



25 lat rewolucjonizowania polskiego rynku opakowań



O sztuce użytkowej, szczęściu, dobrych projektach i walce z czasem rozmawiamy z **Konradem Rumińskim**, projektantem i właścicielem firmy Plast Service Pack

str.3

25 lat rewolucjonizowania polskiego rynku opakowań



■ Co ma Pan na myśli?

– Mój serdeczny przyjaciel, chcąc mnie wesprzeć, podpowiedział żebym pojechał do dyrektora Polifarbu Piławy. Tam, ku mojemu zaskoczeniu, zostałem przyjęty z otwartymi ramionami! Projekt opakowań na farby wykonane z polipropylenu, był jak strzał w 10! Puszki metalowe, w których wtedy można było kupić farby, wchodziły w reakcje chemiczną z wilgocią i po prostu rdzewiały, tym samym wpływały na kolor i jakość swojej zawartości. Plastikowe wiaderko zrewolucjonizowało polski rynek farbiarski. Stało się to impulsem i inspiracją do dalszych działań. Pojechałem za granicę, żeby zdobyć wiedzę jak inni producenci tworzą opakowania z tego surowca, aby ostatecznie oprzeć swoje projekty na przykładach płynących z rynku.

Plast Service Pack dba o środowisko naturalne:

- wdrożony system BRC,
- Certyfikowany System ISO 14001,
- wdrożony HACCP,
- wykorzystywanie swoich odpadów produkcyjnych w procesie produkcji,
- odzyskiwanie od klientów zużytych opakowań, które wprowadzane są w proces recyklingu,
- korzystanie z surowców, które mogą być 5x przetworzone,
- gwarancja szczelności opakowań z systemem Double Lock, co stanowi rozwiązanie przyjazne dla użytkownika i środowiska,
- surowce produkcyjne i stosowane koncentraty od certyfikowanych dostawców, z atestami dla przechowywania żywności.

■ Więc tak to się zaczęło, właściwy człowiek na właściwym miejscu?

– Można tak powiedzieć. Wróciłem do Polski i zacząłem projektować, tworzyć rysunki techniczne. Kolejnym wyzwaniem było skompletowanie parku maszynowego z wtryskarkami pozwalającymi tworzyć pojemności 2,5l, 5l, 10l i 25l. Jako ciekawostkę dodam, że najpopularniejszą pojemność, która się sprzedaje w milionach sztuk to 10l. Pierwsze partie tworzyłem na zasadzie umowy zlecenia w Zakładach Radiowych im. Marcina Kasprzaka w Warszawie. To były czasy! Popyt na pojemniki i wiadra okazał się właściwie nieograniczony! Dlatego w nie długim czasie kupiłem niewielką działkę w Sękocinie Starym, gdzie zacząłem budować swoją pierwszą fabrykę. Kupiłem maszyny i od 1992 roku rozpocząłem tam regularną produkcję. Co prawda po pół roku okazało się, że dwie hale to za mało. Co więcej, cała inwestycja zwróciła się w błyskawicznym tempie. Kolejnym wyzwaniem była dostępność



podstawowego surowca, czyli polipropylenu, ale takiego dobrej jakości. Dla przykładu, wskaźnik płynności tego związku chemicznego wtedy wynosił 4, a dziś to ponad 100! Od samego początku działania firmy fundament stanowiła jakość produkcji, dlatego współpraca z dobrymi dostawcami była kluczowa, nawet kosztem wyższej ceny gotowego wyrobu. Dziś wiem, że to się opłaciło.

■ Co było dalej?

– Tworzenie firmy w latach 90. miało swoje złe strony, o czym

i puszkami do farb były pojemniki spożywcze na ryby, ale nie tylko. Tak minęły kolejne lata poszerzania grona odbiorców naszych produktów.

■ Czy był jeszcze jakiś rewolucyjny czas w historii Plast Service Pack?

– To zdecydowanie prace nad podwójnym zamknięciem opakowań, czyli Double Lock. Przygo-



towania trwały dosyć długo, ponieważ przed wypuszczeniem na rynek tego rozwiązania musiałem mieć pewność, że to będzie hit! Innowacyjny system zamykania spotkał się z oczekiwanym zainteresowaniem. Jego zabezpieczenie wyróżnia się wysokim poziomem szczelności oraz odpornością na uderzenia boczne, które często skutkują otwarciem się pokrywek.

■ Double Lock – rozwiązanie nie do podrobienia?

– Dokładnie tak! System jest obiektem pożądanym wielu firm na całym świecie, ale także celem konkurencyjnych przedsiębiorstw usiłujących je podrobić. Gwarantuje on nieprzepuszczalność oraz wytrzymałość, ponieważ pokrywa, którą daje się łatwo zamknąć jest odporna na działające na nią siły. Taka ochrona pozwala na bezpieczny transport produktów oraz przechowywanie ich w magazynie. Innowacyjne właściwości systemu zostały potwierdzone podczas licznych testów i ekspertyz. Nasz klient ma szeroki wybór spośród wielu kształtów i różnych pojemności wiader oraz puszek, zawierających ten system.

■ Wasze produkty charakteryzuje nie tylko unikatowa technologia, ale również estetyka wykonania.

