

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

SPECIÁLNÍ PŘÍLOHA

OBALY

Bezpečně a úsporně

Jak zboží z e-shopů dostat k zákazníkům bez poškození a zbytečně přitom neplýtvat materiálem? Nejlépe se toho dosahuje díky ceně, říká v rozhovoru Martin Beneš z Mailstepu.

Udržitelné obaly

Trh se připravuje na novou evropskou legislativu, která se zaměřuje na snižování množství odpadů z obalů a podporu recyklace.



Trendy v průmyslu

Miroslava Kohoutová
miroslava.kohoutova@economia.cz



Obalovému průmyslu vládne udržitelnost. Trh se připravuje na novou evropskou legislativu

Trendy v obalových materiálech se v posledních letech dynamicky mění. Zákazníci hledají jednoduchá, ale bezpečná přepravní řešení, která ochrání produkt a zároveň minimalizují dopad na životní prostředí. Dříve běžné náročné lakované tisky ustupují nenáročným graficím na odlehčené hnědé lepence.

„Zákazníci vyžadují co nejjednodušší, ale zároveň co nejbezpečnější přepravní obal. U každé objednávky je v tuto chvíli obrovský tlak na cenu,“ popisuje aktuální situaci na trhu Martin Tolar, obchodní ředitel ve společnosti Mondi Bupak.

Klíčovými faktory při výběru obalových materiálů jsou bezpečnost a ochrana produktů během přepravy. Trendem je zjednodušování tisku a zmenšování potištěné plochy. Například trhem je vidět snaha o ekologičnost. Firmy si uvědomují důležitost udržitelnosti, ať už kvůli legislativě, požadavkům zákazníků nebo vlastnímu vnímání zodpovědnosti. „Proto stále trvá snaha o úsporu materiálu a jeho náhradu v takových aplikacích, kde je to možné, snižování gramáže a lepší využití prostoru v obalech,“ říká Jan Kaprhál, inovační a marketingový manažer ze společnosti Smurfit Kappa Czech.

Z krabic mizí prázdná nevyužitá místa, velký důraz se klade na recyklovatelnost materiálu, používání nenatíraných papírů a opětovné použití obalů. Plast se nahrazuje papírem, optimalizují se rozměry a hmotnost. Přestává se používat polystyren v obalech a nahrazuje se například vlnitou lepenkou nebo její variací v podobě hexacombu.

Pokrok v oblasti e-commerce obalů

Podle Jana Kaprhála každý výrobce hledá udržitelnější cesty a způsoby balení. „Ne vždy ho ten jeho materiál nebo druh obalu dál pustí. Konkurenční výhoda se tvoří prozákaznickým zaměřením a přinášením hodnoty. Ta může být pro každého zákazníka jiná a ne vždy musí být finanční,“ říká.

Nahrazování plastů papírem se projevuje zejména u plastových fólií a okének. „To umožňuje lepší recyklovatelnost obalů. Optimalizace rozměrů obalů se zaměřuje na minimalizaci odpadu a snižování velikosti obalů tak, aby byly co nejeftivnější a přitom splňovaly požadavky na ochranu produktů,“ říká Dalibor Klein, obchodní ředitel společnosti Model Obaly. Podle něj také stále větší význam získává digitální tisk, který přináší flexibilitu, rychlost a vysokou kvalitu tisku. Umožňuje personalizaci obalů a tisk menších sérií ekonomicky výhodně, což zefektivňuje celý proces.

Obalový průmysl také výrazně ovlivňuje rozvoj e-commerce. Ten tlačí na vysokou kvalitu obalů, které chrání produkt, komunikují značku a minimalizují dopad na životní prostředí. „Zatímco dříve se často používaly staré, recyklované krabice nebo jednoduché klopové krabice, dnes je kladen důraz na mnohem

sofistikovanější řešení. Moderní obaly jsou navrženy s ohledem na uživatelský komfort i efektivitu balení. Využívají trhací samolepicí pásky, které výrazně usnadňují nejen samotné balení, ale i bezpečné uzavření balíku například v případě nutnosti vrácení zboží,“ popisuje Klein.

PPWR: Výzva pro obalový průmysl

Podle Martina Tolara z Mondi Bupak je překvapivé, že na trhu zatím není moc zjevná náhrada jednosměrných plastových obalů v souvislosti s novou evropskou legislativou PPWR. Packaging and Packaging Waste Re-

gulation je nařízení, které se zaměřuje na snižování množství odpadů z obalů a podporu recyklace. Od roku 2030 zakazuje veškeré jednosměrné plastové obaly, jako jsou plastové krabice na ovoce a zeleninu či přebalování fólií.

„Měli by se na to všichni připravovat a výrobci obalů z vlnité lepenky by měli v tuto chvíli mít plně ruce práce s vymyšlením náhrady těchto obalových řešení,“ říká Tolar a dodává: „Je pravda, že je to až za pět let, ale to není tak dlouhá doba, když si uvědomíte, že hodně z těchto obalů je baleno na automatických linkách. Ty bude nutné upravit nebo změnit.“

Podle obchodního ředitele Mondi Bupak je načase začít se na přechod z těchto obalů připravovat a mít jasný časový plán, aby se to do roku 2030 dalo zvládnout.

Firmy se musí naučit na změny reagovat rychleji

Globální události posledních let jako pandemie covidu-19, válka na Ukrajině a energetická krize, významně ovlivnily obalový průmysl. Narušily zavedené struktury globálních dodavatelských řetězců a přinesly do odvětví obalových materiálů dynamické změny. Firmy v turbulentním prostředí musí projevat daleko větší flexibilitu a rychlost reakce než v minulosti, aby se dokázaly přizpůsobit novým podmínkám a požadavkům trhu.

to znamená investice do inovací a moderních technologií, jako je digitalizace a automatizace výroby. Ty nám umožňují splnit tyto požadavky a zajistit si dlouhodobou konkurenceschopnost na trhu,“ vysvětluje Klein.

