragen aan een sterke agrofoodsector en leefomgeving.

Nederlandstalige bachelors

Bedrijfskunde en agribusiness, Dier- en veehouderij, Food Design & Innovation, FreshFood & Innovation, Geo Media & Design, Management van de Leefomgeving (Landscape Design, Stad en streekontwikkeling, Tuin- en landschapsmanagement), Milieukunde, Toegepaste Biologie, Tuinbouw en akkerbouw en Voedingsmiddelentechnologie.

Engelstalige bachelors

International Farm Management, International Food & Agribusiness en Horticulture & Business Management.

pakkracht

Vakinformatie voor de verpakingsindustrie in food, non-food, handel en industrie



www.pakkracht.biz



facebook.com/vaktijdschriftpakkracht



twitter.com/pakkracht

Pakkracht is ook online te vinden
om u dagelijks te voorzien
van het laatste nieuws uit de branche!

www.pakkracht.biz

PEFC KEURMERK VOOR duurzaam bosbeheer



NAAST HET BEKENDE FSC KEURMERK VOOR DUURZAAM BOSBEHEER IS ER NÓG EEN KEURMERK: PEFC. TWEE KEURMERKEN IN PLAATS VAN ÉÉN, IS DAT NOU NODIG? PEFC WERKT ANDERS DOORDAT HET AANSLUITING ZOEKT OP NATIONALE OMSTANDIGHEDEN DOOR LOKALE STANDAARDEN VOOR DUURZAAM BOSBEHEER TE KEUREN. DAT CREËERT DRAAGVLAK VOOR DUURZAAM BOSBEHEER IN HET LAND VAN HERKOMST. DE BOSEIGENAAR EN (VERPAKKINGS) BEDRIJVEN KUNNEN KIEZEN WELK KEURMERK VOOR HEN PRETTIGER WERKT EN/OF BESCHIKBAAR IS. DAT IS GOED VOOR BOSSEN EN MENSEN WERELDWIJD, HET GEMEENSCHAPPELIJKE DOEL VAN PEFC EN FSC. MOMENTEEL IS WERELDWIJD 272 MILJOEN HECTARE BOS PEFC-GECEERTIFICEERD EN 187 MILJOEN FSC-GECEERTIFICEERD. PER LAND KUNNEN DE VERHOUDINGEN PEFC/FSC VERSCHILLEN. BEDRIJVEN HELPEN DUURZAAM BOSBEHEER VOORUIT DOOR BEIDE KEURMERKEN TE ACCEPTEREN ALS BEWIJS VOOR DUURZAME HERKOMST.

In de brochure van PEFC worden verpakkingen omschreven als 'de link tussen bos en consument'. En voor alle papieren en kartonnen verpakkingen gaat dat natuurlijk op. Consumenten vinden volgens de brochure dat bedrijven een belangrijke rol spelen als het gaat om verandering. Zo ook in het verduurzamen van de verpakkingketen. Naast informeren, beschermen, bundelen en zorgen voor houdbaarheid, geven verpakkingen signalen af over het innovatieve en duurzame karakter van een bedrijf of merk. En dat wordt door de consument op prijs gesteld. Duurzaamheid wordt dan ook niet voor niets onderdeel van het merk van een bedrijf. Het is maatschappelijk van nut én het is goed voor de omzet.

Door certificering van bosbeheer kunnen bouseigenaren laten zien dat zij hun bos duurzaam beheren volgens de eisen van PEFC. Uit een gecertificeerd bos wordt PEFC gecertificeerd hout geoogst. PEFC Chain of Custody gecertificeerde bedrijven in de keten verwerken het hout (en papier) met het PEFC-keurmerk in producten als tijdschriften, boeken, kopieerpapier, tuinhout, bouwhout, laminaatvloeren en tal van andere producten. Zij mogen het logo dan ook op het product plaatsen. PEFC wordt ondersteund door vakbonden, bouseigenaren, houtverwerkende industrie, ngo's, overheden en eindgebruikers.



HET PEFC-KEURMERK GARANDEERT:

- Handhaving en verbetering van de biodiversiteit.
- Bescherming van ecologisch waardevolle gebieden.
- In stand houden van bos.
- Verbod op het gebruik van gevaarlijke chemicaliën en genetisch gemodificeerde organismen.
- Bescherming van de rechten en het welzijn van bosarbeiders en werknemers in de handelsketen.
- Inachtneming van de rechten van de inheemse bevolking.

DE WEBSITE VAN PEFC MELDT ALS CIJFERS:

- Zo'n 1.000.000 bouseigenaren zijn PEFC gecertificeerd. Zij beheren wereldwijd meer dan 272 miljoen hectare bos. Daarmee is PEFC het grootste keurmerk voor duurzaam beheerd bos.
- Ruim 17.750 bedrijven in de handelsketen hebben een PEFC Chain of Custody certificaat.
- In totaal is er wereldwijd ruim 410 miljoen hectare bos gecertificeerd, dat is zo'n 10% van al het bos, waarvan 2/3e PEFC-gecertificeerd.

PEFC, het Keurmerk voor Duurzaam Bosbeheer is onder andere erkend door: De Europese Unie; De Nederlandse Overheid: PEFC is opgenomen in het Duurzaam Inkoop Beleid van de Rijksoverheid. Voor overheden is het verplicht het kenmerk duurzaam hout en papier te vragen bij aanbestedingen en STABU: de standaardbepaling die bestekschrijvers hanteren voor woning- en utiliteitsbouw bestekteksten.

Meer informatie:
PEFC Nederland
Tel. 030-6930040
Website: www.pefcnederland.nl

Jasa Packaging Systems

BIEDT COMPLETE VERPAKKINGSLIJN

'INNOVATIVE FRESH DUTCH DESIGN' VERSCHIJNT PROMINENT OP HET BEELDSCHERM BIJ HET OPENEN VAN DE WEBSITE VAN JASA PACKAGING SYSTEMS. HET ALKMAARSE BEDRIJF IS PRODUCENT VAN VERPAKKINGSMACHINES EN SPECIALIST IN WEEGTECHNIEK. WAT GAAT ER SCHUIL ACHTER DEZE SLOGAN? FINANCIËEL DIRECTEUR SANDRA PANNEKEET, DOCHTER VAN DE OPRICHTER PIET PANNEKEET GEEFT TEKST EN UITLEG.



IN WELKE ZIN IS JASA PACKAGING SYSTEMS INNOVATIEF?

"Als machinebouwers krijgen we veel ontwerpverzoekstukken op ons pad van klanten die specifieke verpakkingswensen hebben. Die vragen nemen we serieus. Jasa heeft een Research en Development afdeling van zeven man op een personeelsbestand van 60 medewerkers. Dat is een aanzienlijk percentage. Verder is Smart Industry bij ons een hot item. Onze klanten willen dat hun machines praktisch niet stil staan. Met behulp van moderne sensortechnologie en informatisering kan dat."

KUNT U EEN VOORBEELD GEVEN?

"We kunnen nu inlezen wanneer een machine onderhoud nodig heeft. Daarmee kan je storingen voorkomen. En we kunnen heel snel handelen als het moet. Zo konden we een klant in Australië onlangs helpen door op afstand informatie in te lezen en op grond daarvan te handelen. Overigens beschikken we over een technische dienst die 24/7 voor de klant klaar staat."

BENT U NOG OP ANDERE TERREINEN INNOVATIEF?"

"Jazeker, onze ontwerpers ontwikkelden de Jasa Sleever. Met de Sleever kan de klant volledig automatisch een geheel gepersonaliseerde papieren of kartonnen sleeve om bijvoorbeeld maaltijdsalades en ovenschotels doen. De Jasa Sleever is ontworpen omdat er veel vraag naar was uit de markt. De machine is gelijk goed verkocht en er lopen nog veel aanvragen voor prijsopgaves. We stonden dit jaar met de Jasa Sleever op de Empack Utrecht en Fruit Logistica Berlijn."

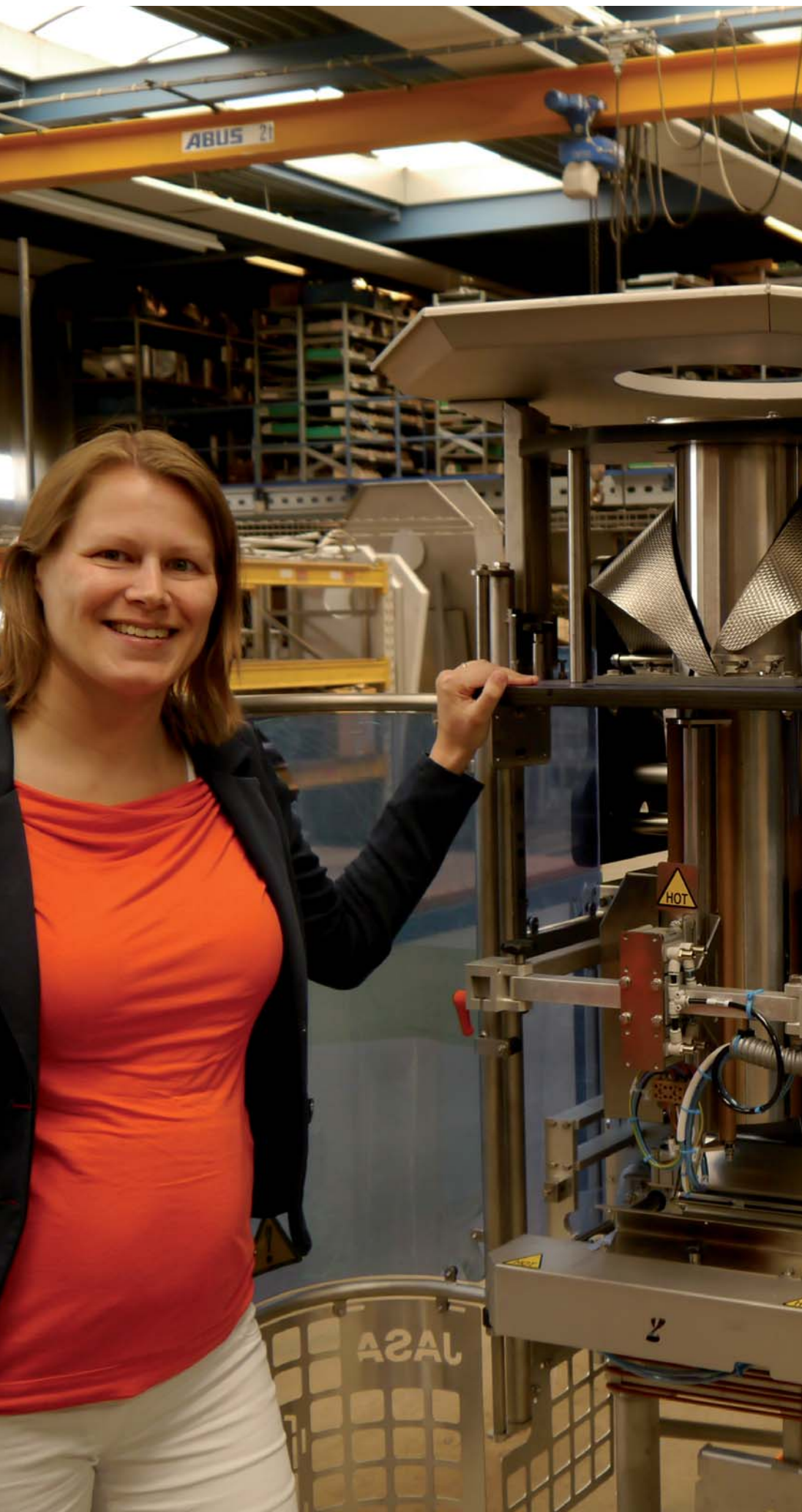
HOE FRESH DUTCH IS JASA PACKAGING SYSTEMS?

"Wij ontwerpen en bouwen hier complete verpakkingsmachines. Daar zijn we best trots op. Vooral in het verpakken van aardappelen, groenten en fruit zijn we groot. Dat heeft te maken met de geschiedenis van het bedrijf. Mijn opa had een groente snij bedrijf. Mijn vader kwam in de zaak, maar vond machinebouw interessanter. Zo doende ging het bedrijf die kant op. Het is een echte groeimarkt. In Nederland wordt al meer dan 30 procent van de groente in de supermarkt gewassen en gesneden aangeleverd. In plaats van een losse krop sla, zie je nu vaak zakken met gemengd, drie soorten sla in de supermarkt. Nederland, Engeland en de Scandinavische landen zijn hier al ver in. Duitsland is het nu aan het ontdekken."

KOMT ER VEEL BIJ DIT SOORT VERPAKKINGSLIJNEN KIJKEN?

"Aan alleen een verpakkingsmachine heb je niet genoeg. Daar haal je geen honderd verpakte porties per minuut mee. Aan het verpakken gaat snijden, wassen, drogen en mixen vooraf. De groente wordt aangevoerd via een opvoerband. Die verkopen we ook. En uiteindelijk worden de te verpakken porties gewogen. Wij leveren daartoe de wegers Newtec uit Denemarken en Multiweigh uit Duitsland. Jasa is de distributeur ervan. Na het wegen en sluiten van de verpakking gaat het product via een afvoerband en meestal een draaitafel in kratten. Dat kan trouwens ook automatisch. In Nederland leveren we die hele lijn."





JASA LEVERT OOK INTERNATIONAAL?

“We zijn vertegenwoordigd in zo’n 33 landen. In elk land hebben we distributeurs. Vaak zijn die ook distributeur voor Newtec. Internationaal zijn we dus sterk vertegenwoordigd. Het helpt dat we uitstralen waar we goed in zijn. We worden gezien.”

BENT U NOG FRESH DUTCH IN ANDERE OPZICHTEN?

We zijn doeners, aanpakkers. We zorgen altijd dat er een oplossing komt voor de klant. Dat is onze mentaliteit. Met elkaar hebben we er zin in. We vormen een goed team.”

IN WELK OPZICHT IS DESIGN BELANGRIJK VOOR JULLIE?

“Hierbij refereren we graag aan een uitspraak van Steve Jobs, die zei: Design is not just what it looks like. Design is how it works. Natuurlijk moeten onze machines er mooi en aantrekkelijk uit zien. Maar ze zijn vooral aantrekkelijk omdat je er goed mee kunt werken. Gebruikersgemak is erg belangrijk. En dat je snel kan omschakelen als je van het verpakken van het ene product naar het andere over moet. Verder houden we er bij het ontwerp rekening mee dat de machine gemakkelijk schoon te houden is. Er mag geen water of groenteresten achter blijven na reiniging.”

WAAROM IS JASA GENOMINEERD VOOR DE EUROPEAN BUSINESS AWARD 2016?

“Tsjja, dat zal in het juryrapport staan, als we winnen. Een paar jaar terug wonnen we al de prijs voor beste onderneming van Noord-Holland. Dat kwam voor ons een beetje uit de lucht vallen. Maar we waren er heel blij mee. We hadden ons vooral gericht op de internationale markt. Onze machines staan tot in Nieuw-Zeeland en Canada. Onze ‘buren’ hadden we agoed gemaakt en we leveren ook aan grote en kleine klanten in de provincie.

Misschien scoren we goed in de ondernemerswereld omdat we altijd een eerlijk en open verhaal vertellen. Rond 2009 hebben we een slechte tijd gehad, net zoals alle machinebouwers. We hebben hard gewerkt om daar weer bovenop te komen. Dat is onder andere gelukt omdat we de moed op brachten om met een geheel nieuwe machine te komen: de Jasa Continu Machine. Die lef heeft zich uitbetaald; de machine verkocht goed en leverde meer op dan gedroomd. De machine staat aan de basis van veel nieuwe types.”

NOG MEER ARGUMENTEN OM DE EUROPESE ONDERNEMERSPRIJS TE WINNEN?

“Onze omzet groeit jaarlijks. We zijn ambitieus naar de toekomst toe. De komende drie tot vijf jaar willen we onze omzet verdubbelen. De Jasa Sleever draagt daaraan bij. En de combinatie van weeg- en verpakkingsmachines. We slagen erin om een complete lijn aan te bieden met daarin specifieke oplossingen voor de klant.”

*Meer informatie:
Jasa packaging Systems b.v.
Tel. 072- 5612700
www.jasa.nl*

REPACK WIL E-COMMERCE VERDUURZAMEN

VIER FINSE MANNEN, NIET AFKOMSTIG UIT DE VERPAKKINGSINDUSTRIE, KWAMEN IN 2011 BIJ ELKAAR EN RICHTTEN REPACK OP. HUN DRIJFVEER WAS OM IETS TE DOEN TEGEN DE WEGWERPCULTUUR. VOORAL IN DE E-COMMERCE CONSTATEERDEN ZE DAT VEEL VERPAKKINGEN NA GEBRUIK IN DE PRULLENBAK VERDWENEN. DAT MOEST DUURZAMER, VONDEN ZE.

Jan Berbee heeft zich in 2014 bij Repack gevoegd en verzorgde een seminar op Empack Utrecht. Hij toont meteen de opvallend geel gekleurde Repack verzendtas en legt uit: "Stel je wilt via een webwinkel een broek kopen. De website biedt Repack als verpakkingsoptie aan. De klant kan kiezen voor een eenmalige verpakking of de duurzame oplossing van Repack. Met een retourlabel is de verpakking gratis terug te sturen naar Repack. Uiteraard kan de broek erin terug gestuurd worden als die niet bevalt. De duurzame oplossing kost iets meer, maar als 'beloning' ontvangt de klant een voucher van € 10,- of tien procent reductie op de aanschaf van een product uit een webwinkel die ook met Repack werkt".

De verpakkingsopties van Repack zijn er in verschillende formaten: ze zijn er om een mode artikel te leveren, maar ook de verzending van grotere artikelen zoals een dekbed is mogelijk. Het bedrijf is nu bezig met de ontwikkeling van duurzame verpakking voor breekbare producten. De kartonnen dozen waar webshops nu mee werken worden ook wel als retourdoos gebruikt, maar worden dan weggegooid. De verpakkingen van Repack gaan zo'n twintig verzendingen mee. "Ons doel is om in vijf jaar tijd een miljoen kilo karton uit te sparen", formuleert Jan Berbee als ambitie. Repack voorziet twaalf webwinkels van hun verpakkingsoptie en is met 30 bedrijven in gesprek.

In de Scandinavische landen is Repack nu flink aan het groeien; Jan concentreert zich op de introductie van Repack in de Benelux, Duitsland, Frankrijk en Engeland. De bedrijven



waar Repack zich op richt hebben als gemeenschappelijk kenmerk dat duurzaamheid een van de speerpunten in het beleid is.

Meer informatie:
 Jan Berbee, Repack member
 Tel. +31-651575113
 jan@originalrepack.com
 www.originalrepack.com

FLEXPAK ZET ACTIVITEIT VOORT BINNEN OERLEMANS PACKAGING GROEP

PER 1 MEI 2016 BEHOORT FLEXPAK GELDERMALSEN TOT DE OERLEMANS PACKAGING GROEP.

