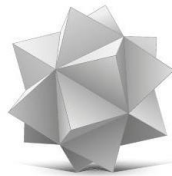


**Zveme vás na 8. ročník kongresu, tentokrát s hlavním tématem: Zákazník a obal**

Nezmeškejte bohatý konferenční program!



Největší setkání obalových profesionálů na trhu

**OBALKO8**

ČESKÝ A SLOVENSKÝ OBALOVÝ KONGRES

**Aquapalace Hotel Prague**

**15.–16. října 2020**

**Zveme vás na 8. ročník kongresu, tentokrát s hlavním tématem: ZÁKAZNÍK A OBAL**



Je tento obal recyklovatelný?

Proč musí psát složení tak malým písmem?

Ten design je jiný – je to vůbec stejný výrobek?

**Děkujeme partnerům, kteří podporují obalový trh!**

<p><b>POD ZÁŠTITOU:</b></p>	<p><b>ZLATÍ PARTNEŘI:</b></p>	<p><b>STŘÍBRNÝ PARTNER A PARTNER TŘÍDĚNÍ:</b></p>	<p><b>STŘÍBRNÍ PARTNEŘI:</b></p>	<p><b>BRONZOVÍ PARTNEŘI:</b></p>				
<p><b>PARTNEŘÍ WORKSHOPŮ:</b></p>	<p><b>ODBORNÝ GARANT:</b></p>	<p><b>PARTNER VÝZKUMU:</b></p>	<p><b>SPECIÁLNÍ PARTNEŘI:</b></p>	<p><b>SPOLUPRACUJÍCÍ ORGANIZACE:</b></p>	<p><b>PARTNER NÁPOJŮ:</b></p>	<p><b>PARTNER KÁVY:</b></p>	<p><b>PARTNER PIVA:</b></p>	<p><b>PARTNER VÍNA:</b></p>
<p><b>PARTNER E-MAILOVÉ KOMUNIKACE:</b></p>	<p><b>PARTNER TECHNIKY:</b></p>	<p><b>HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:</b></p>	<p><b>MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:</b></p>	<p><b>PARTNER TISKU:</b></p>				

Největší setkání  
obalových profesionálů  
v ČR a na Slovensku



15.-16. října 2020  
Praha

# OBALKO

ČESKÝ A SLOVENSKÝ OBALOVÝ KONGRES

15. října

## Konferenční program

Společný dopolední blok: 9:00–13:00

### ÚVODNÍ ŘEČNÍCI: POHLED NEJVĚTŠÍCH OBALOVÝCH ZÁKAZNÍKŮ



Když mluvíme o tématu Zákazník a obal, nemůžeme myslet pouze na spotřebitele jako na zákazníky; musíme vzít také v úvahu názory našich klientů na obalové produkty, řešení a služby, které poskytujeme jako dodavatelé. Zákazníci jsou nároční, protože jejich zákazníci mají rovněž vysoké nároky – to je základ dodavatelského řetězce. Co po nás ale naši zákazníci chtějí? Co očekávají od českého a slovenského obalového průmyslu? Jaká specifika má český a slovenský obalový trh ve srovnání s trhy v jiných zemích? Odpovědi na tyto a další otázky budou poskytnuty v klíčových projevech zástupců tří největších společností ve třech nejdůležitějších odvětvích hospodářství (malobchod, FMCG a automotive).

**ZA AUTOMOTIVE: JANA VOLFOVÁ, ŠKODA AUTO**

**ZA FMCG: PAVEL KOMŮRKA, ORKLA**

**ZA RETAIL: LUKÁŠ MIKLOŠ, TESCO STORES**

### NOVÁ LEGISLATIVA ODPADOVÉHO HOSPODÁŘSTVÍ ČR A DOPAD NA ČESKÝ OBALOVÝ TRH



Ředitel odboru odpadů Ministerstva životního prostředí bude hovořit o nové legislativě odpadového hospodářství v ČR.

**JAN MARŠÁK,  
MINISTERSTVO ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ**

### SPOTŘEBITEL A OBAL: PREZENTACE VÝSLEDKŮ EKSKLUZIVNÍHO PRŮZKUMU



Výzkumná agentura GfK zkoumá preference a chování spotřebitelů po celém světě. Letos připravuje unikátní celoevropský výzkum na vnímání českých a slovenských spotřebitelů vůči obalům a jejich třídění a recyklaci. Výsledky budou prezentované zástupcem GfK Ladislavem Csengerim, a to poprvé na českém a slovenském trhu 15. října právě na kongresu OBALKO.

