



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Spersonalizowane torby papierowe na zamówienie: przewodnik po strategii budowania marki dla sklepów, restauracji, wydarzeń i prezentów firmowych

Details

Krótką odpowiedź: Spersonalizowane torby papierowe na zamówienie się opłacają, gdy poziom personalizacji pasuje do zadania torby. Do sklepów o dużym ruchu i dań na wynos wybierz logo w 1 kolorze na brązowym kracie, a do prezentów i wydarzeń – biały lub kolorowy kraft z bogatszym nadrukiem. Rodzaj torby dobieraj do obciążenia, kolor krafta do palety marki, a deklaracje środowiskowe umieszczaj tylko wtedy, gdy masz dokumenty, które je potwierdzają.

Spersonalizowane torby papierowe na zamówienie zamawia się często jak serwetki czy rolki paragonowe: jako pozycję kosztową, wycenianą ponownie raz w roku i rzadko kwestionowaną. Takie podejście pomija to, co torba naprawdę robi. To ostatnia rzecz, której klient dotyka w Twoim sklepie, i pierwszy element Twojej marki, jaki obcy ludzie widzą na ulicy, w holu biurowca czy na konferencji. Ten przewodnik traktuje torbę jako punkt kontaktu z marką. Porównuje poziomy personalizacji, rodzaje toreb i kolory krafta według typu działalności i budżetu, żebyś mógł zdecydować, co nadrukować, zanim poprosisz kogoś o wycenę.



Dlaczego zwykła torba kosztuje więcej, niż oszczędza

Problem: Zwykła torba jest tania, ale nie mówi klientom nic o tym, kto sprzedał im produkt. Popyt na torby kraft szybko rośnie. Grand View Research oszacowało wartość globalnego [rynku papierowych toreb kraft](#)^[1] na USD 4,5 miliarda w 2024 i prognozuje CAGR na poziomie 4,6 % do 2030, przy czym Stany Zjednoczone odpowiadają za 72,1 % przychodów w Ameryce Północnej. Skoro coraz więcej konkurentów przechodzi z plastiku na papier, brązowa torba już Cię nie wyróżnia. Markowa torba papierowa – tak.

Konsekwencje: Nieudana torba zawodzi publicznie. Uchwyt, który rwie się na chodniku, logo, które na brązowym papierze robi się zamazane, albo „ekologiczne” hasło, którego dostawca nie potrafi udokumentować, mogą zaszkodzić marce, którą torba miała promować. Zespoły organizujące wydarzenia mają inny problem: torby z datą, które zostały po wydarzeniu, nie nadają się do ponownego użycia. Zespoły odpowiedzialne za prezenty firmowe przekonują się, że piękna torba z uchwytami z mieszanych materiałów podważa przekaz o zrównoważonym rozwoju, który na niej wydrukowano.

Rozwiązanie: Najpierw strategia, potem specyfikacja. Najpierw określ zadanie torby, dopasuj do niego poziom personalizacji, a dopiero potem wybierz rodzaj torby i kolor krafta. Reszta artykułu omawia te decyzje po kolei.

Spis treści

1. [Co uznajemy za spersonalizowaną torbę papierową?](#)
2. [Jak zbudować strategię spersonalizowanych toreb papierowych na zamówienie w sześciu krokach](#)
3. [Na czym powinien skupić się każdy typ działalności](#)
4. [Porównanie: poziomy personalizacji, rodzaje toreb i kolory krafta](#)
5. [Deklaracje i przepisy, które kształtują projekt](#)
6. [FAQ](#)
7. [Najważniejsze wnioski](#)

Co uznajemy za spersonalizowaną torbę papierową?

Spersonalizowana torba papierowa to każda papierowa torba nośna, która niesie tożsamość Twojej marki poza samą torbę standardową. Obejmuje to różne podejścia: pieczętkę lub naklejkę na torbie bez nadruku, logo w 1 kolorze nadrukowane podczas produkcji, projekt na całej powierzchni oraz wykończenia premium, takie jak tłoczenie folią metalową na gorąco, tłoczenie wypukłe czy barwiony kolorowy kraft. „Na zamówienie” zwykle odnosi się do konstrukcji torby (rozmiar, papier, uchwyt). „Spersonalizowana” odnosi się do tego, co torba komunikuje. W większości firm to decyzja dotycząca marki, a nie konstrukcja, w największym stopniu decyduje o budżecie.

