

OBALKO 8 inspiroval stovky obalových profesionálů

OBALKO 8 inspiroval stovky obalových profesionálů

od [Jana](#)

5 února, 2021



Osmý ročník kongresu OBALKO, se konal ve dnech 27.–28. ledna 2021. Více než 40 řečníků inspirovalo české a slovenské obalové profesionály v rámci dvou desítek prezentací, případových studií a panelových diskuzí. Přednášející živě prezentovali v hotelu Aquapalace Hotel Prague a více než 500 profesionálů z českého a slovenského obalového trhu se zúčastnilo online prostřednictvím živého přenosu. Časopis ICT NETWORK NEWS byl mediálním partnerem kongresu.

Hlavní téma osmého ročníku: „Zákazník a obal“

Hlavním tématem letošního kongresu byl „Zákazník a obal“. Obal je totiž první věcí, kterou zákazník (spotřebitel) vidí při výběru produktu. Pomáhá mu pochopit, co je daný produkt, a motivuje ho ke koupi výrobku. Ale „zákazník“ není jenom spotřebitel; má i B2B význam, je to zároveň i náš klient. A proto se řešilo na kongresu nejenom to, co očekává od obalů spotřebitel, ale i jak mezi sebou komunikujeme v rámci dodavatelsko-odběratelských vztahů.

První blok společného dopoledního programu byl ve smyslu Zákazník jako klient. Místo jednoho klíčového řečníka zahájili kongres hned tři zástupci hlavních oborů

pro obalový trh – automotive, FMCG a retail. Pozvání na kongres přijali Jana Volfová z firmy Škoda Auto (zástupkyně oboru automotive), Pavel Komůrka ze společnosti Orkla (zástupce FMCG) a Jaroslav Vodáček ze společnosti Tesco Stores (zástupce retailu). Od nich jsme se dozvěděli, co očekávají od českého a slovenského obalového průmyslu a jaká specifika má český a slovenský obalový trh ve srovnání s trhy v jiných zemích.

Společnost GfK se stala partnerem průzkumu trhu kongresu. Hana Říhová představila výsledky unikátního průzkumu, který agentura GfK provedla v létě 2020 se spotřebiteli po celé Evropě na téma postoje domácností k plastovým obalům, třídění a recyklaci. K hlavní části programu patřila i panelová diskuze. Na téma Spotřebitel a obal diskutovalo společně s Ladislavem Csengerim z GfK pět klíčových hráčů na trhu: Pavel Hampejs (Unilever), Gabriela Bechynská (Mondelez), Petr Baudyš (Penny Market), Martin Dulava (Lineart) a Martin Hejl (Thimm Pack'n'Display).

Sekce Marketing & design – jak obal může pomoci zvýšit prodeje

Sekce Marketing & design byla jako každý rok věnována obalům (Packaging) jako pátému P v marketingovém mixu vedle hlavních čtyř parametrů: Product (výrobek), Price (cena), Place (místo) a Promotion (propagace). Díky aktuálním případovým studiím jsme zjistili, jak obal může pomoci zvýšit prodeje.

První prezentace od Andrey Vozníkové z agentury Nielsen ukázala na konkrétních příkladech značek z FMCG trhu z jiných zemí, jaký měl vliv redesign obalu na celkový prodej. Konkrétní příklad z českého trhu pak nabídla Gabriela Adámková z maloobchodního řetězce Albert, která společně s Martinem Dulavou z agentury Lineart mluvila o vlivu nového designu obalů na prodej a vnímání značky Albert.

Nechyběly ani nejmodernější technologie: Martin Goszler (Fiala & Šebek) a Petr Kaczor (Thimm pack'n'display) společně představili digitální technologie ve službách obalářů, které nabízí jak úsporu času, tak obrovský prostor pro kreativitu. Jiří Havránek ze společnosti Colonia Press a Martin Bělík z Dataline Technology v prezentaci Já chci ten obal! pak připomněli, že obal hraje důležitou roli i při online prodeji. Na závěr workshopu mluvila Pavla Cihlářová z GS1 Czech Republic o novince GS1 Digital Link – efektivní komunikaci se spotřebitelem.

Sekce Technologie & transport – k obalům patří efektivní balící procesy

Technologická a transportní sekce byla věnována tématům, jako jsou robotizace a automatizace balení anebo přepravní balení. Unikátní pohled pod pokličku největšího pivovaru v České republice, a zároveň jednoho z největších klientů pro obalový průmysl, nabídl rozhovor na téma Jak zvládnout plechovkový boom? s Martinou Vajskebrovou ze společnosti Plzeňský Prazdroj a Attilou Szábem ze společnosti Canpack. Následovala případová studie s názvem Obal, který prodá, ve které František Olha ze slovenské agentury Cofin a Tomáš Kugler od dodavatele tiskových řešení Konica Minolta představili digitální výrobu zušlechťených obalů s přidanou hodnotou.

