

# VERPAKKING: DE DERDE GENERATIE

Het tijdperk van de derde generatie is voor de verpakkingindustrie aangebroken. De eerste generatie zag de verpakking enkel maar als een hulpmiddel bij het vervoer. Echte problemen waren er maar bij het spoorvervoer en het maritiem vervoer: met ijzeren banden, met hout of met jute vormde men laadeenheden en het enige doel was een afdoende bescherming voor de goederen... meer niet.

De tweede generatie zag zich in een na-oorlogse periode van economische hoog-conjunctuur geconfronteerd met de opkomst van de super- en hypermarkten. De verpakking kreeg een totaal nieuwe functie; de consumptie-maatschappij dicteerde haar wetten. One-way-verpakking (niet herbruikbaar, van fabrikant tot consument) scoorde hoge cijfers. Vandaag de dag komt er een derde golf opzetten. De tijden veranderen. Robotisatie en automatisatie bieden ons betere productiemogelijkheden en betere controlemaatregelen bij de distributie. De parameters van smaak en kleur veranderen: de grondstoffen, de energie en de arbeid zijn duurder geworden, het leefmilieu eist al onze aandacht op, de consument heeft een belangrijke vinger in de pap en met een internationale concurrentie moet degelijk rekening gehouden worden. De verpakking die minstens 5 à 10% van de waarde van het produkt vertegenwoordigt krijgt een andere dimensie toegemeten.

De verpakkingindustrie (die niet als dusdanig wordt erkend) stelt 65.000 personen te werk en handhaaft zich qua belangrijkheid op een 11-12<sup>e</sup> plaats in onze nationale economie.

Op de keper beschouwd kan men niet spreken van EEN verpakkingindustrie; de logica leidt ons eerder naar een aantal ondersectoren van diverse industrieën - plastic, papier en karton, metaal, glas, hout... - gericht op de verpakking en naar de constructiesector van verpakkingmachines.

België voert de grondstoffen en de energie in, maar als tegengewicht beschikt ons land over een eigen know-how in de verpakkingsector die met succes kan "uitgevoerd" worden. Een aantal derde-wereldlanden zoekt naar aangepaste verpakkingsuitrustingen die ze zelf niet kunnen vervaardigen. Natuurlijk woedt er een hevige concurrentieslag. Kapers op de kust zijn Japan, Taiwan, Korea en Hong Kong die een gesofisticeerde technologie

hebben ontwikkeld en die over de hele wereld een commerciële activiteit tentoon spreiden die hen een lengte voorsprong bezorgt. Die voorsprong moet echter verkleind worden.

Het domein van de verpakking mag zich economisch gesproken niet beperken tot dozen, flacons of andere recipiënten voor courant gebruik. Ergens moet iemand de "geluidsmuur" doorbreken om voor onze industrie nieuwe mogelijkheden te scheppen, zowel op internationaal als op nationaal vlak. Dit "iemand" is het Belgische Verpakkingsinstituut dat nu een vastberaden stap in de toekomst heeft gezet.

## BVI

In 1954 richtten zestien organismen of federaties in samenwerking met privé-firma's het Belgisch Verpakkingsinstituut op (BVI) een vereniging zonder winstgevend doel.

Als technisch raadgever voor éénieder met verpakkingproblemen groeide het Instituut uit tot een bijna volwaardige beroepsfederatie. Op de vooravond van haar 30<sup>e</sup> levensjaar is het een element van vooruitgang, een stuwende kracht voor de Belgische economie.

