

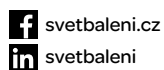
SVĚTBALENÍ

DESIGN
MARKETING
TECHNOLOGIE
LOGISTIKA
PRŮMYSL
RETAIL

Cena: 120 Kč



Přímý vstup na náš web:
www.svetbaleni.cz



Tištěný náklad: **5000 výtisků**

Č. 119 – 4–6/2023

Plast je bez debat nejvýhodnějším řešením



„Vzhledem k tomu, že na našich obalech jsou často vyobrazena zvířata, je naše práce o trochu snazší. Zvířata budí emoce a ty pomáhají marketingu a prodejm,“ říká Pavla Bubák, product development director s odpovědností za obaly společnosti Akinu CZ.

08



Zájem o ofset neklesá

I když je ofsetová technologie dlouhodobě brána jako tiskový standard, na druhé straně se o ní hovoří jako o technologii, která je stále častěji nahrazována digitálním tiskem. Jedná se o pravdivé tvrzení nebo jen stále opakované klišé?

18

Požár posunul balení ryb do nové dimenze



Po požáru v roce 2020 mají nyní v Kralupech nad Vltavou jedno z nejmodernějších zařízení na zpracování ryb ve střední Evropě, kterým každý den „proplují“ tuny zahraničních ryb.

32



Pandemie a inflace dostaly palety do středu dění

V posledních letech náklady na palety rostly, zájem firem sledovat jejich oběh stoupal a větší péče se věnovala servisu a opravám. Od té doby ceny sice poklesly, to však nic nemění na skutečnosti, že paletové hospodářství získalo na důležitosti, která se jen tak nevytratí.

48

Pivo a lihoviny: Inovativním obalům pro pivo a lihoviny na zdraví

Str. 12



PEFC
PEFC/08-01-01

Vytisknuto na papír s certifikací

Obaly z vlnité lepenky do celého světa

Novým spolujednatelům české firmy Nypack v Nýrsku se v roce 2018 stala německá společnost Schumacher Packaging, která dlouhodobě expanduje na zahraniční trhy. Česká republika se po Rakousku, Nizozemsku a Polsku stala dalším státem, kam se německá společnost rozhodla vydat a investovat.



Schumacher je rodinný podnik, který nabízí individuální požadavky zákazníků v obalech z vlnité lepenky. V Evropě dnes zaměstnává více jak 3000 zaměstnanců.

Dnes jsou lepenkové obaly běžně vícenásobně použitelné, vratné a následně plně recyklovatelné. Nýrsko – Schumacher Packaging CZ s.r.o. Místní firma se specializuje na velkoformátové kartonové obaly, především z pěti- a sedmivrstvé vlnité lepenky, která se používá na výrobu extrémně pevných a odolných, převážně exportních, paletových krabic.



Schumacher Packaging Cz



NAŠE NABÍDKA:

KARTONOVÉ OBALY:

- široká nabídka vybraných obalových produktů z vlnité lepenky (hnědé lepenkové krabice, přepravní obaly, prodejní obaly, skládačkové krabice, traye a stojany, dárkové obaly ap.)
- nejlepší cenové relace
- zboží pouze nejvyšší kvality
- vysoce jakostní Flexotisk
- vícebarevný Offset



ANALÝZA OBALŮ

Na přání také prověříme váš celkový proces balení a společně s vámi vytvoříme koncept vedoucí k jeho optimalizaci, jak ve vaší firmě, tak k zlepšení dodávek v oblasti logistiky k vašim zákazníkům.

KONTAKT: Klatovská 627, Nýrsko 340 22
j.kafonkova@nypack.cz
tel. 725 943 264



VYTUNELOVAT SPOTŘEBU

V dubnu se uskutečnil historicky první ročník Czech & Slovak Sustainability Summitu, který si klade za cíl propojit byznys a vědu, a přispět tak svou měrou k myšlence udržitelnosti. Na akci byly představeny desítky projektů, které se věnují udržitelnosti. Některé – mohu-li laicky soudit – byly perfektní, také si dvanáct nejlepších a vybraných odbornou porotou odneslo Hvězdy udržitelnosti.

Velmi se mi líbily myšlenky profesorů Tomáše Cajthamla či Vladimíra Kočího. Jen připomeňme slova, která od nich zazněla: „Dobrý odpad je takový, který nevznikne. Nejsem velký příznivec recyklace plastu, je to hrozně drahé, plast by se měl jednoduše omezit, neprodukovat odpad a změnit myšlení lidí. Odpadu produkujeme opravdu hodně, vždyť si udělejte vlastní obalový audit.“ „Když budeme řešit farmaka, tak není jedinou správnou cestou je odstraňovat z odpadních vod, ale potřebovat jich méně. Pojďme hledat cesty, jak žít zdravěji, abychom tyto látky nemuseli produkovat.“

Na konferencích, kam chodí byznysmeni, jsou vlastně převratná. Zpochybňují samou podstatu fungování firem, tedy jen vytvářet zisk „za každou cenu“. A je pravda, že mnoho firem se minimálně navenek tváří, že zisk už není to hlavní. Chtějí sice vydělávat, ale také mít „dobrou karmu“. Teď jde o to, jak na to zareaguje spotřebitel. Protože to začíná vypadat tak, že už i debata v české společnosti prosakuje z hlediska ekonomiky heretické myšlenky. Ta hlavní by mohla znít asi takto: Chceme-li opravdu něco udělat s ochranou životního prostředí a ponechat tu aspoň něco z našeho relativně ještě slušně „žitého“ života pro další generace, musíme jednoduše snížit spotřebu. Na obzoru nejsou žádné převratné technologie, které by zítra vstoupily do praxe a měnily nikoliv jen povrch, ale podstatu, tedy něco jako jaderná fúze. Zatím jdeme s naším úsilím o ochranu planety těžce po povrchu, a není divu, že se zářné výsledky nedostavují.

Stanislav D. Břeň
šéfredaktor

@ stanislav.bren@atoz.cz

f svetbaleni.cz

in svetbaleni

Více informací o společnosti
ATOZ Group najdete na atoz.cz

Atozpackaging



Tištěný náklad:
5000 kusů

Počet čtenářů:
17 000*

* Počet čtenářů = náklad x 3,4
Vzorec výpočtu stanoven podle nezávislé
výzkumné agentury STEM/MARK.



SVĚTBALENÍ
č. 119 – 4 – 6/2023

Dvakrát za měsíc vám zašleme
vybrané novinky ze s(S)věta balení.
Registrujte se k odběru na
na www.atozregistrace.cz



Svět balení je tištěn na papír s certifikací PEFC,
která zaručuje, že dřevo na výrobu papíru pochází z lesů,
kde se hospodářsky udržitelně. Při likvidaci patří celý
svazek do modrého kontejneru na tříděný odpad.



PEFC
PEFC/08-01-01

Vytištěno na papír s certifikací

OBOROVÉ BALENÍ

Obaly pro pivo a lihoviny:
Stabilní sklo a hliník na výsluní

TISK A ZNAČENÍ

Zájem o ofset neklesá

OBALY A DESIGN

Do skleněných obalů směřuje
více a více recyklátu

VZDĚLÁVÁNÍ

Sustainability Summit potvrdil,
že společná cesta
k udržitelnosti je lepší

OBOROVÉ BALENÍ

Balení čerstvého zboží:
udržitelné, funkční i estetické

NA NÁVŠTĚVĚ

Požár posunul balení ryb
do nové dimenze

ROZHOVOR

Margaréta Nosálová, Coop Jednota Slovensko:
Obal je prvým kontaktem zákazníka s produktem

UDÁLOST

Vítejte doma. interpack
se vrátil po šesti letech

TRANSPORTNÍ BALENÍ

Pandemie a inflace dostaly
palety do středu dění

INOVACE

Nová automatická linka
přetřídí až 81 000 pивních
lahví za hodinu

OBSAH

svetbaleni@atoz.cz
svetbaleni.cz
Více najdete na našem webu svetbaleni.cz



ZPRÁVY



VYŠLO 23. 5.

**Domorodé umění
vypráví příběh
značky na obalu
Palmolive**

Agentura Tweak, která se zabývá designem značek a obalů, začlenila do architektury obalu řady tekutých prostředků na mytí nádobí Australian Extracts od společnosti Palmolive umění domorodců. Na projektu spolupracovala domorodá umělkyně Lani Balzanová. Lahev je vyfukovaná ve společnosti Villawood ze 100% recyklovaných PET preforem vyrobených společností Wellman Packaging a smršťovací obaly jsou potištěné hlubotiskem a dodány společností Fuji Seal.

ZVEŘEJNĚNO 21. 5.

**Firma Smurfit
Kappa vyrobila
dárkovou
krabičku pro
Horseshoe Gin**

Společnost Smurfit Kappa vytvořila dárkovou krabičku pro irský suchý gin Horse-

shoe Distillery. Nová krabička obsahuje etiketu značky ve tvaru diamantu, která je vyříznutá v přední části krabičky. Součástí návrhu pro severoirskou palírnu bylo také vnitřní víko s poutavými výřezy, které pevně drží křehkou lahev.

AGENDA
15/06
Praha

Slavnostní vyhlášení marketingového programu. Večeř a retail Business Mixer na Občanské ploštině.

Podrobnosti na volbe-spotrebitelu.cz a retailbusinessmixer.cz

21/09
Olomouc

Seznamte se pokračování kongresu zaměřeného na farmaceutický trh.

19-20/10
Praha

Jedenáctý ročník obalového kongresu pro český a slovenský obalový trh.

OBAL.KO

Detaily na obalko.cz

Další informace na kongressp.cz

EKO KOM
EFEKTIVNÍ RECYKLACE

sklo barevné
sklo bílé

V CELÉ ČR JE K DISPOZICI VÍCE NEŽ 829 TISÍC BAREVNÝCH NÁDOB NA SEPAROVANÝ ODPAD A 75 % OBYVATEL ČR DO NICH PRAVIDELNĚ SVÉ ODPADY TRÍDÍ.

DO PROCESU ÚPRAVY PRO RECYKLACI NEBO ENERGETICKÉ VYUŽITÍ SE TAK PODAŘILO V ROCE 2022 PŘEDAT 81 % JEDNOCESTNÝCH OBALŮ.

www.ekokom.cz | www.jaktridit.cz | www.trideni.cz



PUBLIKOVÁNO 19. 5.

Kofola a Mattoni 1873 kupují třetinové podíly ve firmě General Plastic



Nápojářské skupiny Kofola a Mattoni 1873 majetkově vstoupily do slovenské společnosti General Plastic, která vyrábí PET vložky a preformy pro výrobu PET lahví. V úterý 16. května podepsaly dodatek ke smlouvě se společností GP Alliance o koupi třetinových podílů. Zbývající třetina akcií zůstává původnímu majiteli, tedy skupině GP Alliance podnikatele Jána Sabola.



NA INTERNETU OD 17. 5.

DS Smith Packaging investuje přes 200 milionů korun do udržitelných obalů

Investice ve výši 8,6 milionu eur, v přepočtu zhruba 202 milionů korun, realizovala v Česku společnost DS Smith Packaging. Do svého závodu v Boleticích nad Labem pořídila novou výsekovou frézu a šestibarevnou tiskárnu. To firmě pomůže průběžně nahrazovat plasty a o 20 % navýšit kapacitu výroby, čímž také zvýší produktivitu. Investice zahrnuje stroj Bobst Mastercut a šestibarevnou tiskárnu Göpfert Flexoprinter. Výseková fréza Bobst Mastercut sníží produkci odpadu a pomůže zefektivnit výrobu obalů, sama by měla vyprodukovat až 25 milionů metrů čtverečních lepenky ročně. Tiskárna Flexoprinter je schopna připravit 14 000 archů za hodinu a mimo jiné tiskne udržitelnými barvami rozpustnými ve vodě. Nasazení obou strojů zvýší výrobní možnosti a zároveň rozšíří kapacitu o dalších 20 %.

VYŠLO 16. 5.



Twinings vydaly prémiovou řadu čajů na oslavu korunovace Karla III.

Agentura Boundless Brand Design vytvořila speciální edici plechovek pro čaje Twinings na oslavu královské korunovace britského krále Karla III. Nové balení je určeno pro sypaný čaj Darjeeling Blend a je na něm zlatou fólií vyobrazené kulturní dědictví britské koruny, které je umístěné na přední straně plechovky. Jde o londýnské Westminsterské opatství spolu s oslavnými prvky, jako jsou trubky, koruny a ohňostroj. Mezi zlatými ornamenty jsou také zakomponované růže, jetel, bodlák a narcis.

PUBLIKOVÁNO OD 14. 5.

PepsiCo osvěžuje design značky Mirinda



Pepsi přišla s redesignem Mirindy, nealkoholického nápoje vytvořeného ve Španělsku v roce 1959 a nyní distribuovaného po celém světě. Nová vizuální identita se začala objevovat letos v květnu na obalech, zboží, reklamách, maloobchodních displejích a odpovídajících sociálních médiích.

Neustávající obalové zpravodajství
SLEDUJTE: WWW.SVETBALENI.CZ
• NEWSLETTER: NEWS@SVETBALENI.CZ
• NAŠI LINKEDIN NEBO FACEBOOK (SVĚTBALENÍ)

svetbaleni@atoz.cz
WWW.SVETBALENI.CZ
www.facebook.com/svetbaleni
Krátké zprávy zpracovali: David Čapek, Adam Falta, Stanislav D. Břeň

LOGISTICS

HOPILOGISTICS.EU

3PL logistics | **Co-Packing** | **Transport** | **Fulfillment**

Váš partner pro 3PL logistiku ve střední Evropě

- SKLADOVÁNÍ, PŘEPRAVA, E-COMMERCE, FULFILLMENT, ETIKETOVÁNÍ A BALENÍ.
- ŘÍZENÁ TEPLOTA PRO FMCG - MRAŽENÉ, CHLAZENÉ, SUCHÉ.
- NA MÍRU VAŠIM POŽADAVKŮM.

Kontaktujte nás ještě dnes!

Lukáš Mār
Key account & Acquisition Manager
+420 608 848 792
Imar@hopi.cz

Marek Žemlička
KBusiness Analytics & Acquisition Manager
+420 739 000 362
mzemlicka@hopiholding.eu



PALEKO CZ

Partner paletového a obalového hospodářství

- Výkup a prodej palet
- Výroba a oprava palet
- Výkup a prodej gitterboxů
- Výroba dřevěných obalů
- Likvidace dřevního odpadu
- Udržitelnost a recyklace
- Autodoprava
- EUR palety odpovídající přísným licenčním předpisům UIC a EPAL



KONTAKT: WWW.PALEKO.CZ palety@paleko.cz

Pavla Bubák

Akinu CZ

Fotografie aktivního nebo roztomilého zvířete na obalu vypadá jako ten ideální motiv, který osloví chovatele, aby zboží koupil. „Vzhledem k tomu, že na našich obalech jsou často vyobrazena zvířata, je naše práce o trochu snazší. Zvířata budí emoce a ty pomáhají marketingu a prodávajícím,“ říká Pavla Bubák, product development director s odpovědností za obaly společnosti Akinu CZ, která se zabývá prodejem a vývojem sortimentu pro domácí mazlíčky.

Stanislav D. Břeň
@ stanislav.bren@atoz.cz
f svetbaleni.cz
in svetbaleni

Svět balení:
Letos slavíte 30 let na trhu. Do jaké podoby se za tu dobu firma vyvinula?

Pavla Bubák:
Začalo to nadšením mladého manželského páru a skrze jejich velké pracovní nasazení, ale také různé vzestupy a pády se Akinu propracovalo ke své současné podobě sebevědomé moderní firmy. Máme svoji tradici, hodnoty, vízi a za sebou celou řadu produktů, které zákazníci a jejich mazlíčci mají rádi. Jdeme cestou optimalizace procesů a celkové efektivity. Po přesunu ze starého třípodlažního mlýna v Neratovicích jsme zakotvili v bývalém cukrovaru v Dolních Beřkovicích, kde dostavujeme moderní areál vhodný pro všechny zaměstnance a naplňující logistické potřeby společnosti. Protože je pro nás ekologická stopa důležitá, zejména v posledních dvou letech jsme investovali nemalé prostředky do opatření vedoucích ke snížení energetické náročnosti provozu areálu. A podařilo se nám na roční bázi docílit úsporu okolo 45 procent proti výchozímu stavu. Jsme odborníky na pamlsky, jichž máme širokou škálu a vybere si i ten nejnáročnější zákazník. Při vývoji produktů sledujeme nejnovější trendy. Dalším posunem je schopnost obsluhovat jiné prodejní kanály, než je klasická retailová síť, tedy e-commerce. Našemu e-shopu dáme letos moderní tvář, aby zákazník mohl nakupovat co možná nejpohodlněji. Dále posílujeme export. Zkrátka snažíme se být, pokud možno, co nejrozšířenější. A co je nejdůležitější, vážíme si našich zaměstnanců, spousta z nich je s námi od samého začátku fungování společnosti, to je skvělé a o něčem to vypovídá.

Svět balení:
Jaký máte tržní podíl?

Pavla Bubák:
Jak jsem zmiňovala v předchozí odpovědi, jsme odborníky zejména na pamlsky. Naši sílu v této kategorii potvrzuje i nejnovější průzkum Euromonitor, podle kterého jsme na třetím místě na českém trhu. Stejně tak dodáváme jeden z nejprodávějších pamlsků na trh v Litvě.

Svět balení:
V roce 2021 jste dosáhli obrát 343 milionů korun. Loňský rok přinesl po pandemickém boomu e-commerce jisté vystřízlivění a některé e-shopy obtížně vyprodávaly velké zásoby. Jak se vám podařilo zvládnout přechod do běžného provozu?

Pavla Bubák:
Tady vás asi trochu vyvedu z omylu, jelikož e-shop sice máme, posílujeme ho a modernizujeme, ovšem není to náš hlavní prodejní kanál. Jsme rozkročení od tradičního trhu přes e-commerce až po moderní retail, který je naším nejsilnějším odbytištěm. Každopádně, abych se vrátila k otázce, e-shop rostl i v roce 2022, i když samozřejmě ne tak strmě jako v pandemickém období. Tím, že e-shop není naším jediným prodejním kanálem, ani hlavním, jsme se zásobami neměli problémy. Pet food je opravdu skvělým segmentem, který stabilně a neustále roste, a to nejen v naší české kotlině, ale i na světovém trhu. Samozřejmě se nacházíme ve velice nestabilní době a válka na Ukrajině se dotkla i pet foodu, a to nemálo.

Svět balení:
V jakém směru?

Pavla Bubák:
Vše se zdražovalo, proběhlo několik vln růstu nákladů. Přesto jsme zatím stabilní a doufáme,

že už bude lépe. Ovšem otázkou je, jestli cenové nárusty ustojí spotřebitel, jelikož se ceny zvedaly přes celý trh nejen v petu.

Svět balení:
Jakou roli hrají obaly ve vašem marketingovém mixu?

Pavla Bubák:
Obal je jedním z hlavních prodejních parametrů produktu, vedle ceny či umístění. Produkt by měl zaujmout a měl by být, zejména na přední straně, dobře popsán a vyvolat emoci, aby byl prodejní. Vzhledem k tomu, že součástí našich obalů jsou často zvířata, je tato práce pro nás o trochu snazší. Jak víme, zvířata budí emoce a ty opět pomáhají

„Mám dojem, že v zájmu ekologie se vždy vyhlédne možná za první roh, ale dál se již nikdo nedívá.“

Plast je bez debat nejvýhodnějším řešením



CV v kostce
Pavla Bubák

Ve firmě Akinu CZ pracuje šest let. Začínala jako nákupčí, později se přesunula na pozici sales director a nyní působí na postu product development director s odpovědností za obaly. V letech 2013 až 2017 pracovala ve společnosti Arnold Czech Republic jako category manager pro pet food. Jejím předchozím působištěm byl řetězec Tesco Stores, kde pracovala v letech 2008 až 2012. Vystudovala Západočeskou univerzitu v Plzni.

Pavla Bubák, product development director s odpovědností za obaly, Akinu CZ
Foto: Akinu CZ

Akinu CZ na webu:
akinu.cz
akinu.cz
akinu.cz



Vedle udržitelnosti a ekologie u obalů, které firmy téměř unisono vyzdvihují, se trendy oboru týkají osobitého designu – od návratu do starých časů po využití rozšířené reality. Pivní obalové novinky se zaměřují na nápoje v plechu a nealko segment.

OBALY PRO PIVO A LIHOVINY: STABILNÍ SKLO A HLINÍK NA VÝSLUNÍ

Stanislav D. Břeň

@ stanislav.bren@atoz.cz
f svetbaleni.cz
in svetbaleni

Situaci na trhu s pivem sleduje Český svaz pivovarů a sladoven (ČSPS), podle něhož nepříliš loňský rok tak výrazně oživení, jak se očekávalo. Celkový výstav piva v roce 2022 v Česku sice meziročně vzrostl o 945 000 hektolitrů na 20,5 milionu hektolitrů, i tak ale zůstává výrazně pod úrovní roku 2019. Na domácí trh směřovalo celkem 15,6 milionů hektolitrů, což je o milion hektolitrů méně než v roce 2019, posledním před pandemií.

Celkovou konzumaci piva v přepočtu na obyvatele ovlivnil i pomalý návrat hostů do restaurací. Zůstává na historicky nejnižších úrovních za poslední desítky let (s výjimkou dvou covidových). Spotřeba čepovaného piva loni meziročně vzrostla o pouhých šest procentních bodů v porovnání s rokem 2021. Zatímco ještě v roce 2009 se téměř polovina piva zkonsumovala v hospodách a restauracích, vloni to bylo jen 31 %. České pivo se stále těší oblibě v zahraničí. Vývoz vzrostl meziročně o 2 %, a vrátil se tak na historicky nejvyšší úroveň 5,4 milionů hektolitrů srovnatelnou pouze s rokem 2019.

Už desátým rokem roste obliba nealkoholického piva včetně ochucených variant. V loňském roce se ho vyrobilo celkem 1,3 milionu hektolitrů, což je meziročně o 13 % více a historicky zatím nejvyšší objem. Pivovary proto rozšiřují nabídku nealkoholických piv, které nabízejí v různých příchutích.

SKLENĚNÁ LAHEV VEDE

Jak informuje ČSPS, zůstává nejčastěji využívaným pivním obalem s podílem 39 % z celkového výstavu skleněná lahev. Jedná se o mírný pokles ve prospěch sudů, které zaujaly téměř třetinový podíl (31 %), a to především díky korekci podílů po znovuootevření gastronomie v loňském roce. Pivo v PET lahvích zaznamenalo pokles z 10 % na 8 %. Zájem o pivo v plechovkách se příliš nezměnil, připadá na ně 19 % celkového výstavu.

Data společnosti NielsenIQ mapující období únor 2022 až leden 2023 na českém maloobchodním trhu včetně čerpacích stanic také potvrzují dominantní postavení pivních lahví v obalovém mixu. Piva ve vratném skle se podílejí 57,1 % na celkovém objemu prodeje (s meziročním poklesem -5,4%). Za dvanáct měsíců narostl

výz nam piva v plechu o čtyři procentní body na 30 %. „Jako jediný segment, v porovnání s pivem ve vratném skle a v plastu, vykázal rostoucí trend plus třináct procent,“ doplňuje analytička Zuzana Secheterová. Prodeje piva v plastu podle měření NielsenIQ dlouhodobě klesají, ve sledovaném období poklesly o 16,2 %.

Ze spotřebitelského panelu společnosti GfK vyplynulo, že více než dvě pětiny veškerých výdajů domácností na kategorii alkoholických nápojů

INTELEKTUÁLNÍ A INTERAKTIVNÍ BALENÍ PIVA A LIHOVIN

Senzory a monitory: Inteligentní obaly mohou obsahovat senzory, které monitorují teplotu, světlo nebo vlhkost, což pomáhá udržovat optimální podmínky pro uchování a konzumaci nápoje. Tyto informace mohou být předávány spotřebiteli nebo prodejcům a pomáhají zajišťovat kvalitu a čerstvost produktu.

Rozšířená realita (AR) a interaktivní etikety: AR technologie může být využita k vytvoření interaktivních etiket a obalů, které poskytují spotřebitelům bohatší zážitek s produktem. Skrze AR mohou zákazníci získat informace o historii nápoje, výrobním procesu, doporučeních pro párování s jídlem nebo akčních nabídkách. Tato interakce nejen zvyšují angažovanost spotřebitelů, ale také posilí jejich vztah se značkou.

QR kódy a NFC tagy: Mohou být umístěny na etiketách nebo obalech, čímž se poskytne snadný přístup k informacím o produktu, hodnocení, recepturách nebo marketingových kampaních. Spotřebitelé mohou jednoduše naskenovat kód nebo přiložit svůj chytrý telefon k NFC tagu, což jim umožní interagovat s produktem a značkou.

Tlačítka a displeje: Některá inteligentní balení mohou zahrnovat vestavěná tlačítka nebo displeje, které umožňují spotřebitelům aktivovat funkce nebo získat informace o produktu. Například, tlačítko na obalu může aktivovat chladicí prvek, který udržuje nápoj chladný, zatímco displej může zobrazovat informace o teplotě nebo uplynulém čase od otevření láhve.

Adaptivní obaly: Inteligentní balení může také zahrnovat adaptivní prvky, které se mění podle vnějších podmínek nebo potřeb zákazníka. Příkladem mohou být obaly, které mění barvu podle teploty nápoje, upozorňují na uplynutí trvanlivosti nebo přizpůsobují svou velikost a tvar pro snadnější přepravu a skladování.

Zdroj: Obalový institut Syba

(pivo, víno, fortifikované víno, šampaňské, sekty a šumivá vína, míchané alkoholické nápoje i s jejich dětskými variantami, lihoviny, destiláty, likéry a aperitivy) za rok jde na pivo. Devět z deseti českých domácností si během roku pivo zakoupí minimálně jedenkrát, během prosince je to sedm z deseti. Dalším druhem alkoholického nápoje, na které směřuje velká část výdajů domácností, jsou lihoviny. Za rok je to skoro třetina výdajů na celou kategorii. Alespoň jednou za rok si nějaký druh lihoviny koupí 8 z 10 domácností, během prosince je to pak 6 z 10. Vánoční svátky jsou pro nákupy lihovin nejsilnějším obdobím, výdaje českých domácností na lihoviny převyšují výdaje za pivo. Spotřebitelský panel uvádí roční data za období leden–prosinec 2021 a srpen 2021–červenec 2022.

Foto: Des-Recits Gym, Unsplash

**USILUJEME
O ZÁLOHOVÁNÍ
PET A PLECHOVKY**

„Hlavní trendy v obalové kategorii nikterak nevyčnívají ze strategie rozvoje pivovaru. Pivo chceme balit kvalitně – s důrazem na kvalitu piva – udržitelně a ekologicky přijatelně,“ říká technolog balení v Budějovickém Budvaru Jan Novák. S tím souvisí hledání úspor obalového materiálu (např. redukci spotřeby ovínovací fólie nebo etiketovacího lepidla) s využitím moderní obalové technologie a technického vybavení a dále pak odlehčování obalů, snížení uhlíkové stopy a podpora cirkulární obalové politiky formou zálohování plechovek a vratných obalů (lahví a sudů). V neposlední řadě se snižují energetické a materiální náklady na stáčení piva.

Vratné obaly mají v obalovém portfoliu Budějovického Budvaru přednostní význam, používají se také obaly s vysokým podílem recyklovaných surovin. „Jde zejména o plechovky, které obsahují v průměru okolo sedmdesáti procent recyklovaného hliníku, smršťovací fólie a kartonáž,“ doplňuje Jan Novák.

Prodeje společnosti Heineken Česká republika kopírují trend rostoucí atraktivitu nápojů balených v plechovkách. „Tento trend pozorujeme už několik posledních let. Naopak prodeje piva především v PET lahvích dlouhodobě spíše klesají,“ konstatuje Dita Vašíčková, corporate-affairs manager v Heineken Česká republika. Asi čtvrtinu prodeje tvoří pivo v sudech a cisternách (tancích). Firma sleduje vývoj na trhu a nové obalové trendy, zaměřené hlavně na zlepšení kvality a udržitelnost. „V našich PET lahvích už nyní používáme 25 procent recyklátu a testujeme kvalitu při dalším navýšení. Intenzivně se zabýváme snížením spotřeby plastů a redukcí karbonové stopy ve výrobě i logistice,“ uvádí Dita Vašíčková.

„Zatímco v roce 2017 tvořily plechovky necelých 14 procent všech obalů Prazdroje, loni to už bylo 26 procent a staly se tak naším třetím nejprodávanějším obalem,“ komentuje pozici plechovek obchodní ředitel Plzeňského Prazdroje Tomáš Mráz. Kromě rostoucího zájmu spotřebitelů o tento druh obalu vnímá pivní výrobce jako dlouhodobě nejžádanější vratné lahve, které tvoří bezmála 40 % procent prodeje, na druhém místě jsou pak sudy. Firma usiluje o maximální cirkularitu obalů, aby byly v co největší míře vratné nebo znovu použitelné. „I proto jsme v roce 2021 s dalšími nápojovými firmami v Česku spoluzaložili iniciativu pro zálohování, která otevřela dialog o zavedení plošného zálohového systému na PET lahve a plechovky,“ vysvětluje Tomáš Mráz. S ohledem na snížení uhlíkové stopy obalů podporují zálohový systém na oba druhy obalů také v Heinekenu.

Udržitelnost zajímá i Palírnu u Zeleného stromu. „Udržitelná řešení jsou významným tématem. Dodavatelé etiket a kartonáže pracují již zcela běžně s digitálními technologiemi, což je pro nás jako zadavatele velmi komfortní a nejsme omezeni kreativitou a ani množstvím. Navíc kartonáž se již vyrábí technologií a z materiálů s nižší uhlíkovou stopou“ pochvaluje si Boris Rajdl, marketingový manažer Palírny u Zeleného stromu.



**UDRŽITELNOU
ANO, ALE ZA
STEJNOU CENU**

Test, jehož cílem bylo změřit vliv udržitelného obalu na ochotu spotřebitelů vybrat si výrobce v tomto obalu a připlatit si za něj, zrealizovala výzkumná společnost Ipsos.

čtyři česká výčepní piva byla připravena „udržitelná“ varianta plechovky s nápisem „Plechovka vyrobená z již použitých plechovek“. Sedm set účastníků testu mohlo volit mezi ní, pivem v aktuální plechovce a udržitelnou variantou podpořenou dalším výrazným nápisem „Udržitelná novinka“.