Flexpak is een gevestigde naam in de productie van lami-naatfolie voor o.a. de foodindustrie. Daarnaast produceert Flexpak hoogwaardige bedrukte OPP-, CPP-, BOPP- folies, vellen, harmonicazakken, blokbodemzakken en rondellen. De producten worden geleverd aan klanten in binnen- en buitenland in oa. koek-, snoep-, banket-, chips-, snack-agf-, zuivel-, vis- en vleesmarkt. De onderneming zal in Geldermalsen gevestigd blijven.

Door de overname kan oud-eigenaar Dhr. Thies Oosterhuis gaan genieten van zijn welverdiende pensioen. Hij heeft een prachtig en modern verpakkingproductiebedrijf weten op te bouwen.

Dhr. Thies Oosterhuis: "Ik ben erg verheugd met de overname van Flexpak door Oerlemans Packaging. Door de overname is continuïteit voor de medewerkers, klanten en leveranciers gewaarborgd".

Door de overname van Flexpak breidt Oerlemans Packaging haar productiemogelijkheden verder uit. Oerlemans Packaging produceert een breed productportfolio kunststof flexibele verpakkingen met veel specialiteiten in diverse productmarktcombinaties.

"De overname van Flexpak past geheel in de groeistrategie van Oerlemans Packaging. Met nieuwe product- en productiemogelijkheden, zoals hoogwaardige bedrukte lami-naatverpakkingen, PP harmonicazakken en PP blokbodemzakken, kunnen wij onze klanten met een nog breder verpakkingspakket bedienen. Ik ben dan ook zeer vereerd dat Flexpak vanaf 1 mei onderdeel uitmaakt van de Oerlemans Packaging groep", aldus Joan Hanegraaf directeur-eigenaar van Oerlemans Packaging.

Oerlemans Packaging B.V. bestaat uit de volgende productiebedrijven:

- Oerlemans Plastics B.V., Genderen-Giessen
- Plasthill B.V., Hillegom
- Perfon B.V., Goor
- O.P.I. B.V., Oosterwolde
- Fardem Packaging B.V., Edam
- Flexpak B.V., Geldermalsen

www.flexpak.nl - www.oerlemanspackaging.nl

HANDLEIDING **DUURZAAM** VERPAKKEN

VOOR DE E-COMMERCESECTOR

ER STAAT EEN HANDLEIDING ONLINE MET DAARIN HANDVATTEN VOOR VERDUURZAMING VAN DE E-COMMERCE SECTOR. HET IS EEN INITIATIEF VAN THUISWINKEL.ORG SAMEN MET DE VERENIGING VAN NEDERLANDSE PAPIER- EN KARTONFABRIEKEN EN PARTNERS FOR INNOVATION. ZE GEVEN DAARMEE TIPS AAN WEBWINKELS OM IN TE SPELEN OP DE ONTWIKKELINGEN ROND DUURZAAM VERPAKKEN. MARGREETH PAPE, ADVISEUR BIJ THUISWINKEL.ORG, MAAKTE DAT BEKEND OP DE EMPACK 2016 IN UTRECHT.

De handleiding geeft naast achtergrondinformatie, een groot aantal voorbeelden van duurzaam verpakken, zoals: duurzame materialen, machines, slimme ontwerp oplossingen en mogelijkheden om verpakkingen opnieuw te gebruiken.

De handel via het internet groeide in 2015 met ruim 16 procent ten opzichte van het jaar ervoor, schetste Margreeth Pape. Per jaar worden er naar schatting 250 miljoen pakketjes verzonden. Redenen genoeg om in te zetten op innovatief en duurzaam verpakken.

DUURZAAM VERPAKKEN

De sector kent al de nodige duurzame verpakkingsinitiatieven. Zo wordt bij verzendverpakkingen al voor 80 procent gebruik gemaakt van papier en karton. De meeste verzenddozen zijn gemaakt van FSC gecertificeerd materiaal en het karton is grotendeels van gerecycled materiaal. Voor de plastics op basis van LDPE (kunststof op basis van aardolie), zijn inmiddels alternatieven beschikbaar, zoals biobased plastics. Deze biobased plastics zijn gebaseerd op hernieuwbare grondstof. Daarnaast bieden steeds meer fabrikanten gerecycled kunststof folie aan. Mooi, maar Margreeth Pape plaatst een kanttekening: "Op dit moment worden nog te weinig verpakkingen opnieuw gebruikt. Papier en karton wordt voor 80-90% gerecycled en kunststoffen worden voor ongeveer 50% gerecycled. Het overige deel komt bij het restafval".

VERSCHILLENDE FUNCTIES VAN VERPAKKINGEN

De e-commerceverpakking heeft verschillende functies en beperkingen, liet Margreeth Pape zien:

- De verpakking met het product beschermen tijdens het transport.
- De verpakking is het visitekaartje van de webwinkel, juist bij verkoop op afstand.
- De verpakking moet passen in het fulfilmentproces en de logistieke processen.
- Het consumentengemak speelt een belangrijke rol, zowel bij het uitpakken als retourneren.
- Een verpakking kost geld, en webwinkels willen de kosten daarvan zo laag mogelijk houden.

Bij het optimaliseren en verduurzamen van verpakkingsmateriaal zal er een goede balans gevonden moeten worden met de verschillende functies die een verpakking heeft, concludeerde Margreeth Pape.

DE GROOTSTE UITDAGINGEN

De grootste uitdaging op het gebied van verpakkingen is het over-verpakken. Hiermee bedoelde Margreeth Pape de hoeveelheid loze ruimte die in verpakkingen aanwezig is (te grote dozen voor kleine producten). Daarnaast blijken veel productverpakkingen tot nu toe ontwikkeld te worden voor verkoop via de schappen van winkels. Hierdoor beschermen zij de producten niet optimaal in het vervoer naar de consument. Dat zorgt voor een noodzaak voor extra verpakking. Het reduceren van loze ruimte noemde Margreeth Pape een prioriteit, omdat dit tegelijkertijd transportkosten, CO₂-uitstoot, hoeveelheid materiaal en consumentenfrustratie beperkt.

GEEN UNIVERSELE OPLOSSING

Het vinden van de juiste verzendverpakking voor de hele e-commerce sector is helaas niet zo gemakkelijk. In de online retail worden allerlei soorten producten verzonden, vaak met meerdere producten in één verpakking. Dat maakt het lastig om een optimale verpakking te ontwerpen die voor alle producten en maten geschikt is.

De verpakkingsmogelijkheden hangen daarnaast erg af van de grootte van de webwinkel. Voor grotere webwinkels is het gemakkelijker om te investeren in automatisering, kleine-



Fotobijschrift: Margreeth Pape

re webwinkels zijn daarentegen meer flexibel in het gebruik van verpakkingen. Ook is de verpakking gerelateerd aan de producten die een webwinkel verkoopt. Voor het vervoer van fashion stel je ander eisen dan voor het vervoer van breekbare artikelen. Er bestaat dus niet één optimale verpakking voor de e-commerce sector. Iedere webwinkel zal moeten zoeken naar zijn eigen mogelijkheden. Gelukkig komen er steeds meer oplossingen.

De interactieve handleiding geeft een groot aantal suggesties voor duurzamer verpakken, zoals het reduceren van loze ruimte en het toepassen van duurzame materialen. Margreeth Pape noemde: het voorkomen van loze ruimtes, dozen gebruiken met variabele vulhoogtes, een banderol gebruiken als de primaire verpakking beschermd transport garandeert en het gebruik van papieren verzendzakken in plaats van van plastic.

Meer informatie:
Margreeth Pape
www.Thuiswinkel.org
Tel. 0633038749

ER IS BIJ **Janssen Air & Ocean** **VEEL MEER TUSSEN HEMEL EN AARDE** DAN TRANSPORT VAN A NAAR B!



JANSSEN AIR & OCEAN IS ONDERDEEL VAN EEN LOGISTIEK FAMILIEBEDRIJF DAT ZICH VANAF 1877 HEEFT GESPECIALISEERD IN KLANT SPECIFIEKE SUPPLY CHAIN OPLOSSINGEN. DIT LOOPT UITEEN VAN HET AANBIEDEN VAN DIVERSE TRANSPORTMODALITEITEN TOT AAN EEN VOLLEDIGE KETENANALYSE. ALLES MET HET DOEL OM INTEGRALE KOSTENBESPARINGEN TE REALISEREN. 350 GEMOTIVEERDE MEDEWERKERS OP ACHT LOCATIES IN DE BENELUX, ZORGEN ONDER ANDERE VOOR EEN DEKKEND EUROPEES NETWERK VOOR ZOWEL LOKALE DISTRIBUTIE ALS PAKKETBEZORGING. MANAGING DIRECTOR WESSEL DIRKS, DIE SINDS 2015 WERKZAAM IS BINNEN JANSSEN, HEEFT ALS MISSIE OM DE STERKE GROEI VAN DE AFGELOPEN JAREN VERDER UIT TE BOUWEN. PAKKRACHT IS BENIEUWD HOE DIT MOOIE BEDRIJF IN ELKAAR ZIT EN NATUURLIJK WAT ZE VOOR DE VERPAKKINGSWERELD KUNNEN BETEKENEN?

HOE ZIET DE KLANTENKRING VAN JANSSEN ER UIT?

“De klantenkring van Janssen is zeer divers en kenmerkt zich door een behoefte aan een hoge service- en communicatiegraad in combinatie met competitieve tarieven. ICT is daarbij een belangrijk middel, maar altijd in dienst van persoonlijke service. We luisteren goed naar onze klanten en natuurlijk de logistieke uitdagingen die ze hebben.”

ONZE KERNACTIVITEITEN ZIJN ONDER TE VERDELEN IN DRIE GROEPEN:

1. Transport - Air & Ocean, Intermodaal, Wegtransport, Value Added Services, Pakketservice.
2. Warehousing - Douane entrepot, AEO, Fiscale vertegenwoordiging, Bonded warehouse, E-Commerce, Spare part management, In night deliveries, Return logistics, Identificatie & beoordeling.
3. Services - Assemblage, Refurnishment & repair, mailing, Verpakkingen & displays, Ompak en verpakkingswerkzaamheden.

DISTRIBUTIE EN VERPAKKINGEN WAT KUNNEN JULLIE DAARIN BETEKENEN VOOR BIJVOORBEELD VERPAKKING PRODUCERENDE BEDRIJVEN EN HANDELSHUIZEN?

“Uiteraard kunnen wij de juiste maatwerk transportoplossing aanbieden vanaf de verpakkingproducent of handelshuis naar het gewenste afleveradres. Op- en overslag en natuurlijk het ompakken behoort ook tot deze maatwerk mogelijkheden. Trajecten waar we ons vanuit Janssen Air & Ocean natuurlijk op richten, betreffen de intercontinentale stromen middels zee- en luchtvracht. Daarvoor bieden we een gevarieerd aanbod aan services aan zoals bijvoorbeeld Janssen Combined en Janssen Skybridge.”

VALUE ADDED DELIVERY NU EN IN DE TOEKOMST?

“Value Added Delivery is al voor een lange tijd een onderscheidende dienstverlening van Janssen geweest. Met onze stads-distributiewagens bemand door technisch opgeleid personeel, dragen we daarbij niet alleen de zorg voor de levering op een adres, maar gaan we zelfs over de drempel van het bezorgadres voor bijvoorbeeld plaatsing en installatie. Met de sterke groei van webshop sales verwachten we met onze specialisatie nog meer klanten te kunnen gaan ondersteunen met de levering van bijvoorbeeld witgoed en andere apparaten bij consumenten. Ook hebben we ervaring met het plaatsen van een fysieke web portal voor retailers zodat consumenten grotere producten volgens eigen wens kunnen samenstellen. Deze order wordt dan weer verzameld in ons warehouse van waaruit middels value added delivery het geheel op maat wordt afgeleverd bij de klant. Wij zijn in staat om onze processen en systemen aan te passen aan de behoefte van onze klanten in plaats van andersom. Dankzij de aanwezigheid van diverse specialismen en het enthousiasme van ons team, kunnen we over veel meer meedenken dan alleen het stukje transport van A naar B.”

WAT ZIJN JULLIE PLANNEN OP KORTE EN LANGE TERMIJN?

“Op korte termijn zullen we de integratie van Janssen Air &

Ocean met de verschillende specialisaties binnen de groep verder doorvoeren, zoals bijvoorbeeld nu met onze intercontinentale webshop; solution E-Trade Europe. Daarnaast zijn we met ons team bezig de sterke groei van afgelopen jaren verder uit te bouwen en te zorgen dat we voorop blijven lopen in de ontwikkeling van specifieke markten, diensten en softwareoplossingen. Daarbij richten we ons zeker niet alleen op de volumemarkten zoals bijvoorbeeld het verre oosten, maar leggen daarbij ook focus op bijvoorbeeld Iran, middels de huidige ontwikkeling van iran-logistics.com. We staan overigens van 12 tot 16 juni op de Transport Logistic China beurs in Shanghai. We gaan daar E-trade Europe presenteren. Deze modulaire oplossing biedt partijen alles wat nodig is om webshop sales vanaf de ontwikkeling van de site tot en met de uitlevering van pakketten in Europa te realiseren. Voor de langere termijn zal de rol van ICT nog meer bepalend gaan worden, zodat het aangaan van strategische partnerships, naast de inzet van onze eigen IT afdeling, van groot belang zal zijn. In plaats van een nadruk op de logistieke bewegingen, zal deze komen te liggen op de beschikbaarheid en inzet van data. Niet alleen maar in de vorm van informatievoorziening, maar als sturende factor voor het nemen van beslissingen voor de toekomst op basis van feitelijke data vanuit het verleden. Daarbij zullen gegevens niet alleen vanuit onze eigen systemen komen, maar gekoppeld zijn in een kennisnetwerk van ketenpartners waarbinnen wij als een 5PL dienstverlener zullen opereren."

WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE VERANDERINGEN IN DE TRANSPORTBRANCHE OP DIT MOMENT?

"De huidige overcapaciteit in de zee- luchtvracht zal voorlopig blijven bestaan. Ook dit jaar komt er bijvoorbeeld nog veel grote nieuwbouw in de containervaart, waardoor beschikbare ruimte niet in lijn ligt met de vraag. Het gevolg hiervan zal een blijvende prijsdruk zijn. Daarbij zorgen de achterblijvende economische groei in China, de prijsstijgingen en de focus van dat land op de interne markt ervoor, dat er een verdere verschuiving zal zijn naar andere productielanden."

"Naast eerder Zuidoost Azië is daarbij nu bijvoorbeeld een ontwikkeling waarneembaar richting Oost en West Afrika. Ook het openen van de Iraanse markt brengt een ontzettend potentieel welke wij middels eerder genoemde iran-logistics.com zullen gaan aanboren. Ons voordeel bij dit alles is dat we niet gebonden zijn aan een specifieke regio en middels ons professionele agenten-netwerk wereldwijd lokale kennis en diensten kunnen inzetten en aanbieden."



ZIJN JULLIE BRANCHEGERICHT?

"Wij richten ons niet zozeer op specifieke branches of type bedrijven. Wij hebben in de breedte ervaring met distributie & op- en overslag van een grote variëteit aan goederen. De uitdaging zit hem voor ons daarbij niet zozeer in de goederensoort, maar de manier waarop die bij eindklant komt met daarbij alle mogelijke bewerkingen en bewegingen in ogenschouw genomen. Daarbij spreekt het voor zich dat bij de behandeling van bepaalde goederensoorten onze specifieke kennis vaak erg belangrijk en zelfs soms noodzakelijk is."

DUURZAAMHEID & TRANSPORT?

"Vanuit Janssen Air & Ocean zetten we als expediteur geen eigen transportmiddelen in, maar nemen in onze partnerkeuze, waar mogelijk, het milieuaspect absoluut mee. Zo gebruiken we bijvoorbeeld containervervoerders die rijden met voertuigen die voldoen aan de Euro VI normering voor motoren. En indien onze klanten actief hun CO2 voetafdruk willen minimaliseren, is er middels een calculatiemethode de mogelijkheid om per afgelegde tonkilometer door de lucht of over zee een bijdrage te doen aan groene projecten. Ook zijn we zelf actief bezig om leegrijden te minimaliseren door import en export stromen met elkaar te combineren en daarbij zoveel als mogelijk gebruik te maken van multimodaal vervoer als bijvoorbeeld standaard naar onze Europese hub in Venlo."

WAT WIL JE TENSLOTTE NOG 'HEEL ERG' GRAAG VERTELLEN OVER JANSSEN?

"Janssen is veel meer dan we op papier of in woord kunnen vertellen. Onze manier van samenwerken en filosofie is een gevoel dat we hebben bewezen over te kunnen brengen op klanten. Bestaande klanten weten dat ze voor 100% samenwerken met een betrouwbare, flexibele en innovatieve partner. Daarbij staan de normen en waarden van het familiebedrijf, gericht op langdurige samenwerking in tegenstelling tot kortetermijnvisie, blijvend hoog in het vaandel. Ons succes is daarbij voor een belangrijk deel te danken aan al onze enthousiaste en professionele medewerkers die altijd bereid zijn om daar waar nodig een extra stap te zetten om te doen wat we beloven én meestal net iets meer..."

Voor aanvullende informatie:
Janssen Air & Ocean
Tel. +31 (0)10 3020 712
www.jao1877.com





Packaging your success!

TECMA
GROUP



beck packautomaten

AG Packaging | Smederij 1-3 | 1185 ZR Amstelveen | T +31 (0)20-6451115 | F +31 (0)20-6406560 | mail@agpackaging.nl | www.agpackaging.nl

Branding by Banding™

Bezoek onze **NIEUWE** website!

www.brandingbybanding.com

MAX.AARTS®
THINKING ABOUT PRINTING!

bandall®
The standard in banding

Branding by banding is een concept van Bandall Benelux B.V. en Speciaaldrukkerij Max. Aarts B.V.
Meer weten? Mail info@brandingbybanding.com of bel 085-273 58 40. www.brandingbybanding.com

BPA RACUPACK

KIJKT VERDER DAN BOUWEN CASEPACKER

“DE EISEN DIE DE HANDEL EN RETAIL VANDAAG DE DAG STELLEN AAN SECUNDAIRE VERPAKKINGEN ZIJN ZEER DIVERS. DEZE VEELEISENDHEID VERTAALT ZICH IN DE NODIGE UITDAGINGEN VOOR EEN VERPAKKER EN DE TE MAKEN KEUZES VOOR DE TOEKOMST, “ALDUS WIL NIJSSEN VAN BPA RACUPACK”. ALS FABRIKANT VAN CASEPACKERS EN WRAP AROUND VERPAKKINGSSYSTEMEN WORDT RACUPACK DAGELIJKS DOOR KLANTEN BETROKKEN BIJ DEZE ONTWIKKELTRAJECTEN.

Wil Nijssen vervolgt: “Natuurlijk leven wij van de bouw van machines en casepackers. Maar het voortraject is minstens zo belangrijk voor een toekomstgericht advies. Door onze aandacht voor de gehele supply-chain worden wij steeds vaker gezien als full service partner. Het houdt dus wat ons betreft niet op bij het bouwen van de verpakkingmachine alleen. Het meedenken of zelfs geheel ontwikkelen van de doosconstructie zien wij als onze kerntaak”.