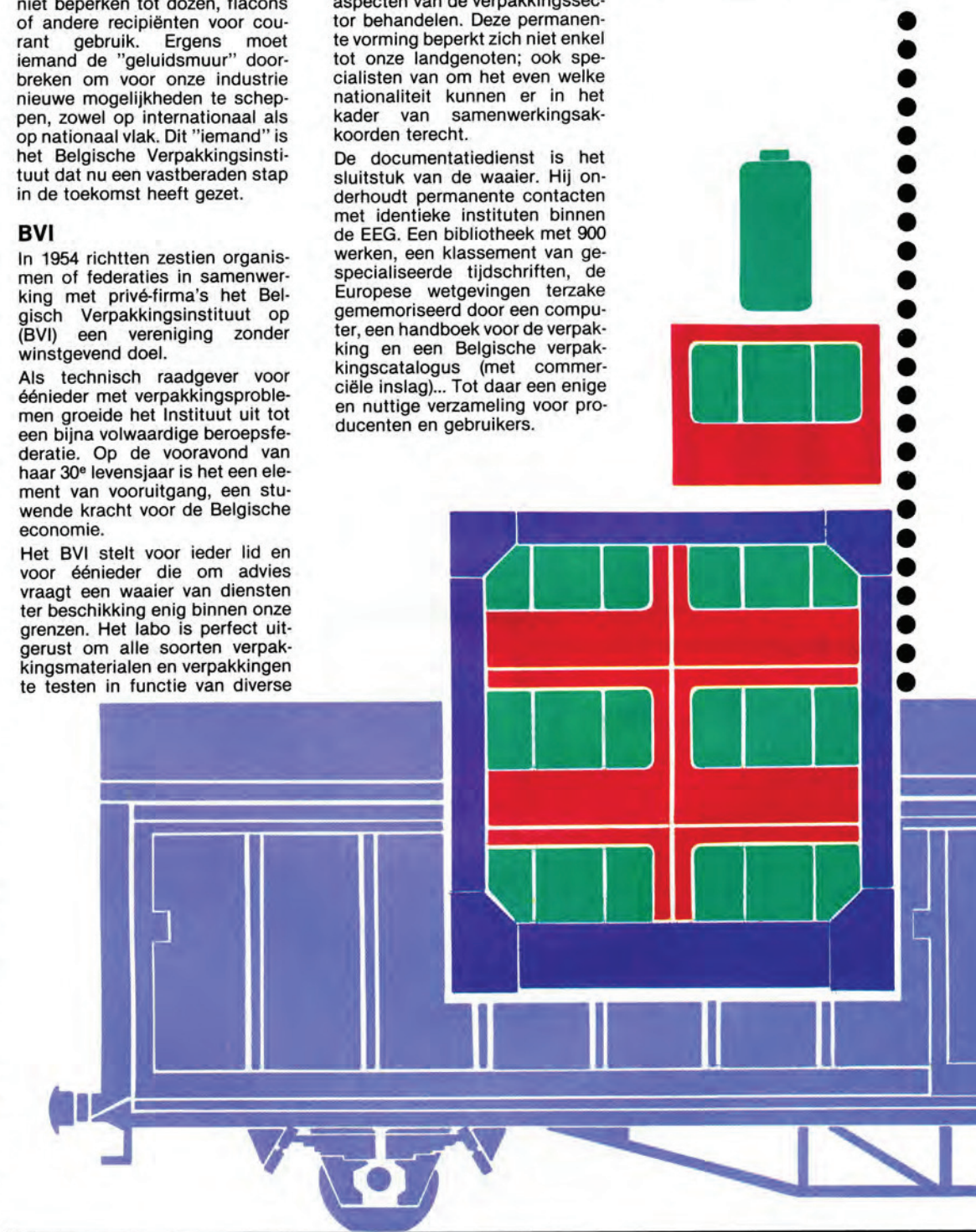
Het BVI stelt voor ieder lid en voor éénieder die om advies vraagt een waaier van diensten ter beschikking enig binnen onze grenzen. Het labo is perfect uitgerust om alle soorten verpakkingsmaterialen en verpakkingen te testen in functie van diverse

criteria. Het is daar bijvoorbeeld dat de verpakkingen worden gekeurd waarvoor producenten of gebruikers een officiële stempel hebben aangevraagd.

De vormingsdienst van het instituut organiseert lessen, stages, seminars, studiedagen die alle aspecten van de verpakkingsector behandelen. Deze permanente vorming beperkt zich niet enkel tot onze landgenoten; ook specialisten van om het even welke nationaliteit kunnen er in het kader van samenwerkingsakkoorden terecht.

De documentatiedienst is het sluitstuk van de waaier. Hij onderhoudt permanente contacten met identieke instituten binnen de EEG. Een bibliotheek met 900 werken, een klassement van gespecialiseerde tijdschriften, de Europese wetgevingen terzake gememoriseerd door een computer, een handboek voor de verpakking en een Belgische verpakkingscatalogus (met commerciële inslag)... Tot daar een enige en nuttige verzameling voor producenten en gebruikers.

Bij de overgang naar de derde generatie heeft het BVI nog andere doelstellingen. Het wil de Belgische ondernemingen terdege bewust maken van het belang van de verpakking in de economische bedrijvigheid. Daarom moet men het probleem globaal bekijken.





De keuze van een verpakking stoelt op enkele essentiële kenmerken: de investering, de aard van de grondstof, de energie, de handenarbeid en het leefmilieu. De wet van de concurrentie gebiedt dat de verpakking perfect haar verwachte rol vervuld. De

produktiemethodes en het verbruikspatroon laten niet meer toe te werken zoals voorheen. En tenslotte tracht België een vinger in de uitvoermarkt te hebben om onze produkten en automatische-uitrustingen buiten onze grenzen te promoveren. Deze internationale actie zal binnen het Instituut de zaak zijn van een secretariaat, dat belast is met de coördinatie van technische bijstand in EEG-verband en ten overstaan van de ontwikkelingslanden.

