eMAGAZÍN O NOVINKÁCH A TRENDECH VE SVĚTĚ OBALOVÉHO PRŮMYSLU

Packaging herald

24. vydání 7–8/2019

www.packagingherald.cz

BALENÍ VELKÝCH CELKŮ

OSMANY LAFFITA O ZNAČCE **ASOMBROSO**

PITTSBURGH CORNING CR SE PYŠNÍ NOVOU BALICÍ LINKOU

TECHNOLOGICKÉ INOVACE V **BOHEMIA SEKTU**

MODUS: JAK SE BALÍ SVÍTIDLA?

CHRAŇTE SVÉ ZBOŽÍ

POUŽÍVEJTE PALETY EPAL

-VÝHRADNĚ-

EPAL®

Abyste získali co nejlepší ochranu svého zboží tak jsme od roku 2013 v EPAL provedli více než 85.000 nezávislých neohlášených kontrol kvality u našich držitelů licencí. Naši manažeři systematicky vyhledávají nedodržování kvality a porušování ochranných známek. To znamená, že EPAL trvale zůstává nejbezpečnějším řešením pro vaše logistické operace. Licenci EPAL požadujte od svých a partnerů a dodavatelů! **www.epal-palety.cz**

I OKURKOVÁ SEZONA MŮŽE NABÍDNOUT ZAJÍMAVÉ ČTENÍ

VÁŽENÉ ČTENÁŘKY, VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

k létu neodmyslitelně patří prázdniny a v novinářské branži i okurková sezona. Nic moc se neděje, a kdo může, tráví čas co nejdál od práce. Sehnat zajímavé podklady pro články proto není vůbec jednoduché. O to více je potěšující, že se nám to v srpnovém vydání podařilo. Důkazem je nejen rekordní počet stránek, ale troufám si říci i kvalitní obsah.

Milovníci originálního designu si přijdou na své v rozhovoru se známým módním návrhářem Osmanym Laffitou. Dozvědí se například, co ho vedlo k vytvoření vlastní kosmetiky Asombroso, ale také o jeho nevšedním přístupu k obalům. Ty musí být v maximální míře vyrobené v České republice, a to proto, že Asombroso má být ryze česká značka.

Druhé interview nás zavede do Nestlé, a sice do nového výrobního závodu TIVALL CZ v Krupce, kde vyrábějí vegetariánské a veganské výrobky. Kromě high-tech vybavení jsme s projektovým manažerem Milanem Soukupem hovořili o obalovém designu, který hledá inspiraci v trendech vegetariánské a veganské kuchyně.

Vyčerpávající, a to v dobrém slova smyslu, byla exkurze ve společnosti BOHEMIA SEKT ve Starém Plzenci. Kromě mnoha nevšedních zážitků je výsledkem technologická reportáž věnovaná novému etiketovacímu a kapslovacímu stroji. Vzrušující zážitky byly spojené i s návštěvou výrobní části provozu umístěnou v historických prostorách a umocněné 20stupňovým teplotním rozdílem.

Ale to předbíhám. Na výrobu sektů a jejich obalový design se zaměříme v jednom z následujících vydání magazínu.

Na další upoutávky není v úvodníku prostor, a tak vám nezbývá než se pustit do čtení.

Příjemný zbytek léta!

Šéfredaktorka **Adriana Weberová**
a tým Packaging Herald

6 **NEWS**

10 **HLAVNÍ TÉMA**
- Vlnitá lepenka: levná, univerzální a ekologická

14 - Při balení nadrozměrných nákladů boduje fólie

16 **INTERVIEW**
- „Obaly Asombroso vyjadřují eleganci a výjimečnost," říká Osmany Laffita o své značce.

20 - O nových technologiích a obalech pro bezmasou stravu jsme hovořili s Milanem Soukupem z Nestlé.

22 **VÝZKUM**
Známky ochlazování trhu s etiketami

26 **LOGISTIKA**
- Roboty pomáhají ve FORD Motor optimalizovat logistiku

28 - Petainer vsadil na lithiovou flotilu od Jungheinrichu

32 **IDENTIFIKACE**
DotCode: tabák pod kontrolou

34 **TECHNOLOGIE**
- Kvalitní pivo si zaslouží moderní technologie

36 - Zvlhčovač vzduchu chrání zaměstnance i výrobky

38 - Balicí linka přinesla úspory a vyšší kvalitu balení

40 - Digitální dvojčata v obalovém průmyslu

42 - Dárkové předměty: efektivní forma podpory prodeje

46 - Dobře zabalené zboží je už napůl prodané

50 **EKOLOGIE**
- Balení pod taktovkou udržitelnosti

54 - Velkými tématy jsou redukce a recyklace

56 **CASE STUDY**
Silver Springs je průkopníkem v balené vodě

58 **VELETRHY/VÝSTAVY/AKCE**
Slabinou českých prodejen je navigace

62 **MATERIÁLY**
- Vlnitá lepenka v čase žní

66 - POS/POP v moci nových technologií i materiálů

68 **REPORTÁŽ**
- V BOHEMIA SEKTU investují do prémiovějšího vzhledu etiket

74 - MODUS sází především na univerzální obaly

76 - INDIGOPRINT investoval do nových technologií

78 - ANTALIS otevřel již šesté Packaging Design Centrum

80 **SOUTĚŽ**
Obal roku zná své vítěze

82 **REJSTŘÍK**

Na světě neexistuje výrobek, který bychom pro vás nedokázali potisknout.

Tiskneme krásně čitelné kódy na dřevo, kov, sklo, papír, sádrokarton i plast. Na zakřivený i nepravidelný povrch. Doživotně i dočasně.

Vyzkoušejte nás - přineste svůj výrobek na náš stánek č. 36 v pavilonu E a my vám jej zdarma označíme.

MSV 2019
7-11.10.

Kontinuální inkjet

Nejrozšířenější značicí technologie pro bezkontaktní tisk malých znaků v různých barvách.

Laserové technologie

CO_2 lasery, diodové lasery, vláknové lasery. Tito perfektní pomocníci pro trvalé značení primárních výrobků se hodí zejména na výrobní a balicí linky se stálou rychlostí výroby.

Aplikátory a tiskárny etiket

Aplikátor umí lepit etikety na krabice, bedny i palety – a navíc se sám synchronizuje s vaší výrobní nebo balicí linkou, takže nemusíte zastavovat provoz.

Termotransferové tiskárny

Tisk přes termotransferové pásky ve spoustě barev i velikostech doporučujeme zejména do potravinářského nebo farmaceutického průmyslu. Obaly se tisknou prázdné, ještě před naplněním.

Automatizace značení

Možnosti integrace značicí technologie do automatických a robotických linek nebo jednoúčelových zařízení.

BOTTLING PRINTING

www.bprinting.eu

10. ZÁŘÍ
Marketing Mix Brno
Brno

10.–11. ZÁŘÍ
Beverage Packaging Congress
Mnichov

10.–11. ZÁŘÍ
Pharma and Device Packaging and Labelling
Mnichov

18. ZÁŘÍ
Czech Superbrands Tribute Event
Praha

19. ZÁŘÍ
Marketing Mix Praha
Praha

24.–26. ZÁŘÍ
FachPack
Norimberk

24.–27. ZÁŘÍ
LabelExpo Europe
Brusel

25.–26. ZÁŘÍ
Innovation in Non-Alcoholic Beverages
Londýn

7.–11. ŘÍJEN
MSV
Brno

23. ŘÍJEN
Očekávaný vývoj automobilového průmyslu v ČR a střední Evropě
Brno

30. ŘÍJEN — 3. LISTOPAD
Pack Show
Bukurešť

6.–7. LISTOPAD
SpeedCHAIN
Praha

12.–14. LISTOPAD
BrauBeviale
Norimberk

Nejen výrobci etiket zamíří do Bruselu

Od 24. do 27. září se v Bruselu koná jeden z největších veletrhů zaměřený na technologie tisku, tiskárny, etikety, obaly a grafický design v obalovém průmyslu. Ústředním tématem letošního ročníku LabelExpo bude návod na zlepšení obchodní strategie a rozvoj průmyslu. V devíti halách své novinky představí více než 600 vystavovatelů. Na minulý ročník zavítalo téměř 38 000 návštěvníků. Chybět nebudou novinky z oblasti konvenčních i digitálních tiskových technologií, ale také návody, jak budovat kvalitní značku. Na své si přijdou rovněž fanoušci udržitelných řešení podporujících šetrnější přístup k životnímu prostředí. V centru pozornosti odborných seminářů budou flexibilní obaly, tiskové barvy a digitální tisk etiket. Letošní, již 40. ročník LabelExpo Europe si nenechají ujít například zástupci firem ABG, Avery Dennison, Bobst, Domino, Durst, Epson, Fujifilm, Gallus, HP, Kocher & Beck, Konica Minolta, Mark Andy, MPS, Nilpeter, Omet a Xeikon. K veletrhům patří i soutěže a ani LabelExpo není výjimkou. Ocenění Label Industry Global Awards budou rozdána 24. září. Partnery veletrhu jsou FINAT, EUWID, Febelgra, SPPES, UNFEA a VskE. Mediálním partnerem je magazín Packaging Herald.

Obchodním manažerem OnRobot pro ČR a SR je Boris Chamicevyč

Společnost OnRobot, vedoucí poskytovatel inovativních koncových nástrojů pro kolaborativní roboty, jmenovala Borise Chamicevyče obchodním manažerem pro region střední a východní Evropy (CEE). Zodpovědný bude za rozvoj obchodních aktivit na trzích střední a východní Evropy včetně České republiky a Slovenska. Součástí jeho role bude každodenní kontakt se zákazníky a partnery v oblasti podpory robotické automatizace a kolaborativních aplikací. „Hlavním cílem naší společnosti je stát se globálním lídrem v oblasti kolaborativních aplikací pro výrobní podniky. Trh s koncovými robotickými nástroji dynamicky roste a díky předpokládané expanzi trhu kobotů na 210 000 kusů v roce 2023 se bude zvětšovat i v dalších několika letech," řekl Aleksander Marinković, generální manažer pro region CEE. „Borisovým úkolem bude posilovat naši pozici v regionu prostřednictvím rozvoje nových

prodejních kanálů, budování a péče o profesionální obchodní vztahy a porozumění potřebám zákazníků."
Více na www.packagingherald.cz

Palety EPAL se budou označovat i inkoustovým tiskem

EPAL se rozhodl povolit označování palet EPAL také inkoustovým tiskem, avšak současný systém značení (vypalování) platí i nadále. Od 1. srpna 2019 je povolen inkoustový tisk pro označování rohových a středových špalků palet EPAL a technologie je nově také zahrnuta do technických předpisů EPAL. Až dosud bylo značení na rohových blocích (EPAL v oválu) a na centrálních blocích (IPPC/ISPM 15 a EPAL ID číslo) prováděno výhradně prostřednictvím vypalování. Jens Lübbersmeyer, vedoucí technického oddělení EPAL, uvádí: „Technologie inkoustového tisku na dřevo se v posledních letech neustále zlepšovala a kvalita tisku nyní splňuje požadavky EPAL na tisk paletových špalků jak dřevěných, tak i lisovaných. Se zavedením nových CP palet EPAL se však stalo nezbytným, aby označování palet mohlo být aplikováno i na špalky dřeva menších nebo různých velikostí. Nově schválený inkoustový tisk zajišťuje kvalitu označování, které odpovídá kvalitě vlastních palet EPAL a může být také použit pro označování inteligentních palet, které jsou nyní vyvíjené v laboratoři EPAL."
Více na www.packagingherald.cz

Primefire 106 prorazil na japonský trh

Výrobce obalů Kyoshin Paper and Package vsadil na digitální technologii Primefire 106 od společnosti Heidelberg. Jde o první instalaci podobného tiskového stroje v Japonsku. Od nové technologie očekává získání dalších obchodních příležitostí v oblasti podnikání typu web-to-pack. Zástupci společnosti Kyoshin Paper and Package se poprvé setkali s digitálním tiskovým strojem Primefire nové generace na veletrhu Drupa v roce 2016. Následovalo testování stroje, který si poradí i s formátem B1. „To ukázalo vysokou kvalitu potisku obalů ze skládačkové lepenky. Technologie navíc dokáže pokrýt 95 % barev Pantone," říká Kazuhiro Kajikawa, executive managing director divize Hacoplay.

Výsekový stroj Optima 106 K pronikl na polský trh

Polská ofsetová tiskárna RD působící v polském městě Krotoszyn je součástí skupiny Technopol Group a stala se prvním polským uživatelem plně automatizovaného výsekového stroje Optima 106 K značky Koenig & Bauer Iberica. Stroj, který je v tomto závodě v provozu několik měsíců, podle slov majitele firmy Rafała Czwojdzińského významně zvýšil jeho výrobní potenciál v oblasti vysekávání obalů z hladké lepenky. Nahradil přitom zařízení jiného dodavatele a stal se dalším řešením značky Koenig & Bauer, která tento polygrafický podnik využívá. Skupina Technopol Group se svými třemi závody (v Ostrowě Wielkopolském, Żyrardowě a Krotoszyně) působí na trhu polygrafických služeb téměř 20 let. Tiskárny, které jsou součástí skupiny, se specializují na výrobu obalů z hladké a vlnité lepenky a POS materiálů (stojany, displeje atd.), jež se vyrábějí ofsetovou, flexotiskovou a digitální technikou. Závody dodávají obaly polským a zahraničním zákazníkům z oboru farmaceutického, potravinářského a chemického průmyslu.

7Up vrací na scénu ikonickou postavičku Fido Dido

Limonáda 7Up inspiruje v rámci své letní kampaně k prožívání přítomného okamžiku. Na obrazovky se tak vrátí kreslená postavička Fido Dido, kterou si našinci mohou pamatovat z reklam v 90. letech minulého století. Fido Dido se objeví nejen

v televizních spotech, ale i v rámci limitované edice 7Up na plechovkách a PET lahvích. Komunikace bude podpořena také v místě prodeje. „Odkazem kampaně není zbavit se moderních technologií či sociálních sítí, ale žít takříkajíc tady a teď. 7Up chce spolu s postavičkou Fido Dido inspirovat k aktivnímu životu a objevování jeho krás včetně osobní komunikace spolu s těmi, na kterých nám záleží," doplnila ke kampani Kateřina Komárková, manažerka značky Pepsi pro ČR. Kampaň poběží od června až do konce srpna.

Alza.cz představuje další vlastní značku – AlzaEco

Největší český e-shop Alza.cz uvádí na trh novou privátní značku ekodrogerie. Pod názvem AlzaEco nyní nabízí ekologické prostředky na praní (prášky, gely a aviváže). Jedná se o české, dermatologicky testované výrobky maximálně šetrné k přírodě i lidem. Baleny jsou do moderních recyklovatelných obalů, které redukují plastový odpad na minimum. Produkty jsou dostupné od 1. července v České republice a na Slovensku. „Nový privátní brand vychází z naší dlouhodobé snahy chránit životní prostředí a podporovat ekologii v každodenním životě. Po uvedení vlastní řady elektroniky AlzaPower s plně recyklovatelným obalem jsme se v další fázi zaměřili na segment drogerie, která patří k nejpoužívanějším produktům v domácnosti. Cílem bylo vytvořit kvalitní ekologický produkt s vysokým podílem přírodních látek, jenž bude svým složením maximálně šetrný k naší planetě. Reagujeme tím také na zvýšenou poptávku po tomto typu zboží," uvádí Aleš Zavoral, předseda představenstva Alza.cz.

Krušovice plánují investovat do plechovkové linky

Královský pivovar Krušovice plánuje v letech 2019 a 2020 investovat do rozšíření kapacity stávající plechovkové linky a rovněž do zvýšení skladovacích kapacit. Navazuje tím na strategické investice z předchozích tří let, v rámci kterých použil desítky milionů korun na rekonstrukci úpravny vod a také na rozšíření čističky odpadních vod. Dosud poslední investicí bylo červnové otevření zrekonstruovaného nádvoří a nového muzea. „Pivo Krušovice je oblíbené nejen v České republice, ale velmi se mu daří i za hranicemi. Jen v loňském roce objem exportu vzrostl ve srovnání s rokem předchozím o 30 % a my děláme vše pro to, aby se mu dařilo i v letech následujících," doplňuje Michal Rouč, ředitel Královského pivovaru Krušovice.

Budvaru se vloni dařilo

Na základě auditovaného výsledku pivovar Budějovický Budvar v loňském roce meziročně zvýšil výstav piva o 3,6 % na objem 1,602 mld. hektolitrů. Jde o druhý nejvyšší objem piva za 123 let existence podniku. Dařilo se také exportu. Do 79 států se vyvezlo nejvíce piva v historii podniku – 1,075 mld. hektolitrů, což je meziročně o 8,5 % více. Národní pivovar tím potvrdil pozici druhého největšího českého exportéra s podílem na celkovém českém vývozu 21 %. Prodej piva v tuzemsku se snížil o 5 %, ale to bylo plně kompenzováno zvýšením tuzemských tržeb o 2 % díky orientaci na prodej prémiového ležáku Budweiser Budvar. Jeho prodej se zvýšil o 7,2 %. V roce 2018 tak pivovar uvařil nejvíce ležáků ve své historii a jejich podíl na celkové výrobě pivovaru dosáhl téměř 75 %. Pivovar do provozu uvedl automatizované logistické centrum a nový ležácký sklep. Rozvoj pivovaru bude letos pokračovat výstavbou třetí linky na stáčení lahvového piva a kapacit pro hlavní kvašení (cylindrokónické tanky) v celkové hodnotě přibližně 671 mil. Kč

Nestlé uvádí na trh tyčinku v papírovém obalu

Společnost Nestlé představila tyčinku YES! v novém, plně recyklovatelném papírovém obalu. Poprvé se jí podařilo použít papír ve vysokorychlostní balicí technologii pro balení cukrovinkových tyčinek. Přestože papír je v porovnání s plastovým obalem mnohem „křehčí", linka dokáže zabalit až 300 kusů tyčinek za minutu. Tato inovace otevírá možnosti širokého využití recyklovatelného papíru na balení v segmentu cukrovinek. Dosud bylo možné používat ve vysokorychlostní výrobě trvanlivých tyčinek pouze plastové nebo kombinované materiály. Nové balení je dalším krokem společnosti Nestlé v naplňování závazku přejít do roku 2025 na recyklovatelné nebo znovu použitelné obaly. Tyčinky YES! v papírovém obalu jsou nyní uvedeny na trh v České republice i na Slovensku. Z dalších evropských zemí budou dostupné v Rakousku, Belgii a Francii.

Colognia Press tiskne pro Kofolu

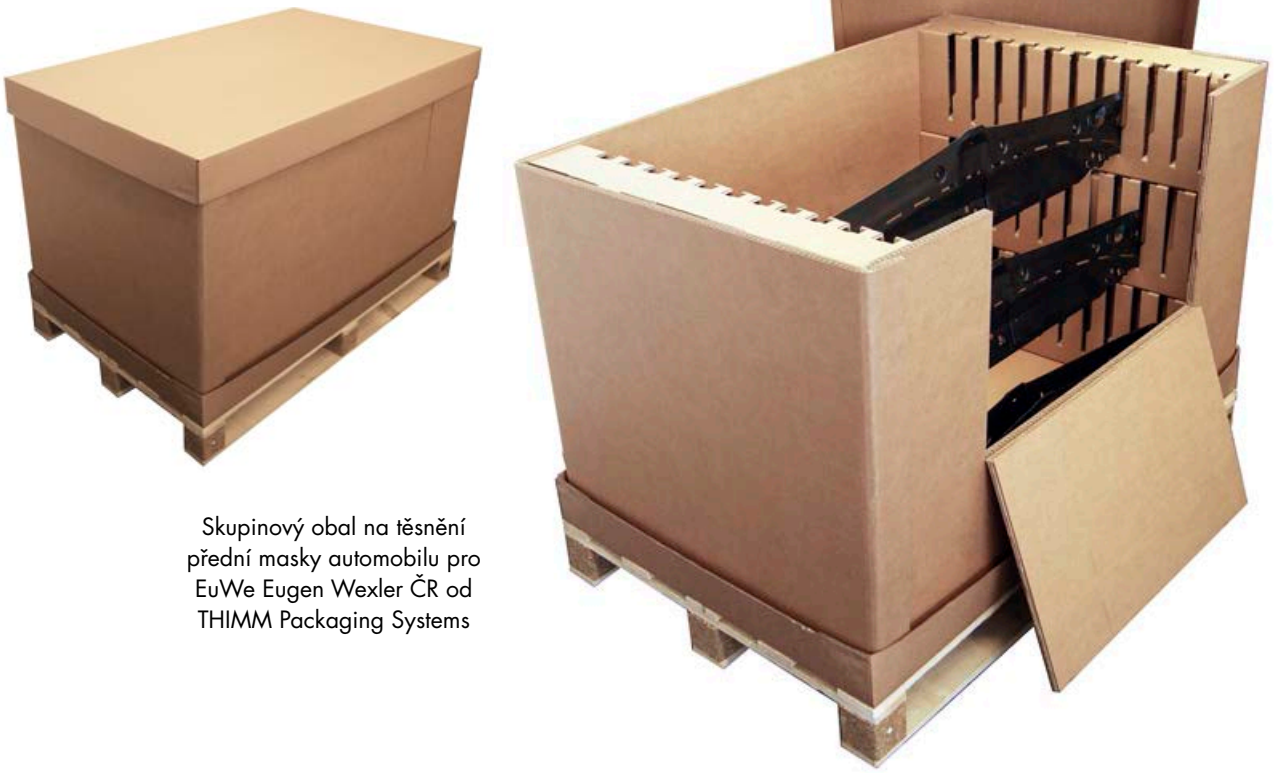
Společnost Colognia Press představila nového klienta, kterým není nikdo menší než Kofola. Pro výrobce nealkoholických drinků připravila etikety na novou nápojovou edici – Májovou s příchutěmi angrešt, malina, meloun a broskev. Etiketa vyrobená ze shrink sleeve materiálu PVC 45 mic je vytisknuta na stroji RCS1 konvenčním flexotiskem UVHD, který využívá všech osm jednotek. Vytištěno bylo již několik milionů kusů.

PI

STEINBAUER LECHNER

Již více než 25 let vyvíjíme
a vyrábíme průmyslová obalová řešení

WWW.STEINBAUER-LECHNER.CZ



Skupinový obal na těsnění přední masky automobilu pro EuWe Eugen Wexler ČR od THIMM Packaging Systems

Vlnitá lepenka: LEVNÁ, UNIVERZÁLNÍ A EKOLOGICKÁ

VLNITÁ LEPENKA SE JIŽ DÁVNO PROSADILA TAKÉ V EXPORTNÍM A PŘEPRAVNÍM BALENÍ. DŮVODŮ JE HNED NĚKOLIK. V POROVNÁNÍ S PLASTEM, DŘEVEM ČI KOVEM A PŘI ZACHOVÁNÍ PODOBNÝCH VLASTNOSTÍ VYCHÁZÍ CENOVĚ VÝHODNĚJI. JEJÍ UNIVERZÁLNOST SPOČÍVÁ I V ANTISTATICKÉ OCHRANĚ. V SOUČASNÉ DOBĚ JÍ NAVÍC NAHRÁVÁ ENVIRONMENTÁLNÍ ATMOSFÉRA VE SPOLEČNOSTI.

Adriana Weberová

Na úvod je třeba zmínit, že i tento relativně levný materiál je pro mnohé zákazníky stále příliš nákladný, a proto tlačí na ještě nižší cenu. „Stále častěji se dostáváme do střetu požadavku na velmi kvalitní sedmivrstvé nebo vícevrstvé těžké lepenky pro extrémně vysoké zatížení a zákazníkem stanovené nízké indikační ceny," potvrzuje Iva Nehybová, CCO společnosti UNIPAP. Obaloví konstruktéři jsou proto nuceni hledat netradiční alternativní cesty, jak se s podobným zadáním vypořádat. „Používáme například různé parciální zakázkové pevnostní prvky, které zajistí lepší rozložení zátěže na použitou vlnitou lepenku obalu, což následně umožní použití i kvalitativně nižších a cenově výhodnějších lepenek," vyjmenovává možnosti Iva Nehybová.

braubeviale.de

Member of the Beviale Family

Dobré rozhovory.

Dobré obchody.

DIALOGY PRO ZÍTŘEK

Samotný výrobek dnes nestačí, aby byl úspěšný, důležitá je i jeho propagace. Na veletrhu BrauBeviale naleznete nové způsoby a inspiraci, jak vaše tradiční i inovativní nápoje odlišit.

Více informací:
braubeviale.de/next

NÜRNBERG MESSE

BrauBeviale2019

Norimberk, Německo | 12. – 14. listopadu

Nejznámější ukázkou obalového řešení, které přineslo kýžené snížení ceny obalu, je mnohokrát publikovaný přepravní obal pro automobilové nárazníky BOOMerang. Proto jen ve stručnosti: výsledkem vývoje konstruktérů společnosti UNIPAP je obalový koncept, který používá pouze vnější konturový plášť z pětivrstvé vlnité lepenky složený ze dvou typů tvarových výseků. Komplet tvoří středová stabilní část a variabilní stranový díl.

Na vlnitou lepenku sází také společnost Packung. „Obalové postupy a předpisy se nyní mění v reálném čase. Rostou požadavky na použití ekologických materiálů, na což se snažíme reagovat. Naše společnost je držitelem certifikátu FSC, díky kterému můžeme udržitelnost našich obalů garantovat," potvrzuje poptávku po udržitelných obalech marketing manager společnosti Tomáš Koláček. Zároveň připomíná rostoucí požadavky na rychlost a možnosti vykrývání výpadků, na což firma reagovala zavedením systému pro rychlou výrobu krabic na míru z nekonečné lepenky s garantovanou výrobou do 48 hodin. Více jsme o technologii psali *v červnovém vydání magazínu Packaging Herald*. A tím se opět dostáváme k financím. Díky zmíněnému systému zákazníkům nerostou náklady v podobě výsekových nástrojů a snižuje se potřeba výplňových materiálů.

Balení pro výrobce zdvižných zařízení od společnosti Packung

Z oblasti exportních obalů stojí za zmínku projekt pro výrobce zdvižných zařízení. Původním zadáním bylo zabezpečení ochrany části stroje, který se dále posílá k následné kompletaci do zahraničí. Výhodou byla možnost testování obalu přímo na produktu. „Při tvorbě obalu jsme dostali poměrně volnou ruku. Během testování jsme zjistili, že s původním návrhem obalu nedokážeme splnit zadání pro parametry balení, a nakonec z něj zůstaly jen vnější rozměry, které bylo nutno respektovat s ohledem na transportní požadavky," vysvětluje Tomáš Koláček a dodává: „V průběhu realizace jsme obdrželi vcelku zásadní požadavek týkající se stohovatelnosti balení. V původním návrhu se s ním nepočítalo, což kompletně změnilo požadavky na nosnost při skladování a hlavně při přepravě. Ovlivnilo to tedy i počet (tří) finálních návrhů, které jsme klientovi předkládali."

A jak to vše dopadlo?

Finální obalové řešení se skládá z několika částí. Podstavou balení je dřevěná paleta, která zajišťuje jeho základní nosnost. Na ní je umístěna lepenková krabice udržující produkt na místě a také zajišťující stabilitu. Nosnost pak pomáhá udržet vnitřní lepenková výztuž krabice ze sedmivrstvé vlnité lepenky, která je dodatečně vložena do krabice. Uzavření krabice zajišťuje víko vyztužené dřevěnými deskami a filamentní lepicí páskou.

O HLAVNÍCH BENEFITECH OBALOVÉHO ŘEŠENÍ V ONLINE VERZI MAGAZÍNU

Návod, jak ideálně vytížit zámořský kontejner

K výrobcům obalů z vlnité lepenky neodmyslitelně patří i společnost THIMM. V souvislosti s exportním balením se zaměříme na THIMM Packaging Systems v Chotětově. Ten stál před výzvou zhotovit skupinový obal na těsnění přední masky automobilu pro společnost EuWe Eugen Wexler ČR.

Požadavkem na obaly pro zasílání dílů do zámoří bylo ideálně vytížit zámořský kontejner, využít k tomu paletové boxy přesně definovaných rozměrů a umístit do nich co nejvíce dílů, aniž by se vzájemně dotýkaly – aby tím nedošlo k jejich poškození. Součástí těsnění přední masky automobilu je i těsnicí guma, která se během přepravy nesmí nijak poškodit či zdeformovat. To bylo při návrhu konstrukce nejsložitější zohlednit. „Náš konstruktér tuto výzvu vyřešil šesti fixačními vložkami, které jsou uvnitř přepravního boxu umístěny naproti sobě. V každém fixačním dílu jsou drážky, do kterých se jednotlivé díly postupně vkládají. Fixace se dílů dotýká jen v těch částech, které nejsou náchylné na deformace. Převážná část baleného dílu visí ve vzduchu, bez kontaktu s obalem, a ani při otřesech se jednotlivé díly ničeho nedotýkají. Těsnění je tak dodáváno bezpečně a bez porušení," vysvětluje jednatelka firmy Gabriela Petrová.

Do paletového boxu s fixacemi se vejde celkem 33 dílů ve třech patrech. Díly jsou rozmístěny tak, že jednotlivá patra nemusí být už nijak oddělena proložkami. Na boku balení je výklop, který vkládání dílů do velkého, hlubokého boxu usnadní.

Naplněný box se uzavře víkem z vlnité lepenky a přepáskuje se. Paletové boxy se v kontejneru stohují na sebe.

„Původně se obal dodával výrobci v plochém stavu, ale pro zjednodušení a urychlení balicího procesu se společnost nakonec rozhodla pro dodávky obalů v kompletovaném stavu. Zákazník tak šetří čas i skladovací prostory pro jednotlivé části obalu," vysvětluje Gabriela Petrová a doplňuje: „Pro výrobu tohoto jednocestného skupinového obalu byla použita pouze vlnitá lepenka, kterou lze po vybalení dílů na místě snadno zlikvidovat, resp. recyklovat. Spotřeba materiálu byla snížena na minimum."

Vlnitá lepenka může sloužit i pro výrobu antistatického balení. Své o tom ví společnost SERVISBAL OBALY, která stála před úkolem ochránit výrobky před elektrostatickým výbojem. Zadáním bylo vytvořit přepravní obal pro zasílání několika druhů přístrojových tlačítek zákazníkům, přičemž hodnota některých typů přesahuje hodnotu tisíců korun. Pro balení elektronických součástek byla proto použita antistatická třívrstvá vlnitá lepenka. Podle různých typů jsou tlačítka zasílána jednotlivě nebo skupinově, tedy více kusů v jednom obalu. „K přepravním a exportním obalům patří také výplňové materiály.

Antistatické balení elektronických součástek od SERVISBAL OBALY

I zde je moderní ekologický aspekt," upřesňuje Dalibor Vrba, specialista marketingu společnosti SERVISBAL OBALY. Pro skupinovou variantu byl vytvořen separátor s krycí proložkou, pro jednotlivě balená tlačítka pak tvarově přesný výsek. Vnějším obalem je několik druhů menších krabic se zámečkem, takže pro uzavírání není potřeba lepicí pásky. Kromě antistatické funkce obalu jsou dalšími benefity snadná manipulace s produkty díky separátorům a absence lepicí pásky. ■

PI

Krabice na míru

BOX48.cz

- Vaše vlastní krabice **na míru už od 1 ks do 48 hodin**
- Optimalizujeme balení **bez nákladů na výsekové nástroje**
- **Eliminujeme výplňové prostředky** a šetříme životní prostředí
- Snižujeme rozměry a **náklady přepravy**
- 8 základních typů krabic
- Široká nabídka příslušenství
- Vyrábíme krabice z nekonečné lepenky

POUŽIJTE KÓD PRO REGISTRACI

ZÍSKEJTE SPECIÁLNÍ SLEVU PO ZADÁNÍ POZNÁMKY PŘI REGISTRACI*

„PACKAGING48"

*) MOŽNOST ZÍSKAT TUTO SLEVU PLATÍ DO KONCE ROKU 2019

foto: Vyncke

Balení realizovala společnost SANDER SUPPORT LOGISTIC.