Inovace v obalovém průmyslu se týkají nejen vývoje obalů, ale i výroby papíru, lepenky, logistiky a tisku. Výrobci se snaží neustále hledat inovativní řešení, včetně designu. Ve společnosti Smurfit Kappa Czech například u punnetů, což jsou zapečetěná balení plodů na táckách či v košíčkách, snížili spotřebu materiálu o 45 procent díky inovativnímu designu rukojeti, který šetří místo.

„Přicházíme s náhradou smršťovací fólie na paletách a místo toho je ovijíme papírem. Další novinkou je tvarovatelná a embosovaná celulóza, která je ve tvaru vlny fixována na nosném materiálu, takže ji lze použít jako tlumící ochranu pro citlivé produkty namísto plastových pěn. Navíc lze toto řešení použít i několikrát, protože výplňový materiál se opět narovná,“ říká Jan Kaprhál ze Smurfit Kappa Czech.

Očekávání zákazníků přesahují možnosti průmyslu

Obalový byznys v následujících letech bude zejména ovlivněn nástupem a implementací PPWR pravidel. V oboru se budou neustále hledat nové formáty a materiály a bude jej nadále ovlivňovat udržitelnost a snižování emisí souvisejících s celým životním cyklem obalů.



Méně odpadů z obalů. Mezi udržitelná řešení, se kterými výrobci obalů a obalových strojů v poslední době přichází, patří i ovijení paletizovaných produktů papírem namísto smršťovací fólie. Foto: Mondi

~
Výrobci obalů z vlnité lepenky by měli v tuto chvíli mít plně ruce práce s vymyšlením náhrady jednosměrných plastových obalů.

Jedním z hlavních důsledků je tlak na zkrácení dodacích lhůt a snižování velikosti výrobních sérií. „Firmy dnes musí rychle přizpůsobit výrobu konkrétním požadavkům zákazníků, což zahrnuje i požadavky na logistiku, kdy je očekáváno dodání obalů ve stoprocentní kvalitě a v co nejkratší době. Zvyšují se i nároky na udržitelnost – s tlakem na snižování emisí CO₂ a používání ekologičtějších materiálů, což ovlivňuje celý výrobní proces a dodavatelské řetězce,“ říká Dalibor Klein z firmy Model Obaly.

Klíčovým faktorem se stává flexibilita, protože firmy musí být schopné reagovat na nepředvídatelné změny jako kolísání cen energií nebo výpadky surovin. „Pro firmy našeho typu

„Uhlíková stopa produktu se stává klíčovým faktorem při výběru dodavatele a je srovnatelná s parametry, jako jsou cena a kvalita výrobků. Tlak na průmysl, aby poskytoval ekologičtější obaly, bude nadále narůstat,“ předpokládá Dalibor Klein.

Podle něho stoupá očekávání zákazníků, které často přesahuje aktuální možnosti průmyslu. „Zákazníci často požadují informace o uhlíkové stopě produktů, ale ty jsou v současné době mnohdy založené na předpokladech a odhadech, nikoliv na přesných standardizovaných postupech. Dodavatelské řetězce, včetně papíren, zatím nejsou schopné poskytovat takové údaje ve všech fázích produkce,“ dodává.



WWW.DSSMITH.COM



DS Smith Easy Bowl

Tvoříme pro vás **obaly**,
které nám pomáhají dosáhnout
cílů **v oblasti udržitelnosti**



DS Smith Light Wrap



DS Smith
Fruits & Vegetables
Punnet



DS Smith Lift Up

Ve společnosti DS Smith neustále **inovujeme**,
navrhujeme a transformujeme obaly.
Našimi řešeními jsme nahradili již více než jednu
miliardu kusů plastových obalů a pomůžeme vám
nahradit i vaše plastové obaly.

Máme **mnohaletou zkušenost** s inovacemi a jsme
odborníky v oblasti obalů pro širokou škálu
průmyslových odvětví. Podívejte se na naše
nejnovější obalová řešení.



DS Smith Tape Back



DS Smith Safe Sender

Pojďme společně vytvořit
obaly pro vaši značku



Rozhovor

Martin Petříček
martin.petricek@economia.cz



Snažíme se razit v obalech minimalismus, ale nejde to vždy, říká šéf Mailstepu

Je to těžko řešitelný rébus. Jak co nejlépe zajistit, aby se zboží z e-shopů dostalo k zákazníkům bez poškození, ale aby se zároveň zbytečně neplýtvalo materiálem. Lidé si přehnaného množství obalových materiálů, především plastů, všimají a jsou na to citliví. „Společného zájmu, který tlačí množství obalového materiálu dolů, se nejlépe dosahuje díky ceně,“ říká ředitel logistické a fulfillmentové společnosti Mailstep Martin Beneš. V rozhovoru také popisuje, jak balení zásilek z e-shopů funguje a kdy se vyplatí automatizovat celý sklad.

Co lidem nejvíce vadí na obalech u zásilek, které dostávají z e-shopů?

Nemáme na to žádný reprezentativní průzkum. Pokud si však lidé na něco v této oblas-

třeba knihu nebo krabici od bot. Balicí stroj si to naskenuje a přesně na rozměr daného výrobku z kartonu vyřízne obal, který produkt těsně obepne. Uvnitř už není žádný výplňový materiál – ani papír, ani plast. Zároveň je to velmi pevné, obal má zesílené hrany, je velmi bytelný, tudíž při nárazech nehrozí poškození zásilky. Má to však jisté limity, stroj se hodí spíše pro výrobky, které mají pravidelný tvar. Neporadí si s věcmi, které jsou náchylné k rozbití nebo příliš náročné na balení. Nelze do něj poslat například výrobky ze skla.