Výsledky studie přináší potvrzení zájmu o udržitelné plechovky, ovšem při zachování stejné ceny produktu. Komunikace udržitelnosti obalu přináší konkurenční výhodu. Umožňuje navýšení prodeje na úkor těch značek, které udržitelnost nepropagují. Přesto platí, že za výčepní pivo v „udržitelné plechovce“ byli spotřebitelé ochotni v testu připlatit pouze 1–2 % z původní ceny. Udržitelnost tak sice zvyšuje preferenci značky, nicméně podle závěru studie neumožňuje navýšit cenu produktu, a to přinejmenším v kategorii výčepního piva.

Rezonující celospolečenské téma udržitelnosti ale naznačuje, že jít touto cestou je přínosem pro posílení značky. „Výzkumy Ipsos navíc ukazují, že v rámci populace existují segmenty spotřebitelů, které mají vyšší míru obav o stav životního prostředí a jsou ochotny si za „udržitelnost“ připlatit – přinejmenším ve vybraných kategoriích,“ argumentuje Michal Štěpánek, executive director Ipsos MSU&BHT, proč by se značky měly na udržitelnost zaměřit.

„Udržitelnost bude i nadále hrát důležitou roli v oblasti balení piva a lihovin. Výzkum a vývoj nových, ekologicky šetrnějších materiálů a způsobů balení povedou k většímu využití recyklovatelných a obnovitelných zdrojů, které sníží negativní dopady na životní prostředí,“ domnívá se Iva Werbynská, ředitelka Obalového institutu Syba. A doplňuje: „V budoucnu se tedy můžeme těšit na stále inovativnější, bezpečnější a zážitkovější balení piva a alkoholu, které uspokojí potřeby a přání zákazníků, zatímco bude šetrnější k naší planetě a jejím zdrojům.“

VARIACE SKLENĚNÝCH LAHVÍ
Na vzestupu se ocitají skleněné obaly v segmentu malých balení. „Skleněné obaly pro mini spirit jsou stále více a více žádané. V Evropě je už několik měsíců velmi vysoký převis poptávky nad nabídkou a sklárny nedokážou pokrývat všechny potřeby na trhu,“ seznamuje se aktuálně

ním stavem Radek Kiesel, sales area manager ze společnosti Stoelzle Union. Hlavní hybnou silou obliby obalového skla vidí ve stále se zvyšujících se nárocích na stabilitu a chemické vlastnosti obalů pro potraviny, léky, potravinové doplňky nebo nápoje, kdy sklo většinou vychází z tohoto souboje jako vítěz.

Stěžejní odbytiště sklárna nachází v Německu, Francii a Itálii a stejné klienty beze změny portfolia obsluhuje již dvanáct až patnáct let. „Segment je tedy konzervativní. V miniaturkách se ale začíná projevovat snaha o unifikaci, čímž však značky ztrácejí na autenticitě,“ upozorňuje Radek Kiesel.

„V oblasti obalového designu piva lze pozorovat několik hlavních trendů. Jedním z nich je návrat k tradičním vzhledům, které evokují historické obaly piva. Reflektuje zájem spotřebitelů o autentičnost a řemeslnou výrobu piva a také patřičnou chuť,“ říká Regína Bělohoubková, tisková mluvčí společnosti Vetropack Moravia Glass. Vedle zmíněného se používá minimalistický design a čisté linie pro moderní a elegantní vzhled. „Často se doplňuje jasnými a výraznými barvami, které zvýrazňují značku a odlišují ji od ostatních nebo pomáhají startu nových piv – aktuálně typu IPA nebo IPL,“ doplňuje Regína Bělohoubková.



Karol Domisch
trade marketing manager
Pernod Ricard Slovakia

**„DO POPREDIA SA DOSTÁVA
OPAKOVANÉ POUŽITIE SKLA“**

Najvýraznejšie vnímame nárast balenia nápojov do plechoviek – či už sa to naše vlastne výroby Beefeater, Jameson, Absolut, Malibu, alebo sú to výrobky od konkurenčných firiem. Zväčša ide RTD (ready to drink), čiže hodové miešané drinky. Na trh sa dostávajú každý mesiac nové a nové produkty v tomto prevedení. Vo svete spoločnosť Ecospirits plní spirity od rôznych výrobcov do opakovane naplniteľných „bandasiek“, a tak minimalizujú odpad, ktorý tvoria fľaše a kartóny. Ďalším trendom, resp. pokusom o ekologické balenie je papierová fľaša od Absolut, čo by sa v budúcnosti tiež mohlo stať nástupcom sklenených fliaš. Stále viac sa dostáva do popredia opakované použitie skla, čím sa prezentuje väčšina výrobcov – a to tak, že práve ich fľaše sú vyrobené zo skla s vysokým podielom recyklovaného skla.

Pivní obaly se zároveň přizpůsobují individuálnímu vkusu a preferencím spotřebitelů – např. s využitím grafiky inspirované uměleckými styly, regionálními motivy nebo místní kulturou. „Celkově lze říci, že zásadní trendy v obalové kategorii piva se zaměřují na autentičnost, moderní design, udržitelnost a personalizaci. Odrážejí zájem spotřebitelů o výjimečnost a individuální zážitek při výběru a konzumaci piva,“ shrnuje Regína Bělohoubková.

PROTI PADĚLKŮM
Významným trendem zejména u globálně zavedených značek piva a lihovin je posilování odolnosti proti padělání v balení piva a alkoholu. „Padělání alkoholu představuje celosvětový problém s vážnými dopady na ekonomiku, reputaci značek a zdraví spotřebitelů. Aby se

zabránilo padělání a zajišťovala ochrana značky a kvality produktu, balení piva a alkoholu se stále více zaměřuje na zabezpečení a odolnost proti padělání,“ říká Iva Werbynská. Používá se hned několik technik. Hologramy jsou obtížné reprodukovatelné a nabízejí vysokou míru ochrany proti padělání. „Mohou být použity na etiketách, uzávěrech nebo samotných obalech a poskytovat vizuální zabezpečení, které je snadno identifikovatelné pro spotřebitele a obtížné padělatelné pro padělatele,“ vysvětluje Iva Werbynská.

Dále se využívají technologie RFID nebo NFC, které mohou být integrovány do obalů či etiket, což dává příležitost pro jednoduchou autentizaci a monitoring produktu v dodavatelském řetězci. Spotřebitelé mohou ověřit pravost produktu

inzerce

Nová řada Zünd Q-Line s BHS180

Ocenění Red Dot Award 2023 za design plotru Zünd Q 32-32 D

S novou řadou Q-Line s BHS180 a UNDERCAM zvýšila společnost Zünd laťku průmyslové výroby z palety na paletu. Díky inteligentní technologii řízení a vysoké úrovni automatizace je Q-Line s BHS180 špičkovým řešením pro digitální řezání ve své třídě.



...víme jak

díky čteče v chytrém telefonu. Iva Werbynská zmiňuje také speciální tiskové techniky: „Některé tiskové techniky, jako je mikrotisk nebo termochromický tisk, jsou nákladné a vyžadují speciální vybavení, což ztěžuje padělení. Tyto techniky mohou být aplikovány na etikety nebo obaly, čímž se zvyšuje bezpečnost produktu.“

NOVINKY NA TUZEMSKÉM TRHU

Nejprogressivnějším pivním obalem Budějovického Budvaru z posledních let je hliníková plechovka. „Budvar disponuje jednou z nejmodernějších stáčíren, která umožňuje stáčet pivo s maximální efektivitou a péčí o kvalitu ve čtyřech různých objemových formátech tohoto balení,“ říká Jan Novák. Hlavní inovací v segmentu plechovkového piva bylo zavedení papírových cluster-pack spolu se zprovozněním nové stáčecí linky.

Modernizací a sjednocením vizuální podoby prošla značka Pivovarů Staropramen Braník. Nový odlehčený design bez přebytečných informací a efektů má odlišit nápojové obaly – lahve a plechovky – na prodejních regálech. Cílem bylo modernizovat značku, sjednotit design a podpořit konzistenci brandingů.

Velkou část novinek pro retail tvoří u Plzeňského Prazdroje nápoje v plechovkách, což koresponduje s jejich zvyšující se oblíbeností v posledních letech. V letošním roce uvedl například tři nové nealkoholické radlery Birell v plechovkách ve variantách Mango & Citrón, Borůvka & Brusinka a Mandarinka & Yuzu – se sníženým obsahem cukru. Zároveň jsou vyrobeny bez použití umělých sladidel, barviv či konzervantů. V plechovce Prazdroj nabízí rovněž nové nealkoholické pivo Kozel Nealko. Novinkou zároveň re-



Adriana Pevná
brand manager
Slovakia
Staropramen –
Slovakia

**„VNÍMAME NÁRÁST
PODIELU VRATNÝCH
SKLENENÝCH FLIAŠ“**

Na slovenskom trhu s pivom vnímame niekoľko zaujímavých trendov. Jedným z nich je nárast podielu vratných sklenených fliaš a súčasne klesajúci podiel plechoviek a plastových fliaš v roku 2022. Tento trend je v súlade s celosvetovým nárastom záujmu o udržateľnosť a snahou minimalizovať negatívny vplyv na životné prostredie. V januári 2022 bol na Slovensku zavedený nový zálohový systém pre plechovky a plastové fľaše, čo tiež ovplyvnilo vývoj obalových trendov v tomto roku. Všeobecne platí, že spotrebiteľia sú stále citlivejší na environmentálne faktory a zároveň chcú praktické balenia vhodné pre okamžitú spotrebu. Očakáva sa, že v budúcnosti zostanú v kanáli offtrade dominantné obaly plechovky a podiel vratných sklenených fliaš bude naďalej mierne rásť. V horeca segmente zostáva dominujúcim balením vratný sud.

aguje na ďalší trend – kategorie nealkoholického piva je v Česku dlouhodobě nejrychleji rostoucí pивní kategorií. Podíl (včetně nealko radlerů) firma vyčísľuje na více než sedm procent.

Jako oživení pro spotřebitele nabízí Palírna u Zeleného stromu menší balení s více druhů lihovin od jedné značky, např. degustační balení rumu Heffron 3 x 0,2 litru. „V záplavě dárkových obalů pro lihoviny jde o atraktivní obal s jiným než klasickým pojetím designu. Funguje nám dobře vizualizace prostřednictvím laserového výřezu,“ zmiňuje Boris Rajdl. Netradiční, laserový výřez výrobku je na dárkovém balení whisky Stará žitná myslivecká s brandovanou skleničkou. Palírna představila také nový design a jméno značky Blend 42 Vodka, která se nově distribuuje pod jménem B42V Eccentric Vodka. „Neměníme strategický positioning, ale trh a konkurence se vyvíjejí a my nechceme, aby značka ustrnula a stala se z ní retro vodka,“ vysvětľuje brand ma-

nažer Jan Sedláček důvody, které vedly Palírnu U Zeleného stromu k novému vizuálnímu stylu. Lahve dostala štíhlý asymetrický tvar a má nový uzávěr guala, obsahující mechanismus s ventilem, který dobře reguluje průtok. Díky tomu nedochází k přelévání rysek a zbytečným ztrátám. Společně s lahví prošla redesignem také etiketa, která má nyní minimalističtější design. Za vzhledem etikety, jejíž dominantní barvou je metalická modrá, kterou u jednotlivých příchutí Fire a Air doplňuje metalická červená a metalická zelená, stojí designér Martin Zouhar. Ten ji opatřil prvky třířad kapek, které znázorňují, že se jedná o blend tří obilných lihů.

Český přírůstek má řada limitovaných designů tuby filipínského rumu Don Papa. Návrhu se zapojením rozšířené reality se ujala výtvarnice Eliška Podzimeková. Po namíření mobilního telefonu na tubu se skrze aplikaci Artivive několik ilustrací rozpožhybuje a přiblíží pozorovateli tajemství filipínské džungle. Do mobilní aplikace konzumenty zavede i obal guatemalské značky Botran. Aplikace nabízí animaci s ucelenými informacemi o původu, destilaci, zrání rumu a jeho následné cestě do zemí celého světa. Sdělí informace o vztahu k životnímu prostředí a udržitelnosti a popis dvanáctileté, patnáctileté a osmnáctileté varianty. Obě značky patří do obchodního portfolia společnosti Ultra Premium Brand.

Společnost Stock Plzeň Božkov na konci března představila třtinový rum z Dominikánské republiky značky Republica Solera. „Nový rum je výjimečný díky metodě Solera, která nebyla v portfoliu Božkov Republica, ale ani u jiných značek v této cenové kategorii, doposud využívaná,“ říká Petra Lišková, master blender společnosti. O etiketu se postarala firma Fiala & Šebek. Firma představila také dvě nové příchutě vodky Amundsen – Essences Mango a Orange. Lahve jsou vybaveny speciální fólií, která se mění podle úhlu pohledu, a tím způsobí, že vypadají pokaždé trochu jinak.

INSPIRACE ZE ZAHRANIČÍ

A podíváme se ještě na několik novinek do zahraničí. Bristolská palírna 6 O'clock Gin



Boris Rajdl
marketingový
manager
Palírna u Zeleného
stromu

„UVIDÍME ZA PÁR LET“

Kategorie lihovin se zatím tváří seriózně a odolává různým inovativním materiálům, jako jsou například tenký polyetylen, vratné obaly, obaly pro opětovné naplnění nebo dokonce recyklovatelné papírové lahve. Nicméně, někteří koneční spotřebitelé jsou již ochotni experimentovat, avšak je jich zatím málo. Uvidíme za pár let.

zase představila sáčky na gin pro svou značku London Dry. Nové sáčky o objemu 700 ml jsou určeny k přelévání do modrých lahví 6 O'clock Gin London Dry. Recyklovatelné plnicí sáčky lze poté vrátit do palírny k recyklaci prostřednictvím bezplatné poštovní služby nebo je odevzdat na určeném místě TerraCycle UK. „Naše prázdné 700mililitrové lahve váží každá přibližně 650 gramů a následně emise oxidu uhličitého činí zhruba 812 gramů. Pro srovnání, sáček váží pouhých 30 gramů, což má za následek pouze 46 gramů CO₂. To znamená, že mezi oběma způsoby je obrovská úspora 94,4 %, a to na jednu lahev. Při přepočtu na množství ginu, které se ve Velké Británii ročně vyrobí, je zřejmé, jak moc jsou sáčky pro životní prostředí výhodnější,“ říká marketingový ředitel palírny Tom Fowkes.

Studio Appartement 103 navrhlo obal pro novou značku ginu Big Kahuna společnosti Perola Spirits s příchutí ananasu. Rebrand zahrnoval návrh tvaru a podoby lahví, uzávěrů na míru, vizuální identitu a grafický návrh přepravních obalů. Zatímco ginu při spotřebě v lahvi ubývá, sklo odhaluje reliéfní vnitřní vzor, který dává tušit ananasové ovoce. Této inovace dosáhl Appartement 103 tým, že reliéfní skleněný vzor byl vytvořen uvnitř lahve, nikoliv vně, jak bývá zvykem. Celkový tvar je doplněn na míru vyrobeným laserem gravírovaným uzávěrem.



Regína Bělohoubková
tisková mluvčí
Vetropack
Moravia Glass

**„ZÁLEŽÍ NA LOKACI,
KAM SE PIVO BUDE
EXPORTOVAT“**

Trendem mohou být místní očekávání a zvyklosti v závislosti na lokaci, kam se pivo bude exportovat. Rozhodující může být i pohled přenosu designu například z 500mililitrové lahve na 330 mililitrů, při maximálním úsilí využít stávající vybavení lahvozny, dopravní cesty, plnicí, kontrolní přístroje. A samozřejmě s minimální přestavbou linky.

Designová agentura Lewis Moberly vytvořila strukturální a grafický design pro 42letou whisky The Glenrothes. Design čerpá inspiraci z geografických kontur The Glenrothes Speyside Estate, kde čtyři sudy s whisky odpočívají 42 let. Lahve je foukaná a ručně dokončovaná řemeslníky z Dartington Crystal. Balení doplňuje brožurka, která přináší příběh samotné whisky. Na celém světě bude k dispozici pouze

1134 lahví. „Kraj Glenrothes Estate je plný barev. Od kachen, které plavou na jezírčích při západu slunce, až po vysokou, která se elegantně pase na zelených loučkách. Všechny tyto barvy jsme pro The Glenrothes 42 spojili do živé a intenzivní palety,“ říká Mary Lewisová, kreativní feditelka společnosti Lewis Moberly.

The House Of Beefeater a Boundless Brand Design nedávno spolupracovali na návratu Crown Jewel – kolekce ginů Beefeater. Studio Boundless se inspirovalo ikonickými klenoty uloženými v londýnském Toweru a vytvořilo nové lahve na míru inspirované rubíny z výbrusů vzácných korunovačních klenotů v londýnském Toweru. Luxusní gravírovaný uzávěr vyrobený z recyklovaných materiálů zobrazuje havrana z londýnského Toweru, který nese panovnícké korunovační klenoty, spolu s botanickými látkami základního produktu ginu, což vytváří prémiový dojem a povrchovou úpravu.

Jaká je budoucnost balení lihovin a alkoholu?



Čtete komentář na webu svetbaleni.cz.

**Nasávaná kartonáž –
dejme starému papíru nový tvar!**

Firma Hirsch Czech Republic s.r.o. navazuje na etapu firmy Novopol s.r.o., která se dlouhodobě zabývala vývojem a výrobou nasávané kartonáže. Technologie nasávané kartonáže umožňuje přeměnu starého separovaného odpadního papíru na nový výrobek. Principem je rozpuštění – rozvláknění odpadního papíru ve vodě a následné tvarování ve formovacím stroji. Forma pro výrobu nasávané kartonáže je opatřena sítkou, která umožňuje přilnutí papíroviny na tvarovací část a odsátí procesní vody. Po vytvarování je výlisek přemístěn na pás sušičích tunelů. Po usušení je výrobek buď připraven ihned k použití, nebo je ještě v druhém kroku dotvarován na horké formě. Technologie poskytuje uplatnění v širokém spektru průmyslových aplikací (elektrotechnika, automotive, logistika apod.), kde nahrazuje tradiční obalové materiály, jako jsou karton, polystyren, pěnové fixace apod. Mezi tradiční výrobky patří papírové palety, které díky svým vlastnostem a nízké hmotnosti poskytují široké možnosti využití, především pak tam, kde se balí a manipuluje lehké zboží. Technologie svým principem přispívá ke snížení spotřeby surovin a přispívá ke snížení vlivu na životní prostředí. Náš tým je díky zkušenostem a využívání moderních technologií a trendů schopen poskytnout maximální podporu v procesu návrhu a vývoje nového produktu. Pokud potřebujete poradit s balením vaší aplikace, změnit zaběhlé stereotypy v obalových aplikacích, neváhejte se na nás obrátit, rádi vám poradíme a najdeme vhodné řešení. Obalové řešení ze starého papíru nebude nudné a drahé a dokáže splnit vysoké požadavky zákazníků.

Kontakt sales: **Pavel Holada**, pavel.holada@hirsch-gruppe.com



Foto: Vetropack Moravia Glass

Zájem o ofset neklesá

I když je ofsetová technologie dlouhodobě brána jako tiskový standard, na druhé straně se o ní hovoří jako o technologii, která je stále častěji nahrazována digitálním tiskem. Jedná se o pravdivé tvrzení, nebo jen stále opakované klíše?

Jana Žižková
@svetbaleni@atoz.cz
svetbaleni.cz
svetbaleni

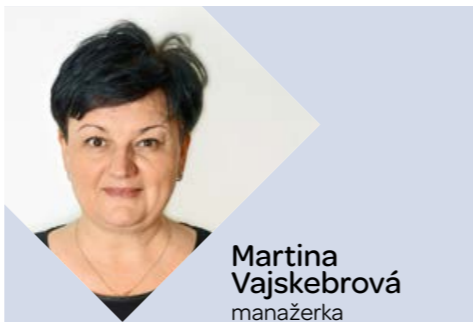
Ofset patří k nejpoužívanějším tiskovým technologiím především v oblasti polygrafie (novin, časopisů, knih, firemních tiskovin, katalogů, prospektů, letáků apod.), obalů z hladkých či kaširovaných vlnitých lepenek a grafických etiket. K významným dodavatelům grafických etiket (ale i merkantilních tiskovin) tištěných ofsetem patří v ČR OTK Group. Ofsetový tisk zde využívají pro různé barevné reprodukce, kde je důraz kladen na kvalitu. Velká výhoda spočívá v možnosti tisku ploch i rastrů v šesti barvách již při jednom průchodu strojem.

Naopak k nejnámějším uživatelům ofsetu na etiketách patří pivní průmysl. To potvrzuje i Martina Vajskebrová, manažerka výrobních materiálů a obalů Plzeňského Prazdroje: „Ofsetem

tiskneme převážnou většinu etiket. U kartonáže využíváme ofset u zhruba desetin materiálu, zejména u promo lepenek nebo u materiálů, kde dochází k časté změně v designu či změnám legislativního textu. U trayů je pak ofset využíván úplně minimálně. Obecně lze říci, že ofset se využívá u maloobjemových materiálů. Flexotisk má sice vyšší vstupní náklady, ale následně jednotková cena přináší velké úspory. Ofset je tak celkově dražší.“ Potěšitelnou zprávou a zároveň i „vysvědčením kvality“ je pro české tiskárny i fakt, že Plzeňský Prazdroj využívá převážně tuzemské dodavatele. Jen pro zhruba čtvrtinu materiálu využívá dodavatele ze zahraničí. Co však občas bývá problémem, je kapacita tiskových strojů u dodavatelů.

SOUBOJ OFSETU A DIGITÁLU JE SPÍŠE MÝTUS

S nástupem digitálních technologií se rozšířila možnost tisku především směrem k nižším až středním zakázkám, kde ofset svými náklady a poměrně zdoluhavým procesem zpracování, včetně nezbytné výroby tiskových forem, zakázky tohoto typu často pochopitelně prodražoval. Zde je řešení digitální cestou z určitého pohledu obvykle skutečně efektivnější. Ale existuje řada „dlouhých“ a středních zakázek s důrazem na kvalitu technologie, kde je naopak ofset prakticky nenahraditelný. Jinými slovy boj mezi ofsetem a digitálem je skutečně klíše. Oba typy tiskových technologií na trhu spíše koexistují, což však neznamená, že jsou inertní vůči novým požadavkům trhu a že zde nedochází k žádným proměnám, inovacím či vývoji. Jak roste rozmanitost potřeby tiskových produktů, nachází smysluplné uplatnění i široká paleta tiskových technologií, často v kombinaci. V portfoliu produktů Koenig & Bauer už reálně existuje stroj, možná spíše výrobní linka, která kombinuje inkjetový tisk



Martina Vajskebrová
manažerka výrobních materiálů a obalů Plzeňský Prazdroj

„OFSET ZÁRUKOU KVALITY“

Ofset nabízí vyšší kvalitu než například flexotisk, proto je využíván u prémiových materiálů, kde navíc vyžadujeme speciální efekty. Problémy s kvalitou tisku naštěstí neřešíme. Pouze musíme dbát na to, aby finální lakování ofsetového tisku bylo vynechané na místech, kde přímo na lince tiskneme datum, logo a legislativní informace.

s ofsetem a flexotiskem a je možné do ní implementovat i sitotisk a rotační výšek.

UCELENÁ ŘEŠENÍ

Heidelberg dodává ucelená řešení od přípravy tisku, přes samotný tisk až po dokončovací zpracování. Vlajkovou lodí ve formátu 50 x 70 cm je v současnosti Speedmaster XL 75, který představuje plně konfigurovatelný stroj. Výsledkem je precizní a stabilní tisk na prakticky jakýkoliv materiál, je plně automatizovaný a vyznačuje se vysokou produktivitou. Pro stejný formát však existují i této řadě i další řešení, mezi kterými vyniká Speedmaster XL 75 Anicolor, speciální tiskový koncept s bezzónovými barevníky Anicolor. Díky rychlé přípravě a minimální makulatuře je vhodný pro tzv. krátké zakázky či tisk velkých barevných ploch.

V nabídce zajímavých technologií nezahálí ani konkurence. Společnost Manroland Sheetfed má ve svém portfoliu i inovativní řešení původního zákazníky oblíbeného stroje Roland 700. Roland 700 Evolution Ultima je určen především

pro tiskárny, které se zaměřují na potisk obalů nebo na výrobu reklamních materiálů. Technologie byla navržena pro aplikaci široké škály lakování až po nanášení fólie, a to v rámci jednoho průchodu archu strojem díky technologii OnePass. Stroj najde uplatnění především ve výrobě luxusních obalů a reklamních materiálů, kdy je kladen maximální důraz na kvalitu zpracování.

KOMPLEXNÍ ZAŘÍZENÍ

Společnost Koenig & Bauer je v oblasti tisku všeobecně známá. Přestože se trh celkem dynamicky transformuje, zájem o ofsetové stroje rozhodně neklesá. Pro kartonové a lepenkové obaly jsou to šesti- a vícebarevné stroje formátu B0 vždy s jednou nebo i více lakovacími jednotkami. V současné výrobě obalů nejsou žádnou výjimkou ani sedmi- a osmibarvové stroje s dvojitým lakováním pro aplikaci více přímých barev a UV laku jedním průchodem strojem. Stroje formátu B2 dodává Ko-

„Ofset patří k nejpoužívanějším technologiím především v oblasti polygrafie, obalů z hladkých či kaširovaných vlnitých lepenek a grafických etiket.“

enig & Bauer nejčastěji v pětibarvovém provedení s lakovací jednotkou, objevují se však stále častěji speciální konfigurace pro produkty, které není ekonomicky nebo technologicky výhodné vyrábět ve větším formátu. Nové stroje mají, až na výjimky, jedno společné, a tím je vyšší stupeň automatizace a napojení na manažerské a výrobní informační systémy. „Nejmodernější ofsetové stroje jsou již v podstatě robotické linky, které dokáží vyrábět autonomně. Automatické načítání zakázek, výměna materiálu, zásobování tisko-

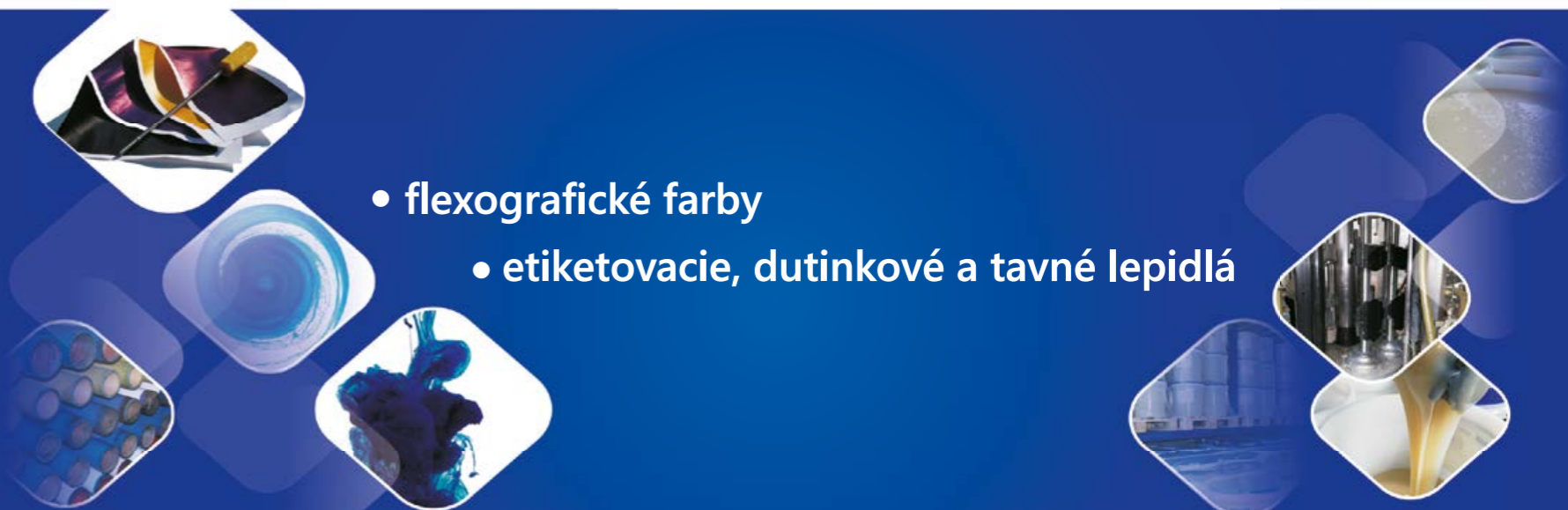
vými deskami a barvou. Automatická regulace vybarvení, seřízení soutisku a inspekce obsahu. Vykládání makulatury do samostatného stohu mimo čistou produkci... Jinými slovy, automatizace zefektivňuje celý proces. Příkladem takového typu pokročilé technologie je archový ofsetový stroj Rapida 106/106X. Dá se říci, že se jedná o robotickou tiskovou linku v podstatě neomezeného rozsahu konfigurací, která dokáže vyrábět autonomně,“ říká Stanislav Vaníček, technology & marketing ve společnosti Koenig & Bauer a doplňuje: „Důležitou roli při tisku představuje i to, co se děje mimo stroj. Tam patří i software pro optimalizaci pořadí zakázek, sběr a vyhodnocení provozních dat, workflow, řízení výroby a údržby, vzdálená servisní podpora apod.“

Foto: Jana Žižková



Foto: Plzeňský Prazdroj

www.collma.sk



- flexografické farby
- etiketovacie, dutinkové a tavné lepidlá

Nelámte si hlavu nad tým, čo máme pre Vás vyriešené.

Obal: stěžejní nástroj marketingové komunikace

Obal komunikuje textem či znaky informace, ať již povinné či nepovinné, svým vzhledem pak přebírá funkci prvního propagátora produktu, na zákazníka dokáže „útočit“ i psychologickými zbraněmi a srozumitelně i často komunikuje společenské postoje výrobce, prodejce či brandu, aby u zákazníka posílil vyšší míru loajality ke značce produktu.

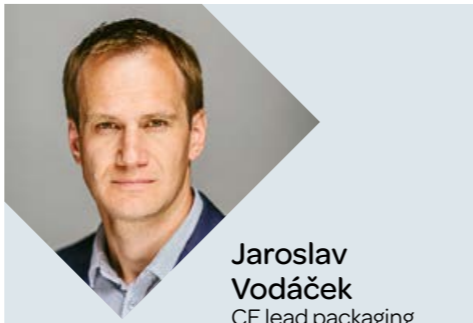
Jana Žižková
@svetbaleni@atoz.cz
f svetbaleni.cz
in svetbaleni

Vedle obalů zajišťuje velkou část komunikace i oblast POP/POS a zde záleží nejenom na kreativním marketingovém nápadu, ale i jeho provedení, což by bez současných pokročilých technologií nebylo úplně možné. Společnost HSW Signall navrhuje tisková řešení postavená na produkčních digitálních systémech. Tam, kde je požadavkem především vysoká kvalita tisku, která vychází z krátké pozorovací vzdálenosti, je volbou produkční tiskárna Durst P5 WT, která využívá vodouředitelný inkoust a nízké tiskové náklady. Vynikající ofsetovou kvalitou s lesklým povrchem lze realizovat na šířkách až 250 cm. Inkoust je zcela bez zápachu a splňuje nejpřísnější bezpečnostní kritéria, včetně přímého styku s potravinami. Pokud

není vysoký výkon potřeba, je řešením technologie vodouředitelného inkoustu HP Latex. Pro výrobu obalů a POP & POS je vhodný model HP Latex R2000/ R1000. Tato technologie dokáže potisknout rozličné archové i rollové materiály. Bonusem je téměř bezúdržbová, sněhově bílá přímá barva.