Vyncke je mezinárodní firma původem z Belgie, která po celém světě buduje energetické celky vyrábějící energii spalováním různých odpadů a biomasy. Jejími zákazníky jsou například světové značky IKEA, Nestlé, Veolia, Douwe Egberts.

Při balení nadrozměrných nákladů boduje fólie

K OCHRANĚ NADROZMĚRNÝCH CELKŮ PŘI PŘEPRAVĚ, ALE TAKÉ PŘI VENKOVNÍM SKLADOVÁNÍ, NEODMYSLITELNĚ PATŘÍ **FÓLIE**. V NÁSLEDUJÍCÍCH ŘÁDCÍCH VÁM PŘEDSTAVÍME PŘÍPRAVU NA PUTOVÁNÍ 50T ENERGETICKÝCH CELKŮ PO EVROPĚ A SVĚTĚ, ALE TAKÉ TRANSPORT ŠESTITUNOVÉHO KOLOSU DO ČÍNY.

Adriana Weberová

Z průmyslové zóny v Chlebovicích u Frýdku-Místku vyjíždí každý měsíc několik souprav určených pro přepravu nadrozměrných nákladů. Jejich cílem je buď námořní přístav v Antverpách, nebo různá místa po celé Evropě. Přepravovány jsou rošty a spalovací systémy, které zde pro své energetické celky vyrábí mezinárodní firma Vyncke. Ostatní části energetických systémů pak firma nakupuje od řady dodavatelů, vždy co nejblíže k místu realizace s cílem ušetřit další náklady na dopravu. „Naše výrobky expedujeme do celého světa většinou ve stavu plug and play," vysvětluje jednatel české části firmy Vyncke Petr Salvet a dodává: „Rošty kvůli své velikosti a hmotnosti kolem 50 tun cestují do zámoří na otevřených palubách lodí. Když se pak dostanou do cílové destinace a jsou po rozbalení usazeny pod budoucí kotel, musí být všechny mechanické a hydraulické systémy plně funkční."

Občas se však stane, že výrobky jsou doručeny k zákazníkovi, který je z nějakého důvodu nucen posunout termín dokončení nového energetického celku. „Vše pak musí zůstat v zabaleném stavu na otevřeném staveništi a přečkat napří-

klad tropické deště nebo ruskou zimu. Když konečně dojde k instalaci, zákazník i tak očekává, že je vše v bezvadném stavu," zdůrazňuje Petr Salvet. Výrobce energetických celků proto využívá pro ochranu svých produktů během přepravy balení do teplem smrštitelných fólií realizované firmou SANDER SUPPORT LOGISTIC. Nejčastěji používaná je 200mikronová PE fólie Dupasafe případně antikorozní fólie Milcorr stejné tloušťky. Obě varianty podle zákazníka dostatečně splňují požadavky na ochranu baleného zboží a současně minimalizují náklady. „V porovnání s jinými technologiemi exportního balení je nižší nejen cena za samotné balení do teplem smrštitelné fólie, ale nižší jsou pak i samotné přepravní náklady. Hmotnost zásilky je v podstatě stejná před zabalením i po něm a totéž platí i pro její rozměry," hodnotí balení Petr Salvet. Zejména u velkých nadměrných nákladů, jakými často jsou i výrobky Vyncke, pak může jít o významný činitel snižování ceny přepravy, a to jak při transportu kamionem, tak při přepravě do zámoří.

SANDER SUPPORT LOGISTIC
VYUŽÍVÁ RŮZNÉ ZPŮSOBY BALENÍ

TEPLEM SMRŠTITELNÉ FÓLIE
JSOU ODOLNÉ

VÍCE NA:

Nejsložitější bylo přesvědčit zákazníka, aby netrval na použití dřevěné bedny

Druhá ukázka se týká přepravy technologického celku, konkrétně izotermické nástavby návěsu, do Číny. „Jednalo se o poměrně velikou jednotku s rozměry 9,7 × 2,6 × 2,8 m a hmotností 6000 kg. Zákazník požadoval vytvořit manipulační jednotku, ochránit výrobek před poškozením při co nejmenším rozměru obalu a samozřejmě co nejnižších nákladech," popisuje projekt Adam Pilmaier, marketingový specialista společnosti TART.

Předchozí celky zákazník balil do dřevěné bedny, která zvětšovala celkový objem i hmotnost jednotky. Společnost TART přišla s návrhem umístit jednotku na speciální paletu o délce přibližně sedm metrů a kompletně ji zabalit do 3D obalu vytvořeného antikorozní, teplem smrštitelnou fólií MilCorr White. „Nejsložitější bylo přesvědčit zákazníka, aby netrval na použití dřevěné bedny. Komplikované bylo také vymyslet a navrhnout paletu, která umožní manipulaci jednotky a zároveň minimalizuje její zvýšení," vzpomíná Adam Pilmaier.

Balení izotermické nástavby návěsu od společnosti TART

Výroba obalu a zabalení produktu do původní dřevěné bedny trvalo celkem dva a půl dne. Výroba palety a 3D obalu z fólie MilCorr White a následné zabalení jednotky trvalo jeden a půl dne. Zásadním benefitem nového obalového řešení bylo nejen zrychlení celého procesu balení, ale také výrazné snížení nákladů na něj o více než 50 % a výrazné snížení přepravních nákladů díky menším rozměrům zabalené jednotky. A to vše samozřejmě při zajištění všech požadavků zákazníka.

TBA PLASTOVÉ OBALY
EURO PŘEPRAVKY DĚROVANÉ
Perfektní přehled
Cirkulace vzduchu zaručena
Jednoduše stohovatelné
PŘÍMO OD VÝROBCE!
TBA PLASTOVÉ OBALY
RYCHLE ■ JEDNODUŠE ■ ONLINE
TBAPLAST.CZ

Obaly Asombroso
VYJADŘUJÍ ELEGANCI A VÝJIMEČNOST

Známý módní návrhář **OSMANY LAFFITA** je již nějakou dobu aktivní také na poli kosmetických produktů. Značka **ASOMBROSO** se podle jeho vlastních slov zrodila z čisté radosti z krásných věcí a dlouholetých zkušeností nadšených lidí. Kromě účinných produktů by měla přinést ještě něco navíc. Zda může jít například o nevšední zážitek z designu obalů, se sami přesvědčte v následujících řádcích.

Adriana Weberová a Veronika Kozelková

Co vás vedlo k založení vlastní kosmetické kolekce Asombroso by Osmany Laffita?

Byl to sen. Sen propojit svět módy, kosmetiky a parfémů. Krása není jen o tom, co si na sebe oblékneme, ale také o tom, jak se cítíme a co z nás vyzařuje. Říká se, že šaty dělají člověka. Ale právě nejenom šaty. Taky jsem chtěl dělat něco, co bude pro lidi dostupnější než moje modely. Něco, díky čemu může každý získat zdravé sebevědomí. Něco, čím si může dělat radost každý den.

Proč právě název Asombroso?

Asombroso je španělské slovo, které znamená úžasný či dechberoucí – přesně takové moje produkty jsou. Z celého srdce věřím, že každý má právo cítit se úžasně, a právě proto Asombroso.

Předpokládám, že značku, kterou tvoří tělová a pleťová kosmetika, ale také parfémy, sám používáte. Jakou kosmetiku jste v minulosti preferoval?

Samozřejmě, že používám výhradně produkty Asombroso, a právě proto také vypadám tak úžasně☺. V minulosti jsem nikdy nebyl věrný jedné značce kosmetiky ani parfémů. Rád zkouším nové věci, objevuji, testuji. Mnohokrát se tak stalo, že jsem si nevhodnou kosmetikou udělal na obličeji víc škody než užitku.

Kolik času uběhlo od prvotní myšlenky až po uvedení kosmetiky na trh?

První myšlenka o Asombrosu, která ke mně přišla ve snu, téměř okamžitě odstartovala náročné, ale i přesto úžasné téměř tři roky, po které jsem s týmem skvělých lidí a odborníků ladil jednotlivé produkty. Výzkum, testování, obaly. No a pak dlouhá řada administrativy a byrokracie. Osvědčení, bez kterých není možné kosmetiku prodávat. Evropská unie má také své požadavky, které se musí splnit. Na začátku jsem si vůbec neuměl představit, jak moc toho bude. Vůbec nezáleží na tom, jestli vyrábíte jenom pár kusů nebo jste obrovská firma. Všichni musíme splňovat stejné požadavky. Jen pro malou firmu je to vždycky finančně náročnější.

Kdo je vaše cílová skupina?

Cílovou skupinou jsou všichni, ženy i muži, kteří chtějí o sebe pečovat a cítit se úžasně. Portfolio mojí značky obsahuje produkty jak pro mladistvou, tak zralou pleť, vybere si opravdu každý. Nebudu pomlouvat jiné značky, srovnávat a vypočítávat, o kolik víc aktivních látek Asombroso obsahuje. To není můj styl. Účinnost je o kvalitě a vysokém obsahu aktivních látek, jejich správném poměru a v neposlední řadě o vaší pleti a vašich očekáváních. Co vyhovuje jednomu, nemusí vyhovovat druhému, i když bych vám mohl slíbit hory doly.

Takže co by měl být důvod vyzkoušet produkty Asombroso?

Touha. Touha zkusit něco nového, poctivého a vyrobeného s láskou v Česku. Možná také stát se díky mým produktům součástí mého příběhu.

Můžete nám přiblížit vaše portfolio?

V současné chvíli je na trhu 27 kosmetických produktů Asombroso, pro pleť i tělo a mé dva první parfémy. Na několika dalších kosmetických produktech se svým týmem aktuálně pracuji a ve vývoji jsou také další dva parfémy. Nejvyšší řadou kosmetických produktů Asombroso je řada Feel Unique, která obsahuje to nejlepší, co umíme nabídnout. Produkty této řady jsou doslova napumpovány účinnými látkami, a to nejen co do počtu, ale zejména jejich koncentrací a kombinací pro maximální efekt.

Mottem značky je mimo jiné cítit se úžasně. Jak se tato skutečnost odráží v designu obalů?

Od samého počátku jsem věděl, že design obalů Asombroso musí být nejen elegantní, ale i minimalistický. Na výsledné podobě obalů jsem spolupracoval s naším úžasným grafikem Martinem Duškem, který obalům Asombroso vdechl život, a myslím, že společná práce se podařila. Nejenže získáváme zpětnou vazbu od zákazníků, kteří naše obaly hodnotí jako výjimečné, ale odměnou pro mne je také fakt, že obaly Asombroso získaly ocenění Obal roku 2019. (Pozn. redakce: k soutěži se vrátíme *na straně 80.*)

Jednotícím designovým prvkem napříč portfoliem je použití černé barvy a dominantního názvu značky ve stříbrném provedení. Proč právě tato barevná kombinace? Jak se naopak liší obaly jednotlivých produktových řad?

Právě kombinace černé barvy a výrazného stříbrného loga je pro mne vyjádřením toho, jak si představuji elegantní kosmetický produkt. Jednotlivé řady jsou odlišeny barevně, kdy na produktech je právě název produktu uveden v barvě odpovídající dané řadě.

Nezvažujete barevně oddělit kosmetiku pro ženy, která je také v černé barvě?

O zásadní změně použitých barevných kombinací neuvažuji a myslím, že díky úspěchům, které moje obaly mají, k tomu ani není důvod. Dovolím si vás opravit, protože všechny moje kosmetické produkty jsou určeny jak pro ženy, tak pro muže. Od samého začátku byly všechny kosmetické produkty Asombroso vyvíjeny tak, aby vyhovovaly ženám i mužům. Jen parfémy Asombroso jsou samozřejmě odlišné.

s hrdostí říct, že Asombroso je čistě česká značka. Zásadní ne jsem řekl všem nabídkám na mnohdy lákavé nabídky (finančně i designem) z Číny, protože myslím, že celosvětově toho již čínští výrobci získali víc než dost.

Můžete uvést dodavatele jednotlivých obalů? Kolik jich využíváte a jaká jsou kritéria jejich výběru?

Na tuto otázku nebudu s dovolením odpovídat, protože si cením těchto údajů jako součásti know-how značky. Jediné, co mohu uvést, je, že dodavatelů obalů či jejich komponentů máme v současné době devět.

Mohli bychom udělat jednu výjimku? Vím, že jedním z dodavatelů je společnost S&K LABEL, která vám vyrábí etikety. Proč jste zvolil právě tohoto výrobce?

Vynikající reference, skvělé zázemí a technologie, ale také velmi přátelský přístup a v neposlední řadě fakt, že se jedná o českou firmu.

Měl jste o typu balení jasnou představu a konkrétní požadavky na dodavatele, nebo obaly vznikaly ve spolupráci s nimi?

Představu o obalech jsem měl, ale jejich finální výběr probíhal ve spolupráci s jednotlivými dodavateli. Zásadní podmínkou, ze které jsem nikdy neustoupil, byl fakt, že všechny obaly musí být v maximální míře vyrobené v České republice. Jen tam, kde se nám nepodařilo v České republice najít vhodného výrobce, spolupracujeme s dodavateli v rámci EU, ale i zde preferujeme jednání se zastoupeními jednotlivých výrobců v České republice. Moje přání je, aby maximum výroby a investovaných prostředků zůstalo právě u nás a mohl jsem tak

Měl jste konkrétní představu o možném zušlechtění etiket, nebo jste dal na doporučení tiskárny?

Etikety vznikaly na základě mých představ a ohledně finální podoby a použitých technologií jsem si nechal poradit od odborníků v S&K Label, kterým tímto ještě jednou děkuji.

Jaké technologie a metody zušlechtění byly k výrobě etiket použity?

Tisk etiket byl realizován na sofistikované digitální tiskárně HP Indigo, jejíž velkou výhodou jsou nulové náklady při změnách grafiky, vysoká rychlost či tisk variabilních dat. Výsledný, velmi

atraktivní design etiket v černém provedení, zušlechtěný horkou stříbrnou ražbou, matnou laminací a 3D lakováním společně s kvalitním zpracováním pomáhají dotvářet celkovou image nově vzniklé značky, která se nebojí odlišit od konkurence.

V jakých objemech kosmetiku nabízíte?

Od jednorázových testovacích balení (sachetek) o objemu 4,7 a 10 ml po standardní balení od 30 do 250 ml.

Některé produkty jsou nabízeny v bezkontaktním kelímku s patentovanou technologií aplikace „touch & slide". Můžete nám unikátní systém přiblížit?

Díky speciální patentované technologii Touch and Slide se nedostávají do kelímku vzduch a nečistoty, a tak jsme mohli použít minimum konzervantů. Princip dávkování je založen na dávkování pomocí membrány, která pouhým přejetím prstem nadávkuje potřebné množství produktu. Dávkování je tak naprosto hygienické, intuitivní až návykové a každý, kdo ho zkusil, si ho zamiloval.

Proč jste se pro něj rozhodl? Máte na tento systém zpětnou vazbu od zákazníků?

To je jednoduché, mám rád nové věci, výzvy a stejně jako v módě i zde pracuji s nejnovějšími technologiemi. Náš kelímek je unikátní a právem budí nejen mezi zákazníky obdiv. Zatím nemáme jiné než kladné ohlasy a jsem si jistý, že to tak i zůstane.

Kde kosmetiku vyrábíte a jaká je vaše produkce?

Jak už několikrát zaznělo, vše pro Asombroso děláme v České republice a není tomu ani jinak u vývoje a výroby produktů. Mám úžasný tým vývojářů, dermatologů, parfumérů a také fantastické profesionální kosmetičky, se kterými probíhá několikakolové testování každého produktu. Vývoj produktů i samotná výroba je tak 100% made in Czech.

Jaké obchodní kanály a proč používáte?

Asombroso nemá být a nikdy nebude masovou záležitostí, protože si přeji, aby značka zůstala na trhu výjimečnou. Prodejní partnery jsem pečlivě vybíral a jsem moc rád, že jsou to právě tito:

> FAnn parfumerie – 42 kamenných prodejen, e-shop Notino.cz – největší online prodejce, díky kterému je Asombroso dostupné již ve 23 zemích, a Klier – největší síť kadeřnických salonů, kde jsou dostupné mé parfémy.

Produkty prodáváte i přes vlastní e-shop na www.asombroso.cz. Jaké obaly používáte pro distribuci k zákazníkovi? Korespondují graficky s designem spotřebitelských obalů? Pokud ne, plánujete podobné řešení do budoucna?

Pro expedici objednávek používáme krabice z třívrstvé a pětivrstvé vlnité lepenky. Krabice nejsou nijak zušlechtěné, mají jen na bocích vytištěné logo Asombroso. O krásnějších zasilatelských krabičkách uvažuji, ale náklady na ně nejsou podle mého názoru adekvátní tomu, co zákazníkovi přinesou. Neříkám, že do budoucna nějaký hezčí či sofistikovanější obal pro distribuci výrobků nezavedeme, ale momentálně se plně soustředíme na kvalitu výrobku, a to včetně obalů, se kterými je zákazník v každodenním kontaktu, a ne na krabice, která po vybalení výrobků končí v koši. Dodavatelem lepenkových krabic je jak jinak česká firma.

Který produkt je nejoblíbenější? Putují vaše výrobky i na export?

Jednoznačně mé parfémy, následované krémem s účinky hadího jedu, liftingovým sérem atd. I když už nás několik firem ze zahraničí se zájmem o distribuci oslovilo, zatím nemám zájem. Soustředíme se na kvalitu, nikoliv kvantitu, a proto velkoobchodně mé produkty nedodáváme mimo Českou a Slovenskou republiku. Nicméně maloobchodní zákazníci mohou moje produkty zakoupit prostřednictvím e-shopu Notino, který je dostupný již v 23 zemích.

Vaše plány do budoucna?

Jsme úplně na začátku a o to větší radost mám, že moje kosmetika a parfémy jsou tak oblíbené. Vize je jednoduchá: „Aby Asombroso stále rostlo a dělalo radost co nejvíce lidem stejně jako mně." Ve vývoji máme několik dalších kosmetických produktů, které ladíme do posledních detailů, aby byly úžasné jako produkty, které jsem již představil.

Děkuji za rozhovor a vám i čtenářům magazínu Packaging Herald přeji mnoho úžasných dní.
S láskou Osmany Laffita

DĚKUJEME ZA ROZHOVOR.

Nestlé vsadilo na automatizaci

S rostoucí poptávkou po bezmasých produktech otevřela společnost **NESTLÉ** na konci roku 2018 ve svém závodě **TIVALL CZ** v Krupce novou výrobní halu. Vegetariánské a veganské výrobky odtud míří především na západní trhy a od jara 2019 také na tuzemský trh. O nových technologiích a specifikách obalů pro bezmasou stravu jsme hovořili s Milanem Soukupem, projektovým manažerem společnosti Nestlé.

Adriana Weberová

Na konci roku 2018 jste kvůli zvyšující se poptávce po bezmasých výrobcích otevřeli v Krupce novou výrobní halu. Kdy padlo rozhodnutí o její výstavbě a jaká je její plocha?
Schválení investice proběhlo v centrále společnosti Nestlé v polovině září 2017. Poté byla ihned zahájena stavba, která spočívala v rozšíření výrobní haly o 4250 m^2. Provoz jsme spustili v polovině prosince 2018 a první výrobky z nové linky opustily závod v lednu 2019.

Izraelská společnost OSEM vybudovala závod na výrobu bezmasých výrobků (divize Tivall) v Krupce v letech 2006–2007. V té době bylo Nestlé ve firmě minoritním akcionářem. Od roku 2018 je závod Tivall CZ plně součástí společnosti Nestlé.

Přesunuli jste část zařízení z původních prostor, nebo jste zakoupili zcela nové technologie?
Jde o nová výrobní zařízení. Kromě investice do výroby jsme investovali také do moderní automatizované balicí technologie.

K manipulaci s výrobky používáme tzv. pick & place robota. Důvod pro investici do automatizace byl jednoznačný, snažit se eliminovat nedostatek pracovních sil v oblasti.

Kolik máte v současné době výrobních linek a jaká je jejich kapacita?
V závodě máme nyní tři výrobní linky. Jejich kapacita se díky nové investici zdvojnásobila. Zkušenosti z nové linky by měly vést k uplatnění stejných automatizačních postupů i na původních linkách. Celý komplex linek bude finálně dovybaven centrálním paletizačním systémem.

Můžete nám stručně představit vaše portfolio?
Naše značka Garden Gourmet přináší více než 30 let pestrou nabídku vegetariánských a veganských produktů, které vynikají nejen svou skvělou chutí, ale i nutričními hodnotami a kvalitními ingrediencemi. V nabídce naleznete rostlinné alternativy oblíbených masových pokrmů, jako jsou řízek, hamburger či masové kuličky, dále nabízíme unikátní zeleninová jídla (špenátovo-sýrové placičky) i tradiční izraelské speciality, jako je falafel.

Do jakých obalů produkty balíte?
Do vaniček s ochrannou atmosférou. Balení je dostatečně veliké, aby po doplnění přílohou vznikla dvě kompletní jídla o hmotnosti 150 až 180 g. Vaničky jsou následně zabaleny do lepenkových přebalů.

Od kterých dodavatelů je odebíráte?
Spotřebitelské obaly jsou od společnosti ES Plastic, lepenkové přebaly nám dodává společnost Model Obaly a skupinové balení společnost Smurfit Kappa.

Z jakých materiálů a proč jsou obaly vyrobeny?
V letošním roce všichni evropští zákazníci přecházejí například ze samolepicích plastových etiket na lepenkové přebaly, což s sebou přineslo i změny v balicí části technologie. Původně jsme na plastové vaničky zatavené fólií umisťovali obdélníkovou potisknutou polyetylenovou samolepku s vizuálem a popisem produktu. Dnes místo ní používáme „rukáv" z hladké lepenky, který je kolem dokola vaničky. Lepenka zároveň podepírá vaničku, kterou je možno postavit do regálu vertikálně.

Jak se vegetariánství jako životní styl odráží v designu obalů v porovnání s „tradičními" masovými výrobky?
Cílová skupina spotřebitelů, která je tvořena nejen vegetariány a vegany, ale i flexitariány, tedy lidmi, kteří vědomě omezují konzumaci masa, chce zanechat pozitivní stopu nejen na svém životním stylu a zdraví, ale i na planetě. Proto hledají příležitosti, jak vyměnit maso za zdravější rostlinnou alternativu. Obalový design tedy hledá inspiraci v trendech vegetariánské a veganské kuchyně. Samozřejmostí jsou plně recyklovatelné materiály.

Liší se jednotlivé produkty z hlediska designu?
Na obalech chceme představit širokou nabídku produktů a jejich použití. Proto se snažíme pomocí různých typů jídel vyobrazených na obalech produkty odlišit a zároveň spotřebitele inspirovat. Výrobky jsou označeny tak, aby bylo pro spotřebitele jasné, zda jde o vegetariánský nebo veganský výrobek. K tomu slouží certifikovaná ikonka od Evropské vegetariánské společnosti, tzv. V-label.

Jaké jsou naopak jednotící prvky?
Na produktech komunikujeme benefity pro spotřebitele, které jsou pro zmíněnou kategorii výrobků důležité. Příkladem může být obsah proteinů, vlákniny a potvrzení, že použité ingredience jsou zdravé a spotřebitel se jich nemusí obávat. Co se týče designu, jednotícím prvkem je použití zelené barvy a umístění loga v horní části. Jednotlivé produkty jsou odlišeny pomocí barevného kódování.

S kterou designovou agenturou na vývoji obalů spolupracujete?
Design pro značku Garden Gourmet se řeší centrálně pro všechny trhy. Spotřebitel tak pozná výrobek jak v České republice, tak v zahraničí.

Logistiku si zajišťujete ve vlastní režii, nebo využíváte externí přepravce?
Závod má kapacitu na skladování hotových výrobků velmi omezenou. K transportu a následnému skladování a finální distribuci jsou proto využívány centrální distribuční sklady v místech jednotlivých trhů. Přeprava výrobků je zajišťována specializovanými dopravními společnostmi, které používají senzory pro detekci požadovaných transportních parametrů.

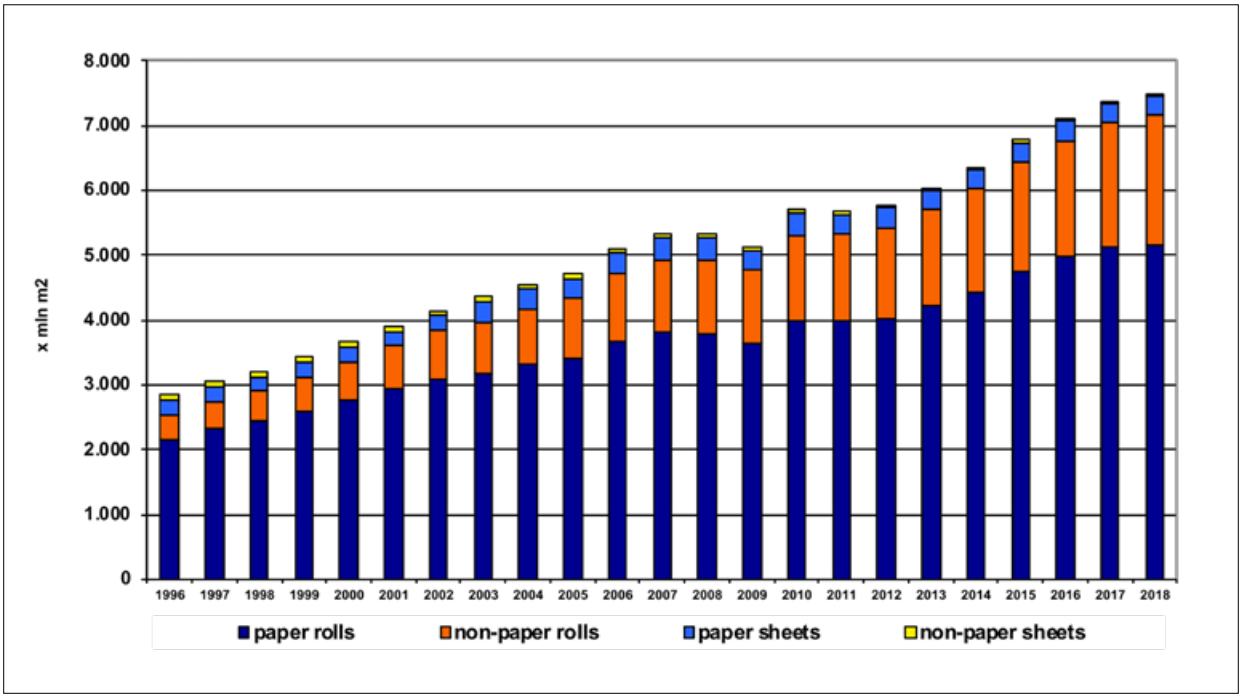
Na které trhy v současné době distribuujete a jaký podíl připadá na Českou republiku?
Nejdůležitějšími exportními trhy jsou Německo, Francie, Nizozemsko a severské země. Kromě nich ještě vyvážíme výrobky do Španělska, Itálie, Belgie, ale také do Izraele a USA. Nejvyšší růst v současné době vnímáme na německém a francouzském trhu. V Česku jsme značku Garden Gourmet začali prodávat teprve před pár měsíci, podíl výroby pro český trh z celkové výroby závodu je 1 % a postupně roste.

DĚKUJEME ZA ROZHOVOR.

Známky ochlazování trhu s etiketami

PO ČERVNOVÉ ZPRÁVĚ O ZPOMALENÍ POPTÁVKY PO SAMOLEPICÍCH ETIKETOVÝCH MATERIÁLECH V ROCE 2018 POTVRDILO ZNÁMKY OCHLAZOVÁNÍ TRHU I AKTUÁLNÍ VYDÁNÍ ZPRÁVY **FINAT RADAR**, JEŽ MONITORUJE TRH ZA UPLYNULÝCH ŠEST MĚSÍCŮ.

Ze zahraničních zdrojů



Vývoj poptávky po materiálech pro výrobu etiket v Evropě v letech 1996–2018

V loňském roce činila v Evropě celková spotřeba materiálů pro výrobu samolepicích etiket téměř 7,5 mld. m^2, což je o 1,4 % více než v roce 2017. V roce 2018 se tak objevují další známky zpomalení, které se začalo projevovat již v průběhu roku 2017, kdy trh rostl o 4,7 %. To je pod průměrnou mírou růstu pět a více procent, které bylo dosahováno od poslední recese v roce 2011.

LABELEXPO EUROPE 2019 | 40. NAROZENINY

POSUŇTE SVÉ PODNIKÁNÍ *VPŘED*

4 DNY **600+** VYSTAVOVATEL

Cesta k úspěchu v podnikání vyžaduje kombinaci skvělé strategie a správného vybavení.

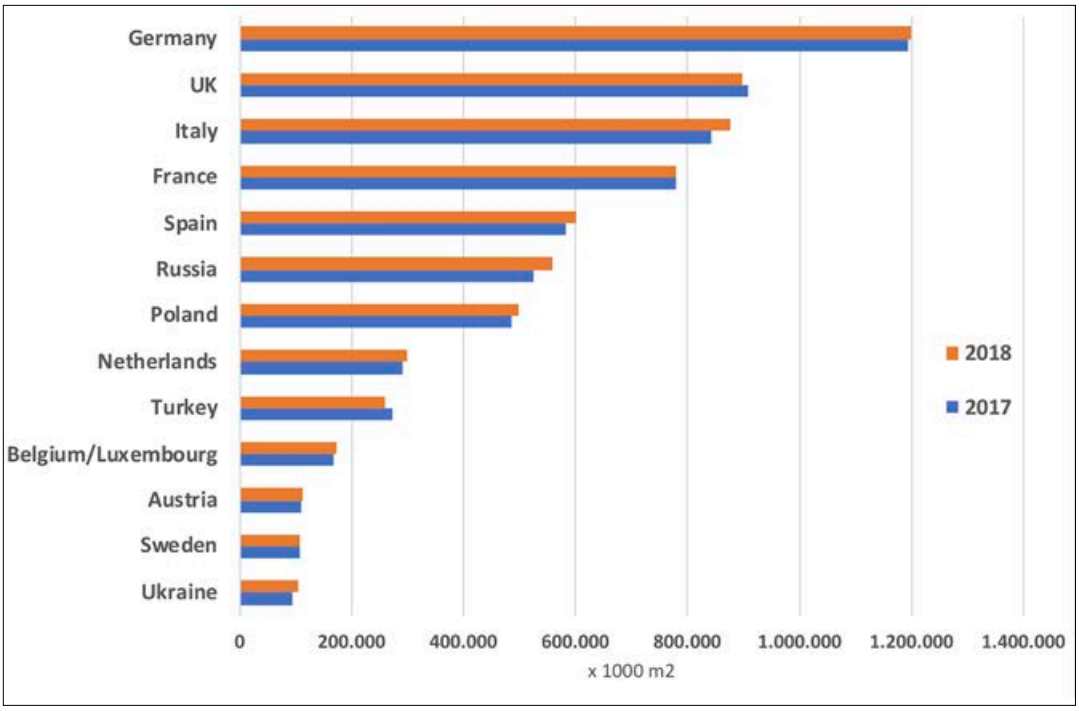
Na veletrhu Labelexpo Europe 2019 si budete moci prohlédnout stovky ukázek nejnovějších inovací, prozkoumat sbírku nejvyspělejších technologií v oblasti tisku etiket a obalů a získat, co vaše podnikání potřebuje k tomu, aby uspělo.