Kraft jest domyślnym surowcem, bo jego długie włókna zapewniają wytrzymałość przy niewielkiej gramaturze papieru, a niebielony brązowy kraft nadal dominuje. Według Grand View Research brązowy kraft odpowiadał za ponad 66,4 % przychodów w 2024.^[1] Wybór białego lub kolorowego krafta jest więc świadomym sygnałem marki, a nie normą.

Jak zbudować strategię spersonalizowanych toreb papierowych na zamówienie w sześciu krokach



Krok 1: Określ zadanie torby

Napisz jedno zdanie: „Ta torba ma służyć do ____.” Odpowiedzi różnią się w zależności od działalności: bezpieczne zanieśenie dania na wynos do samochodu, reklamowanie sklepu przez tydzień po zakupie, nadanie prezentowi wyższej rangi albo dostarczenie uczestnikom czegoś, w czym mogą nosić gadżety. Zadanie torby decyduje, na czym wolno Ci pójść na kompromis. Torba na wynos może poświęcić bogactwo nadruku na rzecz odporności na tłuszcz. Torba prezentowa – nie.

Krok 2: Dopasuj personalizację do tego, jak długo projekt pozostaje aktualny

Projekty ponadczasowe (logo, adres URL, nazwa w mediach społecznościowych) uzasadniają nadruk w serii produkcyjnej, bo każda torba nadaje się do użycia, aż skończy się zapas. Projekty krótkotrwałe (daty wydarzeń, kampanie sezonowe, edycje limitowane) bezpieczniej umieścić na naklejce, wkładce lub zawieszce na ponadczasowej, nadrukowanej torbie. Wiele małych marek idzie etapami, co założyciele opisują na publicznych forach: zaczynają od toreb kraft bez nadruku i naklejek na zamówienie, a gdy sprzedaż się ustabilizuje, przechodzą na torby w pełni zadrukowane.

Krok 3: Projektuj z myślą o ponownym użyciu, nie tylko o drodze do domu

Torba używana ponownie przynosi więcej kontaktów z marką, a także wzmacnia jej argumenty środowiskowe. [Analiza klimatyczna The New York Times^{\[2\]}](#) wykazała, że torba papierowa musi być użyta mniej więcej trzech razy, aby dorównać jednorazowej torbie plastikowej pod względem wpływu na klimat. Analiza w [Entrepreneur^{\[3\]}](#) szacuje tę liczbę na 43 ponownych użycie niebielonej torby papierowej, aby dorównała LDPE pod względem wszystkich wskaźników środowiskowych. Praktyczny wniosek: wytrzymałe uchwyty i projekt, który ludzie chcą nosić ponownie, dają więcej zarówno marketingowi, jak i zrównoważonemu rozwojowi niż jakiekolwiek hasło.

Krok 4: Wybierz rodzaj torby według zawartości

Stoiska gastronomiczne potrzebują toreb z płaskim dnem, które stoją otwarte, sklepy – wygodnych uchwytów, a prezenty – sztywności i wykończenia. Poniższe tabele przypisują każdy rodzaj do

zastosowania. Dokładne wymiary i czytelność pola nadruku opisują sekcje ze specyfikacją na naszej stronie produktu, więc nie powtarzamy ich tutaj.

Krok 5: Wybierz kolor krafta jako decyzję dotyczącą marki

Farba leży na kolorze papieru, więc brązowy kraft przyciemnia większość farb i osłabia jasne tony. Naturalny brąz pasuje do marek rustykalnych, rzemieślniczych i spożywczych. Biały kraft przywraca wierność kolorów markom o ścisłej palecie. Kolorowy lub czarny kraft sprawia, że sama torba staje się kolorem marki, co dobrze sprawdza się przy prezentach i w handlu premium.

Krok 6: Przeprowadź pilotaż, zmierz wyniki, potem skaluj

Zanim zaangażujesz cały budżet, przeprowadź mały pilotaż. Śledź proste sygnały: jak często obsługa pakuje podwójnie, czy klienci proszą o dodatkowe torby i czy widzisz swoje torby poza sklepem. Potem zamień zwycięski projekt w serię produkcyjną. Gdy będziesz gotów określić materiały, projekt graficzny i akceptacje, zajrzyj na stronę [brązowych toreb papierowych kraft ze skręcanymi uchwytami na zamówienie](#) – omawiamy tam każdy krok techniczny oraz zapytanie o wycenę.