ZMĚNY V DESIGNU I KOMUNIKACI SE SPOTŘEBITELEM

Velkou volbu při komunikaci hrají technologie ve spojení s designem. Základem obalů společnosti Greiner je plastový kelímek, vanička či tray. V současnosti materiálově převládá polypropylen a snaha o maximalizaci monomateriálového řešení, popř. o kombinaci oddělitelného papírového přebalu a plastu. Obaly K3 se dají oboustranně potiskovat, zušlechťovat horkou či studenou ražbou, lze na ně přidat samolepky, tetovačky nebo třeba stírací políčka pro sou-



Jaroslav Vodáček
CE lead packaging manager
Tesco

„DESIGN A KONZISTENTNÍ KOMUNIKACE“

Komunikace k zákazníkovi skrz obal je stěžejní, prioritu mají pro zákazníka zásadní informace jako je složení, nutriční benefity nebo certifikace. To vše se snažíme realizovat v rámci vizuálně atraktivního zpracování. Pokud bychom měli hovořit o důležitosti certifikace výrobků nebo udržitelných obalů, tak nám zákazníci potvrzují v nám dostupných výzkumech, že to jsou pro ně důležitá témata.

těže. Nedávno došlo k redesignu kelímku Pierot od Olmy. Změnou technologie ze vstříkování na tvarování a „amputaci“ nohy kelímku došlo ke snížení hmotnosti z 9,8 g na 7,0 g a efektivnějším stohování (úspora 40 tun polypropylenů a 118 kamionů ročně, což je ekvivalent 4500 stromů).

K novinkám patří K3 r100, tzv. self-separating cup splňující kritéria pro recyklovatelnost. U těchto obalů se podařilo společnosti s některými zákazníky prosadit informace o úspoře plastů a separaci přímo na separačním zipu



Foto: HSW Signall



Foto: Rathgeber

těchto kelímků. Nově designovaný tear-off zip umožňuje, aby bylo oddělení papírové části od kelímku více intuitivní. Další novinkou v portfoliu je také rPET technologie. Tento recyklát splňuje takové parametry, aby mohl být za určitých podmínek využíván i pro přímý styk s potravinami (food safe). Technologie na recyklaci rPET je od roku 2023 dostupná přímo v závodě ve Slušovicích.

LUXUSNÍ OBALY VYŽADUJÍ LUXUSNÍ ZNAČENÍ

Hlavním cílem luxusního 3D značení je vzbudit silné emoce. Nejprve zrakový a následně i hmatový vjem jsou zásadní při posuzování kvality výrobku. Dotek, trvající déle než 30 vteřin, totiž podle psychologických výzkumů zvyšuje ohochu k nákupu až o 50 %. Nejsilnější hmatový vjem bezpochyby poskytují štítky s ražbou. Atraktivní formu komunikace odtajňuje Luboš Gável, vedoucí marketingu společnosti Rathgeber: „Ražbu jsme schopni u vybraných materiálů kombinovat, takže na jednom výrobku

se může objevit vystouplé ražené logo, zahloubený ražený text a strukturované ražené pozadí. Neméně zájímavý hmatový dojem nabízí diamantové broušení, aplikované na již hotovou vystouplou ražbu. Ta je přebroušena a vyleštěna dvěma diamanty, čímž vznikne lesklý rýhovaný povrch o zvolené šířce a hustotě rýh. Do téměř jakéhokoliv typu štítku jsme schopni přidat čip s technologiemi NFC, a proměnit jej v nosič důležitých informací, které lze načíst prostřednictvím chytrého telefonu nebo tabletu.“ Třídimenzionálního vzhledu lze dosáhnout díky plastovým 3D štítkům Chromotion, které se mohou skládat až z osmi vrstev materiálu. Finochrom je oproti tomu velmi tenký chromový štítek či nápis, u nichž je firma schopna, díky jejich tloušťce v rozsahu 0,05 mm až 0,1 mm, vyobrazit jemné filigránské detaily včetně ostrých hran a jemných kontur.

SROZUMITELNÁ KOMUNIKACE PRIVÁTNÍCH ZNAČEK

Produkty tzv. privátních značek komunikují nejenom všechny výše uvedené hodnoty, ale musí být srozumitelné, sjednocující a zároveň i individualizující ve svých kvalitativně různých úrovních. „U obalů našich privátních značek je grafika uzpůsobena očekávání,“ říká Martina Bočanová, vedoucí oblasti privátních značek Kaufland ČR a dodává: „Je naprosto důležité zachovat u jednotlivých řad jednotnost. Každá značka má svůj grafický manuál, který obsahuje pravidla pro použití loga, barvy, umístění a proporcí. Pro značku K-Classic je typická přehledná a jednoduchá grafika, pro K-Jarmark je jasný cíl ukázat, že jde výhradně o výrobky vyrobené v České republice, zatímco u K-Favourites jde o luxusní design v tmavších barvách.“



Martina Bočanová
vedoucí oblasti privátních značek
Kaufland ČR

„UDRŽITELNOST A RECYKLACE NA REGÁLECH“

U obalů našich privátních značek se stále více zaměřujeme i na udržitelnost a snadnou recyklaci. Jdeme cestou redukce barevných plastů, snažíme se o monomateriály, popřípadě se ve spolupráci s dodavateli pokoušíme o redukci tloušťky plastů nebo o optimalizaci velikosti obalů ve vztahu ke gramáži výrobku. Snažíme se také omezovat počet tiskových barev nebo snižujeme podíl potištěné plochy.



Máte pocit, že papírové tašky

jsou přesně to, co potřebujete?

Chcete nejlepší cenu?

obraťte se na největšího českého výrobce

+420 568 409 511
litobal@litobal.cz
www.litobal.cz

Skleněné obaly patří dlouhodobě ke spotřebitelsky nejoblíbenějším. Důvodem není jen ušlechtilost materiálu či ne-
přeberné možnosti designového tvarování, včetně embossingu, ale i akcent na udržitelnost. Ten je ostatně hnacím
motorem v současné výrobě skleněných obalů.

DO SKLENĚNÝCH OBALŮ SMĚŘUJE VÍCE A VÍCE RECYKLÁTU

Jana Žižková
@jana.zizkova@atoz.cz
svetbaleni.cz
svetbaleni

Vedle využívání recyklovaného skla k výrobě skleněných obalů patří mezi další současné trendy snižování hmotnosti a akcent na vratnost. Vedle nápojového skla patří k obalovému sklu i výroba skla laboratorního či produktů pro parfumerie. Skleněné lahve, kelímky, flakony i laboratorní sklo vyrábí v ČR např. firma Sklářny Moravia, a to hned v několika různých barvách skloviny. Kromě tradičních barev, jako jsou čirá, extra čirá a hnědá, zde vyrábějí také luxusní černou a biofotonicou fialovou sklovinu. Obalové sklo z černé skloviny je žádané zejména pro prémiové produkty a limitované edice.

ŠETŘIT PŘÍRODNÍ ZDROJE

Sklárna Vetropack Moravia Glass disponuje nejmodernější recyklační linkou, díky které byl minulý rok rekordní ohledně množství použitých střeptů. U lahví v lahvičce nebo olivová tvořil obsah střeptů přes 94 %, u bílých lahví a konzervových

sklenic byla splněna specifikace týkající se barev i obsahu střeptů ve sklovině na více než 80 %.

Na recyklační lince, kde se střepty třídí podle barev a zbavují se nečistot, zpracovali v roce 2022 více než 145 000 tun střeptů. To znamená úsporu 5800 kamionů přírodních surovin jako písek, soda nebo dolomit, a také opětovné zpracování použitého skla, které by jinak skončilo na skládkách. Mluvčí sklárny Regína Bělohoubková dodává: „Střeptů bychom zpracovali i více, ale v České republice jich nemáme dostatek. Dovážíme je ze Švýcarska, Rakouska, Maďarska nebo Polska.“

Při každém návrhu nového výrobku jsou zohledňovány jak estetické, tak i technické aspekty budoucího využití skleněného obalu. K novinkám v nápojovém sklu patří lahev na pití Kratos 620 ml, vyrobená technologií Echovai, díky které jsou lahve pevné a nárazově odolné. Navíc se mohou pochlubit až o 30 % nižší hmotností. Podmínkou vývoje bylo i navržení ústí většího průměru tak, aby mohl být použit dřevěný uzávěr. „Již od začátku bylo počítáno s česko-slovenskou spoluprací. Design a konstrukce ve Vetropack Moravia Glass a výroba samotná ve Vetropack Nemšová,“ říká Marek Pokorák, vedoucí konstrukce forem společnosti Vetropack Moravia Glass a dodává: „Při vývoji a výrobě byly aplikovány metody maximální udržitelnosti – co největší procento střeptů ve vsázce, výroba během přebarvení a tvrzení obal pro delší životnost.“ Z důvodu následného tepelného zpracování systémem Echovai bylo nutné udržet poměr tloušťky stěny na co nejstabilnější hodnotě. „Pro optimalizaci celého procesu tvarování skloviny již standardně používáme software Nogrid. Prvotní nástřel tvaru

se navrhne podle typově a tvarově podobného výrobku. Následná optimalizace již pouze v systému Nogrid, kde designér může lehce simulovat nastavení teploty skloviny, časování stroje, vyfukovací tlaky atd., což výrazně zrychlí proces vývoje a často přinese i výraznou úsporu financí,“ informuje Marek Pokorák.

VÝHRADNĚ VRATNÉ SKLO

Každý materiál nápojového obalu (PET, hliník, sklo) má na trhu své opodstatnění. Zásadní je způsob, jak s materiálem zacházíme. Mattoni 1873 na českém trhu v segmentu Horeca i v běžné obchodní síti skleněné obaly používá, a to výhradně vratné. V segmentu Horeca jde o lahve s objemem 0,33 l a 0,75 l v zelené, respektive čiré variantě, s minerální vodou Mattoni, resp. pramenitou vodou Aquila. Nápoje, které společnost vyrábí v licenci, jako např. Pepsi, Mirinda nebo Schweppes, dodává do Horeca v čirých lahvích 0,25 l s odlišnými designy podle pravidel dané značky.

„Od roku 2021 používáme vratný skleněný obal i v běžné obchodní síti, konkrétně jde o čiré skleněné lahve o objemu jednoho litru pro minerální vodu Mattoni, které si spotřebitelé mohou odnést i v dělitelné přepravce po šesti nebo dvanácti lahvích,“ doplňuje Lutfia Volfová, group PR manager společnosti Mattoni 1873, a pokračuje:



Lutfia Volfová
group PR manager
Mattoni 1873

„SPOLUPRÁCE S ČESKÝMI I ZAHRANIČNÍMI DESIGNÉRY“

V oblasti designu našich obalů využíváme služeb místních designérů, renomovaných zahraničních studií i začínajících talentů. Spolupracovali jsme například se světoznámým italským studiem Pininfarina, to je případ lahví 0,33 l pro Horeca, jehož umění dobře znají především milovníci tvarů automobilů Ferrari či Alfa Romeo. Dlouhodobou spoluprací máme s českým designérem Markem Mikovcem. Jeho nejčerstvějším počinem je design skleněné litrové láhve, ale už dříve vytvořil například design PET lahví Magnesia Go, Magnesia Extra, Mlýnský pramen, Aquila Veritea nebo známý dekor drobných kapek na lahvích s ochucenou Mattoni. Mikovcovo ztvárnění PET lahve pro naši značku Fruttimo dokonce ocenila odborná porota světové soutěže World Beverage Innovation Awards.

„Vratná litrová lahev na retailovém trhu svou hmotností, objemem i dostupností v komfortní dělitelné přepravce více vychází vstříc požadavkům koncových spotřebitelů pro domácí konzumaci. Zároveň reflektujeme trend, kdy část spotřebitelů volá po vratných obalech, a právě Mattoni v zálohovaném skle je alternativou pro spotřebitele, kterým vadí, že PET lahve zatím zálohované nejsou. Litrovou skleněnou lahví pro retail doplnila Mattoni 1873 své portfolio o další obal splňující principy cirkulární ekonomiky. Cirkulární přístup, tedy úsilí nevytvářet z obalů odpady, ale využívat je stále dokola, je pro Mattoni dlouhodobým cílem. Ostatně Mattoni 1873 dlouhodobě usiluje i o zavedení plošných záloh na nápojové petky a plechovky v Česku a o nastartování opakované recyklace, z lahve

do lahve“. Vedle udržitelných principů je brand Mattoni znám i svými designy. Společnost přistupuje velmi zodpovědně ke každému chystanému designu a jeho vývoji věnuje velkou péči, aby splnil všechny potřeby a očekávání.

Zajímavým je nadčasový design Pininfarina. „Třetinková skleněná lahev nám už od roku 2004 dokonce otvírá cestu na zahraniční trhy a do mnohých mezinárodních hotelových sítí. Litrovka od Marka Mikovce zase dokonale naplňuje potřeby retailových zákazníků, kteří chtějí obal, jenž se dá rozumně odnést domů a zároveň svým designem dokáže neformální domácí stůl povýšit na idylický slavnostní banket,“ představuje designy Lutfia Volfová.]

inzerce



Originál
K3 je jen
jeden

Originálem už od roku 1982



Sustainability Summit potvrdil, že společná cesta k udržitelnosti je lepší

Dvacátého dubna vstoupil na český trh Czech & Slovak Sustainability Summit, který se zařadil po bok již zavedených akcí v oblasti udržitelnosti, ovšem s ambicí přinést více transparentnosti, ověřitelnosti a praktičnosti.

Stanislav D. Břeň

stanislav.bren@atoz.cz

svetbaleni.cz

svetbaleni

„Naším cílem bylo vytvořit platformu pro co největší počet manažerů udržitelnosti z České republiky a Slovenska, aby se mohli sejit, vzájemně inspirovat a diskutovat způsoby spolupráce při prosazování společné agendy udržitelnosti.“

Tento cíl se podařilo beze zbytku naplnit, řekl Jeffrey Osterroth, jednatel společnosti ATOZ Group, která akci pořádala. O tom, že tento přístup si získal příznivce především z řad „susmanů“ (sustainability manažerů), svědčí fakt, že prvního ročníku se zúčastnilo 351 odborných návštěvníků a návštěvnic. Programová ředitelka summitu Kateřina Osterrothová doplnila: „Nečekali jsme takový zájem hned o první ročník. Vysoká návštěvnost svědčí o tom, že firmy se o udržitelnost nejen zajímají, ale především že jsou schopny a ochotny sdílet příklady nejlepší praxe s ostatními.“

Prof. Vladimír Kočí, vedoucí Ústavu udržitelnosti a produktové ekologie VŠCHT Praha, vystupuje jako odborný garant a předseda vědecké rady summitu.

K akci dodává: „Pokud chceme věci opravdu měnit k lepšímu, s reálnými a měřitelnými výsledky, je třeba, aby spolupracovaly věda a byznys. Pro tento záměr byl – a bude – Sustainability Summit vynikající platformou.“

Summit se konal ve WPP Campusu v pražských Holešovicích. Unikátní prostory, které prošly citlivou rekonstrukcí za více než miliardu korun s cílem vrátit je zase do „oběhu“, jen podtrhly význam summitu jakožto akce zaměřené na udržitelnost.

VĚDA A BYZNYS MUSÍ HLEDAT OVĚŘENÁ ŘEŠENÍ

V úvodní diskusi dvou odborníků vystoupili Tomáš Cajthaml (Přírodovědecká fakulta UK) a Ondřej Beneš (Veolia Česká republika, technolog vědy), moderoval prof. Vladimír Kočí (VŠCHT Praha). Téma znělo Věda a byznys – partneři, nebo protivníci v udržitelnosti? Oba přednášející se už v úvodu shodli na tom, že bez spolupráce to nepůjde, i když Tomáš Cajthaml poznamenal, že stále existuje názor, že kdo se zabývá udržitelností, je nepřítel firem. „Tak to není, protože my všichni využíváme firemní produkty. Musí se ale dokonale popsat systém, jak probíhá znečištění,“ konstatoval. Ondřej Beneš připomněl, že podle průzkumu společnosti Veolia více než tři čtvrtiny lidí vnímá problém klimatické změny a očekává, že s tím podniky něco udělají. „Chceme být užiteční, a užitečnost je něco jiného než generování peněz,“ řekl Ondřej Beneš.

Následovaly čtyři prezentace z oblasti udržitelnosti. O evropských standardech reportingu udržitelnosti hovořil David Janků (Frank Bold Advisory). V úvodu připomněl, co znamená ESG. Tedy jde o environmentální, sociální a „governance“ informace ohledně: a) skutečných a potenciálních dopadů ve vlastní činnosti a odběratel-

sko-dodavatelském řetězci; b) rizik a příležitostí pro firmu (změna klimatu, energetická krize, ...); c) opatření, plánů a cílů. Hlavními nástroji jsou Nařízení o zveřejňování informací souvisejících s udržitelností v odvětví finančních služeb (SFDR); Nařízení o zřízení rámce pro usnadnění udržitelných investic (taxonomie EU); Směrnice o reportování o udržitelnosti (CSRD); Směrnice o náležité péči („due diligence“) v oblasti udržitelnosti (CSDD).

Linda Zeilina (International Sustainable Finance Center) si hned v názvu své prezentace položila otázku: „Vzestup udržitelného financování. Mnoho povyku pro nic nebo změna hry?“ Konstatovala, že idea investic, které se neohlíží pouze na bezprostřední zisk, není vůbec otázkou posledních let. Počátky lze dohledat až do 17. století, v druhé polovině 20. století pak roste zájem o „etické“ investice, které zohledňují např. protiválečné myšlenky nebo ideje spojené s ochranou lidských nebo sociálních práv. Od devadesátých let v souvislosti s klimatickými summity v Rio de Janeiro nebo v Kjótu se pozornost stále více stáčí k environmentálním otázkám. Tento vývoj pak akceleroval díky Pařížské dohodě o ochraně klimatu, taxonomii EU, SFDR či CSRD.

David Ander (Svaz moderní energetiky) se zaměřil na téma udržitelnosti v době energetické krize. V úvodu nechal promítnout graf, který pravděpodobně vejde do dějin české energetiky a jenž symbolizoval raketový nárůst sazby za 1 MWh elektřiny v průběhu roku 2022. V září se vyšplhala až k částce 1000 eur. Tento nástup znamenal budiček pro odběratele elektrické energie. A byl to alarm ve vztahu k obnovitelným zdrojům energie. Najednou se i z dřívějších kritiků fotovoltaiky nebo tepelných čerpadel jako nerentabilních zdrojů energie stali zapříšáhli příznivci, protože ceny energie posunuly „přes noc“ návratnost investice do úplně jiné dimenze.

Následovala prezentace Terezy Kubické (CzechInvest), která se zaměřila na technologickou inkubaci a podporu start-upů. Zatímco v úvodu se Ondřej Beneš a Tomáš Cajthaml bavili o tom, jak může spolupracovat věda a byznys, přednášející vnesla další prvek – totiž jak smysluplně spolupracovat se státem. „Cílem Technologické inkubace je najít a podpořit 250 inovativních technologických start-upů

a rozvíjet start-upový ekosystém v České republice v progresivních sektorech,“ vysvětlila Tereza Kubická. Součástí je také tzv. Ecotech hub.

UDRŽITELNOST JAKO VÝHODA

Dále vystoupil Peter Sattler (Horváth & Partners), který hovořil na téma Jak zvítězit díky udržitelnosti v době četných krizí. Na úvod připomněl ty největší – covid-19, recese, energetická krize, demografické změny, válka na Ukrajině, pokles biodiverzity, inflace či konflikt na Tchaj-wanu. Uvedl, že za posledních padesát let se významně změnila role korporací – od zaměření výhradně na zisk k orientaci na účel. Ilustrují to např. následující citáty. Prof. Milton Fiedman (University of Chicago) v roce 1970 řekl: „Podnikatelská sféra má jedinou společenskou odpovědnost – využívat své zdroje a vykonávat činnosti, které mají zvýšit její zisky.“ Prof. Colin Mayer (Oxford Saïd Business School) v roce 2022 pronesl: „Účelem podnikání je poskytovat výnosná řešení problémů naší společnosti, nikoliv profitovat z výroby problémů.“

Následovala velká panelová diskuse s řediteli firem na téma Role CEO v udržitelné strategii firmy, které se účastnili Alessandro Pasquale (Mattoni 1873), Jan Chovanec (Malfina), Jaroslava Rezlerová (ManpowerGroup), Katarína

Navrátilová (Tesco Stores Česká republika), Ivo Benda (Greiner Packaging Slušovice), Martin Baláz (Prologis) a Beata Hlavčáková (Deloitte Advisory) v roli moderátorky. Ta se hned v úvodu zeptala, zda firmy účastníků debaty již nastoupily náročnou cestu udržitelnosti a mají k tomu nějakou strategii. Všichni se shodli na tom, že plány postupně realizují. Alessandro Pasquale mj. uvedl, že pro něj to není otázka strategie, ale práva na existenci: „Když nebudeme udržitelní, tak nebudeme existovat.“ Jan Chovanec v debatě uvedl, že cíle udržitelnosti a financí nejsou v rozporu a navázal tak na předřečníka s přitákním tezi: „Udržitelnost nemá žádná rizika, je to příležitost. Když je ve firmě zažitá, lidé generují nápady, které jsou zelené.“ Podle Kataríny Navrátilové je ve firmě potřeba pěstovat takovou kulturu, aby záležitosti spojené s ESG nebyly zavedené pouze na papíře.

Martin Baláz upozornil, že vše zelené nemusí být tak „ružové“: „Spotřeba elektrické energie se v následujících dvaceti letech zešestinásobí. Výroba z obnovitelných zdrojů nebude levná, bude třeba ji zaplatit. Náklady dlouhodobě poklesnou, ale vstupní investice budou velké.“ Jaroslava Rezlerová se podělila s čerstvou zkušeností ohledně ESG screeningu od jednoho zákazníka v automotive, který souvisí s německým

zákonem o dodavatelských řetězcích: „Byli jsme proskenováni a měli jsme výsledek 70 procent, ale ne 90 procent. Mysleli jsme si, že budeme lepší.“ Ivo Benda dále uvedl: „Směřem k zákazníkům dělá náš výrobek asi jen pět procent uhlíkové stopy celého výrobku. Abychom snížili uhlíkovou stopu v celém řetězci, musíme více spolupracovat s našimi dodavateli.“

UDRŽITELNÉ „BEST PRACTICES“ V CENTRU POZORNOSTI

Velká část odpoledního programu patřila prezentaci 12 nejlepších projektů a případových studií (z 36 zaslaných), které byly oceněny vědeckou radou summitu vedenou prof. Vladimírem Kočím. Níže publikujeme název projektu a firmy, stručnou charakteristiku a jméno přednášejícího či přednášející.

UDRŽITELNĚJŠÍ VARIANTA FLEXIBILNÍCH FÓLIÍ PRO SAMOLEPICÍ ETIKETY

David Hloušek, Avery Dennison Praha: Global MDO je udržitelnější, přizpůsobitelná samolepicí fólie navržena tak, aby zlepšila značení napříč všemi typy aplikací, od potravin až po domácí a osobní péči. Moderní materiály podporují čistou recyklaci plastových obalů, zvyšují dostupnost recyklatu a optimalizují náklady v celém dodavatelském řetězci.

inzerce

mondi

PAPÍR
PAPER

Vysoce efektivní
BALENÍ z VLNITÉ LEPENKY.
vyráběné podle vašich potřeb.

Mondi Bupak
Papírenská 41
České Budějovice
+420 387 733 111

QR code



JAK VYTVOŘIT SVĚT BEZ ODPADU V POTRAVINÁŘSTVÍ

Jan Zeman, Biopekárna Zemanka: Vizí Biopekárny Zemanka je svět, ve kterém se podniká s úctou k přírodním zdrojům, lidem a zároveň ekonomicky úspěšně. K takovému světu patří minimalizace odpadu, a proto firma rozvíjí dva projekty s těmito cíli: bezobalový prodej a cirkulární pečeni. Záměrem je minimalizace tvorby odpadu v obalových materiálech a v jídle.

PRVNÍ PLOVOUCÍ FOTOVOLTAICKÁ ELEKTRÁRNA NA HORNÍ NÁDRŽI PŘEČERPÁVACÍ ELEKTRÁRNY

Vojtěch Spilka, ČEZ: Kromě klasických elektráren provozuje společnost ČEZ i tři přečerpávací a na jedné z nich – ve Štěchovicích – testuje plovoucí fotovoltaiku. Do provozu byla uvedena v lednu 2022, původní výkon 21,6 kWp byl na podzim zvýšen na 87 kWp a letos na jaře byla „plovoučka“ připojena do distribuční sítě a dodává bezemisní elektřinu.

ELEKTROMOBILITA V NÁKLADNÍ DOPRAVĚ

Jan Pihar, Dachser Czech Republic: Projekt logistické společnosti Dachser Czech Republic řeší lokálně bezemisní zásobování centra Prahy a Hradce Králové. Od února 2021 spustil distribuci paletových zásilek e-cargokolem. V rámci projektu využívá Dachser nákladní elektrokola a rozvozové vozidlo na elektrický pohon a dosahuje snížení uhlíkové stopy v centru obou měst při zachování spolehlivosti doručování. Projekt je nyní těsně před napojením na lokálně bezemisní pravidelnou linku sběrné služby mezi pobočkami Hradec Králové a Kladno.

UDRŽITELNOST A TEPELNÁ ČERPADLA

Marek Braniš, Daikin Airconditioning Central Europe – Czech Republic: Použitá chladiva tepelných čerpadel představují součást oběhového hospodářství, protože po ukončení životnosti čerpadel se dají znovu využít. Za přispění EU vznikla mezinárodní online burza Retradeables, jejímž cílem je co nejméně použitých F-plynů likvidovat a co nejvíce recyklovat. Program „L∞P by Daikin“ podporuje zpětný odběr chladiv ze zařízení s ukončenou životností, která se po recyklaci znovu využívají v nových výrobcích.

PREVENČNÍ PROGRAM PRO ODOLNĚJŠÍ KRAJINU

Milan Medek, Marek Mencl, Kooperativa pojišťovna, Pábení: Cílem programu je zvyšovat odolnost krajiny proti záplavám pomocí krajinných opatření blízkých přírodě, a tím přispívat k adaptaci krajiny na změnu klimatu. Vybraným obcím nabízí Kooperativa úhradu studie proveditelnosti od spolku Voda, lidé, krajina, jejímž výstupem je přehled možných přírodních opatření v krajině, která snižují riziko záplavy.

REDUKCE PLASTŮ JAKO KROK K UDRŽITELNĚJŠÍM OBALŮM

Eliška Froschová Stehlíková, Tomáš Myler, Lidl Česká republika: V roce 2018 se Lidl Česká republika zavázal k tomu, že do roku 2025 sníží množství plastů v obalech vlastních značek v porovnání s rokem 2017 o 20 %. Daný závazek byl splněn již koncem roku 2022 a změny se projeví u celé řady výrobků – ať už se jedná o zmenšování obalů, ztenčování fólií nebo o úplné

odstraňování plastů. Řetězec se zavázal také k tomu, že do roku 2025 budou obaly privátních značek obsahovat 25 % recyklovaných plastů. Jejich podíl v sortimentu nyní tvoří 18 %.

VYUŽITÍ VODÍKU PRO MANIPULACI S MATERIÁLEM

Jiří Ulbrich, Jáchym Jarník, Linde Material Handling Česká republika: Studie na téma využití vodíku pro manipulaci s materiálem se zabývá tématy emisí, druhů pohonů a inovační technologií vodíku. Pro každé z paliv jsou spočítány faktory emisí CO₂, CO₂e a NO_x a cenné (elektrická energie, plyn, nafta a vodík). Společnost Linde Material Handling vsadila na tuto technologii

a začala si vyrábět vlastní pali-
vové články.

PROJEKT ZÁCHRANY VODY V ZÁVODĚ HAMÉ BABICE

Tomáš Proksa, Orkla Foods Česko a Slovensko: Projekt v jednom ze závodů Orkla (Hamé Babice) řeší stabilizaci čerpání a úpravu vody na požadované parametry vyhovující technologiím, využití tepelného potenciálu těchto vod a následně znovuvyužití pro potřeby sterilace, kdy nakonec nebylo ani zapotřebí chladičích věží. Společně s FVE na nové budově druhé vodárny je energetická potřeba rekuperace z hlediska vody neutrální.

EKOLOGICKÁ PRODEJNA SKUTEČ

Václav Šíma, Penny Market: Penny ve Skutči je prvním celodřevěným obchodem tohoto typu v ČR, při jehož stavbě byly využity CLT dřevo, BSH nosníky a dřevěné fasády ThermoWood. Prodejna je současně vybavena úspornou technologií chlazení a klimatizace EasyCool s ekologickým chladivem. O snížení spotřeby energií se od jara 2023 postará rovněž střešní FVE, další redukcí spotřeby zajišťují LED světla pro externí i interní osvětlení.

PRO CHMEL – UMĚLÁ INTELIGENCE NA CHMELNICI

Ivan Tučník, Plzeňský Prazdroj: Na šesti chmelnicích na Žatecku byly umístěny senzory, jež sledují klimatické podmínky, teplotu a vlhkost půdy a růst chmelnice zvenčí, ale i chmelové „EKG“, které pomocí průtoku živin hlídá zdraví i míru stresu rostlin zevnitř. Sesbíraná data, satelitní snímky a historické údaje jsou analyzovány pomocí umělé inteligence. Výstupem projektu bude mobilní aplikace, která pěstitelům poradí, jak zacházet s vodou a dalšími zdroji efektivněji.

RECYKLÁČIE ZOZBIERANÝCH PET FLIAŠ A PLECHOVIEK DO NOVÝCH OBALOV

Marián Ač, Správca zálohového systému: Slovenský zálohový systém vysoko presiahol zákonom stanovený cieľ pre mieru návratnosti už v úvodnom roku fungovania. Spoločným úsilím sa Slovákom podarilo vyzbierať viac ako 820 miliónov zálohovaných obalov, pričom na trh bolo uvedených približne 1,1 miliardy. Zálohový systém na Slovensku tak dosiahol mieru návratnosti 71 %. Pred spustením zálohového systému sa do obehu vracalo triedeným zberom iba 60 % plastových fliaš.