Navštivte 40. ročník veletrhu Labelexpo Europe 2019 a prozkoumejte největší veletrh v oblasti tisku etiket a obalů na světě a posuňte své podnikání o krok před konkurenci.

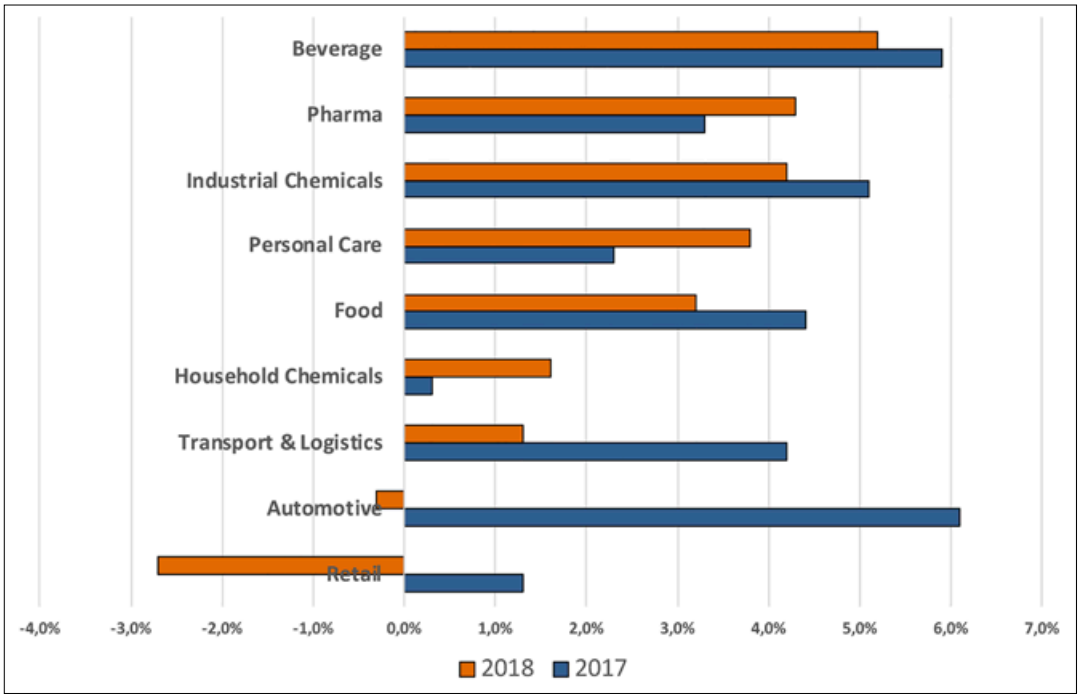
+ 9 HALL
+ LABEL ACADEMY MASTER CLASSES
+ SELF-ADHESIVE LABEL MATERIALS WORKSHOP

24 - 27 September • Brussels
LABELEXPO EUROPE 2019
www.labelexpo-europe.com

Učiňte další krok – rezervujte si vstupenky na **WWW.LABELEXPO-EUROPE.COM**



10 největších trhů v EU a tři největší trhy mimo EU



Růst průměrných prodejů výrobců etiket v hlavních tržních segmentech v letech 2017–2018

Rozdílné výsledky

Poprvé od začátku desetiletí vykazuje v Evropě tempo růstu poptávky po etiketách rozdílné výsledky. Největší trhy, jako je Německo a Francie, zaznamenaly skromný přírůstek pod 0,5 %. Oproti tomu několik trhů na jihu a východě EU stále dosahovalo nadprůměrné míry růstu mezi 2,5 a 4 % a rozvíjející se trhy, jako je Rusko a Ukrajina, zaregistrovaly výrazný nárůst přesahující 6 %. Naopak ve Velké Británii a Turecku

byl přírůstek záporný, a to o více než -1 a -4,5 %. Ve Velké Británii došlo k oživení poptávky na přelomu roku 2018/2019, které vyvolalo předzásobení před brexitem.

Vyhlídky pro výrobu samolepicích etiket a obalů zůstávají slibné

Vezmeme-li v úvahu dosavadní silnou vzájemnou závislost mezi poptávkou po etiketových materiálech a vývojem HDP, pak je zpomalení růstu segmentu etiket významným ukazatelem ekonomické nejistoty po letech zotavování makroekonomiky. Přesto vyhlídky pro výrobu samolepicích etiket a obalů zůstávají slibné. Evropský trh se samolepicími etiketami rostl v posledních dvou desetiletích 2,5násobně, tažen sílící vyspělostí trhů s etiketami ve východní Evropě, inovacemi v tisku variabilních dat a kvalitou zušlechťovacích technologií. Východní Evropa nyní představuje téměř jednu čtvrtinu evropského trhu s etiketami (během 15 let téměř zdvojnásobila svůj tržní podíl) a fóliové materiály pro výrobu etiket se přibližují ke 30 % celkové poptávky po etiketových materiálech v Evropě.

Hlavní body FINAT RADAR 11: meziroční růst prodejů se zpomalil

Jedenácté vydání zprávy FINAT RADAR vychází z průzkumu provedeného mezi 80 výrobci etiket po celé Evropě. Meziroční růst prodejů se ve většině oblastí zpomalil a s 4,9 % byl nejnižší od roku 2013, který je výchozím bodem průzkumu. Mezi lety 2017 a 2018 došlo také z hlediska tempa růstu k pozoruhodnému přesunu mezi třemi hlavními koncovými segmenty. Zatímco rok 2017 byl obdobím růstu doplňkových etiket („non-prime"; VIP label), v roce 2018 se více dařilo segmentu hlavních („prime") etiket (s výjimkou průmyslových chemikálií). Poprvé za dobu existence FINAT RADAR došlo v některých segmentech k propadu.

Z průzkumu rovněž vyplynulo, že pouze 10–15 % dotázaných společností letos plánuje nákup konvenčního nebo digitálního tiskového stroje. Výrazně vyšší podíl investic se odhaduje v roce 2020.

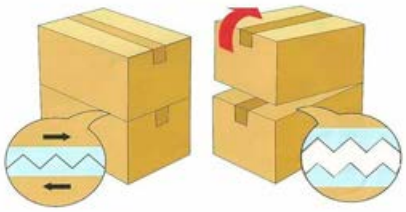
Za zmínku rovněž stojí, že 35 % respondentů uvedlo, že se nyní aktivně angažují v oblasti flexibilních obalů. Součástí výrobkového portfolia více než 25 % výrobců etiket jsou také shrink sleeve a wrap around etikety. A zájem o diverzifikaci do dalších oblastí stále stoupá, obzvlášť o produkty jako sáčky či linerless neboli nekonečné etikety.

Znalost trhu je klíčová

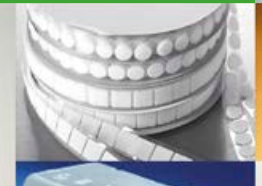
„Jedním z klíčových prvků pro rozvoj podniku je dostupnost aktuálních informací o trhu, a jak jsme poznali v Kodani během akce European Label Forum (ELF), po několika letech nadprůměrného růstu nyní čelíme ekonomické nejistotě, která má za následek zpomalení," uvádí Chris Ellison, prezident evropské asociace FINAT, a dodává: „Jak jsme pozorovali během ELF, hlavními tématy při jednání top manažerů společností zabývajících se výrobou etiket jsou trvalá udržitelnost a recyklace. Nastolené problémy (zvyšování povědomí prostřednictvím vzdělávání a lobbování; organizace logistiky a zajištění, aby se sběr a recyklace staly technicky a komerčně proveditelnými) přesahují schopnosti jednotlivých společností a vyžadují kolektivní přístup, na němž se budou podílet všechny zúčastněné strany." ■

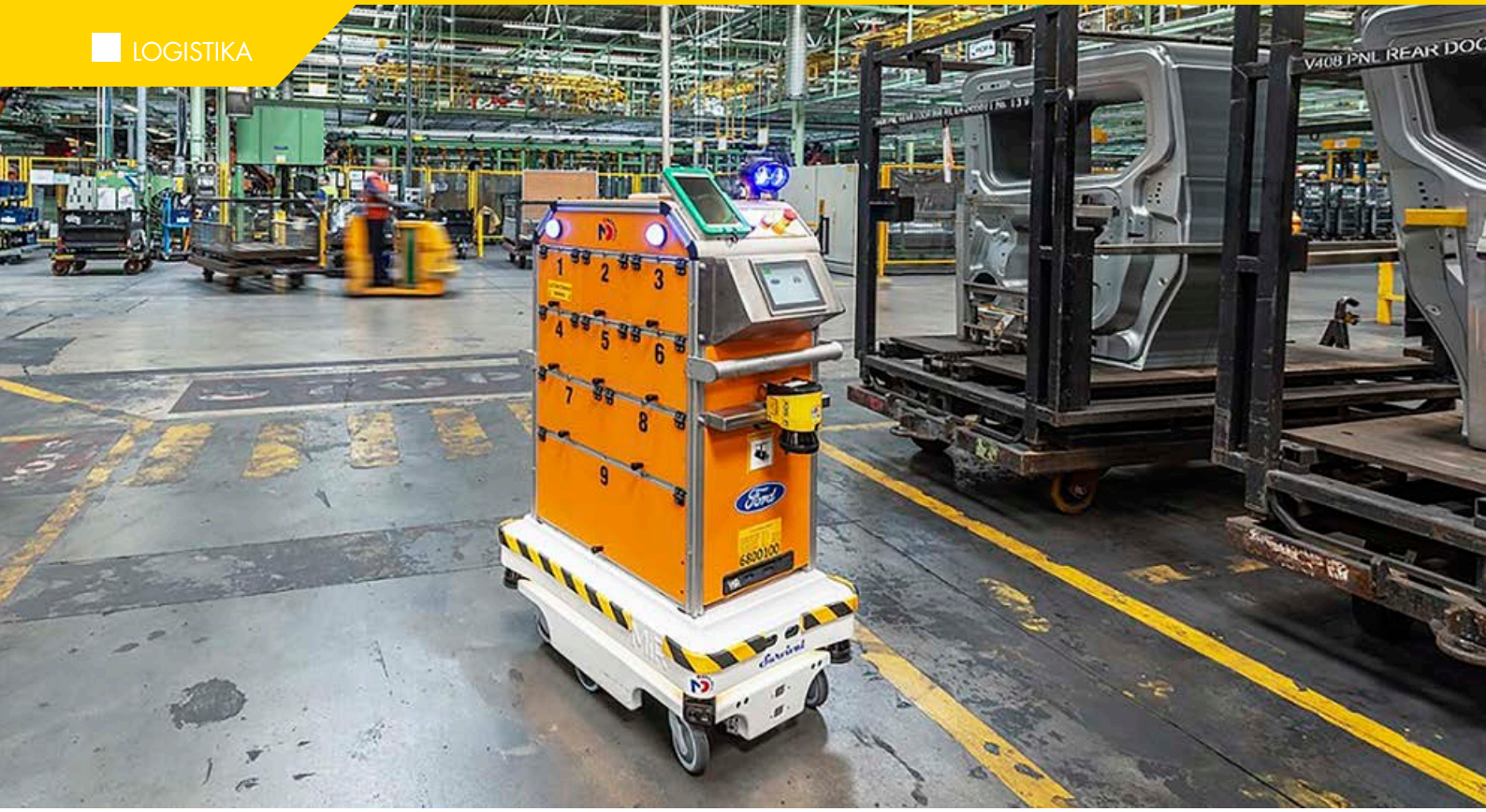
FIPACK s.r.o.
e-mail: info@fipack.cz
+420 464 600 561
www.fipack.cz

FIXACE ZBOŽÍ NA PALETÁCH – JIŽ ŽÁDNÁ ŠKODA PŘI DOPRAVĚ
- PROTISKLUZOVÝ NÁSTŘIK
- PROTISKLUZOVÉ PROLOŽKY
- PROTISKLUZOVÉ LEPICÍ PÁSKY
- PROTISKLUZOVÉ PE PYTLE



DÁLE VÁM MŮŽEME NABÍDNOUT:
- LEPIDLA (tavná, disperzní, speciální)
- LEPICÍ BODY
- SUCHÉ ZIPY
- další pomocné materiály





Roboty pomáhají ve FORD Motor optimalizovat logistiku

SPOLEČNOST **FORD SPAIN** DOKÁZALA POMOCÍ TŘÍ AUTONOMNÍCH ROBOTŮ **MIR 100** VE SVÝCH VÝROBNÍCH PROVOZECH OPTIMALIZOVAT INTERNÍ LOGISTIKU. ROBOTY PŘEVZALY RUTINNÍ A ČASOVĚ NÁROČNÉ ÚKOLY S NÍZKOU PŘIDANOU HODNOTOU, KTERÉ PŘEDTÍM VYKONÁVALI ZAMĚSTNANCI FIRMY MANUÁLNĚ.

Adriana Weberová

Ve výrobním závodě ve španělské Valencii, který je jednou z nejmodernějších továren společnosti FORD v Evropě, se vyrábí řada populárních automobilových modelů, jako jsou Kuga, Mondeo či S-Max. Denně se na celkové ploše 300 000 m² vyrobí 2000 vozů. Aby výroba běžela bez výpadků, je potřeba neustále a plynule dodávat průmyslový a svařovací materiál, ale také náhradní díly ze skladových prostor k montážní lince. A právě na tyto činnosti byly nasazeny autonomní průmyslové roboty, čímž bylo dosaženo vysokého stupně automatizace.

Autonomní roboty MiR od společnosti Mobile Industrial Robots (MiR) jsou opatřeny automatizovaným policovým systémem vybaveným 17 přihrádkami. Ty slouží k uložení materiálů různých hmotností a velikostí. Výsledkem jsou nemalé úspory. Testy prokázaly, že roboty nasazené v třísměnném provozu

dokáží ušetřit až 40 člověkohodin (čas odpovídající práci průměrného pracovníka po dobu jedné hodiny) denně. Dalším benefitem pro zaměstnance je možnost věnovat se zajímavějším pracovním činnostem.

Jedním z klíčových důvodů pro volbu mobilních robotů byla flexibilita, kterou umožňuje autonomní navigační systém. Mobilní robot se vyhne neočekávaným překážkám, je schopný přizpůsobit svou trasu či zastavit v případě nutnosti, pracuje v blízkosti lidí a dalších přepravních systémů v továrně.

V TOVÁRNĚ VYRÁBĚJÍCÍ MODELY KUGA, MONDEO A S-MAX UŠETŘÍ JEDEN **ROBOT MIR100** AŽ 40 ČLOVĚKOHODIN DENNĚ.

Při volbě nové technologie bylo rozhodující, že tyto tři roboty ke své navigaci nepotřebují žádné externí prvky, jako například světelné paprsky, magnety či vodicí pásky na podlaze. Stačí, že jednoduše namapujeme oblast a robot začne pracovat.

„V komplexním a dynamickém prostředí, jaké panuje u nás, je uvedená funkčnost velmi důležitá," zdůrazňuje Miguel Montaña, analytik řízení údržby ve společnosti FORD Spain.

ROBOTY KE SVÉ NAVIGACI NEPOTŘEBUJÍ ŽÁDNÉ EXTERNÍ PRVKY.

Zmíněné roboty jsou první kolaborativní autonomní mobilní roboty, které se využívají ve výrobních provozech společnosti FORD v Evropě. „Spokojenost, která panuje s jejich nasazením v oblasti distribuce materiálu, nám otevírá nové možnosti využití nových robotů MiR na další aplikace na montážní lince i do dalších provozů v rámci továrny. Přesvědčili jsme se, že dokážou samostatně reagovat a bezpečně interagovat s našimi zaměstnanci, vysokozdvižnými vozíky a dalšími přepravními systémy," dodává Helios Alvarez, manažer montážní linky ve FORD Spain.

FORD: ROBOTY V AKCI NA VIDEU

PI

61.
MEZINÁRODNÍ
STROJÍRENSKÝ
VELETRH

7.–11.10.2019
BRNO

Central European Exhibition Centre
BVV Veletrhy Brno

Foto: Petainer

Petainer VSADIL NA LITHIOVOU FLOTILU OD **Jungheinrichu**

VÝROBCE PLASTOVÝCH NÁPOJOVÝCH A POTRAVINÁŘSKÝCH OBALŮ, SPOLEČNOST **PETAINER CZECH HOLDINGS**, PŘEVZAL ZAČÁTKEM ČERVNA NOVOU FLOTILU MANIPULAČNÍ TECHNIKY. OBMĚNA SE TÝKALA KOMPLETNÍ FLOTILY VOZÍKŮ, KTERÁ SE NAVÍC ROZROSTLA O VOZÍKY DO NOVĚ VYBUDOVANÉ SKLADOVÉ HALY. ŘIDIČI SI POCHVALUJÍ ZEJMÉNA KOMFORT NABÍJENÍ SPOJENÝ S LI-ION TECHNOLOGIÍ. NEMÉNĚ DŮLEŽITÝM BENEFITEM JE ÚSPORA ENERGIE AŽ O 36 %.

Adriana Weberová

Hlavních kritérií při volbě dodavatele manipulační techniky bylo hned několik. V první řadě spokojenost obsluhy společnosti Petainer s testovanými vozíky v průběhu výběrového řízení, cenová nabídka včetně zajištění full servisu a monitoringu flotily. „Důležité pro nás byly podmínky full servisu a jeho dostupnost, poruchovost vysokozdvižných vozíků, reakční doba servisu a uživatelsky přijatelné prostředí softwaru pro monitoring flotily," vyjmenovává požadavky logistický manažer společnosti Bohumil Vojkůvka.

Politikou společnosti je zero waste

Z výběrového řízení vyšla nakonec vítězně společnost Jungheinrich. Celkem 13 retraků a dva čelní elektrické vozíky je kompletně vybaveno lithium-iontovými bateriemi. Logistika společnosti tím přispěla do programu zero waste, který si klade za cíl minimalizovat dopady na životní prostředí. „Cílem bylo podpořit politiku naší společnosti, do které patří zero waste a ochrana životního prostředí. Odhadovaná úspora energie by měla být zhruba 36 %," potvrzuje logistický manažer společnosti Bohumil Vojkůvka.

Lithium-iontové baterie nabízejí vyšší efektivitu nabíjení i využití energie, a snižují tak její spotřebu. Kromě toho není nutné stavět speciální nabíjecí místnosti, díky čemuž dochází k efektivnějšímu využití plochy, eliminaci tvorby neekologických výparů a dalším úsporám.

Díky krátkým nabíjecím časům baterií může společnost profitovat i z dalších výhod, jako je například snížení počtu nabíjecích přístrojů (konkrétně pro flotilu Petainer v Aši stačí sedm nabíjecích přístrojů na 15 vozíků), úspory za náhradní baterie či eliminace jakékoliv údržby baterií.

Manipulace s náhradními bateriemi, dolévání destilované vody a další činnosti spojené s prací s olověnými bateriemi znamenají i zvýšené nároky na personál a jeho školení. To všechno s lithiovými bateriemi odpadá. Zvyšuje se tak bezpečnost i hygienický standard v celém provozu.

Manipulační flotila zajišťuje dovoz vstupního materiálu do výroby a vývoz produktů z výroby do centrálního skladu. Jiným úkolem je obsluha tří dopravníkových pásů, které spojují obě haly – výrobní se skladovou. Vozíky jsou také využity k obsluze regálového systému RadioShuttle s výškou zakládání až 8 m a zajišťují i přípravu nakládek pro expedici zboží k zákazníkům.

Společnost Petainer Czech Holdings se zaměřuje na vývoj a výrobu plastových nápojových a potravinářských obalů. Tradičními výrobky jsou například vratné PET lahve pro značku Coca-Cola, Nestlé a německé distributory minerálních vod. Posledních několik let intenzivně rozvíjí i obalové řešení (kegy) pro distribuci čepovaného piva.

Foto: Petainer

„Vzhledem k tomu, že do výběru vozíků byla zapojena jejich obsluha, která řešení od společnosti Jungheinrich vyhodnotila jednoznačně nejlépe, jsme s nimi spokojeni," hodnotí nákup manipulační techniky Bohumil Vojkůvka. Řidiči si pochvalují zejména komfort nabíjení spojený s Li-Ion technologií. ■

PI

20 let zkušeností s obalovými službami

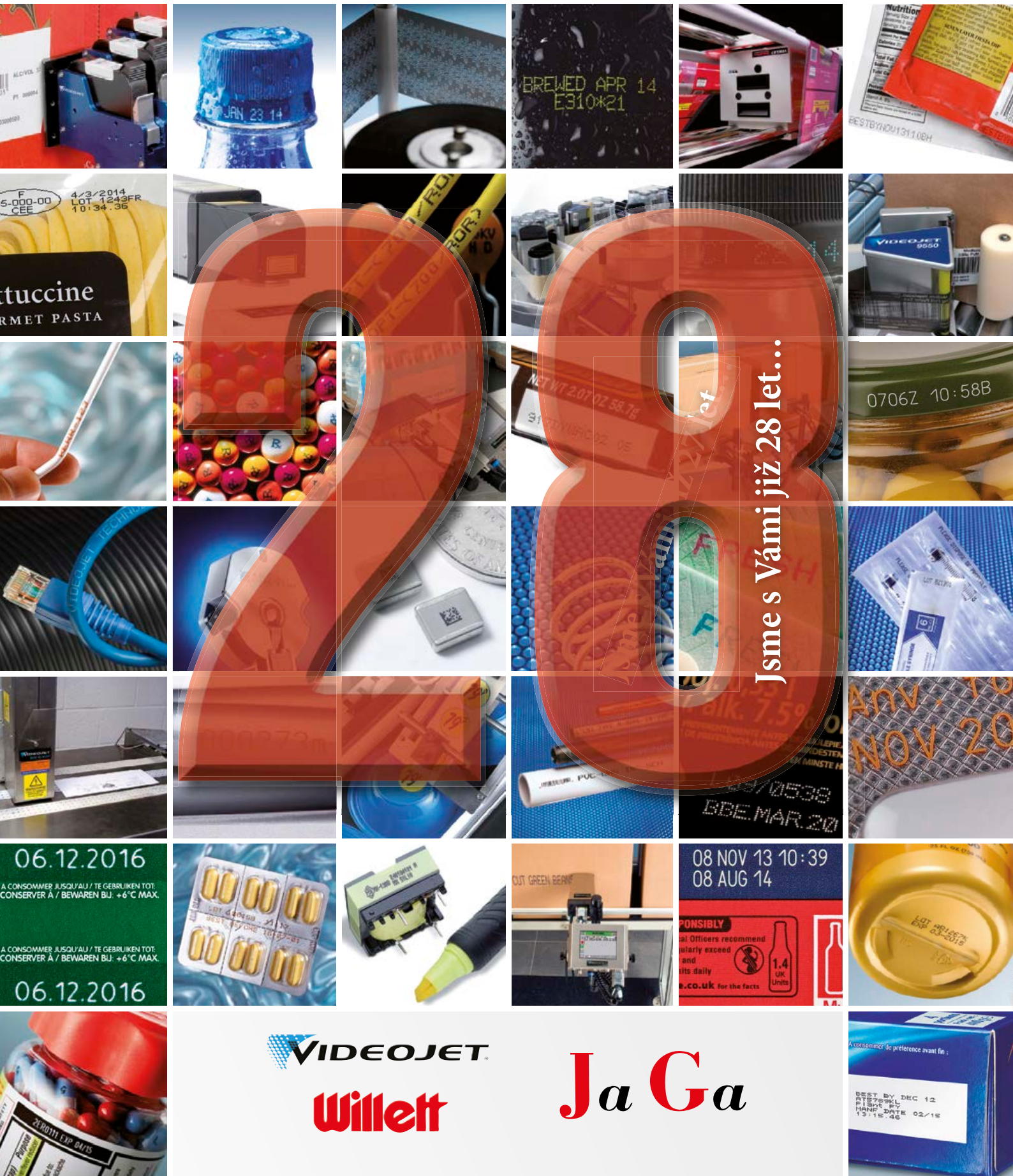
FM Logistic je specialistou na obalové služby. Svým klientů pomáhá přizpůsobovat jejich produkty požadavkům trhu. Svěřte svůj promoční a sezónní co-packing do rukou profesionálů.

Kontakt:
E-mail: sales-cz@fmlogistic.com; tel:+420 220 413 201;
Výrobní kapacity: Tuchoměřice - Praha západ;
Jirny - Praha východ

www.fmlogistic.cz

FM LOGISTIC

Více než čtvrt století jsme Vaším spolehlivým partnerem v oblasti průmyslového značení



Ja Ga, spol. s r. o.

Na Hlavní 166
182 00 Praha 8-Březiněves
Tel.: +420 283 910 228–9
Fax: +420 283 910 230
E-mail: obchod@jaga-cr.cz
www.jaga-cr.cz

Jsme s Vámi již 28 let!

JaGa Bratislava, s.r.o.
Ružová dolina 6
821 08 Bratislava
Tel.: +421 250 221 476

www.jaga-sr.sk

» Jediný distributor sortimentu označovacích zařízení značky **Videojet** v ČR a SR «

1991 2019

DODÁVÁME

» **Ink-jet** tiskárny

Systém CIJ
výška znaků 2–10 mm, až pětiřádkový režim

Systém DOD pro označování skupinového balení
výška znaků 8–80 mm

» Termotransferové tiskárny pro přímý tisk na obalové materiály

» Etiketovací stroje s integrovanou termotransferovou tiskárnou

» Aplikátory samolepicích etiket

» Ink-jet tiskárny s vysokým rozlišením

» Průmyslové lasery

» Stolní termotransferové tiskárny

Vážení obchodní přátelé,
zveme Vás srdečně do naší expozice v pavilonu E, stánek 029, na Mezinárodním strojírenském veletrhu, který se koná v Brně ve dnech 7. – 11. října 2019.

DotCode:
TABÁK POD KONTROLOU

V *ČERVNOVÉM VYDÁNÍ MAGAZÍNU* JSME SE ZAMĚŘILI NA ČTEČKY **ČÁROVÝCH KÓDŮ**. ZMÍNĚNY BYLY PŘEDEVŠÍM DIGITÁLNÍ SNÍMAČE. V NÁSLEDUJÍCÍCH ŘÁDCÍCH SE BUDEME VĚNOVAT ŽHAVÉ NOVINCE – TERMINÁLŮM NA TZV. **DOTCODE**. TY SE ZAČALY POUŽÍVAT NA ZÁKLADĚ NOVÉ LEGISLATIVY TÝKAJÍCÍ SE ZNAČENÍ TABÁKOVÝCH VÝROBKŮ. SVÉ UPLATNĚNÍ NACHÁZEJÍ TAKÉ V OBORECH, JAKO JSOU FARMACEUTICKÝ PRŮMYSL ČI VÝROBA NEBO PRODEJ POTRAVIN A NÁPOJŮ.

Adriana Weberová

Firmy Honeywell a CODEWARE aplikovaly novou technologii do praxe například prostřednictvím mobilního terminálu ScanPal EDA51 (vpravo) a snímače Xenon XP 1950 HD.

Čtečky čárových kódů zpravidla procházejí vývojem, který kopíruje praxi. Náročnost čtení značného množství informací vysokou rychlostí způsobila vývoj různých typů technologií čtení. Od čtení „čar a mezer" snímači 1D kódů se postupně přechází na typ 2D kódů „čtverečků a mezer". K nejnovějším technologiím nyní patří bodový kód neboli tzv. DotCode, tedy kód typu „teček a mezer". „Používat se začíná k identifikaci tabákových výrobků a je pravděpodobné, že díky opravdu rychlému tisku s možností okamžitého ověření čitelnosti kódu se rozšíří i do dalších oblastí, kde bude požadována zpětná dohledatelnost, například v potravinářství," uvádí Soňa Zvelebilová, obchodní ředitelka ze společnosti CODEWARE.

Jak již bylo zmíněno, nová směrnice Evropské unie o tabákových výrobcích stanovuje od 20. května 2019 takové značení cigaret a tabáku k ručnímu balení cigaret, které usnadní jejich on-line sledování (trasování) a sníží oběh výrobků, které nejsou v souladu se směrnicí a dalšími právními předpisy pro kontrolu tabáku. Na každé jednotlivé krabičce cigaret či jednotlivém balení tabáku proto musí být unikátní identifikátor. „Na úrovni balíčku cigaret směrnice umožňuje následující datové nosiče: DataMatrix (a GS1 DataMatrix), DotCode (a GS1 DotCode), QR Code (a GS1 QR Code). Na úrovni kartonu cigaret je situace jiná, tam bude využíván pravděpodobně nejčastěji SGTIN, takže bude použit GS1 DataMatrix (podle všeho bez výjimky). U palet je povinný SSCC kód a bude kódován opět do GS1 DataMatrixu anebo do GS1-128," říká Pavla Cihlářová, ředitelka GS1 Czech Republic. *Více jsme o tabákové směrnici psali v únorovém vydání.*

> Pro cigarety a tabák k ručnímu balení cigaret měly být systémy zavedeny do 20. května 2019, pro všechny ostatní tabákové výrobky pak do 20. května 2024.

Trasování znamená načtení kódů z tabákových výrobků a okamžité zaslání informace ze čtečky přes informační systém distribuce do centrálního úložiště dat. „Jedná se o systém,

který státnímu dohledu umožňuje v podstatě okamžitý přehled o tabákovém zboží, podobně jako EET umožnilo dohled nad restauračním průmyslem. V tabákové distribuci je věc ovšem mnohem komplikovanější. Informace jsou zasílány do centrálního úložiště dat vícekrát, například u EET stačí jednou, a navíc se tabáková distribuce musí ‚poprat' s novým typem značení, například s DotCode," vysvětluje Soňa Zvelebilová.

Hlavní výhodou aplikace bodového kódu, který je podporován standardy GS1, je schopnost tisknout kód inkoustovými tryskami či laserovým paprskem v čitelné kvalitě při rychlosti až 2000 výrobků za minutu. Další výhodou je flexibilita. Kód může mít na rozdíl od ostatních 2D kódů kromě čtvercového také obdélníkový tvar. Jinými benefity jsou vysoká schopnost korekce chyb, protože kód byl navržen tak, aby toleroval chybějící či špatně umístěné body/tečky bez obětování integrity čtení, a v neposlední řadě použití teoreticky neomezeného počtu znaků.

Ve společnosti CODEWARE se problematikou DotCode zabývali více než rok před jeho spuštěním do praxe. „Po vytvoření algoritmu kódu jsme zahájili přípravu na spolupráci s výrobci terminálů, kteří DotCode začali implementovat do svých zařízení," říká obchodní manažer společnosti Miroslav Kropáč. Mezi první, kteří byli na bodový kód připraveni, patří Honeywell. Společně s ním firma CODEWARE aplikovala novou technologii do praxe prostřednictvím výkonného mobilního terminálu ScanPal EDA51 a snímače Xenon XP 1950 HD. Oba typy zařízení v současné době trasují tabákové výrobky v potravinářských řetězcích.

Dalším výrobcem terminálů, které umějí číst DotCode na větší i menší vzdálenosti, je CipherLab. Konkrétně terminál RK25 se stal oblíbenou čtečkou pro skladové evidence s možností trasování DotCode.

