

Kongres Obalko 8 přinesl i aktuální témata pro retail



Kongres Obalko 8 přinesl i aktuální témata pro retail

Osmý ročník kongresu Obalko se uskutečnil 27.–28. ledna 2021 a nabídl atraktivní odborný program. Více než 40 řečníků inspirovalo obalové profesionály a zástupce retailu v rámci dvou desítek prezentací, případových studií a panelových diskusí. Vystupující přednášeli živě v Aquapalace Hotelu Prague a více než 500 profesionálů z českého a slovenského obalového trhu i retailu se zúčastnilo on-line prostřednictvím živého přenosu. Časopis Zboží&Prodej byl mediálním partnerem kongresu.

David Čapek, david.capek@atoz.cz

Hlavní téma kongresu Obalko 8 znělo: Zákazník a obal. Ten je 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 klient. Proto se během akce řešilo nejen to, co očekává od obalů spotřebitel, ale i jak mezi sebou firmy komunikují v rámci dodavatelско-odběratelských vztahů.

První blok společného dopoledního programu proběhl v duchu hesla Zákazník jako klient. Namísto jednoho klíčového řečníka zahájili kongres hned tři zástupci hlavních oborů pro obalový trh – retailu, FMCG a automotive. Pozvání přijali Pavel Komůrka ze společnosti Orkla (zástupce FMCG), Jaroslav Vodaček z Tesco Stores ČR (zástupce retailu) a Jana Volfová ze společnosti Škoda Auto (zástupkyně oboru automotive). Mluvili o tom, co očekávají od českého a slovenského obalového průmyslu a jaká specifika má tento trh ve srovnání s trhy v jiných zemích.

Společnost GfK se v rámci kongresu stala partnerem průzkumu trhu. Hana Řihová představila výsledky exkluzivního průzkumu, který firma realizovala 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 diskuse. Na téma Spotřebitel a obal společně s Ladislavem Csengerim z GfK diskutovali zástupci pěti klíčových hráčů na trhu: Pavel Hampajs (Unilever ČR), Gabriela Bechynská (Mondelez Czech Republic), Petr Baudyš (Penny Market), Martin Dulava (LineArt) a Martin Hejl (Thimm pack'n'display).

Jak může obal pomoci zvýšit prodej

Sekce Marketing & design byla jako každý rok věnována obalům (Packaging) jako pátému P v marketingovém mixu vedle čtyř hlavních parametrů: Product (výrobek), Price (cena), Place (místo) a Pro-

motion (propagace). Uvedenou sekci moderoval Petr Hřibál, šéfredaktor časopisu Zboží&Prodej. Díky aktuálním případovým studiím se zájemci dozvěděli, jak obal může pomoci zvýšit prodej.

Úvodní prezentace workshopu od Andrey Vozníkové ze společnosti NielsenIQ ukázala na konkrétních příkladech značek z FMCG trhu v zahraničí, jaký vliv měl redesign obalu na celkový prodej. Konkrétní příklad z českého trhu pak nabídla Gabriela Adámková z řetězce Albert, která společně s Martinem Dulavou z agentury LineArt hovořila 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 nabízejí jak úsporu času, tak velký prostor pro kreativitu. Jiří Havránek ze společnosti Colonia Press a Martin Bělík z Dataline Technology v prezentaci Já chci ten obal! připomněli, že obal hraje důležitou roli i při



pokličku největšího pivovaru v ČR 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, kde František Olha ze slovenské agentury Cofin a Tomáš Kugler za dodavatele tiskových řešení Konica Minolta představili digitální výrobu zušlechťených obalů s přidanou hodnotou.

V rámci další případové studie vystoupili zástupci dvou různých společností – Lukáš Formánek z DZ Dražice a Franco Stessens z Franke Group – na téma, jak se jim společně s dodavatelem Smurfit Kappa podařilo vyvinout monomateriálová řešení jako ideální způsob, jak skloubit udržitelnost s funkcí a praktičností.

Závěr sekce Technologie a transport patřil diskusi. Tři zástupci významných e-shopů ze tří odvětví – Tomáš Haškovec z e-shopu s pet segmentem Spokojeny pes.cz, Jan Klička ze společnosti Bonami a Martin Řehoř z firmy Malfini (bývalý Adler Czech) – se snažili společně se Zdeňkem Suchitrou z firmy Smurfit Kappa najít obalový ideál pro e-shopy.

on-line prodeji. Na závěr workshopu mluvila Pavla Cihlářová z GS1 Czech Republic o novince GS1 Digital Link – efektivní komunikaci se spotřebitelem.

Významnou roli hrají i efektivní balicí procesy

Technologická a transportní sekce byla věnována tématům, jako jsou robotizace a automatizace balení nebo přepravní balení. Zajímavý pohled pod

Nová sekce: Udržitelnost

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

Zmíněnou sekci zahájily dvě praktické případové studie. Olin Novák, komerční ředitel on-line supermarketu 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 – nastílnili svůj pohled na udržitelnost obalů a ukázali, co spolu firmy pro životní prostředí již udělaly.

Jedna z průkopnic v oblasti posuzování životního cyklu (LCA) v České republice, Marie Tichá, sdělila, 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, pak přednášel o způsobu, jak pomocí chemické recyklace (pyrolýzy) proměnit odpadní plasty na vstupní surovinu pro výrobu nových (recyklovaných) plastů.

Příští Obalko se uskuteční 14.-15. října 2021.

Potom Jan Maršák, ředitel odboru odpadů Ministerstva životního prostředí ČR, představil novou legislativu odpadového hospodářství ČR a její dopad na tuzemský obalový trh. Zlatým hřebem sekce Udržitelnost byla panelová diskuse s názvem Recyklace bez obalu! Co se doopravdy stane s obalem potom, co ho spotřebitel odhodí do barevného kontejneru? Na toto téma debatovali: Petr Šikýř (Eko-Kom), Hana Zmitková (Tetra Pak), Jan Daňša (Alpla Group), Ondřej Oliva (Suez Česká republika) a Jaroslav Tymiš (Asociace českého papírenského průmyslu).

Chystá se další ročník i rozšíření projektu

Záznam celého kongresu Obalko ve full HD kvalitě je k dispozici pro registrované účastníky. Navíc organizátoři umožňují dodatečnou registraci těm, kteří nestihli sledovat kongres živě, ale chtějí dodatečně dostat svoji dávku obalové inspirace. Stačí se zaregistrovat na www.obalko.cz/registrace a organizátoři vám pošlou heslo pro sledování záznamu.

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 dovolí, tak na tradičním místě v Aquapalace Hotelu Prague s fyzickou účastí stovek obalových profesionálů a zástupců retailu.

Pořadatelská skupina Atoz Packaging zároveň chystá inovaci, která promění Obalko v celoroční projekt. Pokud chcete sledovat další vývoj projektu, můžete se registrovat pro e-mailové zpravodajství na www.atozregistrace.cz/obalko nebo sledovat webové stránky www.obalko.cz.