Na czym powinien skupić się każdy typ działalności

Detaliści: chodzący billboard

W handlu detalicznym główna wartość torby ujawnia się po przejściu przez kasę, gdy wędruje ulicą, przez centrum handlowe i do domu klienta. Umieść logo wysoko na obu głównych powierzchniach, aby było widoczne, gdy torba jest niesiona na wysokości biodra, i ogranicz przekaz: jeden znak, jeden adres URL. Jeśli prowadzisz w Kalifornii sklepy spożywcze, apteki, sklepy osiedlowe, sklepy z żywnością lub sklepy z alkoholem, torba pełni też funkcję prawną. Zgodnie z SB 1053, [przepisy CalRecycle^{\[4\]}](#) dopuszczają w tych sklepach wyłącznie torby papierowe z recyklingu do pakowania zakupów od 1 stycznia 2026, sprzedawane za co najmniej \$0,10 za sztukę. Torby muszą mieć nadrukowaną nazwę producenta, kraj produkcji i zawartość materiału z recyklingu pokonsumenckiego, a minimalna zawartość materiału z recyklingu wzrośnie do 50 % od 1 stycznia 2028. Zarezerwuj na ten tekst niewielkie pole w projekcie od samego początku.

Restauracje i kawiarnie: najpierw funkcja, potem logo

Żywność i napoje to największe zastosowanie toreb kraft – około 31,6 % popytu w 2025 według [Future Market Insights^{\[5\]}](#). Restauracje mają najmniejszy margines błędu w przypadku wadliwej torby, bo jeden przeciek psuje zarówno posiłek, jak i wrażenie. Elementy marki umieszczaj na zewnątrz, a kwestię kontaktu z żywnością traktuj osobno. W USA papier mający kontakt z żywnością wodnistą lub tłustą podlega przepisom [21 CFR 176.170^{\[6\]}](#). Poproś o deklarację obejmującą gotową torbę, w tym papier, farby, kleje i ewentualne powłoki, a nie tylko rolkę papieru bazowego. Większość dań na wynos jest już zapakowana w pudełka lub owinięta, więc zadrukowana torba nośna zwykle pełni rolę opakowania wtórnego. Daje to większą swobodę w wyborze nadruku na samej torbie nośnej.

Organizatorzy wydarzeń: oddziel treści ponadczasowe od tych z datą

Torby na wydarzenia mają krótki okres aktywnego użycia, ale długie drugie życie, jeśli uczestnicy je zachowają. Nadrukuj na torbie tożsamość swojej organizacji, a nazwę wydarzenia, datę i znaki sponsorów umieść na wkładce, naklejce lub zawieszce. Zapas, który zostanie, trafia wtedy na następne wydarzenie, a nie do pojemnika na surowce wtórne. Dobierz rozmiar torby do największego gadżetu plus materiałów drukowanych i wybierz uchwyty, które będą wygodne przez cały dzień

noszenia.

Zespoły prezentów firmowych: postrzegana wartość każdej torby

W przypadku prezentów torba jest częścią podarunku, więc odczucie materiału ma większe znaczenie niż koszt jednostkowy. Biały lub kolorowy kraft z logo ton w ton wygląda na przemyślany. Dopasuj uchwyty do swojej polityki zrównoważonego rozwoju: skręcane uchwyty papierowe zachowują torbę w całości papierową, natomiast sznurek bawełniany lub wstążka dodają wrażenia premium, ale tworzą torbę z mieszanych materiałów. Ilości zależą od liczby osób i list klientów, więc zamawiaj z zapasem na późniejsze dopiski. Planuj wstecz od daty dostawy i potwierdź czas produkcji, prosząc o wycenę.

Porównanie: poziomy personalizacji, rodzaje toreb i kolory krafta

Poniższe tabele porównują opcje pod względem względnego kosztu i dopasowania. Rzeczywista cena zależy od ilości, rozmiaru, papieru, rodzaju uchwyty i pokrycia nadrukiem, dlatego nie podajemy kwot. Poproś o wycenę, aby poznać liczby odpowiadające Twojemu projektowi.