UKÁZKA SNÍMÁNÍ DOTCODE POMOCÍ CIPHERLAB RK25 NA VIDEU

Technologie se aktuálně využívá ve skladových procesech s občasnou nutností snímání kódu u vratek tabákových výrobků. Mezi mobilní terminály schopné číst DotCode patří dále například Zebra MC3300. ■

PI

KVALITNÍ PIVO SI ZASLOUŽÍ MODERNÍ TECHNOLOGIE

VÝSTAV PIVOVARU **LITOVEL** ČINÍ KAŽDOROČNĚ VÍCE NEŽ 200 000 HL. PIVO JE STÁČENO PŘIBLIŽNĚ Z 50 % DO SUDŮ, 40 % DO LAHVÍ A 10 % DO PLECHOVEK. PŘED PÁR MĚSÍCI ROZJEL PIVOVAR NOVOU LAHVÁRENSKOU LINKU OD SPOLEČNOSTI **KRONES**.

Adriana Weberová

Pivovar Litovel patří mezi pivovary s dlouhou historií. Vaření piva ve městě Litovel se datuje od roku 1291 a po dobu téměř 730 let nebylo přerušeno. Pivo se vařilo nejdříve v právovárečných domech a od roku 1747 v měšťanských pivovarech. Současný akciový pivovar je pokračovatelem tradic vaření piva od 12. listopadu 1893, kdy byl slavnostně otevřen a bez přerušení je vaří již 126 let.

V počátcích bylo pivo stáčeno pouze do sudů. Historicky první samostatná stáčírna lahví byla vybudována v roce 1905, přičemž se stáčelo do lahví se znakem a domicilem ručně. Objekt stávající stáčírny lahví byl vystavěn v roce 1992 a postupně v ní byly umístěny linky KHS a NATE Chotěboř. Obě linky splňovaly v daných obdobích požadované parametry, především z pohledu vysoké kvality stočeného piva.

V posledních letech došlo u stáčecích monobloků k dalšímu vývoji, zejména po elektronické, ale i mechanické stránce. „Z uvedeného důvodu jsme po dvanácti letech plánovaně připravili a zrealizovali výměnu stáčecího zařízení. Požadovali jsme plnicí monoblok, který by splňoval požadované parametry kladené nejen na stočené pivo, ale také na spotřeby energií, vody a podobně," vysvětluje Miroslav Koutek, emeritní sládek pivovaru.

Výběr dodavatelské firmy podléhal standardnímu výběrovému řízení. Od prvního kontaktu s firmami až po podepsání smlouvy s vybraným dodavatelem trval 32 měsíců. V prvním kole byly osloveny celkem čtyři společnosti dodávající požadované zařízení. „Firmy navrhovaly různá technická zařízení v návaznosti na daný prostor umístění stroje, včetně napojení na stávající zařízení před a za stáčecím monoblokem. Technicko-technologické parametry, jako jsou výkon stroje, obsah kyslíku v pivu, mikrobiologická čistota, teplota stáčeného piva a další, byly primárně definovány investorem," uvádí Miroslav Koutek.

Vybraná firma Krones přesvědčila investora díky celosvětovým referencím různých produktových řad zařízení, nabídkou širokého spektra typů stáčecích strojů od mechanických až po elektronické. Dále i individuálním přístupem k zákazníkovi v technickém řešení, harmonogramem dodávek i samotnou montáží. Na lahvárenské lince je rovněž stáčeno pivo z pivovarů v Přerově a Hanušovicích. „Za první čtyři měsíce provozu hodnotíme investici jako úspěšnou, neboť splňuje všechny rozhodující požadované parametry," hodnotí novou technologii Miroslav Koutek. ■

LITOVEL SBÍRÁ CENY — VÍCE V ONLINE VERZI MAGAZÍNU

Získejte slevu 5 % na sortiment DREKOMA

Slevu 5 % získáte uplatněním hesla PACKAGING HERALD při objednávce na e-mailové adrese: info@drekoma.cz

Akce platí do 21. 12. 2019

merlin®
SUPERIOR HUMIDIFICATION TECHNOLOGIES

Zvlhčování vzduchu není luxus, ale nezbytnost!

Nízké investice pro vysoké výnosy – to je zvlhčování Merlin.

Investice do systémů MERLIN® Technology vám šetří peníze již od první hodiny po nainstalování a uvedení do provozu...

... a hlavně:

- Sníží prašnost až o 80 %
- Sníží nebo úplně odbourá elektrostatiku
- Adiabaticky ochladí okolní vzduch
- Zlepší technologické procesy (lakování, lepení…)
- Sníží nemocnost
- Sníží provozní náklady

Všechny systémy zvlhčování vzduchu od MERLIN® Technology (ultrazvukový, rotační lamelový nebo vysokotlaký) jsou vhodné pro dodatečné vybavení. Úpravou vnitřního klimatu objektu snížíte podíl zmetkovitosti ve výrobě, protože získáte zdravější pracovní prostředí pro své zaměstnance.

Výrobky MERLIN® Technology slouží ve všech průmyslových oborech po celém světě:

- Tiskařský průmysl / papírenský průmysl
- Průmysl zpracování dřeva
- Automobilový průmysl
- Technika prostředí
- Textilní průmysl a zpracování kůží
- Elektrotechnický průmysl
- Potravinářský průmysl
- Další průmyslové oblasti

Pomohli jsme jiným, pomůžeme i vám!

Stánek 131 / Pavilon V
Veletrh MSV v Brně
7.–11. 10. 2019

TÜV NORD CERT GmbH DIN EN ISO 9001
TÜV NORD CERT GmbH DIN EN ISO 14001
TÜV NORD CERT GmbH DIN EN ISO 22000

merlin®
SUPERIOR HUMIDIFICATION TECHNOLOGIES

DREKOMA, s.r.o. – zastoupení pro ČR a SR
Pražská 636, 378 06 Suchdol nad Lužnicí
+420 603 520 148, +420 608 580 950
info@drekoma.cz

www.drekoma.cz

ZVLHČOVÁNÍ VZDUCHU DOKÁŽE SNÍŽIT **ELEKTROSTATICKÝ NÁBOJ** O 50 %, **PRAŠNOST** AŽ O 80 % A **SPOTŘEBU ENERGIE** DOKONCE O 90 %…

Zvlhčovač vzduchu chrání zaměstnance i výrobky

V MNOHA PRŮMYSLOVÝCH PROVOZECH HRAJE PRO ZAMĚSTNANCE I TECHNOLOGICKÉ PROCESY VÝZNAMNOU ROLI **VLHKOST VZDUCHU**. IDEÁLNÍ RELATIVNÍ VLHKOST PRO PRACOVNÍ PROSTŘEDÍ SE POHYBUJE **OD 40 DO 60 %**. NIŽŠÍ HODNOTY, ZVLÁŠŤ V KOMBINACI SE ZNEČIŠTĚNÝM VZDUCHEM, MOHOU VÉST KE ZDRAVOTNÍM PROBLÉMŮM. DALŠÍM RIZIKEM JE TAKÉ NAPŘÍKLAD VZNIK ELEKTROSTATICKÉHO NÁBOJE A JEHO NEPŘÍZNIVÝCH VÝBOJŮ NEBO VYŠŠÍ MÍRA ZMETKOVITOSTI VE VÝROBĚ.

Adriana Weberová

Z hlediska prostředí mají svá specifika provozy s vysokými nároky na čistotu vzduchu, ve kterých je nutné monitorovat a v případě potřeby snižovat koncentraci prachových částic. Se snížením prašnosti úzce souvisí udržování ideálního obsahu vody ve vzduchu. Důvodem je kromě předcházení zdravotním problémům zamezení rizika vzniku elektrostatického náboje, zajištění potřebných vlastností vstupních surovin a v neposlední řadě vytvoření vhodného klimatu pro dané technologické procesy.

A tím se dostáváme k systémům zvlhčování vzduchu, jejichž úlohou je udržovat přirozenou vlhkost prostředí tak, aby v něm nedocházelo k poškozování výrobků, materiálů, přístrojů a zdraví zaměstnanců. Zvlhčování vzduchu dokáže snížit elektrostatický náboj o 50 %, prašnost až o 80 % a spotřebu energie dokonce o 90 %… Přímými benefity je snížení nemocnosti zaměstnanců a zmetkovitosti ve výrobě.

Na nízkou vlhkost (nižší než 40 %) jsou citlivé například materiály jako dřevo, papír, textilie, odvětví elektrotechniky nebo procesy, při nichž dochází ke konzervování a skladování potravin. Z hlediska provozů jsou proto zvlhčovací systémy většinou využívány při práci se dřevem, v papírnách, tiskárnách, skladech, při výrobě elektroniky, potravin, uchování a skladování hudebních nástrojů, uměleckých předmětů atp. Výsledkem je například zlepšení kvality tisku v tiskárnách, v závodech vyrábějících elektroniku pak zastavení ničení drahých polovodičových součástek.

KE ZVLHČOVÁNÍ LZE POUŽÍVAT I TECHNOLOGII **ULTRAZVUKU**.

Ideální relativní vlhkosti lze dosáhnout několika způsoby. Například tzv. parním zvlhčováním, kdy se do atmosféry vypouští vodní pára. Mezi další využívané technologie patří vysokotlaké rozprašování vody z výšky do prostoru tryskami. Zvlhčovací systém z výšky rozprašuje do prostoru vodní mlhovinu tvořenou drobnými kapičkami o velikosti kolem 1 µm. V suchém vzduchu se drobné kapky rychle odpařují do plynného stavu, čímž se zvyšuje relativní vlhkost vzduchu. Na změnu skupenství vody se spotřebovává teplo, což má za následek snížení teploty vzduchu neboli tzv. efekt adiabatického chlazení prostoru, díky kterému je možno snížit počet provozních hodin klimatizačních jednotek, zvláště v letním období.

Ke zvlhčování lze používat i technologii ultrazvuku. Ta ovšem vyžaduje ke správné činnosti mimo jiné tzv. demineralizovanou vodu, což ji řadí k nejdokonalejším systémům zvlhčovacích technologií. Nenahraditelná je například v potravinářském průmyslu – při procesu, kdy dochází ke kynutí těsta, nebo jiných velice přesných nových technologiích.

NA NÍZKOU VLHKOST (NIŽŠÍ NEŽ 40 %) JSOU CITLIVÉ NAPŘÍKLAD MATERIÁLY JAKO **DŘEVO**, **PAPÍR**, **TEXTILIE**.

Mezi používaná zvlhčovací zařízení patří například vysokotlaké zvlhčovací systémy Merlin, které jsou úspěšně využívány v mnoha oborech. Příkladem instalace těchto systémů uskutečněných v poslední době společností DREKOMA jsou dva projekty na Slovensku. Konkrétně ve společnosti Služba Nitra zabývající se výrobou pro automobilový průmysl a ve firmě Chemosvit Folie, kde byla zmodernizována a zrekonstruována pračka vzduchu systémem zvlhčování vysokotlakou vodou systému Merlin Technology.

Mezi používaná zvlhčovací zařízení patří například vysokotlaké zvlhčovací systémy Merlin.

Výsledkem je podstatné snížení energetické náročnosti na provoz zařízení a zvýšení efektivity zmodernizované pračky vzduchu. Díky inteligentním řídicím systémům se zabudovanými hygienickými programy se odstranily problémy se stárnoucí a zapáchající vodou v původním systému vzduchotechniky průmyslové pračky vzduchu. ■

Balicí linka přinesla úspory a vyšší kvalitu balení

FIRMA **PITTSBURGH CORNING CR** Z KLÁŠTERCE NAD OHŘÍ JE SOUČÁSTÍ SPOLEČNOSTI **OWENS CORNING**. K JEJÍM HLAVNÍM AKTIVITÁM PATŘÍ VÝVOJ, VÝROBA A PRODEJ TEPELNÉ IZOLACE **FOAMGLAS** Z PĚNOVÉHO SKLA. V ROCE 2018 SE VÝROBCE ROZHODL INVESTOVAT DO NOVÉ BALICÍ TECHNOLOGIE VYUŽÍVAJÍCÍ STRETCH HOOD FÓLIE.

Adriana Weberová

Společnost Pittsburgh Corning CR je ve výrobě izolačního materiálu FOAMGLAS světovou jedničkou. Tento lehký, pevný a trvanlivý izolační materiál obsahující miliony hermeticky uzavřených skleněných buněk nabízí výjimečnou kombinaci vlastností, jako jsou například nehořlavost, nebývalá pevnost v tlaku a dlouhodobá životnost. V aktuální nabídce je široké spektrum tvarů a rozměrů pro aplikace například ve stavebnictví. Mezi nejvýznamnější zákazníky společnosti patří velké nadnárodní korporace ze stavebního i dalších průmyslových odvětví. Své zboží dodává klášterecký závod do řady zemí po celém světě.

Rozhodnutí investovat do nové technologie balení zboží na paletách a současně balení inovovat vycházelo z provozních

potřeb závodu a problémů se stávajícím způsobem balení do teplem smrštitelné fólie z LDPE. „Původní balicí stroj se postupem času stal úzkým místem výrobního procesu. Kombinace častých poruch, nedostupnosti náhradních dílů a obtížně dosažitelného servisu způsobovaly prodlevy, které leckdy vedly až ke zpoždění dodávek zboží," vysvětluje Vladimír Syblík, procesní inženýr společnosti Pittsburgh Corning CR.

Výrobce tak potřeboval nahradit provozně nevyhovující balicí linku za technologicky vyspělejší zařízení a zároveň ji chtěl doplnit o automatickou kontrolu hmotnosti palet a přenos této informace do systému SAP.

Po téměř ročním jednání se společností EKOBAL, při kterých se postupně zpřesňovalo zadání a měnila podoba budoucí linky, proběhla v dubnu 2018 instalace.

Samostatně stojící balicí linku tvoří soubor řetězových a válečkových dopravníků, balicí stroj s technologií balení stretch hood v provedení Power Flex T1 od dánského výrobce, dopravník s tenzometrickou váhou, elektronické zabezpečení, oplocení a řídicí sytém Simatic. „Provoz nepotřeboval využít vysoké rychlosti balení, a proto zde byl instalován balicí stroj s nižší kapacitou," doplňuje Vladimír Syblík.

VODĚODOLNOST BALENÍ NAVÍC UMOŽŇUJE ZABALENÉ ZBOŽÍ SKLADOVAT VENKU.

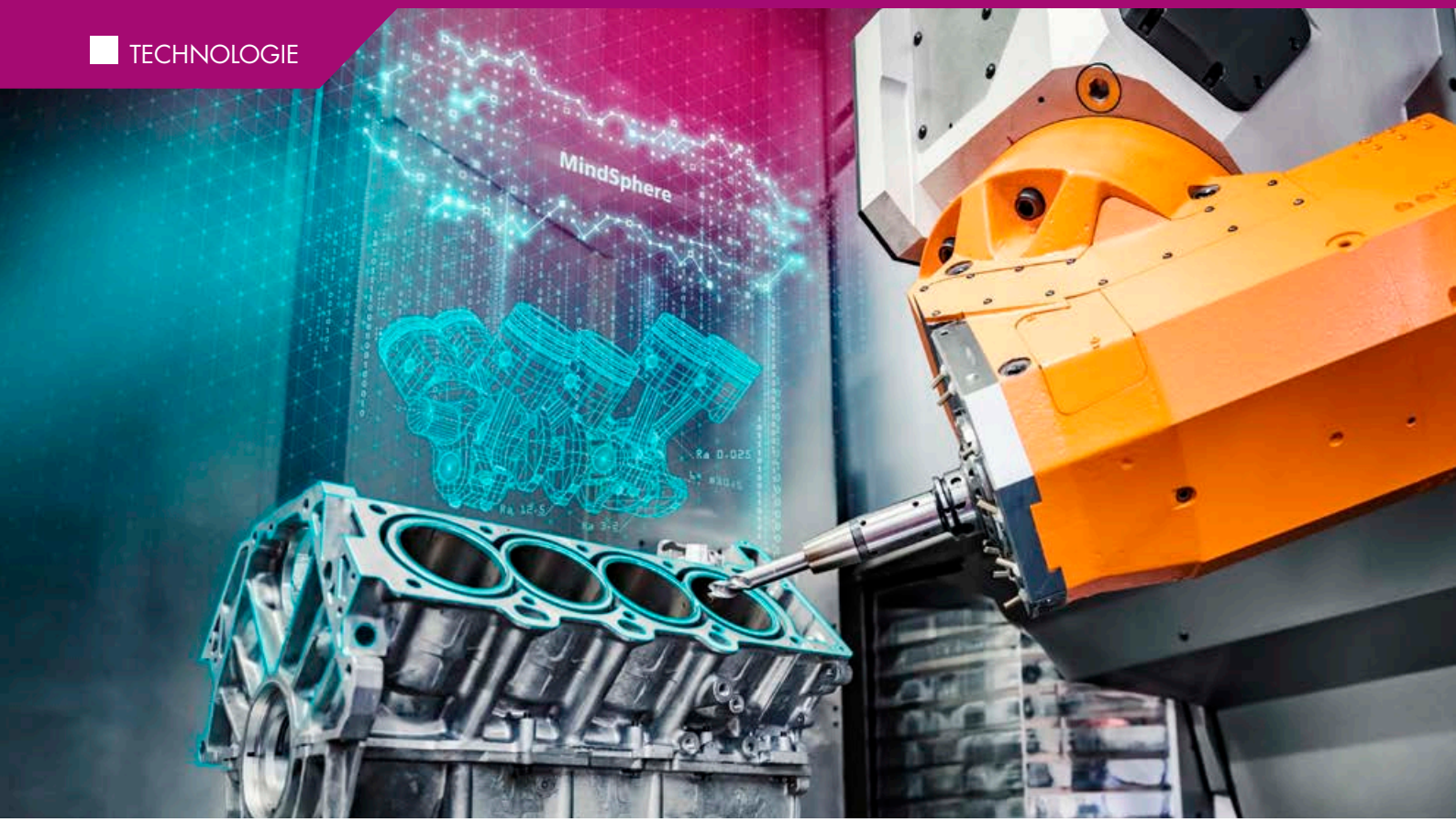
Linka má dvě nakládací místa, na která operátoři navážejí palety s produkty na ručně vedených elektrických paletových vozících. Po navezení palety na linku sejme operátor pomocí ruční čtečky čárový kód dané palety. Řídicí systém linky předá EAN do systému SAP a po potvrzení informuje obsluhu o akceptaci EAN kódu, následně odešle paletu do balicí linky. „Řídicí systém převezme informaci o paletě. Ta je po zabalení do samosmrštitelné stretch hood fólie na další pozici zvážena na dopravníku s tenzometrickou váhou. Informace o hmotnosti palety je zapsána k EAN kódu a odeslána do systému SAP, kde se následně s údajem o hmotnosti pracuje zejména při řešení dopravy zboží k jednotlivým zákazníkům," zmiňuje Iva Havlíčková ze společnosti EKOBAL.

Výška zboží na paletě se pohybuje od 600 do 2600 mm. Zboží, jehož specifikem je nízká hmotnost s ostrými hranami, je ukládáno na atypické palety s rozměry 1000 × 1200 × 50 mm, přičemž zboží může přesahovat paletu se svou maximální velikostí 1000 × 1260 mm. Kapacita linky dosahuje 40 palet za hodinu, maximální hmotnost činí 250 kg.

Zajímavé na projektu je použití již zmíněné samosmrštitelné stretch hood fólie, která nahradila LDPE teplem smrštitelnou fólii. „Jde o nejmladší technologii balení, při níž je elastická fóliová hadice pomocí automatického stroje přetahována na balené zboží. To je tak z horní i z bočních stran kompletně uzavřeno a fixováno," vysvětluje Iva Havlíčková. Fólie je vyráběna na míru podle rozměrů palety a svým postranním záhybem se přizpůsobí odpovídajícím rozměrům uložených výrobků. „Přetažena je přes výrobek pomocí automatického systému, ruční aplikace u této technologie nepřipadá v úvahu. Balicí stroj si v jednom cyklu změří výšku balené palety, odvine odpovídající délku hadice, odřízne ji a svaří, díky tomu vznikne vodotěsný pytel, který je přetažen na balenou paletu," popisuje Iva Havlíčková, na kterou navazuje Vladimír Syblík: „Zboží je díky elasticitě fólie dobře fixováno a zároveň velmi dobře chráněno před povětrnostními vlivy. Většina balicích strojů pro aplikaci stretch hood fólie má možnost regulovat míru roztažení elastické hadice i rychlost jejího natažení na paletu, což umožňuje získat velmi šetrné a přitom pevné balení." Dalším benefitem pro výrobce izolačních systémů je možnost balit i velmi nízké (600 mm) nesourodé palety a palety s nerovným povrchem.

Voděodolnost balení navíc umožňuje zabalené zboží skladovat venku, kde je vystaveno již zmíněným nepříznivým povětrnostním vlivům. „Zboží výborně chrání fólie v tloušťce 100 my. Kromě toho jsme zaznamenali nižší energetickou náročnost provozu stroje oproti původní technologii využívající tepelného smršťování LDPE fólie. Navíc došlo i k odstranění zdroje emisí z plynových hořáků," uzavírá Vladimír Syblík.

JAK SE BALÍ TECHNOLOGIÍ STRETCH HOOD? ZHLÉDNĚTE VIDEO



Digitální dvojčata v obalovém průmyslu

SLYŠELI JSTE UŽ O DIGITÁLNÍCH DVOJČATECH? NE, NEJDE O DIGITÁLNÍ TISKOVÝ STROJ V HYBRIDNÍM WORKFLOW, NA KTERÝ SE POŠLE OBALOVÁ ZAKÁZKA PŘI POŽADAVKU NA NIŽŠÍ NÁKLAD. PŘESTO BY OBALÁŘE TENTO POJEM ZAJÍMAT MĚL, ZEJMÉNA POKUD JDE NAPŘÍKLAD O NÁVRHY **NOVÝCH BALICÍCH ČI PLNICÍCH LINEK**.

Miroslav Dočkal

Pokrok digitálních technologií umožňuje stále více virtualizovat problémy, které bylo dříve možné řešit až při uvádění fyzického prototypu zařízení do provozu. Podobně jako při návrzích obalů samotných lze dnes postupovat i při navrhování linek na jejich výrobu. Ano, zvýší to náklady v první fázi vývoje. Podle údajů z leteckého, kosmického či automobilového průmyslu se však ukázalo, že zvýšení počátečních nákladů o 5–10 % sníží případné překročení nákladů na celý projekt o 50–100 %.

Digitální dvojče je takovým virtuálním modelem. Umožňuje získat informace o součinnosti částí budoucí linky – to je zvlášť důležité tehdy, pokud linka obsahuje zcela nová, dosud nevyzkoušená technická řešení. Výsledky různých možných budou-

cích situací lze získat během několika minut a snadno tak optimalizovat parametry, jako je například dynamické zatížení.

Digitální dvojče reprezentuje fyzický stroj, linku či jiný systém. Je proto navrženo tak, aby dokázalo získávat vstupní data ze senzorů svého dvojčete z reálného světa. To technologii umožňuje simulovat objekt v reálném čase, ale i prototyp či jeho pouhý digitální návrh. Výsledkem je mimo jiné kratší instalace a rychlejší uvedení linky do provozu, ale i zlepšení jejích provozních parametrů.

Digitálně lze otestovat i údržbu a opravy. Současné řídící tzv. Smart Industry systémy již pracují s moduly prediktivní, operativní, plánované, korekční i preventivní údržby. Digitální dvojče může být pasivní či aktivní – v druhém případě již mluvíme o řídícím inteligentním informačním agentovi.

Přišla s nimi NASA v projektu Apollo

Myšlenka digitálního dvojčete se poprvé objevila v 70. letech minulého století v americké kosmické agentuře NASA v projektu Apolla 13. Během jeho mise explodovala kyslíková nádrž, která poškodila servisní modul a ohrozila misi i životy posádky. Protože ale na Zemi byla k dispozici fyzická replika celého zařízení, namodelovali na ní inženýři a technici optimální postup opravy a tím pak instruovali posádku. Od fyzického modelu pak byl už jen „krůček" k modelu virtuálnímu – ostatně právě v oblasti kosmonautiky to často ani nešlo jinak či bylo testování například na oběžné dráze extrémně nákladné. Mnohem později, v roce 2002, pak Dr. Michael Grieves definoval pojem „digitálního dvojčete" v souvislosti s řízením životního cyklu výrobku.

Gartner: digitální dvojčata v TOP 4

Již v roce 2017 označila známá světová analytická společnost Gartner digitální dvojčata za jeden z deseti technologických trendů roku, což se opakovalo i o rok později. Očekávání byla ještě překonána, a společnost proto zařadila digitální dvojčata na čtvrtou příčku technologických trendů pro rok 2019 – spolu s IoT, tzv. big daty a strojovou inteligencí. Z jejího posledního průzkumu IoT implementation survey vyplývá, že digitální dvojčata dnes používá 13 % respondentů z oblasti IoT (tzv. Internetu věcí) a do roka je chce nasadit dalších 62 % respondentů. Podle Benoita Lhereuxe, viceprezidenta výzkumu společnosti Gartner, slouží digitální dvojčata široké škále obchodních cílů. Jejich designéři by proto měli myslet na to, že bude zřejmě třeba obsloužit více spotřebitelů dat, a dát jim odpovídající možnosti přístupu k těmto datům. Do roku 2020 má počet společností využívajících digitální dvojčata vzrůst o 30 % a jejich zisky o 25 % ve srovnání s rokem 2000.

Příklad od společnosti Siemens

Technologie pro vytváření digitálních dvojčat dnes vyvíjejí velké společnosti, jako jsou General Electric, IBM, Microsoft či Siemens. U společnosti Siemens se trochu zastavme. Její otevřená platforma MindSphere umožňuje návrh celé digitální továrny obsahující centrální datovou výrobní platformu, inteligentní sítě pro výměnu dat v rámci výrobních modulů a pro sběr provozních dat, a také ochranu digitálních továren před bezpečnostními hrozbami, zejména v propojených systémech.

Data ze skutečného stroje jsou nahrána do modelu již ve fázi návrhu. Je tak vytvořeno digitální dvojče, které umožňuje simulaci přepnutí provozu a toku výroby po celý životní cyklus stroje. Pomocí cloudu lze provádět hodnocení ukazatelů KPI, jako jsou např. počty vyrobených položek, analýza prostojů, poruchovost a energetické údaje.

Příkladem využití technologií Siemens je vývoj frézovacího stroje v systému CAM v prostředí Teamcenter, umožňující reálnou simulaci řízení skutečného obrobku pomocí řídicího systému Sinumerik. Výsledná odchylka od skutečného stroje oproti digitálnímu dvojčeti byla menší než jedno procento, doba záběhu stroje se zkrátila o více než 70 % a produktivita z provozu se zvýšila o více než 10 %. Siemens umožňuje propojit systémy pro řízení životního cyklu produktu (LCA) a výrobní systémy (MES), což zajistí úspory nákladů při nákupu i provozu.

DIGITÁLNÍ DVOJČATA ZAUJÍMAJÍ ČTVRTOU PŘÍČKU V TECHNOLOGICKÝCH TRENDECH PRO ROK 2019.

Včetně vývoje obalu

Využití digitálních dvojčat v obalovém průmyslu se ale netýká jen linek či třídění a vychystávání zásilek, kde je nasazení tzv. Smart Industry systémů asi nejrozvinutější. Podle Macieje Tyburczyho ze skupiny AsstrA-Associated Traffic je digitální dvojče použitelné ve všech fázích jakéhokoli procesu, včetně logistického, který začíná vývojem obalu: „Začněme s vývojem návrhu obalu pro produkt, který minimalizuje spotřebu materiálu a snižuje velikost obalu." Maciej Tyburczy uvádí jako příklad balení nábytku IKEA. Připomeňme ostatně, že v CAD konstrukci obalů se již po tři desetiletí používají 2D a 3D modely, které jsou jakýmsi zárodkem digitálního dvojčete.■

Dárkové předměty: EFEKTIVNÍ FORMA PODPORY PRODEJE

POD **REKLAMNÍMI PŘEDMĚTY** SI MŮŽEME PŘEDSTAVIT LECCOS, OD KLÍČENEK PO REKLAMNÍ TEXTIL, JAKO JSOU TRIČKA NEBO ČEPICE. MNOHO Z TĚCHTO PŘEDMĚTŮ BÝVÁ TAKÉ OPATŘENO OBALY PERSONALIZOVANÝMI ČASTĚJI, NEŽ JE ZVYKEM U ZBYTKU TRHU. O JAKÉ PŘEDMĚTY JDE, JAKÝMI TECHNOLOGIEMI JSOU ZUŠLECHŤOVÁNY A KÝM A JAKOU ROLI V TÉTO OBLASTI HRAJE SDRUŽENÍ **POPAI CE**?

Miroslav Dočkal

Škála reklamních předmětů je prakticky nepřeberná. Do textilu pro reklamní potisk patří zejména trička, čepice, dresy, mikiny, košile, bundy, kalhoty, ručníky, ale volně sem lze zařadit i deštníky, vlaječky nebo ubrusy. Reklamní nákupní tašky jsou obvykle buď plastové, textilní, nebo papírové. Jejich luxusnější variantou jsou pak tašky cestovní či sportovní nebo batohy, které mohou být i z pravé kůže. Tužky a propisky kovové a plastové, ale i keramické či dřevěné. Mezi dnes časté reklamní předměty patří rovněž flashdisky nebo powerbanky, ale i například golfové či pingpongové míčky.

Reklamní předměty v České republice a Spojených státech

Organizace POPAI CE, která má i svou sekci Reklamní předměty, provádí ve spolupráci s agenturou OMD Czech výzkum našeho trhu dárkových (promočních) a reklamních předmětů. Jeho roční objem je podle posledních dostupných údajů kolem šesti miliard korun. Zhruba o miliardu z toho se dělí čtyři největší společnosti. Zhruba 70 % předmětů je od mimoevropských dodavatelů, tedy především z Číny, pětinu tvoří dodavatelé čeští, desetinu evropští. Pokud bychom se ale podívali na skutečnou zemi původu předmětu, je přes 90 % předmětů mimoevropské provenience. Potištěno a zpracováno dalšími zušlechťovacími technologiemi je přes 70 % reklamních předmětů, přičemž dominují tamponový tisk, sítotisk a gravírování.

POPAI CE ve spolupráci se společností iMi Partner zveřejnila nedávno výsledek americké studie. Podle ní jsou dárkové předměty jednou z nejefektivnějších forem podpory prodeje. Jen pětina respondentů studie uvedla, že odloží nebo vyhodí reklamní předmět. Devět desetin dotázaných si přes půl roku pamatuje, že dostalo nějaký reklamní předmět. Polovina nosí předmět u sebe nebo na sobě a rovněž polovina jej používá většinu času. Přes čtyři pětiny dotázaných vlastní reklamní předměty, které používají déle než jeden rok. Celkem 81 % držitelů reklamního předmětu si o značce vyhledá další informace. U osmi až devíti lidí z deseti zlepší reklamní předmět vztah ke značce nebo u nich vyvolá větší důvěru. Téměř polovina lidí by si reklamní dárky přála dostávat častěji.

K potisku reklamních a promo předmětů se používá mnoho technologií – lze říci, že jejich plná šíře, od jinde exotického tamponového tisku (přenosového hlubotisku vhodného pro potisk menších trojrozměrných předmětů) přes sítotisk (dominující u textilu), ofsetový tisk (papírové materiály a obaly) až po tisk digitální (většinou malonákladové ploché předměty, obaly reklamních předmětů, ale i reklamní textil).