Technologie CartonWrap tedy dokáže zabalit výrobek na míru, nevznikají však při tomto způsobu balení příliš velké odřezky?

Stroj využívá nekonečnou vlnitou lepenku, která je ve tvaru harmoniky vyskládaná na paletě. Bloky kartonu jsou ohnuty do tvaru pís-

me Z jeden za druhým. Technologie se snaží o co nejmenší odřezky. Nicméně i ty dokážeme ještě zužitkovat – třeba pro balení menších balíčků. Dlouho jsme byli jediní, kdo v Česku tuhle technologii využíval, nyní už ji mají i další hráči na českém trhu. K balení využíváme z 95 procent recyklovaný karton, přičemž standard trhu se pohybuje někde nad 80 procenty. E-shopy samy o sobě by na to tolik netlačily, kdyby neviděly, že jejich zákazníci požadují co nejvíce recyklovatelné obaly či využívání papíru místo plastu.

Nahrazuje papír skutečně ve větší míře plastové obaly, nebo to nejde vždy?

Na můj vkus používáme plastu moc. Vycházíme z toho, co chtějí naši zákazníci, tedy e-shopy. Papír není vždy levnější než plast. Byli bychom schopni využívat papírové výplně u všech objednávek, ale ve srovnání s výplní z plastu to bývá nejméně dvakrát dražší. Pokud klient ví, že jeho zákazníci jsou na to citliví, rád si připlatí. Nestačí jen zásilku zabalit, aby se po cestě nerozbila, ale chtějí něco lepšího, luxusnějšího. To jsou klienti, kteří budují lovebrand a mají produkty s vyšší marží. Ti pak častěji volí papírové výplně. U nás například takto balí e-shop Monbaby, který prodává prémiové dětské oblečení a další výrobky pro nejmenší. Například Nike posílá ze svého německého obchodu vše v papírových obalech. I v nich se nicméně nachází stopové množství plastu, lze to však recyklovat jako běžný papír. Vedle lovebrandů mají zájem o ekologičtější obaly třeba parfumerie. Celkově však je takových e-shopů menšina, hlavní proud stále využívá k výplni balíčku plast. Například náhradní díly k automobilům není třeba posílat ve stopo-

centním ekologickém obalu, v tomto případě jde hlavně o cenu.

Řada výrobků, například právě oblečení, bývá často zabalená navíc v igelitové folii. Není to zbytečné?

Je to kvůli ochraně výrobku před prachem a dalšími nečistotami. Pokud to nedostaneme ve folii přímo od výrobce, děláme to ve chvíli, kdy daný kus přijede do skladu. Většinou se ve stejném igelitu odesílá zákazníkovi. Snažíme se to ale i v této části zredukovat. Řešíme, kdy je potřeba tuto folii použít, bavíme se o tom, jestli to má být z odbouratelného biologického materiálu. S Monbaby jsme se dohodli, že i tento vnitřní obal budeme recyklovat. Nasadíme ho na oblečení, které čisté dostaneme z výroby, projde skladem, a před konečným balením ho sundáme. Pak ho využijeme znovu a znovu. Na konci životnosti skončí v tříděném plastu. Ale samozřejmě takové řešení je dražší.

Zmiňoval jste, že karton je z 95 procent recyklovaný. Jak je to u plastů, prošla tato oblast změnou?

U výplňového materiálu se nyní využívá sto procentní recyklát. Neznám dodavatele, který by nabízel nový plast. Nejběžnější sáčky, do nichž se dávají například zmiňovaná trička, jsou z LDPE, to je méně hustý polyetylen. U jednodusových objednávek je to z 30 procent recyklát. Při využití vyššího podílu recyklovaného materiálu se ztrácejí vlastnosti, které od toho plastu očekáváme, potýkali bychom se s nedostatečnou tuhostí. Hrozilo by, že se sáček roztrhne při přepravě. Technologie nicméně umožňuje folie postupně ztenčovat.

~ Společného zájmu, kterým je stlačení množství obalového materiálu dolů, se nejlépe dosahuje díky ceně.

ti stěžují, je to přehnané množství obalových materiálů, především plastů. Často se obaluje obal na obal a pak se to ještě dává do dalšího obalu. Na druhou stranu, e-shopy mají zájem na tom, aby chom zákazníkovi doručili zboží bez jakéhokoliv poškození, v perfektní kvalitě. Někdy to jde dokonce tak daleko, že samotný obal je produktem, třeba u nějakých sběratelských kousků. Občas to jde tedy proti sobě.

Jak mezi tím najít kompromis?

Společného zájmu, kterým je stlačení množství obalového materiálu dolů, se nejlépe dosahuje díky ceně. Koncový zákazník chce mít co nejrychlejší doručení, v té nejvyšší kvalitě, ale zároveň co nejlevněji. Platí to i pro odesílatele. Nemá takové marže, aby dopravu výrazněji dotoval. A my jako ti, kteří pro e-shopy vyřizují objednávky, chceme postupovat co nejefektivněji. Každý obal navíc pro nás znamená dodatečný náklad, protože to trvá déle. Nemusí to však platit vždy. Někdy se obalového materiálu zbavit nemůžeme, je třeba zabránit poškození zboží. Jde o pravidla, která stanovuje dopravce. Pokud to jde, snažíme se razit v obalech určitý minimalismus.

Co v tom pomáhá?

