

## Kongres Obalko 8 se zaměřil na udržitelnost

# Kongres Obalko 8 se zaměřil na udržitelnost



Osmý ročník českého a slovenského obalového kongresu Obalko se konal tradičně v hotelu Aquapalace ale pouze online. Ve dvoudenním programu kongresu předneslo 40 řečníků víc jak čtyřicet prezentací.

První den bylo hlavním tématem „Zákazník a obal“. Obal je první věcí, kterou zákazník (spotřebitel) vidí při výběru produktu. Motivuje ho ke koupi výrobku. Když mluvíme o tématu Zákazník a obal, nemůžeme myslet pouze na **spotřebitele** jako na zákazníky; musíme vzít také v úvahu názory **klientů** na obalové produkty, řešení a služby, které poskytují dodavatelé. Jaká specifika má český a slovenský obalový trh ve srovnání s trhy v jiných zemích? Odpovědi na tyto a další otázky byly poskytnuty v klíčových projevech zástupců tří největších společností ve třech nejdůležitějších odvětvích pro obalový trh – automobilový průmysl (automotive), rychloobrátkového zboží (FMCG) a maloobchodu (retail). Prezentace přednesli 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).



Obaly musí splňovat základní funkci obalu – chránit produkt a být navrženy pro třídění a recyklaci. V EU se recykluje 42 % plastů, v roce 2025 by to mělo být 50 %.

Funkce obalu a ochrana výrobku nemůže být obětována recyklaci obalu. Ztráta výrobku má významnější efekt na uhlíkovou stopu. Očekává se: zlepšení výkonu, kapacity kvality recyklačních technologií, dramatický nástup chemické recyklace (ze současných <1 % až na 15 % v roce 2050), mechanická recyklace – téměř zdvojnásobení kapacity (ze současných 12 % na 22 %), skládkování omezeno na polovinu (40 % dnes, na 19 % v 2050) – v globálním rozměru.

Tesco se zavázalo při tvorbě obalů vlastní značky, aby byly vyrobené ze 100 % recyklovatelných nebo opakovaně použitelných materiálů do roku 2025. Všechny papír a lepenka budou do roku 2025 ze 100 % udržitelných zdrojů. Odpad z vlastních provozů nebude skládkován.



### Průzkum na téma spotřebitel a obal

Hana Říhová představila výsledky unikátního průzkumu, který agentura GfK provedla v létě 2020 se spotřebiteli po celé Evropě. Průzkum a následná prezentace se věnovaly zejména postojům domácností k plastovým obalům, třídění a recyklaci. Jaké bariéry vnímají české domácnosti při třídění, co by pomohlo k motivování k aktivnějšímu přístupu v této oblasti?

K hlavní části programu neodmyslitelně patřila panelová diskuse. Na téma Spotřebitel a obal diskutovalo společně šest klíčových hráčů na trhu: Pavel Hampejs (Unilever), Gabriela Bechynská (Mondelez), Petr Baudyš (Penny

Market), Martin Dulava (Lineart), Martin Hejl (Thimm Pack'n'Display) a Ladislav Csengeri (GfK). Jak

ovlivní obal spotřebitele a jak on ovlivní obal? Jaký je pohled spotřebitele na udržitelnost, třídění a recyklaci? A jak se porovnají čeští a slovenští spotřebitelé se spotřebiteli jinde v Evropě a ve světě?

## Sekce Marketing & design

V této části kongresu přednášející prezentovali, jak obal může pomoci zvýšit prodej. Andrea Vozníková z agentury Nielsen ukázala jaký měl vliv redesign obalu na celkový prodej. 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 prodej.

Produkty, které spotřebitelé znali pod privátní značkou Albert Quality, se postupně mění na značku Albert. Gabriela Adámková z maloobchodního řetězce Albert společně s Martinem Dulavou z agentury Lineart mluvila o vlivu nového designu obalů na prodej a vnímání značky Albert. Nový design odráží dnešní trendy. Nejdůležitější je, aby spotřebitelé výrobky pod značkou Albert snadno poznali.

[Petr Kaczor z THIMM Pack'n'display](#) a [Martin Goszler z grafické agentury Fiala & Šebek](#) vysvětlili, jak nejmodernější technologie digitální tisk a laserový výsek mění zažité postupy při přípravě i výrobě obalů. V dnešní době by měli všichni kreativci, marketéři i grafici vědět, co vše digitální tisk a laserový výsek nabízejí. Pokud již při prvotním uvažování o obalu nebudete znát možnosti digitálních technologií, nevyužijete naplno celý jejich potenciál. Tyto technologie přinášejí rychlost, flexibilitu, úsporu času a nákladů. Jiří Havránek ze společnosti Colonia Press a Martin Bělík z Dataline Technology v prezentaci pak připomněli, že obal hraje důležitou roli i při online prodeji. Unikátní obal se může dokonce stát hlavním motivem pro koupi zboží, kdy z obvyčejného zboží vznikne atraktivní produkt, který má punc nevšednosti a může se stát například vhodným dárkem. Součástí přednášky byla i živá ukázka portálu pro online prodej nápojů s unikátními personalizovanými obaly. Závěrem hovořila Pavla Cihlářová z GS1 Czech Republic o novince GS1 Digital Link. Výrobci i obchodníci mohou díky GS1 Digital Link elegantně propojit spotřebitele se všemi relevantními informacemi o výrobku. Tento standard neznámá změnu aktuálně využívané identifikace produktů. Obaly tak není potřeba měnit.