Používané tiskové i netiskové technologie

Sítotisk ve středních a vyšších nákladech má oproti digitálnímu tisku stále navrch, a to ani ne tak svou vyšší produktivitou, které se digitální tisk postupně přibližuje, jako výtvarnými možnostmi, výběrem barevné škály a vrstev, plastizolovými, napěňujícími či metalickými barvami, glitry apod. Reklamní trička se přitom obvykle potiskují na automatech a tzv. sítotiskových karuselech, vzdáleně připomínajících dětský kolotoč. Hrnky či plastové lahve lze potiskovat rotačním sítotiskem.

Tamponový tisk lze využít pro potisk plastu, kůže, dřeva, kovu, skla i keramiky. Využíván je především k potisku již zhotovených trojrozměrných předmětů. Tzv. klišé (štoček, tedy tisková forma) vydrží i desetitisíce otisků.

Obaly na míru reklamním předmětům vyrábí například společnost Achilles CZ (ukázka dole i na protější straně).

Sublimační tisk je používán zejména na tkaniny s nejméně dvoutřetinovým podílem polyesteru. Své uplatnění rovněž nachází při potisku (včetně fotografického) hrnků se sublimační vrstvou. Na rozdíl od transferového tisku, také používajícího přenosový papír, zde barvy sublimují přímo do vláken. (Termo) transferový přenos je používán v sítotisku i digitálním tisku, pomocí přenosového papíru a na něj vytištěného motivu, fixovaného následně na reklamní předmět v lisu pomocí tepla a tlaku.

Tradičním představitelem „netisku" je ražba a slepotisk. Razit lze nejen do papírových materiálů, ale i do plastu či kůže, což je často využíváno u diářů, peněženek nebo klíčenek. Ve výrobě luxusnějších reklamních předmětů je rovněž oblíbené laserové gravírování, zejména kovu, dřeva, plastu či kůže, ale i papíru. Používá se i pro značení nerezových reklamních hrnků či termosek. Velmi kontrastní dojem vzniká u pochromovaných

a poniklovaných kovových předmětů. Technologie je dobře použitelná i k digitální personalizaci předmětů. Technologií, která z obyčejných tiskovin či samolepek udělá zalitím do pryskyřice trojrozměrný reklamní předmět, je tzv. logoprint.

K technologiím potisku lze volně přiřadit i vyšívací technologie, kde automatické stroje dokážou rychle vyšít i složité obrazové motivy (například fotografie s polotóny). Pro naše čtenáře může být překvapivé, že cena výšivky jen minimálně závisí na počtu použitých barev a že vícebarevná výšivka může být v některých případech menšího počtu kusů v nákladu i levnější než potisk. Není ovšem vhodná pro opravdu detailní obrazy a obvykle je potřeba se smířit také s tím, že okraj výšivky bude nerovný („zubatý"). Variantou je rovněž použití formou nášivky na reklamní předmět.

U výrobků zejména ze skla, ale i z kovu se můžeme setkat také s pískováním. Sklo a keramika se po přenosu obrazového motivu často vypalují, což platí pro více technologií. Zmiňme zde například tisk vypalovací samolepkou přes přenosový papír na hrnek, což lze i na vnitřní stranu – výhodou je vysoká trvanlivost tisku a samozřejmě zdravotní nezávadnost.

Příklady výrobců a zušlechťovatelů reklamních předmětů

Jedním z největších je společnost Reda, nabízející kolem osmi tisíc druhů reklamních předmětů, potiskovaných deseti technologiemi. Zřejmě nejznámější je diáři a kalendáři či psacími potřebami (včetně dřevěných a keramických per), ale nabízí prakticky kompletní sortiment, včetně vlastních luxusních značek Santini (mj. reklamní deštníky), Fresh Design (psací potřeby), R-line (kalendáře a diáře) nebo Beaver (outdoorové vybavení). Podle společnosti Reda si 84 % lidí pamatuje, od koho takto potištěný předmět dostali, 60 % lidí má na pracovním stole reklamní hrnek, a 83 % z nich si dokonce vzpomene na značku, kterou na něm má. Textil je mezi materiály těchto předmětů na druhém místě.

Achilles CZ je pobočkou stejnojmenné německé společnosti. Její doménou jsou papírové obaly (zejména krabičky), včetně obalů reklamních předmětů, ze zušlechťovacích technologií pak laminace (disponují devíti stroji), UV lakování flexotiskem i sítotiskem, sítotisk a horká ražba stříbrnou, zlatou či holografickou fólií. Poměrně nedávno firma obohatila svou nabídku o oboustrannou kapsovou laminaci PES fóliemi v tloušťkách 0,052 až 0,5 mm určenými pro tiskoviny v plošných hmotnostech 115 až 350 g/m^2.

Východočeská společnost Finish byla dlouhá léta známá především reklamním sítotiskem v potisku textilu. Jako jedna z prvních na českém trhu ale začala využívat přímý potisk reklamního textilu. Potisk nepřímý, termosublimační (pomocí přenosového média) je sice stále mnohem rozšířenější, z hlediska jeho variability, škály médií i užitkových vlastností za přímým potiskem ale zaostává. Vlajkovou lodí přímého digitálního potisku reklamního textilu jsou dnes stroje izraelské společnosti Kornit Digital, a právě ty na českém trhu jako první nasadila společnost Finish.

Za zmínku jistě stojí i společnost Inetprint.cz, která je u nás zřejmě největším online výrobcem reklamních předmětů. Průměrná doba výroby jedné zakázky zde činí 6,6 dne. Na svých webových stránkách pečlivě uvádí i výhody a nevýhody jednotlivých technologií a DTP manuál k vytvoření pro ně optimálních dat.

Mezi významné hráče patří i společnosti Printek a Presco. ■

GS1 Czech Republic

The Global Language of Business

Systém GS1

Kontrola kvality a čitelnosti čárových kódů a 2D symbolů

Certifikovaná zařízení REA
Protokoly o verifikaci
Poradenství

www.gs1cz.org

Chapadlo je speciálně konstruováno pro manipulaci s rozměrově nestabilními pytli a produkty ve smrštitelné fólii.

Dobře zabalené zboží je už napůl prodané

V OBALOVÉM PRŮMYSLU JE ÚROVEŇ **AUTOMATIZACE** OBVYKLE VELMI VYSOKÁ. SE ZAVÁDĚNÍM PRŮMYSLU 4.0 JEŠTĚ DÁLE VZRŮSTAJÍ POŽADAVKY NA VŠECHNY SOUČÁSTI BALICÍ LINKY. MĚLY BY VYDRŽET VYSOKÁ ZRYCHLENÍ A KONCOVÉ RYCHLOSTI PŘI VELKÉM DYNAMICKÉM NAMÁHÁNÍ. PRO DOSAŽENÍ OPTIMÁLNÍCH ČASŮ VÝROBY JE NAVÍC NEZBYTNÁ PŘESNÁ KOORDINACE JEDNOTLIVÝCH KROKŮ ZPRACOVÁNÍ. Z HLEDISKA MANIPULACE S VÝROBKY JSOU DOPORUČOVÁNY NAPŘÍKLAD **PŘÍSAVKY**.

Ze zahraničních zdrojů

Průmysl 4.0 je spojen s flexibilní výrobou, která si žádá úzkou spolupráci mezi člověkem a robotem. Kromě toho se stále zmenšují velikosti dávek – až na jednotlivé kusy. Flexibilní výroba se proto neobejde bez značně automatizovaných, ale zároveň adaptabilních balicích linek a strojů. Z ekonomických důvodů jsou vyžadovány krátké intervaly pro nastavení a méně častá výměna nástrojů. Manipulační procesy by měly fungovat plynule a bez přerušení, jež vedou k nákladným prostojům celé balicí linky.

Všechny komponenty pro manipulaci se zbožím proto musí být naprosto spolehlivé a co nejtrvanlivější. Nejchoulostivější výrobky, například v potravinářském průmyslu, musí být navíc přemísťovány šetrně, aby nedošlo k jejich poškození. Vysoká

výkonnost také vyžaduje krátké doby cyklu. Z uvedených důvodů jsou jako prostředek pro šetrnou manipulaci s výrobky preferovány přísavky.

Vysoká spolehlivost procesů a šetrné přemísťování citlivých výrobků

Vedle konstrukce určuje vlastnosti přísavek především jejich materiál. Dlouhé životnosti lze docílit použitím materiálů odolných proti opotřebení. Pro dosažení krátkých časů cyklu musí přísavky rychle, ale šetrně přilnout a rychle se uvolnit. Požadavky obalového průmyslu plně uspokojuje například výjimečně odolný kompozitní materiál Varioflex.

Vynikající reakční schopnosti u přísavek Varioflex garantují rychlé zdvihání v balicích systémech s krátkými cykly. Přísavky dosahují vysoké přesnosti polohování, jež je vyžadována při velmi dynamických operacích, a to díky své specifické vlastnosti spočívající v tvrdosti 60 shore a stabilitě i při vysokých zrychleních a konečných rychlostech.

Vysokou spolehlivost zpracování zajišťuje další vlastnost Varioflexu. Měkký těsnicí okraj s tvrdostí 30 shore, který téměř nezanechává otisky, se pružně přizpůsobí přenášenému materiálu a garantuje maximální těsnost dokonce i na nerovném povrchu výrobku. Přísavky ze zmíněného materiálu proto mají velmi vysoké uchopovací síly a dlouhou životnost.

Přísavka z kompozitního materiálu Varioflex

Trumfem je všestrannost

Obalový a potravinářský průmysl jsou stále více konfrontovány s individualizovanými velikostmi a druhy obalů. Odlišné rozměry v rámci série nebo dávky vyžadují časté přestavby stroje na jiný formát. K tomu je potřeba počítat s velkou různorodostí balení. Inovativní manipulační prostředky si musí poradit s výrobky se zakřiveným, nepravidelným i poddajným povrchem.

Teleskopické přísavky pro nepravidelné povrchy (krátce zvané měchové nebo vlnovcové) vyrobené z vinylu odolného vůči opotřebení mohou díky svému elastickému, měkkému materiálu uchopit pružné nebo zakřivené předměty a zachovat dobrou těsnost. Vinyl je materiál s dlouhou životností, dokonce i v kombinaci s abrazivními povrchy výrobků, jako jsou lepenkové krabice. Přináší výhodu dlouhých intervalů údržby a spolehlivého provozu.

V potravinářském průmyslu je třeba splnit mnoho nařízení. Vyžaduje se schválení pro styk s potravinami stejně jako bezpečnost výrobků a potravin obzvlášť. Řešením jsou speciální přísavky vyrobené z materiálů ve shodě s předpisy FDA.

Odolné pravoúhlé přísavky ze silikonu schváleného FDA se používají pro šetrnou manipulaci například se zbožím zabaleným do fólie, jež se přemísťuje obzvlášť obtížně. Jsou-li namontovány vedle sebe na nosném rámu, lze je použít ke stavbě velkých podtlakových hlavic, jež mohou spolehlivě manipulovat také s celými vrstvami výrobků.

Co zvažovat při výběru přísavky

Z hlediska tvaru je k dispozici rozsáhlá paleta přísavek, jež lze rozdělit do tří kategorií: ploché, měchové (vlnovcové) a oválné. První jmenované díky svému tvaru vynikají výjimečnou stabilitou sacího účinku a také umožňují velmi přesné polohování při ukládání předmětů. Jejich boční stabilitu někdy zvyšují přidaná žebra. Obzvlášť při manipulaci s tenkými plechy zabrání žebra tomu, aby byly pružné výrobky více vtaženy dovnitř přísavky, čímž zamezí jejímu sklouznutí při velkých zrychleních.

Měchové (vlnovcové) přísavky usnadňují manipulaci s choulostivými materiály a výrobky s nerovným povrchem. Snadno vyrovnají každou výškovou a úhlovou odchylku. Už v okamžiku aktivace podtlaku je výrobek zdvižen do výšky zdvihu přísavky. Všichni dodavatelé vyrábějí měchové přísavky s různým počtem skladů. Důvod je prostý – čím více skladů, tím větší rozsah zdvihu. Nicméně s rostoucím počtem skladů klesá stabilita, proto odborníci doporučují omezit použití měchových přísavek pouze na pohyby svislým směrem. Pokud nedokáží vyrovnat všechny odchylky zdvihu nebo výšky, lze pro tyto účely použít také pružinové nástavce. Na trhu je k dispozici celá škála konstrukcí a závitových spojek. Například společnost FIPA může díky vlastnímu konstrukčnímu týmu nabídnout i kustomizované závitové spojky.

Při manipulaci s dlouhými nebo válcovými předměty, jako jsou hranoly, profily, trubky či šrouby, jsou upřednostňovány přísavky oválné. Ty mohou být použity také k uchopení zaoblených předmětů a výrobků s příčkami. V porovnání s kruhovými alternativami vytvářejí při stejné šířce mnohem vyšší uchopovací sílu.

Při výběru vhodné varianty je potřeba zvažovat i další kritéria. Přísavka by měla být optimálně přizpůsobena uchopovanému předmětu z hlediska konstrukce, materiálu i upevnění. Klíčový vliv na její vlastnosti má materiál použitý na těsnicí část (okraj) a na zbývající těleso. Pro abrazivní výrobky musí být okraj měkký a též odolný proti oděru. Pro mnohé aplikace jsou výhodnější varianty se dvěma tvrdostmi: složené z měkkého těsnicího okraje k zajištění optimálního kontaktu s výrobkem a z tuhé části pro bezpečné absorbování sil. Příkladem takového materiálu na přísavky s dvojí tvrdostí je již zmíněný Varioflex.

Hadicový manipulátor FIPALIFT ulehčuje ruční zvedání těžkých nákladů.

Alternativy k přísavkám

Na trhu existují i další prostředky pro manipulaci s nákladem v obalovém průmyslu. Běžné jsou podtlakové manipulátory nebo desky. Manipulátory na pytle i podtlakové hlavice pohybují jak s jednotlivými výrobky, tak s celými vrstvami bez potřeby výměny ejektoru, a to nezávisle na pozici předmětů. Manipulátory na pytle umožňují spolehlivě zacházet s beztvarými obaly a produkty balenými do teplem smrštitelné fólie. Mohou zvedat i obaly jiných typů, pokud je jimi plocha přísavky úplně zakrytá.

Podtlakové hlavice se osvědčují například u těžkých lepenkových krabic při přebalování zboží (tzv. repacking). Podtlakové desky umožňují uchopení výrobků s variabilními rozměry. Skládají se z několika skupin měchových přísavek s 2,5 skladu. Otvory, které nejsou zakryty přenášeným předmětem, se automaticky uzavírají, aby se zachovala těsnost.

Přísavky fungující na Bernoulliho principu a vyrobené z polyaryletherketonu (PEEK), odpovídajícího předpisům FDA, manipulují s citlivými výrobky bezkontaktně a jsou určeny pro aplikace, kde dochází k přímému styku s potravinami. Díky kombinaci vysoké chemické odolnosti a hygienické konstrukce lze Bernoulliho přísavky snadno integrovat do procesů průmyslového čištění. Jejich princip umožňuje manipulovat s choulostivými výrobky téměř bez dotyku, tudíž bez poškození.

Chapadla z laserově obráběného polyamidu (PA) v potravinářské kvalitě dovolují díky své nízké hmotnosti značně dynamické pohyby. Jejich dokonalé přizpůsobení obrysům výrobku dovoluje velká zrychlení a zabezpečuje šetrnou manipulaci s citlivým zbožím.

Manipulaci se zabaleným zbožím usnadňují také ruční zvedací zařízení, jako jsou hadicové manipulátory FIPALIFT, protože zboží lze přemísťovat a zvedat bez namáhání zad. (Viz hlavní foto a obrázek nahoře)

O PODTLAKOVÝCH SYSTÉMECH
V ONLINE VERZI MAGAZÍNU

Ekonomické zdroje vakua

Pro správnou funkci přísavek musí být vytvořen spolehlivý podtlak. Obvykle má řešení podobu podtlakových čerpadel, dmychadel s bočním kanálem nebo ejektorů.

OBALOVÝ PRŮMYSL
PREFERUJE EJEKTORY

EJEKTORY S FUNKCÍ ÚSPORY
VZDUCHU UŠETŘÍ AŽ 97 % ENERGIE

VÍCE NA:

STROJE
OBALY

Svět balení

TECHNOLOGY

Zveme Vás
na Mezinárodní strojírenský veletrh v Brně

EXPOZICE ČÍSLO 44, PAVILON G1

7. – 11. 10. 2019

NABÍZÍME TECHNOLOGIE v souladu s udržitelností životního prostředí

PRO BALENÍ DO PAPÍROVÝCH KARTONŮ

- **FORMÁTOVACÍ STROJE**
  pro automatické skládání kartonů se čtyřmi chlopněmi

- **LEPICÍ STROJE**
  pro uzavírání kartonů na spodní a vrchní straně adhesivní lepicí páskou

- **STROJE WRAP AROUND**
  pro automatické skládání kartonů kolem skupiny výrobků (skupinové balení)

Formátovací stroj F 2000 + lepicí stroj GEM B52

Stroj WPS pro skupinové balení wrap around

PRO ÚSPORU OBALOVÉHO MATERIÁLU

- **OVINOVACÍ STROJE**
  pro strojní balení palet s motorizovaným předepínáním pro výraznou úsporu stretch fólie

- **STROJE PRO BALENÍ DO TEPLEM SMRŠTITELNÝCH FÓLIÍ**
  ultra tenkých, polyolefinových

Modular 50S + Tunel 50

Ovinovací stroj MYTHO M

Nabízíme RECYKLOVATELNÉ OBALOVÉ MATERIÁLY

www.technology.cz

TECHNOLOGY s. r. o.
Liberecká 102, Jablonec nad Nisou
tel.: +420 483 360 101
e-mail: stroje@technology.cz

Balení olivového oleje od společnosti Smurfit Kappa

Balení pod taktovkou udržitelnosti

NEVYHNUTELNOST. TOTO JEDINÉ SLOVO DOKONALE VYSTIHUJE **UDRŽITELNÉ OBALY**, TEDY TAKOVÉ, KTERÉ JSOU EKOLOGICKÉ A ŠETRNÉ K ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ. DNES UŽ ZKRÁTKA OBALÁŘI ANI VÝROBCI NEMAJÍ NA VÝBĚR. UDRŽITELNOST SVĚTU VLÁDNE. A ZEJMÉNA TOMU OBALOVÉMU. NEŠETŘÍ ANI MARKETING.

Iveta Křížová

Věhlasné značky se nyní předhánějí, která bude mít obaly víc ekologické, perfektně recyklovatelné a obnovitelné. Většina z nich slibuje obalové zázraky do roku 2025. Objevují se i nové, inovativní materiály. Přinášíme vám ochutnávku některých řešení, která nás v poslední době zaujala.

Inovace prosakují i do vinařského průmyslu. Britská společnost Garçon Wines přišla na trh s placatými vinnými lahvemi z recyklovaného plastu. Mají ušetřit náklady na přepravu i emise skleníkových plynů. Lahev s plastovým uzávěrem se má dokonce vejít i do poštovní schránky. Je vyrobena ze stoprocentně recyklovaného materiálu. Při skladování zabere o 40 procent méně místa. Paleta, na které se dá přepravit 456 kulatých skleněných lahví, pojme až 1040 placatých. Plastová lahev je navíc o 87 procent lehčí než běžné skleněné alternativy.

Kouzla s lepenkou

Zajímavým počinem je zásobník z vlnité lepenky, který na své sypané zboží používá Biopekárna Zemanka. Zásobník je plně recyklovatelný a i z hygienického hlediska bezpečný. Díky

EKOBAL®

Vše co děláme,
je výsledkem našich lidí!

Náš tým získal prestižní ocenění Business Superbrands 2019

O udělení tohoto titulu rozhodla v rámci vícekolového výběrového řízení, vycházejícího z obchodních výsledků, odborná komise Business Brand Council složená z expertů z oblasti byznysu, komunikace, marketingu, médií a marketingového výzkumu. Posuzovány byly parametry jako povědomí o značce, budování brandu, inovace či prestiž.

Ekobal spol. s.r.o.
Vídeňská 172, 252 42 Vestec u Prahy, www.ekobal.cz
Tel.: +420 234 144 111, Fax: +420 234 144 777, E-mail: mail@ekobal.cz, objednej@ekobal.cz

detailně propracované konstrukci, která je bezešvá, se minimalizuje přístup vzduchu a nečistot. Pro Zemanku ho vyvinula společnost THIMM pack'n'display. „Pociťujeme změnu ze strany zákazníků v požadavcích na obaly ve smyslu udržitelnosti. Tlak spotřebitelů na trhu roste. Spotřebitelé na trvalou udržitelnost dbají více, zajímají se, odkud kupované výrobky pocházejí a z jakých zdrojů jsou vyrobeny, jak jsou zabaleny. Některé firmy již využívají udržitelnost jako potenciál pro odlišení se, resp. se snaží ke svým výrobkům přitáhnout nové spotřebitele a nadchnout je," okomentoval celkový přístup k udržitelnosti Petr Kaczor, sales manager, THIMM pack'n'display.

Placatá vinná lahev společnosti Garçon Wines

Jak propojit design a udržitelnost? Jde to. Například společnost Smurfit Kappa nedávno zařadila do svého portfolia nový stojací sáček na olivový olej. Novinka má objem 1,5 litru a váží 17krát méně než její skleněný předchůdce. Snížení hmotnosti spolu s prostorově úsporným formátem sáčku přináší nejen výhodu nižších nákladů pro zákazníka, ale také vede k podstatnému poklesu emisí CO_2 během přepravy. Jeho plnění dokonale funguje jak na automatických, tak na poloautomatických strojích. Konstrukce sáčku umožňuje přidat na volnou plochu vlastní etiketu, aby vznikl výrobek s poutavým designem, který zvýší povědomí o značce.

KOSMETICKÝ PRIM — VÍCE NA

Nadějná spolupráce

Víc hlav víc ví. V sousedním Německu se spojilo několik firem a společně vytvořily prototyp obalového materiálu, který je vyroben ze 100% recyklovaných plastových materiálů. Ocení ho především milovníci čerstvých potravin, neboť ty chrání před okolními vlivy, udržuje je v čistotě, a navíc prodlužuje jejich životnost.

Novinka je vyrobena z chemicky recyklovaného materiálu a spatřila světlo světa díky kooperaci firem BASF, Borealis, Südpack a Zott. BASF dodal chemicky recyklovaný polyamid, Borealis poskytl udržitelně vyrobený polyetylen, Südpack z nich vyrobil vícevrstvou fólii a Zott dodal své know-how v oboru rychloobrátkového zboží a bezpečnosti potravin. Aktuální podobou obalového prototypu je balení mozzarelly společnosti Zott se speciálním uzávěrem. „Jsme v případě obalového prototypu velmi optimističtí a doufáme v jeho brzké uvedení do sériové výroby," uvedl Andreas Strunk, vedoucí výroby, technologie a řízení dodavatelského řetězce ve společnosti Zott.

Prototyp balení mozzarelly Zott

„Na tomto pilotním projektu je zvláštní to, že obě složky obalu – polyamid a polyetylen – jsou vyrobeny z chemicky recyklovaného materiálu," zdůraznil Maurits van Tol, viceprezident pro inovace, technologie a cirkulární ekonomiku společnosti Borealis. „Toto inovativní řešení vzniklo díky výběru speciálních polymerů. Kromě toho spolupráce mezi zúčastněnými společnostmi poprvé umožnila důsledně certifikovat každý krok od suroviny až po hotový obal." Suroviny pro polyamid a polyetylen byly vyrobeny v rámci projektu ChemCycling.

Přesun všech složek výrobního řetězce směrem k udržitelnému balení by nenabral takový spád, kdyby si to zákazník nepřál. Přesně podle hesla: Náš zákazník, náš pán. ■

PĚNOVÝ POLYSTYREN (EPS) a cirkulární ekonomika

Protiplastové kampani se nevyhnul ani **PĚNOVÝ POLYSTYREN** (**EPS**), zejména ten používaný na obaly. Přitom EPS patří mezi nejsnáze recyklovatelné plasty.

Pěnový polystyren (EPS) je vyhledávaným materiálem pro výrobu obalů a jen těžko bychom za něj hledali náhradu. **Díky svým dobrým vlastnostem se EPS dokonale hodí pro plnění základního cíle obalových materiálů – chránit výrobky před poškozením kdykoliv a kdekoliv.** Od výroby přes skladování až po dodávku konečnému spotřebiteli. Vysoce ceněny jsou především jeho nízká hmotnost, odolnost proti nárazům s možností pohlcení deformační energie, minimální nasákavost, snadná obrobitelnost a tvarovatelnost, a to vše při dobrých mechanických vlastnostech a hlavně nízké ceně.

Obaly z EPS jsou pro svou všestrannost vhodné i pro automatické výrobní a balicí linky. Proto jsou do nich baleny nejrůznější výrobky od potravin přes léky a farmaceutické přípravky až po elektronické nebo strojírenské součástky nebo kompletní elektrospotřebiče, kancelářskou techniku či stroje.

Mechanické vlastnosti obalů z pěnového polystyrenu závisí především na jejich hustotě, tvaru a tloušťce. Obecně řečeno se pevnostní parametry zvyšují s hustotou, ale u obalů určených k tlumení nárazů hodně záleží také na jejich tvaru. Mechanické vlastnosti EPS nejsou ovlivněny změnami teplot. Stejně tak změny teplot neovlivňují ani rozměrovou stabilitu obalů z pěnového polystyrenu, který je s maximálními výkyvy rozměrů do 2 % mezi obalovými materiály výjimečný. Pěnový polystyren je odolný vůči vodě, roztokům solí a alkálií, ale většinou není kompatibilní s organickými rozpouštědly. Také má vynikající tepelně izolační vlastnosti, které jsou optimální ke skladování potravin a jiných výrobků citlivých na chlad nebo horko.

Pěnový polystyren je ekologicky nezávadný materiál s širokou škálou využití při recyklaci. Každý člověk, kterému po vybalení například televize nebo lednice zůstane nepotřebný obal z EPS, má možnost využít systému separovaného sběru odpadních obalů, v němž je polystyren zařazen mezi plasty. V závislosti na stupni znečištění jsou obaly z EPS po rozdrcení použity pro výrobu nových polystyrenových tvarovek a bloků, lehčeného betonu, izolačních omítek a porézních cihel, jako náhrada dřeva nebo například při výrobě zahradního nábytku. Odpadní EPS se dá také zpětně přepracovat na granule kompaktního polystyrenu a použít na výrobu nového EPS.

EPS jako obalový materiál má stále dobrou pověst. Kvůli protiplastové mediální kampani se však občas objevují informace o zákazu polystyrenových obalů. Je ale potřeba rozlišit, o jaké jde materiály. Evropská legislativa se snaží omezit některé aplikace, které zatěžují životní prostředí. Smyslem zákazu jsou jednorázové obaly, které chrání potraviny určené k přímé spotřebě. Tyto výrobky však nejsou z EPS, což je často mylně prezentováno, ale z materiálu XPS (extrudovaný polystyren). Často pak dochází k určitému zjednodušování, že obaly z pěnového polystyrenu jsou zakázané. Není tomu tak. Materiál je úsporný a efektivní v ochranné funkci jako obal a patří mezi plasty s až 20násobnou schopností recyklace. ■

Ing. Miroslav Jelen
Sdružení EPS ČR
info@epscr.cz
www.epscr.cz/cirkularni-ekonomika/

eps
SDRUŽENÍ EPS ČR

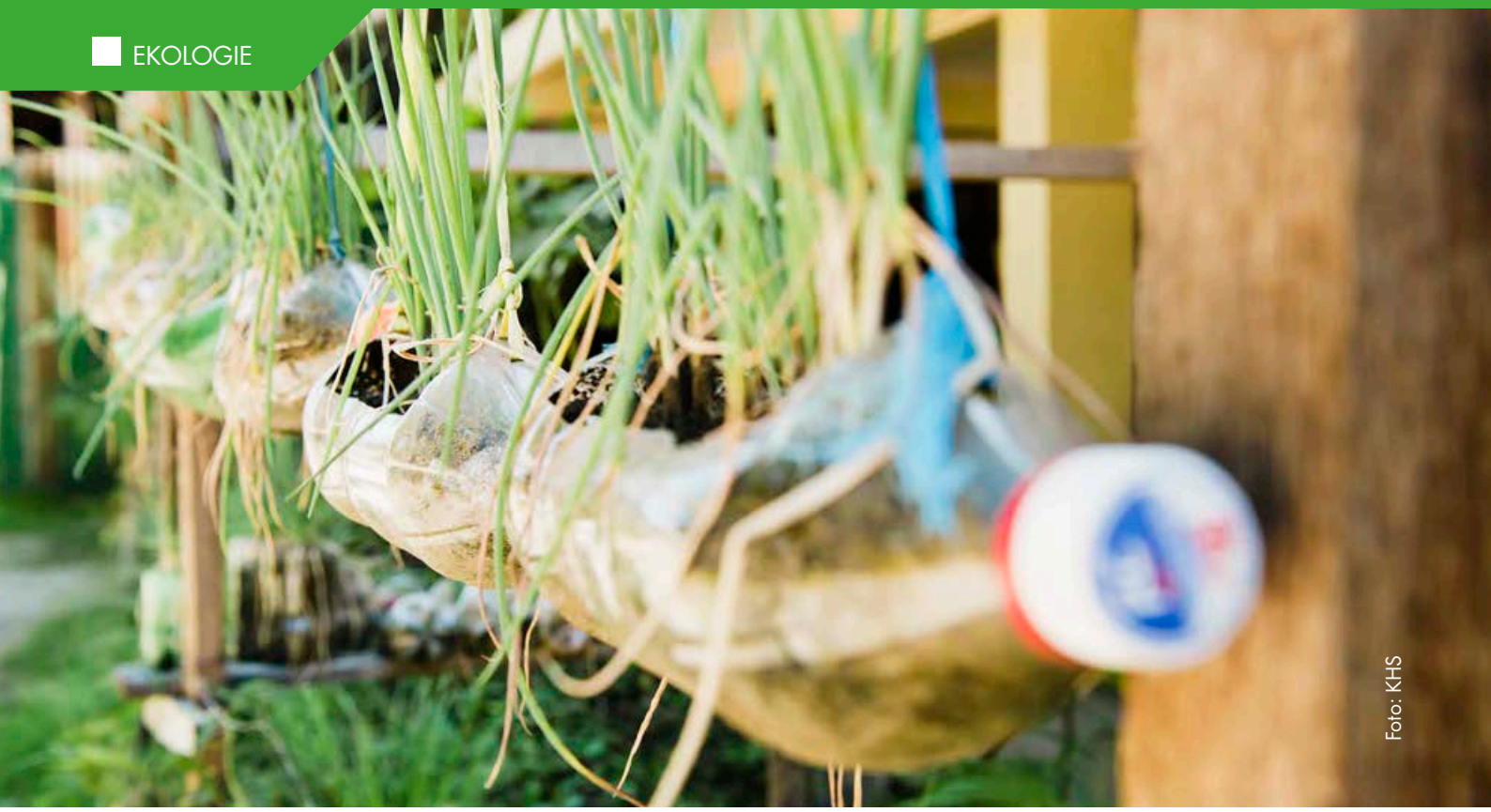


Foto: KHS

Velkými tématy jsou redukce a recyklace

V OBLASTI **UDRŽITELNOSTI** SE JIŽ NĚJAKOU DOBU SOUSTŘEDÍ POZORNOST NA PLASTOVÉ OBALY, PŘEDEVŠÍM Z PET. POD HESLY REDUKOVAT A RECYKLOVAT SE ENVIRONMENTÁLNÍ PROBLEMATICE VĚNUJE PROSTŘEDNICTVÍM INOVATIVNÍCH OBALOVÝCH ŘEŠENÍ NAPŘÍKLAD SPOLEČNOST **KHS**.