Het BVI vervult een rol als beroepsfederatie: veertien betrokken industriële federaties zijn lid van het Instituut. De producenten halen voordeel uit deze samenbundeling van krachten die onder geen enkele andere vorm bestaat. De aanwezigheid van openbare besturen en diverse groeperingen (gebruikers, dienstverleners, de transportsector, verzekeringen...) geeft nog meer stootkracht aan deze quasi-beroepsfederatie. Het BVI geniet in België en in het buitenland een grote faam die tenslotte haar leden ten goede komt, daar het geen enkele particuliere belangengroep vertegenwoordigt maar wel een nationaal belang.

Het BVI heeft een bepalende invloed in twee domeinen die we hierna aanhalen.

## HET STEMPELEN

De wetgeving verplicht de producenten van bepaalde goederen precieze richtlijnen na te leven voor de verpakking van hun produkten. Zo zijn de reglementeringen voor voedingsmiddelen, landbouwprodukten en gevaarlijke produkten heel streng. De administratieve diensten, belast met de toepassing van de wet, hebben aan het BVI de zorg opgedragen om de voorgestelde verpakkingen aan te nemen en een officiële stempel af te leveren die op Europees vlak wordt erkend.

Deze stempel, een kwaliteitsmerk, kan door elke producent of gebruiker aangevraagd worden. Voor de ene is het een uitstekend visitekaartje, voor de andere is het een waarborg tegen onaangename verrassingen (ten opzichte van zijn leverancier, zijn vervoerder, zijn verzekeraar).

Na de tests in het labo wordt een technische steekkaart opgesteld. De stempel wordt slechts toegekend voor de verpakkingen die de kenmerken hebben die op deze kaart zijn vastgelegd. Na toekenning van het kwaliteitsmerk, verricht het BVI regelmatig controles op lukraak genomen stalen. Fraudegevallen zijn uiterst zelden, wat toch wel een pluim betekent voor de producenten.

## DE GROTE PRIJZEN

Sedert enkele jaren organiseert het BVI een wedstrijd om Grote Prijzen of een Oscar voor de verpakking toe te kennen. Door deze wedstrijd tracht het Instituut binnen deze industriële sector een onderlinge wedijver te creëren en wil het ook de aandacht trekken van een zo breed mogelijk publiek.

Opmerkelijke verbeteringen aan een verpakking aanbrengen is niet onmogelijk, maar de opzienbarende nieuwigheden zijn zelden. Met de reeds geciteerde parameters als gegeven, is iedereen het eens dat enkel een analyse in de diepte tot nieuwe resultaten kan leiden. De wedstrijd gebeurt in twee fasen. Eerst gaat het labo na of het voorgestelde produkt wel degelijk beantwoordt aan de beschrijving van zijn producent. Bepaalde kandidaten vallen hier door de mand. De tweede fase is het verschijnen voor een jury. De Grote Prijzen zijn de bekrachtiging van de kwaliteit die zich situeert op verschillende vlakken, afhankelijk van het voorgestelde verpakkingstype; de Oscar bekroont de werkelijk uitzonderlijke kwaliteiten. Het is in deze tweede fase dat criteria zoals design, hergebruik, energiebesparing... eveneens van belang zijn. Deze criteria komen afzonderlijk in aanmerking voor prijzen of speciale vermeldingen.

De wedstrijd heeft voor de laureaten een grote publicitaire waarde. Zij worden toegelaten tot Eurostar, een internationale competitie die de Westeuropese verpakkingstoppers onderscheidt (en vergeten we niet dat dit een potentiële markt is met 250 miljoen verbruikers!). Het palmares wordt op grote schaal verspreid in geïnteresseerde nationale en internationale milieu's. De steun van de Minister van Economische Zaken betekent voor de tweede maal in twee jaar een waarborg voor de ernst en het belang van deze wedstrijd.

De Grote Prijzen en de eventuele Oscar worden traditioneel uitgereikt op het Propack-salon. Ook in 1983 wijkt men niet af van deze traditie: het beste van het beste kan niet beter uitgesteld worden dan op dit beroepssalon dat steeds een voltreffer blijkt te zijn. Het Propack-salon was toegankelijk van 8 tot 12 februari 1983 in de Brusselse Heizelpaleizen 6 en 9.

Tegelijkertijd werd in paleis 5 ook het Transtosalon (behandeling, hijswerktuigen, opslag...) ingericht.

Spoornieuws zal deze twee salons "doorkruisen" samen met het geleide BVI-bezoek en zal niet nalaten eventuele nieuwtjes aan onze lezers mede te delen.