**LADISLAV CSENGERI, GfK**

### PANELOVÁ DISKUZE: SPOTŘEBITEL A OBAL



- Jak ovlivní obal spotřebitele a jak on ovlivní obal
- Pohled spotřebitele na udržitelnost, třídění a recyklaci
- Změna vnímání obalu spotřebitelem v důsledku pandemie – co spotřebitel očekává od obalu
- Jak výrobci baleného zboží myslí na spotřebitele při vývoji nových obalů
- Porovnání českých a slovenských spotřebitelů se spotřebiteli jinde v Evropě a ve světě

Společný odpolední blok: 17:00–18:15

## I NÁŠ OSOBNÍ OBAL PRODÁVÁ



Hlavní téma kongresu je Zákazník a obal. Obal vnímáme spíše jako věc, kterou vyrábíme, nebo do které balíme naše výrobky. Nicméně každý z nás má i svůj osobní obal, který má velký vliv na naše vztahy se zákazníky a do jisté míry určuje úspěšnost našeho vyjednávání. Mistr etikety Ladislav Špaček nám ve své přednášce vysvětlí jak zdokonalit náš osobní obal pro větší úspěch v byznysu.

**LADISLAV ŠPAČEK, LEKTOR KOMUNIKACE A ETIKETY**

**LADISLAV ŠPAČEK** je původním povoláním pedagog. Vyučoval na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy, v letech 1990–1992 byl redaktorem a moderátorem Československé televize. Od roku 1992 působil téměř jedenáct let jako mluvčí prezidenta Václava Havla. Je autorem a protagonistou televizního seriálu Etiketa a napsal řadu knih o etiketě. Originálním způsobem, pouze formou fotografií, přiblížil čtenářům etiketu v česko-anglické publikaci: *Obrazová etiketa*. Působí jako konzultant v oboru komunikace a etikety, pořádá přednášky pro top manažery firem a úřadů a pro politiky.

# Nezmeškejte bohatý konferenční program!



**Sekce Marketing & design: 14:15–16:45**

## DIGITÁLNÍ TECHNOLOGIE VE SLUŽBÁCH OBALÁŘŮ – ÚSPORA ČASU A OBROVSKÝ PROSTOR PRO KREATIVITU



**MARTIN GOSZLER, FIALA & ŠEBEK  
PETR KACZOR, THIMM PACK'N'DISPLAY**

Rychlost, flexibilita, úspora času a nákladů – na praktickém příkladu vám zástupci z THIMM pack'n'display a grafické agentury Fiala & Šebek ukážou, jak digitální technologie změnila postup při přípravě a realizaci obalů.

## JAK MŮŽE OBAL PŘÍSPĚT K LEPŠÍM PRODEJŮM



Nielsen měří napříč kontinenty vliv obalů na celý výkon značky a uděluje cenu Nielsen Design Impact Award výrobkům, jejichž nové obaly mají zásadní vliv na prodeje. V rámci prezentace si ukážeme na konkrétních příkladech značek z FMCG trhu z jiných zemí, jaký vliv měl redesign obalu na celkový prodej. Zároveň si shrneme „zlatá pravidla“ skvělého obalu, na které nesmíme zapomenout.

**ANDREA VOZŇÍKOVÁ, NIELSEN**

## JÁ CHCI TEN OBAL!



**JIŘÍ HAVRÁNEK, COLOGNIA PRESS  
MARTIN BĚLÍK, DATALINE TECHNOLOGY**

Přestože to tak na první pohled nevypadá, může hrát obal důležitou roli i při online prodeji. Atraktivní obal dokáže zvýšit prodej i prodejní cenu a může se stát dokonce hlavním motivem pro koupi zboží. Součástí přednášky bude i živá ukázka portálu pro online prodej nápojů s unikátními personalizovanými obaly.

## GS1 DIGITAL LINK JAKO EFEKTIVNÍ KOMUNIKACE SE SPOTŘEBITELEM



Výrobci i obchodníci mohou díky GS1 Digital Link elegantně propojit spotřebitele se všemi relevantními informacemi o výrobku. Tento standard neznámá žádnou změnu aktuálně využívané identifikace produktů. Obaly tedy není potřeba měnit. Nové je pouze využití datového nosiče!

**PAVLA CIHLÁŘOVÁ, GS1 CZECH REPUBLIC**

## OD BRIEFU AŽ PO REALIZACI – OŽIVENÍ SLOVENSKÉ MINERÁLNÍ VODY KLÁŠTORNÁ KALCIA



Strhnout pozornost na relaunch minerální vody, jejíž výroba se obnovila po 4 letech a kterou si starší generace pamatovali jako Kláštorňu – královnu minerálních vod, byl docela oříšek. Chtělo to kompletní reset značky, hledání inspirace a skvělou kombinaci nejen marketingové a PR komunikace, ale i produktového designu.