Daardoor krijgt de tray een nette presentatie, de consument kijkt niet in de ‘open golf’. En bij product uitname door consument kan deze zich niet bezeren.

- De hoekpunten van de tray zijn extra versterkt met een derde kartonpaneel zodat ladingzekerheid sterk wordt verbeterd.

BIJZONDERHEDEN VAN DE CPIII CASEPACKER:

- Nederlands fabricaat, veelzijdig en ontwikkeld voor vele doostypes
- BPA Racupack beschikt over vele beproefde invoersystemen
- Doos afmeting tot 400 x 400 x 350 mm, optioneel verlengd of verbreed tot 600 mm
- Gelast RVS frame, robuuste “catamaran” constructie
- Bewegingen en verstellingen slim gekoppeld, 7 stelpunten/motoren
- Snel, eenvoudig, gereedschapsloos en operator onafhankelijke omstellen
- Hygiënisch ontwerp en goed toegankelijk voor service en reiniging
- Servo technologie, moderne besturing, communicatie & touch-screen HMI

De CPIII verwerkt golfkarton in diverse kwaliteiten, diktes en liner types. In verband met diverse verpakkingconstructies en transportafstanden is het omwille van kosten en ladingzekerheid is het voor een verpakker waardevol om hiermee te kunnen variëren.

“De bestaande machine van de opdrachtgever was niet in staat deze speciale doos combinatie te verwerken. Dus was men aangewezen op handmatig opzetten en verpakken. Hiervoor waren vier personen per ploeg nodig. Na plaatsing van de machine bleek de terugverdientijd in de praktijk minder dan 2 jaar, waarna tevens een tweede lijn is besteld”.

Meer informatie:

BPA Racupack b.v. en BluePrint Automation b.v.
Tel. 0348 - 410999
www.racupack.nl en www.bpa-flexolutions.nl

Na inventarisatie van de wensen van de klant en projectgegevens komt BPA Racupack met verpakkingsideeën, 3D visuals, opstellingstekeningen en desgewenst doos(plot)modellen.

Zo ook kwam de firma Wyke Farms met een uitdaging voor het verpakken van kaas in diverse types omverpakkingen (Shelf Ready Packaging(SRP) en louter transport verpakking). Na inventarisatie van de technische uitgangspunten en een daar opvolgend verpakking ontwikkeltraject is er een CPIII Casepacker met invoersysteem samen gesteld.

Deze veelzijdige Casepacker verwerkt probleemloos drie totaal verschillende omverpakkingen. Te weten; Wrap Around, Tray + U-lid/deksel (inside) en een stapelrand of stack tray. Ze zijn te zien op de foto bij dit artikel. “Het betreft dus één geïntegreerde machine waar de te verpakken producten worden geformeerd / georiënteerd, de doos wordt gevormd (1 of 2 delen), gevuld en gesloten/verlijmd, verteld Wil Nijssen”.

ENKELE BIJZONDERHEDEN IN DE VERPAKKING:

- Maximale product zichtbaarheid & presentatie (SRP / RRP).
- Product en deksel wordt als één geheel in de tray geschoven, waarmee een goede passing wordt gerealiseerd en leid tot een stabiele palletisering.
- De deksel/U-lid is snel in winkel te verwijderen.
- De stapelrand of stacktray, wordt op de machine voorzien van een omgevouwen front/facing.

BPA RACUPACK IS ONDERDEEL VAN BLUEPRINT AUTOMATION B.V.(BPA) EN IS MET TOTAAL 4 FABRIEKEN EEN WERELDWIJDE SPELER ALS HET GAAT OM CASEPACKERS EN EIND VERPAKKINGS INSTALLATIES. IN WOERDEN IS DE PRODUCTIE VAN VISION GESTUURDE ROBOTSYSTEMEN EN CASEPACKERS VOOR FLEXIBELE VERPAKKINGEN ZOALS PILLOWBAGS, FLOWPACK, DOYPACK EN STAZAKKEN. IN DE FABRIEK IN CULEMBORG LIGT DE NADRUUK OP WRAP AROUND SYSTEMEN, KARTONNEERMACHINES EN DEKSELAARS VOOR ELK DENKBAAR PRODUCT. DAGELIJKS STAAN ER VELE SPECIALISTEN KLAAR OM SAMEN MET OPDRACHTGEVERS VERPAKKINGS AUTOMATISERINGS UITDAGINGEN TE HELPEN OPLOSSEN. MELD U AAN VOOR EEN PERSOONLIJKE AFSpraak OP [WELCOME@RACUPACK.NL](mailto:welcome@racupack.nl) OF PER TELEFOON 0345 – 745527.

JAARBEURSHALLEN CENTRUM VERPAKKEND NEDERLAND

WANNEER IS EEN BEURS ALS DE EMPACK GESLAAGD VOOR STANDHOUDERS? "ALS IK DRIE ORDERS BINNEN HEB GESLEEPT", ZEGT DE EEN. "HET IS VOOR ONS HIER ZIEN EN GEZIEN WORDEN", ZEGT DE ANDER, "DE ZAKEN DOEN WE ALS WE PERSOONLIJK BIJ DE KLANT OM TAFEL ZITTEN".



Elk bedrijf heeft zo zijn eigen motief om standhouder te zijn of een bezoek te brengen aan Empack 2016 in de Utrechtse Jaarbeurshallen. Velen hadden blijkbaar zo'n motief want alle stands waren bezet en het was steeds gezellig druk in de beurshallen. Kosten nog moeite waren gespaard door de organisatie: door de vele gastvrouwen bij de ingang kon snel worden ingecheckt, de catering was dik in orde met flink wat koffiepunten, een accordeonist en een bassist zorgden voor de muzikale aankleding.

SEMINARS

Naast de vele productpresentaties bood de beurs ook seminars. Die gingen vaak niet direct over de corebusiness. Maar er werden wel onderwerpen behandeld die belangrijk zijn voor bedrijfsvoering en omzet. Zo haalde gastspreker Jeff van Dijk, reclamemaker bij OD Creatie bv de psycholoog Gustav Jung van stal en koppelde productpresentatie aan archetypen. Voor elk product gaat zijn reclamebedrijf op zoek naar de kernkwaliteit van een product en koppelt daar de reclame uitingen en productvormgeving aan.



Veiligheid kwam ook ter sprake bij een seminar. Hiervoor presenteerde Erik van den Hurk van het bedrijf Fullmark zich. "Hoe communiceer je veiligheid", vroeg hij zijn publiek, "want alleen met kennisoverdracht beïnvloed je geen gedrag". Uiteraard presenteerde van den Hurk het antwoord dat Fullmark op die vraag bedacht heeft. Voor succesvol communiceren zijn drie dingen nodig volgens hem: iedereen moet erbij betrokken zijn, ook de directeur (die moet het goede voorbeeld geven), werknemers moeten gestimuleerd worden om na te denken over veiligheid door zich te realiseren dat ze er voordeel bij hebben én – niet onbelangrijk- ze moeten de boodschap accepteren.



Natuurlijk waren er ook meer product specifieke presentaties. Zo vertelde Gert-Jan van Baardwijk van Oerlemans plastics bv over e-commerce en duurzaamheid. Oerlemans richt zich met name op duurzame verpakkingsfolies; het bedrijf heeft zes vestigingen in Nederland, er werken 530 mensen en de jaaromzet bedraagt 160 miljoen euro. Hij schetste de verwachting dat in 2040 40 procent van alle consumentenverkoop online zal verlopen. Een enorme groeimarkt dus, maar toch staat duurzaamheid nog in de kinderschoenen. Als eisen voor de verpakking in e-commerce noemde hij dat de verpakking de reis moet doorstaan en het product beschermen, promotiewaarde moet hebben, retourneerbaar moet zijn en goede verwerkbaarheid moet hebben in het magazijn. Aan die eigenschappen ook nog de factor duurzaamheid toevoegen is een uitdaging. Gert-Jan van Baardwijk kwam toch met enkele ideeën. Zo bieden webshopbags veel mogelijkheden, zijn er bio-





based oplossingen en is diktereductie van folies een bijdrage aan duurzaamheid. Hij memoreerde dat steeds meer producenten al in de ontwerpfase van hun product nadenken over end-of-use. Barriërefolies verlengen de houdbaarheid van voedsel, wat minder foodwaste oplevert. “Met komkommerfolie is het product zeven dagen langer houdbaar”, wist hij te vertellen.

DUURZAAM

Twee thema’s domineerden de Empack 2016: duurzaamheid en e-commerce. Een vertegenwoordiger van een van de Hogescholen, die zich presenteerden op het kennisplein, legde het volgende accent: “Waar het vier jaar geleden nog uitsluitend over duurzaamheid ging, verdringen de fabrikanten zich nu rond het thema e-commerce”. Gelet op de groeicijfers is daar alle reden toe. Veel seminars gingen over dit onderwerp.

Maar de consumenten willen nog steeds duurzaamheid versleuteld zien in de producten die ze kopen. Daarom speelden zowel Easyfairs, de organisator van Empack, als de standhouders er op in. Easyfairs had een gedeelte van de beursvloer ingericht voor biobased producten. Daar had onder andere Tetra Pak een stand. Tetra Pak biedt volledig hernieuwbare drinkkartons aan. De dop bestaat uit biobased materiaal.

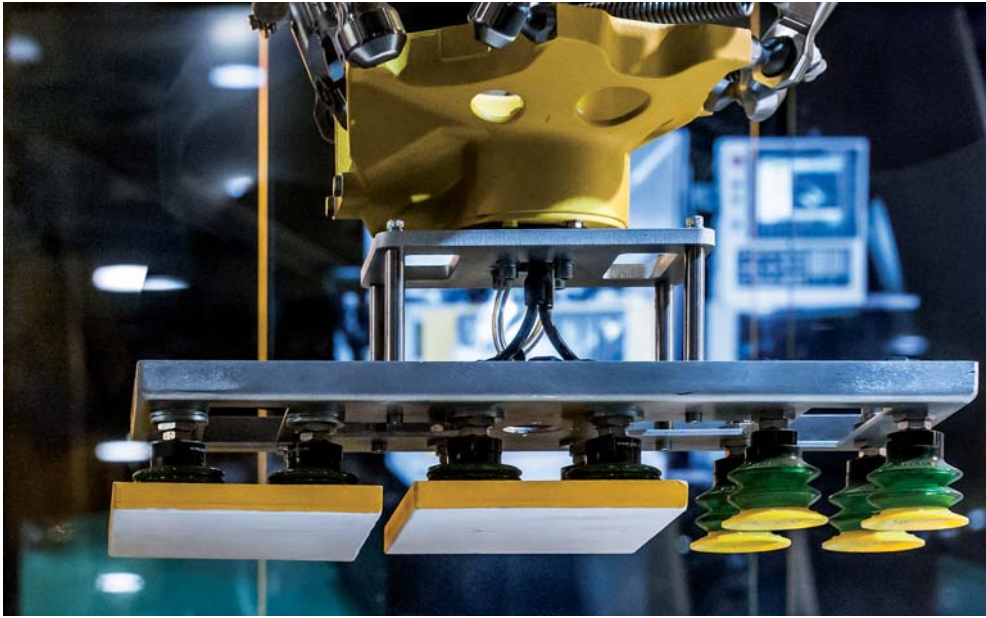
Rondom de biobased village presenteerden zich bedrijven die duurzaamheid hoog in het vaandel hebben staan. Zo was daar PEFC, een keurmerk voor duurzaam bosbeheer. PEFC bood bezoekers van de stand een origineel relatiegeschenk aan in de vorm van een scheut van een echte levende naaldboom. Nederpal, handelaar in pallets uit duurzaam hout had ook een leuk relatiegeschenk: een tandenborstels met duurzaam houten steel.

ROBOTS

Het groeiend aantal toepassingsmogelijkheden van robots in de verpakkingsindustrie blijft verbazen. Het Japanse Yaskawa presenteerde zich op verrassende wijze met een robotarm die een scherm Samuraizwaard droeg. Daarmee kon het uiterst nauwkeurige bewegingen maken en daarna het zwaard weer precies in de schede steken. “Een kwestie van programmeren”, legde Marc van Kaam, accountmanager Robotics Benelux van Yakawa uit. Hij liet het beeldscherm zien waarop de punten werden ingegeven waarlangs het zwaard zich moest bewegen. Zes in elkaar grijpende draaischijven zorgden voor voldoende bewegingsverfijning van de robotarm. De robotprecisie biedt mogelijkheden. Marc van Kaam toonde opnamen van robots die heel precies komkommers van de lopende band haalden en in dozen legden. Dat soort monotone werkzaamheden kan de robot heel goed van







de mens overnemen. Vision, robots uitgerust met camera's, spelen een steeds grotere rol bij dit soort precisiewerk.

Het Japanse Funuc demonstreerde dat het al ver is in het combineren van robot en vision. Een robot-arm wist feilloos op een klein oppervlak rode, groene en blauwe pillen te onderscheiden en kleur bij kleur in glazen potjes te doen.

"Utrecht 2016 was een verpakkingsfeest! 400 exposanten en 9200 bezoekers, bedankt voor het vertrouwen!", Tweet de organisatie na afloop van de beurs. In 2017 zal Empack weer in de Brabanthallen 's-Hertogenbosch neerstrijken. Naast Empack vindt voor de eerste maal in Nederland de combinatie met Automation en Logistics & Distribution plaats. Beide nieuwe titels maken de Brabanthallen in 2017 het ontmoetingsmoment op de kalender waar verpakken, logistiek, distributie én de automatiseringskant van deze sectoren onder één dak samenkomen.

Meer informatie:

www.easyfairs.com
Tel. 0162-408995



“RECYCLE

DE GEBRUIKTE OFFSETPLATEN VAN DRUKKERS

IN DE VERPAKKINGSBRANCHE”



DE DRUKKERIJEN DIE WERKZAAM ZIJN VOOR DE VERPAKKINGSBRANCHE PRODUCEREN FRAAI TOEGEPAST DRUKWERK. MAAR ZE HEBBEN ONBEDOELD OOK NOGAL WAT RESTAFVAL. OFFSETPLATEN VAN ALUMINIUM ZIJN DAARVAN EEN GOED VOORBEELD. KORLAAR RECYCLING UIT SOEST WEET ER WEG MEE EN KOOPT ZE GRAAG OP. “WE ZAMELEN HET IN EN BIJEDEN HET AAN VOOR HERGEBRUIK. DAARMEE ZIJN WE EEN BEDRIJF DAT DUURZAAMHEID HOOG IN HET VAANDEL HEEFT”, ZEGT DIRECTEUR-EIGENAAR WOUTER VAN KORLAAR.

OFFSETPLATEN

Het lijkt op het eerste gezicht wat vreemd: een groothandel in oud ijzer en metalen in Pakkracht. Maar zo gek is dat niet, vertelt Carla Richmond, die bij Korlaar de PR voor haar rekening neemt. De verpakkers maken gebruik van drukkerijen. Die leveren immers een breed scala aan verpakkingsofproduct. Een restproduct kunnen offsetplaten zijn. Korlaar wil die platen graag kopen. Vaak hebben drukkers al contacten met groothandels in ijzer en metalen voor de afvoer van hun restproducten. Carla Richmond: “Maar soms valt zo’n groothandel om wat voor reden dan ook weg. We willen heel graag dat die drukkers dan weten dat wij bestaan om ze van dienst te zijn. We nemen dus bescheiden op het reservebankje plaats”. Wouter van Korlaar vult meteen aan: “Maar als er reden toe is komen we graag meteen langs voor een kennismakinggesprek”.

WET- EN REGELGEVING

Korlaar richt zich in eerste instantie op ijzer en metalen. Maar het is ook in staat om de gehele afvalstroom van een bedrijf te verzorgen, of het nu plastic, hout of ander restafval is. Daartoe is alle expertise aanwezig bij Korlaar. “Grote bedrijven weten het, maar kleine bedrijven vergeten het soms: het papierwerk rond de afvalstromen moet kloppen. Daar speelt allerlei wet- en regelgeving. Wij hebben alle kennis daarover in huis. En als het al te specifiek wordt, dan kopen we de kennis in”, zegt Carla Richmond.

RESTWAARDE

“Wij spreken niet van afval, maar van secundaire grondstof met een positieve restwaarde”, zegt Carla Richmond. Door zo naar ‘afval’ te kijken, wist Korlaar een bloeiende handelsonderneming te worden. Als groothandel richt het bedrijf zich in de eerste plaats op ‘ferro’ ofwel ijzer en staal en ‘non-ferro’ ofwel aluminium, koper, zink, RVS en offsetplaten. “Stel dat een producent ronde schijven pons uit een grote plaat RVS. Dan houdt hij heel wat restmateriaal over. Dat is hoogwaardig materiaal. Het is uitstekend te recyclen en weer in te zetten als halffabricaat. Aluminium is zelfs voor de volle honderd procent te recyclen. Prachtig materiaal voor hergebruik”, vindt Wouter van Korlaar.

HIPPE BEDRIJFSTAK

De bedrijven die klant zijn bij Korlaar krijgen bakken of containers op maat bij het bedrijf waar het restafval in kan. Als het bedrijf meerdere materiaalsoorten gebruikt, dan worden er meerdere bakken geleverd. Op die manier wordt het afval al bij de bron op eenvoudige wijze gescheiden. Op afspraak

komt Korlaar de bakken legen. Daartoe heeft het vier vrachtwagens op de weg. Dagelijks rijden ze door heel Nederland en België om restmaterialen te verzamelen. Regelmatig komt het voor dat extra vrachtcapaciteit moet worden ingehuurd omdat er veel aanbod van metaal is. Het materiaal wordt naar het bedrijfsterrein van Korlaar gebracht. Als toch meerdere metalen bij elkaar zijn gekomen, worden die op het terrein gescheiden. Soort bij soort wordt 'in bulk' bij elkaar gebracht en vervolgens naar de smelterij gereden die het weer als nieuwe grondstof op de markt brengt. Carla Richmond: "De oud ijzerhandel bestaat al eeuwen. Het werd en wordt ingezameld, omgesmolten en hergebruikt. Dat betekent dat de ijzerhandel al duurzaam bezig was voor het woord in de mode kwam. Prinses Laurentien toonde zich verbaasd over het duurzame karakter van de branche en sprak van een 'hippe' bedrijfstak". Wouter van Korlaar schudde haar de hand tijdens een bijeenkomst waar gevierd werd dat zijn bedrijf 'Erkend duurzaam' werkt. Het bedrijf heeft de ISO 9001 certificering, betrad de MVO prestatieladder en beschikt over alle benodigde milieuvergunningen.