Poziomy personalizacji według budżetu i zastosowania

Poziom	Jak to wygląda	Względny koszt	Najlepsze dopasowanie	Na co uważać
0 – Torba bez nadruku + dodatek	Standardowa torba kraft z naklejką, pieczętką lub zawieszka	Najniższy	Sklepy tymczasowe, pilotaże, komunikaty na konkretne wydarzenia	Robocizna przy każdej torbie; nierówne rozmieszczenie
1 – Logo w 1 kolorze	Jedna farba, jedna lub 2 strony	Niski	Dania na wynos, kawiarnie, handel o dużym wolumenie	Jasne farby tracą moc na brązowym kraftcie
2 – Wiele kolorów dodatkowych	Od dwóch do trzech dopasowanych kolorów marki	Umiarkowany	Butiki, piekarnie, handel markowy	Każdy dodatkowy kolor to dodatkowa praca przy przygotowaniu i akceptacji
3 – Pełne krycie	Projekt pełnokolorowy lub całopowierzchniowy, często na białym kraftcie	Wyższy	Moda, uroda, premiery marek DTC	Duże pokrycie farbą zmienia wygląd i fakturę papieru
4 – Wykończenie premium	Folia metalowa, tłoczenie wypukłe, kolorowy kraft, uchwyty ze sznurka lub wstążki	Najwyższy	Prezenty firmowe, handel luksusowy, wydarzenia VIP	Mieszane materiały utrudniają deklaracje o nadawaniu się do recyklingu



Rodzaje toreb według zastosowania w firmie

Rodzaj	Profil wytrzymałości	Powierzchnia na markę	Typowi użytkownicy
Torba z płaskim dnem bez uchwytów (SOS)	Stoi otwarta; noszona w ramionach lub w innej torbie	Przód i tył	Piekarnie, delikatesy, apteki
Torba na zakupy ze skręcanymi uchwytami papierowymi	Wygodny chwyt, konstrukcja w całości papierowa	Duże powierzchnie, dobre pod logo	Handel, kawiarnie, wydarzenia, lżejsze prezenty
Torba z płaskimi uchwytami papierowymi	Szeroka podstawa uchwytu przy obszernych ładunkach	Duże powierzchnie	Dania na wynos, obsługa w stylu sklepu spożywczego
Torba z wykrojonym uchwytem	Czysty wygląd; naprężenia skupiają się na krawędzi otworu	Pełne powierzchnie, minimalistyczny wygląd	Odzież, lekkie towary detaliczne
Torba z uchwytami ze sznurka lub wstążki	Sztywny korpus z tektury, wrażenie premium przy noszeniu	Idealna do folii metalowej i tłoczenia wypukłego	Prezenty, luksus, wydarzenia firmowe



Opcje koloru krafta według celu marki

Kolor krafta	Sygnał marki	Zachowanie nadruku	Najlepiej łączyć z
Naturalny brąz	Szczery, rzemieślniczy, ekologiczny	Ciemne farby są dobrze czytelne; pastele i jasne tony wyglądają blado	Kawiarnie, piekarnie, marki z gospodarstw i rzemieślnicze
Biały kraft	Czysty, nowoczesny, wierny kolorom	Najwierniej odwzorowuje kolory marki widoczne na ekranie	Uroda, moda, marki o ścisłej palecie
Kolorowy kraft	Sama torba staje się kolorem marki	Najlepiej z jednym kontrastowym znakiem lub znakiem ton w ton	Prezenty firmowe, handel sezonowy
Czarny kraft	Premium, minimalistyczny	Wymaga kryjącej jasnej farby lub folii metalowej dla kontrastu	Handel luksusowy, wino, prezenty VIP

Jeśli Twoje papierowe torby z nadrukowanym logo muszą bardzo dokładnie odpowiadać kolorowi firmowemu, sprawdź ten kolor na rzeczywistym papierze, zamiast akceptować go z ekranu. Etapy przygotowania grafiki i odbitki próbnej na [stronie produktu](#) wyjaśniają, jak zatwierdzić kolor przed produkcją.

