



## **Sekcia Marketing & dizajn – ako obal môže pomôcť zvýšiť predaj**

**Sekcia Marketing & dizajn** bola ako každý rok venovaná obalom (Packaging) ako piatemu P v marketingovom mixe podľa hlavných štyroch parametrov: Product (výrobok), Price (cena), Place (miesto) a Promotion (propagácia). Vďaka aktuálnym prípadovým štúdiám sme zistili, ako obal môže pomôcť zvýšiť predaj.

Prvá prezentácia od Andrey Vozníkovej z agentúry Nielsen ukázala na konkrétnych príkladoch značiek z FMCG trhu z iných krajín, aký vplyv má redizajn obalu na celkový predaj. Konkrétny príklad z českého trhu potom ponúkla Gabriela Adámková z maloobchodného reťazca Albert, ktorá spoločne s Martinom Dulavom z agentúry Lineart hovorila o vplyve nového dizajnu obalov na predaj a vnímanie značky Albert.

Nechýbali ani najmodernejšie technológie: Martin Goszler (Fiala&Šebek) a Petr Kaczor (Thimm Pack'n'Display) spoločne predstavili digitálne technológie v službách obaliarov, ktoré ponúkajú jednak úsporu času, ako aj obrovský priestor pre kreativitu. Jiří Havránek zo spoločnosti Colognia press a Martin Bělík z DataLine Technology v prezentácii Ja chcem ten obal! pripomenuli, že obal hrá dôležitú úlohu aj pri online predaji. Na záver workshopu hovorila Pavla Cihlářová z GS1 Czech Republic o novinke GS1 Digital Link – o efektívnej komunikácii so spotrebiteľom.

## **Sekcia Technológie & transport – k obalom patria efektívne baliace procesy**

**Technologická a transportná** sekcia bola venovaná témam, ako sú robotizácia a automatizácia balenia alebo prepravné balenie. Unikátny pohľad pod pokrievku najväčšieho pivovaru v Českej republike a zároveň jedného z najväčších klientov pre obalový priemysel ponúkol rozhovor na tému Ako zvládnuť plechovkový boom? s Martinou Vajskebrovou zo spoločnosti Plzeňský Prazdroj a Attilom Szábom zo spoločnosti Canpack. Nasledovala prípadová štúdia s názvom Obal, ktorý predáva. František Olřha zo slovenskej tlačiarne

Cofin a Tomáš Kugler od dodávateľa tlačových riešení Konica Minolta predstavili digitálne získanie náhradných obalov s pridanou hodnotou.

V druhej prípadovej štúdiu workshopu hovorili zástupcovia dvoch odlišných spoločností – Lukáš Formánek z DZ Dražice a Franco Stessens z Franke Group – o tom, ako sa im spoločne s dodávateľom Smurfit Kappa podarilo vyvinúť monomateriálové riešenie ako ideálny spôsob, ako snúbiť udržateľnosť s funkčnosťou a praktickosťou.

Koniec sekcie Technológie a transport patrili diskusii. Traja zástupcovia popredných e-shopov z troch sektorov – Tomáš Haškovec z e-shopu s pet segmentom Spokojenypes.cz, zástupca internetovej parfumérie Notino a zástupca e-shopu s módou – sa snažili spoločne so Zdeňkom Suchitrom z firmy Smurfit Kappa nájsť obalový ideál pre e-shopy.

## **Nová sekcia Udržateľnosť**

Tohtoročná novinka v programe – **sekcia Udržateľnosť** – bola zameraná na koncepciu obehového hospodárstva, šikovný dizajn, ktorý je optimálny pre recykláciu, začlenenie recyklovaných materiálov do nových obalov a minimalizáciu negatívnych dopadov obalov na životné prostredie.

Dve praktické prípadové štúdie obohatili sekciu Udržateľnosť. Olin Novák, komerčný riaditeľ popredného potravinárskeho e-shopu Rohlík.cz predstavil udržateľnosť podľa Rohlíku v prezentácii Lepšie jedlo, lepší svet. Následne v spoločnej prezentácii generálni riaditelia Greiner Packaging Slušovice a Olma – Ivo Benda a Martin Krystián – načrtli svoj pohľad na udržateľnosť obalov a ukázali, čo spolu firmy pre životné prostredie už urobili.

A to zďaleka nie je všetko: jedna z priekopníčok v oblasti posudzovania životného cyklu (LCA) v Českej republike, Marie Tichá, povedala, aké kroky by sa mali podniknúť, aby obaly boli skutočne udržateľné. Sekcia Udržateľnosť sa venovala tiež recyklácii. Robert Suchopy, vedúci projektu PYREKOL výskumného centra UniCRE, prezentoval, ako testujú spôsob, ako pomocou chemickej recyklácie (pyrolýzy) premeniť odpadové plasty

na vstupnú surovinu na výrobu nových plastov.

Potom Jan Maršák, riaditeľ odboru odpadov Ministerstva životného prostredia ČR, predstavil novú legislatívu odpadového hospodárstva a jej dopad na český obalový trh. Zlatým klincom sekcie Udržateľnosť bola panelová diskusia s názvom Recyklácia bez obalu! Čo sa naozaj stane s obalom po tom, čo ho spotrebiteľ odhodí do farebného kontajnera? O tomto diskutovali Petr Šikýř (EKO-KOM), Hana Zmítková (Tetra Pak), Jan Daňša (ALPLA Group), Ondřej Oliva (SUEZ Česká republika) a Jaroslav Tymich (Asociace českého papírenského průmyslu).

## **OBALKO 8 – záznam sledovania online**

Jednou z výhod tohto ročníka kongresu OBALKO je, že full-HD záznam celého kongresu je pre registrovaných účastníkov k dispozícii. Navyše, organizátori umožňujú dodatočnú registráciu tým, ktorí nestihli sledovať kongres naživo, ale chceli by dodatočne dostať svoju dávku obalovej inšpirácie. Stačí sa zaregistrovať na [www.obalko.cz/registrace](http://www.obalko.cz/registrace) a organizátori vám pošlú heslo pre sledovanie záznamu kongresu.

## **OBALKO 9 v októbri – bude už naživo?**

Organizátori hneď po skončení kongresu OBALKO 8 vyhlásili termín pre ďalší, tentoraz deviaty ročník českého a slovenského obalového kongresu. OBALKO 9 sa bude konať 14.-15. októbra 2021 a ak epidemiologická situácia už dovolí, tak na tradičnom mieste Aquapalace Hotel Prague s fyzickou účasťou stoviek obalových profesionálov.

Obalový trh ale nebude musieť čakať do októbra, aby získal prostredníctvom projektu OBALKO ďalšiu inšpiráciu a informácie. Organizačná skupina ATOZ Packaging chystá inovácie projektu, ktoré premenia OBALKO v celoročný projekt. Ďalšie pokračovanie príde už v marci v podobe rozsiahlej tlačenej a elektronickej publikácie Ozvěny Obalka. Ak chcete sledovať ďalší vývoj projektu OBALKO, môžete sa registrovať pre emailové spravodajstvo projektu na [www.atozregistrace.cz/](http://www.atozregistrace.cz/) obalko alebo sledovať webové stránky projektu [www.obalko.cz](http://www.obalko.cz).