## Sekce Technologie & transport



[Martina Vajskebrová \(Plzeňský Prazdroj\)](#) a [Attila Szábo, \(Canpack\)](#) v prezentaci [Jak zvládnout plechovkový boom](#), odpověděli na tuto a další otázky. Na tento trend Plzeňský Prazdroj v poslední době zareagoval dvěma významnými projekty. Od února 2020 je v provozu nová plechovková stáčecí linka nošovického Pivovaru Radegast s kapacitou 60 000 plechovek za hodinu. V červenci 2020 Plzeňský Prazdroj začal odebírat většinu plechovek pro svou potřebu z nové továrny společnosti Canpack ve Stříbře. Podařilo se mu tak výrazně zkrátit cestu těchto obalů přímo do plnicích linek pivovaru v Plzni. Svou cestu k výrobě luxusních, digitálně zušlechťených obalů přiblížil František Olha,

polygraf, pedagog, a hlavně místopředseda představenstva rodinné firmy Cofin a.s., progresivní polygrafické společnosti z Prešova, společně s Tomášem Kuglerem ze společnosti Konica Minolta Business Solutions Czech.

[Miroslav Jarkovský \(Smurfit Kappa\)](#) předvedl jak společně se zákazníky DZ Dražice (Lukáš Formánek) a Franke (Franco Stessens) vyvinuli dva koncepty balení, které v plné míře eliminují polystyrenové výplně. Při monomateriálovém řešení z vlnité lepenky zvyšují ochranu balených produktů. Jde o příklady obalů, kde se udržitelnost a ochrana přírody snoubí s funkcí a praktičností. Nakonec jednání proběhla panelová diskuse o obalovém ideálu pro e-shopy. Zástupci předních e-shopů Tomáš Haškovec (Spokojenypes.cz), Jan Klička (Bonami) a Martin Řehoř (Malfini) společně se Zdeňkem Suchitrou (Smurfit Kappa) se shodli na ultimativním požadavku číslo jedna, že obal musí být co nejlevnější. Nároky e-shopů na obaly jsou velmi pestré, a v mnohém se vzájemně vylučují. Balení musí být skladné, praktické, flexibilní, udržitelné, velice dobře chránící.

## Sekce Udržitelnost

Tato sekce měla letos na kongresu premiéru. Olin Novák představil proč Rohlik.cz začal s vlastní značkou „Bez kompromisu“, s projektem „Otoč obal. Mohou být plastové obaly udržitelné? Greiner packaging Slušovice společně s Olmou jsou přesvědčeni, že ano. Ve společné prezentaci generální ředitelé obou společností – Ivo Benda a Martin Krystián – nastínili svůj pohled na udržitelnost obalů a



ukázali, co spolu firmy pro životní prostředí již udělaly. Greiner se již řadu let zabývá dopady svých výrobků na životní prostředí. Neúnavně se snaží své obaly vyvíjet a zdokonalovat, aby tyto dopady minimalizoval, ale zároveň zachoval jejich základní funkce. Marie Tichá, jedna z průkopnic v oblasti posuzování životního cyklu (LCA) v České republice, vysvětlila, jaké kroky by se měly podniknout, aby obaly byly skutečně udržitelné. Robert Suchopa, vedoucí projektu PYREKOL, výzkumného centra UniCRE, prezentoval, jak pomocí chemické recyklace (pyrolýzy) proměnit odpadní plasty na vstupní surovinu pro výrobu nových plastů. Jan Maršák, ředitel odboru odpadů Ministerstva životního prostředí, představil novou

legislativu odpadového hospodářství ČR. Dne 23. 12. 2020 byla publikována nová odpadová legislativa ve Sbírce zákonů: č. 541/2020 Sb. – zákon o odpadech, č. 542/2020 Sb. – zákon o výrobcích s ukončenou životností, č. 543/2020 Sb. – změnový zákon 545/2020 a č. 545/2020 Sb. – novela zákona o obalech. Nová legislativa odpadového hospodářství hraje významnou roli při prosazování principů oběhového hospodářství. Novela zákona o obalech zahrnuje změny, které odráží dosavadní zkušenosti s aplikací zákona o obalech v praxi, a současně transponuje evropské směrnice. Kongres zakončila panelová diskuze s názvem Recyklace bez obalu! Co se doopravdy stane s vaším obalem poté, co ho spotřebitel odhodí do barevného kontejneru? O tom diskutovali Petr Šikýř (EKO-KOM), Hana Zmítková (Tetra Pak), Jan Daňsa (ALPLA Group), Ondřej Oliva (SUEZ Česká republika) a Jaroslav Tymich (Asociace českého papírenského průmyslu). Další již devátý ročník českého a slovenského obalového kongresu **Obalko 9** se bude konat **14.-15. října 2021**. Opět na tradičním místě Aquapalace Hotel Prague, pokud to Covid dovolí tak již s účastí na místě.

Jaromír a Věra Hamplovi, foto autoři (14. 2. 2021)

<https://www.casopisczechindustry.cz/products/kongres-obalko-8-se-zameril-na-udrzitelnost/>