**IVANA KRÁLIKOVÁ, KOFOLA ČESKOSLOVENSKO  
MARTIN TURŽÍK, FLUIDUM DESIGN**

## VLIV NOVÉHO DESIGNU OBALŮ NA PRODEJ A VNÍMÁNÍ ZNAČKY ALBERT



Produkty, které jste znali pod privátní značkou Albert Quality, se postupně mění na značku Albert. Nejdůležitější je, aby spotřebitelé výrobky pod značkou Albert snadno poznali. Nový design odráží dnešní trendy. V jednoduchosti je přece síla. Jaký má vliv redesign obalů značky Albert na prodej a vnímání brandu? Co vše dokáže design obalů privátní značky ovlivnit?

**GABRIELA ADÁMKOVÁ, ALBERT  
MARTIN DULAVA, LINEART**

# Pojďte již dnes společně tvořit budoucnost obalového trhu!



Největší setkání  
obalových profesionálů  
v ČR a na Slovensku



**OBALK8**  
ČESKÝ A SLOVENSKÝ OBALOVÝ KONGRES

15.-16. října 2020  
Praha

**15. října**

**Sekce Technologie & transport: 14:15–16:45**

### AGILNÍ PŘÍSTUPY K BALENÍ: SYNERGIÍ K ÚSPORÁM A VYŠŠÍ FLEXIBILITĚ PRODUKTOVÉHO BALENÍ



Synergií s klienty zavádět a rozšiřovat autonomní/automatické a plně robotizované výrobní platformy v logistice ke zpracování všech velikostí a designů obalových materiálů. Je to možné? Existují vůbec dostatečně rychlá, levná a flexibilní logistická řešení, připravená na to, co teprve přijde?

**MICHAL VOSYKA, HOPI HOLDING**

### MONOMATERIÁLOVÁ ŘEŠENÍ: SNOUBENÍ UDRŽITELNOSTI S FUNKČNOSTÍ A PRAKTICNOSTÍ

Podářilo se nám vyvinout dva koncepty balení, které v plné míře eliminují polystyrenové výplně a při monomateriálovém řešení z vlnité lepenky zvyšují ochranu balených produktů. Jde o příklady obalů, kde se udržitelnost a ochrana přírody snoubí s funkčností a praktičností. Tento harmonický celek pak přináší užitek nejen našim zákazníkům v logistickém řetězci, ale i koncovým spotřebitelům.



**LUKÁŠ FORMÁNEK, DZ DRAŽICE; FRANCO STESENS, FRANKE GROUP; ZDENĚK SUCHITRA, JIŘÍ RAK A MIROSLAV JARKOVSKÝ, SMURFIT KAPPA**

### DIGITÁLNÍ VÝROBA ZUŠLECHTĚNÝCH OBALŮ S PŘIDANOU HODNOTOU



Jak se tedy odlišit v době, kdy technologie packagingu jsou již na tak vysoké úrovni, že dokážou splnit téměř každé přání zákazníka? Digitální zušlechtění tiskoviny je způsob, jak přitáhnout pozornost zákazníků a dát obalům další rozměr. Metalické fólie nebo parciální lak mají při využití digitální technologie téměř neomezené možnosti, a to i v malých sériích.

**FRANTIŠEK OLHA, COFIN  
TOMÁŠ KUGLER, KONICA MINOLTA BUSINESS SOLUTIONS**

### JAK ZVLÁDNOUT PLECHOVKOVÝ BOOM?



Zájem o pivo v plechovkách každoročně roste. Na tento trend Plzeňský Prazdroj v poslední době zareagoval dvěma významnými projekty. Jaké jsou výhody a nevýhody každého z projektů? Jak si stojí plechovky mezi různými typy obalů v nabídce Prazdroje? Jaká je budoucnost piva stočeného do v plechu v České republice?

**MARTINA VAJSKEBROVÁ, PLZEŇSKÝ PRAZDROJ**

### PANELOVÁ DISKUZE: BALENÍ PRO E-SHOPY – HLEDÁNÍ OBALOVÉHO IDEÁLU



Nároky e-shopů na obaly jsou velmi pestré, a v mnohém se vzájemně vylučují. Balení musí být skladné, praktické, udržitelné, velice dobře chránící, „technologicky zdatné“, atraktivní a ideálně druhotně využitelné.