Adriana Weberová

Cesta ke stále udržitelnějším primárním a sekundárním obalům vede přes dvě klíčové zásady: recyklaci a redukci. Obalový materiál by měl být pokud možno co nejdéle udržován v oběhu jeho zpětným získáváním, zpracováním a neustálým recyklováním. V oblasti redukce jde o snahu používat méně obalového materiálu.

FreshSafe PET – plně recyklovatelné bariérové řešení

Jedním z důležitých kroků vedoucích k udržitelnému oběhovému hospodářství je zlepšení recyklovatelnosti PET lahví tak, aby mohly být recyklovány způsobem lahev z lahve.

Zejména lahve na ovocné nápoje se v mnoha případech skládají z vícevrstvých, směsných nebo zachycovacích přísad. Ty mají chránit citlivý nápojový obsah před vnějšími vlivy, jako je například okysličování. Přísady v preformách však brání možnosti druhově čisté recyklace, tedy recyklaci metodou lahev z lahve.

V patentovaném procesu tzv. plazmatického povrstvení FreshSafe-PET nabízí KHS v současnosti jediné plně recyklovatelné a uznávané bariérové řešení pro možnost zvýšení množství recyklovaných PET obalů od nápojů s rozšířenou ochranou balených produktů. To potvrzuje hned několik recyklačních

svazů, například EPBP (European PET Bottle Platform) nebo APR (Association of Plastic Recyclers).

Při zmíněném patentovaném procesu se na vnitřní stranu PET obalu nanese velmi tenká ochranná vrstva oxidu křemičitého (SiO_x), tedy chemicky čistého skla, které nahrazuje jinak nutná aditiva. SiO_x chrání citlivé produkty, jako jsou například ovocné šťávy a nektary, před přístupem kyslíku a dalších substancí. U nápojů sycených oxidem uhličitým se navíc významně snižuje ztráta CO_2. Chuť tak zůstane zachována, prodlužuje se trvanlivost a konečně se tak umožňuje plná recyklovatelnost.

Jinou možností, jak dále zlepšovat ekologickou bilanci, je zvyšování podílu recyklátu až na 100 % tzv. rPET v PET obalech. Společnost KHS nabízí řešení i pro tuto variantu. Ve spolupráci se stáčírnou Mineralbrunnen Allgäuer Alpenwasser, výrobcem preforem Plastipak a berlínským start-upem share vyvinula a úspěšně uvedla na trh PET lahev ze 100% recyklátu o objemu 0,5 a 1,0 l.

tím stabilnější musí lahev být. Toho lze dosáhnout buď vyšší hmotností, nebo optimalizací prefabrikátu. „Pokud je původní lahev tak lehká, že tak akorát splňuje kritéria stability – nižší kvalita recyklátu způsobí, že taková lahev pak již specifikace prostě nesplní," dodává Arne Wiese. Navíc není rPET aktuálně v potřebné kvalitě a dostatečném množství k dispozici. V Německu sice vstupuje do recyklace typu lahev z lahve největší podíl (32,6 procenta), zbylých více než 65 procent však jde do výroby fólií nebo textilního průmyslu. V celosvětovém měřítku navíc většinou chybí takový druhově čistý systém sběru.

Vstřikovací a vyfukovací stroje KHS jsou navíc optimalizovány tak, že mohou zpracovávat preformy se 100% podílem recyklátu a alternativně také s podílem biopolymerů. „Jejich smysl bude do budoucna významně stoupat. Za tímto účelem jsme vytvořili technické předpoklady ke zvyšování tvorby hodnot v průběhu celé zpracovatelské linky při současné úspoře zdrojů – například pomocí nové generace vstřikovacích a vyfukovacích strojů InnoPET-Blomax série V," zmiňuje Arne Wiese.

Foto: KHS

Vstřikovací a vyfukovací stroje KHS jsou optimalizovány tak, že mohou zpracovávat preformy se 100% podílem recyklátu a alternativně také s podílem biopolymerů.

„Výroba PET lahve ze 100% recyklovaného PET je skutečně možná, výzvy se ale skrývají v detailech. Je zde zapotřebí diferencovaný pohled," uvádí Arne Wiese, product manager Bottles & Shapes KHS Corpoplast v Hamburku, a dodává: „Chemicky recyklovaný PET materiál umožňuje dosahovat kvalit přesně odpovídajících primárnímu PET materiálu. Tady nejsou žádná omezení." Avšak na trhu používané rPET materiály jsou většinou materiály čištěné ve vakuu. „Tady kvalita kolísá v závislosti na použitém postupu výroby," upozorňuje Arne Wiese. Kvalita rPET má však vliv na stabilitu lahve a na hmotnost. To znamená, že čím horší je kvalita recyklátu,

Jedinečná obalová řešení Nature MultiPack

Díky Nature MultiPacku, o kterém jsme již několikrát psali, má KHS ve svém portfoliu také bezfóliové řešení pro multipacky. Jde o redukovanou formu sekundárního balení bez použití smrštitelné fólie. PET lahve nebo plechovky drží pohromadě díky lepeným bodům, ale přitom jsou od sebe lehce oddělitelné. Pro účely přepravy je zapotřebí jen samolepicí ucho. Nature MultiPack uvedla na trh skupina Carlsberg v roce 2018 pod názvem Snap Pack jako šestibalení plechovek. Již v roce 2016 využívala uvedené obalové řešení firma Danone Waters při uvedení své prestižní PET lahve na vodu Evian. Obalovému řešení jsme se více věnovali již *v sedmém vydání magazínu Packaging Herald*. ■

Foto: KHS

U společnosti RealPure Bottling v Magee v Mississippi stojí první ze dvou zařízení TriBlock s vyfukovacím strojem, etiketovacím modulem a plnicím zařízením.

Silver Springs JE PRŮKOPNÍKEM V BALENÉ VODĚ

DODAVATEL PŘÍRODNÍ BALENÉ VODY, AMERICKÁ RODINNÁ FIRMA **SILVER SPRINGS BOTTLED WATER**, JIŽ 20 LET VYUŽÍVÁ TECHNOLOGIE **KHS**. POSLEDNÍ INSTALACÍ VE FLORIDSKÉM ZÁVODĚ BYL UNIKÁTNÍ VYFUKOVACÍ A PLNICÍ BLOK INNOPET TRIBLOCK, KTERÝ JE SOUČÁSTÍ V POŘADÍ JIŽ JEDENÁCTÉ LINKY OD TOHOTO DODAVATELE. VÝROBCE VODY JE AKTIVNÍ TAKÉ NA POLI UDRŽITELNOSTI.

Ze zahraničních zdrojů

V roce 1991, kdy Karl a Margaret Richmondovi získali společnost Silver Springs Bottled Water v Ocale na Floridě, byla balená voda ve Spojených státech riskantní podnik. Typický spotřebitel v zemi Pepsi a Coke se osvěžoval většinou slazenými limonádami. Richmondovi se tak stali průkopníky ve výrobě balené vody.

Až v roce 2016 celkově překonala voda v USA nealkoholické nápoje s obsahem cukru. Pomohla tomu i společnost Springs Bottled Water, která rostla meziročně i o více než 20 %, což se nutně odrazilo i v rostoucím počtu zaměstnanců. Pokud zpočátku stačilo k uspokojení poptávky pouhých šest zaměstnanců, dnes jich podnik zaměstnává několik set ve čtyřech pobočkách podél celého východního pobřeží.

Technická prozíravost

Klíčem k úspěchu se však ukázal nejen instinkt Richmondových pro tržní příležitosti, ale také výběr spolehlivých partnerů. „Již téměř 20 let naše podniky úzce spolupracují," potvrzuje Mike Brancato, prezident KHS USA, a dodává: „Richmondovi jsou vždy mezi prvními, kteří se spoléhají na naše nové technologie."

Příkladem je investice do vyfukovacího a plnicího bloku InnoPET BloFill v roce 2008. Druhou ukázkou je projekt z roku 2017. Výrobce balené vody uvedl jako první do provozu technologii InnoPET TriBlock s etiketovacím strojem integrovaným mezi vyfukovací a stáčecí zařízení. „Pracujeme v oboru, kde klíčovou roli hraje vzájemná důvěra a dlouholeté vztahy. Čeho si ale na KHS také velmi vážíme, je vůle inovovat a flexibilní přístup při plnění neobvyklých požadavků," dodává ke spolupráci Kane Richmond, CEO Silver Springs Bottled Water.

Nejprve skepse, pak nadšení

Ukázkou podobné technologie byla již zmíněná instalace prvního InnoPET TriBlocku ve firmě RealPure Bottling v Magee v Mississippi, kterou rodina získala v roce 2017. Kromě etiketovacího stroje integrovaného mezi vyfukovací a stáčecí zařízení spočívala unikátnost technologie v nově použitém procesu Preglued. Při něm jsou etikety předem opatřeny lepidlem, což zabraňuje tomu, aby otevřené lahve přicházely do styku s parami tavných lepidel podobně jako u klasického etiketování. Preglued zabraňuje pronikání výparů lepidla do lahve a značně snižuje nároky na údržbu.

Nutno podotknout, že obsluha zařízení byla k novému systému zpočátku skeptická. Brzy však ocenila stabilní provoz a skutečnost, že zcela odpadá pravidelná údržba s pracným a namáhavým odstraňováním zbytků lepidla.

Neméně důležité jsou ekonomické ukazatele, jako jsou návratnost investice a celkové provozní náklady: „Pro podnik, který vyrábí nepřetržitě 24 hodin sedm dní v týdnu, je prvořadá spolehlivá technologie s minimálními provozními výdaji — a právě to linky splňují," podotýká Kane Richmond.

„Etiketování je významnou součástí systému TriBlock a z hlediska dostupnosti, účinnosti a kvality musí fungovat na nejvyšší úrovni," vysvětluje vedoucí provozu John Bickerstaff. „Díky technologii Preglued jsme také od prvního dne dosahovali nejlepších výsledků, co se týče snadnosti údržby a spolehlivosti výroby celé linky." Kromě inovativního postupu etiketování to přisuzuje především průběžnému přidržování hrdla lahví, což chrání lehké nádoby před mechanickým zatížením během výroby.

Rekordmani v lehké váze

Pověst průkopníků si Richmondovi chtějí zachovat také v oblasti udržitelnosti. Zejména se soustředí na snižování hmotnosti lahví a s tím souvisejícím použitým PET. „S pomocí odborníků na Bottles & Shapes z KHS a našeho výrobce preforem, společnosti Plastipak, stanovujeme téměř s každým novým projektem nový rekord v lehké váze," upozorňuje Kane Richmond. „V Magee plníme od roku 2017 pětisetmililitrové PET lahve o hmotnosti pouhých 7,8 gramu, a na zcela novém zařízení TriBlock v Ocale je to dokonce jen sedm gramů."

Foto: KHS

Ze Silver Springs v Ocale Richmondovi řídí také své tři další stáčírny vody.

Technologie etiketování Preglued zabraňuje pronikání výparů lepidla do lahve a značně snižuje nároky na údržbu.

Paralelně s rostoucím smyslem Američanů pro zdraví, kteří stále častěji sahají po lahvi s vodou, roste podle Kana Richmonda i jejich citlivost na otázky udržitelnosti. Domnívá se dokonce, že mezi těmi, kdo kupují vodu, je míra recyklace již dnes mnohem vyšší než u těch, kteří kupují slazené nápoje. V otázce recyklace jde výrobce balené vody příkladem, když se v recyklaci vlastních PET lahví blíží k 100 %. ■

Slabinou českých prodejen je NAVIGACE

V době, kdy spotřebitelé nejsou ochotni v prodejnách trávit tolik času a kdy je zahlcuje **OBROVSKÁ ŠÍŘE NABÍDKY**, je nezbytné jim umožnit, aby co nejpohodlněji našli to, pro co přišli. Jedině tak jsou ochotni do košíku vložit i něco navíc.

Pavel Neumann, Retail News

Proč český retail trpí nedostatky v orientaci na prodejních plochách? Proč je důležitá a kde jsou její nejčastější chyby? Na tyto a další otázky hledali odpovědi účastníci červnového semináře Retail Troulbe Shaker, který uspořádala asociace POPAI CE.

Čas se stává stále cennější komoditou. Jak upozorňuje Daniel Jesenský, prezident POPAI CE a managing partner ve společnosti Dago, zákazníci většinu času stráveného v obchodech nenakupují, ale něco hledají. Z dvaceti minut stráví nakupováním nanejvýš šest minut. Čas přitom hraje významnou roli v procesu rozhodování. „Zlepšování orientace je v souladu s aktuálními trendy nutné jako nástroj simplifikace, respektive zefektivňování nákupní cesty. Zákazník je dnes více než dříve stavěn před paradox volby. To znamená, že vybírá z většího množství produktů a na výběr má méně času. Zákazníci zároveň nakupují více, když mohou snadno nalézt to, co chtějí, a nakupují méně, pokud ztrácejí čas orientací a hledáním v přeplněných regálech," upozorňuje Daniel Jesenský. Zákazníci, kteří rychle najdou, co hledají, jsou ochotnější dále utrácet za další položky v dané kategorii. Ti, kteří najdou svůj produkt do 10 sekund, zvažují podle výzkumu TNS koupi 1,5krát více položek.

Může vzrůst celá kategorie

„Nejlepší zážitek z nakupování je pocit, že jsme se rozhodli snadno, bez nadměrného mentálního úsilí a že jsme nakoupili všechno, co odpovídá našim aktuálním potřebám," připomíná

Daniel Jesenský slova L. Rezlera z agentury Milward & Brown, která zazněla na konferenci POPAI Day již v roce 2014. V této souvislosti připomíná, že zákazníci při nákupu fungují v podstatě ve dvou režimech. První je jakýsi autopilot, který nás vede po prodejně v zajetých a známých kolejích, kdy dojdeme již naučenou nebo logickou cestou k produktům, které obvykle nakupujeme. Zmíněný systém je pro lidský mozek pohodlný, a to na rozdíl od režimu, který vyžaduje aktivní myšlení a rozvažování. Ten zákazníci používají při nákupu dražšího zboží nebo když při nakupování čelí nějakým komplikovanějším výzvám. Například když jsou nuceni něco hledat, mezi něčím se rozhodovat, na něco čekat, porozumět komplikovaným sdělením a podobně. Tento mód je vyčerpává a negativně se podepisuje na útratě i celkovém nákupním zážitku. A právě navigace by měla nalezení výrobku i jeho výběr usnadnit a pomoci tak v prodejně dotvářet přívětivou atmosféru. Zároveň také připomínat potřeby a přispívat tak ke stimulaci impulzivních nákupů. Studie ukazují, že správná navigace dokáže výrazně zvýšit prodeje v produktových kategoriích.

Méně může být více

Na dva systémy nakupování poukazuje také Hervé Turpault, managing director Europe ve společnosti PRS In Vivo U. S. Jak připomíná, lidé nejsou agenti, kteří vybírají na základě logického vědomého řízení. Obvykle používají první mód, který je intuitivní a v němž se spotřebitelé často rozhodují také na základě kontextu. Až 58 % nákupů je opakovaných, tedy zautomatizovaných.

V době, kdy existuje výše zmíněný paradox výběru, se ukazuje, že méně může být více. V některých případech narostly prodeje, pokud došlo ke zúžení sortimentu. Nicméně jak upozorňuje Hervé Turpault, je zapotřebí ponechat ty správné produkty. Rozhodně nejde o univerzální návod. Přestože zúžení sortimentu zjednodušuje rozhodování, velké riziko ztrát hrozí například u vysoce impulzivních kategorií. „Studie ukázaly, že v některých případech šly prodeje dolů. V oblasti produktů na vaření ovšem zpřehlednění přineslo zvýšení nákupů až o pět procent, a to zejména u položek, které se nakupují denně. Jde tedy o to najít optimální hranici, kdy je snížený počet produktů ještě efektivní," dodává. Ukázalo se také, že produkty, které jsou odlišeny barevně, se prodávaly lépe, než když měly jejich obaly stejnou barvu.

ZÁKAZNÍCI VĚTŠINU ČASU STRÁVENÉHO V OBCHODECH NENAKUPUJÍ, ALE **NĚCO HLEDAJÍ**.

Také v navigaci je třeba zákazníkům vše usnadnit a používat krátké nápisy, protože pokud jsou příliš dlouhé, nečtou je. Výhodné se jeví vnést do navigačního systému emoce, například pomocí obrázků, které aktivizují intuitivní nákupní systém. Jasné sdělení propojené s pozitivními emocemi velmi dobře funguje mimo jiné u druhotného vystavení, což se projevilo při nákupu jogurtů s čokoládou. Jejich prodeje se po zavedení takového označení zvýšily o 35 %. Jak ale Hervé Turpault zdůraznil, každou takovou navigaci je nutné důkladně otestovat.

Uspořádání se vyvíjí

Na zajímavý poznatek týkající se psychologického hlediska uliček poukazuje Zdeněk Řiháček, country manager Czech Republic & Slovakia společnosti Procter & Gamble. Průzkumy

v USA ukázaly, že pokud je ulička příliš úzká, mají zákazníci tendenci ponechávat nákupní vozíky na kraji a pro plánovaný produkt si dojít bez nich. To ovšem poškozuje výrobky na konci uličky, ke kterým v tomto případě ani nedojdou. Navigační tabule podle něj také ne vždy musí obsahovat text. „Mozek velmi dobře reaguje na barvy a tvary. Je tedy možné na ně umístit ikonu a text použít až v uličkách u subkategorií. U pracích prášků například velmi dobře fungují zelená a bílá barva, což jsou mimochodem barvy lídrů této kategorie. Navíc periferním viděním nevnímáme text, ale barvu ano," dodává Zdeněk Řiháček. Důležité je podle něj také střídání barev, které procházejícího vytrhnou z monotónnosti, podobně jako to udělá lístek pohybující se ve větru. Jak dále upozorňuje, uspořádání zboží coby součást navigačního systému ovlivňujícího rozhodovací proces se může časem měnit. Zatímco v minulosti byly například prací prostředky na regálu vystaveny podle největších hráčů, dnes zaujímají místo podle formy (prášek, gel). Nejnověji změnily uspořádání na regálu tablety, které jsou vnímány jako prémiová forma pracího prostředku, a proto jsou umístěny mezi prášek a gel.

Zákazníci, kteří rychle najdou, co hledají, jsou ochotnější dále utrácet za další položky v dané kategorii.

Mění se trasa nákupů

Jak potvrzuje Zdeněk Skála, client service director Retail & FMCG ve společnosti GfK Czech, trh se mění. Obchodníci již tolik neexpandují, ale spíše investují do vylepšování nákupního prostředí, aby si udrželi zákazníky. „Bariérou nákupu je tedy dnes i to, že prodejna není hezká," konstatuje Zdeněk Skála. Navíc roste šíře nabídky (prodejen, značek i produktů), a protože lidé již nejsou ochotni chodit do vzdálených prodejen, na síle nabývají menší formáty, čímž ovšem ubývá místa pro značky. Mění se také trasa po prodejně, která se v mnohých případech zkracuje, takže na prodejní ploše přibývá „chladných" míst. Zejména mladší generace prezentuje přibývající malé nákupy dané okamžitou spotřebou. Zvětšuje se plocha pro čerstvé kategorie, nicméně kvůli přehlednosti se snižují regály, což značkám opět ubírá prostor. Jak Zdeněk Skála dále připomíná, obecně se nejčastěji nakupuje tak, že zákazník jde po paměti k místu, kde je zvyklý, že svůj produkt najde. V druhém případě se orientuje podle vizuálních kódů (např. podle zboží vystaveného na čele regálu nebo modulů viditelných z hlavní uličky). Pokud selžou tyto možnosti, využívá navigačního systému.

MEZI NEJČASTĚJŠÍ CHYBY, SE KTERÝMI SE MŮŽEME V ČESKÝCH PRODEJNÁCH SETKAT, PATŘÍ **UMÍSŤOVÁNÍ** NAVIGAČNÍCH TABULÍ **PŘÍLIŠ VYSOKO**.

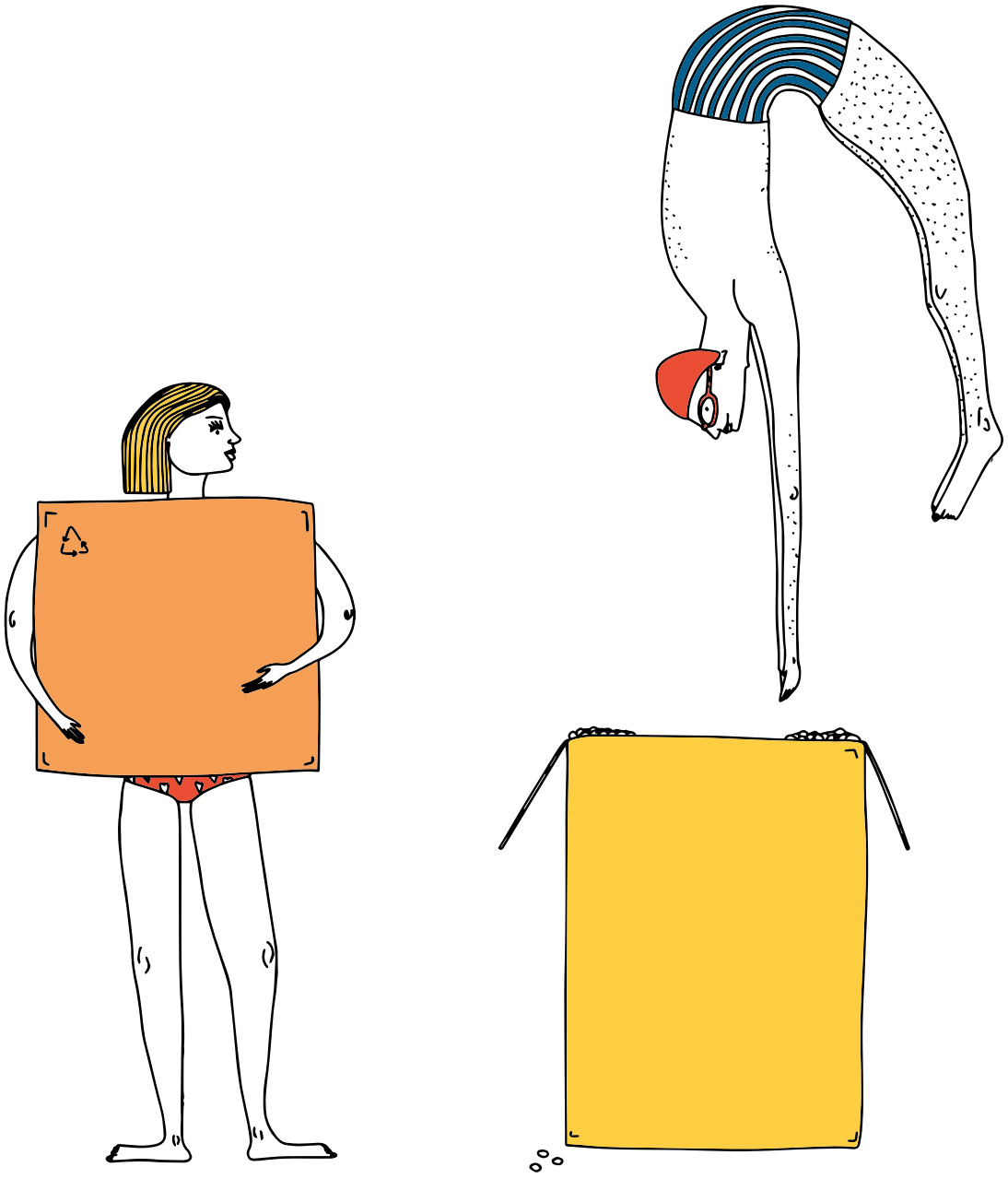
Navigační systém je také jediný případ, kdy nakupující něco hledá „nahoře", což je zásadní rozdíl oproti POS. V subkategorii (v oddělení či uličce) se orientuje podle barvy (hnědá – colové nápoje, oranžová – džusy), typu obalu (plechovka či sklo) a lišt (oddělovačů). K nalezení produktu mu pomáhají výrazné prvky na obalu (barva, vzor, logo nebo nápis).

Nevytvářejte bariéry

Mezi nejčastější chyby, se kterými se můžeme v českých prodejnách setkat, patří umísťování navigačních tabulí příliš vysoko, takže nejsou vidět, nebo uprostřed uliček. Správně by měly viset v centrální uličce kolmo k té uličce, ke které navigují. Zdeněk Skála upozorňuje i na častý nedostatek v podobě snahy sladit navigační ceduli s designem prodejny či korporátními barvami. Funkční jsou ty, které jsou barevně kontrastní k okolí a s dostatečně velkým písmem. V opačném případě splynou a ztratí smysl. Také on připomíná jednoduchost sdělení (zákazník nemá čas přemýšlet nad hádankami) a není vhodné ani složité barevné kódování. Závěrem shrnuje, že zvyk a zboží naviguje u nákupu z 80 %, jen z 20 % cokoli jiného. Zejména u navigačního systému je proto naprosto nezbytné jeho maximální zjednodušení, správné umístění, velikost, barva i použitý text. Také on doporučuje testovat a ptát se zákazníků, protože nákupní bariéry jsou na nasyceném českém trhu klíčové. ■

MÁME PRO VÁS VODĚODOLNÝ OBAL

MODELGROUP.COM



CHCETE SE O OBALECH DOZVĚDĚT VÍCE?

SLEDUJTE NAŠE OBALOVÉ VYCHYTÁVKY NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH.

VLNITÁ LEPENKA V ČASE ŽNÍ

DÍKY SVÉ STOPROCENTNÍ RECYKLOVATELNOSTI JE **HLADKÁ** I **VLNITÁ LEPENKA** EKOLOGICKY ŠETRNÝM OBALOVÝM MATERIÁLEM. SPOLEČENSKÉ KLIMA, KTERÉ JE PROSÁKLÉ APELEM NA CO NEJRYCHLEJŠÍ A NEJÚČINNĚJŠÍ OCHRANU PLANETY, LOGICKY POPTÁVKU PO TOMTO MATERIÁLU ZVYŠUJE. VÝROBCI LEPENKY TAK ZAŽÍVAJÍ DOSLOVA ŽNĚ.

Iveta Křížová

Voděodolný box na květiny
od Smurfit Kappa

Podle zprávy Budoucnost globálního balení z vlnité lepenky do roku 2023, vydané výzkumnou agenturou Smithers Pira, roste poptávka ročně o 3,7 % a v roce 2023 dosáhne hodnoty 300 miliard dolarů. Největší růst je očekáván v elektrotechnickém balení. Podíl Asie vzroste nad 50 %. Za růstem stojí i raketový rozvoj online nákupů, pro které jsou lepenkové obaly nezbytností. Svou roli sehrává i neustálé zdokonalování digitálního tisku.

Růst hlásí i Česko. Podle Svazu výrobců vlnitých lepenek se v loňském roce v České republice vyrobilo z vlnité lepenky

přibližně 1,1 miliardy metrů čtverečních obalů. Zhruba 30 % české produkce jde na export.

Předseda Svazu výrobců vlnitých lepenek Adam Wisinger rovněž uvádí, že vlnité lepence a dalším papírovým produktům pomáhají ke vzestupu zejména snahy o omezování plastů a jiných hůře rozložitelných materiálů.

Je libo mastné či mražené?

Rostoucí zájem o své produkty díky ekologické „nálepce" potvrzují i sami výrobci. „Jakožto výrobci obalů z vlnité lepenky

máme s našimi produkty výhodu, protože se jedná o obaly z plně recyklovatelného materiálu. Vlnitá lepenka se vyrábí z papírů, které jsou ze dřeva, resp. ze stromů, které jsou obnovitelným zdrojem. Od roku 2011 nabízíme našim zákazníkům také obaly z FSC certifikovaných papírů. Uvádíme tak na trh ekologickou variantu , která je trvale udržitelnou alternativou plastových nebo hliníkových obalů," uvádí Martin Hejl, jednatel THIMM pack'n'display.

Jedním z produktů firmy je například certifikovaná vlnitá lepenka foodWave | heatproof, kterou již nemusíme představovat. Lze v ní péct a ohřívat například chléb, maso či ryby. Ve spojení s konstrukcí THIMM Click4Tray je navíc zajištěno, že tekutý obsah z formy nevytéká. Příkladem je nedávno na trh uvedený obal na sekanou, o kterém jsme psali *v minulém vydání magazínu Packaging Herald.*

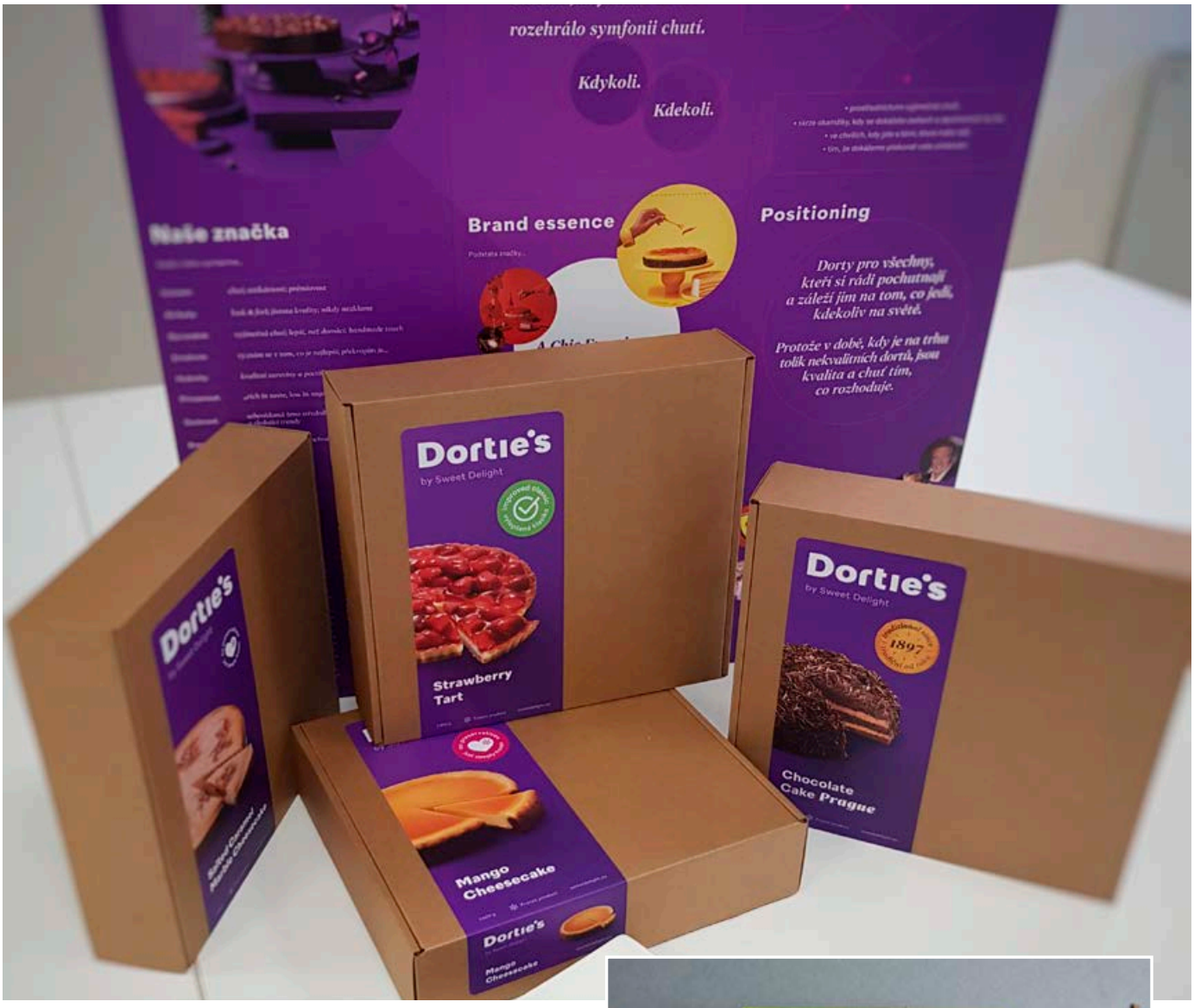
Do zmíněné vlnité lepenky se dají balit i mražené potraviny, například dorty společnosti Sweet Delight. Ty se vkládají ručně přímo do obalu bez nutnosti využití dalšího přebalu. Po zabalení dochází k zamražení. Konstrukce obalů je klasická krabice s překlápěcím víkem, ale specifikum je právě v použitém materiálu. Aktuálně Sweet Delight využívá bílou foodWave | white, která již na první pohled vyzařuje klinickou čistotu a hnědou foodWave | brown, což zdůrazňuje ekologický aspekt použitého materiálu.