Závěr odborného programu patřil panelové diskusi nazvané Příležitosti a překážky na cestě

1. Elektromobilita v nákladní dopravě od společnosti Dachser Czech Republic; 2. První plovoucí fotovoltaická elektrárna na horní nádrži přečerpávací elektrárny od společnosti ČEZ; 3. Projekt záchrany vody v závodě Hamé Babice od společnosti Orkla Foods Česko a Slovensko. Podrobnosti o 12 vítězných projektech naleznete na www.sustainabilitystara.cz.

BOHATÝ DOPROVODNÝ PROGRAM

Cílem summitu bylo představit co největší počet úspěšných udržitelných projektů. Protože se do programu konference nevešlo všech 36 nominovaných projektů, organizátoři zařadili programovou část, která je běžná na vědeckých kongresech: Galerii posterů. Po celý den zde byly vystaveny plakáty s podrobnými informacemi o projektech. Během přestávek na kávu a oběd mohli účastníci diskutovat s autory projektů. Doprovodnou část programu představovala Vědecká kavárna. Odborná přednášková sekce se zaměřila na novinky, výzkum a vývoj v oblasti oběhového hospodářství, udržitelnosti a surovinové a energetické bezpečnosti. Prezentace najdete na webu sustainabilitysummit.cz/vedecka-kavarna.

Následovala Udržitelná hospoda, tedy příjemné a neformální zakončení dne s dobrým jídlem, pitím a zábavou. Perfektní atmosféra vhodná

pro networking. K ochutnání bylo veganské a vegetariánské jídlo od společnosti Perfect Catering by Filip Sajler, do pozdních hodin obsluhoval Chytrý výčep od Pilsner Urquell či bylo možné prochutnat udržitelná vína od gravitačního vinařství Vilavin. Večerem provázela hudební kapela Sambal Band.

ZASE ZA ROK, ALE V CUBEXU

Po úspěšné premiéře Czech & Slovak Sustainability Summitu plánují organizátoři další ročník. Už v tuto chvíli jsou známy první novinky: akce se uskuteční 25. dubna 2024 a přestěhuje se do pražského centra Cubex, které je jednou z neudržitelnějších budov v zemi a držitelem platiny certifikátu LEED.

JAKÝ BYL LETOŠNÍ SUMMIT?

Více o akci Czech & Slovak Sustainability Summit 2023 včetně fotogalerie, galerie posterů, propagačního videa ze summitu a mnohem víc naleznete na: www.sustainabilitysummit.cz



inzerce

PRO UDRŽITELNOST BALENÍ

Voštinový papír jako ekologická alternativa k bublinkové fólii.



Pro více informací pište na rozmahel@stapa.cz



Čerstvost je v případě potravin vzývanou hodnotou. K jejímu zachování a prodloužení doby trvanlivosti produktu slouží i vhodná obalová řešení. V segmentu balení čerstvého zboží se klade důraz především na udržitelnost, funkčnost a v neposlední řadě i designovou „přitažlivost“ pro spotřebitele.

BALENÍ ČERSTVÉHO ZBOŽÍ: UDRŽITELNÉ, FUNKČNÍ I ESTETICKÉ

David Čapek
@ david.capek@atoz.cz
svetbaleni.cz
svetbaleni

U čerstvých potravin se nezdáka využívá balení v modifikované atmosféře (MAP), případně i vakuové balení. Ochranné plyny nebo vakuum pomáhají z vnitřku obalu vytlačit kyslík. To v kombinaci s vhodným obalovým materiálem a zpravidla i nižší teplotou skladování pomáhá zachovat chuť, vůni, vzhled a zdravotní nezávadnost produktu po delší dobu.

Zejména v segmentu chlazeného masa a ryb se pak uplatňuje tzv. skin balení. Jde o speciální typ vakuového balení, kdy je produkt vložen do misky (vaničky), vakuován a následně překryt speciální vrchní fólií, která obepne vložený produkt bez deformace spodní misky. Pokud se balí nikoli do vaničky, ale na rovnou podložku, jde o Slim fresh balení. V tomto případě se používá obvykle papírová podložka s tenkou vrstvou fólie pro přímý styk s potravinou. Oba uvedené typy obalů představují atraktivní způsob balení, který při použití kvalitních fólií přispívá k delší trvanlivosti pro-



Denisa Morgensteinová
tisková mluvčí
Rohlík.cz

„SKIN BALENÍ U VYBRANÉHO MASA A RYB“

Pro maso a ryby se v některých případech snažíme využívat balení ve skinu, aby se zboží co nejvíce separovalo. U pečiva jsme testovali kukuřičné sáčky kvůli prodloužení doby, po kterou je pečivo čerstvé. Samozřejmě tam, kde to lze, využíváme biodegradabilní obaly a krabičky.

duktů, a kromě toho je dobře využitelný i z hlediska marketingu. V obchodech se pak výrobky zdárně prezentují a lze je například zavěsit do stojanů.

BIO A RECYKLACE

Jaké obalové inovace týkající se balení čerstvého zboží prezentovaly za poslední dobu v Česku retailové řetězce? Třeba super- a hypermarkety Albert nabízejí v segmentu čerstvého masa a ryb bio sortiment v recyklovatelných obalech, konkrétně z papíru potaženého snadno oddělitelnou fólií. „Zákazník po vybalení masa jednoduše oddělí tyto dvě složky a pohodlně je vytřídí. Toto řešení, které představuje 70procentní snížení plastového materiálu, jsme dále představili u balení čerstvého lososa či prémiových steaků, kde jen v loňském roce přineslo úsporu přes 17 tun plastů,“ vyzdvihuje Jiří Mareček, ředitel pro komunikaci a udržitelnost společnosti Albert ČR.

Jak uvádí řetězec Tesco, například ve spolupráci s významným dodavatelem masa a masných produktů používá obaly s podílem recyklovaného plastu (rPET). Společnost vytvo-



Bohuslav Šiko
ředitel pro obchod a marketing
Milsy

„TESTOVANIE OBALOVÝCH MATERIÁLŮ V SPOLUPRÁCI S DODÁVATELMI“

Segment mléčných výrobků sa rovnako ako iné kategórie orientuje na dlhodobú udržateľnosť planéty. Tejto téme sa v našej spoločnosti intenzívne venujeme. Za uplynulé roky sa nám v našich „eko projektoch“ zmenou balenia a transportovania produktov podarilo ušetriť niekoľko desiatok, ba už stoviek ton papiera či desiatky ton plastov s dopadom na optimalizovanú prepravu/logistiku ako aj celkovú uhlíkovú stopu. Za zmienku určite stoja aj projekty zamerané na zníženie, resp. stenšovanie fólií pri balení syrov, ako aj orientácia na využitie monomateriálov. V značnej miere téma recyklovateľnosti a recyklácie obalov je závislá od našich dodávateľov, s ktorými úzko spolupracujeme a pravidelne testujeme rôzne druhy materiálov.

řila „obalový semafor“ – jde o seznam materiálů a formátů rozdělených do tří kategorií podle jednoduchosti a možnosti recyklace na zelené, oranžové a červené. Pro výrobky vlastní značky Tesco používá obaly, které se nacházejí v zelené oblasti a jsou plně recyklovatelné, popřípadě v oranžové oblasti, jež sice nejsou z hlediska recyklovatelnosti ideální, avšak aktuálně za ně není adekvátní náhrada ze zelené oblasti, aby se neohrozila kvalita produktu nebo jeho trvanlivost.

PLAST VERSUS PAPIR

Z hlediska udržitelnosti obalů se řada inovací týká i balení čerstvého ovoce a zeleniny. Již zmíněný řetězec Albert na dotazy redakce Světa balení odpověděl, že u daného sortimentu nahrazuje tam, kde je to vhodné, plastové obaly papírovými. „Například u většiny rajčat jsme změnili plastovou vaničku za papírovou. V případě, že musíme použít plast, snažíme se redukovat jeho množství, obaly ztenčujeme a měníme za snáze recyklovatelný materiál. Obalový materiál šetříme například také nahrazením víčka u krabiček „top sealem“, což je plastová fólie natavená na vaničce. Položky, které je možné odbalit, prodáváme nebalené – například bio jablka, kiwi, kaka a podobně,“ vyznívá Jiří Mareček. Za poslední dva roky tak retailer v případě ovoce a zeleniny ušetřil přes 150 tun plastů.

Tesco Česká republika sděluje, že pro balenou zeleninu a ovoce vlastní značky používá plně recyklovatelné monomateriálové obaly. „Ovoce a zelenina je již třetí kategorií, kterou máme v plně recyklovatelných obalech a takto smě-

řujeme k našemu závazku, abychom měli do roku 2025 plně recyklovatelné obaly,“ konstatuje Jaroslav Vodáček, CE lead packaging manager ve společnosti Tesco, a dodává: „Sekundární, přepravní obal se také řídí naším obalovým semaforem a je rovněž plně recyklovatelný. Převážně používáme obaly na bázi vlnité lepenky. Pro čerstvé ovoce a zeleninu, ale i pro pekárnou používáme vratné plastové přepravky, které jsou opakovaně použitelné.“ Jaroslav Vodáček zdůrazňuje, že obal musí chránit samotný produkt: „Větší environmentální škodu způsobí potravinový odpad, když se potravina zkazí. Neděláme změny v obalech na úkor kvality výrobku. Primární plastové obaly máme plně recyklovatelné tam, kde lze technicky použít monomateriálová řešení. Na baleném ovoci a zelenině preferujeme obaly s hot seal fólií s cílem snížit spotřebu plastových obalů.“



FOTO: Albert ČR



FOTO: Kaufland ČR

Řetězec Kaufland nabízí zákazníkům v úseku ovoce a zeleniny tzv. nEKOnečný sáček, který lze opakovaně používat i prát, a nahrazuje tak jednorázové plastové sáčky. „U zákazníků jsme na něj zaznamenali pozitivní reakce. Navíc používáme pro ovoce a zeleninu opakovaně použitelné přepravky. Po celou dobu logistického procesu zůstává ovoce a zelenina ve stejné přepravce a díky tomu nejenže snižujeme používání jednorázových kartonů a s tím spojených emisí, ale rovněž zabráňujeme zkažení ovoce a zeleniny,“ sděluje Renata Maierl, tisková mluvčí společnosti Kaufland Česká republika, a uvádí, že sáček pro opakované použití je zavedený i v úseku pečiva. Téma udržitelnosti a úspory plastů považuje firma za jednu ze svých trvalých priorit. „Plastové obaly dlouhodobě omezujeme napříč celým sortimentem.

Neustále hledáme alternativní obalové možnosti a inovativní řešení,“ doplňuje Renata Maierl.



FOTO: Multivac Verpackungsmaschinen ČR



Jiří Mareček
ředitel pro komunikaci
a udržitelnost
Albert ČR

„UDRŽITELNÉ KROKY PODLE VĚDECKÝCH POZNATKŮ“

Úspora obalových materiálů, zejména plastů, patří mezi klíčové oblasti naší strategie udržitelnosti. Co se týče obalů, naším cílem u výrobků vlastních značek jsou tedy nejen balení vycházející vstříc současným designovým trendům a požadavkům zákazníků, ale stejnou důležitostí má aspekt šetrnosti k přírodě. Dlouhodobě a společně s našimi dodavateli pracujeme na snižování množství obalů, nahrazování vhodnějšími s menší ekologickou zátěží a uhlíkovou stopou, to vše na základě vědeckých poznatků. Připojili jsme se k iniciativě a využíváme metodologii New Plastics Economy, která pod vedením Ellen MacArthur Foundation nabádá k cestě za cirkulární ekonomikou plastů. Klademe důraz na snadnou recyklovatelnost, která je také pro zákazníky pochopitelná a srozumitelná.

to, že objednané nákupy doručují zákazníkům (nejčastěji v taškách), a je důležité, aby zboží při transportu neutrpělo na kvalitě. „Musíme tedy například dezerty a jejich balení koncipovat tak, aby se ideálně nepřevrátily nebo případně zvládly náročnější cestu autem,“ poznamenává Denisa Morgensteinová, tisková mluvčí Rohlik.cz, s tím, že kupříkladu na chlebičky e-shop používá speciální krabičky.

Při doručení zboží zákazníkům se online supermarkety snaží optimalizovat, tj. snížit množství tašek a sáčků, zejména igelitových. V případě tašek nabízejí třeba jejich zpětný odběr. „Na druhou stranu hraje v některých případech nezastupitelnou roli i plast, který například u masa nebo mléčných výrobků zajišťuje vysoké hygienické standardy i odolnost obalu. Samozřejmě i zde klademe velký důraz na udržitelnost, a proto se při volbě plastových obalů snažíme o co největší zastoupení těch rPETových,“ podotýká Tereza Náprstková Tomanová, manažerka kvality Košík.cz.

AUTOMATIZACE NA VZESTUPU

Jeden ze zásadních trendů dneška představuje i v oblasti čerstvého zboží automatizace balení. Uplatňují se tak stále výrazněji automatizované balicí linky a stroje. Uvedená zařízení se vyznačují řadou pokročilých funkcí, jako je automatické porcování, vkládání nebo kartonování a paletizace, přičemž opomíjen pochopitelně není ani environmentální aspekt. „Nové balicí stroje vynikají zejména energetickou úsporou a flexibilitou balení. Jsou vhodné jak pro jednoúčelové využití, tak pro balení menších šarží,“ vysvětluje Martin Londín, obchodní zástupce společnosti Multivac Verpackungsmaschinen Česká republika.

Firma nabízí mimo jiné hlubokotažný balicí stroj pro balení do monomateriálů. Pro balení čerstvého ovoce a zeleniny je určen aplikátor etiket, tzv. TopClose, který aplikuje etiketu na miskou a vytvoří tak hermeticky uzavřený obal s možností tisku např. šarže a minimální trvanlivosti výrobku. K dalším nedávným inovacím z „dílny“ této společnosti patří i několik plně automatických nářezových balicích linek s automatizací porcování, zakládání, balení, etiketování s následnou kompletací do kartonu nebo instalace balicí linky pro balení výrobků formou Multifresh na kartonové podtácky včetně jejich automatického zakládání.



Tereza Náprstková Tomanová
manažerka kvality, Košík.cz

„DRUHOTNÉ VYUŽITÍ PAPIROVÝCH TAŠEK“

V oblasti balení čerstvého zboží v online supermarktech je kladen velký důraz na udržitelnost a snižování množství používaných obalů, přičemž tento trend prosazují i zákazníci. V ideálním případě by měl nákup k zákazníkovi dorazit v co nejmenším množství tašek a igelitových pytlíků, ale samozřejmě za dodržení všech hygienických norem a teplotního komfortu potravin. I proto u nás funguje zpětný odběr našich papírových tašek, ze kterých spolu s dalšími sekundárními obalovými materiály vyrábíme vlastní obaly na vejce našich privátních značek.



HERUS

... Váš partner v paletách



EKOLOGICKY
rovná se
EKONOMICKY

Požár posunul balení ryb do nové dimenze

Bidfood

Když v listopadu 2020 začalo hořet v kralupském závodu společnosti Bidfood Czech Republic, referovala o tom celorepubliková média. V plamenech byl jeden z největších podniků na zpracování ryb v ČR a byly takřikajíc ohroženy Vánoce. V předvánočním období zde firma upravuje a balí velké množství kaprů pro štedrovečerní stůl. Nyní v Kralupech nad Vltavou stojí jedno z nejmodernějších zařízení na zpracování ryb ve střední Evropě, kterým každý den „proplují“ tuny mořských i sladkovodních ryb, jež se dostávají na stoly tuzemských domácností a restaurací.

Stanislav D. Břeň
@ stanislav.bren@atoz.cz
f svetbaleni.cz
in svetbaleni

BIDFOOD V ČR
2500:
počet zaměstnanců

5:
počet výrobních závodů (Kralupy nad Vltavou – kromě čerstvých a chlazených ryb jsou zde ještě zpracovny maso, zvěřina a hluboce zmrazených ryb; dva v Opavě, po jednom v Dyšíně a v Plzniě av Uherstském Brodě)

7:
počet distribučních míst v ČR (šest dep – Kralupy nad Vltavou, Opava, Dyšín, Uherstský Brod, velké Meziříčí, Chlumec nad Cidlinou; cross-dock v Plzniě u Českých Budějovic)

Bidcorp:
vlastník skupiny, je druhým největším distributorem potravin do gastronomie na světě

**400 milionů
korun:**
investice do výstavby a vybavení nové balírný čerstvých a chlazených ryb v Kralupech nad Vltavou

ZPRACOVÁNÍ
ČERSTVÝCH
A CHLAZENÝCH RYB
§§§
Bidfood Czech Republic

Požár kralupské balírny ryb společnosti Bidfood přišel v tom nejméně vhodném čase – 19. listopadu 2020. Před vánoční sezónou, kdy se prodává největší množství ryb. Budova z roku 2004 kompletně vyhořela a musela být stržena, škoda dosáhla 230 milionů korun. Za tři týdny po požáru se výrobu povedlo částečně obnovit v provizorních prostorech. V květnu 2021 byla zahájena stavba nového rybí balírny a o rok později, 7. července, byla spuštěna výroba. Ostrý provoz začal v listopadu 2022.

Nová balárna čerstvých a chlazených ryb je podle Bidfoodu jednou z největších ve střední Evropě. Rozkládá se na ploše 2500 m², má tedy o dvě třetiny větší rozlohu než předešlá balárna. Měsíčně zpracuje 200–250 tun ryb, tedy o 50 % více než v minulosti. Investováno bylo 400 milionů korun. Předchozí zkušenost vedla k významnému posílení protipožárního systému. „V nové budově je na 300 nejrizičnějších čídel se sprinklery, vnitřní a vnější hydranty a hadicové systémy, které jsou napojeny na dvě požární nádrže o objemu 45 a 1300 metrů krychlových. V objektu nechýbí ani 46 ručních hasičských přístrojů,“ říká tisková mluvčí Alena Šteffelová.

moře je to většinou 24 hodin, ze Skandinávie 48 hodin. Farmy, jež se nacházejí na hranici polárního kruhu, garantují dodávku do 72 hodin,“ říká vedoucí oddělení kvality Tomáš Potůček. Letecky přicházejí ryby především z Faerských ostrovů, Nového Zélandu, Austrálie a dalších zemí, letadla přistávají v Praze nebo v Hamburku. Po dodání mají ryby ještě 15denní lhůtu expirace.

Nákup probíhá různými metodami. „Část zboží tvoří přímé dodávky, část pochází z rybích burz, fungují také burzy na letištích. Nejčastější položku v sortimentu představuje losos obecný, který pochází z certifikovaných farem. Pokud bychom lososa nepočítali, pak u všech ostatních nakupovaných druhů ryb převažuje poměr divokého odlovu,“ vysvětluje Tomáš Potůček. V Kralupech přijmou 10–15 tun ryb za den, paleta nese asi 450 kg suroviny.

Po příjmu ryba směřuje do příručního skladu. Zde je uložena při teplotě +2 °C na paletách nebo v paletových regálech. Ryby v boxech z pěnového polystyrenu o nosnosti 40–50 kg jsou zasypané ledem, přičemž filety musí být ještě přebaleny igelitem, protože jim neprospívá přímý styk s ledem. Plné boxy se dají stohovat až do devíti pater a při skladbě na paletu se převazují kvůli lepší stabilitě. Podle Tomáše Potůčka jsou EPS boxy – kromě vratných plastových – na trhu jediné, které poskytují všechny potřebné charakteristiky pro přepravu a uskladnění ryb zasypaných ledem. „Zatím se nenašel lepší materiál, jenž vydrží chladírenské teploty, vlhkost, styk s ledem, aby se nerozpadl a byl stohovatelný,“ říká Tomáš Potůček. Po použití se obaly vymyjí, aby se eliminoval zápach, lisují se pro snížení objemu a prodávají společně s vyrábějícím izolačním materiálem ve stavebnictví.

Z příručního skladu putuje ryba do filetárny, kde dochází k porcování podle požadavků klienta, a to buď manuálně,

nebo mechanicky na lince Marel. „Ne všechny ryby se dají dělat na lince, protože v některých případech to neumožňuje stavba těla. Když si kupujete linku na filetování, tak už je to pro konkrétní druh ryby, protože každý druh má své specifické tvary. S ohledem na objem jsme tedy pořídili linku na lososa, zbytek se filetuje ručně,“ informuje Tomáš Potůček. Nároky zákazníků na míru zpracování ryby se mohou velmi lišit. Bidfood prodává ryby v několika modifikacích: celá; kuchaňá/nekuchaňá; filetovaná s kůží/bez kůže; filetovaná s kostí/bez kosti; s kůží, ale bez šupin. Pro některé ryby lze použít stroj na odšupinování. Při zpracování ryb vzniká

poměrně velké množství odpadu, ten si odebírají především z výroby vyrábějí krmiva pro zvířata.

**DESÍTKY MILIONŮ DO
AUTOMATIZOVANÉHO BALENÍ**

Na filetárnu je napojena balárna se třemi linkami. Do pořízení nových balících linek směřovaly desítky milionů korun. Při otevření závodu byly dvě, nyní jsou tři, které dohromady stály 27 milionů korun. Celkem 11 milionů korun si vyžádala linka na skin balení (Multivac R275), po osmi milionech korun pak směřovalo do baličky MAP (Variovac Primus MP) a do linky na velké filety o hmotnosti 1–1,5 kilogramu (Variovac Primus II). Podle Aleny Šteffelové se nyní pořizuje další výrobní linka na skin balení (Multivac R275).

První linka (skin) pracuje v režimu šesti taktů, což znamená 18 balíčků za minutu. Umožňuje postupné vyjždění balíčků, je osazena detektorem kovu, váhou či etiketovačkou (zařízení Bizerba, etikety od Printpro CZ), provádí také překrytí plastového obalu kartonovým rukávem.

Pro „skinovou“ linku se nakupuje

základní fólie tloušťky 300 mikronů, ze které stroj tvaruje spodní miskou. Při náběhu linky se používala 400mikronová fólie, ale po několika měsících provozu se ukázalo, že je možná úspora materiálu i financí. Vrchní část obalu tvoří skinová fólie o tloušťce 90 mikronů. Obě fólie jsou kompozitní. Vedle polypropylenu obsahují EVOH, který sice zhoršuje možnosti recyklace, na druhou stranu poskytuje dostatečnou plynovou bariéru, a proto může být použito celkově méně materiálu. „Volíme radši tenčí, hmotnostně nižší kompozit než sice monomateriálovou, ale tlustější fólii,“ vysvětluje nákupčí obalových materiálů Ondřej Novák. Podle něj se experimentuje s fólií, která má určitý podíl recyklátu, ale zatím jde pouze o 10–15 %. „Dostávají se k nám informace, že při používání stoprocentního recyklátu rychleji odcházejí některé komponenty na balíčcích, hůře se svařuje nebo se zanášejí některé části strojů. V tomto směru jsme ale odkázáni na vývojáře fólií. Co vymyslí a dají za to ruku do ohně, budeme používat,“ říká Tomáš Potůček.

Poznatky Bidfoodu ukazují, že skin je pro spotřebitele atraktivnější, balení je vzhlednější, dá se s ním lépe manipulovat, nehrozí např. prolomení vaničky a lze také lépe využít sekundární obaly a ložnou plochu vozidel. Nevýhodou skinu je vyšší cena za samotnou fólii, navíc u skinu je třeba používat ještě předtiskávaný kartonový full-wrap, který je třikrát až čtyřikrát dražší než běžná etiketa.

Další linka balí do modifikované atmosféry (MAP). Proces balení je podobný jako u „skinu“. Nejprve se formuje vanička ze 400mikronové plastové fólie, poté jsou ručně vloženy porce ryb a následně dochází k překrytí horní fólií o tloušťce 35 mikronů. Ochrannou atmosféru tvoří směs oxidu uhličitého a dusíku. Automatická linka umožňuje výrobu dvou různých formátů bez nutnosti výměny forem a je osazena detektorem kovu či automatickou etiketovačkou.

Třetí linka značky Variovac je určena pro průběžné vakuové balení velkých celých filetů. Lze balit samostatný filet (spodní fólie 80 mikronů, horní 50 mikronů) nebo rybu na tácku. Vzhledem k tomu, že poptávka po tomto sortimentu je podstatně nižší, linka bývá v provozu pouze několik hodin denně. Ze stejného důvodu nemá ani automatický aplikátor etiket.

Linka na skin balení

Humr bez obalu

V blízkosti expedice se nachází vivárium se stovkami živých humrů i kanadských živých se ve stavu hibernace letecky na pražskou Ruzyni. Dopravují do Kralup nad Vltavou se mus vyčistit a uložit do slané vody o teplotě 8–10 °C. Humři většinou váží mezi 600 až 1000 gramy, což je nejžádanější hmotnost v restauracích. Zůstatky mají klepeta, jimž dokážou otevřít laskavý jazyk, proto na nich mají plastové klepety, které eliminují právě sílu jich denně odjízdi 15 až 20 v polystyrenových boxech přímo k zákazníkům. Na snítku jeden z humrů s autorem článku.

**V JEDNODUCHOSTI
JE SÍLA**

Bidfood má svou řadu Nowaco. U ní používá full-wrap s poměrně jednoduchým grafickým motivem a výraznou komunikací samotného druhu ryby. „V jednoduchosti je síla, nepůsobí to přepřelácaně, všechny podstatné informace jsou pak na samolepící etiketě na druhé straně obalu, a hlavně je dobře vidět samotná surovina,“ říká Ondřej Novák. Původně se využívaly ručně přetahované full-wrapy, nyní jsou „ouška“ full-wrapu automaticky přilepena k plastovému obalu. V případě privátních značek (pro Lidl, Tesco či Albert) odpovídají obaly požadavkům jednotlivých řetězců a Bidfood dostává design přímo od odběratelů.

Všechny zabalené ryby jsou ukládány do sekundárních obalů, jež tvoří lepenkové krabice. Používá se více typů, a tak se firma nakonec rozhodla, že balení nebude automatizováno a přípravu ponechá na personálu. Ten zkompletuje krabici, uloží do něj balíčky, opatří box etiketou a vkládá je na europaletu, na níž zboží směřuje k zákazníkovi. Vyskládané palety se ještě v prostoru balírny ovinou zpravidla 11mikronovou strečovou fólií a odvázejí do skladu v blízkosti expedice. Sem již po 14.00 najždějí kamiony, poslední ryby pak vyrazí na cestu ve 20.00 hodin.

V oblasti terciárních obalů se v Bidfoodu používají plastové i dřevěné palety. „Dřevěné jsou v podstatě na jedno použití. Když na to dáte rybu v boxu, z něhož musí odtékat voda z odtávajícího ledu, potom se paleta stane velmi rychle jednorázovou,“ poznamenává Tomáš Potůček. Z hlediska dohledatelnosti zná Bidfood obsah každé palety, která je označena SSCC kódy. V případě vychystaných boxů umí firma dohledat každý jednotlivý a jeho obsah. V případě surovin neřeší jednotlivé boxy a preventivně stahuje celou zpracovanou paletu.

Další fotografie z návštěvy v kralupském Bidfoodu najdete na profilu Světa balení profesní sítě LinkedIn.



„Losos vede“
Nášim závodem procházejí všechny ryby pro retail i gastronomie. Nejsilnější sezónu máme před vánočními svátky, nejsilnější měsíc jsou leden a únor. Velká část ryb se připravuje na objednavku. Z hlediska druhové skladby losos obecný, v gastronomii pak růstový, největším opražným mořské vlky, pstruhy či tunáky. Gastronomie požaduje spíše ryby v celku, retail nakupuje více filetů, například candátů nebo tilapie.



Foto (2x): Bidfood Czech Republic

Tomáš Potůček
vedoucí oddělení kvality Bidfood Czech Republic

Margaréta Nosál'ová

COOP Jednota Slovensko

Originálny a funkčný prístup k produktovým obalom sa stal vo svete obchodných reťazcov nevyhnutnosťou. Zvyšujúce sa nároky na materiálový a grafický dizajn vychádzajú nielen z potreby odlíšiť v pestrom spektre ponuky tovarov privátnej značky, ale tiež z ambície zdôrazniť význam zodpovedného prístupu k životnému prostrediu. Zber recyklovateľných obalových materiálov sa stal minulý rok pre obchodné reťazce povinnosťou, nie všetky však na jeho zavedenie čakali do poslednej chvíle. „Snažíme sa predovšetkým trendy vytvárať, nielen ich nasledovať,“ hovorí Margaréta Nosál'ová, riaditeľka odboru marketingu, COOP Jednota Slovensko, spotrebné družstvo.

Obal je prvým kontaktom zákazníka s produktom

Vladimír Maťo

@vladimir.mato@atoz.cz
fsvetbaleni
in svetbaleni.cz

Svět balení:

Od začiatku minulého roka platí na Slovensku povinnosť zálohovania PET fliaš a hliníkových plechoviek od nápojov. Kedy ste sa na novú zákonnú povinnosť začali pripravovať v systéme COOP Jednota?

Margaréta Nosál'ová:

V rámci novej legislatívnej povinnosti, ktorou bolo zavedenie zálohového systému na slovenský trh od 1. januára 2022, bol už rok 2021 venovaný príprave infraštruktúry na tento systém. V systéme COOP Jednota sme sa preto intenzívne venovali prispôsobeniu prevádzok, ich rekonštrukcii, výberu spôsobu zberu, ako aj výberu samotných zariadení určených na zber PET fliaš a plechoviek.

Svět balení:

So zavádzaním systému zálohovania obalov ste teda začali ešte pred stanoveným termínom?

Margaréta Nosál'ová:

V rámci maloobchodnej siete COOP Jednota sme nečakali na zavedenie povinného zálohovania PET fliaš a plechoviek. Napríklad prostredníctvom regionálnych spotrebných družstiev COOP Jednota Krupina a COOP Jednota Nové Zámky sme zberný automat zaviedli v predstihu a ako prví v regióne už v júni 2021. Neskôr sa do projektu zálohovania zapojili ďalšie spotrebné družstvá v obchodnom systéme COOP Jed-

nota. Zberné automaty tak dostali na testovanie k dispozícii aj zákazníci COOP Jednoty Čadca a COOP Jednoty Senica.

Svět balení:

Z akého dôvodu ste sa rozhodli spustiť zber nápojových obalov ešte pred zákonom stanovenou lehotou?

Margaréta Nosál'ová:

Išlo predovšetkým o nastavenie technických podmienok súvisiacich s inštaláciou, obsluhou, ale aj so skladovaním vykúpených obalov ešte pred oficiálnym spustením povinného zálohovania PET fliaš a plechoviek.

Svět balení:

Akú technológiu automatických zberných zariadení ste vo svojich predajniach napokon zaviedli?