Ušetřit obalový materiál pomáhají automatizované balicí linky. Zároveň urychlí balení zásilek. V našem skladu používáme technologii CartonWrap. Vložíme objednaný produkt,



Martin Beneš (39) vede společnost Mailstep od konce roku 2023. Předchozích sedm let působil ve firmě Creative Dock, kde se věnoval vytváření nových projektů v logistice, financích a dalších oblastech. Byl i u začátků rychlého růstu Slevomatu.
Foto: HN – Honza Mudra

Používáme nyní nejčastěji sáčky s tloušťkou 70 mikronů, tedy mikrometrů, zatímco ještě před sedmi osmi lety bychom museli tutéž objednávku poslat v sáčku s tloušťkou 78 nebo 82 mikronů. Může se to zdát jako maličkost, ale ušetří se díky tomu kolem deseti procent materiálu, přičemž jeho tuhost je úplně stejná, případně vyšší, než byla před pár lety. Prostor k další úspoře ještě je, ale v určité chvíli naráží technologie na své hranice.

Jaké trendy se ještě v obalech prosazují?

Existují klienti, kteří chtějí customizaci obalů či krabic, do kterých se balí jejich výrobky. Mohou odesílat zboží ve vlastních krabicích, ale v našich podmínkách to děláme hlavně pro větší klienty, kteří mají určitý objem zakázek. Dá se to ale také řešit polepem, vytisknutím loga na krabici. Mezinárodní značky musí dodržovat svůj brand, je třeba řešit i takové maličkosti, jako je odstín pásky na přelepování krabice. Menší e-shopy zase často přijdou s tím, že chtějí využívat dárková balení. Berou to jako způsob odlišení. Poměrně brzy od toho ze své vlastní iniciativy ustoupí. Zjistí, že speciální balení pro ně nepředstavuje tak velkou marketingovou sílu, jak si původně myslely. Rostoucí firma začne řešit jiné druhy problémů. Když má padesát objednávek denně, zvládne napsat osobní kartičky s věnováním osobně majitel. Když jich bude pět set nebo pět tisíc, už to nedokáže. V této fázi bude navíc spíše řešit, přes jaké distribuční kanály chce prodávat, zda nadále udrží perfektní zákaznický servis. Řeknou si, co zákazník spíše chce, aby byl spokojený? Jestli raději hezky zabalený dárek, ale až za tři dny, nebo rychlejší dodávku, jen ne nadstandard-

ně zabalenou. Má-li to pro sebe, nejspíš zvolí druhou variantu.

Jak moc se ve fulfillmentu uplatňuje automatizace? Lze přenechat strojům všechny činnosti při balení?

Je pravda, že se nyní ve skladech, při balení a v logistice hodně automatizuje. Některé věci a balicí linky fungují samostatně, jinde je to poloautomatizace. Úplná robotizace zatím pro fulfillment nemusí být vhodná, protože zároveň s ní přicházíte o flexibilitu. Předurčuje, co budete mít za sortiment. V Mailstepu máme různé zákazníky, zajišťujeme logistiku pro potravinové doplňky, oblečení i čističky vzduchu a v balení potřebujeme flexibilitu. To, co můžeme, děláme automatizovaně. Řadu položek ale takto dělat nejde – a ve výsledku více než 50 procent balíků zpracujeme ručně. Ještě to nějakou dobu takto zůstane, protože máme řadu zákazníků, kteří mají specifické požadavky.

Co ještě přispívá k optimalizaci velikosti balení?

Investovali jsme také do vah a skenerů na příjmu do skladu. Co nejpřesněji se snažíme změřit a zvážit zboží, které k nám přichází. Díky tomu můžeme celý proces zrychlit a optimalizovat, abychom po skladu zbytečně nevozili vzduch a neplýtvali materiálem. Pomůže to i při ručním balení – obsluze na balicí lince napoví, jakou velikost krabice má vybrat. Byť se to na první pohled nezdá, není to tak triviální, člověk v té rozmanitosti produktů nabude zkušenosti a dostane to do oka až praxí. Ani tak ale nemusí všechno na první pohled vidět. Balení je nicméně celkem přímočarý proces. Buď to zabalí stroj, nebo to balíte ručně a jen

se snažíte najít způsob, jak to zabalit rychle, levně i udržitelně.

A co pomůže baličům urychlit jejich práci?

Je to například jednodušší skládání krabic. Zatímco dřív se složité skládaly, dnes do ní stačí bouchnout a krabice se složí skoro sama. Díky správně připravené drti se dá urychlit vkládání výplně do krabic. Největší přidanou hodnotu vidím v tom, jak je zboží v krabici vyrovnané. V tom by se neměly dělat kompromisy, protože se od toho odvíjí i zákaznická zkušenost.

Úplná robotizace zatím pro fulfillment nemusí být vhodná, protože zároveň s ní přicházíte o flexibilitu.

V průměru je v objednávce více než jedna položka, a když zákazník krabici otevře a uvidí v ní ledabyle poházené zboží, nebude nejspíš moc spokojený. Díky automatizaci v ostatních částech balicího procesu získají baliči více času právě na to, aby výrobky do krabice lépe poskládali. Poté zase nastoupí automatizace – na krabici se vytiskne štítek, přelepí páskou, roztřídí.

Cestou k udržitelnosti by mohly být také vratné obaly. Využívají se ve fulfillmentu?

Například Rohlík má zálohované vratné tašky z recyklovaného plastu. Vratné krabice se využívají především v oblasti módy, což usnadňuje možnost vrátit do e-shopu nevyhovující nebo nepadnoucí oblečení. Rád bych to měl všude, ale i v tomto případě narážíme na vyšší cenu. Podobné jsou zpětně lepicí klopky u plastových sáčků. Záleží nejen na ekologii, ale také na uživatelské zkušenosti zákazníka. Může snadněji vrátit, co nechce – u některých e-shopů dělají vratky i 30 procent prodaného zboží. Typický příklad: objednáte si tři velikosti, vyberete si tu, která vám padne, a zbývající dvě pošlete zpět v obalu, ve kterém to přišlo. Neplatí to však pro všechny e-shopy. Často se uvádí, že možnost snadného a rychlého vrácení zboží je pro kupujícího druhým nejdůležitějším faktorem – hned po ochraně zboží při dopravě.