– Świadomość estetycznej formy i funkcjonalnych aspektów pozwala nam na projektowanie opakowań na najwyższym poziomie. Dla względów designerskich korzystamy z różnych metod nadruku, m.in. sitodruku czy suchego offsetu, a także technologii IML (In-Mould Labelling), polegającej na wtapieniu elementu w strukturę wyrobu. Standardowym kolorem pojemników jest biały, ale na życzenie klienta może on zostać zastąpiony jedną z ponad 30 barw z palety. Nasze przedsiębiorstwo nadaje kierunek światowym trendom w branży opakowań i tworzy patenty, które wciąż pozostają nie do podrobienia. Zespół inży-



nierów-projektantów sukcesywnie wprowadza nowe rozwiązania konstrukcyjne zapewniające trwałość, wytrzymałość i szczelność opakowań.

■ Stworzył Pan pierwsze w Polsce przedsiębiorstwo produkujące opakowania z tworzyw sztucznych formowane wtryskowo. Kto jest dziś waszym odbiorcą i jaki jest zasięg eksportu?

– Dostarczamy wyroby do blisko 30 krajów na świecie, w tym na Cypr, do Nowej Zelandii czy krajów Afrykańskich. Do samej Wielkiej Brytanii wyjeżdża jedna ciężarówka dziennie. Eksport stanowi 35-40% całej naszej produkcji, a skala dziennej produkcji to około 150 tys. sztuk pojemników różnej objętości i przeznaczenia. Produkty spożywcze, budowlane, chemia gospodarcza, nawozy ogrodowe – dla wszystkich znajdujemy najlepsze rozwiązanie. Na tynk, farbę, masę szpachlową, nawóz do ogrodu, na proszek do prania, karmę dla zwierząt, popcorn, marmoladę czy rybną sałatkę. Na klienta czeka szeroka gama opakowań okrągłych, prostopadłościennych, owalnych oraz cylindrycznych od 0,13 litra do 40 litrów.

■ Jakie nowe wyzwania?

– Dziś jeżeli chodzi o produkty w formie wiader, to nie można już za dużo zrobić. Zaprojektowałem je już praktycznie w każdym kształcie. Teraz nasze nowe kierunki rozwoju to oferta dla wyposażenia gospodarstwa domowego, w tym lunch boxy, zestawy grillowe czy wiadra użytkowe. Zaspokajając potrzeby społeczne produkowanymi masowo przedmiotami, bierzemy udział w kreowaniu gustów i kształtowaniu jakości życia. Opakowania dawno już przestały być tylko elementem chroniącym swoją zawartość, są absolutnie wszędzie, towarzyszą nam w każdej dziedzinie życia, dlatego kolejne wyzwanie to tylko kwestia kreatywnego pomysłu i jego wykonania. Nastąpił estetyczny rozwój opakowania na szeroką skalę, czyniąc go „niemy sprzedawcą”. Obecnie jest ono ważnym elementem sztuki użytkowej. Ponadto mam takie nastawienie, że chce szczególnie wspierać polski rynek, dlatego zapraszam do współpracy rodzimych producentów, razem możemy więcej. Wierzę, że tam gdzie nowoczesność spotyka się z tradycją efektem może być tylko jedno – funkcjonalność w eleganckim wydaniu.

■ Życząc kolejnych 25 lat tak rewolucyjnych sukcesów, dziękuję za rozmowę.

Monika Klimczyk

O sztuce użytkowej, szczęściu, dobrych projektach i walce z czasem rozmawiamy z **Konradem Rumińskim**, projektantem i właścicielem firmy Plast Service Pack

■ W zarządzaniu firmą Plast Service Pack przyświecają Panu 3 wartości – jakość, piękno i użyteczność. Jednak sam początek przedsiębiorstwa nie był tak oczywisty. Proszę opowiedzieć, od czego zaczęła się przygoda z branżą opakowań?

– Na przełomie lat 80. i 90. ubiegłego wieku, jako projektant z wykształcenia i też pasji, projektowałem opakowania do użytku codziennego. Sprzedawałem efekty swojej pracy za granicę do USA, Danii czy Wielkiej Brytanii, jednak zarobki w tamtym czasie były skromne. Na drodze zawodowej pojawił się kolega z Akademii Sztuk Pięknych z Niemiec, który wtedy zajmował się projektowaniem etykiet do opakowań. Zwrócił się z prośbą, żebym opracował 2,5-litrowy pojemnik. Model spodobał się i zlecono wykonanie formy. To wyzwanie popchnęło mnie na nowe tory. Poznałem wtedy dzisiejszego szefa produkcji Plast Service Pack, który podjął się zrobienia formy. Pierwsza wtryskarka stanęła w moim garażu w Magdalenie. Była to inwestycja w niewiadome. Jednak zaryzykowałem. Klienci z Niemiec byli zachwyceni. Zbiegło się to ze zmianami gospodarczo-ustrojowymi w naszym kraju, czyli wprowadzaniem tzw. planem Balcerowicza, który bezpośrednio przełożył się na porażkę tego przedsięwzięcia. Ostatecznie do współpracy nie doszło, ponieważ ceny po denominacji okazały się za wysokie dla zagranicznego inwestora.

■ Zbieg okoliczności postawił Pana przed kolejnym wyzwaniem i odpowiedzeniem sobie na pytanie – co dalej?

– Inwestycja w pierwszą maszynę była już faktem. W tym nie szczęściu miałem trochę szczęścia, ponieważ mogłem liczyć na przyjaciół.