Margaréta Nosál'ová:

V predajniach COOP Jednoty boli umiestnené rôzne typy automatických zberných zariadení, od samostojačích, priestorovo nenáročných recyklomatov, až po veľké modulárne systémy na zálohovanie. Typy zálohomatov boli prispôbené priestorovým možnostiam jednotlivých predajní.

Svět balení:

V súčasnosti je záloha za vrátené obaly zákazníkom vracaná vo forme hotovosti. Akým

spôsobom ste zákazníkov motivovali využívať zberné automaty počas skúšobnej prevádzky?

Margaréta Nosál'ová:

Počas skúšobnej doby zákazníci za vrátené obaly nedostávali peniaze, namiesto toho sme sa symbolický príspevok rozhodli venovať na dobrú vec. Konkrétne spotrebné družstvo v Krupine v rámci skúšobnej prevádzky prispievalo päť centov za každú vrátenú PET fľašu alebo plechovku na zakúpenie telovýchovného náčinia pre Materskú školu v Krupine. COOP Jednota v Nových Zámkoch rovnakou sumou prispievala

„Počas skúšobnej doby zákazníci za vrátené obaly nedostávali peniaze, namiesto toho sme sa symbolický príspevok rozhodli venovať na dobrú vec.“



CV v kostce
Margaréta Nosál'ová

V COOP Jednote Slovensko pôsobí na pozícii riaditeľky odboru marketingu od roku 2018. Súčasne riadi aj správu reťazcov maloobchodných formátov a logistických centier. Počas svojej 20-ročnej skúsenosti v oblasti marketingu a komunikácie zastrešovala viacere manažérske pozície. Nielen na strane reklamných agentúr, ale aj v národných spoločnostiach. Je členkou environmentálnej sekcie Business Leaders Forum. Vyštudovala Zjazd obchodu, SIA a zariadenia marketingovú komunikáciu na Univerzite Sv. Cyrila a Metoda.

Margaréta Nosál'ová, riaditeľka odboru marketingu, COOP Jednota Slovensko
Foto: COOP

COOP Jednota na webe:
COOP.sk
COOP Jednota
COOP Jednota
COOP Jednota



Regionálnemu edukačno-sociálnemu centru v Nových Zámkoch. Ďalšia regionálna COOP Jednota Čadca zas v rámci skúšobnej prevádzky automatu prispela sumou päť centov za každú vrátenú fľašu alebo plechovku na zakúpenie hračiek alebo výtvarných pomôcok pre materskú školu v zapojených obciach. COOP Jednota Senica sa rozhodla venovať päť centov z každej odovzdanej fľaše či plechovky na náučný enviroprojekt mesta Senica "Čo žije v našom parku?"

Svět balení:

Rok 2022 bol už v znamení aktívneho systému zálohovania. Koľko obchodných prevádzok ste do systému zálohovania nápojových obalov zapojili?

Margaréta Nosálová:

Aktuálne je v maloobchodnej sieti COOP Jednota takmer 1500 odberných miest. Z toho povinných odberných miest je viac ako 300 a viac ako 1100 prevádzok sa do zálohovania zapojilo dobrovoľne, čo je najviac spomedzi všetkých reťazcov.

Svět balení:

Sú všetky zapojené prevádzky vybavené automatickým systémom na zber obalov?

Margaréta Nosálová:

Odber zálohovaných obalov je vo väčšine predajní COOP Jednoty riešený automatizovane cez zálohomat, avšak v menších predajniach sa zákazníci môžu stretnúť aj s ručným zberom. Najviac automatizovaných zálohomatov je v Nitrianskom kraji, následne v Žilinskom, v Trnavskom a v Banskobystrickom kraji. Ručný zber využívajú menšie prevádzky.

Svět balení:

Poskytujete z vášho pohľadu používanie zberových automatov výhodu v porovnaní s ručným zberom?

Foto (2-3): COOP Jednota Slovensko



Margaréta Nosálová:

Jednou z výhod je, že v prevádzkach, ktoré sú zabezpečené automatizovaným zberom PET fliaš a plechoviek je odber vrátených obalov jednoduchší z pohľadu prevádzky i zákazníka. Pri ručnom zbere, ktorý sa väčšinou realizuje v menších prevádzkach, treba obzvlášť zohľadňovať kapacitné možnosti na skladovanie vriec s vrátenými obalmi, nakoľko je v tomto prípade potrebné uchovávať nestlačené obaly.

Svět balení:

Bolo práve vybavenie prevádzok zbernými automatmi z vášho pohľadu najväčšou výzvou zavedenia zálohovoacieho systému?

Margaréta Nosálová:

Rok 2022 nebol venovaný iba vybaveniu odberných miest technológiou, ale aj doladovaniu súvisiacich procesov, ako bola napríklad logistika, skladovanie odobratých obalov či náklady vynaložené na zabezpečenie zálohovania, pričom naša domáca maloobchodná sieť COOP Jednota úzko spolupracovala so Správcom zálohového systému.

Svět balení:

Aké množstvo zálohovaných obalov sa vám v sieti predajní COOP Jednota podarilo vyzbierať počas prvého roka fungovania systému?

Margaréta Nosálová:

Ku koncu roka 2022 bol počet vyzbieraných zálohovaných obalov v našej sieti takmer 140 miliónov kusov.

Svět balení:

Akým komplikáciám ste museli čeliť pri zvädzaní systémom zberu obalov?

Margaréta Nosálová:

Príkladom takýchto problémov bol napríklad meškajúci spotrebný materiál, potreba zaškolenia personálu, nastavenie RVM zariadení a iné. Všetky vzniknuté problémy, ktoré

z novej legislatívnej povinnosti vyplynuli sa nám však darilo pri zavádzaní systému riešiť operatívne.

Svět balení:

Ako rýchlo sa vám podarilo problémy spojené so zberom obalov identifikovať a odstrániť?

Margaréta Nosálová:

Nedostatky, respektíve oblasti, ktoré bolo treba vylepšovať a doladiť sa prirodzene najviac prejavili počas exponovaných mesiacov, ktoré sme v roku 2022 zaznamenali najmä v letnom období. Bol to napríklad samotný zber obalov, správne skladovanie, hygiena a podobne. Veľmi dôležitou súčasťou, nevyhnutnou pre plynulé fungovanie systému zálohovania, je nepochybne personál predajní, ktorý sa musel zaškoliť a pripraviť na rôzne situácie vyplývajúce z danej služby zákazníkom.

Svět balení:

Akým spôsobom bolo potrebné zaškoliť personál?

Margaréta Nosálová:

Pracovníci predajní museli čeliť záťaži nielen z pohľadu manipulácie s RVM zariadeniami a odobratými obalmi, ale aj z pohľadu náročnosti na hygienu zálohomatov a ich okolia. So zavedením každého nového systému sú spojené úvodné komplikácie, v tomto prípade však mnohé z nich súviseli najmä s rekordne krátkym časom na prípravu systému ako takého.

Svět balení:

Ako spätne hodnotíte proces zavádzania zberového systému, bol v tomto procese dostatočne súčinný aj štát?

Margaréta Nosálová:

Na odstránení problémov a nedostatkov sa intenzívne pracovalo a komunikovalo so Správcom zálohového systému. Z pohľadu obchodníka sme však urobili maximum, aby systém zálohovania na Slovensku fungoval. Aktuálne môžeme zodpovedne prehlásiť, že proces zálohovania je zabehnutý. Zákazníci si osvojili ako zálohovať, teda ako funguje ručný zber a ako automatizovaný.

Svět balení:

Spomínali ste, že v rámci reťazca COOP Jednota sa do systému zberu obalov viac ako tisíc prevádzok zapojilo dobrovoľne. Z akého dôvodu ste zber obalov umožnili aj nad rámec zákonnej povinnosti?

Margaréta Nosálová:

Z pohľadu odberných miest predstavuje zálohovanie obrovský nápor na náš personál, s čím sme sa museli vysporiadať. Predajne COOP Jednoty sú na vidieku často jedinou možnosťou, ako si zabezpečiť potraviny, preto sme sa spotrebiteľom snažili vyjsť v ústrety aj v oblasti zálohovania. Pre našich zákazníkov sme zriadili odberné miesta aj v malých predajniach, kde nám zákon túto povinnosť neukladal.

Svět balení:

Zálohovacie automaty sú v predajniach novým prvkom. Ako ste pristúpili k zosúladieniu týchto automatov s celkovým dizajnom predajní?

Margaréta Nosálová:

V rámci zálohovania sme sa venovali aj dizajnu zálohovacích zariadení tak, aby boli atraktívne, ale zároveň aby mali aj nosný motív ekológie, ktorej sa intenzívne venujeme.

Svět balení:

Aké očakávania máte v spojitosti so systémom zberu nápojových obalov v tomto roku?

Margaréta Nosálová:

V roku 2023 očakávame hladší priebeh logistických procesov, automatizáciu niektorých procesov a schválenie vyššieho manipulačného poplatku. Treba však zdôrazniť, že vďaka súčinnosti a spolupráci sa v rekordne krátkom čase podarilo všetkým zainteresovaným stranám pripraviť a sfunkčniť robustný systém zálohovania, čo nepochybne treba považovať za spoločný úspech celej krajiny.



pri prezentácii vlastných výrobkov. Čo považujete za dôležité pri nastavovaní dizajnu privátnych značiek?

Margaréta Nosálová:

Dôležité pre nás je, aby bol dizajn pútavý, dobre čitateľný a informačne obsiahly. Každá značka má svoje silné identifikačné prvky tak, aby bola ľahko rozpoznateľná a aby produkty v rámci nej tvorili pútavú sériu. Obal predstavuje prvý a dôležitý kontakt zákazníka s produktom.

Svět balení:

Akým spôsobom sa ich snažíte odlišiť od iných výrobcov?

Margaréta Nosálová:

Snažíme sa predovšetkým trendy vytvárať, nie len ich nasledovať. A môžeme konštatovať, že sa nám to darí, čoho dôkazom je aj obľúbenosť vlastných značiek u našich zákazníkov. COOP Jednota má svoju nezameniteľnú charakteristiku a jedinečnú DNA v porovnaní s ostatnými reťazcami, o ktorú sa môžeme oprieť aj pri vývoji dizajnu obalov vlastných značiek. Vlastnosti, ako najstarší, pôvodný slovenský, tradičný a podobne nám poskytujú širokú škálu inšpirácií, ktoré na obaloch môžete nájsť. Dôkazom sú samotné názvy značiek, folklórne vzory, štvorcový obris alebo použité fonty.

Svět balení:

Aké prvky používate na vybudovanie povedomia o svojich privátnych značkách medzi zákazníkmi?

Margaréta Nosálová:

K vyššie spomenutým grafickým prvkom na obaloch, používame ešte takzvané "flešky" v grafickom prevedení v súlade s celkovým dizajnom značiek. Ako napríklad uvádzanie benefitov, respektíve špecifických vlastností produktov. Dôveru zákazníka budujeme tiež uvádzaním niektorých ďalších údajov ako je prehľadná tabuľka nutričných hodnôt, alebo vyobrazenie farebných separačných kontajnerov pre jednoduchšie triedenie obalov do odpadu po použití. V tomto má COOP Jednota prvenstvo medzi reťazcami a je to len jedna z aktivít v rámci projektu Jednotne ekologicky.

K vlastným značkám pristupujeme plnohodnotne, rovnako ako k štandardným značkám a budujeme ich komplexným komunikačným mixom. Z komunikačných prvkov spomenieme jedny z najznámejších reklamných spotov COOP Jednoty s bačom a honelínikom, ktorých pokračovania oživujú reklamné bloky už vyše 14 rokov.

Svět balení:

COOP Jednota zaviedla environmentálny strategický program „Jednotne ekologicky“. Ako konkrétne sa táto kampaň týka obalových riešení?

Margaréta Nosálová:

COOP Jednota spustila v roku 2021 edukačnú kampaň zameranú na ochranu životného prostredia a edukáciu spotrebiteľov ako správne triediť. S nákupom potravín sa spája veľká produkcia obalov, z ktorých sa následne stáva odpad. Vďaka princípu cirkulárnej ekonomiky ho však môžeme recyklovať a opätovne využiť.

Ako výrobca vlastnej značky máme v COOP Jednote príležitosť prispieť k zmene, a tak sme spravili prvý krok a túto tému sme si osvojili. Projektom Jednotne-ekologicky vysvetľujeme našim zákazníkom, ako správne triediť odpad.

Súčasťou projektu Jednotne-ekologicky je samostatná webová stránka www.jednotne-ekologicky.sk poskytujúca bližšie údaje k separovaniu použitých obalov. S odborným garantom spoločnosťou Natur-Pack sme sa zamerali na približne 750 výrobkov našich vlastných značiek.

Na produkty sme postupne umiestňovali grafické symboly v podobe zberných nádob a priebežne sa umiestňujú aj na ďalšie výrobky vlastných značiek. Zobrazené kontajnery sú vo farbách triediacich nádob s popisom: papier, sklo, kov, nápojový kartón, plast, bio, komunál.

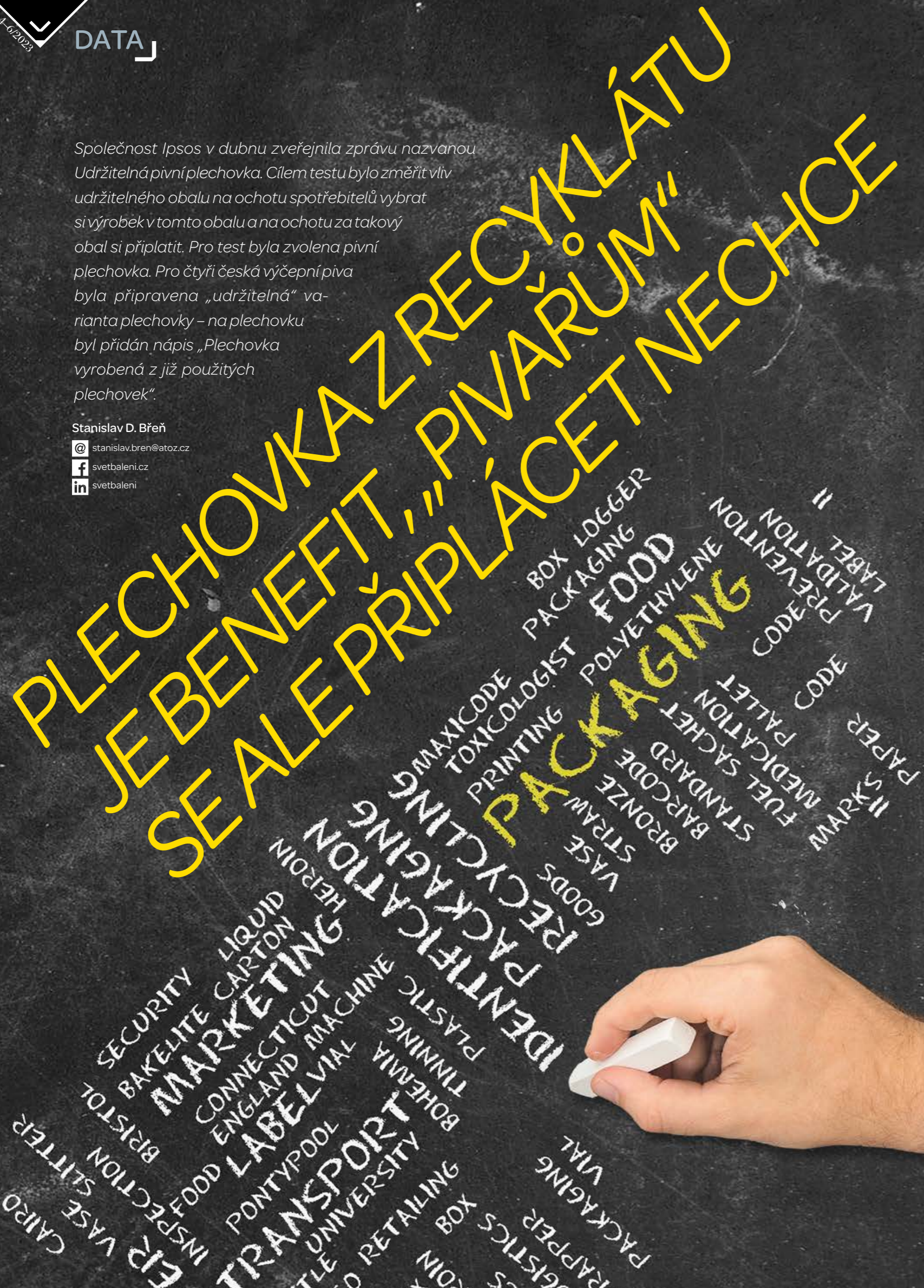
Svět balení:

Téma obalov je v prípade obchodných reťazcov dôležitá nielen z pohľadu ekológie, ale aj

"Dôležité pre nás je, aby bol dizajn obalov privátnych značiek pútavý, dobre čitateľný a informačne obsiahly."

Společnost Ipsos v dubnu zveřejnila zprávu nazvanou *Udržitelná pivní plechovka*. Cílem testu bylo změřit vliv udržitelného obalu na ochotu spotřebitelů vybrat si výrobek v tomto obalu a na ochotu za takový obal si připlatit. Pro test byla zvolena pivní plechovka. Pro čtyři česká výčepní piva byla připravena „udržitelná“ varianta plechovky – na plechovku byl přidán nápis „Plechovka vyrobená z již použitých plechovek“.

Stanislav D. Břeň
@stanislav.bren@atoz.cz
svetbaleni.cz
svetbaleni



Celkem 700 Čechů, kteří kupují pivo, prošlo simulovaným obchodem, ve kterém si vybírali výčepní pivo v plechovce. Pro každého respondenta bylo připraveno několik kombinací značek, míry udržitelnosti obalu a výšky ceny produktu. Respondent si vybíral produkt, který by si v každé z kombinací zakoupil, a měl také možnost nekoupit si žádný a odejít s prázdným košíkem. Míra udržitelnosti obalu byla testována zobrazením plechovky v aktuální podobě a plechovky, na kterou byl doplněn nápis „Plechovka vyrobená z již použitých plechovek“. Kromě toho někteří lidé viděli varianty doplněné nápisem „Udržitelná novinka“, který simuloval další komunikaci na prodejním místě. Sběr dat byl realizován v posledním týdnu března 2023 a na otázky odpovídali online spotřebitelé ve věku 18–65 let.

PŘIPLATÍM SI, ALE MINIMÁLNĚ

A jaké jsou výsledky? Nejprve byly modelovány tržní podíly na hypotetickém trhu čtyř značek se stejnou cenou 19,90 Kč. Za stejných cenových podmínek (všechny značky dostupné za 19,90 Kč) preferují nakupující Staropramen a Gambirinus. Krušovice a Budvar mírně zaostávají. Poté bylo vyhodnocováno, co se stane s volbou spotřebitele, pokud bude na trh uvedena nová udržitelná plechovka. V tomto případě má recyklovaná plechovka potenciál výrazně zvýšit prodej – pokud je za stejnou cenu. „Když značka představí novou udržitelnou plechovku, její preference má potenciál vzrůst o 12 nebo 15 %“, uvádí se ve výsledcích. V případě 15 % je to, když si lidé změnu plně uvědomí.

Nakonec Ipsos zjišťoval, jak moc může značka zvýšit cenu za svůj udržitelný obal. V tomto případě nejsou spotřebitelé příliš ochotní připlácet. Simulovaný tržní podíl je zpět na základní úrovni při 20,11 Kč. To znamená, že spotřebitelé jsou ochotni si připlatit 0,21 Kč. Účtovat si o korunu více už považují za příliš. „Kupující jsou cenově citliví a takový nárůst vede k poklesu preference o 33 %“, uvádí dále Ipsos. Po zavedení udržitelné plechovky se cenová elasticita snižuje jen velmi mírně. „Budvaru by udržitelná plechovka prospěla o něco více, umožnila by příplatek 0,40 Kč bez ztráty preference,“ stojí ve výsledcích.

Co si lze z testu celkově odnést? Informace o „udržitelnosti“ plechovky piva zvýšila spotřebitelskou preferenci dané značky. Při stejné ceně by vedla ke zvýšení prodeje. Představuje tak konkurenční výhodu v situaci, kdy ostatní značky „udržitelnost“ nekomunikují, a dorovnání konkurenční nevýhody, když ji komunikují. Navzdory tomuto zájmu však spotřebitelé nejsou ochotni si připlatit. „Udržitelnost jen symbolicky navyšuje ochotu zákazníků si za značku připlatit. Za výčepní pivo v udržitelné plechovce byli spotřebitelé ochotni připlatit si pouze 1–2 procenta z původní ceny. Udržitelnost tak sice zvyšuje preferenci značky, nicméně neumožňuje navýšit cenu produktu – přinejmenším v kategorii výčepního piva,“ shrnují výsledky výzkumníci Ipsosu. Zároveň však upozorňují na to, že jiné výzkumy ukazují, že v populaci jsou segmenty spotřebitelů, které se více obávají o stav životního prostředí a jsou ochotny si za udržitelný obal připlatit. Funguje to však v jiných produktových kategoriích než u piva.

JE TŘEBA RECYKLOVAT

Mnoho českých výrobců piva používá plechovky s recyklátem. Někteří uvádějí, že je to s relativně vysokým podílem přesahujícím 70 % (na druhou stranu je skutečností, že značný podíl plechovek je stále z „virgin“ hliníku). The International Aluminium Institute ve své zprávě z března 2022 tvrdí, že více než 70 % materiálů použitých v hliníkových plechovkách je recyklováno do nových produktů. „Produkt může být udržitelný pouze tehdy, jsou-li při jeho výrobě zohledněny všechny ekologické a energetické aspekty. Výroba nového hliníku je energeticky velice náročná, až několikanásobně vyšší než výroba plastů nebo

skla. Z toho je patrné, že je dnes recyklace hliníkového odpadu důležitá, neboť recyklace jedné plechovky ušetří až 95 procent energie,“ dodává Jaroslav Dušek, country manager Hell Energy Česká republika.

HLINÍKOVÉ OBALY V ČÍSLECH



0,2 koruny si je ochoten spotřebitel připlatit za pivo v udržitelné plechovce.

70% hliníku z nápojových plechovek je recyklováno do nových výrobků.

Zdroj: Ipsos, The International Aluminium Institute



NA OBALOVÝ PRŮMYSL SE ŘÍTÍ DALŠÍ POVINNOSTI



Foto: Eko-kom

V březnu se podeváté konala konference *Obaly*, kterou pořádá AOS Eko-kom. Na akci se probíralo mnoho zajímavých témat (legislativa, littering, evidence obalů, zdravotní nezávadnost obalů s recykláty, LCA konkrétního produktu nebo automatické třídění odpadů). Pro tento článek jsme zvolili úvodní téma zaměřené výhradně na připravované nařízení Evropského parlamentu a Rady o obalech a obalových odpadech, protože se zásadně dotýká celého průmyslu. Citujeme z prezentace generálního ředitele AOS Eko-kom Zbyňka Kozla, který přinesl nejen klíčové informace, ale svými trefnými a humornými komentáři mnohdy rozčeřil docela „hutnou“ atmosféru v sále.

Stanislav D. Břeň
@stanislav.bren@atoz.cz
svetbaleni
svetbaleni.cz

Sotva se český právní řád a praxe vypořádaly s implementací předchozího evropského práva, přichází návrh nových předpisů. A to především v podobě nařízení (nikoliv jen směrnice) Evropského parlamentu a Rady o obalech a obalových odpadech a na ně navazující povinnosti pro celý obalový řetězec. U zástupců AOS i mnoha účastníků konference, která opět přilákala stovky „obalářů“, vyvolává nařízení – eufemisticky řečeno – pozdvižené obočí. Zbyňěk Kozel proto raději hned v úvodu poznamenal „Don't kill the messengers“ a pak se hned pustil do obsírného rozboru.

OD ROKU 2030 POUZE RECYKLOVATELNÉ OBALY

Podle chystané legislativy bude možné od roku 2030 uvádět na trh pouze obaly, které jsou recyklovatelné a budou rozděleny do pěti skupin recyklovatelnosti. Co to znamená a jaké budou skupiny recyklovatelnosti, určí Evropská komise tzv. delegovaným aktem. Stejným aktem budou určena i pravidla designu obalů. Komise dále – opět delegovaným aktem – určí závazné parametry ekomodulace podle skupin recyklovatelnosti a tyto regule budou okamžitě závazné pro všechny autorizované obalové společnosti

CO JE RECYKLACE VE VELKÉM MĚŘÍTKU?

- Recyklovatelný obal je obal, který je navržen pro recyklaci, je efektivně a účinně tříděn v rámci tříděného sběru, je dotříděn v procesu dotřídění do určeného odpadového toku, může být recyklován na materiál dostatečné kvality, aby nahradil primární materiál a je „recyklován ve velkém měřítku“.
- U prodejních obalů lze u velmi kvalitního systému tříděného sběru očekávat maximální účinnost 70 až 80 %. Tedy vytríděny do kontejneru budou čtyři z pěti obalů.
- Maximální účinnost dotřídovací technologie obtížně překročí 95 %, ale nedosáhne 70 % pro obaly menší než 5 cm.
- Mechanická recyklace má obvyklé ztráty mezi 10 až 20 %, tedy účinnost kolem 85 %.
- Pro snadno tříditelné a recyklovatelné obaly lze očekávat maximální míru recyklace odpovídající násobku horní hranice těchto účinností tedy $0,8 \times 0,95 \times 0,9 = 68,5\%$. Všechny tyto obaly budou spadat do poslední kategorie recyklovatelnosti.
- Ani zálohový systém pro PET lahve s účinností sběru 90 %, hypotetickou 100% účinností dotřídění a spíše teoretickou ztrátou 15 % v mechanické recyklaci nedosáhne lepší kategorie než předposlední D.
- Papír, aby dosáhl kategorie C, by musel dosáhnout 100% sběru a 100% dotřídění. Sklo, aby dosáhlo nejvyšší kategorie A, by muselo být vytríděno s účinností 100 %.

Zdroj: prezentace Zbyňka Kozla na konferenci Obaly

v Evropské unii. „Nařízení vstoupí v platnost nejdříve v roce 2024, příprava delegovaných aktů bude trvat dva až tři roky. Na změnu technologií balení nebo instalaci nového typu třídění a recyklace budou zbývat zhruba dva až tři roky,“ uvádí Zbyňěk Kozel.

Od roku 2035 bude možné uvádět na trh pouze obaly, jež jsou recyklovány v dostatečném rozsahu. „Obaly, pro něž komerční rozsah recyklace

nebude dostatečný, nebudou dále prodávány, a technologie, které již pro jejich recyklaci byly vytvořeny, zaniknou. Na změnu technologií nebo vývoj nových bude zbývat pouze pět let,“ poznamenává Zbyňěk Kozel. Co je dostatečný rozsah, bude opět rozhodnuto delegovaným aktem až v roce 2030, a tak je možné, že se do investic nikdo příliš nepohrne. Zbyňěk Kozel říká: „Hrozí, že o vynaložené prostředky mohou firmy přijít kvůli měnícím se podmínkám. Podnikatel-

ské prostředí přitom potřebuje předvídatelnost a stabilitu.“ Úskalí spojená s recyklací, která vyplývají z připravovaného nařízení, jsou shrnuta v infoboxu Co je recyklace ve velkém měřítku?

V praxi je možnost vytrídění především otázkou velikosti obalu. „Tříditelnost nad 70 % v principu vyžaduje velikost obalu nad pět centimetrů bez ohledu na to, z jakého materiálu je vyroben. Tyto obaly automaticky spadnou do kategorie E,“ konstatuje Zbyňěk Kozel. Velmi kvalitní automatické třídící linky při dotřídění plastů u velkých obalů podle něj dosahují účinnosti 95 %, při ztrátě 15 % v procesu mechanické recyklace bude jejich recyklovatelnost okolo 80 %. „To je řadí do předposlední kategorie D a je to dáno jejich velikostí a nikoli materiálem. Všechny menší obaly skončí v kategorii E. Sklo může být v kategorii A a papír v kategorii C,“ predikuje generální ředitel AOS.

CHEMICKÁ RECYKLACE, ALE...

Podle Zbyňka Kozla by výše řečené mohlo být dobrou zprávou pro chemickou recyklaci. Díky ní je možné zpracovat všechny obalové odpady a získaná surovina může posloužit i pro potravinářské účely. Komise však má upravit delegovaným aktem seznam obalů, pro které to neplatí, a mezi takovými obaly mohou být i potravinářské. A to za předpokladu, že to bude příliš drahé, nebudou k dispozici recykláty dostatečné kvality, bude to zdravotně nebezpečné nebo se to ukáže jako nevhodné pro životní prostředí. Podle přednášejícího tato ustanovení opět snižují předvídatelnost a stabilitu podnikatelského prostředí, což může odradit potenciální investory.

Další otázkou jsou biodegradovatelné obaly. Čajové sáčky, kávové kapsle, nálepky a cenovky používané na zelenině a ovoci, tenké plastové sáčky na balení musí být do dvou let od účinnosti nařízení (možná už v roce 2026) biodegradovatelné a kompostovatelné v průmyslovém

kompostu. „Musí pro ně být zajištěn sběr v rámci sběru bioodpadu, a Evropská komise může tuto povinnost zrušit, pokud se ukáže jako problematická, nebo naopak může povinnost rozšířit i na jiné obaly, a to opět delegovaným aktem,“ říká Zbyňěk Kozel, přičemž upozorňuje i na nejasnou provázanost na předchozí legislativu (zejména SUPD) a prezentovanou snahu o omezení biodegradabilních (především pak oxodegradabilních) obalů.

V nařízení by měla být opuštěna regulace volného prostoru, protože jak bylo výše řečeno, zejména u malých obalů se tím prakticky zneumožňuje vytrídění a následná recyklace. „Zato se zavádí velmi složitá certifikace a registrace podrobností o způsobu konstrukce obalu, prokazování, že to jinak nejde, podložené testy a technickou dokumentací pro každý balený výrobek včetně CAD/CAM souborů a metodologie testování,“ podotýká přednášející. Požadavek na minimalizaci pravděpodobně nebude splněn, pokud výrobce nahradí obalový materiál jiným – lehčím.

Další oblast se týká povinnosti opakovaného použití pro různé skupiny obalů do roku 2030, resp. 2040. V návrzích je, že obaly na bílou domácní techniku budou muset tuto povinnost splnit z 90 % už v roce 2030. Přeppravky, palety a jiné pevné přepravní obaly pak mají předepsáno 30 % v roce 2030, resp. 90 % o deset let později. U měkkých paletizačních prvků, fólií či pásek jsou „kvóty“ nastaveny na 10, resp. 30 %.