Alza, což je tuzemská jednička mezi e-shopy, už některé zásilky, které doručuje do svých výdejních boxů, vůbec nebalí, ponechá jen originální obal. Nebo více produktů v rámci jedné objednávky ponechá zvlášť. Je to cesta?

Pro někoho, kdo není celkově integrovaný, kdo nemá vlastní sklad, dopravu i výdejní boxy, je těžké to udělat. V běžném případě se na cestě od výrobce či e-shopu ke konečnému zákazníkovi podílí několik různých firem a každá z nich nese za zásilku zodpovědnost. Mají svoje podmínky, protože chtějí zabránit poškození zboží a případným reklamacím. Alza je celkově vertikálně integrovaná, do boxů zaváží objednávky vlastními auty, má svá pravidla. Když se něco pokazí, zkazila si to sama sobě. Teoreticky to však může být varianta budoucnosti, je to téma, nad kterým i pro nás stojí za to přemýšlet.

Inzerce
HN063592

NESTRESUJTE SE, NECHTE TO NA NÁS!



30 let zkušeností

- ⋮ kompletace a distribuce
- ⋮ reklamní balíčky
- ⋮ firemní korespondence
- ⋮ zušlechťování tiskovin
- ⋮ výroba obalů

5P AGENCY
Direct marketing team
Kontaktujte nás a zjistěte více
5PAGENCY.CZ

Spojili jsme síly. Nyní jsme Smurfit Westrock

Dva významní hráči v oboru výroby papíru a papírových obalů, Smurfit Kappa a WestRock, se spojili do jedné společnosti. Nově vzniklá společnost má více než sto tisíc zaměstnanců a působí na šesti světadílech. Vznikla tak globální firma s velkým inovačním potenciálem, bezkonkurenčním geografickým pokrytím trhu, ale především s komplexním produktovým portfoliem, které uspokojí většinu zákazníků.



Budova newyorské burzy s býkem z vlnité lepenky v popředí. Zde 9. července oficiálně začala nová era společnosti Smurfit Westrock, která vznikla spojením firem Smurfit Kappa a WestRock. Zdroj: Smurfit Westrock

Obalový průmysl hraje v současné společnosti klíčovou roli, a to hned z několika důvodů. Obaly jsou důležitým nástrojem pro marketing a branding. Atraktivní a funkční obal může významným způsobem zvýšit prodej produktu a posílit povědomí o značce. Moderní obalový průmysl se stále více zaměřuje na udržitelnost. To zahrnuje používání recyklovatelných a biologicky rozložitelných materiálů, stejně jako snahu o minimalizaci odpadu a podporu cirkulární ekonomiky. A samozřejmě, obaly primárně chrání jiné výrobky před poškozením, kontaminací a znehodnocením během přepravy či při jejich skladování. Význam spojení firem Smurfit Kappa a WestRock popisuje Zdeněk Suchitra, výkonný ředitel společnosti Smurfit Westrock pro centrální a jihovýchodní Evropu.

Kdy vlastně ke spojení těchto dvou významných firem došlo a jak probíhalo?

Oficiálně k tomu došlo v okamžiku, když 9. července 2024 Tony Smurfit, výkonný ředitel společnosti Smurfit Westrock, slavnostně zazvonil na zvon newyorské burzy a tím otevřel novou éru naší společnosti Smurfit Westrock. Společnost je kotovaná na newyorské i na londýnské burze, a to s tržní kapitalizací vyšší než 20 miliard dolarů. Tím se završila poměrně rychlá cesta, jež začala oznámením uvažovaného spojení, které bylo zveřejněno 12. září 2023. Ve stejný den, kdy Tony zvonil na zvonec v New Yorku, jsme ve všech závodech uspořádali společná setkání s našimi zaměstnanci, a pokud to bylo možné, sledovali jsme také stream z New Yorku v přímém přenosu.

Spojením společností Smurfit Kappa a WestRock vznikla globální společnost působící v oblasti výroby papíru a papírových obalů. Co do tohoto svazku každá z těchto společností vložila?

Společnost Smurfit Kappa jako evropský lídr v oblasti hladké a vlnité lepenky do tohoto spojení přinesla nejen své špičko-



Zdeněk Suchitra. Výkonný ředitel společnosti pro region střední a jihovýchodní Evropy. Zdroj: Smurfit Westrock

vé provozní výsledky a inovační potenciál, ale také rozsáhlou působnost na amerických trzích. WestRock má zase významné postavení v oblasti spotřebitelských obalů ve Spojených státech a také silnou pozici na trhu v Brazílii a Mexiku. Samozřejmě že kromě strategického a obchodního spojení došlo i ke spojení výrobních kapacit. V Evropě vstoupila Smurfit Kappa do tohoto svazku s dvě stě padesáti závody na výrobu papíru, lepenky a obalů z vlnité lepenky. WestRock k tomu přidal dalších pade-

sát továren specializovaných na výrobu spotřebitelských obalů. Tony Smurfit se stal výkonným ředitelem skupiny Smurfit Westrock s tím, že Saverio Mayer je nyní výkonným ředitelem Smurfit Westrock Europe.

Co lze od tohoto spojení očekávat? Zlepší se například provozní efektivita a zvýší výnosy z papíren i zpracovatelských závodů?