AFSPRAKEN

Korlaar heeft grote bedrijven als klant, maar is ook goed thuis in het midden- en kleinbedrijf. Het varieert van ondernemingen waar enkele duizenden mensen werken tot de loodgieter met twee of de drukker met tien man personeel. Ook hier geldt dat duurzaamheid troef is. En daarmee worden in dit verband ook de langdurige klantrelaties bedoeld. Wouter van Korlaar zet zich in om die relaties te onderhouden. Allereerst door kwaliteit van werken te bieden. Maar hij gaat ook graag op bedrijfsbezoek en zorgt dat hij persoonlijk telefonisch goed bereikbaar is. "Betrouwbaarheid vind ik van groot belang. De klant weet dat we ons aan gemaakte afspraken houden", zegt Wouter van Korlaar.

FEESTJE

Korlaar is een familiebedrijf dat van vader op zoon ging en volgend jaar het 60-jarig bestaan viert. Een klein feestje was er enige tijd geleden al: het bedrijf wist ondanks de economische crisis overleefd te blijven en zelfs te groeien. Vandaar dat een nieuw en groter bedrijventerrein nodig was en gevonden werd tegenover de oude bedrijfslokatie. Dat betekende een groei aan bedrijfsoppervlak van 3000 naar 10.000 vierkante meter.

OMSMELTEN

Over de toekomst zegt Wouter van Korlaar in Recycling Magazine Benelux: "Kijk, grondstoffen zijn en blijven schaars. En die schaarste zal nog gaan toenemen. Een groot deel van de wereldbevolking begint nu pas echt mee te doen, denk aan de gigantische massa mensen in China, India en Rusland. Daarbij zijn secundaire grondstoffen, onze markt, veruit in het voordeel ten opzichte van de veel duurdere primaire grondstoffen die bovendien bij de winning meer energie kosten en veel meer CO2 de atmosfeer in jagen. Daarnaast moeten bedrijven en burgers van hun restmaterialen en oude spulletjes af. Kortom ik geloof zonder twijfel in een prima en gezonde toekomst voor onze branche". Tijdens een rondleiding over het bedrijfsterrein haalt hij een glimmend stuk afgezaagd aluminiumpijp uit een krat. "Kijk", zegt hij, "Na omsmelting zo opnieuw te gebruiken". Hetzelfde geldt voor de offsetplaten die Korlaar bij de drukkers verzamelt.

Meer informatie:

Korlaar recycling

Tel. 035-6013397

www.korlaarrecycling.nl



STEVIG FUNDAMENT EN MOOIE UITDAGINGEN MET 'FUN' BIJ **PET POWER!**

PET POWER, DAT RUIM 20 JAAR BESTAAT, FABRICEERT POTTEN EN FLESSEN VAN KUNSTSTOF WAARBIJ DE FOCUS LIGT OP HET TYPE KUNSTSTOF PET. DEZE PRODUCTEN WORDEN AFGEZET IN EEN B2B OMGEVING NAAR MET NAME DE COSMETISCHE, FARMACEUTISCHE EN LEVENSMIDDELEN MARKT. 70% VAN HET BEDRIJF BESTAAT UIT EXPORT NAAR MULTINATIONALS TOT LOKALE KLEINERE ONDERNEMERS. MET 250 MENSEN EN 50 MACHINES WORDEN ENKELE HONDERDEN MILJOENEN LEGE FLESSEN EN POTTEN PER JAAR VERVAARDIGD. NAAST DE VERKOOP VAN PET VERPAKKINGEN VERZORGT PET POWER OP KLANTWENS OOK DE SLUITING, DE DECORATIE, HET TRANSPORT, DESIGN EN ANDERE AANVERWANTE DIENSTEN. RUIM 10 JAAR GELEDEN NAM CEO MARCEL SCHRÖDER HET STOKJE OVER VAN DE OPRICHTER EN OUD EIGENAAR VAN HET BEDRIJF. MOOI MOMENT OM NU VAN HEM TE HOREN HOE HET STEVIGE FUNDAMENT VANWAAR HIJ HET BEDRIJF VERDER HEEFT OPGEBOUWD, DE KOMENDE JAREN NOG VERDER UITGEBOUWD GAAT WORDEN?



PET POWER IS SINDS RUIM EEN JAAR ONDERDEEL VAN DE RPC GROEP. WAAR ZATEN DE UITDAGINGEN DE AFGELOPEN PERIODE?

“Het proces verloopt uitstekend, maar de uitdagingen zijn nog niet voorbij! RPC heeft als kernfilosofie de bevordering van lokaal ondernemerschap en laat een grote mate van vrijheid aan de individuele bedrijven van de groep. PET Power vaart daar wel bij en heeft dus zijn eigen identiteit vast kunnen houden. RPC voegt daar veel aan toe waarbij te denken valt aan entree bij nieuwe klanten, financiële slagkracht, het delen van operationele best practices en niet te vergeten een geweldige complementair portfolio aan producten. RPC staat niet stil en groeit nog steeds, getuige de recente acquisitie bijvoorbeeld van sluiting-producent GCS. PET Power leert nog iedere dag bij en ziet nieuwe uitdagingen en kansen om uiteindelijk steeds hetzelfde te bereiken en dat is een steeds betere en completere service naar haar klanten.”

WAT ZIJN INTERN MERKBARE VOORDELEN OM TOT EEN GROTER GEHEEL ALS DE RPC GROEP TE BEHOREN?

“RPC is een financieel krachtig bedrijf dat haar bedrijven in staat stelt om continu te innoveren en te ondernemen. Daarnaast is er een gezonde focus op Health & Safety en kunnen wij continu van elkaar leren om onze processen goed, beter en veiliger te laten verlopen. Het is gewoon goed om te zien dat je van elkaars ervaringen kunt leren in plaats van steeds het wiel te moeten uitvinden. Uiteraard is het voor PET Power ook van groot belang dat we nu internationaal bij diverse projecten kunnen aanschuiven omdat het netwerk van de RPC groep eenvoudigweg uniek groot is.”

WAAR ZIJN JULLIE ECHT WAANZINNIG GOED IN OF WAAR BEN JE SUPER TROTS OP?

“Wij zijn écht super trots als een klant succes heeft met zijn product. Niet voor niets is onze slogan ‘Packaging Your Brand’, met andere woorden wij dragen een steentje bij aan het merk van onze klant. Als onze klant tevreden en succesvol is, dan is dat toch prachtig! Die trots, die hebben alle 250 medewerkers van PET Power en dat geeft drive, energie en inspiratie.”





“Helemaal geweldig is de ontwikkeling van Plastic Whale (www.plasticwhale.org). Een organisatie onder de bezielende leiding van Marius Smit die plastic uit de grachten van Amsterdam haalt en recycleert naar producten zoals bootjes. Inmiddels varen er 7 boten in Amsterdam, een uniek initiatief en succes, waarbij PET Power al vanaf het allereerste begin sponsor is. Heeft er iemand interesse om een keer mee te varen en plastic te vissen met een groep, dan kunnen ze zich bij ons melden!”

WELKE POSITIE AMBIËREN JULLIE IN DE MARKT?

“PET Power ambieert een leidende positie in PET containers in specifieke markten in Europa en dit in de vorm van ketenregisseur vanaf grondstof tot een complete verpakking voor onze klanten. Het is moeilijk om de markt in verpakkingsland af te bakenen omdat uiteindelijk onze producten ook concurreren met glas, karton en flexibele verpakkingen. Wij praten daarom niet over zaken als ‘de grootste’ of ‘de beste’. In eenvoudige termen willen wij dat klanten bij een verpakkingsvraag in rigide kunststof, met name PET, als eerste aan PET Power denkt als het bedrijf waar men perfect geholpen zal worden.”

IN WELKE BRANCHE(S) ZOU JE GRAAG JULLIE PRODUCTEN WILLEN LEVEREN?

“We zien kansen in de home care markt. Producten die in en om het huis gebruikt worden voor allerhande toepassingen zoals lampenolie, schoonmaakmiddelen, zaden en gazonstrooisels, chemische producten en speelgoed. Het wordt de hoogste tijd dat daar de verpakkingen er ook wat aantrekkelijker uit gaan zien en dat er gebruiksgemak gerealiseerd wordt. PET Power heeft zich in het verleden beperkt op deze markten bewogen, maar ziet hier zeker kansen, soms zelfs met reeds bestaande productoplossingen. Ook zal PET Power een open oog houden voor de luxere segmenten in bijvoorbeeld personal care. De ontwikkeling van dikwandige single material producten begint vorm te krijgen. Afwasmachine bestendige flessen worden inmiddels al geproduceerd met het materiaal Tritan (ontwikkeld door Eastman), een unieke ontwikkeling van een materiaal dat veel ontwikkelkansen biedt.”

WAT IS DE MEERWAARDE DIE JULLIE LEVEREN OP BIJVOORBEELD HET GEBIED VAN KWALITEIT EN SERVICE?

“Het feit dat je bij PET Power ontzorgd kan worden door tevens de accessoires (dop & decoratie) te verkrijgen die dan ook op elkaar afgestemd zijn is stap 1 in het proces. Daarnaast kunnen wij logistieke diensten verlenen inclusief opslag om bijvoorbeeld seizoenpatronen op te vangen. Tevens is er intern continu aandacht voor kwaliteit en verbeteringen, inclusief recent de BRC certificering. Maar wij kunnen ook behulpzaam zijn bij noodzakelijke

migratietesten. Steeds kan de klant besluiten waar hij wel of niet gebruik van wil maken, dus wij mogen steeds onze meerwaarde bewijzen..., zoals het hoort!”

WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE VERANDERINGEN IN DE PET BRANCHE?

“Er zijn een aantal zaken die eigenlijk allen tegelijk spelen en die onze wereld zo interessant maken;

Eenzijds zijn er veel collega's en wordt er volop gestart, samengevoegd en overgenomen. Datzelfde gebeurt onder klanten en onder leveranciers en levert een continue dynamiek op. Op materiaalgebied is het bijzonder om te leven in een tijd waar bioplastics, recycling en nieuwe grondstoffen verschijnen. In het komende decennium wordt door PET Power zeker een aantal veranderingen in basismateriaal verwacht waarbij uiteindelijk een goed gebruik en vermindering van fossiele basisstoffen centraal zal staan.”

“We zullen ook in komende jaren stappen vooruit zien in functionaliteit en gebruiksgemak. Denk aan doseersystemen, eenvoudige first use bescherming, maar denk ook aan de schier oneindige creativiteit in designs die zorgen voor aantrekkingskracht in het schap of op het internet. Dit is overigens een medium waar wij ook veel van verwachten met kleine, creatieve en snelle ontwikkelingen.”

WAT WIL JE VERDER NOG GRAAG VERTELLEN OVER PET POWER?

“PET Power heeft in de eerste 10 jaren het thema ‘fun’ hoog in het vaandel gehad. Fun intern, fun om zaken mee te doen en fun in de ontwikkelingen die men presenteert. Plezier..., het is een term die we eigenlijk gewoon hebben proberen te behouden en uit te bouwen. Het is een fijne basis om in en om mee te werken. Wees welkom bij PET Power, met plezier!”

Voor aanvullende informatie:

Petpower

Tel. 076-503 8283

www.petpower.eu



RONDE HOEKEN BETER BIJ

Dit blijkt uit onderzoek van de onderzoeksgroepen VerpakkingsCentrum en Toegepaste & Analytische Chemie IMO-IMOMEC van de universiteit Hasselt in samenwerking met bedrijven uit de Belgische en Nederlandse Food & Packaging industrie en Pack4Food. Ze onderzochten de invloed van thermovormen op commerciële verpakkingsmaterialen.

Thermovorming is een techniek waarbij een folie of film wordt verwarmd en vervolgens vervormd tot een verpakking door het uitoefenen van druk (en vacuüm). De relatief eenvoudige manier van produceren, afvullen en sealen, en de relatief lage kosten maken gethermoformeerde trays zeer populair in de voedingsindustrie.

Het spreekt voor zich dat het thermovormingsproces een invloed heeft op de eigenschappen van de folie, zoals de dikte van het materiaal in wanden, bodem en hoeken, maar ook de kristalliniteit van de samenstellende lagen, de mechanische en optische eigenschappen en vooral de gasdoorlaatbaarheid. De gasbarrière voor zuurstof (O₂), koolstofdioxide (CO₂) en waterdamp zijn belangrijke eigenschappen van voedselverpakkingen, zeker bij verpakken onder gewijzigde

atmosfeer (MAP, modified atmosphere packaging). Een maat voor de zuurstofbarrière is de oxygen transmission rate (OTR) van het materiaal. Vaak hanteren bedrijven de OTR van de folie of film ook voor de gethermoformeerde verpakking. Dit is volgens het onderzoek echter een overschatting van het werkelijke gasbarrière van de verpakking.

INVLOED VAN THERMOFORMING OP DE OTR

Door het thermovormen vergroot de oppervlakte van de folie, maar wordt deze ook dunner, waardoor de gasbarrière van de tray vermindert ten opzichte van de gasbarrière van de folie. Wetenschappelijke studies hebben aangetoond dat men OTR-waarden van een folie niet zo maar mag extrapoleren naar een gethermoformeerde verpakking. De belangrijkste reden is dat de verdunning van het materiaal in de wanden, hoeken en bodem moeilijk controleerbaar is bij thermovorming. Bovendien kan in sommige gevallen het negatieve effect van de verdunning op de OTR zelfs worden tegengewerkt door een heroriëntering van de polymeermoleculen tijdens het thermovormen. Zuurstofmoleculen dringen hoofdzakelijk via de amorfe zones van het polymeer door het verpakkingsmateriaal – hier liggen de polymeerketens ongeordend door elkaar. Het verstrekken

DE GASBARRIÈRE VAN EEN TRAY VERMINDERT NAARMATE HIJ DIEPER GETROKKEN WORDT. DE VERMINDERING VAN DE GASBARRIÈRE BIJ DIEPTREKKEN BLIJKT OOK STERK GERELATEERD AAN HET DESIGN VAN TRAY. RONDE HOEKEN HEBBEN DUIDELIJK EEN GUNSTIG EFFECT; EN VOOR DE MEESTE MATERIALEN RESULTEERT DE COMBINATIE VAN RONDE HOEKEN MET RONDE RIBBEN IN DE WANDEN IN EEN BETERE GASBARRIÈRE DAN RECHTE HOEKEN IN DE BODEM.

THERMOVORMING

van een folie kan soms leiden tot heroriëntering, verminderde mobiliteit of dichtere en geordende pakking van de ketens in de amorfe zones. Door deze potentiële toename in ordening (kristalliniteit) wordt de passage voor zuurstofmoleculen in materialen juist bemoeilijkt. Dit alles is materiaalafhankelijk en maakt het voor voedingsbedrijven niet eenvoudig om een juiste inschatting te maken over de uiteindelijke OTR van de tray op basis van de OTR van de folie.

THERMOVORMEN

Voor het onderzoek werden zeven mono- en multilayer verpakkingsmaterialen gethermoformeerd in trays met twee of drie verschillende eenvoudige designs (enkel variatie in diepte (25-50-75 mm) en ronding van de hoeken) en dit voor twee diktes van elk materiaal. De resultaten gaven een kwalitatief en kwantitatief inzicht in de verandering van de zuurstofdoorlaatbaarheid als gevolg van het gecombineerde effect van de fysische verstreking van het materiaal, de verdunning van het materiaal in hoeken en wanden én de mogelijke heroriëntatie van de polymeermoleculen tijdens het thermovormen. De resultaten zijn gepubliceerd in het wetenschappelijk journal *Polymers* en zijn ook visueel beschikbaar op de website van het VerpakkingsCentrum.

VERVOLGPROJECT

In een vervolgproject werd gefocust op een verdere vertaling van OTR-gegevens van folies, nu naar een meer complexe, reële tray met ribben in de wanden. Nieuw was ook de opname van een biomateriaal (PLA monolayer en PLA/EVOH/PLA multilayer) en een gerecycleerd materiaal (RPET) naast conventionele kunststoffen zoals APET, CPET, PP en EVOH. Aan de hand van een literatuurstudie werden verschillende additieven met een potentiële impact op de OTR in kaart gebracht. Hieruit werd onder andere een nucleatiemiddel geselecteerd – een additief dat de ordening of kristalliniteit van een polymeer bevordert-, waarvan de impact op homopolymeer en copolymeer PP werd bestudeerd.

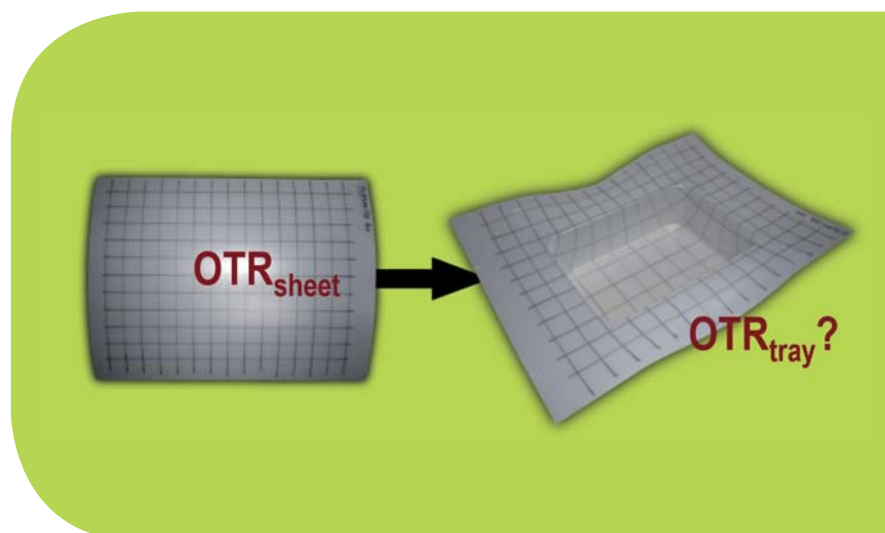
Alle testmaterialen werden aangeleverd door de industriële partners en het thermovormen in de verschillende tray designs vond plaats op de labothermoformlijn van één van de partners. De verdunning van de folie werd op diverse locaties in de gethermoformeerde trays gemeten en het percentage verdunning ten opzichte van de folie werd gevisualiseerd voor elke tray. De OTR van de folies werd gemeten conform ASTM F-1927 bij standaard laboratoriumcondities van 23°C, 50% relatieve vochtigheid (RV) en 100% zuurstofdruk; de OTR van de trays werd gemeten conform ASTM F-1307 bij 23°C, 50% RV buiten de tray, 90% RV in de tray en 20,9% zuurstofdruk.

GEDETAILLEERD

Meer gedetailleerde resultaten van deze studie geven aan dat je een theoretisch berekende OTR - uitgaande van de OTR van de folie en in de veronderstelling dat het volume (oppervlakte x dikte) van het materiaal tijdens het thermovormen constant blijft – kan gebruiken als een ruwe inschatting van de werkelijke OTR van de tray.

Dit klopt zeker voor materialen als APET, PLA, PLA/EVOH/PLA en PP/EVOH/PP. Om een verklaring te geven voor de afwijking van de gemeten OTR ten opzichte van de voorspelde, blijft echter een analyse van de ongelijke materiaalverdunning in de tray en de potentiële heroriëntatie van de polymeermoleculen noodzakelijk. Zeker in het geval van PP materialen is de berekende OTR een onderschatting van de werkelijke OTR. Dat is te wijten aan de heroriëntatie van de PP polymeren tijdens het dieptrekken, die zorgt voor een verminderde permeabiliteit, en dus een beter gasbarrière dan verwacht. De resultaten van dit onderzoek hebben geleid tot een beter en meer uniform inzicht in de relatie tussen de procesparameters, het tray design en de gaspermeabiliteit.