V druhé případové studii workshopu mluvili zástupci dvou odlišných společností – Lukáš Formánek z DZ Dražice a Franco Stessens z Franke Group – o tom, jak se jim společně s dodavatelem Smurfit Kappa podařilo vyvinout monomateriálová řešení jako ideální způsob, jak skloubit udržitelnost s funkčností a praktičností.

Konec sekce Technologie a transport patřil diskuzi. Tři zástupci předních e-shopů ze tří odvětví – Tomáš Haškovec z e-shopu s pet segmentem Spokojenypes.cz, Jan Klička ze společnosti Bonami a Martin Řehoř z firmy Malfini (bývalý Adler) –

se snažili společně se Zdeňkem Suchitrou z firmy Smurfit Kappa najít obalový ideál pro e-shopy.

Nová sekce Udržitelnost

Letošní novinka v programu – **sekce Udržitelnost** – byla zaměřena na koncepci oběhového hospodářství, chytrý design, který je optimální pro recyklaci, začlení recyklovaných materiálů do nových obalů a minimalizaci negativních dopadů obalů na životní prostředí.

Dvě praktické případové studie zahájily sekci Udržitelnost. Olin Novák, komerční ředitel předního potravinářského e-shopu Rohlik.cz, představil udržitelnost podle Rohlíku v prezentaci Lepší jídlo, lepší svět. Následně ve společné prezentaci generální ředitelé Greiner Packaging Slušovice a Olma – Ivo Benda a Martin Krystián – nastínili svůj pohled na udržitelnost obalů a ukázali, co spolu firmy pro životní prostředí již udělaly.

A to zdaleka nebylo vše: jedna z průkopnic v oblasti posuzování životního cyklu (LCA) v České republice, Marie Tichá, pověděla, jaké kroky by se měly podniknout, aby obaly byly skutečně udržitelné. Sekce Udržitelnost se věnovala také recyklaci. Robert Suchopa, vedoucí projektu PYREKOL, výzkumného centra UniCRE, prezentoval, jak testují způsob, jak pomocí chemické recyklace (pyrolýzy) proměnit odpadní plasty na vstupní surovinu pro výrobu nových plastů.

Poté Jan Maršák, ředitel odboru odpadů Ministerstva životního prostředí, představil novou legislativu odpadového hospodářství ČR a její dopad na český obalový trh. Zlatým hřebem sekce Udržitelnost byla panelová diskuze s názvem Recyklace bez obalu! Co se doopravdy stane s vaším obalem potom, co ho spotřebitel odhodí do barevného kontejneru? O tomto diskutovali Petr Šikýř (EKO-KOM), Hana Zmítková (Tetra Pak), Jan Daňša (ALPLA Group), Ondřej Oliva (SUEZ Česká republika) a Jaroslav Tymich (Asociace českého papírenského průmyslu).

OBALKO 8 – záznam k sledování online

Jednou z výhod letošního ročníku kongresu OBALKO je, že full-HD záznam celého kongresu je pro registrované účastníky k dispozici. Navíc organizátoři umožňují dodatečnou registraci těm, kteří nestihli sledovat kongres živě, ale chtěli by dodatečně dostat svoji dávku obalové inspirace. Stačí se zaregistrovat na www.obalko.cz/registrace a organizátoři vám pošlou heslo pro sledování záznamu kongresu.

OBALKO 9 v říjnu – bude už živě?

Organizátoři hned po skončení kongresu OBALKO 8 vyhlásili termín pro další, tentokrát devátý ročník českého a slovenského obalového kongresu. OBALKO 9 se bude konat 14.–15. října 2021, a pokud epidemiologická situace už dovolí, tak na tradičním místě Aquapalace Hotel Prague s fyzickou účastí stovek obalových profesionálů.

Obalový trh ale nebude muset čekat do října, aby získal prostřednictvím projektu OBALKO další inspiraci a informace. Pořadatelská skupina ATOZ Packaging chystá inovace projektu, které promění OBALKO v celoroční projekt. Další pokračování přijde už v březnu v podobě rozsáhlé tištěné a elektronické publikace Ozvěny Obalka. Pokud chcete sledovat další vývoj projektu OBALKO, můžete se registrovat pro emailové zpravodajství projektu na www.atozregistrace.cz/obalko anebo sledovat webové stránky projektu www.obalko.cz.

<https://www.ew-nn.com/obalko-8-inspiroval-stovky-obalovych-profesionalu/>