Přísnější povinnosti se týkají požadavku redukce množství vyprodukovaných obalů na obyvatele o 5, 10 a 15 % do roku 2030, 2035 a 2040. „Požadavek je stanoven procentně bez ohledu na to, že některé státy mají přes 200 kilogramů na obyvatele, ale jiné mají méně než 100 kilogramů,“ podotýká Zbyňěk Kozel a demonstruje to na rozdílu Německa (225 kg) a Česka (125 kg).

POVINNÉ ZÁLOHOVÁNÍ

Na přetřes přišly také povinnosti pro nápojový průmysl. Členské země musí zavést od roku 2029 povinné zálohování obalů z PET a nápojových plechovek (tématu se věnujeme v jiné části tohoto vydání). „Výjimku mohou dostat státy, které prokážou, že dosáhly 90 procent sběru těchto obalů v roce 2026 a 2027, podají Komisi žádost o výjimku doplněnou o plán zajištění sběru dlouhodobým způsobem a dostanou od ní souhlas k tomu, aby od zálohování mohly ustoupit,“ informuje Zbyňěk Kozel. Do roku 2030 musí každý výrobce alkoholických i nealkoholických nápojů zajistit 10 % distribuce v opakovaně použitelných obalech a v roce 2040 to musí být čtvrtina. Podle přednášejícího tato povinnost přináší riziko dvojnásobných investic v podobě vytvoření zálohovaných jednocestných obalů a zároveň i inovace v podobě uvedení opakovaně používaných obalů.

DŮLEŽITÉ ODKAZY

Všechny prezentace z konference Obaly: konferenceobaly.cz/9-rocnik



Návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady o obalech a obalových odpadech: eur-lex.europa.eu, resp. pod přímou zkratkou 1url.cz/5utBs



Manuál komunikace udržitelosti bez greenwashingu: ciraa.eu/manual-greenwashing



UDÁLOST

Vítejte doma. interpack se vrátil po šesti letech

Mezinárodní veletrh se zaměřením na obalový průmysl se konal po šestileté odmlce, a to od 4. do 10. května v Düsseldorfu. Vystavovatelé ocenili možnost setkat se po covidové pauze se zahraničními partnery i počet a vysokou úroveň návštěvníků.

Stanislav D. Břeň

@ stanislav.bren@atoz.cz
f svetbaleni.cz
in svetbaleni

Pod názvem „Vítejte doma“ proběhl letošní ročník veletrhu interpack. Do Düsseldorfu zamířili od 4. do 10. května zástupci obalového a zpracovatelského průmyslu z celého světa. Návštěvníkům ze 155 zemí se představilo 2807 vystavovatelů. „Díky veletrhu interpack jsme konečně mohli opět uspořádat jednu z nejdůležitějších akcí Messe Düsseldorf. Ohlásil se působivě a posílil svou pozici globální platformy pro výměnu informací mezi všemi hráči v obalovém průmyslu, souvisejících zpracovatelských odvětvích a všech uživatelských oborech. Naše cíle byly výrazně překonány,“ řekl na závěr veletrhu Bernd Jablonowski, výkonný ředitel Messe Düsseldorf.

Z celkem 143 000 lidí, kteří na interpack 2023 zavítali, jich dvě třetiny dorazily ze zahraničí (vedle evropských zemí byly největšími návštěvníky země

Indie, Japonsko a USA). „Nálada v halách byla skvělá a mezikulturní výměna obohacující pro všechny strany. Bylo to opět „prostě jedinečné,“ zmínil hlavní motto události ředitel Thomas Dohse. Zaměření interpacku na čtyři aktuální témata – cirkulární ekonomika, řízení zdrojů, digitální technologie a bezpečnost výrobků – se odrazila v konkrétních řešeních a inovacích.

UDRŽITELNOST HLÁSÍ REKORD
Vystavovatelé představili nejnovější technologie a koncepty zohledňující efektivitu a udržitelnost celé výrobní linky. „V posledních několika letech se výrobcům balicích strojů daří zavádět udržitelné koncepty balení pomocí odpovídajících technických úprav a nově vyvinutých strojních řešení. interpack je přehlídkou inovací a zároveň výchozím bodem pro další rozvoj směrem k udržitelné cirkulární ekonomice,“ sdělil výkonný ředitel Asociace potravinářských a balicích strojů Richard Clemens. Mezi novinkami, která na veletrhu interpack slavila světovou premiéru, nechyběla ani řada obalových materiálů a dodavatelských řešení. Jen v tomto segmentu se představilo více než 1000 vystavovatelů, což představuje nový rekord.

„Veletrh interpack je důležitým zdrojem podnětů pro přechod na ekologičtější a efektivnější výrobní procesy v obalovém průmyslu. Právě na tyto body se zaměřujeme svými komplexními řešeními – ať už jde o obalové systémy šetřící zdroje, komplexní nabídku služeb nebo pokrokové strojní technologie. Velký zájem o naše řešení

na veletrhu je pro nás důkazem, že jsme na správné cestě,“ zhodnotil účast Johannes T. Grobe, generální ředitel pro prodej a servis skupiny KHS.

Dojmy sdílela i jednatelka společnosti Starlinger Angelika Huemer: „Opětovné použití se stalo klíčovým kritériem pro obaly ze skla, papíru nebo plastu. Cirkulární řešení společnosti Starlinger pro big bagy z rPET a rPP se návštěvníkům veletrhu obzvláště líbila. Náš zákazník Packem z Brazílie, průkopník v oblasti velkých tašek z recyklovaného PET, získal za svůj projekt Bag-to-Bag cenu WorldStar Packaging Award.“

ŽIVĚ I NA DÁLKU

Obsah veletrhu je zaměřen nejen na přímou obchodní spolupráci. O zviditelnění jednotlivých témat a trendů se staralo studio Tightly Packed TV. V době konání interpacku se k živým přenosům celkem padesáti přednášek připojilo přibližně 200 000 diváků. Fórum Spotlight Talks & Trends se v sedmi dnech zaměřilo na sedm témat, mimo jiné logistiku, oběhové hospodářství a e-commerce. Pozornost přitahovaly také další speciální akce, jako jsou zóna pro začínající podniky, společný stánek Co-packing, slavnostní předávání cen upozorňujících na zajímavé inovace v oblasti obalů, „Save Food Highlight-Route“ s novými přístupy k boji proti plýtvání potravin a podpora žen v rámci „Women in Packaging“.

Souběžná akce components 2023 s 80 vystavovatelů v samostatné hale se soustředila na navazující odvětví dodávající komponenty a software pro obalovou techniku a procesní inženýrství, která hrají významnou roli v digitalizaci výrobních procesů. Příští veletrh interpack se bude konat od 7. do 13. května 2026.

„interpack se zaměřil na čtyři témata – cirkulární ekonomika, řízení zdrojů, digitální technologie a bezpečnost výrobků.“

Foto (3x): interpack 2023

inzerce

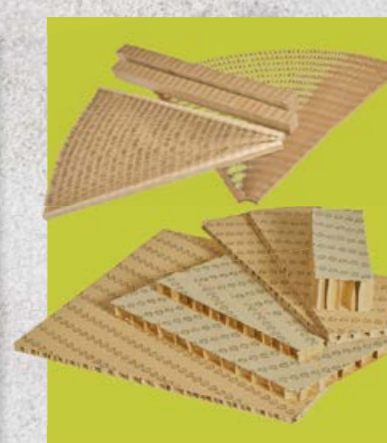


Všechny naše EKO výrobky vznikají pod střechou jediné papírny...

Ministerstvo pro životní prostředí nám udělilo možnost používat název „ekologicky šetrný výrobek“.



Naše výrobní strategie je založená na co nejšetrnějším přístupu k přírodě. Proto vznikají veškeré výrobky v Papírně Aloisov pod jednou střechou a převážně z recyklovaných surovin. Naší snahou je vývoj a inovace stávajících výrobků směrem k udržitelnosti. Jasným důkazem toho jsou naše travnaté papíry a papíry z listů a slámy. Z těchto inovativních výrobků vznikají např. papírové tašky, nebo voštiny, které nezatěžují životní prostředí, jelikož vznikají z biomasy, tím jsou plně nejen recyklovatelné, ale kompostovatelné.



Povinné zálohování: 2,5 miliardy lahví a plechovek k recyklaci

Ministerstvo životního prostředí navázalo na dlouhodobé diskuze či ojedinělé testy a zveřejnilo základní teze k povinnému zálohování nápojových plastových lahví a plechovek. Slibuje si od toho i zvětšení objemu vybraných obalových nápojů předaných k recyklaci.

Na základě podkladů MŽP zpracoval Stanislav D. Břeň

@ stanislav.bren@atoz.cz
f svetbaleni.cz
in svetbaleni

Ministerstvo životního prostředí představilo teze legislativní úpravy budoucího řešení zálohového systému na vybrané jednorázové nápojové obaly – PET lahve a plechovky. Podle předpokladů, ze kterých ministerstvo vychází, by se k recyklaci mělo dostat více než 2,5 miliardy kusů nápojových plastových lahví a plechovek, redukovat objem nevyužívaného odpadu a snížit míru znečištění veřejných prostor v obcích i ve volné krajině.

ZÁLOHY V SUPERMARKETU, OBCHODĚ I NA INTERNETU

„Náklady na zavedení i provoz systému ponechají výrobcům a dovozci nápojů, občané jen zaplatí vratnou zálohu za obal, která se jim zase vrátí bez ohledu na to, zda budou nakupovat ve velkém supermarketu, malém obchodě nebo na internetu. Díky tomu bychom měli být schopni do pěti let od zavedení systému vrátit do života 90 % plastových lahví a plechovek, čímž také splníme naše evropské závazky,“ vysvětluje ministr životního prostředí Petr Hladík a poukázal na příznivé zkušenosti ze Slovenska, které zavedlo zálohový systém v minulém roce. Z dostupných dat vyplývá, že tam došlo k výraznému omezení výskytu pohozených obalů.

Ministerstvo životního prostředí připraví návrh změny zákona o obalech, který chce v paragrafovém znění představit do konce letošního roku. Nejdříve by tak systém zálohování mohl začít fungovat v polovině roku 2025.

Zálohy by se měly týkat všech nealkoholických nápojů v plastových lahvích o objemu 0,1 až 3 litry a alkoholických nápojů do 15 % alkoholu v plastových lahvích. Dále také všech nealkoholických nápojů v plechovkách o velikosti 0,1 až 3 litry a nápoje s obsahem do 15 % alkoholu v plechovkách. Výjimky se týkají obalů od mléka a mléčných výrobků, nápojů nad 15 % alkoholu a jednorázových skleněných nápojových obalů,

ZÁKLADNÍ VÝCHODISKA PRÁVNÍ ÚPRAVY

- Nastavení povinných ambiciózních cílů sběru zálohovaných nápojových obalů.
- Systém umožní pouze minimální výjimky.
- Zálohované obaly budou jasně identifikovatelné a označené.
- Místa odebírající zálohované obaly budou jasně určitelná.
- Spotřebitelé mají jasné a srozumitelné informace k zálohovaným obalům.
- Transparentní a nediskriminační systém zálohování.
- Transparentní výběr operátora systému.
- Operátor systému bude jen jeden.
- Systém umožňuje rovný přístup a spravedlivé podmínky všem hospodářským subjektům, které se chtějí stát jeho součástí, za předpokladu, že uvádějí na trh obaly, které patří do typu nebo kategorie obalů zahrnutých do systému.
- Stanoveny budou dostatečné požadavky na finanční způsobilost operátora systému.
- Operátor systému poskytuje všem zapojeným subjektům a státní správě veškeré potřebné informace a pravidelně reportuje požadované údaje.
- Neplnění povinností bude sankcionováno. Výše sankcí bude odrazující.

Zdroj: Ministerstvo životního prostředí

kteří se zálohovat nebudou. Celkově by podle odhadů mohlo ročně systémem projít zhruba 2,5 miliardy kusů PET a plechovek.

„Zákazníci budou s PET lahvemi nebo plechovkami zacházet podobně jako dnes se záloho-

vaným sklem. Při nákupu zaplatí zálohou, která bude stejná jak pro lahve, tak pro plechovky. Jejich přesná cena bude určena vyhláškou k zákonu, návrh počítá s výší čtyři až pět korun. Při vrácení nápojových obalů nebude nutné je nijak vymývat, důležité je, že se vrátí včetně etikety, nezdeformované a nesešlápnuté, aby šlo naskenovat jejich unikátní EAN kód,“ vysvětlil ministr.

11 000 SBĚRNÝCH MÍST

Pro obchodníky bude povinné nabídnout místo pro vrácení PET a kovových obalů v prodejnách nad 50 metrů čtverečních, zároveň takové místo musí nabízet všechny čerpací stanice nad 50 metrů čtverečních. Dohromady by mělo jít o přibližně 11 000 sběrných míst. Povinnost vybírat zálohované obaly budou mít i online prodejci. Dobrovolně se mohou zapojit menší prodejny a obce, ale i například stánky, školy nebo jednorázové akce. V obcích nad 300 obyvatel, kde nebude ani povinné ani dobrovolné místo odběru, ho povinně zřídí operátor systému. Díky tomu bude systém dostupný pro naprostou většinu obyvatel.

„Zavedení zálohového systému nesmí nijak narušit stávající systém třídění odpadů, ale doplnit ho. Zároveň nesmí zásadně poškodit obce, ani narušit trh s vytříděnými surovinami. Obce, které kvůli zálohování přijdou o část zisku z prodeje vytříděných materiálů, budou moci získat finanční prostředky přímo ze zálohového systému. Jednak díky manipulačním poplatkům za odběrná místa a také budou příjemci části peněz z nevyzvednutých záloh,“ dodává David Surý, vrchní ředitel sekce ochrany životního prostředí MŽP.

Fungování celého systému bude zajišťovat jeden centrální operátor. Ten bude fungovat na principu tzv. rozšířené odpovědnosti výrobců. Členy tohoto systému se stanou dovozci, výrobci a prodejci, kteří dohromady dodávají na trh nejméně 80 % obalů podléhajících zálohování. Operátor požádá o autorizaci, kterou uděluje MŽP na předem vymezenou dobu. Ministerstvo také bude kontrolovat jeho činnost.

U OBALŮ NA NÁPOJE ROSTE OBLIBA 3D ZNAČENÍ

Mnoho lahví od nápojů poznáte už z dálky podle jejich obalu, aniž byste viděli název společnosti. Nejúspěšnější světové značky odhalíte po hmatu i ve tmě. Proč jsou 3D loga a štítky na vzestupu? A proč na ně nedají dopustit výrobci luxusního zboží?

VÝJIMEČNÉ VÝROBKY SI ZASLOUŽÍ VÝJIMEČNÉ ZNAČENÍ

Že vzhled prodává je všeobecně známé. Firmy dnes daleko více dbají na kvalitu obalových materiálů, etiket, nápisů, emblémů a štítků, které jsou součástí jejich produktů. Uvědomují si totiž, že kromě ceny je atraktivní obal klíčový pro výběr mezi dvěma totožnými výrobky. Nechte zákazníky, ať pocítí kvalitu vaší značky na vlastní kůži. Na designová značení, vyráběná společností Rathgeber, se nejen hezky dívá, ale rádi se jich i dotknou.

VOLBA MATERIÁLU JE DŮLEŽITÁ

Nejčastějším obalovým materiálem pro luxusnější lahve od nápojů nadále zůstává sklo. I proto je důležité zvolit takový label, který na skle vytečně drží a doplňuje atraktivitu balení. Pro kombinaci se sklem padá volba většiny zákazníků na provedení hliníkový štítek. Ten totiž umožňuje mnoho variant povrchového zušlechťení, jako jsou embosování, kartáčování, diamantové broušení či použití mikrotisku. U zaoblených lahví je pak důležitým benefitem hliníkového štítku možnost jeho předohnutí, aby skvěle padl na zakřivené povrchy jako v případě Hombres Gin. Aktuálně velmi žádanou alternativou

je produkt Aluminium Label. Jedná se o 0,3 mm tenký hliníkový štítek, který lze nalepit a přizpůsobit jeho tvar zakřivení lahve bez nutnosti použití strojového předohnutí. Takto byly vyrobeny například etikety na víno Terra di Chiena. I přes relativní tenkost tohoto materiálu je možné na něj razit jemné detaily.

Moderní polygrafie dokáže divy, takže je dnes možné díky technologii CHROMOTION® vyrábět štítky z vrstveného plastu, dokonale imitujícího drahý kov. Takový typ značení se pak skvěle hodí především tam, kde klademe důraz na náročné grafické ztvárnění nebo kombinaci s jiným velmi ušlechtilým materiálem. Tak tomu je kupříkladu u limitované edice šampaňského, určeného pro vítěze seriálu Formule 1. Dokonalých plastických vlastností produktu CHROMOTION® využil i Pivovar Litovel u svých pivních speciálů. Aktuálním trendem je zároveň udržitelnost, kde Rathgeber nabízí pohledné štítky z korku či lisovaného dřeva.

JAKÉ POUŽÍT LEPIDLO

Kromě vlastního materiálu štítku je klíčová i volba vhodného lepidla. Jako uznávaný partner v polygrafickém průmyslu má Rathgeber mnohaleté zkušenosti z oblasti samolepicí techniky. Proto



Ize pro ideální přilnavost štítku využít vhodného lepidla, které může být ve standardní či pěnové formě. Lepidla s extrémní přilnavostí pak odolají mrazu, vlhkosti i vysokým teplotám, aniž byste se museli obávat odlepení štítku.

V současnosti umění firmy Rathgeber oceňuje více než 10 000 firem z celé Evropy. Pokud chcete v zákazníkovi vyvolat pozitivní emoce a podtrhnout dojem exkluzivity vašeho luxusního výrobku, tak v Bystřici nad Pernštejnem najdete pro vaše produkty jasnou a nezaměnitelnou identitu.

Kontaktní informace:



Pandemie a inflace dostaly palety do středu dění

Palety jsou základním prvkem v logistice, jen europalet Epal celosvětově obíhá asi 600 milionů kusů. V uplynulých letech rostl význam palet s tím, jak se jich nedostávalo během pandemie. Náklady na palety se zvyšovaly, zájem firem sledovat jejich oběh stoupal a větší péče se věnovala servisu a opravám. Od té doby ceny sice poklesly, to však nic nemění na skutečnosti, že paletové hospodářství získalo na důležitosti, která se jen tak nevytratí.

Stanislav D. Břeň

@ stanislav.bren@atoz.cz
f svetbaleni.cz
in svetbaleni

Mezi hlavní faktory, které ovlivňují vývoj na českém i evropském paletovém trhu, patří především dlouhodobě vysoká poptávka po dopravě, výstavba nových velkoskladů a logistických center a v neposlední řadě i rychlý rozmach automatizace v provozech u zákazníků. „Právě rostoucí podíl automatizace na výrobních linkách, ve skladech i v dopravě klade vysoké nároky zejména na kvalitní palety, které plně odpovídají předepsaným normám. Zvyšuje se tedy poptávka po kvalitních a značkových, myšleno licencovaných, paletách,“ říká Milan Kovařík, výkonný ředitel společnosti Epal Czech and Slovak Republic. A dále vysvětluje: „Pokud totiž zákazník použije ve svých automatizovaných provozech nekvalitní palety, dochází k velkým problémům. Ne-

kvalitní palety blokují automatizované procesy a firmám vznikají výrazné prostroje a dodatečné náklady. Samozřejmě také platí, že nekvalitní paleta ohrožuje přepravované zboží a zdraví a život uživatelů a zákazníků.“

Nízká kvalita palet v řetězci, ve kterém se nacházejí automatizované sklady, vede některé provozovatele k tomu, že pro automaty používají ještě vlastní interní palety. Při vstupu do skladu tak tyto systémové palety nesou zboží na paletách, jež by na válečkových dráhách pouze obtížně obstály. To pochopitelně vede ke zbytečným manipulacím a dalším výdajům souvisejícím s pořízením takových palet.

VŠE ZDRAŽILO, PALETY NEVYJÍMAJE

Jaká je současná situace na paletovém trhu z pohledu ceny? „Palety jako takové nebyly v posledních měsících úplně v popředí, firmy

OBALOVÝ ETALON

Zavedení europalet v roce 1961 postupně vyvolalo revoluci v logistice v celé Evropě i mimo ni. Jen doba potřebná k nakládce železničních vagonů byla díky použití europalety zkrácena na více než polovinu. Svět logistiky se řídí jejími rozměry 800 x 1200 x 144 mm – od rozměrů skladovacích ploch a přepravních systémů až po nakládací plochy v kamionech a nákladních vagonech. Díky rychlému rozšíření byl hned od počátku vytvořen celosvětový systém výměny. Europaleta se ze 100 procent skládá ze dřeva. Je vyrobena a testována podle normy UIC 435-2 a násl. Všechny europalety Eur jsou tepelně ošetřeny podle standardu ISPM 15 a lze je použít pro export. Originál je snadno rozpoznatelný – na každé jednotlivé paletě je na pravém rohovém špalku umístěna značka „Eur“ v oválu.

Zdroj: Baumann Paletten

se snažily primárně řešit výkyv cen energií, PHM a až v další řadě palety,“ objasňuje situaci Jan Soukup, chief commercial officer společnosti Gopall. A pokračuje: „Tento fakt podpořilo zejména ochlazení ekonomik, tím i nižší poptávka po paletách, a tedy jejich „nižší cena“ a vyšší dostupnost. Obojí se výrazně zlepšilo oproti stavu v roce 2022. Nicméně zvýšit efektivitu paletového hospodářství je jedna z možností, jak kompenzovat výkyv cen energií, a proto se nyní, po opadnutí takzvané energetické krize, dostávají do popředí zájmu.“

S hodnotou palet úzce souvisí ceny vstupních surovin. Ty lze v zásadě jen velmi obtížně předvídat, protože jsou ovlivňovány různými faktory,

jako je válka na Ukrajině a s ní spojená embarga nebo poptávka po kulině v USA a Číně. „Paleta je ekonomickým ukazatelem – pokud poptávka po paletách klesá, spotřebovává se méně a ekonomika má tendenci se pohybovat směrem dolů, pokud poptávka po paletách roste, spotřebovává se více a ekonomika má tendenci se pohybovat směrem nahoru,“

Foto: LPR

inzerce

Naše nejnovější e-commerce kolekce

www.smurfitkappa.cz

Smurfit Kappa
Open the future



Michal Klouček
vedoucí oblasti produktivních skladů
Kaufland

„KOVOVÉ SKLÁDACÍ PALETY S DLOUHOU ŽIVOTNOSTÍ“

Vyvinuli jsme vlastní typ kovových skládacích palet, a představili tak nový trend v oblasti logistiky. Nové palety jsou totiž se svou více než desetiletou životností nejen udržitelnější než běžné dřevěné europalety, ale také o 50 procent snižují použití plastových fólií a redukuje množství emisí oxidu uhličitého produkovaného během přepravy.

říká mezinárodně uznávaný odborník na europalety Martin Leibrandt. Vysvětluje také, jak došlo k tomu, že ceny palet v posledních dvou letech vzrostly na tak vysokou úroveň: „Kvůli obchodním embargům způsobeným válkou nebyly suroviny jako dřevo a ocelový drát z východní Evropy k dispozici nebo jen s velkými obtížemi, což mělo přímý dopad na výrobu dřevěných palet. Na trhu vznikla jakási panika a mnoho uživatelů si udělalo zásoby, aby se nemusely zastavovat logistické řetězce a výroby a aby byl vždy k dispozici dostatek palet. Došlo k opravdovému hromadění palet, kvůli němuž cena nehrála hlavní roli. Bylo zajímavé pozorovat, že klasifikace (nové, třída A, B nebo C) měla jen malý význam.“ V současné době se situace podle něj vrací do normálu a palety všech jakostí jsou k dispozici v dostatečné kvalitě.



Frederic Rotrou
country lead v ČR
CHEP

„TRACK & TRACE PROTI NEEFektivITĚ V ŘETĚZCI“

Díky systému track & trace získáme nejen lepší přehled o tom, jak jsou naše palety využívány, což pomůže zvyšovat bezpečnost poolingového prostředí, ale máme zároveň skvělou šanci vysledovat příležitosti pro potenciální synergie v dodavatelském řetězci za účelem minimalizace provozních neefektivit. Kombinace fyzických obalů s digitálními řešeními dovoluje přesně sledovat, kde se palety nebo konkrétní produkty nacházejí. To dává cenný přehled o situaci a dovoluje proaktivně předcházet budoucím ztrátám, škodám či dodatečným nákladům.

Popsané turbulence ovlivnily i pohled uživatelů palet a všeobecně transportního balení. Vedle ceny se důležitým faktorem pro rozhodování stala dlouhodobá spolehlivost. „V průběhu loňského léta se začaly dodavatelské řetězce v oboru obalářství vracet ke svým kapacitním normám, obalů byl dostatek a vzhledem k tomu, že začala klesat i poptávka, se ceny pomalu snižovaly,“ říká Tomáš Körner, vedoucí produktu Obaly Geis CZ + SK. A pokračuje: „Nákupčí obalů ve výrobních a prodejních firmách ale po všech eskapádách a tvrdých nárazech už nekoukají jen na cenu. Při rozhodování o výběru

„Ceny v covidovém a postcovidovém období velmi narostly a palety prodáváči rovněž válka na Ukrajině.“

dodavatele jsou stále důležitější i jiné faktory. Chtějí totiž najít partnera, na kterého se mohou spolehnout, a takové výkyvy neřešit. Nejedna firma se totiž kvůli nedostatku obalů potýkala dokonce s existenčními problémy.“ Podle něj je tedy lepší dodavatelská jistota než „podražená“ cena.

VĚTŠÍ ZÁJEM O POOLING

Krise vedla k tomu, že se paletám obecně věnuje větší pozornost. „Poněkud provokativně řečeno, bez palet se rozpadá velká část dodavatelského řetězce, a to je lekce, která se dostala do povědomí zákazníků,“ říká Martin Leibrandt a dodává, že do popředí vstupuje také ekologický a udržitelný aspekt globálního paletového poolingu. Např. společnost Pragalaktos spolupracuje s firmou CHEP, od které si pronajímá půlpalety, na nichž měsíčně expeduje miliony litrů mléka do maloobchodních prodejen. „Naše výrobky dodáváme na paletách CHEP například do řetězce Penny, kam měsíčně expedujeme 1,5 milionu litrů mléka. Kromě České republiky posíláme mléko na těchto paletách také do dalších 11 evropských zemí,“ říká Jiří Šoljak, vedoucí skladu Pragalaktos. Poolingové palety vstupují také do automatizovaného skladového provozu mlékárny, protože se vyznačují vyšší stabilitou a pevností. V loňském roce byly modré poolingové palety ve skladovém provozu Pragalaktos využívány ve 40 % případů, což je podíl, který lze podle potřeby flexibilně upravovat i dlouhodobě zvyšovat.

Právě menší paletové formáty jsou stále žádanější v souvislosti s potřebou zboží lépe prezentovat (často slouží jako základna pro POS stojany) a také zásobovat menší prodejny, ve kterých se jen obtížně manipuluje s paletami standardních rozměrů. „Vliv malých obchodů přiměl výrobce potravin a nápojů vyrábět v menších obalových formátech a dodávat menší množství. V zájmu uspokojení této poptávky se proto výrazně zvýšilo používání půlpalet, které jsou vhodné zejména pro nápojový průmysl, protože umožňují vyrábět různé příchutě a produkty v menším balení. Půlpalety rovněž eliminují ruční vychystávání a práci navíc v dodavatelském řetězci. V důsledku toho jsme zaznamenali, že maloobchodníci tuto poptávku u svých zákazníků podporují, zejména v případě půlpalet Düsseldorf, které si v našem regionu oblíbili především diskontní prodejci,“ říká Slavomír Sýkora, commercial & asset manager CZ/SK/HU společnosti LPR – La Palette Rouge.

„Řídit paletové hospodářství efektivněji je rozhodně aktuální téma. Logističtí manažeři zjistili, jak rychle můžou výkyvy dostupnosti a cen palet rozbít jejich rozpočty a cíle a hledají cesty, jak omezit nebo eliminovat rizika,“ říká Jan Soukup. Podle něj roste zájem o otevřený pooling europalet napříč sektory a v podnicích různé velikosti. „Firmy

totiž zabijí dvě mouchy jednou ranou, kromě nákladové efektivity získávají automaticky i podstatné snížení uhlíkové stopy. Oba tyto přínosy pomáhají budovat udržitelnou logistiku zboží,“ uvádí Jan Soukup.

ZMĚNA PŘÍSTUPU K PALETÁM I EKOLOGII

Palety byly po dlouhá léta brány jako samozřejmost a položka, kterou není třeba se mimořádně zabývat. „Tento přístup se v posledních letech skutečně mění. Firmy výrazně více sledují toky palet, monitorují a evidují kvalitu kusů, které odcházejí z jejich provozoven a které se jim vrací, a velký důraz kladou i na kvalitu oprav. Více společností tak své palety nechává opravovat u licencovaných opravců, u nichž mají jistotu, že paleta bude opravena v souladu s předpisy a normami,“ dodává Milan Kovařík. Tím se totiž prodlužuje životnost palet a firmy získávají větší návratnost svých prostředků investovaných do paletového hospodářství.

Další trend, který je třeba aspoň okrajově zmínit, je udržitelnost a úsilí firem omezit negativní dopady svého podnikání včetně oběhu palet

Jan Bureš
vedoucí prodejny Ládví
Penny

„PŮLPALETY ZVYŠUJÍ DOSTUPNOST A VIDITELNOST NA PRODEJNĚ“

Po naskladnění přesouváme výrobky na paletách CHEP přímo na prodejní místo. Manipulace s celou paletou je pro nás mnohem jednodušší než vybalování a rovnání jednotlivého zboží do regálu. Kromě toho displejové půlpalety CHEP zvyšují dostupnost a viditelnost zboží pro zákazníka přímo na prodejně. To přináší nepochybné výhody nejen pro nakupující, ale i pro nás a naše dodavatele, protože prodej výrobků z půlpalet je výrazně vyšší než z regálů.



Foto: CHEP

NOVÉ TECHNOLOGIE A PALETY

S efektivním řízením paletového toku souvisejí nové technologie. I na českém trhu jsou k dispozici palety, které lze sledovat v rámci řešení track & trace. Např. firma BXB Digital implementovala senzory do palet či kontejnerů CHEP. Souhrnné statistické údaje umožňují snáze, cíleně a časově efektivněji identifikovat a řídit toky zboží. Zároveň lze díky nim rychleji a pružněji reagovat na potenciální narušení dodavatelských řetězců. Zvýšená transparentnost dovoluje mapovat celý řetězec a sledovat veškeré pohyby zboží. Další výhodou je skutečnost, že palety díky senzorům nemohou z poolingového systému jen tak zmizet.