VLONI SE V ČESKÉ REPUBLICE VYROBILO Z VLNITÉ LEPENKY PŘIBLIŽNĚ **1,1 MILIARDY METRŮ** ČTVEREČNÍCH OBALŮ.

Místo pro květiny

Květinou neurazíš. Poslat se dá i z dálky. Dílem i díky vlnité lepence. Z tohoto materiálu se totiž vyrábějí boxy pro export a maloobchodní trh s květinami. Podepsána je pod nimi společnost Smurfit Kappa. Boxy na květiny jsou voděodolné, pevné a mají dostatečnou izolaci. Vhodné jsou pro silniční i leteckou přepravu. V případě maloobchodního trhu s květinami musí nejen uspokojit fyzické požadavky dodavatelského řetězce, ale také požadavky na vystavení, které má koncový prodejce. Forma boxů v kombinaci s potiskem umožňuje zkvalitnit prezentaci květin v obchodě a dosáhnout marketingových cílů.

Lepenka odráží i požadavky na rostoucí automatizaci výroby. Pro balicí linky u výrobců je nutné, aby každý obal odpovídal



Do vlnité lepenky THIMM foodWave se dají zabalit i mražené potraviny. Příkladem je balení dortů pro společnost Sweet Delight.

ZASLOUŽILÁ STAŘENKA

Vlnitá lepenka má za sebou bezmála 150letou historii. Její výrobu patentoval v roce 1871 Newyorčan Albert Jones, který ji používal pro balení lahví a pro skleněné komínky luceren. První stroj na výrobu velkého množství vlnité lepenky byl sestaven v roce 1874 G. Smythem. Ještě v tomtéž roce Oliver Long vylepšil Jonesův stroj tak, že začal vyrábět třívrstvou lepenku, tedy lepenku z obou stran uzavřenou hladkou vrstvou. Vynalezl tak vlnitou lepenku, která je známá v moderní době.

Společnost James Cropper jde s dobou a razí udržitelnost. Její Cocoa Paper vyrobený s použitím slupek z kakaových bobů je toho důkazem.

požadované kvalitě. Už jeden jediný vadný obal může zastavit balicí linku a tím přerušit výrobu. To se dříve nestávalo, protože člověk u pásu si s vadnou krabicí poradil. Dnes proto hovoříme o Kvalitě 4.0. V hierarchii důležitosti se tak krabice dostávají u firem výše, než tomu bylo dříve.

Lepenkové krabice byly původně používány pro balení skla a keramiky. Později, v polovině 50. let, toto balení umožnilo převoz ovoce z farem k obchodníkům bez pomačkání, díky čemuž se producentům ovoce otevřely dveře k exportu zboží. ■

paketo.one

V obalech a POS/POP jsme prostě TOP

Správně zvolené obaly a **POS/POP** materiály **pomáhají zvyšovat prodej a vytváří povědomí o značce.**

- Digitální tisk ve fotografické kvalitě s možností parciálního lakování a laminace.
- Originální design a konstrukce podporující prodeje, marketing a vnímání značky.
- Velmi široké možnosti použití od klasických POS displejů přes individualizovaná balení po výstavní modely.
- Vyrobeno kompletně v ČR.
- Snadná přeprava, skladovatelnost, manipulace i instalace.
- 1 ks — Vývoj a výroba již od malých sérií.

www.paketo.one info@paketo.one +420 573 034 165

Foto: DAGO

Oživený model auta v prodejnách Tesco a Globus

POS/POP v moci nových technologií i materiálů

TECHNOLOGICKÝ VÝVOJ SI NEVYBÍRÁ. A PODŘÍDIT SE MU MUSÍ I **POS/POP MATERIÁLY,** TOLIK POTŘEBNÉ PRO SPOTŘEBITELE I PRODEJCE. NEJMODERNĚJŠÍ TECHNOLOGIE I MATERIÁLOVÉ INOVACE MAJÍ ZELENOU I NA TOMTO MARKETINGOVÉM POLI. DŮVOD? EKONOMIČNOST, FUNKČNÍ DESIGN A TOLIK SKLOŇOVANÁ UDRŽITELNOST. PŘINÁŠÍME VÁM PŘEHLED NEJNOVĚJŠÍCH TRENDŮ I VYDAŘENÝCH POČINŮ. TO VŠE DOPLNÍME O BENEFITY, KTERÉ V OBLASTI POS/POP NABÍZEJÍ **2D SYMBOLY**.

Iveta Křížová

„Stále více marketingových iniciativ se zaměřuje na spojení tří klíčových komponentů: in-store, digitální a zkušenostní komunikace. Jinými slovy, k získání a navázání dlouhodobého vztahu se zákazníky je třeba zcela a smysluplně obsáhnout více kanálů. Tomuto trendu odpovídá čím dál tím častější nasazení multimediálních aplikací v in-store POP realizacích," uvádí Martin Vorel, výkonný ředitel společnosti DAGO. Interakce se zákazníkem je podle něj žádoucí a v současné době moderních technologií navíc poměrně dostupná.

Dalším klíčovým trendem je úspora času. V dnešním zrychleném světě hraje čas prim. Podle prezidenta POPAI CE Daniela Jesenského zákazníci většinu času stráveného v obchodech nenakupují, ale něco hledají. Z dvaceti minut, které v obchodě stráví, reálně nakupují maximálně šest minut. Čas přitom hraje významnou roli v procesu rozhodování. S tím úzce souvisí navigace v obchodech, které se více věnujeme na *stránkách 58 až 60*. Ta by měla být jednoduchá, přehledná, nenásilná. Zákazník zkrátka nemá čas luštit rébusy, dlouze hledat to, pro co přišel, a při nadměrném mentálním

úsilí ztratit možnost koupit to, pro co vlastně nepřišel. Výsledek? Tratí všichni. Zákazník, výrobce i prodejce.

Plejádu toho nejlepšího z in-store projektů z celé Evropy představila expozice mezinárodní soutěže POPAI Awards Paris v Paříži. Soutěž s dlouholetou tradicí je považována za mezinárodní top událost oboru. V letošním, 56. ročníku soutěže, který proběhl v březnu 2019, se představilo přes 250 kreativních a inspirativních realizací ve více než 40 soutěžních kategoriích. Na červnovém galavečeru v pařížském Pavillon d´Armenonville byli mezi finalisty a vítězi soutěže oceněni i vítězové národní soutěže POPAI AWARDS, která probíhá pod hlavičkou středoevropské pobočky POPAI v Praze. Celkem pět medailových umístění vybojovala ve finále soutěže společnost DAGO. Dvě zlaté medaile si společnost odnesla za regálové čelo propojující bourbon Four Roses s Royal Crown Colou a za regálové čelo pro cukrovinky M&M's.

Na zlatém oceněném endcapu pro bourbon Four Roses s Royal Crown Colou porota ocenila jeho luxusně vyhlížející provedení a neobvykle zkombinovanou černou a hnědou barvu. Toto originální POP médium vyvolává nostalgické pocity, které umocňují starožitný stůl a lampa. Hlavní myšlenkou je důraz na zklidnění a uvolnění v dnešní hektické době, které regál spojuje s pomalým vychutnáváním kombinace coly a bourbonu.

Vítězný endcap pro cukrovinky M&M's, při jehož výrobě byly použity lakované dřevovláknité desky, hraje směsicí neobvyklých tvarů, prvků a vtipu. Nejvíce zaujmou maskoti se zábavnými grimasami a lákavé kusy čokoládových tyčinek v nadživotní velikosti.

Německé body

Medaile sbírala letos i společnost THIMM. Porotu soutěže POPAI D-A-CH Awards zaujal stojan Naturkosmetik dm pro společnost Weleda. Jedná se o modulární doplňovací podlahový displej, který hned padne do oka a v místě prodeje jej lze používat dlouhodobě. Podle tvaru a velikosti je tvořen různými regály a v 15 přihrádkách umožňuje uložení různých výrobků. Bílý plášť z lepenky půlpaletu opticky zakrývá. Design v přírodních barvách ladí s paletou výrobků přírodní kosmetiky.

Za povšimnutí stojí i další oceněný pultový displej „4711 Acqua Colonia White Peach & Coriander" pro společnost Mäurer & Wirtz. Rovněž z dílny THIMM. Zdobí ho drobná umělecká díla španělského ilustrátora Gabriela Morena. Ta jsou sladěna s vůní White Peach & Coriander z řady 4711 Acqua Colonia. Pultový displej je tvořen kombinací různých přírodních materiálů – lněného potahu, dřevěných prvků a potištěného zušlechtěného papíru. Cílem designu je pozvednout vystavení výrobků v parfumerii.

Sázka na blikající auto

Instore komunikace samo sebou podléhá i sezonním vlivům. Důkazem toho je nedávná instalace oživeného modelu auta v prodejnách Tesco a Globus. Kampaň „Dojeď svěží v novém autě!" pro žvýkačky Orbit a Airwaves z dílny DAGO spustil výrobce cukrovinek, žvýkaček a krmiv Mars. Zvolil formu soutěže, v níž lidé mohli vyhrát Volkswagen T-Roc. Zmenšenina Volkswagenu T-Roc si při výrobě vyžádala speciální postupy. „Chtěli jsme vytvořit co nejvěrnější miniaturu včetně zaoblených tvarů. Jenže lepenka, která na vystavení převládá, se špatně ohýbá a tvaruje. Proto jsme si vyžádali drátěnou maketu v životní velikosti, podle níž jsme miniaturu vymodelovali snadněji," popsala projektová manažerka DAGO Eva Perglová. Model upoutal pozornost točícími se koly, která poháněl malý motor na baterie. Zákazníkovy oči okamžitě postřehly také blikající LED diody na obou stranách miniatury.

Foto: THIMM

Originální POP médium vyvolává nostalgické pocity, které umocňují starožitný stůl a lampa.

Foto: DAGO

Design v přírodních barvách ladí s paletou výrobků přírodní kosmetiky.

Do POS pronikají už i 2D symboly

POS ale není pouze o designu. Své místo zde má i identifikace. Co se týče očekávaného střednědobého vývoje v oblasti využívání 2D symbolů, zaregistrujeme je na produktech i u pokladen v klasickém retailu. Zpočátku jako doplňující kód k současnému lineárnímu čárovému kódu EAN-13.

JAKÉ BENEFITY MŮŽETE OD 2D KÓDŮ OČEKÁVAT? PROZRADÍME V ONLINE VERZI MAGAZÍNU

NOVÁ TECHNOLOGIE umožňuje prémiovější vzhled etiket

Společnost **BOHEMIA SEKT** patří mezi nejvýznamnější výrobce sektů a šumivých vín ve střední a východní Evropě. V loňském roce investovala po více než pětadvaceti letech do nové etiketovací linky ve svém výrobním závodě ve Starém Plzenci. Nová technologie umožňuje použití samolepicích etiket s prémiovějšími tiskovými efekty. Investice ve výši 34 milionů korun rovněž zahrnovala nový kapslovací stroj, sušicí tunel, dopravníky a inspekční systémy. Provozem nás provedli jednatel a ředitel výroby a techniky Slavomír Hermann a marketingový ředitel Martin Fousek.

Adriana Weberová a Veronika Kozelková

Ve srovnání s původní technologií pro mokrý způsob lepení etiket vyžaduje aplikace samolepicích etiket absolutně suchou lahev, což zajišťuje sušicí tunel.

Nová technologie, jejíž základ tvoří kapslovací (na fotografii) a etiketovací stroj, nahradila dvě linky z let 1992–1994. Hlavním kritériem při výběru etiketovacího stroje byl přechod od mokrého způsobu lepení etiket na samolepicí etikety, jejichž jednou z výhod je například možnost použití transparentního materiálu. Jako dodavatel této části byl vybrán renomovaný výrobce etiketovacích zařízení, společnost KRONES. Kapslovací stroj pochází od italského výrobce Robino & Galandrino. Součástí investice byl také nový sušicí tunel dodaný též firmou Krones a dopravníkové systémy od společnosti Nate Chotěboř. Novinkou je i značení kapsle pomocí laseru, který nahradil inkjet technologii.

V roce 2018 prodala společnost na českém trhu v kategorii sektů a šumivých nápojů více než 18 milionů lahví, což představuje meziroční nárůst o 12 %. Nejoblíbenějším šumivým vínem stále zůstává Bohemia Sekt demi sec, jehož prodej dosáhl hranice 7,5 milionu lahví. Své místo na trhu má ale bezpochyby i Bohemia Sekt brut, který je ze strany spotřebitelů stále více preferován.

MSV 2019 se letos zaměří na digitalizaci výroby

Již **61. ROČNÍK MEZINÁRODNÍHO STROJÍRENSKÉHO VELETRHU V BRNĚ** opět ukáže poslední novinky a trendy v oblasti průmyslových technologií, představí fenomén digitální továrny a nově otevře diskusi k cirkulární ekonomice. **MSV 2019** se bude konat od 7. do 11. října na brněnském výstavišti, současně se uskuteční také veletrhy Transport a Logistika a ENVITECH.

MSV opět zcela zaplní brněnské výstaviště a bude významnou ekonomickou a politickou událostí. Pořadatelé očekávají účast přibližně 1600 vystavujících firem a nejméně 80 tisíc odborných návštěvníků.

Expozice Digitální továrna 2.0

Nastupující čtvrté průmyslové revoluci se MSV cíleně věnuje již od roku 2015, kdy byla právě zde vyhlášena Národní iniciativa Průmysl 4.0. Po čtyřech letech se klíčové téma veletrhu posouvá na vyšší úroveň a nese nový název Digitální továrna 2.0. „Prezentace tématu bude probíhat ve dvou rovinách. První z nich je prezentace na stávajících stáncích vystavovatelů v jednotlivých oborových halách a druhou rovinou je ucelená prezentace této problematiky formou samostatné expozice s názvem Digitální továrna 2.0. Expozici naleznou návštěvníci v hale A1 a věřím, že bude atraktivním prvkem veletrhu," říká ředitel MSV Michalis Busios. Expozice Digitální továrna 2.0 bude koncentrovat informace a řešení zaměřená na digitální budoucnost.

Prostřednictvím tematických ostrůvků vznikne i tzv. Digitální stezka, která návštěvníka provede na základě specifického zájmu konkrétními fenomény, jako jsou umělá inteligence, blockchain, inteligentní robotika nebo elektromobilita.

Kyberudálosti a mezinárodní konference

Součástí expozice Digitální továrna 2.0 v pavilonu A1 bude pódium určené pro kyberudálosti – přednášky, prezentace, kulaté stoly a diskuse, které budou vysílány internetovou televizí. Dalším klíčovým místem projektu Digitální továrna 2.0 bude sál E2 v pavilonu E, kde se ve středu 9. října 2019 uskuteční mezinárodní konference Průmysl 4.0 – 2. vlna.

Transport a Logistika

Letošní, 9. mezinárodní veletrh Transport a Logistika se zaměří na novinky v oblasti automatizace a digitalizace. Návštěvníci pavilonu A2 se mohou těšit na komplexní nabídku manipulační a skladovací techniky, systémů pro průmyslové balení a služeb pro logistiku a dopravu. Další vystavovatelé, například speciální montážní techniky, dopravních systémů nebo zařízení pro značení a identifikaci, budou vystavovat mj. v pavilonu V. Chybět nebudou ani firmy s nabídkou specializovaného softwaru a IT řešení pro logistiku. Čekají se novinky pro digitalizované provozy a stále žádanější oblast štíhlé výroby neboli lean production. Velká pozornost bude opět věnována RFID systémům, které tvoří jeden ze základních pilířů digitalizace a Průmyslu 4.0. V rámci doprovodného programu Packaging Live bude v provozu vzorová balicí linka Průmyslu 4.0 s novým řídicím systémem, různorodým uplatněním robotů a technologickými novinkami pro manipulaci, balení, značení i identifikaci.

Doprovodný program

Doprovodný program se skládá především z konferencí a odborných setkání, z nichž lze uvést například sněm Svazu průmyslu a dopravy ČR, konferenci zaměřenou na 3D tisk, bavorsko-českou konferenci zaměřenou na digitalizaci, Fórum průmyslu a vysokých škol, Fórum AUTOMA (automatizační technika), zmíněnou konferenci Průmysl 4.0 – 2. vlna a další.

První tři dny bude souběžně s MSV probíhat akce Kontakt-Kontrakt. Součástí veletrhu ENVITECH bude konference zaměřená na cirkulární ekonomiku.■

Více informací najdete na **www.msvbrno.cz**.

MSV 2019

V etiketovacím stroji je instalována technologie, která pomocí barevně odlišného spotu umístěného na kapsli natočí lahev do správné polohy pro ideální nalepení etikety.

Etiketovací stroj tvoří čtyři agregáty, což v praxi znamená, že na lahev mohou být aplikovány maximálně čtyři ozdobné prvky: krčková, přední a zadní etiketa. Posledním prvkem je krčková pečeť/medaile používaná například v případě značky Bohemia Sekt Prestige.

Původní design

Nový design

Samolepicí etikety nabízejí neomezené designové možnosti a prémiovější tiskové efekty. I proto došlo současně s přechodem na novou technologii k redesignu obalů Bohemia Sekt demi sec i ostatních šumivých vín. Nový design navrhlo renomované italské studio Smith Lumen. Po sedmi letech se na přední etiketě inovovalo písmo i další grafické prvky. Poprvé byl na některých elementech použit lak, který dodává etiketě reliéfní strukturu. Také provedení loga Bohemia Sekt je nyní výraznější a čitelnější. Změna se dotkla i tvaru krčkové etikety a kapsle, která má nejen novou strukturu, ale i dvojitou perforaci pro snadnější odtrhnutí fólie a otevření produktu. Více již prozrazovat nebudeme, k designu obalů společnosti BOHEMIA SEKT se vrátíme v některém dalším vydání magazínu Packaging Herald. ■

Linka je vybavena hned několika kontrolními body. Inspekční systém na výstupu z kapslovacího stroje kontroluje kvalitu a správné umístění kapsle. Nevyhovující lahve jsou následně vyřazeny. Další kontrolní systém CHECKMAT, který lahev vyfotí a porovná s nastaveným vzorem, je umístěn za etiketovacím strojem. Při jakékoliv odchylce je lahev opět vyřazena.

HLAVNÍ BENEFITY NOVÉ LINKY:

- aplikace samolepicích etiket s prémiovějšími tiskovými efekty v souladu s trendy v nápojovém průmyslu
- technologie nahradila dvě původní linky při zachování stejné kapacity, která činí 12 000 lahví za hodinu (maximální výkon je 14 000)
- úspora zaměstnanců

KVŮLI INSTALACI BYLA NUTNÁ DEMONTÁŽ STROPŮ VE DVOU PODLAŽÍCH — VÍCE NA VIDEU

ZE ZÁKULISÍ SPOLEČNOSTI BOHEMIA SEKT — ZHLÉDNĚTE VIDEO

Balicí linka v novém stylu

PACKAGING LIVE

Tradiční doprovodný program mezinárodního strojírenského veletrhu přichází letos do pavilonu A2 v inovované formě. Pod názvem GABEN PACKAGING LIVE se představí nejen jiné balené produkty, ale také noví partneři a celkově jiný koncept expozice. „Bude působit jako jeden velký open space s posezením v kavárně v designovém nábytku," prozradila organizátorka projektu Michaela Zachová z agentury Equicom. „Vyšli jsme tak vstříc přáním našich partnerů, aby při komentovaných ukázkách linky působila expozice jako jeden společný celek. Podařilo se nám navázat spolupráci s designérským studiem TOKA", doplnila.

Letos máme několik nových partnerů, ať už je to již zmiňované studio TOKA nebo KOFOLA, která do projektu dodává balené plechovky oblíbeného nápoje. A protože se přímo nabízelo připojit k balení plechovek i speciální otvíráky, je proto další z nových firem Servis centrum, jejichž stroje potisk plnou barvou na relativně malé předměty realizuje. Kofoly se pak budou v krabicích Thimm distribuovat do vybraných transfúzních stanic jako poděkování a podpora pro dárce krve. Novým partnerem linky je letos i společnost Mettler-Toledo, s.r.o., která je dodavatelem vysoce kvalitních a přesných vah, nebo společnost TECH-CON, která dodává komponenty pro průmyslovou automatizaci, mj. savky a úchytky pro roboty.

Vedle těchto „nováčků" najdeme v lince partnery tradiční – generálním partnerem bude opět společnost GABEN, která se zabývá identifikací jak balených produktů, tak celých palet s pomocí RFID technologií a QR kódů a na linku poskytuje i oblíbené dotykové displeje G-TOUCH. Dodavatelem značení na krabice bude opět společnost ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM, plně ovinovací stroj dodá firma EKOBAL, na lince budou přítomny roboty FANUC, které naprogramuje a propojí společnost KLIMASOFT Robotics, s.r.o. Na veletrhu představí nový monitorovací systém těchto špičkových japonských robotů. Nebudou chybět vysokozdvižné vozíky firmy Mátl&Bula a poskytovatel finančních služeb Moneta Leasing.

Komentované ukázky balicí linky uvidí návštěvníci 4x denně vždy v sudou hodinu, jako vždy je čeká i losování o věcné ceny a suvenýry.

Více na **www.packaginglive.cz**

GABEN, s.r.o.

Společnost Gaben je ryze česká společnost, která vyvíjí a vyrábí ucelená řešení a dodává jednotlivé produkty pro automatickou identifikaci. V tomto oboru představuje absolutní špičku. Mimo jiné disponuje servisním oddělením a díky tomu zajišťuje nejen záruční, ale také pozáruční servis. Specializuje se na snímače čárových kódů, mobilní terminály, průmyslové dotykové terminály, RFID, tiskárny a aplikátory etiket.

Na letošní lince představí oblíbeny průmyslový dotykový all-in-one terminál GBTouch, v nové rozměrové řadě a také v nových barevných variacích. GBTocuh již léta nachází využití zejména při odvádění výroby na výrobních a balicích linkách. V rámci „Průmyslu 4,0" je ideálním nástrojem pro potřebu zobrazování výrobní dokumentace při zavádění bezpapírové výroby. Společnost Gaben bude předvádět také automatický aplikátor etiket s výsuvným ramenem, který označí zabalenou paletu etiketou s RFID čipem, tzv. SmartLabelem.

Ve všech fázích výrobní linky uvidí návštěvníci veletrhu v praxi produkty k snímání a automatické identifikaci z portfolia společnosti. **www.gaben.cz**

ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM, s.r.o.

Tradice, vynikající produkty, kvalita služeb a snaha maximálně uspokojit zákazníka. Takto lze ve stručnosti charakterizovat hodnoty této společnosti, která se stala jedním z největších dodavatelů špičkové techniky pro označování výrobků ve všech výrobních oborech. Zákazníky této firmy jsou významné podniky rozličných oborů. Více než 90 % produkce veškerých elektrických kabelů vyrobených v České republice je popisováno právě těmito vynikajícími zařízeními. Hlavní činností je prodej popisovacích zařízení francouzské firmy Markem-Imaje – jednoho z největších výrobců ink-jet tiskáren na světě. Zajišťují prodej, instalaci, zaškolení, záruční a pozáruční servis, ale také dodávky veškerého spotřebního materiálu. Firma ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM dále dodává kontaktní značící zařízení, termotransferové tiskárny nebo aplikátory etiket včetně instalace a servisu. **www.ondrasek.cz**

KLIMASOFT Robotics, s.r.o.

Česká společnost Klimasoft RobotiCS s.r.o. vznikla na základě úspěšného více než desetiletého působení slovenské společnosti Klimasoft s.r.o. v oblasti průmyslové automatizace na slovenském a českém trhu. Rostoucí množství projektů realizovaných v české republice nás dovedlo k založení samostatné pobočky. Disponujeme týmem zkušených konstruktérů, projektantů a programátorů. Specializujeme se na robotické aplikace pro různá odvětví průmyslu. Pro naše zákazníky realizujeme komplexní dodávky robotizovaných pracovišť od prvotního návrhu, přes realizaci a instalaci a po následnou podporu a servis. **www.klimasoft.com**

EKOBAL, s.r.o.

Firma Ekobal s.r.o. byla založena v polovině roku 1993 jako organizace navazující na zkušenosti společnosti Pragometal s.r.o. v oblasti technologie balení do průtažné fólie. Dnes patří mezi leadery na českém trhu a svým postavením patří mezi největší dodavatele obalových materiálů a výrobce balicí techniky s vlastním vývojovým střediskem. Působí nejen v České republice, ale i na Slovensku nebo v Polsku. Ekobal se specializuje zejména na technologie paletizačního a skupinového balení nebo na výrobu předepnuté fólie FlexLight, ve kterých udává trend. Produkty firmy Ekobal jsou vyráběny nejmodernější technologií a díky neustálým inovacím výrobních procesů dokáže firma udržovat náskok před konkurencí. **www.ekobal.cz**

SERVIS CENTRUM

Servis centrum je rodinná obchodní a technologická firma s tradicí. Již téměř 30 let zajišťuje zákazníkům podporu pro sítotiskovou technologii, tamponový a digitální tisk. Spolupracuje se špičkovými dodavateli – MARABU, KIWO, SEFAR, TECA-PRINT a dalšími. Jejich cíl je kvalitní a efektivní tisk a v provozech svých zákazníků. V rámci vývoje společnosti se od roku 2015 zabývají automatizací tiskových a manipulačních procesů. Stali se certifikovaným systémovým integrátorem špičkových japonských robotů FANUC. Protože znají dobře tiskové technologie, dokážou navrhnout vhodná řešení pro automatizaci vašeho tiskového procesu a související manipulace. **www.sc-brno.cz**

Mettler-Toledo, s.r.o.

Společnost METTLER TOLEDO je předním světovým dodavatelem průmyslových vah, terminálů a kontrolních zařízení do výrobních linek. Odolávat prostředí a zachovat si vysokou přesnost a spolehlivost dokáží v náročných průmyslových podmínkách jen nejodolnější a důmyslně zkonstruované přístroje. Společnost METTLER TOLEDO je známá špičkovou kvalitou a vysokou přesností svých váhových a kontrolních řešení pro chemický, farmaceutický, potravinářský průmysl, výrobce OEM, přepravu a logistiku, výrobu a mnoho dalších odvětví. Nabízí široké spektrum zařízení pro in-line kontrolu Vašich výrobků a maximální efektivitu a spolehlivost procesů. Přináší nejmodernější technologie vážení v pohybu, detekci kovů a rentgenové systémy Safeline či optické kontrolní systémy. **www.mt.com/cz/cs**

METTLER TOLEDO

Tech Con Czech Republic, s. r. o.

Společnost Tech Con Czech Republic, s. r. o. poskytuje komplexní řešení v rámci průmyslové automatizace. Jejich specializací jsou dodávky periferií k robotům napříč průmyslovými odvětvími, odebírací hlavy a střižné stanice pro plastikářský průmysl (EOAT) a vakuová manipulační technika. Při realizaci projektů spolupracují s předními světovými výrobci, což firmě umožňuje dodávat zařízení na nejvyšší technické úrovni. Jejich prioritou je individuální a osobní přístup ke každému zákazníkovi a jeho potřebám. **www.tech-con.cz**

Tech•Con

Tech•Con

Mátl & Bula spol. s r.o.

Firma Mátl & Bula, spol. s r.o. se zabývá službami v oblasti manipulační techniky, výrobou a prodejem hydraulických prvků, těsnění a techniky pro řezání a obrábění stavebních materiálů. Vše od navržení vhodného systému až po dodání a vybavení kvalitní technikou, zaškolení obsluhy záručního a pozáručního servisu. V rámci samotného skladování nabízí automatické regály, které vychystávají materiál až k rukám skladníka. Nezávisle na manipulační technice se zabývají prodejem, servisem a zajišťováním těsnících prvků pro hydrauliku a pneumatiku, tlakoměrů, výrobou hydraulických hadic, výrobou a opravami hydraulických válců a hydraulických prvků, včetně poradenské činnosti v tomto oboru. **www.matl-bula.cz**

Mátl & Bula®

TOKA, a.s.

Společnost Toka, a.s. patří již 25 let k předním českým dodavatelům kancelářského a bytového nábytku. Za posledních 5 let jsme vyrostli v jednoho z nejsilnějších dodavatelů komerčních interiérů s obratem přes sto milionů korun. Spoléháme se nejen na své architekty a designery, ale také spolupracujeme s předními českými i zahraničními designery. Díky profesionálnímu týmu se nám dlouhodobě daří nejen na domácím trhu, ale také v zahraničí. Prostřednictvím schopnosti dodávat interiéry na míru vč. výroby atypických kusů nábytku jsme schopni uspokojit i nejnáročnější klienty. Jako úspěšná společnost se také snažíme podporovat mladé talenty v oblasti designu, ale také pomáháme českému sportu. Uplynulé roky se nesly ve znamení hesla: „don't crowd your space, create it". Pro další etapu naší práce jsme zvolili motto: „more than an office". **www.toka.cz**

toka

Kofola ČeskoSlovensko, a.s.