Meer informatie:
mieke.buntinx@uhasselt.be
www.uhasselt.be/verpakkingscentrum



Alu Expo Art

TENTOONSTELLINGSBOUW

Hoogwaardige standbouw voor een betaalbare prijs!



Op een beurs draait het om zien en gezien worden. Daar hoort een onderscheidende beursstand bij. Alu Expo Art verzorgt volledig klantspecifiek op maat gemaakte beursstands voor elk budget.



Alu Expo Art heeft meer dan vijftig jaar ervaring en kennis opgebouwd in beurscommunicatie. Onze onderscheidende beursstands zijn van een hoge kwaliteit en dragen daadwerkelijk bij aan het succes van uw beursdeelname. Neem vrijblijvend contact op voor een offerte.

Hoekweg 63 | 6591 XN Gennep | (0485) 7124 00 | info@alexpoart.nl

www.alexpoart.nl

KUNSTSTOF FOLIE

MET STOFFEN LOOK AND FEEL

VERPAKKINGSPRODUCENT WIPAK ONTWIKKELDE EEN FOLIE MET DE LOOK AND FEEL VAN GEWEEFDE STOF. DE KUNSTSTOF KAASVERPAKKING VOOR HET DEENSE KAASMERK PRÄST KREEG DAARMEE EEN NATUURLIJKE UITSTRALING. MET BEHULP VAN KOPERDIEPDRUK WORDT DE LAK OP DE VERPAKKINGSFOLIE AANGEBRACHT. WIPAK WON ER DE PACKAGING GRAVURE AWARD 2015 VAN DE EUROPEAN ROTOGRAVURE ASSOCIATION (ERA) MEE.



“De verdienste van Wipak was niet alleen een verbetering van een bestaande verpakkingsopties, maar echt iets nieuws, en het voldeed daarom perfect aan de criteria van de ERA-competitie voor innovatie. Het is een ontwikkeling die alleen met behulp van gravure bereikt kon worden, met de speciale cilinder gravure die door Wipak ontwikkeld werd”, zegt ERA secretaris-generaal James Siever.

“De lak heeft een zelfde chemische structuur als een drukinkt met minerale toevoegingen. Met deze speciale vernis en druktechniek kunnen deze natuurlijk aanvoelende structuren op bijna al onze films aangebracht worden. Dit maakt het ons mogelijk om oppervlakken te bedrukken met papieren of stoffen textuur”, zegt Adolf Ehrens, hoofd van Wipak Pack Design, “De in-house cilinder gravure maakt het voor ons mogelijk de lak op ieder individueel ontwerp toe te passen”.

Wipak noemt de innovatieve folie Haptic Lacquer. “De folie is ontwikkeld bij de Duitse vestiging van ons bedrijf”, vertelt Roger Janssen, sales manager van Wipak, “De Duitsers kennen de termen optic voor hoe het materiaal oogt en haptic voor hoe het aanvoelt. Lacquer staat voor de laklaag die we op de folie aanbrengen”. Wipak’s Haptic Lacquer geeft de kaasverpakking een natuurlijke uitstraling. En dat is precies waar de consument op uit is. Een natuurlijke look and feel doet hem sneller besluiten voor een bepaald product te kiezen. “Vaak beslist de consument binnen enkele seconden welk product hij kiest. Als hij geen oude kaas lust, zal hij geen oude kaas kopen. Maar als hij moet kiezen tussen twee soorten zal hij eerder kiezen voor kaas met onze verpakking”, is de overtuiging van Roger Janssen.

Wipak richt zich op consumentenverpakkingen van bederfelijke levensmiddelen, zoals kaas, vlees, vis en brood. Het bedrijf heeft vestigingen in Nederland, Duitsland, Frankrijk, Spanje, Engeland, Polen, Italië en China. “Daardoor zitten we dicht bij de markt en kunnen we snel inspelen op de wensen van onze klanten”, vertelt Roger Janssen. Wipak probeert steeds zo vroeg mogelijk aan tafel te zitten als klanten nadenken over productinnovatie. Dan kan snel aangegeven worden wat kan en waar technische grenzen zijn. Bij bederfelijke producten speelt steeds de houdbaarheid een rol. De natuurlijke uitstraling die de klant wil, kan Wipak nabootsen met de nieuwe Haptic Lacquer, maar het bedrijf levert ook papieren verpakking met een dun laagje folie om het product vers te houden.

Een groeimarkt is voor Wipak ook de ontwikkeling van stazakken als vervanger voor blik en glas. Verder onderzoekt Wipak mogelijkheden voor duurzaam verpakken en voor het gebruik van biologisch afbreekbare materialen.

Meer informatie:
Wipak BV
Tel. 046 420 2999
www.wipak.com

EDISON ZEI OOIT DAT GENIALITEIT 1% INSPIRATIE IS EN 99% TRANSPIRATIE. JE ZOU DIT MOGELIJK OOK ZO KUNNEN INTERPRETEREN DAT GENIALITEIT VOOR EENIEDER IS WEGGELEGD ALS WE MAAR HARD GENOEG WERKEN. EN ALS WE DIE INSPANNING DAN OOK NOG EENS ZOULDEN STOPPEN IN HET GERICHT ZOEKEN NAAR INSPIRATIE, DAN ZOU DE GENIALITEIT VOOR ONS DAADWERKELIJK BEREIKBAAR WORDEN. KWESTIE VAN PERCENTAGES, STOPPEN MET DROMEN EN DOEN.

De geniale VERPAKKING

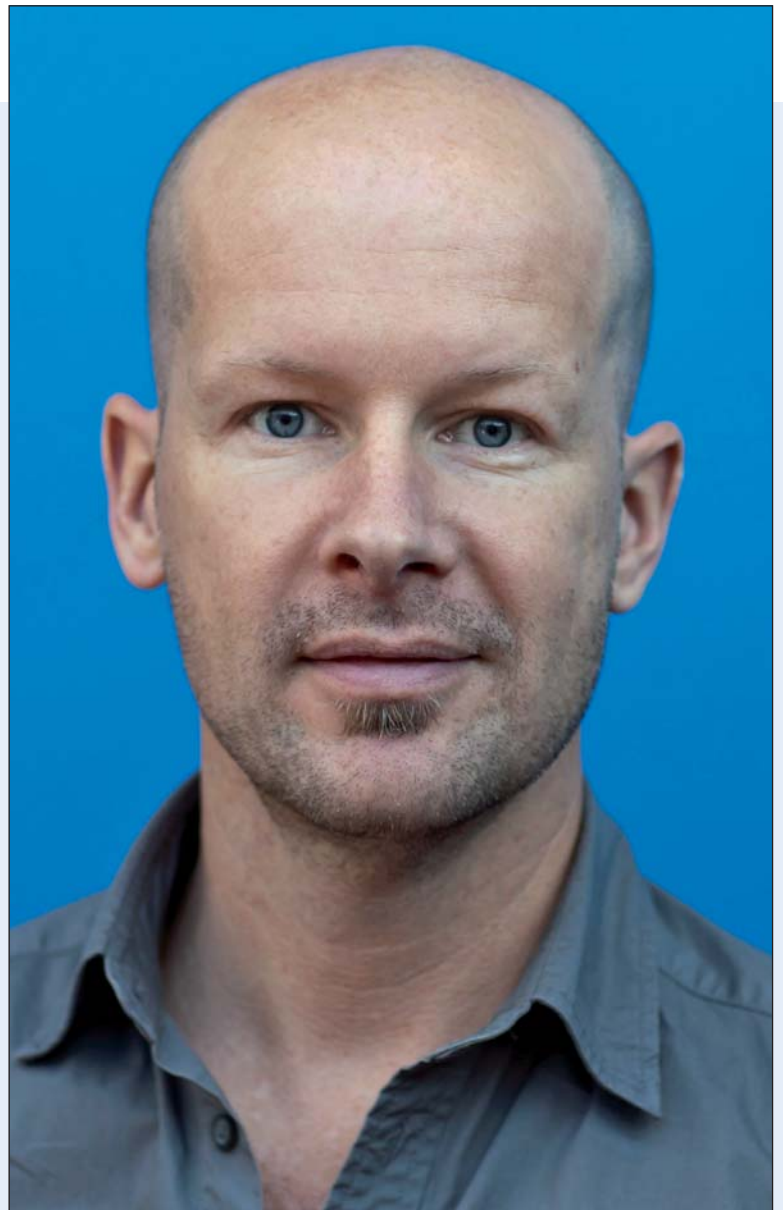
Tot zover het goede nieuws. Want de inspiratie ligt blijkbaar niet voor het oprapen. De laatste jaren is de verpakingsontwikkelaar onder meer gaan kijken bij andere productcategorieën wat resulteerde in al vaak besproken innovaties zoals suiker in het melkpak en soep in een zak. Ook musea kunnen bijdragen aan inspiratie al zal dat de grafisch ontwerper meer prikkelen dan de technicus. Een fikse boswandeling dan, om de geest te verfrissen? Het ruisen van het gebladerte schept ruimte in het hoofd voor nieuwe ideeën.

Er is in de natuur echter veel meer te vinden dan rust en ruimte. De natuur zit tjokvol oplossingen voor problemen om de strijd van het bestaan. Die oplossingen die de natuur bedacht heeft, komen we ook bij het verpakken tegenkomen. Denk aan bewaren, transporten, beschermen, communiceren enzovoorts. Voor de hand liggende oplossingen als een noot die beschermd of de veren van een pauw die communiceren. Maar ook de dunne vleugels van een kevertje die honderden, duizenden keren gevouwen kunnen worden zonder dat ze breken. Daar waar bij een vel papier al na een tiental keren vouwen breuken of scheuren ontstaan (denk maar aan een landkaart). Kortom de natuur is een bron van inspiratie, ook voor verpakkingen.

Biomimicry is de wetenschap en de kunst van het nabootsen van de beste biologische ideeën uit de natuur om menselijke problemen op te lossen. Dat is overigens dus iets anders dan biotechnologie, waar we de natuur inzetten als technologie zoals bijvoorbeeld het gebruiken van bacteriën om kunststoffen af te breken. Of iets alledaags als het maken van kaas dat eveneens biotechnologie is.

Biomimicry is een gereedschap bij innovatie. De eerste stap is het formuleren van het vraagstuk. Een van de vraagstukken waar de verpakingsindustrie nu mee kampt is het koud houden van vlees en andere bederfelijke versproducten in de keten van online shoppen. De tweede stap is het bepalen van bruikbare principes uit de natuur. Bij koud houden is dat onder meer kijken naar organismen die overleven bij hitte, maar ook het omgekeerde, organismen die leven bij kou. Het meest evident is de oplossing wanneer het organisme dat in extreme omstandigheden doet. De zogenaamde extremofielen. In dit voorbeeld kunnen dat cactussen of ijsberen zijn. De volgende stap is het achterhalen van het principe van dat organisme: hoe heeft dat organisme het probleem opgelost? Een cactus zet zichzelf door zijn vorm in de schaduw en een ijsbeer vangt de warmte van de zon met zijn haren als glasvezels die het licht (en dus de warmte) geleiden naar zijn zwarte huid.

De laatste stap in de biomimicry is dat principe omzetten naar een technologische oplossing. Een doos met flappen als een cactus of een fiberbuffer voor extreme weerkaatsing van warmte. Het mooie van de natuur is, dat er niet één oplossing voor een probleem is maar tenminste tientallen. Dus mocht een principe niet bruikbaar zijn of lastig te vertalen naar betaalbare technologie dan zijn er met een beetje speurwerk nog vele voorbeelden te vinden.



Behalve de cactus en de ijsbeer zijn de extremofielen in dit voorbeeld onder meer de schorpioen en de olifant en de pinguïn en de edelweiss. Er zijn vele voorbeelden van verpakkingen in de natuur en die zijn te vinden op elke schaal. Eigenlijk is een verpakking het fysiek definiëren van een grensvlak. Dat is het membraam van een bacterie, de schaal van een ei, de schil van een appel én onze eigen huid. Dus mocht het zweet u uitbreken bij gebrek aan inspiratie dan hoeft u eigenlijk alleen nog maar te googelen naar het principe achter de druppels op het voorhoofd om een geniale verpakking te ontwerpen.

Stefan Hermesen

FLESTIC BEPERKT CO₂-UITSTOOT MET BIOBASED MATERIAAL



DE MEDEWERKERS VAN FLESTIC B.V. UIT DRONTEN STAAN MET Z'N ALLEN OVER ENIGE TIJD KLIMAATNEUTRAAL OP DE AARDE. NIET OMDAT ZE GEEN CO₂ UITSTOTEN MAAR OMDAT ZE HUN EIGEN CO₂-UITSTOOT COMPENSEREN. DAT DOEN ZE DOOR IN HET BEDRIJF BIOBASED MATERIAAL TE GEBRUIKEN ALS VERPAKKINGSMATERIAAL. DE GRONDSTOF DAARVAN IS SUIKERRIET UIT BRAZILIË. TIJDENS DE GROEI NEEMT SUIKERRIET CO₂ OP. PETER WESTVEER, COMMERCIEEL DIRECTEUR VAN FLESTIC, VERTELT ER ENTHOUSIAST OVER. HET BEDRIJF PRESENTEERDE ZICH TIJDENS EMPACK 2016 OP DE BIOBASED VILLAGE.

“De op suikerriet gebaseerde grondstof, van onze producent Braskem uit Brazilië, heeft de bijzondere eigenschap dat het CO₂ opneemt. Voor elke 1000 kilo biobased verpakkingsmateriaal dat we gebruiken, compenseren we door die opname de jaarlijkse CO₂ uitstoot van één mens. We streven ernaar om dit jaar nog minimaal 75 ton biobased grondstof voor onze verpakkingen in te zetten. Daarmee compenseren we dan ons personeelsbestand van 75 man”, rekt Peter Westveer voor.

PRIJS

Flestick B.V. verdubbelde de hoeveelheid biobased grondstof tussen 2014 en 2015 van 15 naar 30 ton. Peter Westveer voorziet een verdere snelle groei daarin. Niet in de laatste plaats vanwege een onlangs afgesloten contract. De detailhandel komt steeds meer onder druk te staan om duurzamer te gaan werken. Zo kreeg supermarktketen Action onlangs kritiek in de media omdat ze op geen enkele wijze kenbaar maakte dat duurzaam ondernemen een belangrijk speerpunt voor ze is. Die publieke kritiek zet de detailhandel aan het denken en zet hen aan tot actie”, constateert Peter Westveer. Biobased verpakkingen zijn een oplossing volgens hem, want het kan de hele range aan flessen en doppen van standaard polyethyleen vervangen. De prijs is helaas nog vaak een beletsel voor snellere groei van de biobased sector. Echter, ook in dit geval betekent meer volume een betere prijs.

OVERNAME

Ondanks de eerder geschetste verwachting dat het gebruik van biobased kunststof bij Flestick de komende tijd sterk zal toenemen, vindt Flestick dat haar verantwoordelijkheid op het gebied van duurzaam ondernemen verder gaat. In de vorige uitgave van Pakkracht (2, 2016) stond een artikel over de overname in 2015 door de Van Scherpenzeel Groep. Door deze overname toont de onderneming haar actieve bijdrage aan de circulaire economie. Als onderdeel van een groep waar kunststof afval de belangrijkste grondstof is, staat

Flestick aan de vooravond om van deze grondstof (recycleert) weer nieuwe verpakkingen van hoge kwaliteit te maken.

OP MAAT

In de afgelopen 37 jaar van bestaan deed Flestick steeds waar het goed in is. En dat is het op maat maken van flexibele verpakkingsooplossingen. Dat begon in een boerenschuur in het dorpje Ens in de Noordoostpolder. Toen de groei er eenmaal in zat verhuisde het bedrijf naar Dronten. De organisatie is flexibel, dankzij de machine standaardisatie, die het bedrijf in staat stelt om aan de hoogste eisen van de voedsel, cosmetica, auto's, huishoudelijke en care-industrie te voldoen. De kunststof verpakking kan compleet door het bedrijf worden geproduceerd, omdat zowel spuitgieten, extrusieblazen als spuitgietsblazen tot de standaard productie processen behoren.

Flestick B.V. begeleidt het hele proces van idee via verpakkingdesign tot en met eindresultaat.

*Meer informatie:
Flestick B.V., Dronten
Telefoon: 0321 316 510
Website www.flestick.com*

ONE-STOP-SHOP CONCEPT BIJ

DIPAC VERPAKKINGEN!

DE TOEKOMST BINNEN DE WERELD VAN KARTONNEN VERPAKKINGEN LIGT ONDER ANDERE IN HET AANBIEDEN VAN MEERDERE STAPPEN IN HET GEHELE PROCES VANUIT ÉÉN LOCATIE. DAAR WAAR EEN VERPAKKINGSBEHOEFTE ONTSTAAT, DENKT DIPAC VERPAKKINGEN DIRECT VERDER IN HET GEHELE PROCES. "VOORDAT HET EINDPRODUCT ER IS, ZIJN ER IN SAMENWERKING MET ONZE KLANTEN EEN AANTAL BELANGRIJKE TUSSENSTAPPEN TE NEMEN", VOLGENS JOOST NOZ, DIE WIJ UITGEBREID AAN HET WOORD LATEN. SAMEN MET HAROLD VAN OORT RICHTTE HIJ IN 1996 DIPAC VERPAKKINGEN OP. DRUKKE JAREN MET EEN GESTAAG GROEIENDE KLANTENKRING.



WAT BIEDT DIPAC BESTAANDE EN POTENTIELE RELATIES?

"Wij bieden een compleet verpakkingsconcept. Dit is door de jaren heen zo gegroeid. Op verzoek van klanten zijn wij steeds meer extra diensten gaan leveren. Meestal maakten wij dan de keuze om die dienst dan ook maar in-house te organiseren en te faciliteren. Wij zijn gespecialiseerd in duplex verpakkingen van 200 tot 650 gram en minigolf verpakkingen tot een dikte van 1 mm. Naast het compleet produceren van bedrukte verpakkingen bieden wij ook de mogelijkheid om de producten (non-food) van onze klanten te verpakken. We leveren dus een compleet eindproduct. Meedenken, korte en stipte levertijden en flexibel inspringen op acties is wat wij kunnen bieden."

IN WELKE MARKTEN BEGEEFT DIPAC ZICH?

"Eigenlijk zijn wij breed vertegenwoordigd in zowel de food als de non-food markt. Onze doelgroep qua klanten is het best te omschrijven als middelgroot producerende bedrijven en A-merken. Wij leveren onder andere verpakkingen aan de zoetwaren industrie, OTC (Over-The-Counter) producten

voor de drogisterijwereld, vleesindustrie (diepvries) en maaltijdbranche. In de meeste gevallen bestaat de opdracht uit drukken, stansen, plakken (DSP) én inpakken."