Do paletového hospodářství a oběhu palet napříč trhem vstoupila vedle digitalizace také automatizace fyzických toků. Např. společnost Herus více než rok provozuje automatické třídící zařízení značky PSS, které dokáže sortovat až 400 palet za hodinu, zjistit jejich kvalitu a předat je k případné opravě, nebo rovnou vystavit potřebné doklady pro účely účetnictví. Podrobnosti k instalaci najdete v jiné části tohoto vydání.

na životní prostředí. „Logistické společnosti se snaží o snížení uhlíkové stopy a uvědomují si, že způsob používání a správy palet má vliv na celkovou udržitelnost jejich dodavatelského řetězce. V důsledku toho vidíme, že se stále více hráčů v tomto odvětví zaměřuje na cirkularitu ve svém supply chainu,“ dodává Slavomír Sýkora.



Milan Kovařík
výkonný ředitel
Epal Czech and
Slovak Republic

„NIŽŠÍ CENY, ALE STÁLE VYŠŠÍ NEŽ PŘED PANDEMÍÍ“

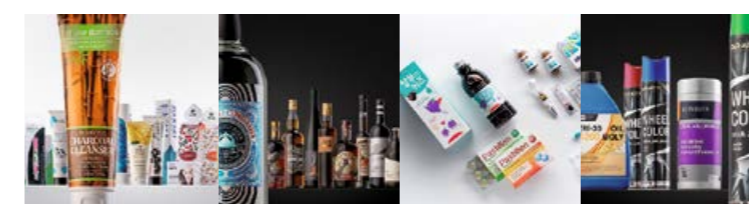
V posledním období klesly ceny nových palet z cenové špičky v době vrcholící pandemie covid-19, kdy byla poptávka po paletách enormní. Na druhou stranu si však palety udržují stále výrazně vyšší ceny než před několika lety. Po jistém uklidnění situace v souvislosti s pandemií se výrobci a opravci palet musí vypořádávat s dramatickými nárůsty cen energií i ostatních surovin a vstupů. Situaci také neprospívá nedostatek kvalifikovaných pracovníků.

inzerce

Durst Tau RSC

BUDOUČNOST DIGITÁLNÍHO TISKU ETIKET A OBALŮ Nejmodernější technologie od lídra průmyslového inkjetu, společnosti Durst

- šíře role až 510 mm
- široká škála potisknutelných materiálů
- nízké provozní náklady
- nejlepší kvalita na trhu, velikost kapky 2 pl
- rychlost tisku až 100 m/min
- model míchání barev CMYK + OVG + W, bílá s mimořádně vysokou opacitou
- inkousty s vynikající světlostálostí a mechanickou odolností, certifikované také pro potraviny a farmaceutika
- možnost doplnění o rotační flexo stanici před i za digitálním tiskem
- podpora dlouholetého partnera společnosti Durst, společnosti HSW Signall



Durst Tau RSCi – inovace pro průmyslovou úroveň produktivity



areál P3 Prague Horní Počernice, hala D1
F. V. Veselého 2635/15, 193 00 Praha 9
tel.: +420 212 220 701-2, techno@hsw.cz, www.hsw.cz

...víme jak

ZAPOJENÍ AUTOMATU PŘINESLO ÚLEVU OD TĚŽKÉ FYZICKÉ PRÁCE

Automatizace dnes vstupuje do mnoha odvětví a oborů. Pozvolna se začíná prosazovat také v oblasti zpracování použitých palet. Zlínská společnost Herus pořídila do své hlavní provozovny linku na automatické třídění a opravu palet, přičemž jde o první zařízení tohoto druhu v České republice.

Stanislav D. Břeň
@ stanislav.bren@atoz.cz
svetbaleni.cz
svetbaleni

VE ZKRATCE:

Tisíce palet denně

Firma Herus působí na českém trhu od roku 1995 a od té doby se zaměřuje na služby v paletovém hospodářství. „Vlastníme všechna potřebná oprávnění a licence, čímž zákazníci mají jistotu, že nehrozí jakékoliv problémy s vlastníky licencí jako Eur/UIC či Epal nebo státními orgány typu Celní správy nebo České obchodní inspekce,“ říká Robert Háp, jednatel společnosti Herus. Firma s ročním obrátem 163 milionů korun a 34 zaměstnanci (2022) se zabývá také paletami jednoúčelovými, atypickými, gitterboxy, paletovými ohrádkami či boxy typu Mars. Denně zpracuje okolo 5000 palet, a proto před více než rokem spustila ve své hlavní provozovně ve Zlíně-Malenovicích automatizovanou třídící a opravárenskou linku použitých palet.

Nákladovost v Česku vyšší

Dodavatelská firma PSS uvádí, že třídění jedné palety vyjde nákladově na 10 centů a že lze ušetřit až polovinu nákladů na paletové hospodářství, což zahrnuje redukcí personálních výdajů. Dosavadní techniky nebo nižší produktivita Herus, které se týkají poznamky společnosti Herus, které se týkají Roberta Hápa to vychází zejména ze skutečnosti, že v západoevropských zemích se pohybují kvalitnější palety. V Česku je poměr palet nutných k opravě podstatně vyšší, což přináší další výdaje. Přesná cena linky nebývá zveřejněna, ale rámcově se pohybuje v nižších desítkách milionů korun.

„Rychlé informace, rychlá dostupnost palet“

V oblasti paletového hospodářství již mnoho let využíváme servis společnosti Herus. Primární službou jsou přebírky vrácených palet od našich zákazníků. Díky nasazení nové technologie dostáváme informace o výsledku třídění naší vrácených palet v řádu hodin od jejich vyzvednutí u našeho zákazníka. To umožňuje ihned provést vyúčtování případných rozdílů vznikajících v momentě, kdy zákazník vrátí jiné palety, než na kterých jsme dodali zboží. Dalším významným bonusem je, že kromě reportu o vytřídění, který opět přichází v řádu hodin, máme ve stejnou chvíli tyto palety plně k dispozici. Kromě třídění nám totiž Herus na nové lince provádí souběžnou opravu poškozených palet.

Martin Kevický
vedoucí skladu, Gaston

AUTOMAT VYTŘÍDÍ AŽ 400 PALET ZA HODINU



Zapojení automatu zejména přineslo úlevu zaměstnancům od těžké fyzické práce a ruční manipulace s paletami díky tomu prakticky vymizela. Každý kus je odborně zkontrolován, roztríděn podle druhu a kvality a následně opraven. V momentu, kdy pracovníci opraví jakoukoli paletu Eur, ji linka automaticky označí licenčním hřebíčkem, aby měli zákazníci jistotu, že palety jsou opraveny v souladu s licencí.

Linku dodala nizozemská společnost Pallet Sorting Systems (PSS) a je schopna dosáhnout hodinové kapacity 400 palet. Zařízení je vybaveno standardním sklápěčem (tipper) a jednotkou pro vytváření a vyrovnávání paletových dávek (buffer unit). Palety, jež odpovídají normě a kvalitativním požadavkům, jsou okamžitě vytříděny, stohovány a po dopravníku transportovány k odběrnému místu. Kusy, které zasluhují další „péči“, zpravidla opravu, putují k pracovním stolům. Po opravě jsou i tyto palety přepraveny dopravníkem k odběru v zadní části linky.

NEÚNAVNÝ POMOCNÍK

Na lince jsou zpracovávány nejen palety Eur, ale také palety jednoúčelové, různých nosností a v neposlední řadě atypických rozměrů. Zařízení dokáže přijmout nosiče standardizovaných rozměrů 800 x 1200, 1000 x 1200 a 1200 x 1200 mm.

Stroj je vybaven aplikací PSS, která online zobrazuje počet zpracovaných palet na daném pracovišti. Rovněž disponuje softwarem Scada, jenž během směny sbírá data, která jsou pak k dispozici pro účetnictví (exportovat lze do souboru typu CSV).

V západní Evropě fungují desítky instalací PSS – např. v Německu, Nizozemsku, Belgii, Velké Británii, Švédsku, Rakousku, Švýcarsku či Irsku. Většinou je nasazují firmy, které opravují a třídí palety nebo provozují poolingové systémy. Linka firmy Herus je první nejen v Česku, ale byla premiérově instalována také ve střední a východní Evropě.



Každé třídění touto technologií je samostatně vyhodnocováno, takže dodavatel palet nebo uživatel, který si nechá palety takto přebírat, má jistotu, že selekce je naprosto korektní a profesionální. Automatizovaná linka přinesla také výhodu v možnosti okamžitého přebrání dodaných palet a rychlé fakturace. Díky tomu zákazníci nemusí mnohdy dlouhé týdny čekat a vázat své finanční prostředky v terciárních obalech.

Věda versus byznys: Partneři, nebo protivníci v udržitelnosti?

Kdo je víc mimo realitu – vědci, nebo byznys? Mají pro sebe dostatek pochopení? A proč dnes tolik potřebujeme vzory a šampiony, kteří by šli v udržitelnosti příkladem? Na tato a další témata debatovali v rámci úvodní diskuze „Jeden na jednoho“ profesor Tomáš Cajthaml z Ústavu pro životní prostředí Přírodovědecké fakulty Univerzity Karlovy a Ondřej Beneš, technický ředitel společnosti Veolia Česká republika za poutavého moderování odborného garanta summitu, profesora Vladimíra Kočího z VŠCHT Praha. Debata zazněla v rámci Czech & Slovak Sustainability Summitu, který se konal 20. dubna v Praze.

Andrea Votrubová
@andrea.votrubova@atoz.cz
svetbaleni.cz
svetbaleni

„Udržitelnost je v posledních měsících velmi trendy a řada odborníků v této oblasti to vnímá jako byznysovou příležitost,“ zahájil diskusi moderátor Vladimír Kočí, jenž se sám věnuje rozvoji ekologicky ohleduplného průmyslu, energetiky a hospodaření.

Vzápětí ovšem upozornil na jedno riziko – jakmile se něco stává součástí byznysu, může to sklouznout k tomu dělat to s vidinou zisku bez ohledu na výsledek. „Jenže v udržitelnosti nám jde o poměrně důležité věci: potřebujeme opravdu vhodným způsobem nastavit náš byznys či průmysl, aby to dlouhodobě fungovalo. A pokud nebudeme spolupracovat s vědeckým poznáním, těžko se nám to bude realizovat v praxi tak, aby to skutečně dávalo smysl. Protože jinak to bude takzvaná ekologie, která jenom stojí víc peněz, ale vlastně k ničemu není,“ vysvětlil, v čem spočívá význam tématu, jež se stalo předmětem zahajovací diskuze.

JEDNODUCHÉ ŘEŠENÍ NEEXISTUJE

Jaký k sobě ale mají oba světy vztah? „Není pro vědce trochu pod úroveň snížit se k všednodennímu záležitosti, které se řeší v byznysu? A naopak, nemají vědci mezi byznysy menší punc těch, komu chybí kontakt s realitou?“ vzněsl moderátor první otázku. Tak horké to podle Tomáše Cajthamla nebude, protože vědci se stále více věnují aplikovanému výzkumu, který vede k praxi a kde je spolupráce s firmami zcela zásadní.

„Za posledních dvacet let se aplikovaný výzkum významně rozvíjí, protože jsou k tomu i stimulační faktory, jako je Technologická agentura ČR, která přerozděluje hlavní část k tomu určených peněz,“ uvedl. Obě strany si podle něj uvědomují, že nežijeme v odděleném světě a udrži-

Proč nezatočíme s odpadem?

Otázka z publiky: „Co je podle vás hlavní důvod, proč v době umělé inteligence neumíme zatočit s odpadem? Recyklovat a třídit zjevně nestačí? Tomáš Cajthaml upozornil, že důvod obecně souvisí s nihilistickým přístupem, který u nás převažuje. „Dobrý odpad je takový, který nevznikne. Nejsem velký příznivec recyklace plastu, je to hrozně drahé, plast by se měl jednoduše omezit, neprodukovat odpad a změnit myšlení lidí. Odpadu produkujeme opravdu hodně, vždýť si uděláte vlastní obalový audit,“ vyběhl posluchače. Ondřej Beneš uvedl, že jedním z řešení budoucnosti by mohly být multipalivové kotle. „Pokud vzniká odpad ze směsného komunálního odpadu, který už nedokážeme vytrít, dokážeme ho valorizovat na energii tím, že ho spálíme a vzniklé teplo dáme zákazníkům na centrálním systému zásobování teplem,“ navrhl.

telnost máme jen jednu. Zároveň upozornil, že v environmentální udržitelnosti jde vždy o velmi komplexní řešení, kde firmy vyžadují množství tvrdých dat z řady oblastí. „Neeexistuje tu rychlé řešení. Takových jsme viděli spoustu včetně oxodegradabilních plastů, které se vzápětí zakázaly, nebo biopaliv první generace, která nefungují,“ dodal odborník věnující se především otázkám jedovatých látek v životním prostředí.

I podle Ondřeje Beneše funguje spolupráce mezi vědou a byznysem bez větších problémů. Na co se přitom školy mohou při spolupráci s byznysem spoléhat, jsou osobní vazby a kontakty. „Všichni jsme absolventy vysokých škol a máme svoji síť. My jako Veolia dlouhodobě spolupracujeme s VŠCHT, ČVUT nebo Univerzitou báňskou v Ostravě, protože řada našich zaměstnanců tam má své profesory či kamarády,“ uvedl technolog, čím se daří udržovat mezi oběma světy vztah.

Roli tu ale podle diskutéra hraje také otázka nákladovosti, kdy se firmám vyplatí spolupracovat spíše s tuzemskými univerzitami a výzkumnými centry, s nimiž se oproti jejich zahraničním protějškům dohodnou na dokončení aplikovaného výzkumu nebo třeba provozním ověření za výrazně nižších cen. „Navíc to zachovává práci pro české vysoké školy a pro naše budoucí zaměstnance a kolegy,“ dodal Ondřej Beneš.

Podle něj má byznys o spolupráci s vědou velký zájem i v oblasti udržitelnosti. Zmínil přitom proces odstraňování farmaceutických látek v čistírnách odpadních vod. Spíše než eliminovat znečištění až na „konci trubky“ je podle něj lepší znát cesty, jak se polutanty dostávají do vody a následně do životního prostředí. Tyto okolnosti může zmapovat právě věda.

PŘEPOČÍTAT VŠE NA PENÍZE

Podle Tomáše Cajthamla nicméně stále existuje názor, že kdo se zabývá udržitelností, je nepřitelem firem. „Tak to není, protože my všichni využíváme firemní produkty a všichni také svou činností odpovídáme za to, že například v pitné vodě identifikujeme toxické látky. Musí se ale dokonale popsat systém, jak probíhá znečištění,“ konstatoval vědec a uvedl konkrétní příklad, kdy na trhu existují desítky tisíc chemických látek, a přitom toxikologicky je dobře prozkoumaných jen několik set. „A to je špatně. Systémově je tu obrovské množství problémů, které i tou spoluprací můžeme násobně vylepšit,“ dodal.

Podle něj je také potřeba se neustále pokoušet o integrální hodnocení témat udržitelnosti tak, abychom byli schopni se shodnout na tom, jaká varianta je pro životní prostředí horší – zda například vypouštět určité množství skleníkových plynů, nebo toxických látek. „Existuje řada indikátorů a ratingových faktorů, nicméně žádný systém není dokonalý a neexistuje jednoduché řešení. Musí se na tom stále pracovat, a nakonec

i zjednodušovat – buď se to přepočítá na oxid uhličitý, nebo na peníze, protože my to pak musíme finálně sdělit světu,“ uvedl Tomáš Cajthaml, což vzápětí ilustroval na konkrétním příkladu.

Centrum pro otázky životního prostředí například zjistilo při počítání externalit z prolomení těžebních limitů v severních Čechách, že zdravotnické náklady na choroby lidí v okolí budou mnohonásobně vyšší než to, co se získá z uhlí. K takovému závěru bylo ovšem nutné přepočítat vše na peníze, včetně lidských životů, protože i ty mají dle WHO svoji hodnotu.

MÍSTO SANACE ODSTRANIT POTŘEBU

Rovněž podotkl, že v praxi udržitelných projektů se mnohdy hodně zjednodušuje. „Zjednodušování je cesta do pekel. Samotná uhlíková

stopa je také moc velké zjednodušení.“ Postupy, které se tváří jako neekologičtější, podle něj mnohokrát nebyvají ty nejlepší.

K tomu Vladimír Kočí poznamenal, že do udržitelnosti je potřeba vnášet i netechnické přístupy a nová řešení, kdy nejen optimalizace technických řešení může vést k určitému cíli. „Když budeme řešit farmaka, tak není jedinou správnou cestou je odstraňovat z odpadních vod, ale potřebovat jich méně. Pojdme hledat cesty, jak žít zdravěji, abychom tyto látky nemuseli produkovat,“ uvedl, že velkou výzvou je takový přístup zejména pro ekonomy žijící v zajištění představy, že v zájmu státu je dělat „velký byznys“ a vydělávat peníze.

Moderátor se v závěru obrátil na oba hosty s otázkou, proč nemá veřejnost podle jejich názoru tak často zájem

o výuku technických a přírodovědných oborů a proč v diskusi nad ochranou životního prostředí nejsou přírodovědci a technici příliš slyšet.

Tomáš Cajthaml upozornil, že důvod, proč je tak málo vysokých škol zabývajících se udržitelností nebo ochranou životního prostředí, tkví ještě o několik stupňů níže. Ani na středních školách totiž žádný takový předmět neexistuje, respektive téma životního prostředí je roztrženo mezi řadu různých předmětů od biologie po chemii, nikde však není uceleně vyučováno. „Totéž platí, když půjdete o stupeň níže. Tam vidím hlavní problém, protože to formuje myšlení lidí a jejich poptávku,“ dodal, že naše uvážování v kontextu udržitelnosti je dvacet let za západním světem.

TIKTOKIZACE SPOLEČNOSTI

Příkladem je zákaz skládkování, u něhož si Česko již vícekrát vyjednalo odložení této povinnosti a nyní je stanovena až na rok 2030, zatímco v některých zemích jako třeba Dánsku se prakticky neskládkuje už mnoho let. „Vše souvisí se vzdělaností. Jsou tu dvě cesty – jedna rychlá, protože my jsme za vteřinu dvanáct s problémy s udržitelností za západním světem, a druhá dlouhodobá, a tou je vzdělanost. Tu je třeba řešit na nižších stupních škol.“

S jeho názorem souhlasil i Ondřej Beneš a k současnému stavu přidal výraz „tiktokizace“ společnosti podle sociální sítě populární mezi mladými lidmi, která je založena na vytváření a sdílení krátkých videí. „Řada lidí, kteří si dnes čtou zprávu na sociálních sítích, vydrží maximálně pět až deset vteřin a pak přesunou pozornost jinam. To znamená, že když Tomáš (Cajthaml) napíše článek, nemá šanci, aby si ho někdo přečetl, pakliže z něj neudělá super krátký článek a nedá mu titulky typu Chemie nás zabíjí,“ popsal, proč je dnes těžké zaujmout složitými tématy.

SLEDUJTE VIDEO

Celou debatu najdete na YouTube (Sustainability Summit).



Foto (2x): Czech & Slovak Sustainability Summit

Jak balit do sekundárních obalů? Nejlépe automaticky

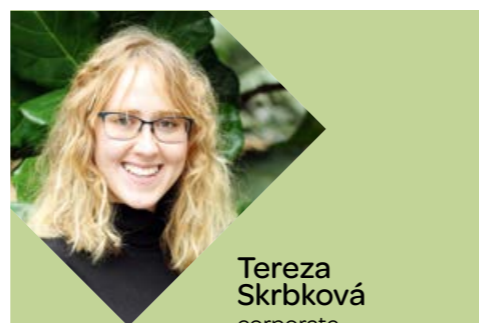
Zatímco spotřebitel vnímá obal především ve smyslu primárního balení, které musí zaujmout grafickým i konstrukčním designem, výrobně logistický řetězec řeší obalovou problematiku mnohem v širším měřítku. Balení není jen naplnění obalů produktem, ale i jejich následné ložení do obalu sekundárního.

Jana Žižková

@jana.zizkova@atoz.cz
svetbaleni.cz
svetbaleni

N

Naplněný spotřebitelský obal se musí do obchodu transportovat a optimálním způsobem je vytvořit pomocí palety a sekundárních obalů, do kterých je spotřebitelský obal ložen, manipulační jednotku. Optimalizace balicího procesu je odvislá i od primárních typů balení. I zde se lze z pohledu automatizace setkat s řadou možností. „V továrně Nestlé Sfinx v Holešově nejčastěji používáme vertikální baličky pro formování a svařování ležících sáčků, pillow bagů. Tento typ primárního balení se týká značek Jojo, Hašlerky, Bon Pari a dalších. Jelikož máme velkou komplexitu výroby s mnoha formáty a různými výrobky, tak je velmi náročné nastavit balicí stroj na jiný výrobek s jiným formátem sáčku. Všeobecně se dá ale říci, že je balárna žele na vysoké úrovni, a to hlavně díky zkušeným kolegům a expertům na danou oblast,“ informuje Tereza Skrbková, corporate communication manager společnosti Nestlé Česko a Slovensko.



Tereza Skrbková
corporate communication manager
Nestlé Česko a Slovensko

„PLNĚ AUTOMATIZOVANÉ BALENÍ JE ZÁKLAD“

Balení je plně automatizováno. Fólie v návinu je formována a svařována do finální podoby sáčku na vertikální baličce, kde je zároveň sáček plněn zbožím. Sáčky putují přes kontrolní místo do vkladáče, který strojově vkládá sáčky do lepenkových beden. Ty poté míří do oblépky a jsou paletizovány paletizačním robotem.

VÝBĚR BALIČEK DO SEKUNDÁRNÍCH OBALŮ JE ŠIROKÝ

Sekundární obal může být krabice, pytel, fólie atd. Správně vybraná technologie dokáže v procesu balení ušetřit i desítky procent nákladů. Většina dodavatelů na českém trhu se shoduje, že v současnosti jsou nejžádanějším typem baličky do tray, který je zpracováván přímo

Foto: Jana Žižková



Stanislava Svobodová
technik balení
BJS Czech

„KVALITA OBALOVÉHO MATERIÁLU OVLIVŇUJE VYUŽITÍ BALICÍ LINKY“

Díky zkušenému a flexibilnímu týmu z Thimm pack'n'display proběhla automatizace našeho balení rychle a bez problémů. Naše úzká spolupráce přímo s technologií výroby přinesla perfektní kvalitu obalového materiálu, který je zásadní pro maximální využití balicí linky, jejíž kapacitu se nám dokonce podařilo navýšit o 25 procent.

ve stroji z plochého přířezu. Důvody jsou jasné. Tento typ sekundárního balení je brán jako environmentální, a navíc šetří uživateli řešení nákladů.

Automatický balicí stroj na sekundární obaly se liší konstrukcí, vybavením i výkonem. Výkon strojů vždy záleží na konkrétním typu balení a typu produktů. V portfoliu společnosti Polo Handels např. nechybí stroje nejenom na střední či velké produkty, ale lze vybrat i z baliček speciálního charakteru, např. na mražené potraviny. Tyto gravitační stroje (např. CP 201) vyvinuté pro horizontální balení pracují obvykle s vysokým výkonem, ale přesto i u zboží typu mražených hranolků, zeleniny či ryb zůstává kompaktní půdorys.

KDY AUTOMATIZOVAT BALICÍ PROCES

„Míra automatizace je velmi rozdílná – zatímco někteří naši zákazníci mají výrobu již plně automatizovanou, jiní zatím balí manuálně a za námi přicházejí v momentu, kdy chtějí s automatizací začít,“ představuje možnosti nabídky Robert Pik, sales & marketing manager CEE společnosti M.A.S. Automation. Výrobci i odběratelé si stále více uvědomují, že není dlouhodobě udržitelné mít pro každý produkt a zákazníka odlišné marketingové balení a zároveň automatizovat a držet nízké náklady. „Do popředí se tak dostává schopnost dohodnout v celém řetězci optimální typ sekundárního obalu, který vzniká často v dialogu mezi výrobcem, zákazníky, dodavatelem obalů i námi jako dodavatelem automatizace. Od našich zákazníků víme, že dobře navržený obalový systém může ušetřit i více než 60 procent nákladů spojených s balením, což přináší výrobcům i zákazníkům významnou konkurenční výhodu,“ uvádí Robert Pik. Zároveň dobrá optimalizace přináší i snížení objemu

obalového materiálu, což zlepšuje ekologickou stopu celé výroby.

Současnost je často ve znamení robotizace. Při doporučení robotů však vždy v M.A.S. Automation zvažují, zda je to pro zákazníka nejlepší řešení, nebo zda je výhodnější zvolit jinou technologii. Například pro vysokorychlostní paletizaci je často výhodnější vrstvý paletizátor, který dokáže paletizovat až 6000 jednotlivých produktů za hodinu – tedy výkon pro jednotlivou manipulaci robotem nepředstavitelný. Pro paletizaci těžkých břemen, např. velkých sudů, se zase osvědčuje portálový manipulátor s vysokou nosností, který potřebuje méně prostoru než robot. Naopak pokud potřebuji paletizovat ze dvou vstupů na dvě palety s nižším výkonem, může být robot nejlepší volbou. Vždy tedy záleží na konkrétní aplikaci.

OBALY PRO AUTOMATICKÉ BALENÍ HRAJÍ VELKOU ROLI

Obaly pro automatické balení vyžadují neprostou přesnost, obaly musí být vyprecizované

do posledního detailu a každý obal musí být bezchybný. Nesprávně navržené a vyrobené obaly mohou prodlužovat proces zavedení automatizace balení, a i jeden špatně vyrobený kus může způsobit zastavení linky. Vývojáři a výrobní technologové z Thimm často komunikují přímo s výrobcí strojů a od samého počátku aktivně navrhuje a upravuje konstrukce obalů, čímž se zjednodušuje a urychluje celý proces. V Thimm pack'n'display vyrábějí obaly pro automatické balení i pro jednoho z největších výrobců interiérového nábytku, společnost BJS Czech.

U obalů pro BJS byl proces zavedení automatizace vzhledem k obrovským rozměrům obalů, které pro balení nábytku používají, ještě o trochu složitější. Martin Vnuk, výrobní technolog Thimm pack'n'display, říká: „Pro zakázky společnosti BJS jsme nastavili speciální výrobní postupy. Balicí linku velmi dobře známe, a to nám pomohlo. Nastavili jsme specifické výrobní procesy a dosáhli jsme tak perfektních výsledků.“

Zažijte naši chytrou logistiku

Paletový pooling – systém pronájmu palet šetří náklady a čas.

Pro nezávaznou kalkulaci nás kontaktujte na info.cz@lpr.eu nebo navštivte www.lpr.eu

Digitální plotr, stroj na „klopovky“, papír z listí...

Svět balení vybral některé zajímavé novinky a služby, které směřují na uživatele obalových řešení. Náměty pro rubriku můžete směřovat na e-mail svetbaleni@atoz.cz.

Novinky zpracovala redakce Světa balení

@ svetbaleni@atoz.cz

f [svetbaleni.cz](https://www.facebook.com/svetbaleni)

in [svetbaleni](https://www.instagram.com/svetbaleni)

TERCIÁRNÍ OBALY



PŘEMĚNA „ODPADU“ NA ZDROJ

+ zefektivnění paletového hospodářství

+ úspory při manipulaci s paletami

Společnost Herus dlouhodobě usiluje o to, aby zákazníci přehodnotili svůj pohled na nepotřebné a vyřazené palety, které nejsou jen odpadem, ale cenným zdrojem materiálu. Přináší všem zákazníkům komplexní řešení paletového hospodářství, které vede k významným úsporám při manipulaci s paletami. Pro většinu druhů „vyřazených“ palet dokáže nalézt řešení, která je promění v cenný materiál či dokonce zboží a generují finanční zisky. V uplynulém roce ve spolupráci se svými zákazníky zachránila tisíce jehličnanů, které by jinak musely být pokáceny. Pokud chcete přispět k ochraně životního prostředí a zároveň ušetřit finanční prostředky, obraťte se na nás.

Více na herus-palety.cz

PLOTRY



AUTOMATIZOVANÝ DIGITÁLNÍ ŘEZACÍ PLOTR

+ produktivita a automatizace

+ přesnost

+ spolehlivost

Nová řada digitálních řezacích plotrů Zünd Q-Line s automatickým nakladačem a vykladačem BHS180 je určena pro průmyslové zpracování potištěných archů nebo desek pro obaly a další aplikace. Vyniká plnou automatizací a ojedinelou produktivitou, která více než dvojnásobně překonává ostatní systémy na trhu. Kompletní linka nabízí neuvěřitelnou přesnost a spolehlivost řezání. Zünd Q-Line je ideální pro ty, kteří hledají dokončovací zařízení bez kompromisů. Více informací získáte u HSW Signal, dlouholetého partnera společnosti Zünd, na techno@hsw.cz.

Více na hsw.cz

OBALOVÉ MATERIÁLY



TRÁVA, SLÁMA A LISTÍ V NOVÉ ROLI

+ redukce uhlíkové stopy

+ udržitelný zdroj suroviny

+ nižší spotřeba energie

Papírna Aloisov, která je jediným výrobcem trávového papíru v ČR, se v posledních letech zabývá čím dál více výrobou udržitelných papírů. Nyní vyvinula unikátní papír ze slámy a listí, který splňuje veškerá mechanicko-fyzikální kritéria potřebná pro využití v obalovém průmyslu. Využití listí a slámy rozšiřuje možnosti výroby o zcela nové produkty, které mají jen minimální dopad na životní prostředí. Biomasa s recyklovaným papírem umožňuje radikální snížení uhlíkové stopy o více než 90 % oproti klasickému celulózovému papíru. Papíry z Papírny Aloisov jsou certifikovány FSC a EU Ecolabel – které označuje výrobky se sníženým dopadem na životní prostředí během celého jejich životního cyklu.

Více na www.papirnaaloisov.cz

VYSOKOZDVIŽNÁ TECHNIKA



NOVÁ ŠÉRIE VOZÍKŮ HELI

+ pro menší provozy

+ baterie Li-Ion

Společnost Gekkon International uvedla na český trh vozíky Heli série H4 s nosností 1,5 až 3,8 tuny. U řady H4 je použit stabilní a vyzkoušený základ šasi vozíku a zjednodušené nabíjení menšího výkonu baterie pro dosažitelnost použití u zákazníků, kteří zvažovali pořídit ojetý vozík. Na nový vozík s lithium-iontovou baterií je záruka čtyři roky na stroj samotný a pět let na baterii. Všechny vozíky řady H4 mohou být opatřeny vestavěnou nabíječkou. Hodí se zvláště pro menší a středně velké sklady a výroby, kdy nejsou v nepřetržitém provozu. Baterie jsou vždy napojeny na Battery Management System.

