



Om de twee jaar organiseert het Belgisch Instituut voor Verpakking een wedstrijd waar heel wat Grote Prijzen en Oscars te winnen zijn. De bedoeling is in zo ruim mogelijke kring bekendheid te geven aan de Belgische producten en nieuwigheden op verpakkingsgebied.

Met de stijging van de consumptie is de verpakking erg belangrijk geworden. Er zijn forse geldbedragen mee gemoeid en in sommige gevallen is ze het ultieme verkoopargument van producenten die met een meer dan actieve concurrentie moeten afrekenen.

Met de verkoopverpakking zijn de verbruikers ongetwijfeld het best vertrouwd. Zij is het visitekaartje van de aangeboden producten en is doorslaggevend bij het aanpakken van de koopwaar. Vooral in de rekken van de grote verkoopruimten, waar ze naar vorm en structuur op zichzelf een reclame-middel is als blikvanger voor de argeloos kijkende koper. Voor de ontwerpers heeft ze in de eerste plaats een grafische, esthetische functie. Voordat een verpak-

king door beperkingen eigen aan het vervoer en door de moderne middelen. Dit is bijvoorbeeld het geval bij gebruik van paletten, waarvoor de verpakkingsafmetingen nauwkeurig moeten worden vastgesteld.

Die fundamentele verschillen hebben ertoe geleid dat het BIV voor zijn tweejaarlijkse wedstrijd de deelnemers in verschillende categorieën heeft ingedeeld. Vervoer- en verkoopverpakkingen vormen de eerste twee; tot de andere twee categorieën behoren enerzijds de verpakkingsprototypes en anderzijds materialen en toebehoren voor verpakking en conditionering.

In laatstgenoemde groep is er een belangrijke groei, want in de verpakkingstechniek worden heden ten dage de meest uiteenlopende materialen gebruikt. Plastiek en isolatiematerialen o.a., in alle soorten en vormen, dienen zowel voor het samenhouden van verpakkingseenheden als voor het vastzetten in een vervoerverpakking.

Rekening houdend met de omstandigheden en specifieke gegevens, kan men stellen dat meestal voor elk product een verpakking en voor elke vervoertechniek een verpakking of conditioneringsmethode bestudeerd wordt. De studiekosten worden snel afgeschreven doordat die

getuigt van een eigentijds visie en de uitlopers van de wedstrijd zijn tekenend voor deze tijd.

De inschrijvingen zijn afgesloten en de stalen worden nu aan proeven en controles onderworpen. Dit volgens een gezamenlijk door de deelnemers en het BIV opgesteld programma. Op 6 november buigt de jury zich over de dossiers. Op 24 november worden de Grote Prijzen en de Oscars toegekend, net op het ogenblik dat het Propack-salon op de Heizel zijn deuren opent.

Voor de toekenning van de Grote Prijzen laat de jury zich leiden door de kwaliteiten van de voorgestelde verpakkingen, op grond van 4 criteria:

1. hun functionele waarde;
2. hun technische en structurele kwaliteiten;
3. de zuinigheid bij de conceptie;
4. nieuwe of vernuftige ideeën voor het gebruik van grondstoffen en energie, vergeleken met de courante verpakkingen.

Voor de toekenning van de Oscars komen benevens die criteria nog 3 andere in aanmerking:

5. kwaliteiten inzake vorm en grafiek;
6. de creativiteit;
7. wedergebruiksmogelijkheden;

Daar aan de wedstrijd niet alleen fabrikanten maar ook gebruikers en ontwerpers mogen deelne-

men met de hoofdprijs gaan lopen. Laten we niet vergeten dat het derde selectie criterium - de zuinigheid bij de conceptie, m.a.w. de verhouding kwaliteit/prijs - even zwaar doorweegt als de andere. Een kwaliteitsverpakking is trouwens niet noodzaak onbetaalbaar. En als ze dan toch iets duurder uitvalt dan een andere, moet men bedenken dat ze de gebruiker een uitstekende verzekering biedt tegen pech: tegen beschadiging, doordat de producten beter beschermd zijn, tegen slechte verkoop, doordat een goed verpakt product aantrekkelijker is en dus gemakkelijker van de hand gaat.

Al te weelderige en overgrote verpakkingen maken weinig kans, net zo min als verpakkingen met een weinig originele vorm of een te grote breekbaarheid. De verpakking mag immers de door de prijzen bepaalde concurrentiekracht en de rendabiliteit van de productie niet in de weg staan. In die zin wil het BIV er bij die wedstrijd de nadruk op leggen waarom er naar een ideaal evenwicht wordt gestreefd. Tussen een jurk van Dior en een japonnetje van 100 fr., een mooie jas van schapeleer en een ordinaire jekker kan altijd een betere keuze naar ieders gading en voor elke gelegenheid worden gedaan. Dat geldt ook voor verpakkingen.