Každé takové spojení společností má určité finanční cíle a stejně tak se očekávají určité synergie. Já osobně vidím největší přínos ve spojení našich produktových portfolií a ve spojení know-how obou společností. Jedna z těchto společností byla silná v oblasti sekundárních obalů, které se užívají k přepravě jednotlivých spotřebitelských obalů, kde naopak měla velké rezervy. Ta druhá zase byla skvělá ve výrobě spotřebitelských obalů. Nyní tedy umíme zabalit jak jeden konkrétní výrobek, tak skupinu výrobků, ale umíme i komplexní obalová řešení. Spojením firem jsme získali možnost oslovit více zákazníků a nabídnout jim opravdu komplexní produktové portfolio, a to prakticky z jedné ruky.

Pro mnoho firem je udržitelnost výroby zásadní otázkou. Předpokládám, že stejnou strategii bude uplatňovat i společnost Smurfit Westrock.

Obě společnosti měly udržitelnost jako nedílnou součást svých obchodních strategií. Tyto strategie budeme samozřejmě nadále dále rozvíjet. Papír je z hlediska udržitelnosti nejlepší obalový materiál, protože je ze své podstaty plně recyklovatelný a zcela biologicky odbouratelný. Určitě také budeme pokračovat v naší iniciativě Better Planet Packaging, jejímž cílem je snížit množství obalového odpadu. Principy této iniciativy jsou integrální součástí vývoje všech našich obalů a česká odborná veřejnost se s nimi může seznámit například na našich zákaznických dnech, které se uskuteční v Experience Centre Žebrák, a to ve dnech 5.-7. 11. 2024. Pro naše zákazníky také ověřujeme, zda jejich stávající obaly vyhovují legislativním požadavkům Evropské unie, a to především nařízení známému pod zkratkou PPWR (Packaging and Packaging Waste Regulation). Zároveň jim můžeme garantovat, že naše obaly splňují také podmínky stanovené Evropskou směrnicí proti odlesňování, protože do našich papíren a zpracovatelských závodů nevstupují žádné suroviny, které by byly jakkoliv spojeny s nelegálním kácením lesů nebo degradací ekosystémů.

K jakým změnám došlo v souvislosti s tímto globálním spojením u nás v Česku a jak z toho budou profitovat čeští zákazníci?

V České republice disponujeme po sloučení obou firem celkem sedmi závody na výrobu obalů a jednou papírnou. Šest z těchto závodů a papírna byly původně ve vlastnictví společnosti Smurfit Kappa, přičemž k nim nově přibyl jeden závod společnosti WestRock. Nyní máme opravdu bezkonkurenční výrobní portfolio, geografické pokrytí, a navíc tým skvělých lidí. Naše portfolio zahrnuje papír, hladkou a vlnitou lepenku, obaly z vlnité lepenky, spotřebitelské obaly, speciální obaly, displeje a výrobky typu bag-in-box. Zákazníky aktuálně obsluhujeme z poboček v Brně, Kolíně, Svitavách, Olomouci, Štúrově, Žebráku a Žimovicích, což znamená, že ke všem zákazníkům máme blízko. Stručně řečeno, disponujeme nyní více pobočkami, většími kapacitami, širším strojovým parkem a samozřejmě rozšířeným produktovým portfoliem. Spojili jsme obchodní a inovační týmy obou společností a spojujeme i jejich znalosti a kompetence. To, co si dosud zákazníci objednávali od Smurfit Kappa a WestRock odděleně anebo od jiných výrobců, budou moci brzy dostat od nás, od Smurfit Westrock. Obrovskou výhodou našeho spojení jsou navíc velmi podobné hodnoty obou společností a podobná firemní kultura. Ve Svitavách, kde je původní závod společnosti WestRock, jsme si okamžitě padli do oka a našli jsme společnou řeč i pohled na spoustu věcí.

Jak vypadá spolupráce s novými kolegy v regionu, který řídíte?

Naší ambicí je být obecně uznávanou, obdivovanou značkou. Toho docílíte tím, že budete inovativní, progresivní, efektivní, lidský, atraktivní pro své zákazníky, obchodní partnery a zejména zaměstnance. Myslím, že v tomto ohledu máme s původní společností WestRock mnoho společného. Spojování velkých společností s sebou samozřejmě přináší také mnoho úskalí a může nějakou dobu trvat, než se vše usadí, ale na to jsme se pečlivě připravili. Zákazníci v České republice se mohou plně spolehnout na to, že dodávky našich produktů budou probíhat stejně, jak tomu bylo i v minulosti, a zároveň se také mohou těšit na lepší služby a mnohem širší produktové portfolio, než jsme dodávali dosud.

Mondi Bupak

Mondi Bupak si zakládá na kvalitě a inovacích

V Českých Budějovicích za poslední čtyři roky vyrostl jeden z nejmodernějších závodů na zpracování vlnité lepenky v Česku. Svým strojovým vybavením patří k evropské špičce.

Společnost Mondi Bupak je součástí mezinárodní papírenské skupiny Mondi Group, která se zaměřuje na výrobu širokého portfolia papírenských výrobků – od balicích a obalových papírů přes kancelářské papíry, buničinu až po různá obalová řešení, včetně papírových pytlů, tašek a dalšího podobného sortimentu. Závod v Českých Budějovicích se věnuje výhradně výrobě vlnité lepenky a obalů z tohoto materiálu, přičemž patří mezi největší výrobce tohoto sortimentu v Česku. Hlavní specializací firmy jsou však transportní obalová řešení. S výrobky společnosti Mondi Bupak se můžete setkat prakticky každý den, například při nákupu potravin či spotřebního zboží nebo při dodávkách zboží z e-shopů.