VERTEL EENS OVER DE OPBOUW VAN JULLIE BEDRIJF?

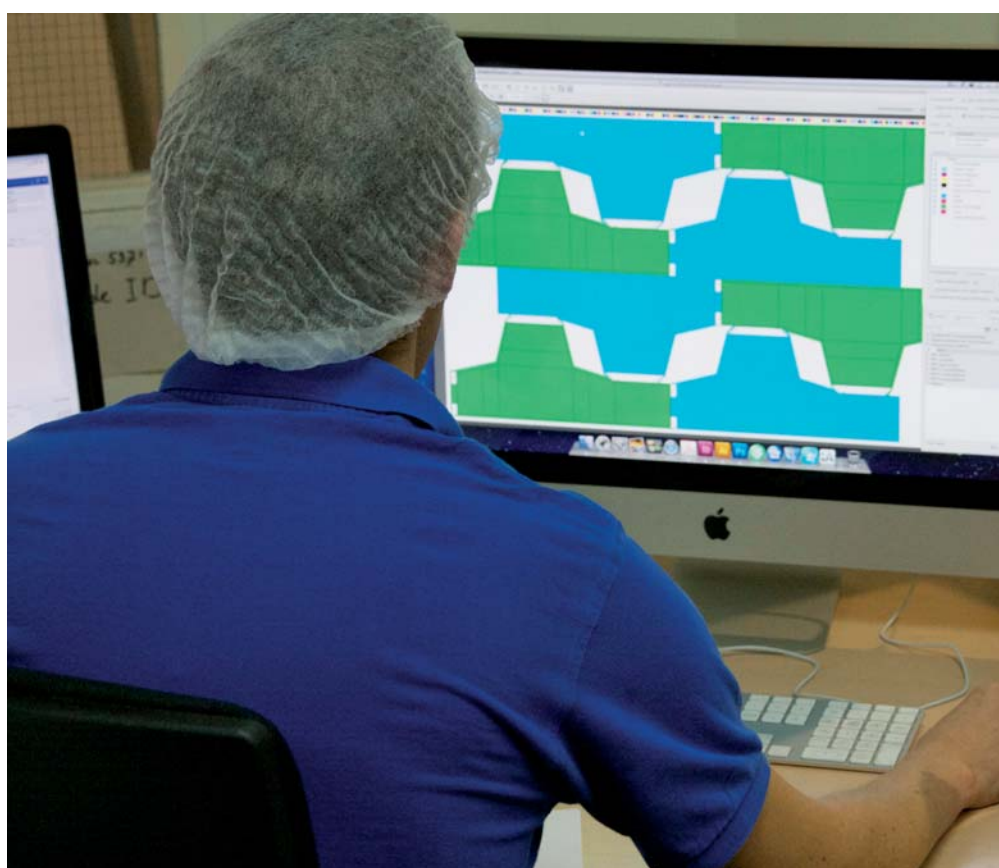
"20 jaar geleden zijn wij als inpakbedrijf in Oss gestart. Momenteel hebben wij een klantenbestand van ruim 50 tevreden relaties. Met een kleine 30 medewerkers en een groot aantal machines zijn wij optimaal in staat om op hoog niveau aan de vraag van onze klanten te voldoen. Momenteel bestaat 80% van onze omzet uit het maken van de verpakking zelf en 20% uit inpakwerk. Inmiddels zijn we zo ingericht dat wij ons inpakwerk fors kunnen en gaan uitbreiden."

HOE VERLOOPT HET PROCES VAN DE IDEALE VERPAKKING?

"Het is enorm belangrijk om bij ieder verpakkings-idee het gehele proces wat er gaat volgen, vooraf uitvoerig te tunen en af te stemmen met de opdrachtgever. Ook tijdens het proces is het belangrijk om te checken of iedereen de juiste dingen doet. Dit voorkomt extra handelingen zoals bijvoorbeeld transport van locatie A naar B, terwijl op locatie A dezelfde handelingen verricht kunnen worden als op locatie B. Daarnaast voorkom je veel vertraging door goed te kijken of een verpakking wel bij het product past waar het omheen moet. Een product moet wel eenvoudig en kwalitatief goed inpakbaar zijn. De manier van verpakkingen willen wij dan ook graag in een vroeg stadium bepalen. Gaan wij of de klant machinaal of handmatig verpakken? Bij handverpakken bent u niet verbonden aan seriegroottes of speciale afmetingen. Handverpakken gebeurt in alle mogelijke varianten, zoals, In- en ompakken, actieverpakkingen, mailingsets en stickers."

WAAR ZIJN JULLIE TROTS OP BINNEN DIPAC?

"Wij zijn enorm trots op de vaste groep trouwe en





kwalitatief goede klanten. Allen professionele bedrijven die het belang van de verpakking die bij hun product past goed begrijpen. Een verpakking moet naast functionaliteit, bijvoorbeeld ook passen en opvallen in het schap van de supermarkt. Ook op dat vlak werken wij nauw samen met onze opdrachtgevers."

"Verder hebben wij snelle levertijden, een marktconforme prijsstelling en is afspraak ook écht afspraak! Ook als we onverwacht extra druk zijn zorgen wij ervoor dat alles op tijd afgeleverd wordt. De omvang van de opdracht speelt dan geen enkele rol. We zijn een dag-bedrijf, dus wij kunnen 's avonds en als het moet ook 's nachts prima doorwerken om afgesproken deadlines te behalen. Het behalen van ISO, en BRC-IOP certificering (high level) onderstreept wat we kwalitatief willen uitstralen."

"Maar misschien wel het meest trots zijn we op hoe ons bedrijf in elkaar zit, een trouwe groep hardwerkende mensen die gezamenlijk met veel plezier een heel mooi product maakt."

WAT ZIJN JULLIE PLANNEN DE KOMENDE JAREN?

"We willen ons productieproces op korte termijn graag verder optimaliseren en natuurlijk ons klantenbestand uitbreiden met interessante opdrachtgevers. Op de langere termijn is het onze wens om in te spelen op de digitale ontwikkelingen op het gebied van drukken. We willen dan nog sneller dan dat we nu al doen kunnen reageren op het verzoek van onze klant. Ondanks deze ontwikkelingen zullen we altijd scherp kijken naar de juiste combinatie tussen digitaal en conventioneel drukken."

WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE VERANDERINGEN IN JULLIE BRANCHE?

"Het uitsluiten van minerale oliën en het volgens de laatste eisen voedselveilig maken van het drukproces is wel een enorme verandering voor de gehele branche en dus ook voor ons. Hoewel de onderzoeken naar het effect van minerale oliën in drukwerk nog volop in gang zijn, willen wij geen enkel risico lopen. Dat betekent dat wij, al sinds enkele jaren, andere inkten en hulpmiddelen gebruiken om de gevraagde eisen te waarborgen."

WAT DOEN JULLIE NAAST HET GEBRUIK VAN VERANTWOORDE INKTEN VERDER AAN DUURZAAMHEID?

"We gebruiken karton uit FSC/PEFC gecertificeerde fabrieken. Daarnaast uiteraard LED verlichting en hergebruiken we de warmte van de drukpersen. Ook hebben wij geen enkel chemisch proces binnen DIPAC, dus wij hebben ook geen chemisch afval. Uiteraard wordt al ons karton en pallethout gerecycled of op andere manier hergebruikt."

WAT WIL JE VERDER NOG KWIJT OVER JULLIE MOOIE BEDRIJF?

"Naast het leveren van kwaliteitsverpakkingen willen altijd laten zien dat onze 'Brabantse' persoonlijke aanpak erg goed werkt. Wij als eigenaren staan voor DIPAC en wij staan voor kwaliteit, maar wij zijn er waakzaam op dat deze gedachte ook doorwerkt bij al onze medewerkers. Wij denken altijd in oplossingen en in plaats van terugbellen helpen we onze klanten liefst gewoon direct! Door de korte lijnen is het geheel goed stuurbaar en is er nauwelijks sprake van foutproductie en is afspraak dan ook echt afspraak. Onze klanten kunnen gebruik maken van één specifieke activiteit binnen ons bedrijf, maar de ervaring leert dat het voor veel klanten interessant is om van ons one-stop-shop principe gebruik te maken en ons alles laten verzorgen van ontwikkeling tot en met de uitlevering van het complete product mét verpakking."

Voor aanvullende informatie:

Dipac

Tel. 0486-464677

www.dipac.nl

verkoop@dipac.nl



RO

Green Efficiency. Duurzaam verlijmen met applicatietechnologie van Robatech



Milieubewuste productie en gebruik. Geïsoleerde componenten. Besparing op energie.

Wij nemen onze verantwoordelijkheid serieus en maken onze producten met zorg.

> Meer info: www.robatech.nl

Robatech
Gluing Technology

www.industrial-auctions.com 

7 juni: Online veiling machines voor de voedingsindustrie, bakkerij en horeca apparatuur in Oirschot



8 juni: Online veiling machines voor de complete voedingsindustrie in Urk



9 juni: Online veiling verpakkingsmachines en overige apparatuur voor de food en non-food industrie in Weert

14 juni: Online veiling machines en inventaris op voormalige locatie Vion Food Group in Wunstorf (DE)





www.flestick.com

biobased verpakkingen



-  broeikasgas reductie
-  hernieuwbare grondstof
-  recyclebaar



BRUGMAN

RADIATORENFABRIEK OMSNOERT SNEL EN ERGONOMISCH

BRUGMAN RADIATORENFABRIEK IN TUBBERGEN OMSNOERT DAGELIJKS VEEL PALLETS MET RADIATOREN. HIERMEE IS DE LADING GOED GEZEKERD TIJDENS HET TRANSPORT. OM HET OMSNOERPROCES SEMIAUTOMATISCH TE LATEN VERLOPEN HEEFT FROMM NEDERLAND EEN BANDDOORVOERAPPARAAT GEÏNSTALLEERD VAN HET TYPE EFP201. MET DEZE INVESTERING HEEFT DE FABRIEK EEN DUIDELIJKE EFFICIENCYSLAG GEMAAKT EN TEGELIJKERTIJD DE WERKOMSTANDIGHEDEN AAN HAAR INPAKLIJN STERK VERBETERD.

WERKING

De pallet stopt in de juiste positie zodra deze aankomt bij het FROMM EFP201 banddoorvoerapparaat. De operator drukt op de startknop om het banddoorvoerapparaat onder door de pallet heen te steken. Aansluitend hierop wordt het omsnoerband middels een pneumatische aandrijfmotor rond de pallet aangevoerd. Aan het eind van iedere cyclus krijgt de operator beide bandeinden door het systeem aangereikt en wordt de omsnoering eenvoudig voltooid met een FROMM P328 handsnoerapparaat. Het overtollige band wordt teruggetrokken en gereedgemaakt voor de volgende cyclus. Hierna kan de pallet naar de volgende positie en is de EFP201 weer gereed voor een nieuwe omsnoering. Voor deze toepassing gebruikt de fabriek nu het FROMM STARstrap™ Polyester omsnoerband.

BESPARING MET DEZE APPLICATIE

Door de inzet van een banddoorvoerapparaat kan wel tot 50% worden bespaard op arbeidskosten en tijd. Ook grotere pakketten kunnen daarmee door 1 persoon, zonder veel omhaal, worden omsnoerd.

NIEUWE HANDOMSNOERAPPARATUUR

De EFP-lijn is sinds kort ook te gebruiken in combinatie met de nieuwe innovatieve lijn FROMM handsnoerapparatuur de P328, P329 en de P331. Deze apparaten zijn verkrijgbaar in een automatische- en halfautomatische variant.

De automaat is voorzien van een 1-knopsbediening, met één druk op de knop spannt de medewerker het band en sluit het zegelloos met een vibrolas. Wie om praktische redenen liever zelf het moment van de las bepaalt, kiest voor de 2-knopsuitvoering waarmee zowel half- als volautomatisch gewerkt kan worden.

Aan de binnenkant van de nieuwe FROMM apparatuur bevinden zich verschillende aansprekende en praktische vernieuwingen. Zo zijn de motoren koolborstelvrij en voorzien van een beveiliging tegen overbelasting. Daarmee vragen deze apparaten minder onderhoud en bieden ze een langere levensduur. Een

geïntegreerde omsnoerteller maakt het mogelijk met een (optioneel verkrijgbare) reader het gemaakte aantal omsnoeringen uit te lezen. Goed voor uw serviceplanning en u kunt zelf de historie van uw omsnoerapparaat bijhouden.

DESIGN

Naast de hierboven benoemde vernieuwingen heeft FROMM met de bekende Zwitserse degelijkheid modificaties aangebracht aan het design en de constructie van de behuizing. Daardoor is de apparatuur niet alleen prettiger in gebruik maar is de valbestendigheid verder toegenomen. Ook heeft FROMM nadrukkelijk rekening gehouden met het werken in stoffige en natte werkomgevingen.

OVER FROMM NEDERLAND

FROMM Nederland B.V. is een dochteronderneming van de Zwitserse multinational FROMM AG en verantwoordelijk voor de verkoop van, en service aan de befaamde FROMM® kunststof en staalband omsnoersystemen, foliewikkelmachines, dozensluitmachines en het unieke Airpad™ luchtkussen inpakstelsel.

FROMM Packaging Systems is opgericht in 1946. Het Zwitserse familiebedrijf heeft een omzet van ruim 180 miljoen euro en wereldwijd meer dan 900 werknemers. FROMM opereert via ruim 40 dochterondernemingen in Europa, Noord- en Zuid Amerika, Azië en Australië. Samen met veel gespecialiseerde verkooppartners over de hele wereld helpt FROMM u zo lokaal met professioneel advies, een snelle service en onderhoud. Het organisatiebeleid richt zich op het optimaliseren van logistieke processen in de bedrijfskolom met behoud van traditionele, degelijke waarden. Dit zorgt al decennialang voor het succes van FROMM.

Meer informatie:
FROMM Nederland B.V.
Tel. 030-6066700
www.fromm.nl

EERSTE EDITIE **PACKAGING INDUSTRY:** TRANSITIE NAAR EEN CIRCULAIRE ECONOMIE

DE VRAAG NAAR DUURZAME VERPAKKINGEN NEEMT TOE, MAAR WEL TEGEN ZO LAAG MOGELIJKE KOSTEN EN EEN HOGE KWALITEIT. DE GEHELE KETEN MOET SAMENWERKEN OM DE CIRCULAIRE VOORDELEN TE BENUTTEN. DAT VRAAGT OM OPTIMALISATIE.

Circulair verpakken levert geld op, stelt Management Producties dat op donderdag 16 juni het congres Packaging Industry houdt. De gehele keten komt hier samen om de uitdagingen en kansen van de circulaire economie te bespreken.

BRANDING & SUSTAINABILITY

Bewust nadenken over after life is noodzakelijk in hedendaagse verpakkingskeuzes en daarnaast dient de strengere wetgeving in acht genomen worden. Hoe combineer je dit met de branding van een product en hoe ziet het businessmodel er uit? Directeur Nespresso Nederland, Mark Ruijgrok, vertelt hierover.

KANSEN IN DE KETEN

Van ontwerper tot afvalverwerker, iedereen moet samenwerken om de transitie naar een circulaire economie te realiseren. Waar liggen de kansen en uitdagingen? Directeuren van Sabic, Hordijk, Van Gansewinkel, Unilever en Nespresso gaan hierover in gesprek.

TOT SLOT

Voedselverspilling willen we terugbrengen en de toename van voedselveiligheid is gewenst, smart packaging is hier een oplossing voor. Hoe gaan smart



packaging en verduurzaming samen? Pierre Peteuil, General Manager van het Franse Crylog, vertelt erover. FNLI, Smurfit Kappa en TNO gaan verder in gesprek over voedselveiligheid. Welke maatschappelijke voor- en nadelen moeten worden afgewogen?

AANBOD LEZERS PAKKRACHT

De bijeenkomsten van Management Producties zijn gericht op leidinggevendenden die geïnspireerd willen worden door collega's uit het vakgebied. Uitwisselen van ideeën en toekomstvisies staat voorop, naast het netwerken met collega's op directie niveau. Ook benieuwd naar dit congres? Lezers van Pakkracht kunnen een plaats reserveren met € 100,- korting. Schrijf u in op www.packaging-congres.com en vermeld de kortingscode PK100.

*Meer informatie: Management Producties
www.managementproducties.com, tel: +31 010 435 04 77*

ZIM PACK INTRODUCEERT **ECO-ZIP**

ZIM PACK IS AL JAREN DE NEDERLANDSE VERTEGENWOORDIGER VAN HET POOLSE ELPLAST, DAT ZICH SPECIALISEERT IN HERSLUITBAAR ZIPPER-MATERIAAL. DIT BEDRIJF HEEFT ONLANGS DE COMPOSTEERBARE ECO-ZIP ONTWIKKELD EN DEZE MAAKTE ZIJN DEBUUT OP EMPACK 2016.

Elplast maakt zipper-materiaal voor toepassingen op zowel horizontale als verticale verpakkingsmachines. Deze levert het bedrijf in meer dan 250 verschillende uitvoeringen, variërend van drie tot vijftig millimeter breed. Deze worden ingezet op vele soorten verpakkingsmachines van klanten uit meer dan zestig landen van over de hele wereld.

ECO-ZIP

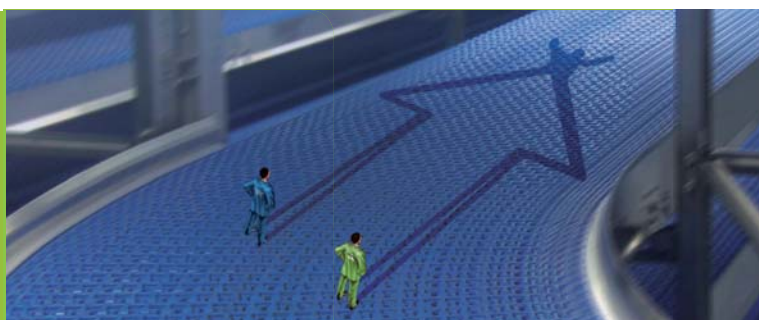
Elplast heeft, om de impact van het verpakkingsafval verder te minimaliseren

en de afvalberg te reduceren, met de Eco-Zip een nieuwe en composteerbare zipper gemaakt. Deze Eco-Zip composteert volledig, waardoor er geen schadelijk materiaal overblijft. Dit nieuwe product bleek een succes tijdens de eerste Nederlandse introductie op de Empack van 2016 in Utrecht.

*Meer informatie: ZIM Pack
Tel. +31 (0)181 474333
www.zimpack.nl*

Advertentie

**Sterk in
verbinden**





RECYCLEN VAN KUNSTSTOF IS GROEIMARKT

HET GEBRUIK VAN KUNSTSTOF ALS VERPAKKINGSMATERIAAL NEEMT SNEL TOE. MAAR HET RECYCLEN VAN KUNSTSTOF IS NOG RELATIEF JONG EN DAAROM ZIJN ER NOG NIET ZOVEEL TOEPASSINGEN VAN HET RECYCLAAT IN NIEUWE PRODUCTEN ONTWIKKELD.