Deklaracje i przepisy, które kształtują projekt

Personalizacja obejmuje także to, co drukujesz o torbie, nie tylko logo. „Nadające się do recyklingu”, „kompostowalne” i „bezpieczne dla żywności” to deklaracje, które wymagają dokumentacji. Dobrym przykładem jest odporność na tłuszcz. [FDA ogłosiła 28 lutego 2024.](#)^[7] że substancje PFAS zapewniające odporność na tłuszcz w papierze do opakowań żywności nie są już sprzedawane na rynku USA. Jeśli Twoje torby na wynos wymagają odporności na tłuszcz, zapytaj, jaka bariera zastępuje te substancje i czy wpływa ona na możliwość recyklingu.

Marki wysyłające towary do Europy muszą stosować się do drugiego zbioru przepisów. Unijne rozporządzenie w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych, (UE) 2025/40, obowiązuje od 12

sierpnia 2026 według [European Sealing Association](#)^[8]. Jego pierwsze obowiązki ograniczają stosowanie PFAS w opakowaniach do kontaktu z żywnością, a wymogi dotyczące możliwości recyklingu i zawartości materiału z recyklingu wejdą w kolejnych etapach. W USA przepisy dotyczące opakowań nadal różnią się w zależności od stanu – tę różnicę [Plastics Engineering](#)^[9] omawia w porównaniu podejść UE i poszczególnych stanów USA. Kalifornijskie prawo dotyczące toreb ma wyraźne uzasadnienie polityczne: jak [Packaging Dive](#)^[10] podał, dane CalRecycle wykazały, że ilość utylizowanych toreb spożywczych i na towary wzrosła o około 47 % między 2014 a 2022.

Wynikająca z tego zasada projektowa jest prosta. Torba w całości papierowa ze skręcanymi uchwytyami papierowymi i bez laminacji z tworzywa jest najłatwiejsza do uczciwego opisania. Każda dodatkowa powłoka foliowa, folia metalowa lub syntetyczny uchwyt utrudnia uzasadnienie deklaracji, więc lepiej mieć krótką, udokumentowaną deklarację niż długą, mglistą.

FAQ

FAQ: Czym różnią się torby papierowe na zamówienie od spersonalizowanych?

„Na zamówienie” zwykle oznacza, że konstrukcja torby jest wykonana na zamówienie: rozmiar, papier, uchwyt i kolor. „Spersonalizowana” oznacza, że torba niesie Twoją tożsamość przez nadruk lub dodatki, takie jak naklejki i zawieszki. Możesz spersonalizować torbę standardową bez zmiany jej konstrukcji, dlatego wiele firm zaczyna od personalizacji na poziomie 0 lub poziomie 1.

FAQ: Czy torby papierowe dla firm się opłacają, jeśli klienci je wyrzucają?

Opłacają się, gdy torba jest używana ponownie. Torba papierowa potrzebuje mniej więcej trzech użyć, aby dorównać jednorazowej torbie plastikowej pod względem wpływu na klimat (New York Times, 2025), a ponowne użycie dodatkowo mnoży kontakty z marką. Wytrzymałe uchwyty i atrakcyjny projekt zwiększają prawdopodobieństwo ponownego użycia.

FAQ: Który kolor krafta zapewnia największą czytelność logo?

Biały kraft daje najwierniejszy kolor. Naturalny brąz sprawdza się najlepiej z ciemnymi, nasyconymi farbami. Kolorowy i czarny kraft wymagają kontrastowej farby lub folii metalowej. W przypadku jasnych lub pastelowych kolorów marki przetestuj je na białym kraftcie, zanim podejmiesz decyzję.

FAQ: Czy kolorowe torby papierowe kraft z uchwytami wpływają na możliwość recyklingu?

Sam kolor papieru zwykle nie jest problemem. Recykling utrudniają laminaty, plastikowe okienka, folie metalowe i uchwyty niepapierowe. Jeśli możliwość recyklingu jest częścią Twojego przekazu, zachowaj torbę w całości papierową i sprawdź akceptację w lokalnym programie recyklingu.

FAQ: Co musi być widoczne na kalifornijskiej papierowej torbie przy kasie?

W przypadku sklepów objętych przepisami (większość sklepów spożywczych, sklepy detaliczne z apteką, sklepy osiedlowe, sklepy z żywnością i sklepy z alkoholem) CalRecycle wymaga, by na torbie widniały nazwa producenta, kraj produkcji i odsetek materiału z recyklingu pokonsumenckiego. Minimalna zawartość materiału z recyklingu wzrasta do 50 % od 1 stycznia 2028.