Produktové portfolio českobudějovického závodu je velmi pestré a zahrnuje nejen standardní klopové krabice, různé tvarové řešené vysekané kartony či lepené kartony, ale také prodejní obaly s kvalitním, až šestibarevným HD flexotiskem nebo obaly s aplikovanou tr-

hací, vyztužovací a samolepicí páskou. Pestré je i použití těchto obalů – většinou se využívají pro balení výrobků prakticky ve všech odvětvích zpracovatelského průmyslu. Díky svým vynikajícím vlastnostem, nízké ceně a stoprocentní recyklovatelnosti však pronikají tyto obaly společnosti Mondi stále více i ke konečným spotřebitelům.

Mondi Group, která působí ve více než třiceti zemích Evropy, Afriky, Asie a Severní Ameriky, pravidelně získává ta nejvyšší ocenění jak od svých zákazníků, tak i od porotců v rámci různých oborových soutěží. V posledních letech firma významně zabodovala například v rámci národní soutěže Obal roku, ale také v mezinárodní soutěži WorldStar Packaging Awards.

Nejlepší technika v rámci Evropy

Vlnitá lepenka se vyrábí na zvlňovací lince BHS, což je přibližně 150 metrů dlouhý a 2,8 metru široký stroj, jenž patří k těm nejlepším a nejvýkonnějším zvlňovacím strojům na trhu. Rychlost výroby je až 24 kilometrů vl-



nitě lepenky za hodinu. Za jeden den tak může tato linka vyrobit základní materiál pro výrobu téměř 1,5 milionu obalů. Další z výkoných strojů Bobst Expertline, který je schopen pracovat v nepřetržitém provozu, vyprodukuje přibližně 24 tisíc obalů za hodinu. Nejnovější stroj určený k výrobě klopových krabic Inline Mitsubishi disponuje maximální rychlostí zpracování až 20 tisíc lepenkových archů za hodinu.

Udržitelnost a sociální zodpovědnost

Mondi jako jedna z předních společností v odvětví funguje také jako správce udržitelně obhospodařovaných lesů a spolupodílí se na zajišťování hojnosti, rozmanitosti a odolnosti

druhů a ekosystémů v krajině prostřednictvím svých aktivit v celém zpracovatelském a dodavatelském řetězci. Mondi čerpá surovinu výhradně z certifikovaných a zodpovědně spravovaných lesů v místě své činnosti.

Jako výrobní firma si zakládá především na kvalitě, službách a inovacích, což jí pomáhá dosahovat skvělých výsledků ve spolupráci se zákazníky a zajišťuje udržitelný růst. Firma dbá i na zodpovědnost vůči svým zaměstnancům a komunitě. Na konci loňského roku získala 1. místo v Ceně hejtmana Jihočeského kraje za společenskou odpovědnost firem. Kromě akcí pro školy a širokou veřejnost podporuje řadu obecně prospěšných organizací, a to jak finančně, tak i hmotně.

Inzerce
HN063662

Dlouho očekávaná novinka!
Získejte náskok před konkurencí!
Marketing, tisk, výroba - okamžitě a kvalitně!
Roll-to-roll tiskárna X-350 od společnosti Afinia

Kipex Nejenom etikety

Více informací:
kipex@kipex.cz
<https://info.kipex.cz/>

- **Vysoká rychlost tisku, až 45m / min.**
- **Kompaktní rozměry, pouze 1m².**
- **Intuitivní jednoduché ovládání.**






Business Game Changer v Praze

Obchodní prostředí v Praze se rychle vyvíjí a s rostoucím počtem podniků roste poptávka po nových skladovacích prostorech.

Skladování poskytuje řešení na míru se širokou škálou velikostí skladů a s flexibilními podmínkami pronájmu, což podnikům umožňuje optimalizovat náklady snížením počtu větších skladů nebo kanceláří.

Výhody vlastního skladování pro firmy

Flexibilita a efektivita nákladů
 Skladování poskytuje řešení na míru s různou velikostí skladů a flexibilními podmínkami pronájmu. Podnikům tak pomůže optimalizovat náklady

snížením počtu větších skladů nebo kanceláří.

Zabezpečení a dostupnost

Moderní skladovací prostory disponují solidními bezpečnostními systémy, včetně monitorovacích a přístupových systémů, které zajišťují bezpečný prostor pro zboží, vybavení nebo archivy. Less Mess Storage nabízí nepřetržitý přístup a umožňuje podnikům řídit logistiku, kdykoli je potřeba, což je zásadní výhoda pro dynamická odvětví.

Pohodlí

Areály skladů nabízejí snadný přístup, parkování, paletové vozíky a další doplňkové služby, jako je pick up point pro zásilkové služby a prodej balícího materiálu. Tyto služby po-

máhají podnikům rychle reagovat na požadavky trhu.

Tyto 4 strategicky umístěné areály najdete na Praze 4, 6 a 7 s nově otevřenou budovou Holešovice II.

Skladování tohoto druhu se stává nezbytnou součástí pro společnosti z různých sektorů – od e-commerce, nemovitosti až po marketing.

Objevte, jak naše sklady mohou podpořit vaše podnikání na lessmess.cz.



Obal roku

Vítězové soutěže Obal roku zabojují o světové ceny

red

autori@economia.cz

Soutěž Obal roku oceňuje nejlepší inovace, kreativitu a udržitelnost v oblasti obalového průmyslu. Obalový institut Syba ji každoročně pořádá pro obaláře, designéry, grafiky a další odborníky. Přihlášené obaly posuzuje odborná porota podle míry inovací, funkčnosti, technického zpracování či designu a jejich konstrukce. Hodnotí se rovněž vlastnosti ovlivňující logistické procesy, udržitelnost a společenská odpovědnost. Soutěž je certifikovaná globální obalovou organizací World Packaging Organisation a je branou do světové soutěže WorldStar Packaging Awards, kam se kvalifikují vítězové jednotlivých národních soutěží. Přinášíme výběr nejzajímavějších oceněných obalů letošního roku.