Sinds de oprichting begin 2013 ontwikkelt en deelt het Kennisinstituut Duurzaam Verpakken (KIDV) kennis over duurzaam verpakken om bij te dragen aan de ontwikkeling naar een circulaire economie. Dat doet het KIDV onder andere door het opstellen van de jaarlijkse Verduurzamingsagenda, het toetsen en vaststellen van brancheverduurzamingsplannen, het uitvoeren van onderzoek en het delen van kennis met ketenpartners. Zo voerde het KIDV onderzoeken uit naar de inzameling en recycling van drankkartons en naar het verminderen van gratis tassen tijdens het winkelen.

Kees Kerstens is projectleider bij het KIDV en hij sprak tijdens de Empack 2016 in Utrecht. "De laatste jaren is de inzet van kunststof ver 20-voudigd en die trend zet nog door. De verpakingsindustrie gebruikt ruim 40 procent van dit kunststof.", vertelde hij. Begrijpelijk, want het is dun en licht, kent veel toepassingen en is recyclebaar. De wetgever wilde evenwel niet met een enorme afvalberg komen te zitten en kwam met wetgeving. Producenten en importeurs van verpakkingen werden in Europa verantwoordelijk gemaakt voor de afvalfase van hun product. Nederland pikte dat voortvarend op, zo wordt van alle kunststof verpakkingen de helft al gerecycled. In de Raamovereenkomst Verpakkingen 2013 – 2022 is vastgelegd dat gemeenten integraal verantwoordelijk zijn voor het inzamelen, de op- en overslag, het sorteren en het uiteindelijk vermarkten van het gesorteerde kunststof verpakkingsafval, waaruit door recyclers granulaatkorrels worden gemaakt. Van de granulaatkorrels worden nieuwe producten gemaakt. Gemeenten krijgen per ton ter recycling aangeboden kunststof-verpakkingsafval circa € 800,- uit het Afvalfonds Verpakkingen.

"Er gaat voor meer dan honderd miljoen euro om in het gaande houden van de kunststof recycling", weet Kerstens.

In Nederland is het volgens Kerstens verboden om kunststof afval op de vuilstort te dumpen. Het wordt voor circa de helft gerecycled en voor de andere helft verbrand om er energie uit te winnen. Langs drie wegen komt het kunststof verpakkingsafval bij recycling terecht: zo'n 60 procent ervan verzamelen gemeenten, 30 procent is bedrijfsafval en 10 procent wordt ingezameld via statiegeld. De ingezamelde kunststoffen worden gesorteerd op PP, PE, PET, folies en mixed kunststoffen. De gesorteerde balen worden bewerkt en uiteindelijk verwerkt in nieuwe producten. Kerstens noemt voorbeelden van bedrijven als Spa dat flessen maakt die voor een kwart uit gerecycled materiaal bestaan en Philips dat ook gerecycled materiaal inzet in bijvoorbeeld Senseo-apparaten, scheerapparaten en stofzuigers.

Uitdagingen zijn er nog te over voor de recycle business, volgens Kerstens. Hij somt op:

- De inzameling steeg zo hard dat er niet genoeg vraag naar recyclelaar voor toepassing in nieuwe producten is.
- De prijs van gerecycled materiaal is minder concurrerend nu de olieprijs zo laag is.
- Recyclelaar dat wordt toegepast in voedselverpakkingen moet voldoen aan strikte Europese regelgeving, wat verpakkers soms doet afschrikken
- Er valt nog veel te innoveren op het terrein van de sorteer- en recycletechnologie.

Kerstens geeft aan dat als grote branches van retailers en producenten zich committeren op een minimale inzet van gerecycled materiaal, dit een impuls voor de recyclemarkt kan betekenen. Daarnaast is er nog veel onderzoek nodig naar knelpunten in de kunststofketen en de oplossingen. Tenslotte is ook de monitoring van de milieueffecten van recycling van belang: hoe verhouden de investeringen zich tot de milieuwinst?

*Meer informatie:
Kennisinstituut Duurzaam Verpakken
Tel. 070-7620580, www.kidv.nl*

Advertentie

Marvu

Sterk in het verbinden van losse processtappen tot één soepel lopend geheel. Sterk in het verbinden van mensen om voor elk logistiek probleem tot de beste oplossing te komen. Dat is wat Marvu kenmerkt. Om voor uw bedrijf de best mogelijke oplossing te bieden verbindt EasyLockDrive Systems zich met Marvu, zodat Marvu uw eindeloos veel mogelijkheden kan bieden.



Bekijk de nieuwe website: www.marvu.nl

WELKE IMPACT HEEFT UW VERPAKKING OP HET MILIEU?

THE LCA CENTRE ZOEKT HET VOOR U UIT!

THE LCA CENTRE HELPT BEDRIJVEN MET HET VERDUURZAMEN VAN VERPAKKINGEN EN DISPOSABLES. HET BEDRIJF LEVERT TOEGANKELIJKE INSTRUMENTEN, WAARMEE BEDRIJVEN EEN VERANTWOORDE EN ONDERBOUWDE KEUZE VAN VERPAKKINGEN KUNNEN MAKEN. DAARNAAST STIMULEERT HET BEDRIJF UIT BEUNINGEN (GLD) ECO-INNOVATIE IN VERPAKKINGEN DIE GEBASEERD IS OP WETENSCHAPPELIJK ONDERZOEK EN MATERIAALKENNIS. TEVENS BRENGEN ZE ADVIES UIT OM HET BEGRIP DUURZAAM HANDEN EN VOETEN TE GEVEN BINNEN EEN BEDRIJF. VEEL ACTIVITEITEN EN DAAROM LATEN WIJ AGNIESZKA VAN BATAVIA (SALES EXECUTIVE) ENTHOUSIAST VERDER VERTELLEN OVER ALLE DIENSTEN EN PRODUCTEN DIE HET BEDRIJF LEVERT IN DE VERPAKKINGSBRANCHE.



HOE ZIT JULLIE ORGANISATIE IN ELKAAR EN WAT IS JOUW ROL DAARIN?

"The LCA Centre bestaat uit vier mensen. Uiteraard de geestelijke vader van onze LCA methode – Alan Campbell, PhD kandidaat op TU Twente, Loek Waegemaekers – verpakkingingenieur uit de stal van Roland ten Klooster, Jacco van Dijk, die vanuit de directie voor de activiteiten van The LCA Centre verantwoordelijk is en ik zelf als commercieel verantwoordelijke. Daarnaast help ik bedrijven vanuit mijn rol als verpakking compliance specialist met hun compliance vragen. Ook geef ik workshops en presentaties die mensen een andere kijk geven op duurzaamheid. Vanuit die optiek ben ik veel meer een adviseur dan een verkoper."


WAAROM IS THE LCA CENTRE 2 JAAR GELEDEN OPGERICHT?

"The LCA Centre is een zelfstandig bedrijf binnen de PACOMBI GROUP, dat verpakkingsexpertise gecombineerd met LCA kennis in de markt aanbiedt. Het is ontstaan vanuit de behoefte naar onafhankelijke, betrouwbare en wetenschappelijk onderbouwde informatie over de milieu-impact van verpakkingen en disposables."

Much of the impetus behind the growth of environmentalism came from concern about resources, catalysed by the Club of Rome's famous 1972 report *Limits to Growth*, which predicted that many would run out before long. That perception proved a bit too simple, and greens also got it wrong by asserting that the main problem was with non-renewable resources, like minerals and fossil fuels – which can be irretrievably exhausted – rather than renewable ones which can be replenished. In fact, overuse of such renewable resources as forests, soils and water is plunging the world into a grave environmental crisis long before the non-renewable resources peter out, though of course it still makes sense to use these wisely and efficiently.

Resources can be used many times more efficiently without any loss of living standards or well-being, mainly by reducing waste. Key to this is observing the three Rs of the waste hierarchy – reduce, reuse and recycle – which are set out in order of priority. First the use of resources should be reduced as far as possible in producing goods and equipment without compromising standards. Then when the product's original work is done, it should be reused whenever practicable. And when that is no longer possible it should be broken up and the materials used to make it should be recycled, wherever they can, rather than thrown away. A fourth R is often added – 'rethink' – indicating that the world needs to re-examine the whole way in which it uses resources in the first place.

Nowhere is this rethinking more necessary than over the use of the most important resource of all: energy. The issue is not, by and large, that we have too little fossil energy on Earth. Overuse of oil may lead to demand outrunning supply before long, and with highly disruptive consequences, but the critical issue is that we cannot use what we do have without causing climate change to run out of control. We need urgently to reconsider and to change course, switching as rapidly as possible to the clean renewable energy provided by the sun, the wind, the waves, the tides and the heat of the Earth itself, to provide sustainable growth.



OP WELKE VRAGEN GEVEN JULLIE ANTWOORD?

"Alle producten en diensten, die wij aanbieden zijn gefocust op verpakkingen/disposables met de daaraan gekoppelde milieubelasting. Denk hierbij aan, LCA studies (onderzoeken naar de milieu-impact van verpakkingen), Eco-innovatie trajecten voor verpakkingen, opstellen van PEF's (Product Environmental Footprint documenten), onderbouwen van milieuclaims, verpakkingadvies, Life Cycle Thinking workshops, presentaties maar ook materiaalanalyses in ons laboratorium.

VRAGEN DIE WIJ KRIJGEN EN NATUURLIJK ONDERZOEKEN EN/OF BEANTWOORDEN ZIJN:

- Ik heb meerdere verpakkingsopties, welke moet ik kiezen als ik de laagste milieubelasting nastreef
- Wat is de milieu-impact van mijn verpakking?
- Hoe kan ik de milieu-impact van mijn verpakking verlagen?
- Wat kan ik communiceren over de milieu-impact van mijn verpakking?
- Welke milieu - claim kan ik op mijn verpakkingen gebruiken?
- Kan ik kosten besparen met mijn verpakking?
- Voldoet mijn verpakking aan de wettelijke normen en ISO richtlijnen ?
- Ik wil weten hoe de milieu-impact van mijn verpakking zich verhoudt ten opzichte van de concurrentie
- Hoe kan ik de milieubesparing, die mijn verpakking biedt meenemen in mijn sales pitch?
- Hoe kan ik het milieubewustzijn in het kader van verpakkingen binnen mijn organisatie verhogen?
- Ik wil iets over duurzame verpakkingen aan mijn klanten presenteren, kunnen jullie daarbij helpen?"

WAT IS DE MEEST VERANTWOORDE VERPAKKING DIE OP DIT MOMENT VERKRIJGBAAR IS EN WAAROM IS DAT ZO?

“Deze vraag illustreert op een zeer goede manier de misperceptie over wat een verantwoorde verpakking eigenlijk is. Je weet pas of de verpakking daadwerkelijk verantwoord is als je aan kan tonen dat deze verpakking op de meest efficiënte wijze zijn functie vervult. En die functie kan per product of doelgroep of markt verschillen. Ik geef een voorbeeld; Stel je bent op vakantie en je gaat iedere ochtend naar de boerenwinkel om melk te halen. De melk wordt vanuit een grote kan in eigen meegenomen flessen gevuld. Je neemt het mee naar het vakantiehuisje en drinkt iedere ochtend met heerlijke verse melk. In die context is de navulbare glazen fles een verantwoorde melkverpakking, maar zal je de glazen literfles ook meenemen als je een dagje op stap gaat? Waarschijnlijk niet... Dan is een klein pakje met een rietje een betere keuze. De melk blijft dan de hele dag vers, je loopt geen risico op voedselvergiftiging en de kans op het verspillen van melk is ook nihil. Juist dat voorkomen van verspilling zorgt ervoor dat een pakje in deze context wel verantwoord is. De milieu-impact van de melk is namelijk vele malen groter dan die van het pakje. Dit zijn inzichten, die alleen mogelijk zijn wanneer je vanuit de Life Cycle Perspectief naar de verpakkingen kijkt.”

WAT ZIJN DE MEEST OPVALLENDE ONTWIKKELINGEN IN DE VERPAKKINGSBRANCHE?

“Naast de technologische ontwikkelingen zoals de actieve en intelligente verpakkingen, die bijvoorbeeld de houdbaarheid van producten helpen verlengen, vind ik de zoektocht naar alternatieve grondstoffen erg interessant. Wie had er ooit gedacht dat we rioolslib als grondstofbron zullen beschouwen? Ditzelfde geldt voor het maken van materialen uit emissiegassen of eierschillen. En het is geen science fiction, het is de science van nu. Opvallend, omdat dit de echte circulaire gedachte is, die breekt met de stereotypes.”

“Daarnaast merken wij dat er eindelijk een verschuiving plaats vindt van perceptie gedreven, schadelijke eco-claims van het type ‘Nature thanks you’ naar de eco-claims gebaseerd op feiten. Steeds meer bedrijven realiseren zich dat simpelweg aannemen dat een bio-based verpakking per definitie beter is voor het milieu tot verkeerde keuzes kan leiden. Deze beweging richting de LCA benadering wordt overigens enorm gestimuleerd door de Europese Unie in de vorm van Product Environmental Footprint, ISO standaarden (14001:2015, 14021:2016, 14025:2011) en milieuorganisaties.”

HOE WERKT JULLIE AANPAK PRAKTISCH? VAN IDEE/VRAAGSTELLING TOT PRODUCTIE...?

“Dat is altijd afhankelijk van waar de klant behoefte aan heeft. De doorlooptijd van een onderzoek is sterk afhankelijk van de complexiteit van de vraag, maar normaliter zal binnen 4-6 weken het rapport klaar zijn. Een typische vraag; Welke van deze drie verpakkingen is beter voor het milieu? Wordt bijvoorbeeld in een 4-fase proces beantwoord:

1. Inventarisatie van de wensen / eisen maar ook de beschikbare informatie en de doelstellingen
2. Onderzoek van de monster in ons laboratorium
3. LCA berekening a.d.h.v. de verkregen informatie en de input data zoals vastgesteld in het laboratorium onderzoek
4. Opleveren van de uitkomsten van het onderzoek in een vorm van een rapport met daarin de conclusies, aanbevelingen en mogelijke vervolg stappen in de vorm van eco-innovatie. Het rapport kan, indien dat gewenst is, door een externe partij geïntegreerd worden. “

WIE ZIJN JULLIE OPDRACHTGEVERS?

“Onze opdrachtgevers zijn enorm divers. Van universiteiten tot verpakkingbedrijven, van grote internationale merken tot MKB en van retailers tot producenten. Ieder bedrijf dat actief bezig is met verpakkingen heeft potentieel baat bij het gebruik van onze diensten. Wanneer we vanuit brancheperspectief kijken vinden we onze opdrachtgevers uiteraard in de verpakkingbranche maar daarnaast ook veel bedrijven uit de voedingsmiddelen industrie, maar zeker ook de farmaceutische en cosmetica producerende bedrijven.”

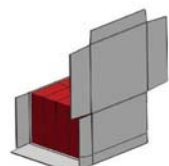
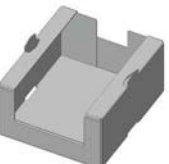
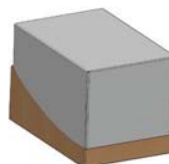
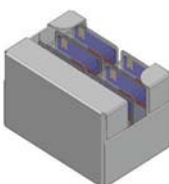
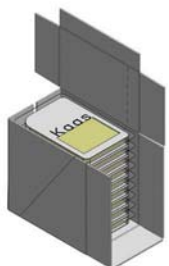
www.thelcacentre.com

Tel +31(0)88 2222 410



BPA Racupack

Veelzijdig in eindverpakkingssystemen en specialist in WrapAround casepackers



Bezoek

UITNODIGING

fabrieksbezoek & machinedemonstratie

Meldt u vandaag nog aan voor machine demonstratie in onze fabriek in Culemborg, op datum van uw keuze. Zie artikel verder in dit blad.

welcome@racupack.nl
☎ 0345-745521

www.racupack.nl



LINDE GAS GAAT VOOR MAATWERK IN KWALITEITSBORGING

LINDE SHOWDE OP DE EMPACK 2016 HAAR MAATWERK OP HET GEBIED VAN FOODPROCESSING MET FOODGRADE GASSENTECHNIEK EN -SERVICES. MET ALS VERTREK PUNT DE NIEUWSTE GENERATIE MAPAX® LD INLINE LEKDETECTIEMACHINE MET WATERSTOF, WAS ER OOK AANDACHT VOOR HET PROGRAMMA VAN CRYOLINE® CRYOGENE VRIESAPPARATUUR. CRYOGENE VRIEZEN ÉN GASVERPAKKEN KAN IMMERS IN ÉÉN LIJN GESCHIEDEN.



Ook bij Linde gepresenteerd: de GENIE® 10-liter composiet-gasfles voor technische argon en stikstof. Lichtgewicht, dus heel mobiel, stabiel en ideaal voor bijvoorbeeld TIG-laswerkzaamheden of gas-backing aan uw installaties. En bovendien duurzaam, want de GENIE is 100% recyclebaar. Momenteel bevinden zich nog geen foodgrade gassen in het GENIE-assortiment.

Andere knowhow op industrieel gassengebied dat Linde op de Empack presenteerde: kwaliteitsmeting van uw gassen in uw processen, analyses van uw verpakkingen, zowel mobiele als stationaire gasdetectie en ruimtebewaking, naast zaken als gasmengers voor de speciaal op uw processen bedoelde mengsels, en veiligheid bij gassen.

Voor aanvullende informatie:
Meer informatie:

Linde Gas Benelux B.V.
Tel. 088-2626262
www.linde-gas.nl

ROBATECH

LEVERT KWALITEITS LIJM-, CONTROLE EN DETECTIESYSTEMEN

ROBATECH B.V. UIT WESTERVOORT LEVERT LIJM-, CONTROLE- EN DETECTIESYSTEMEN VAN HET AMERIKAANSE WH LEARY AAN HET EERBEEKSE VERPAKKINGSBEDRIJF SCHUT PACKAGING. "HET WERKT WONDERBAARLIJK GOED", CONSTATEERT MEEWERKEND VOORMAN RON KOLK VAN SCHUT PACKAGING NA EEN JAAR DRAAIEN MET DE NIEUWE APPARATUUR.



MARKT

Schut Packaging bedient de markt voor kleine tot middelgrote orders voor vouw-kartonverpakkingen. Dat loopt van eenvoudige voedingsdoosjes voor bijvoorbeeld hagelslag en rijst, tot specialistisch werk zoals dure verpakkingen voor de cosmetica. De klanten komen voor 90 % uit Nederland en voor de rest uit België, Duitsland en Frankrijk. "Een grote klant van ons is Hewlett Packard. We leveren de doosjes voor de inktpatronen en die gaan de hele wereld over", vertelt Ron Kolk.