**Sekce Udržitelnost: 14:15–16:45**

### LEPŠÍ JÍDLO, LEPŠÍ SVĚT – UDRŽITELNOST PODLE ROHLÍKU



Proč v Rohlíku věří této myšlence, jak je posouvá dál a jak do toho celého zapadá téma udržitelnosti? Olin Novák mimo jiné představí proč Rohlík.cz začal s vlastní značkou „Bez kompromisu“, s projektem „Otoč obal“ a že to s udržitelností myslí opravdu vážně. Navíc to vše dokáže komunikovat stylem, že jeho zákazníci rádi přidají ruku k dílu.

**OLIN NOVÁK, ROHLÍK.CZ**

### CHEMICKÁ RECYKLACE: SPÁSA NEBO SCI-FI?



Při nakládání s plastovým odpadem je třeba snížit skládkování a posílit recyklaci. Mechanická recyklace je prioritou, ale má své limity. Ideálním řešením v boji s odpadními plasty není ani jejich energetické využití. A co chemická recyklace? Které technologie chemické recyklace jsou nejslibnější? Je chemická recyklace ekonomicky životaschopná? Jaké jsou hlavní překážky, které stojí chemické recyklaci v cestě?

**ROBERT SUCHOPA, UNIPETROL**

### OBALY V DOBĚ UDRŽITELNÉ



Mohou být jednorázové plastové obaly udržitelné? Greiner packaging slušovice společně s Olmou jsou přesvědčeni, že ano. Neúnavně se snaží své obaly vyvíjet a zdokonalovat, aby tyto dopady minimalizoval, ale zároveň zachoval jejich základní funkce. Ve společné prezentaci vám generální ředitelé obou společností nastíní svůj pohled na udržitelnost obalů a ukáží vám, co spolu firmy pro životní prostředí již udělaly.

**MARTIN KRYSŤIÁN, OLMA; IVO BENDA, GREINER PACKAGING**

### UDRŽITELNOST NESMÍ BÝT POTĚMKINOVOU VESNÍCÍ



Ekologické aktivity firem jsou v dnešní době nejenom trendem, ale i nutností. Klíčovou rolí v oblasti udržitelnosti hrají obaly. Udržitelnost nesmí být jen krásná fasáda – marketingová tvrzení musíte podložit důkazy. Jaké kroky byste měli podniknout, aby vaše obaly byly skutečně udržitelné? Jak vám komplexní pohled na životní cyklus výrobku umožní minimalizovat jeho dopady na životní prostředí?

**MARIE TICHÁ, MT KONZULT**



### PANELOVÁ DISKUZE: RECYKLACE BEZ OBALŮ!

Co se doopravdy stane s vaším obalem poté, co ho spotřebitel odhodí do barevného kontejneru? Ptejte se zástupců recyklačních společností a třídících linek v interaktivní panelové diskusi pod záštitou AOS Eko-kom.

# Na co se těšit v rámci doprovodného programu?



15. října v době oběda

## **BizPACK**

### **Nové kontakty za 10 minut**

Opět se můžete těšit na organizovaný systém krátkých setkání, kdy v době oběda zprostředkujeme možnost schůzky účastníků s partnery kongresu.



15. října večer

## **GALAVEČER**

### **Soutěže Obal roku**

Po konferenci proběhne slavnostní vyhlášení výsledků obalové soutěže Obal roku. Dozvíte se, která obalová řešení byla vyhodnocena jako nejlepší, a to v několika soutěžních kategoriích.



15. října večer

## **Obalový Business Mixer**

### **Příležitost pro networking**

Po náročném konferenčním dni je připraven Obalový Business Mixer s bohatým programem, který nabízí skvělý prostor pro networking.

16. října

## **Balení v akci**

### **Pohled do zákulisí výroby**

Druhý den se již tradičně můžeme těšit na Balení v akci. Pohled do zákulisí výrobních závodů.



**Stovky obalových profesionálů se již registrovaly.  
Chcete být také u toho?**

Vstup na akci pro dodavatele obalových řešení zpoplatněn částkou 6400 Kč bez DPH  
**UŽIVATELÉ OBALOVÝCH ŘEŠENÍ MAJÍ VSTUP ZDARMA**

### **MYSLÍME NA VAŠI BEZPEČNOST**



NOSÍME  
ROUŠKY



MĚŘÍME  
TEPLOTU



DEZINFIKUJEME  
RUCE A POVRCHY



DODRŽUJEME  
ROZESTUPY

Registrujte se na  
[www.obalko.cz/registrace](http://www.obalko.cz/registrace)