FAQ: Jak uzyskać cenę i termin realizacji moich toreb?

Cena i czas realizacji zależą od ilości, rozmiaru, papieru, nadruku i uchwytów. Skorzystaj z formularza zapytania o wycenę na [stronie produktu](#), aby uzyskać dane dla dokładnie Twojej specyfikacji.

Najważniejsze wnioski

- **Torby kraft są powszechne, więc to marka Cię wyróżnia** — prognozowany CAGR 4,6 %, 2025–2030 ([Źródło](#))
- **Marki spożywcze to najwięksi nabywcy i potrzebują udokumentowanej zgodności z przepisami o kontakcie z żywnością** — 31,6 % popytu w 2025 ([Źródło](#))
- **Ponowne użycie zamienia torbę w narzędzie marketingu i lepszy wynik środowiskowy** — około 3 użyc, by dorównać plastikowi pod względem wpływu na klimat ([Źródło](#))
- **Pod względem wszystkich wskaźników środowiskowych poprzeczka dla ponownego użycia jest znacznie wyżej** — 43 ponownych użyc w porównaniu z LDPE ([Źródło](#))
- **Kalifornijskie torby przy kasie wymagają miejsca w projekcie na tekst prawny** — 50 % materiału z recyklingu od 2028 ([Źródło](#))
- **Torby spożywcze odporne na tłuszcz potrzebują uzasadnienia bariery bez PFAS** — środki PFAS zapewniające odporność na tłuszcz wycofane z rynku USA od 2024 ([Źródło](#))
- **Eksporterzy do Europy muszą sprawdzić torby do kontaktu z żywnością pod kątem PPWR** — obowiązuje od 12 sierpnia 2026 ([Źródło](#))

Podsumowanie

Najlepsza markowa torba papierowa nie jest najdroższa. To ta, której poziom personalizacji, rodzaj i kolor pasują do jej zadania. Detaliści najczęściej zyskują na ponadczasowych logo, które wędrują razem z torbą. Restauracje powinny stawiać funkcję i dokumentację kontaktu z żywnością przed bogactwem nadruku. Organizatorzy wydarzeń oszczędzają zapas, nie umieszczając na torbie komunikatów z datą. Zespoły prezentowe wydają tam, gdzie odbiorca zauważy to dłońmi i oczami. Gdy strategia jest gotowa, przejdź do specyfikacji, akceptacji projektu i wyceny na naszej stronie [brązowych toreb papierowych kraft ze skręcanymi uchwytami na zamówienie](#) i poproś o porównywalną wycenę.

Źródła

1. [Raport o wielkości i udziałach rynku papierowych toreb kraft, 2025–2030](#) — Grand View Research, opublikowano w listopadzie 2024. [↵](#)
2. [Papier, plastik czy torba wielokrotnego użytku? Porównanie wpływu toreb na zakupy na klimat](#) — The New York Times, 24 marca 2025. [↵](#)
3. [Nie, papierowa torba nie jest zrównoważona - oto rachunek](#) — Entrepreneur. [↵](#)
4. [Wymogi dotyczące toreb w sklepach spożywczych i detalicznych \(SB 1053\)](#) — Kalifornijski Departament Zasobów, Recyklingu i Odzysku (CalRecycle). [↵](#)
5. [Rynek papierowych toreb kraft](#) — Future Market Insights, zaktualizowano w lipcu 2025. [↵](#)
6. [21 CFR 176.170 - Składniki papieru i tektury mające kontakt z żywnością wodnistą i tłustą](#) — Elektroniczny Kodeks Przepisów Federalnych. [↵](#)
7. [FDA ogłasza, że substancje PFAS stosowane jako środki zapewniające odporność na tłuszcz w opakowaniach do żywności nie są już sprzedawane w USA](#) — Amerykańska Agencja ds. Żywności i Leków, 28 lutego 2024. [↵](#)
8. [Unijne rozporządzenie w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych \(PPWR\)](#) — European Sealing Association, październik 2026. [↵](#)
9. [PPWR UE a przepisy stanowe USA: trendy w regulacji opakowań](#) — Plastics Engineering, luty 2026. [↵](#)
10. [Stanowe przepisy o opakowaniach wchodzące w życie w 2026: torby, pianka, PFAS i hotele](#) — Packaging Dive, 2026. [↵](#)

pazdziernika 20, 2026