Společnost Kofola ČeskoSlovensko je jeden z nejvýznamnějších výrobců nealkoholických nápojů s deseti výrobními závody na pěti evropských trzích. Do produktového portfolia společnosti v ČeskoSlovensku patří tradiční kolový nápoj s originální recepturou Kofola, pramenitá voda Rajec, řada sirupů Jupí, hroznový nápoj Vinea, dětské nápoje Jupík, energetický nápoj Semtex a další tradiční československé značky Chito, Top Topic a Citro Cola. V licenci vyrábí a distribuuje Royal Crown Colu a Orangina. Je výhradním distributorem značek Evian a Badoit pro Českou a Slovenskou republiku a oficiálním distributorem tradiční minerální vody z léčivého zdroje Vincentka pro české maloobchody a gastronomii. Exkluzivně také distribuuje v České republice a na Slovensku produkty společnosti Rauch. Do skupiny Kofola patří i síť UGO, dále pak LEROS, tradiční český výrobce směsí z léčivých rostlin, a slovenská minerální voda Kláštorná Kalcia. Nejnovějším přírůstkem do rodiny Kofola je společnost Espresso, která už přináší na český trh nejen špičkovou kávu Café Reserva, ale i prémiové čaje Dilmah a tomu odpovídající servis a kulturu. **www.kofola.cz**

kofola

Thimm Packaging

Firma patří do Skupiny THIMM, vedoucího poskytovatele obalových řešení a distribuce zboží. Portfolio firmy zahrnuje přepravní a prodejní obaly z vlnité lepenky, prodejní stojany, obalové systémy z různých materiálových kombinací a tiskové produkty pro další průmyslové zpracování. Spektrum nabídky doplňuje paleta služeb týkající se obalového segmentu v rámci dodavatelského řetězce. K okruhu zákazníků patří koncerny vyrábějící značkové zboží napříč všemi obory. Rodinný podnik zaměstnává přes 3000 zaměstnanců v 19 závodech v Německu, Česku, Rumunsku, Polsku, Francii a Mexiku. **www.thimm.cz**

THIMM Packaging

Moneta Leasing

Je členem koncernu MONETA. Toto bezpečné zázemí zaručuje všem obchodním partnerům finanční sílu a stabilitu. Poskytují kompletní finanční servis v oblasti financování již od roku 1995. Patří mezi největší leasingové společnosti na českém trhu. O vhodném řešení a podmínkách financování jednají s každým klientem individuálně. Financují osobní, nákladní a užitkové vozy, stroje a zařízení, technologie, lesnickou a zemědělskou techniku, zdravotnickou a veterinární techniku. Na změny reagují vytvářením rozmanité nabídky produktů a způsobů financování, které přesně odpovídají přáním a potřebám zákazníků. **www.monetaleasing.cz**

MONETA | LEASING

BWS Bistro

Konceptem BWS je moderní bistro, kde najdete kváskové pečivo, polévky, saláty, sandwiche, dezerty, nebo také domácí paštiky a další výrobky. Do bistra se můžete zastavit pro snídani, svačinu, na lehký oběd, nebo si nakoupit na večerní mlsání na doma. Všechny výrobky jsou české, poctivé, „čisté" – nepoužívají konzervanty, „éčka", sladidla a podobně. Připraví pro Vás catering na firemní nebo soukromou akci. Na hlavní firemní prodejnu na Hybešově jezdí i menší odběratelé, kteří kváskové pečivo a výrobky mají ve svých provozech. BWS Bistro je součástí firmy Equifarm, která mimo jiné provozuje rekreační a jezdecký areál v Jevišovicích, restauraci Malesický dvůr u Plzně nebo se věnuje firemnímu stravování. **www.bwstores.cz**

BWS BISTRO

Mediální partneři projektu:

Packaging herald

TECH MAGAZÍN

MODUS sází především na univerzální obaly

Český výrobce kancelářských a průmyslových svítidel, společnost **MODUS**, si potrpí na kvalitu, což vyžaduje mít vše pod maximální kontrolou. Výsledkem je postupné rozšiřování výroby v duchu co lze, vyrobíme si sami. Na export z českolipského závodu míří 70 % LED svítidel. Například do Skandinávie putuje výhradně LED osvětlení. Provozem nás provedl a do balení produktů zasvětil syn jednoho ze zakladatelů, obchodní manažer Jan Kavka.

Adriana Weberová

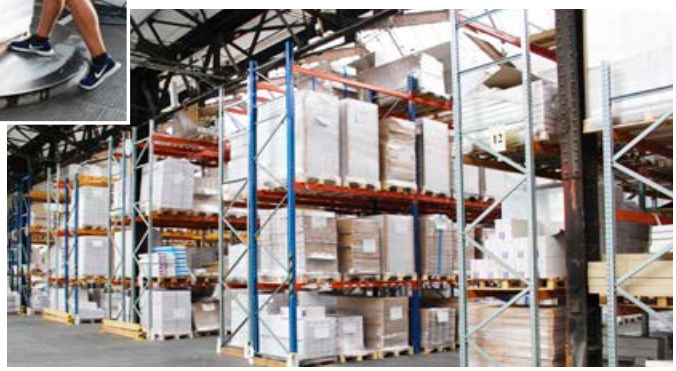
Společnost Modus vznikla spojením tří firem v roce 1994. Jeden ze zakladatelů disponoval soustruhem ve vlastní garáži, druhý páječkou v panelovém bytě a třetí měl potřebné obchodní zkušenosti. Spoluzakladatelé to dopracovali s týdenní produkcí 25 000 svítidel až na miliardový roční obrat. Zároveň jsou tuzemskou jedničkou ve výrobě kancelářských a průmyslových LED svítidel. Komplexní výrobní proces zahrnuje práci s kovem, drátování, lakování, osazování ledek a také výrobu elektronických komponentů.

Do kategorie speciálních produktů patří svítidla s různými motivy.

„Naše portfolio tvoří 150 rodin svítidel, z toho dnes už většina jsou LED svítidla. Každá rodina má průměrně 25 členů. Za rok uvedeme na trh až sedm nových produktových řad. Zajímavé je srovnání s dobou, kdy jsme vyvíjeli konvenční svítidla (pro zářivky T5, T8 a výbojková svítidla) – to jsme měli dvě nové rodiny za rok. Konvenční svítidla postupně utlumujeme na úkor LED svítidel," vysvětluje Jan Kavka.

Snahou je využívat v maximální možné míře univerzální obaly s cílem optimalizovat skladové zásoby, ale samozřejmě to není vždy možné. U kancelářských svítidel (například svítidla s mřížkou), která jsou citlivá na transport, se používají vícevrstvé lepenkové obaly. Pro těžší průmyslová svítidla jsou využívány zesílené lepenkové obaly. V případě nutnosti je produkt v obalu fixován pomocí lepenkových nebo molitanových přířezů. Dodavateli obalů jsou společnosti THIMM, Stirpack, Wassa a PACKWELL.

Palety jsou před expedicí baleny do ochranných fólií. V případě požadavku jsou opatřeny tvrzenými lepenkovými nebo kovovými rohy. Svítidla je také možné zatavit pomocí speciálního stroje do ochranné fólie, což je prováděno na specifický požadavek zákazníka.



Pro některá svítidla jsou skladem drženy v podstatě tři druhy obalů – s grafikou Modus, neutrální hnědé balení a pak balení zákaznické (tedy s grafikou zákazníka). Neutrální a zákaznické balení je používáno především pro západoevropské trhy, pro které jsou vyráběna svítidla se značkou zákazníka.

Firma disponuje čtyřmi sklady hotových výrobků. Dva se nacházejí přímo ve výrobním závodě v České Lípě, jeden v obchodním závodě v Praze a poslední v obchodním a ekonomickém závodě v Třebíči.

O posledních investicích do moderních technologií jsme psali na portále *www.packagingherald.cz.*

CORTEC CORPORATION
koroze pod kontrolou...
Zveme Vás na
61. Mezinárodní strojírenský veletrh
Výstaviště Brno
7. - 11. 10. 2019
Pavilon E, stánek č. 026
www.cortecvci.cz
tart®
www.tart.cz

INDIGOPRINT investoval do nových technologií

Ve Vysočanech vzniká unikátní polygrafický dům. Tedy on zatím roste. A to doslova. Objekt, v němž by časem měl sídlit moderní polygrafický hub, prochází rozsáhlou rekonstrukcí. Zatím v něm najdete společnosti **INDIGOPRINT** a **AF BKK**, které nabízejí služby spojené s digitálním i ofsetovým tiskem. Ale po dokončení zde zákazník bude mít k dispozici komplexní nabídku služeb od prodeje kompletního portfolia grafických papírů a materiálů pro kartonáž přes reklamní služby a marketingové agentury až po tisk i dokončovací zpracování. Provozem společnosti INDIGOPRINT nás provedl jednatel společnosti a autor myšlenky hubu Aleš Veselý.

Adriana Weberová

Obchodní filozofií společnosti INDIGOPRINT je kreativita a komplexnost služeb, spolehlivost, rychlost a v podstatě nekonečné možnosti, jak uspokojit zákazníka. „Například výroba malonákladových obalů, které pomáhají našim zákazníkům odlišit se od konkurence, je něco, co nás hodně baví," říká na úvod Aleš Veselý. Žhavými technologickými novinkami jsou dva stroje, digitální tiskový stroj Xerox Iridesse Press a digitální lakovací stroj Duplo DDC 810.

Digitální lakovací stroj Duplo DDC 810 od společnosti FORMICA CZ zdobí unikátní štítek s informací, že 1. května 2019 šlo o vůbec první instalaci stroje v České republice. Nový parciální UV lakovací stroj je kompaktní zařízení, které se vyznačuje velmi snadnou obsluhou. Dokončovací technologie nabízí vysoké rozlišení 600 × 600 dpi, vybavena je tiskovými hlavami od společnosti KYOCERA. Benefitem je vysoká přesnost již při prvním výtisku, která je zajištěna pomocí registračních značek.

SEZNAMTE SE
S DUPLO DDC 810 NA VIDEU

TECHNOLOGII DUPLO DDC 810 LZE VYUŽÍT I PRO VELMI MALÉ NÁKLADY – VÍCE NA

INDIGOPRINT je jedinou společností v České republice provozující digitální tiskový stroj ve formátu B3+ Xerox iGen 150 a Xerox Iridesse Press s unikátní možností tisku metalických barev a tisku bílé.

NEJZAJÍMAVĚJŠÍ VLASTNOSTI STROJE XEROX IRIDESSE PRESS

CO VEDLO INDIGOPRINT K NÁKUPU NOVÝCH TECHNOLOGIÍ A CO OČEKÁVÁ OD POLYGRAFICKÉHO HUBU?

VÍCE NA:

Ve společnosti INDIGOPRINT je od května v provozu také digitální tiskový stroj Xerox Iridesse Press. Jde o stejný stroj, který byl vystaven na veletrhu Reklama Polygraf 2018 a 2019. Šestibarevný tiskový systém nabízí tisk široké škály metalických barev, jako jsou metalická stříbrná a bílá barva.

Komplexní nabídku služeb zajišťuje úzká spolupráce s tiskárnou a grafickým studiem v jednom, společností AF BKK, která disponuje ofsetovými tiskovými stroji, výsekovými a skládacími stroji, lepičkami a například horkou ražbou. A právě tam se vydáme příště. ■

SMART PACKAGING SOLUTIONS
antalis
Vstupte do budoucnosti automatizovaného balení
NAVŠTIVTE NÁS NA MSV 2019
BVV BRNO 7–11. 10. 2019 | Stánek 28 | Pavillon A2
www.antalis-branopac.com | packaging@antalis-branopac.com
MSV 2019
eneo

ANTALIS otevřel již šesté PACKAGING DESIGN CENTRUM

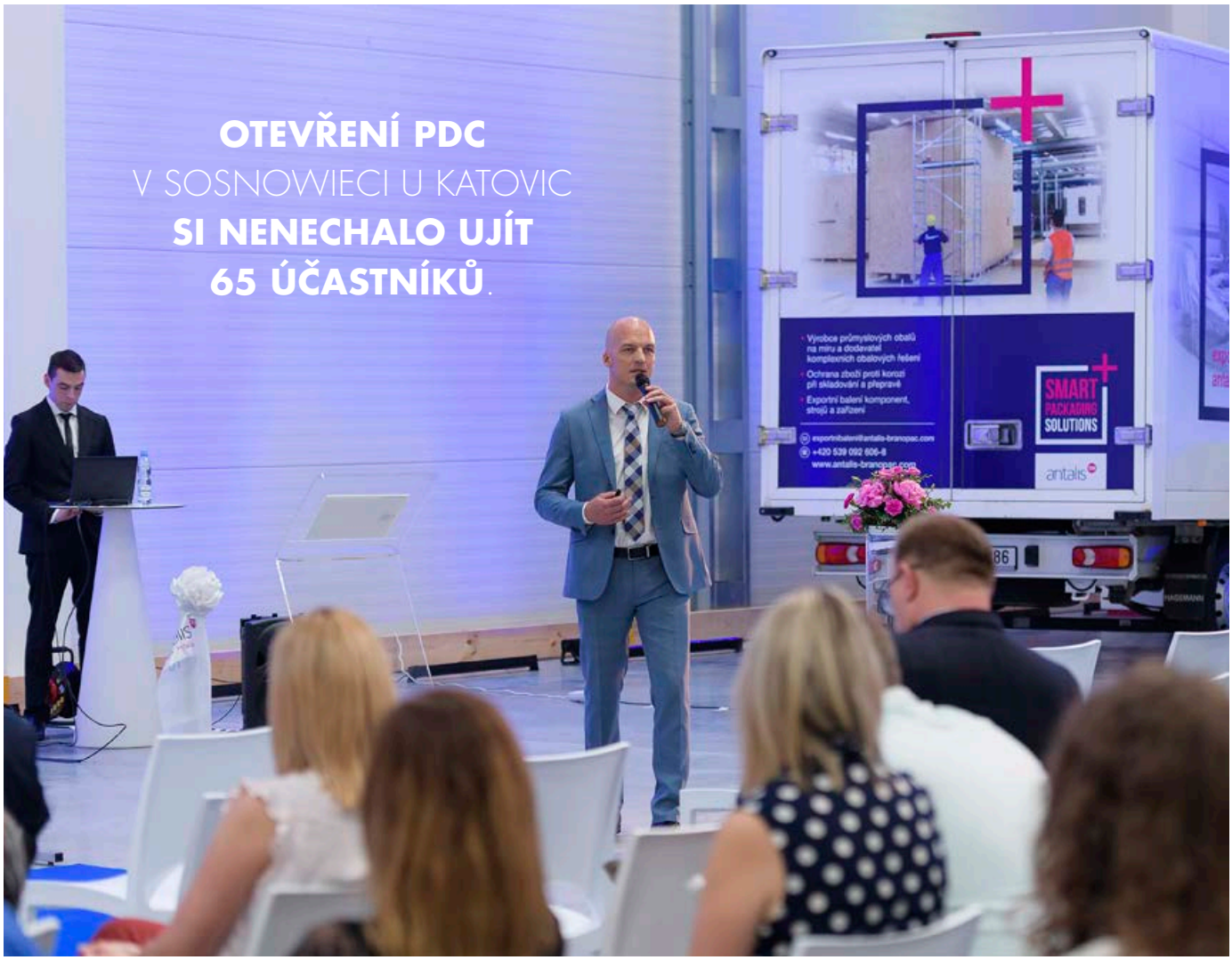
Společnost **ANTALIS** 6. června slavnostně otevřela u Katovic v Polsku nové **PACKAGING DESIGN CENTRUM** (PDC) specializující se na logistiku a segment automobilového průmyslu. Pracovníci centra pomohou reagovat na širokou škálu požadavků zákazníků, ať už jde o obalová řešení na míru, ochranu výrobků, optimalizaci procesu balení, redukci škod při přepravě či reverzní logistiku. Již šesté evropské PDC bude k dispozici projektům z regionu střední, jižní a východní Evropy (CSEE).

Adriana Weberová

Slavnostního přestřihnutí pásky se ujali zleva Christophe Hunaut, Managing Director Central South East Europe, Petr Martinek, Packaging Director Central South East Europe a Aleksander Gwizdala, Packaging Business Unit Director Poland.

KLÍČOVÁ JSOU TRVALÁ A UDRŽITELNÁ ŘEŠENÍ

Jedním ze strategických plánů společnosti Antalis je udržitelnost. Snahou je prostřednictvím Smart Packaging Solutions snižování ekologické stopy. Obaloví technici, kteří pracují v Packaging Design Centrech, jsou zavázáni k minimalizaci obalových materiálů, aniž by riskovali ochranu výrobku. Princip RRR (Reduce – Reuse – Recycle) vede obalové designéry k tomu, aby zákazníkům předkládali udržitelná obalová řešení. V průběhu celého tvůrčího procesu při řešení zákaznických projektů zvažují obaloví technici společnosti udržitelná řešení, kdykoliv je to možné. V praxi proto zvyšují podíl takzvaných jednodruhových obalů vyrobených z jednoho materiálu – obvykle na bázi papíru, a to jak pro vnitřní, tak i vnější obaly. Jiným příkladem ekologických obalů jsou vratné obaly na míru a snaha v co největší možné míře používat recyklovatelné materiály, jako je polyetylen, papír nebo polypropylen.



OTEVŘENÍ PDC V SOSNOWIECI U KATOVIC SI NENECHALO UJÍT 65 ÚČASTNÍKŮ.

Kromě managementu CSEE a zástupců médií na akci nechyběli klíčoví zákazníci z Polska, České republiky a Slovenska.

Představeny byly nejnovější trendy a inovace v packaging managementu. Prezentovány byly také ukázky inovativních obalových řešení na míru.

Po oficiální části následovala setkání v neformálním duchu.

Další Packaging Design Centra jsou v Německu, Dánsku a Anglii. Doposud zde vzniklo více než 10 000 obalových řešení na míru.

OBAL ROKU ZNÁ SVÉ VÍTĚZE

HODNOCENÍ EXPONÁTŮ LETOŠNÍHO ROČNÍKU SOUTĚŽE **OBAL ROKU** PROBÍHALO 18. A 20. ČERVNA 2019 V PROSTORÁCH ORGANIZÁTORA **OBALOVÉHO INSTITUTU SYBA** V PRAŽSKÝCH VYSOČANECH. PO SKONČENÍ DRUHÉHO HODNOTÍCÍHO DNE NÁSLEDOVALO NEFORMÁLNÍ SETKÁNÍ PŘIHLAŠOVATELŮ, POROTCŮ, ZÁSTUPCŮ MÉDIÍ A PŘÁTEL OBALŮ – AFTER JUDGING PARTY. VYVRCHOLENÍM BYLO VYHLÁŠENÍ 37 VÍTĚZNÝCH EXPONÁTŮ V 11 KATEGORIÍCH.

Adriana Weberová

Cílem soutěže OBAL ROKU je především šíření pozitivního náhledu na obaly, představení novinek a trendů v obalech a obalových materiálech, ale také nejnověji i v procesech a technologiích balení či výroby obalů. Neméně důležitým aspektem je zviditelnění obalových konstruktérů a designérů. Letošní rok se 103 přihláškami se v tomto ohledu stal rekordním. Uspělo 37 exponátů, z nichž pět porota nominovala na nejvyšší ocenění – CENU PŘEDSEDKYNĚ POROTY.

OBALY NOMINOVANÉ NA CENU PŘEDSEDKYNĚ POROTY

1

BB BOX, občerstvení pro náročné, od přihlašovatele UNIPAP

BB BOX je obalový koncept, kterým přirozeně proudí vzduch a zamezuje akumulaci vlhkosti uvnitř obalu s potravinami. Do boxu byl integrován účinný ventilační systém, který zajišťuje přirozenou výměnu vzduchu uvnitř obalu. Vzduch vstupuje do obalu výseky ve spodní části dna, prochází výseky inzertu a opouští jej přes výseky ve víku. Potraviny tak zůstávají déle čerstvé, připravené ke konzumaci. Obrázek č. 1

UNIPAP bodoval také s HOP FIX

HOP FIX – rychlá fixace pro světla – je inovativní přepravka s odnosným uchem a integrovanou fixací pro dva automobilové světlomety vyrobená z vlnité lepenky. Díky progresivní konstrukci a nízkému profilu D-vlny lze celý komplet složit a dodávat na balicí linku v ultraplochém stavu. Zde se během několika sekund jednoduše složí do kubického pracovního stavu. Na montážní lince v automobilce operátor odebírá jednotlivé přepravky s páry světel a instaluje je na kompletované vozy. V případě lokálních dodavatelů světel se přepravka opět složí do plochého stavu, čímž je připravena na další kolo použití/balení. Obrázek č. 2

Etiketa z dílny společnosti ETIFLEX

Etiketa slovenského vinařství Loczi svou elegantní uhrančivostí odkazuje na genia loci, ducha místa obce Limbach, kde vinařství působí. Logo Loczi i symbolická kresba ve tvaru soudku jsou provedeny technologií horké ražby v kombinaci černé a matné zlaté barvy. Prozkoumáte-li detailně kresbu, najdete mnoho motivů, které vás přenesou do vinařství Loczi v Limbachu. Od srdce vinaře poskládaného z bobulek vína

se rozbíhají cesty po pomyslné mapě milované krajiny, jeho tělem prorůstají kořeny a okolní střípky odkazují na místní lesy i vinice, památný strom Limbu, kostelní věž v Limbachu, schůdky do vinného sklípku i slovenský dvojramenný kříž. Obrázek č. 3

Schoeller Allibert zvítězil s multifunkčním kontejnerem

Magnum Optimum 1208 s rozměry 1200 × 800 × 960 mm od společnosti Schoeller Allibert Czech Republic je skládací plastový paletový kontejner z polypropylenu určený pro přepravu a skladování dílů. Nabízí větší objem, který lze navýšit nástavci. Oproti předchůdci je lehčí a pevnější, s rekordní nosností 750 kg. Hladké stěny chrání přepravované výrobky a snadno se čistí. Vyšší sklopný poměr výrazně šetří místo ve skladu a při přepravě, čímž snižuje náklady a dopad na životní prostředí. Snadno vyměnitelné části včetně špalků palety s bajonetovým zámkem snižují náklady na opravu. Je přizpůsoben pro automatizaci a lze jej označit etiketami, RFID a IoT tagy. Obrázek č. 4

Porota ocenila Ponožkovýchovu od DS Smith Packaging CR

Autorem oceněné konstrukce na Ponožkovýchovu – dětskou edici Klubu Pánů z Ponožkovic – je DS Smith Packaging Czech Republic. Obal je koncipován jako „magic box", do kterého je celý obsah vložen. K objevování všech součástí dochází postupně. Obal se skládá ze spodku, víka, vnitřního hranolu (vše modrá lepenka se stříbrným potiskem) a hlavní části (hnědá lepenka s černým potiskem). Postup otevírání, resp. rozbalování krabice, je popsán čísly a navádí dítě krok za krokem, přičemž nakonec objeví samotné ponožky. Obal je vyroben z plně recyklovatelné vlnité lepenky s vlnou E v kombinaci modrého preprintu a flexotisku. Obrázek č. 5

Kromě pětice těchto nominovaných obalů stojí za zmínku také ocenění v kategorii kosmetika, které získala společnost TOP TISK obaly za řešení z hladké lepenky pro kosmetiku Asombroso by Osmany Laffita. Obaly jsou vyrobeny z hladké lepenky třídy GC1 a zušlechtěny technologií studené ražby Prindor. Grafické prvky jsou zdůrazněny kombinací lesklého UV laku se strukturovaným lakem. Autorkou konstrukce je Ema Raspopčevová, za designem stojí známý módní návrhář Osmany Laffita, zpracování grafiky se ujal Martin Dušek. Více se o značce Asombroso a jejích obalech dozvíte *v rozhovoru s Osmanym Laffitou na stranách 16 až 19.*

Vyhlášení Ceny předsedkyně poroty a předání ocenění proběhne na **Obalovém galavečeru 24. října 2019**.■

2

3

4

5

OBAL ROKU 2019:
PŘEHLED OCENĚNÝCH ŘEŠENÍ
V ONLINE VERZI MAGAZÍNU

Vydavatel:
KON Agency s.r.o.

Sídlo:
Na Květnici 616/4, 140 00 Praha 4
IČ: 04126297
DIČ: CZ04126297

Korespondenční adresa:
Holečkova 31/103, 150 00 Praha 5
Mobil: +420 777 808 526
Web: www.packagingherald.cz

Redakce:
Mgr. Adriana Weberová
šéfredaktorka
Mobil: +420 604 928 572
Email: weberova@packagingherald.cz

Spolupracovníci redakce:
Miroslav Dočkal, Jan Cholenský,
Veronika Kozelková, Iveta Křížová,

Inzerce:
Mgr. Ivana Kohoutová, jednatelka
Mobil: +420 777 808 526
Email: kohoutova@packagingherald.cz

Marketing:
Ing. Veronika Kozelková, Ph.D.
Mobil: +420 608 312 524
Email: marketing@packagingherald.cz

Layout a DTP:
Bc. Lenka Tomičová
Email: tomicova@packagingherald.cz

Tiskárna:
Integraf, s. r. o.
Myslbekova 273, 547 01 Náchod

Distribuce:
DIGITAL-ICT s.r.o.
Do Čertous 2622/14
193 00 Praha 9 – Horní Počernice

Registrační značka:
MK ČR E 22207
ISSN 2336-8918 (Print)
ISSN 2336-8926 (On-line)

Publikované materiály mohou být dále uveřejněné pouze se souhlasem vydavatele. Vydavatel neodpovídá za věcný obsah inzerátů. Placená inzerce je označená PI.

Najdete nás na:

ABG 6
AF BKK 77
Achilles CZ 43
Alza.cz 8
ANTALIS 78
Association of Plastic Recyclers 55
AsstrA-Associated Traffic 41
Avery Dennison 6
BASF 52
Biopekárna Zemanka 50
Bobst 6
BOHEMIA SEKT 68
Borealis 52
Budějovický Budvar 8
Carlsberg 55
CipherLab 33
CODEWARE 32
Colognia Press 9
DAGO 58, 66
Danone Waters 55
Domino 6
DREKOMA 37
DS Smith Packaging Czech Republic 81
Durst 6
EKOBAL 39
EPAL 7
Epson 6
ETIFLEX 80
European PET Bottle Platform 55
EuWe Eugen Wexler ČR 12
EUWID 6
Febelgra 6
FINAT 6, 25
Finish 44
FIPA 47
FORD Spain 26
FORMICA CZ 76
Fujifilm 6
Gallus 6
Garçon Wines 50
Gartner 41
General Electric 41
GfK Czech 60
GS1 Czech Republic ... 32, 67
Heidelberg 7
Honeywell 33
HP 6
Chemosvit Folie 37
IBM 41
IKEA 41
INDIGOPRINT 76
Inetprint.cz 44
James Cropper 65
Jungheinrich 28
KHS 34, 54, 56
Koenig & Bauer 7
Kocher & Beck 6
Konica Minolta 6
Královský pivovar Krušovice 8
Krones 34, 68
KYOCERA 76
Kyoshin Paper and Package 7
Mark Andy 6
Merlin Technology 37
Microsoft 41
Milward & Brown 59
Mineralbrunnen Allgäuer Alpenwasser 55
Mobile Industrial Robots 26
MODUS 74
MPS 6
NAFIGATE Corporation 52
NATE Chotěboř 34, 68
Nestlé 9, 20
Nilpeter 6
OBALOVÝ INSTITUT SYBA 80
Omet 6
OnRobot 6
OSEM 20
Packung 12
PACKWELL 74
Pepsi ČR 8
Petainer Czech Holdings 28
Pittsburgh Corning CR 38
Pivovar Litovel 34
Plastipak 55, 57
POPAI CE 43, 58, 66
Presco 44
Printek 44
Procter & Gamble 59
PRS In Vivo U. S. 59
RD 7
RealPure Bottling 57
Reda 44
Robino & Galandrino 68
S&K LABEL 18
SANDER SUPPORT LOGISTIC 14
SERVISBAL OBALY 13
Schoeller Allibert 81
Siemens 41
Silver Springs Bottled Water 56
Smurfit Kappa 50, 62
SPPES 6
Stirpack 74
Südpack 52
Svaz výrobců vlnitých lepenek 62
TART 15
Technopol Group 7
THIMM 67, 74
THIMM pack'n'display 51, 63
THIMM Packaging Systems 10
TOP TISK obaly 81
UNFEA 6
UNIPAP 10, 80
VskE 6
Vyncke 14
Wassa 74
Xeikon 6
XEROX CZECH REPUBLIC ... 76
Zott 52

Seznam inzerce v Packaging Herald č. 24 (7–8/2019)

BOTTLING PRINTING 5
BRANOPAC CZ 77
DS Smith Packaging 62-63
EKOBAL 51
EPAL 2
Equicom 72-73
Fipack 25
FM ČESKÁ 29
G.N.P. — Paketo 65
Global Werbeagentur / BrauBeviale 2019 11
GS1 Czech Republic 45
Ing. Vladimír Harazím — Drekoma 35
JaGa 30-31
Model Obaly 61
ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM 84
Packung 13
Reliant / SpeedCHAIN 2019 83
Sdružení EPS 53
Smurfit Kappa 59
Steinbauer Lechner 9
Tarsus Exhibition & Publishing / Labelexpo Europe 23
TART 33, 75
TBA Plastové obaly 15
TECHNOLOGY 49
Veletrhy Brno / MSV 2019 ..... 27, 69

Magazín Packaging Herald je mediálně monitorován systémem MAXIMUSweb od společnosti Toxin.

Další číslo magazínu Packaging Herald vyjde **17. října 2019**.

INZERCE	
Rezervace	**27. 9. 2019**
Dodání	**7. 10. 2019**

6.–7. 11. 2019

RetailNews | Packaging herald | ReliantGroup®

SpeedCHAIN International 2019

Logistika:

TRENDY
TECHNOLOGIE
TRANSFORMACE

Manažerka konference: Ing. Lucie Padevětová,
padevetova@reliant.eu, +420 604 843 323
Registrace: http://www.speedchain.eu/registrace/

ZLATÍ PARTNEŘI

zetes ALWAYS A GOOD ID

GasNet
Člen innogy

VIP PARTNER

ŠKODA

STŘÍBRNÍ PARTNEŘI

ABERLE KÖRBER SOLUTIONS | DACHSER Intelligent Logistics | DSB Supply Chain Solution | EPAL | FM LOGISTIC | Linde Material Handling | TIMOCOM AUGMENTED LOGISTICS

BRONZOVÍ PARTNEŘI

algotech | Balikobot.cz | CRAEMER | EAE LIGHTING | EKOBAL | FIRST information systems | Goodman | ESLINE

ICZ | MD LOGISTIKA | oltis group | ONDRÁŠEK | PANATTONI EUROPE | Port of Hamburg | PROLOGIS

PRVNÍ OBALOVÁ Systémy balení | RAALTRANS | Raben your partner in logistics | savills | SCANLOCK | Schoeller Allibert | TRANS.EU ROAD TRANSPORT SYSTEM | VGP | wanzl

PARTNEŘI

Colliers INTERNATIONAL | DENIOS | DKV | logistika | GS1 Czech Republic | FOFR | ibq | kardex remstar

KODYS | Port of Antwerp | PRO MAN s.r.o. Chrudim | SATUM | SSI GROUP | TOTAL | Transics a WABCO company

PARTNER REGISTRACE ESP mobile you!

LIMOUSINE SERVICE SIXT leasing

COLOS V6 PŘIPRAVEN PRO PRŮMYSL 4.0

COLOS V6 JE SOFTWARE, KTERÝ SPOJUJE

centralizovaná produktová data, systémy pro řízení linek, obsluhu, tiskárny a zařízení pro kontrolu kódů ve zcela integrovaných řešeních.

CoLOS V6 vám pomůže:

- snížit výrobní náklady na přebalování a vyřazování výrobků
- eliminovat chyby obsluhy
- zvýšit výrobní výkon omezením prostojů
- chránit hodnotu značky dodržováním předpisů v dodavatelském řetězci

CoLOS Base V6
je vybavený software pro tvorbu zpráv a jejich správu. Dovoluje současně ovládat až čtyři zařízení. Řízení a monitorování tisku na úrovni linky.

CoLOS Factory
dovoluje současně ovládat až 99 zařízení. Řízení a monitorování tisku na úrovni závodu.

ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM
OFICIÁLNÍ PARTNER MARKEM-IMAJE PRO ČR

obchod@ondrasek.cz
www.ondrasek.cz
www.markem-imaje.com
+420 558 639 611

ONDRÁŠEK®

markem·imaje
A DOVER Company

KOMPLEXNÍ ZNAČICÍ TECHNOLOGIE PRO VÝROBNÍ A BALICÍ LINKY