Více na www.heli.cz

VÝROBA KRABIC



NOVÝ STROJ NA KLOPOVÉ KRABICE

+ vysoká kapacita a rychlost

+ výroba krabic v párech

Ve výrobním závodě Mondí v Českých Budějovicích byla nedávno dokončena instalace nového stroje na výrobu klopových krabic. Tento špičkový stroj přináší zákazníkům přidanou hodnotu v zajištění kapacity a rychlosti výroby, neboť dokáže vyrábět krabice z vlnité lepenky v párech/dvojcích, a přinést tak ve srovnání s předchozím strojním zařízením dvojnásobný výkon. Stroj byl upraven na míru specifickým požadavkům závodu Mondí Bupak v Českých Budějovicích, který se specializuje na výrobu vlnité lepenky, z níž následně vyrábí obalová řešení určená především pro sektory e-commerce a transportní balení zboží.

Více na www.mondigroup.com

VYSOKOZDVIŽNÁ TECHNIKA



OBRATNÉ VOZÍKY PRO ÚZKÉ ULÍČKY

+ pro stísněné pracovní prostory

+ baterie Li-Ion

Společnost Baoli uvádí na trh v Evropě, na Středním východě a v Africe novou rodinu elektrických ručně vedených vysokozdvíhových vozíků. Vozíky KBS 12 jsou určeny pro všechny typy méně náročných aplikací, hodí se do většiny skladů, včetně těch s omezeným prostorem. Díky bezúdržbovým lithium-iontovým bateriím jsou vozíky nenáročné pro svou obsluhu. Vozíky se dodávají s nosností 1,2 t a maximální výškou zdvihu až 3600 mm. Jejich vidlice jsou k dispozici s celkovou šířkou 570 mm nebo 685 mm pro různé standardy nosičů nákladu. Stroje jsou vybaveny čtyřkolovým podvozkem. Vozíky jsou vhodné pro přepravu zboží ve skladu, stohování palet a pro vychystávání zboží z nízké úrovně.

Více na www.baoli-emea.com

OBALOVÝ MATERIÁL



VOŠTINOVÝ PAPIR

+ eliminace plastových fólií

+ lokální výroba

Moderní způsob, jak balit produkty ekologickou cestou, zároveň elegantně a bezpečně. Jeho 3D struktura, která vzniká natažením, pomáhá chránit balené předměty během přepravy a další manipulace. Současně povrch dosahuje velké pevnosti, i když materiál jako takový je příjemně lehký a praktický při manipulaci. Můžete ho efektivně upotřebit i k výplni prázdných prostor v zásilkách. Využíváním voštinového papíru nahradíte stretch fólie, bublinkové fólie a další umělé materiály. Jako český výrobce budeme splňovat nejvyšší kritéria v rámci současných trendů maximálního ohledu k přírodě – žádné dovozy přes půl světa, ale tradiční česká výroba přímo u nás v Lanškrouně.

Více na www.stepac.cz

JAK VYBRAT

Vyznat se v nabídce čteček čárových kódů není jednoduché, na trhu je k dispozici mnoho různých typů a modelů. Ke správnému rozhodování pomůže při jejich výběru zvážení všech relevantních kritérií s ohledem na zcela konkrétní způsob užití čteček.

David Čapek
 @david.capek@atoz.cz
 svetbaleni.cz
 svetbaleni

PŘI VÝBĚRU ČTEČEK ZOHLEDNĚTE
 PŘEDEVŠÍM PLÁNOVANÝ ZPŮSOB
 JEJÍHO VYUŽITÍ

V potaz je zapotřebí vzít i prostředí, v němž bude čtečka používána (náročnost z hlediska prašnosti, vlhkosti, teploty nebo mechanické odolnosti, případně malé čtecí plochy apod.), a jakou denní zátěž lze u zařízení předpokládat. Ačkoli každé nasazení čteček čárových kódů je možné označit za svým způsobem jedinečné, existují určitá obecná doporučení, která mohou výběr výrazně usnadnit.

SOUBOR KLÍČOVÝCH OTÁZEK

Nejprve je vhodné zodpovědět si detailně několik základních otázek souvisejících s budoucím využitím a používáním čteček čárových kódů. Výsledkem by mělo být znatelné zúžení počtu možností, které přicházejí do úvahy. Jde mimo jiné o to, jestli čtečka má snímat čárové kódy jednodimenzionální (1D) či dvoudimenzionální (2D), případně oba typy, dále zda bude používána pouze na jednom místě nebo v celém provozu (a má být tedy s kabelem či bezdrátová) a z jaké vzdálenosti budou čárové kódy snímány.

V návaznosti na tyto zásadní otázky pak lze přistoupit k další skupině parametrů, které uskutečněný předvýběr čteček dále zúží. Jedná se například o potřebnou výbavu terminálů, tj. odolnost čtečky, velikost displeje, druh klávesnice, možnosti dobíjení, hlasové ovládání a možnosti volitelného příslušenství (pistolová rukojeť, držáky, nabíječky,



Miroslav Králík
 delivery manager Lokia WMS, Grit

„SNÍMÁNÍ KÓDŮ, KTERÉ OZNAČUJÍ CELÁ BALENÍ“

Využití lze snímání čárových kódů, které označují nejen jednotlivé výrobky, ale i celá velká balení. Snímaný kód bývá většinou prostřednictvím bezdrátové sítě wi-fi exportován online do řídicího systému skladu a dále zpracováván. Snímání informací z čárového kódu terminálem pomocí snímače je přitom nejčastěji používaným prostředkem automatické identifikace.

vysokokapacitní baterie, sluchátka, obaly, brašny apod.) nebo volbu operačního systému (uzavřený, Windows Mobile/CE, Android).

V souvislosti s nutností uceleného softwarového řešení pak jde o aplikace pracující s pořízenými daty a umožňující jejich následné využití a provázání na další firemní software, jako je ERP (systém pro plánování podnikových zdrojů) nebo WMS (systém pro řízení skladu). „Větší nároky na aplikaci zajišťující veškerý datový přenos

jsou v případě použití online řešení, kdy jsou k ní mobilní terminály a mobilní zařízení stále připojeny a pracují tak se zcela aktuálními daty v reálném čase,“ vysvětluje Miroslav Králík, delivery manager Lokia WMS ve společnosti Grit.

KOMPLEXNÍ PROCES

Nasazení čteček čárových kódů do provozu není izolovaným aktem, ale právě naopak. „Předcházet by mu mělo především zavedení jasné de-

finovaného a efektivního systému organizace a práce ve skladu,“ upozorňuje Miroslav Králík.

Konkrétní postup zavedení čteček čárových kódů zahrnuje pořízení potřebného hardwaru, tj. samotné čtečky a tiskárny 1D/2D čárových kódů, dále vytvoření jednotné etikety pro logistické jednotky (sekundární, resp. terciární obal) a její integrace do systému tak, aby se dala tisknout automaticky na základě výrobního příkazu nebo příjemky. Podstatné je i důkladné označování zboží či surovin (při příjmu na sklad), polotovárů a výrobků (při výrobě). Už v rámci příjmu na sklad jsou označeny etiketou (pokud již nejsou čárové kódy označeny od dodavatelů), která v sobě kromě standardních údajů nese informaci o šarži, datu minimální trvanlivosti nebo množství (podobně je tomu při výrobě finálního produktu). Neméně důležitý krok představuje výběr softwaru, zahrnující stanovení požadavků na jednotlivé funkce, propojení s ERP systémem a vlastní nasazení systému čteček. V neposlední řadě je nutností důsledné zaškolení zaměstnanců, aby při práci se čtečkami pracovali maximálně efektivním způsobem.

inzerce

Skladová logistika

Strategická poloha skladů

Predikovatelné náklady

Konzultace a poradenství

Díky strategickému umístění našich skladů na dopravních tepnách s širokým týmem kmenových zaměstnanců a vlastním IT řešením jsme schopni klientovi zajistit spolehlivou a cenově efektivní službu v oblasti skladování a value added services. Zajistíme návrh řešení, investice a kompletní realizaci. Zákazníkovi účtujeme jen předem danou cenu za variabilní položky.

Spolehněte se na logistického partnera s nejlepším řešením.



Global Logistics

INOVACE

NOVÁ AUTOMATICKÁ LINKA PŘETŘÍDÍ AŽ 81 000 PIVNÍCH LAHVÍ ZA HODINU

Dlouhodobě nejžádanějším obalem Plzeňského Prazdroje jsou skleněné vratné lahve, které tvoří bezmála 40 procent prodeje. Doposud byly vrácené lahve a přepravky tříděny převážně ručně, nyní pivovar zapojuje automatiku. Nová třídící linka dokáže strojově roztřídit skleněné lahve jeho vlastních značek od jiných pivovarů a odhalí případné poškozené lahve i přepravky. Linka zaměstnancům ulehčuje manuální práci a současně zvyšuje spolehlivost třídění milionů prázdných vratných lahví, které Prazdroj sváží z obchodů.

Na základě podkladů společnosti Plzeňský Prazdroj zpracoval Stanislav D. Břeň

stanislav.bren@atoz.cz
svetbaleni.cz
svetbaleni

K ručnímu zpracování nově míří pouze přepravky s cizími předměty nebo v Česku málo používané lahve. Část zaměstnanců u třídící linky zůstává, další najdou uplatnění na jiných pozicích v rámci stáčení piva.



VE ZKRATCE:

Padesátimilionová investice

Do nové třídící technologie společnosti vision-tec investoval pivovar bezmála 50 milionů korun. V současné době je podle pivovaru podobných zařízení po celém světě instalováno dvacet, v Česku jde o první automatickou třídící linku na skleněné vratné lahve.

4050 přepravek za hodinu

Linka dokáže zkontrolovat a poté vytřídit 4050 přepravek za hodinu, tedy 81 000 pивních lahví. Systém umí lahve kontrolovat přímo v přepravkách, které přijely z obchodů, a není třeba je z nich vydávat. Automat nejdříve zkoumá strukturu a poškození přepravek, přítomnost cizích předmětů a následně technický stav lahví. Poškozené lahve a přepravky vyřadí z oběhu a dál pokračuje s nezávadnými kusy, které rozlišuje podle designu, barvy, etikety a rozměrů.



Pavel Šemik
technický ředitel
Plzeňský Prazdroj

„Zrychlení a zefektivnění“

Vratné skleněné lahve u nás mají desítky let dlouhou tradici a systém funguje opravdu dobře. Více než 98 % lahví nám lidé vrátí zpátky, abychom je znovu využili. Díky tomu nemusí být stovky milionů nových lahví vůbec vyrobeny. Prázdné lahve jsou tříděny přímo v obchodech, nicméně občas se stane, že lahev skončí v jiném pivovaru, než by měla. Proto v pivovarech probíhá jejich finální dotřídění. Naše lahve posíláme k umytí a znovunaplnění, lahve jiných pivovarů vytřídíme a následně jim je dovezeme. Doposud jsme tuto práci dělali ručně, nově jsme schopni díky automatické lince vše zrychlit a zefektivnit.



Foto (3x): Plzeňský Prazdroj

AŽ DESET DRUHŮ PŘEPRAVEK

Po vytřídění se cizích přepravek nebo přepravek Prazdroje s cizími lahvemi ujímá dvanáctiramenný robot, který z nich dokáže za jízdy lahve vyndat a roztřídit je podle druhů a následně znovu vložit do správných přepravek příslušného pivovaru. Systém je vybaven automatickým zásobníkem přepravek a dokáže tak plnit 10 různých druhů přepravek různých značek a pivovarů.

„Jen za minulý rok jsme vytřídili a odvezli jiným pivovarům přibližně čtyři miliony prázdných lahví. Naopak zpátky jsme od nich vykoupili téměř dva miliony našich skleněných lahví. Máme dohodu o vzájemné výměně lahví s velkou částí velkých a středních tuzemských pivovarů, pod které spadá přes 30 značek, čímž si navzájem dokážeme pomoci a lahve tak umíme opravdu maximálně využít. I díky tomu funguje zálohový systém opravdu dobře,“ říká Petr Kofroň, manažer plzeňského pivovaru.

Reálná životnost vratných lahví je podle něj 6–7 let a během jejího života ji Prazdroj naplní v průměru dvacátkrát. Po dosloužení jsou lahve vytříděny a jsou z nich opět vyrobeny lahve nové.



Více o nové lince
www.prazdroj.cz
www.vision-tec.de

Plzeňský Prazdroj má aktuálně v oběhu kolem 160 milionů lahví, celkově je pak na trhu zhruba 400 milionů skleněných vratných lahví. Systém zálohování skleněných pивních lahví se v Česku používá od druhé poloviny 20. století.

NOVINKY Z LOGISTIKY

Důraz na efektivitu, udržitelnost a energetické úspory je v dnešní době zásadní, a to i v případě osvětlení skladových prostor. Při volbě vhodných svítidel do skladu je ovšem zapotřebí klást důraz i na bezpečnost zaměstnanců a jejich pracovní komfort.

David Čapek

@ david.capek@atoz.cz

f svetbaleni

in svetbaleni.cz

OSVĚTLENÍ HAL ÚSPORNĚ A ÚČINNĚ

Kvalitní osvětlení skladů by mělo být přizpůsobeno specifickým požadavkům a podmínkám příslušného skladu a jeho provozním činnostem. Proto se danou problematikou intenzivně zabývají jak průmysloví developéři, tak i nájemci v logistických halách a samozřejmě dodavatelé systémů průmyslového osvětlení.

Skladovací prostory, zvláště ty rozsáhlé, vyžadují komplexní řešení běžného i nouzového osvětlení. „Moderní systémy průmyslového osvětlení mohou být nejen vysoce výkonné, ale také ekologické a úsporné,“ říká Jan Vacek, generální ředitel ZG Lighting Czech Republic, tuzemské pobočky mezinárodní společnosti Zumtobel Group. Centralizované systémy ovládání usnadňují správu celého objektu a umožňují propojení s dalšími provozními systémy. Zvláštní pozornost by podle Jana Vaccka měla být věnována rovněž kvalitě samotného světla, jeho intenzitě a barvě chromatičnosti. I v daném ohledu dodavatelé osvětlení nabízejí rozmanitá řešení vhodná pro konkrétní aplikace.

SOHLEDEM NA EKONOMIČNOST

Kromě splnění parametrů dle platných norem, v tomto případě ČSN EN 12464-1 (Světlo

a osvětlení – Osvětlení pracovních prostorů – Část 1: Vnitřní pracovní prostory), je kvalitní osvětlení navrženo s ohledem na ekonomičnost provozu. Jde zpravidla o svítidla s vysokou světelnou účinností (přes 150 lm/W) spolu s inteligentním řízením osvětlení, jež snižuje spotřebu elektrické energie.

„Automatické řízení osvětlení, které reaguje na denní osvětlení, zapíná části osvětlení jen v případě pohybu osob v daném prostoru. Tímto je možné dosáhnout úspor elektrické energie při provozu osvětlovací soustavy,“ sděluje Martin Pirkel, head of property management ve společnosti CTP, a pokračuje: „Tento typ osvětlení, tedy LED svítidla s vyšší účinností a jejich automatické řízení, využíváme v našich CTParcích

prakticky už jako standard, protože si uvědomujeme zvyšující potřebu úspor energie ze strany klientů, ale i naši potřebu dbát na udržitelnost našich budov.“ V každém okamžiku musí vše pochopitelně vyhovovat platným nárokům daným pravidly BOZP a hygienickým předpisům pro pracoviště.

POZOR NA OSLNĚNÍ A SVĚTELNÉ ODRAZY

„Pro správný návrh osvětlení je potřeba si uvědomit také problematiku oslnění obsluhy vysokozdvižného vozíku při manipulaci se zbožím, kdy je často oslněn právě osvětlením uliček,“ upozorňuje Petr Smejkal, projektový manažer ve společnosti Demaco. Stejně tak je podstatné zvolit správnou chromatičnost světelného toku,

„POŽADAVEK NA ROVNOMĚRNOU INTENZITU OSVĚTLENÍ“

Pro denní osvětlení je důležitá rovnoměrnost na celé ploše. To je zásadní problém u klasických střešních světlíků, protože u nich dochází ke značnému přesvětlení části ploch přímo pod nimi. Křišťálové světlovody zajistí osvětlení denním světlem rovnoměrně po celé ploše. Navíc v létě neoslňují tak jako střešní světlíky. Existuje i hybridní provedení, kdy přes den přenáší na pracoviště denní světlo z oblohy a zároveň se pomocí integrované fotovoltaiky nabíjejí baterie, které pak v noci napájejí přímo v těle světlovodu integrované LED umělé osvětlení.



Jakub Brandalík
majitel, Lightway

aby nedocházelo k narušování cirkadiánních rytmů u pracovníků v provozu. „Aby bylo možné udržet dlouhodobě navrhovanou kvalitu osvětlení, musí se pro objekt stanovit plán údržby svítidel a povrchů, od kterých se světlo odráží. Na toto se často zapomíná, a přitom je to pro udržení kvality osvětlení velice důležité,“ doplňuje Petr Smejkal.

Úspory je možné zajistit hned několika způsoby. Jako první způsob, ne zcela efektivní do provozu, lze použít rozdělení haly na více pracovních úseků, tj. na více ovládacích prvků pro rozsvěcování světel pouze v potřebné části haly. „Dále lze využít pro jednotlivé uličky senzor přítomnosti s časovým nastavením na určitou dobu. Tento způsob volí nájemci ve většině případů a velice tento způsob kvitují. Za rozumné pořizovací náklady získají efektivní způsob řízení osvětlení,“ poznamenává Petr Smejkal. Jako další možnost lze použít pohybové senzory s měřením osvětlení, kdy senzor vyhodnocuje intenzitu denního osvětlení v objektu a dle potřeby dává intenzitu umělého osvětlení. Tento systém se běžně používá i v administrativních prostorech. „Jako doplněk výše uvedeného je dobré použít napojení systému na MaR (BMS), aby bylo možné počítat spotřebu osvětlení na jednotlivých funkčních celcích a bylo tak možné vyhodnocovat úspory získané systémy na snížení spotřeby energie na osvětlení,“ vysvětluje dále Petr Smejkal.

DATA POMÁHAJÍ K EFEKTIVITĚ

Chytré osvětlení je založeno na průběžném snímání a vyhodnocování široké škály dat. „Řídící jednotka na základě toho přizpůsobuje osvětlení tak, aby dokonale plnilo požadovanou funkci a současně byla zajištěna maximální provozní efektivita s nejnižšími možnými náklady,“ popisuje Jan Vacek. Jako konkrétní příklad chytrého osvětlení ve skladech zmíní systém nasazený v distribučním centru řetězce Lidl ve středočeském Buštěhradu.

U inteligentní správy celé budovy tvoří řízení osvětlení



Tomáš Kubza
vedoucí logistiky
Penny Česká
republika

„ÚSPORA ENERGIE I VYŠŠÍ KVALITA OSVĚTLENÍ“

Instalace nových svítidel společně s využitím inteligentního systému řízení ve velkoskladu Penny v Dobřanech přinesla nejen výrazné snížení provozních nákladů, ale i zlepšení kvality intenzity umělého osvětlení. Stará zářivková svítidla 2 x 80 W byla nahrazena lištovým systémem Tecton s možností vložení lineárních LED svítidel s různými délkami, světelnými výkony a vyzářovacími charakteristikami. Díky instalaci LED svítidel došlo u skladu se 105 rampami a o rozloze 23 000 metrů čtverečních ke snížení spotřeby elektrické energie o 33 procent a provozních nákladů o 65 procent.

pouze jednu část. „Další části ovládají vnitřní prostředí (teplotu a výměnu vzduchu) a jsou spolu provázané, kdy informace o přítomnosti osob se využívají u všech dalších systémů,“ konstatuje Martin Pirkel.

Ve spolupráci se



systemylogistiky.cz

f systemylogistiky

in systemylogistiky



Více na www.systemylogistiky.cz



OSVĚTLENÍ PRO ZVLÁŠTNÍ PODMÍNKY

Ve specifických logistických provozech, například chladírenských skladech, panují z hlediska teplot a vlhkosti extrémní podmínky. Tomu musí být přizpůsobena konstrukce osvětlení, jako je tomu třeba v případě lištového systému Tecton značky Zumtobel ve verzích IP64/IP54. „Horní a boční povrchy korozivzdorných lišt jsou zcela uzavřené a hladké, takže neposkytují žádný prostor, kudy by mohl vniknout prach nebo voda, a navíc se snadno čistí,“ vyzdvihuje přednosti systému Jan Vacek.

V segmentu potravinářství, v případě mrazíren či chladiřen nebo provozů přilehlých např. k fungování supermarketů, je nutné používat speciální svítidla určená do těchto provozů. Podle Petra Smejkalu mají obvykle vyšší stupeň ochrany proti vniknutí vody, disponují „bezúdržbovými“ povrchy a vyznačují se odolností vůči nízkým teplotám. A jak dodává Martin Pirkel, jelikož jde o elektrické zařízení, nároky na osvětlení v takových prostorech musí z hlediska bezpečnosti provozu odpovídat platným normám ČSN.

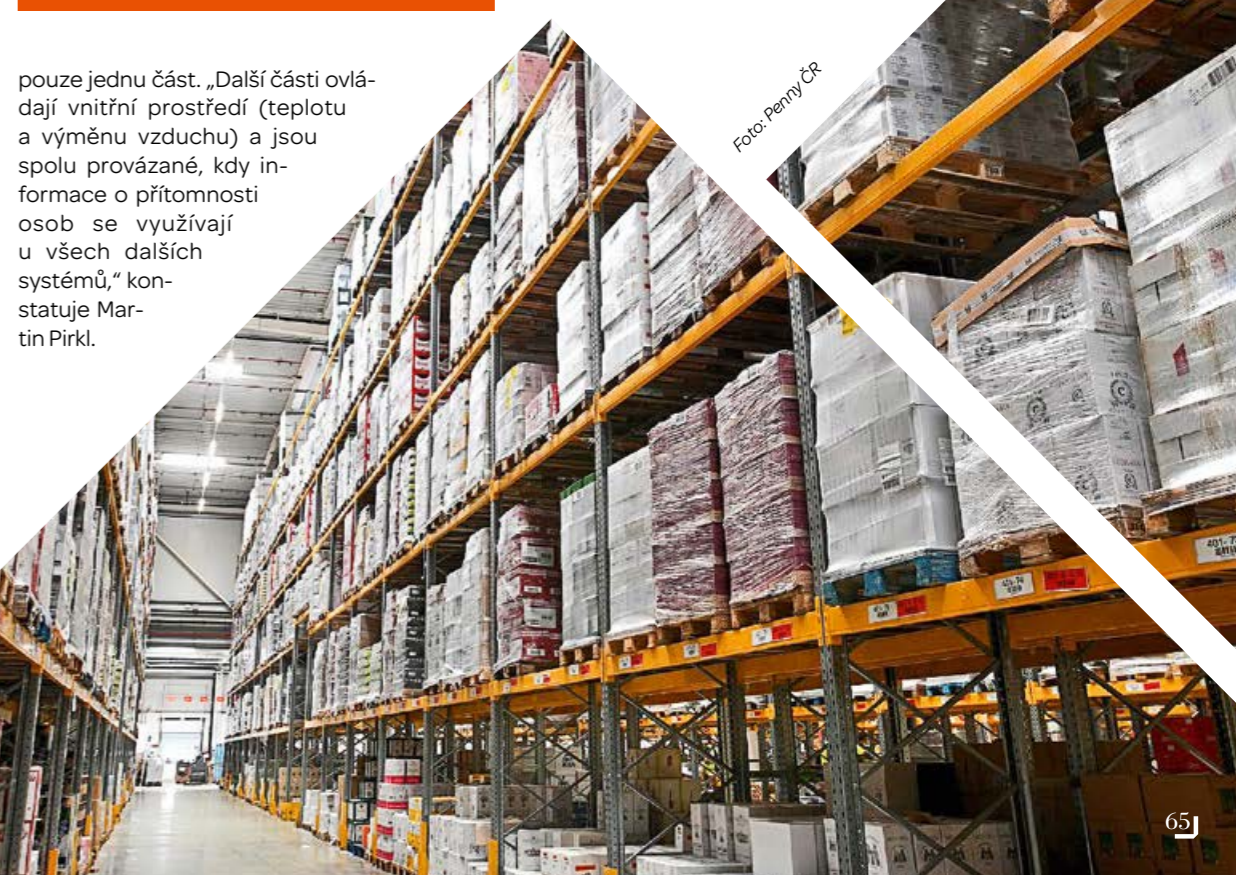


Foto: Penny ČR

Foto: ZG Lighting/Zumtobel

CO VÁS ČEKÁ PŘÍŠTĚ...」

Debatujte,
informujte,
sdílejte!



VYDÁVÁ:

Atoz packaging

ATOZ STUDIO s. r. o.
Holeškovská 29, 150 00 Praha 5
IČ 63987317
Tel.: +420 606 023 052
www.atoz.cz
www.svetbaleni.cz
e-mail: svetbaleni@atoz.cz

ZAKLADATEL:

Christian Beraud-Letz

VYDÁVATEL A JEDNATEL:

Jeffrey Osterroth

ŠÉFREDAKTOR:

Stanislav D. Břeň

REDAKCE:

David Čapek,
Vladimír Maňo,
Jana Žižková

KOREKTURY:

Dana Klimesová

FOTOGRAFIE:

Stanislav D. Břeň,
archiv redakce a firem,
titulní foto: Unsplash

INZERCE:

Martin Horníček, Pavel Kotrbáček,
Patricie Majerová, Irena Seibertová

ADMINISTRATIVA A FINANCE:

Pavla Kadlecová, Veronika Kerblarová,
Jana Nerudová

TRAFFIC MANAGERKA, PRODUKCE:

Eva Furmanová

**KOORDINÁTORKA DISTRIBUCE
A PŘEDPLATNĚHO:**

Daniela Krnáčová

DTP:

WAU! Studio s. r. o.

DISTRIBUCE:

SEND Předplatné spol. s r. o.
Ve Žitbce 1800/77
hala A3, 193 00 Praha 9

TISKÁRNA:

Triangl, a. s.
Beranových 65, 190 00 Praha 9

REGISTRAČNÍ ZNAČKA:

MK ČR E8357 ISSN 1212-7809

Odkazy na určité značky a jejich užití, at
ve formě textové či obrazové zmíněné
v ediční části této publikace, jsou
bezplatné. Jsou užity pouze za účelem
poskytnutí informací a firmám
a značkám. Uveřejněné materiály
mohou být dále publikovány pouze se
soulasem vydavatele.

SVĚT BALENÍ

Je časopis pro české a slovenské
profesionály z oblasti balení.



Tištěný a distribuovaný
náklad ověřuje ABC ČR,
člen IF ABC.



Časopis je vytištěn na papír
s certifikací PEFC.

19-20/10/2023 Praha



Největší obalový kongres pro český a slovenský
trh se koná Aquapalace Hotel Prague.
Více informací a registrace:
www.obalko.cz

OBALKO 11
ČESKÝ A SLOVENSKÝ OBALOVÝ KONGRES



www.obalko.cz

Foto: Stanislav D. Břeň (4x), Unsplash (1x), still (1x)

Tisk neumírá!
Tištěný Svět balení vychází 22 let,
a to v ověřeném nákladu 5000 kusů.



Jste na konci. Nevynechali jste něco zajímavého?



**PLAST JE BEZ DEBAT
NEJVÝHODNĚJŠÍM ŘEŠENÍM**
Rozhovor s Pavlou Bubák,
product development directorem
s odpovědností za obaly
společnosti Akinu CZ.



**OBAL: STĚŽEJNÍ NÁSTROJ
MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE**
Obal komunikuje textem či znaky
informace, ať již povinné či nepovinné,
a svým vzhledem pak přebírá funkci
prvního propagátora produktu.



**BALENÍ ČERSTVÉHO
ZBOŽÍ**
V segmentu balení čerstvého
zboží se klade důraz
především na udržitelnost,
funkčnost a design.



**POŽÁR POSUNUL BALENÍ
RYB DO NOVÉ DIMENZE**
Kralupskou balírnou každodenně
„propulují“ tuny mořských
a sladkovodních ryb.

V dalším vydání najdete:

OBOROVÉ BALENÍ
E-commerce



OBALY A DESIGN
Inserty a výplňový materiál



**TRANSPORTNÍ
BALENÍ**
Exportní balení

OBOROVÉ BALENÍ
Pet food

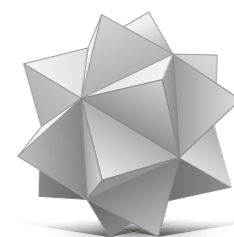


TECHNOLOGIE
Výroba obalů – vstříkávání



**ZAJÍMAVOSTI
Z LOGISTIKY**
Ruční paletový
vozik elektrický

19.-20. října
2023



OBALKO 11
ČESKÝ A SLOVENSKÝ OBALOVÝ KONGRES

Aquapalace
Hotel Prague

Obalové tsunami je tu, zůstaňte na vlně

V současné době se spojilo několik narušení obalového ekosystému – evropské i lokální regulace, rostoucí a neustále se měnící požadavky spotřebitelů, raketově zvyšující se náklady, převratné technické a technologické změny či pokračující nedostatek zaměstnanců – a vytvořilo vlnu připomínající tsunami, která se řítí na obalový trh. Čeští a slovenští obaloví profesionálové ale nejsou náhodní vikendoví surfaři – jsme králové vln. Zůstaneme na nich pevně vysoko, zdoláme i ty největší zlomy a posílíme se vrátíme do klidných bílých vln u břehu. A kongres OBALKO je místem, kde se scházejí nejlepší čeští a slovenští obaloví surfaři, aby se vzájemně hecovali a vyhlíželi právě tu svou vlnu, kterou jim nikdo nedropne. Připojte se ke stovkám dalších obalových profesionálů na říjnovém kongresu OBALKO 11 a inspirujte se, motivujte se a získávejte znalosti potřebné k úspěšné jízdě na vlně velikosti tsunami, která se blíží k našim břehům.

Děkujeme partnerům, kteří se připojili k 11. ročníku jako první:

ZLATÍ PARTNEŘI:



STŘÍBRNÝ PARTNER
A PARTNER TRÍDENÍ:



STŘÍBRNÍ PARTNEŘI:



BRONZOVÍ PARTNEŘI:



PARTNEŘI WORKSHOPŮ:



SPOLUPRACUJÍCÍ ORGANIZACE:



PARTNER
E-MAILOVÉ
KOMUNIKACE:



PARTNER TECHNIKY:



HLAVNÍ MEDIÁLNÍ
PARTNER:



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:



ORGANIZÁTOR:



Společně vytváříme úspěšnou budoucnost

DACHSER Contract Logistics

DACHSER Contract Logistics přináší komplexní řešení dodavatelského řetězce prostřednictvím globální přepravní sítě, efektivního skladování, služeb s přidanou hodnotou, individuálního poradenství a integrovaných informačních systémů. Profitujte z dokonalé kombinace našich služeb.