BEDRIJFSZEKER

De machines die Schut uitrustte met de door Robatech geleverde apparatuur zijn de Omega Alpro en de International. Het zijn allebei snellopende machines die oplagen tot 80.000 stuks per uur aankunnen, maar meestal zijn ingesteld op orders van 30.000 stuks. Per dag worden de machines vier á vijf keer omgesteld. "Ze zijn snel omstelbaar en bedrijfszeker", weet Ron Kolk. Beide machines werken met een hybride systeem van zowel koudlijm als hotmelt. Hotmelt geldt grotendeels als hulpmiddel voor de eerste hechting, waarna de koudlijm aangebracht kan worden voor het definitieve werk. "Beide machines zijn uitgerust met de SpeedStar elektronische spuitkoppen die geschikt zijn voor hoge snelheden en uiterst precieze belijming", vult Oscar Bongers, manager service & support bij Robatech aan. Het systeem werkt on target; het ingestelde lijmp proces wordt continu gemonitord. Bij afwijkingen corrigeert het systeem het moment van openen en sluiten nog voor een operator dat kon doen.

CONTROLEMOGELIJKHEID

Minstens net zo belangrijk zijn de controlemogelijkheden van de machines. Vanwege de hoge snelheid is controle belangrijk. Het controlesysteem kijkt of de lijm op de goede posities zit en blijft. Verder heeft elk doosje een barcode die

gescand wordt, zodat stuksgewijs duidelijk is dat het om het juiste doosje gaat. Verder zijn er ook ingewikkelder controles mogelijk. Zo is er een detector die kijkt of een venster in de doos aanwezig is als dat gewenst is en of de folie op de juiste plek is aangebracht. "Geen folie, dan wordt het doosje door de ejector uit de machine geworpen", legt Oscar Bongers uit. Hij wijst ook op de gemakkelijk te bedienen Monet user interface van de geleverde apparatuur. Het touch screen maakt het gemakkelijk om per opdracht instellingen te wijzigen. Alle data die de machines verzamelen worden realtime opgeslagen in de Cloud en zijn direct online beschikbaar voor managers. Zo kunnen ze zien hoeveel er gedraaid is en wanneer er stilstand was en met welke acties daarop gereageerd is.

Voor meer informatie:

Robatech B.V.
Tel. 026-319 0110
www.robatech.com

- DE SPEEDSTAR DIAMOND KAN TOT 800 PUNTEN LIJM PER SECONDE PRODUCEREN.
- MET EEN SCHAKELCYCLUS VAN MINSTENS 250 MIJJOEN GAAT DE SPEEDSTAR ONGEVEER VIJF KEER ZO LANG MEE ALS ANDERE SYSTEMEN.
- HET ENERGIEVERBRUIK VAN HET SYSTEEM IS LAAG DOOR DE COOL TOUCH ISOLATION.



Logistiek manager van
Holland Pharma, Paul
Teunissen

HOLLAND PHARMA IS EEN BEDRIJF DAT GESPECIALISEERD IS IN DROGISTERIJ-ARTIKELLEN. ZES DAGEN PER WEEK VERSTUREN ZE ER 2000 BESTELLINGEN MET 34.000 INDIVIDUELE ARTIKELLEN. DIT GEBEURT MET BEHULP VAN DE VERPAKKINGSOPLOSSINGEN VAN AUTOMATED PACKAGING SYSTEMS BENELUX UIT ZAVENTEM, BELGIË. LOGISTIEK MANAGER PAUL TEUNISSEN VAN HOLLAND PHARMA SPRAK OVER DE SAMENWERKING MET DIT BEDRIJF.

"JE BENT MAAR ZO GOED ALS JE LAATSTE BESTELLING"

Alle artikelen van Holland Pharma worden verstuurd in dozen die verschillen in formaat op basis van de grootte en de hoeveelheid van de producten van het order. Holland Pharma werkt namelijk niet met een minimumbestelling. Teunissen glimlacht: "Elke klant kan hier per stuk bestellen. Dat kan hij bovendien dagelijks doen. Dat maakt ons logistiek proces bijzonder arbeidsintensief." Voor het opvullen van de lege ruimte tussen de artikelen doet het bedrijf uit Borculo beroep op Automated Packaging Systems (APS), specialist in verpakkingssystemen.

SYSTEEM

Eerst legt Teunissen iets uit over het proces van Holland Pharma. Er wordt in blokken gewerkt. In de voormiddag gaan werknemers aan de slag met het aanvullen van de voorraad. De namiddag en de avond zijn voorbehouden aan orderpicking, ofwel het verpakken en uitleveren van de producten. De verzending gebeurt grotendeels in samenwerking met PostNL, maar voor de late bestellingen zet Holland Pharma eigen busjes in. "Dit doen we om tijd te kopen", aldus Paul Teunissen.

De orderpicker gaat met zijn pakbon het indrukwekkende magazijn in. In de lange gangen, waar de meest uiteenlopende drogisterij- en 'over the counter'-apotheekartikelen op vele duizenden productlocaties liggen opgeslagen, verzamelt hij of zij de gewenste artikelen. Afhankelijk van het aantal en de grootte bepaalt deze medewerker welke doos er nodig is. Teunissen: "Hoe groter de doos, hoe meer ruimte we doorgaans moeten opvullen. Alleen op die manier kunnen we een veilige verzending garanderen." En dit is natuurlijk erg belangrijk voor het bedrijf: "Je bent maar zo goed als je laatste bestelling".

APS

Bij het vullen van de dozen komt Automated Packaging Systems in het plaatje. APS levert namelijk de AirPouch-machines waarmee de bufferruimte in de dozen opgevuld wordt. Er staan twee van deze machines langs de verpakkinglijn om de lege ruimte in de dozen op te vullen met luchtkussens. Teunissen: "Zo zitten alle artikelen netjes beschermd in de doos, zonder gevaar op beschadiging. We gebruiken twee formaten luchtkussens: kleine voor tussen de producten en grote om de rest van de ruimte op te vullen. We hebben nog een derde AirPouch-machine in huis die stand-by staat voor periodes van grote drukte of als back-up, mocht een van de andere twee machines uitvallen."

GROEN EN STIL

Holland Pharma werkt ondertussen zo'n vijf jaar met het AirPouch-systeem van APS. Voordien gebruikte het bedrijf papier om de bestellingen op te vullen. Paul Teunissen vertrouwt ons toe: "We zijn daar van afgestapt. Niet alleen vanwege de hoge kosten en de ruime opslagvereisten, maar ook omdat papier zoveel lawaai maakt. Geef mij dan maar het mooie stille systeem met de AirPouch-luchtkussens."



Bij Holland Pharma staan eco en bio hoog in het vaandel met de verkoop van veel van dit soort producten. Deze filosofie gaat natuurlijk niet goed samen met de traditionele PE-film van luchtkussens. Paul Teunissen was dan ook erg blij met het aanbod van APS om met het toepassen van de groene GeoTech-gerecyclede film een milieuvriendelijk alternatief te bieden. "Nog een troef naar de klant toe", lacht de logistiek manager.

ONDERHOUD

Over de onderhoudsvriendelijkheid van de machines is Teunissen erg te spreken: "We hebben er nagenoeg geen omkijken naar. Elke dag opnieuw doen we wat ze moeten doen en dat is het aanvoeren van doorlopende stroken luchtkussens, rechtstreeks vanuit de doos waarin de folie wordt geleverd. Is er in een uitzonderlijk geval toch panne, dan haalt APS de machine op voor reparatie."

VOORRAAD

Holland Pharma verbruikt één pallet folie per maand. Bij APS houden ze nauwgezet bij wanneer de voorraad slinkt en passen ze de leveringen van nieuwe folie daarop aan. Ook over deze service is Teunissen vol lof. Lachend: "Alles wat ik zelf niet hoeft te doen is oké."

TOEKOMST

Ten slotte vragen we Paul Teunissen hoe hij de verdere samenwerking met Automated Packaging Systems ziet. "We groeien uit onze jas. Het is dan ook niet denkbeeldig dat we binnen afzienbare tijd zullen moeten uitbreiden en dat we dan een andere verpakkingmethode zullen moeten introduceren. Bijvoorbeeld doordat medewerkers aan het begin van het orderpicking-proces meteen het juiste formaat doos pakken. Hoe dan ook", besluit hij, "zal de ruimte in de dozen altijd opgevuld moeten worden".

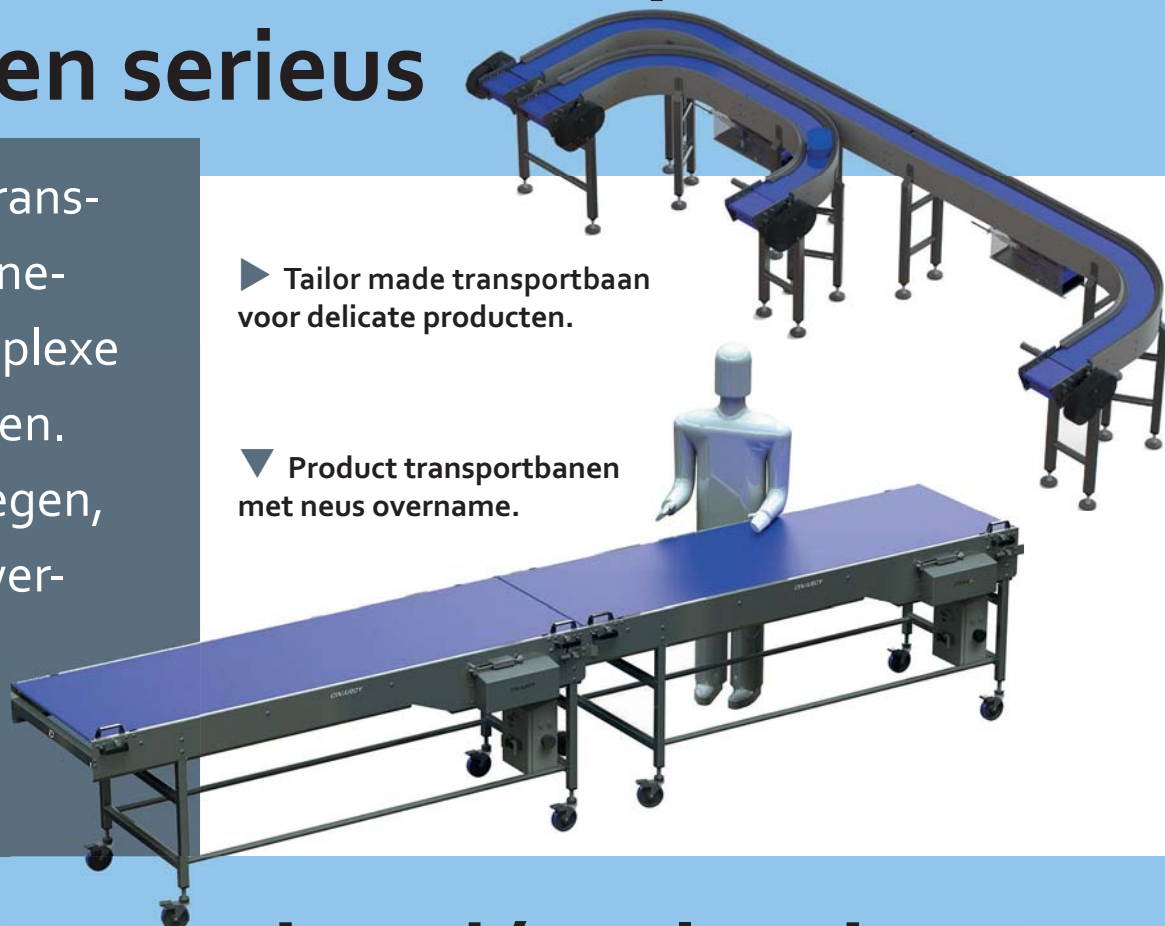
Meer informatie:
Automated Packaging Systems Europe
Tel. +32 (0)2 7253100
www.autobag.be

DIVARDY neemt het transporteren van goederen serieus

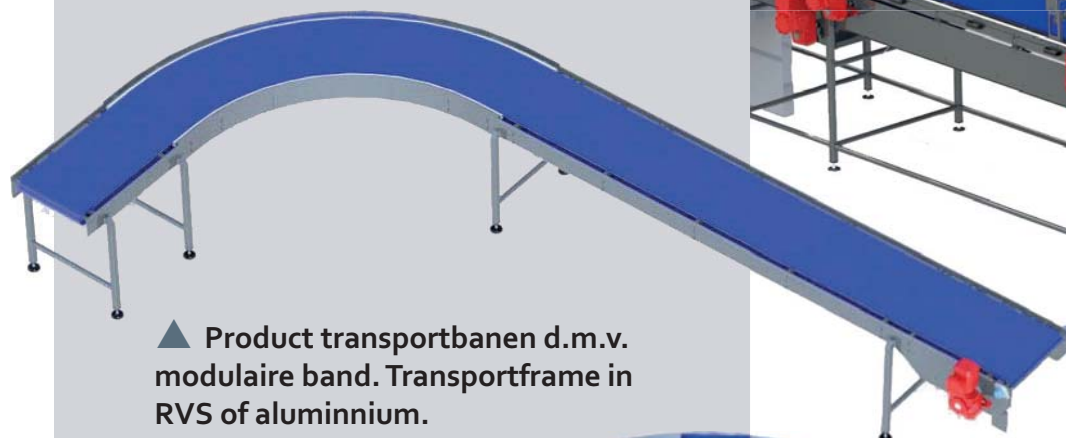
Door verschillende transport media te combineren kan Divardy complexe vraagstukken oplossen. Verdelen, samen voegen, stop/start om te bewerken, Divardy heeft het eerder gedaan.

▶ Tailor made transportbaan voor delicate producten.

▼ Product transportbanen met neus overname.



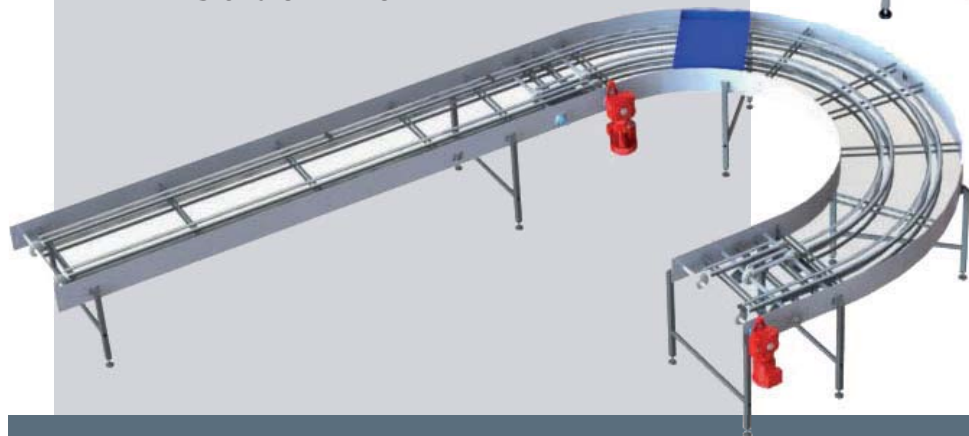
Voor elke toepassing dé oplossing



▲ Product transportbanen d.m.v. modulaire band. Transportframe in RVS of aluminium.



▲ Combinatie van een product afknabbelband, bewerkingszone en aflegband in één.



◀ Bakvormen transportbanen met diverse soorten flessenketting.

INFO

Neem geheel vrijblijvend contact met ons op:

Nijndal 26 en 48
3972 KC Driebergen-Rijsenburg
T +31 343 523 880
E sales@divardy.nl
W <http://www.divardy.nl>

**ALS HYGIËNE, EEN EERLIJKE
PRIJS EN FLEXIBILEIT TELT**



The future of packaging technology

EMPACK 2016

Brussels Expo - Hal 6 & 9 | 21 & 22 september 2016

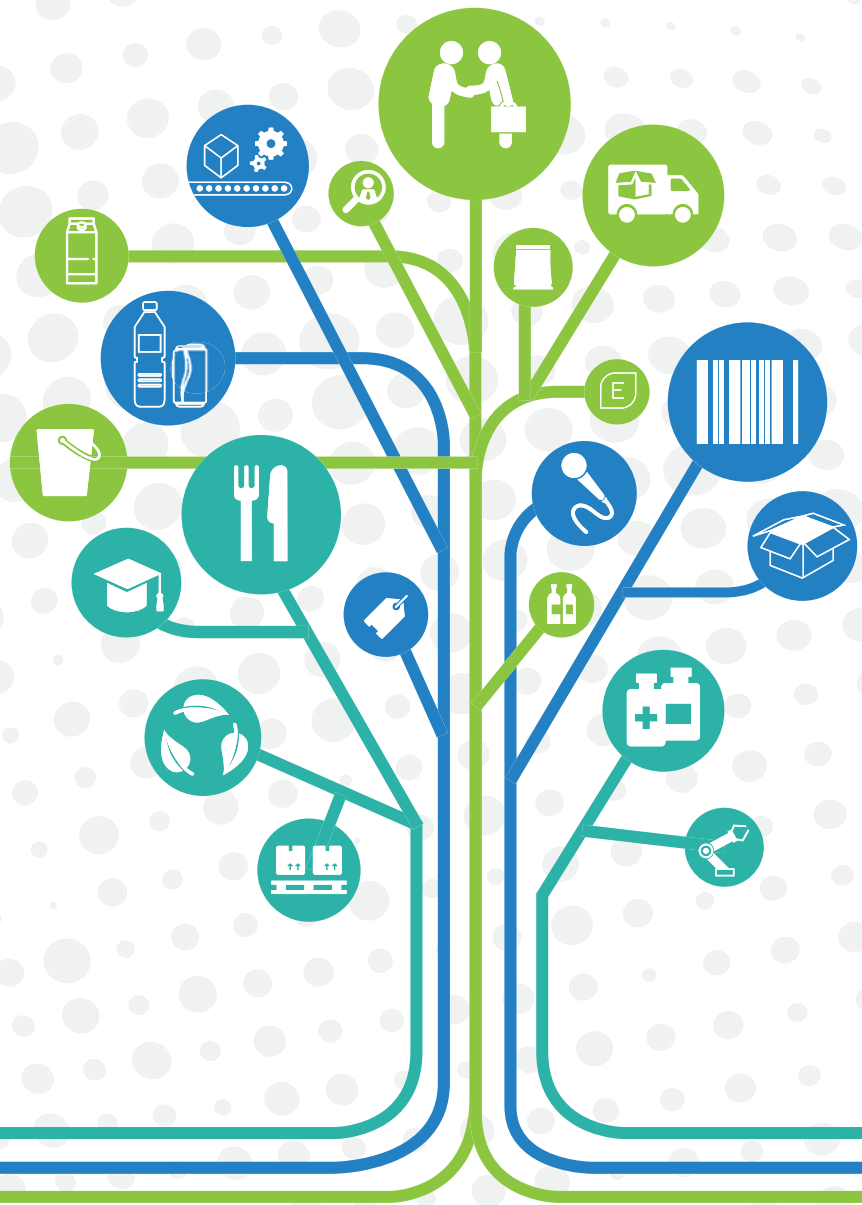
SAVE
THE
DATE

Wees
erbij op hét
verpakkingsevent
van België.

NEW!

Bio Based Plaza
Machine Safety &
Automation Plaza

Food Pack Terrace
Pharma Village



Meer informatie op www.empack.be