In onze volgende nummers ko-

Verpak, maar verpak goed

king tot stand komt, worden vaak studies verricht en wordt er gepeild bij een representatief deel van de potentiële kopers. De ontwerper zoekt nieuwe vormen en kleurencombinaties en streeft naar originaliteit, zodat het uiteindelijk resultaat voornamelijk de vrucht van zijn werk is.

De vervoerverpakking vervult uiteraard andere functies. Een van die functies bestaat erin grotere eenheden samen te stellen voor levering aan de kleinhandel of voor verkoop volgens de discountformule. In de leveringscyclus moet ze ook het product beschermen tegen typische verschijnselen bij het vervoer: schokken van het voertuig en bij de behandeling, druk in de voertuigen en bij het opslaan, slecht weer, enz. Al wordt er nu naar gestreefd de verpakking in overeenstemming te brengen met het imago van de fabrikant, door haar beschermende functie is ze onvermijdelijk minder elegant dan de distributieverpakking. Heel vaak wordt de door de producent gedane keuze bepaald

verpakkingen veilig en betrouwbaar zijn en rationalisering mogelijk maken.

Daartoe aangespoord door de daling van de conjunctuur leggen ontwerpers en fabrikanten van verpakkingen zich nu nieuwe beperkingen op inzake grondstoffen en energie. Op die manier voldoen hun producten volledig aan de verwachtingen en passen ze bovendien in het huidige economisch beleid. Waar het op neerkomt is bebeeldingskracht. Op dat vlak wordt er onder meer naar gestreefd middelen te ontwikkelen om al gebruikte verpakkingen terug te winnen.

"Wegwerpverpakkingen" blijken niet meer zo voordelig als tevoren. De neiging om alles maar op de vuilnisbelt te gooien, gaat er stilaan uit. De mens van nu begint stukje bij beetje de tering naar de nering te zetten. Het gehele denkpatroon inzake verpakking kan daardoor ingrijpend worden gewijzigd.

Het BIV volgt de ontwikkeling op de voet en zou ze zelfs zo veel mogelijk willen versnellen. Zijn tweejaarlijkse wedstrijd illustreert dit treffend, alleen al door het feit dat hij bestaat. Daarin schuilt een stimulans om op de ingeslagen weg voort te gaan en vinden de laureaten een commerciële springplank; het reglement

men, heeft het BIV geen ideeën willen weren die nog geen industriële toepassing hebben gevonden. Dergelijke ideeën kunnen, volgens dezelfde criteria, buiten wedstrijd worden bekroond. Wie wordt bekroond kan daarin misschien de springplank vinden om een plaats op de markt van de Belgische verpakking af te dwingen.

De Minister van Economische Zaken stelt een speciale prijs ter beschikking voor de rendabelste verpakking, rekening houdend met de energie- en grondstoffenbesparing en de terugwinningsmogelijkheden. De wedstrijd van het BIV krijgt nog een andere dimensie door de medewerking van het Design Center, dat eveneens een prijs toekent en bovendien begin '82 de bekroonde verpakkingen ten toon stelt in de zalen van de Ravensteingalerij, vlak bij het Centraal Station. De laureaten krijgen dus tweemaal gelegenheid tot exposeren, eerst op het Propack-salon van 24 tot 28 november, daarna in de tempel der estheten.

Het spreekt vanzelf dat op het salon werkelijk het "neusje van de zalm" op verpakkingsgebied te vinden is. Neusje van de zalm in die zin dat het niet zo'n beetje van alles wat is. Weliswaar zullen niet meteen de duurste verpak-

kingen we op dit onderwerp terug. We zullen de laureaten van de wedstrijd voorstellen en voor onze lezers de nieuwe uitrustingen van het BIV in beeld brengen. Al wie te verpakken producten vervaardigt en verzendt raden we meteen aan, even in het Propack-salon een kijkje te gaan nemen en bij de winnaars van de Grote Prijzen en Oscars.

Vastzetting en stouwing spelen bij het vervoer uiteraard een heel belangrijke rol. Maar het gebruik van een voor de goederen en vervoerwijze geschikte verpakking draagt ertoe bij dat de producten beschermd worden tegen trillingen en schokken.

In een Franse studie werd het gemiddeld niveau van de trillingen (in hertz uitgedrukt) en van de schokken (uitgedrukt in veelvoud van "g", de versnelling door de zwaartekracht) berekend waaraan de goederen volgens de gekozen vervoerwijze zijn blootgesteld. Die cijfers zijn als volgt:

Trillingen

- op het spoor: 2 à 8 Hz;
- te water: 5 à 25 Hz;
- op de weg: 1 à 200 Hz;
- met het vliegtuig: 20 à 200 Hz, met pieken tot 3.000 Hz.

Schokken

- op het spoor: 0,6 tot 1,2 g;
- op de weg: 6 g;
- met het vliegtuig: 8 g.