Lahev pro Ginjoy

Grafické ztvárnění obalu ginu odráží chuť samotného nápoje, ze které nejzřetelněji vystupuje mandarinka. Ta podnítila i grafiku etikety laděné do oranžové barvy. Unikátní potisk sítotiskem na sklo po celém obvodu zpracovala česká firma Authentica. Při tisku se nepoužívá papír, barvy jsou vypálené do povrchu skla. Jednotlivé barvy se na sklo nanášejí postupně, aby vytvořily přechodovou linii a nikde nedošlo k přerušení grafiky.

Kosmetická kolekce pletové péče Růže

Obalový design kosmetické kolekce zahrnuje výtvarně-grafické řešení etiket a krabiček. Využívá originálních akvarelových motivů od výtvarnice Diany Delevové. Etikety tištěné digitální technologií využívají kombinaci přímé podkladové barvy, studené ražby, reliéfního a matného laku. Krabičky tištěné ofsetem kombinují přímé metalické barvy, horkou ražbu a lakování. Část kolekce je výjimečná rovněž systémem snadno vyměnitelných náplní, které šetří přírodu.



Osmihrany Mixit

Osmihranný obal společnosti Mixit představuje spojení moderního designu a funkčnosti. Je zaměřený na efektivní paletizaci, úsporu prostoru a zajištění bezpečné přepravy. Díky netradiční geometrické formě se obaly snadno skládají na paletu a zvyšuje se využití prostoru. Efektivnější a stabilnější uspořádání zboží během přepravy snižuje riziko poškození. Obal je vyroben z kvalitního papíru s povrchovou úpravou laminace. Ta zvýšila odolnost vůči vnějším vlivům i v náročnějších podmínkách. Obal existuje ve třech různých velikostech pro různé produktové řady Mixit.

Lahev pro rum El General

Unikátní nízký tvar lahve se silným dnem a ostrými rameny doplněný masivním dřevěným uzávěrem s gravírováním působí nekonvenčně a odlišuje se od konkurence. Na lahvi se vyjímá originální logo aplikované sítotiskem a minimalistická etiketa kombinující strukturovaný papír, přímé barvy, horkou zlatoražbu a parciální 3D lak. Průhlednost balení, díky transparentní zadní etiketě a jemnému logu na přední straně, zdůrazňuje barvu nápoje. Nižší uhlíkovou stopu výrobku podporují úsporné etikety a logistika transportující přes oceán pouze tekutinu v tanku s finálním balením v Česku.



Combo Ski

Obal pro multifunkční lyže/sněžnice/nesmeky v jednom Combo Ski svým hravým provedením poskytuje novému majiteli lyží zážitek už při jejich vybalování – může si na ně sáhnout ještě před rozbalením. Design pláště obalu evokuje pohled na hory a atmosféru nových zážitků spojených s výrobkem. Nelepená, skládaná konstrukce obalu je vytvořena z plně recyklovaného a recyklovatelného materiálu. Odnosná ucha tvoří samo vázání zabaleného produktu. Obalový komplet tvoří dva vnitřní univerzální černé boxy pro separátní balení lyží. To umožňuje prodávat je i po jednom kusu v případě, že se majitel lyže někde zatoulá. Vnější plášť komplet uzavírá a utváří finální design.



SpeedTray

Obal se samosvorným dnem a stohovatelnými prvky pro start-up s mikrozeleninou Little Luko zkrátil balení oproti původnímu řešení z 37 na 13 sekund. Kraftový materiál přidal odolnost proti vlhkosti a udržitelnost. Výsledkem je 56% úspora materiálu, 79% snížení CO₂ a 30% úspora nákladů na obaly. To vše znamená roční úsporu téměř 400 tisíc korun a významný krok k udržitelnosti a expanzi do velkých řetězců.

Prezentační box Suziria brands

Taška z kraftové lepenky je navržena speciálně pro obchodní zástupce společnosti Suziria pro prezentaci širokého produktového portfolia značek firmy, která nabízí krmitivo pro domácí mazlíčky. Taška s promyšlenými přihrádkami pojme všechny důležité produkty. Je vyrobena z kvalitní kraftové lepenky, která zajišťuje odolnost a dlouhou životnost. Krabice je potiskována na digitálním stroji, což zaručuje živé barvy a vysokou kvalitu tisku. Popruhy na míru umožňují pohodlné nošení.



AlbiLAB

Obal pro stavebnici AlbiLAB je její aktivní a funkční součástí. Zákazníci si mohou část obalu vylopujout a použít je přímo ve své vědecké stavebnici. Je navržen jako modulární systém, který umožňuje snadnou sestavitelnost, úpravu a výměnu jednotlivých částí. Spoří tak budoucí výrobní a logistické náklady na nové varianty produktu. Díky digitálnímu tisku je na obalu QR kód, který zákazníkům zprostředkuje přístup k veškerým informacím o produktu. Celé balení včetně ucha je vyrobené z vlnité lepenky. Obal slouží jako odnosný kufřík a pozdější úložiště pro jednotlivé komponenty.



Sdružené balení paprik

Doposud většina obchodníků prodávala dvě papriky zabalené v igelitovém sáčku s termo etiketou. Výborným řešením se ukázaly být Linerless etikety. Ty jsou unikátní tím, že nemají nosný pás (liner) a díky tomu při aplikaci na výrobek nevnáší žádný odpad. Etikety jsou z papíru, na kterém je naneseno lepidlo certifikované pro styk s potravinami. Etiketa v tomto případě plně nahrazuje funkci obalu, který drží papriky při sobě a zároveň poskytuje dostatečné místo pro design i všechny povinné informace.

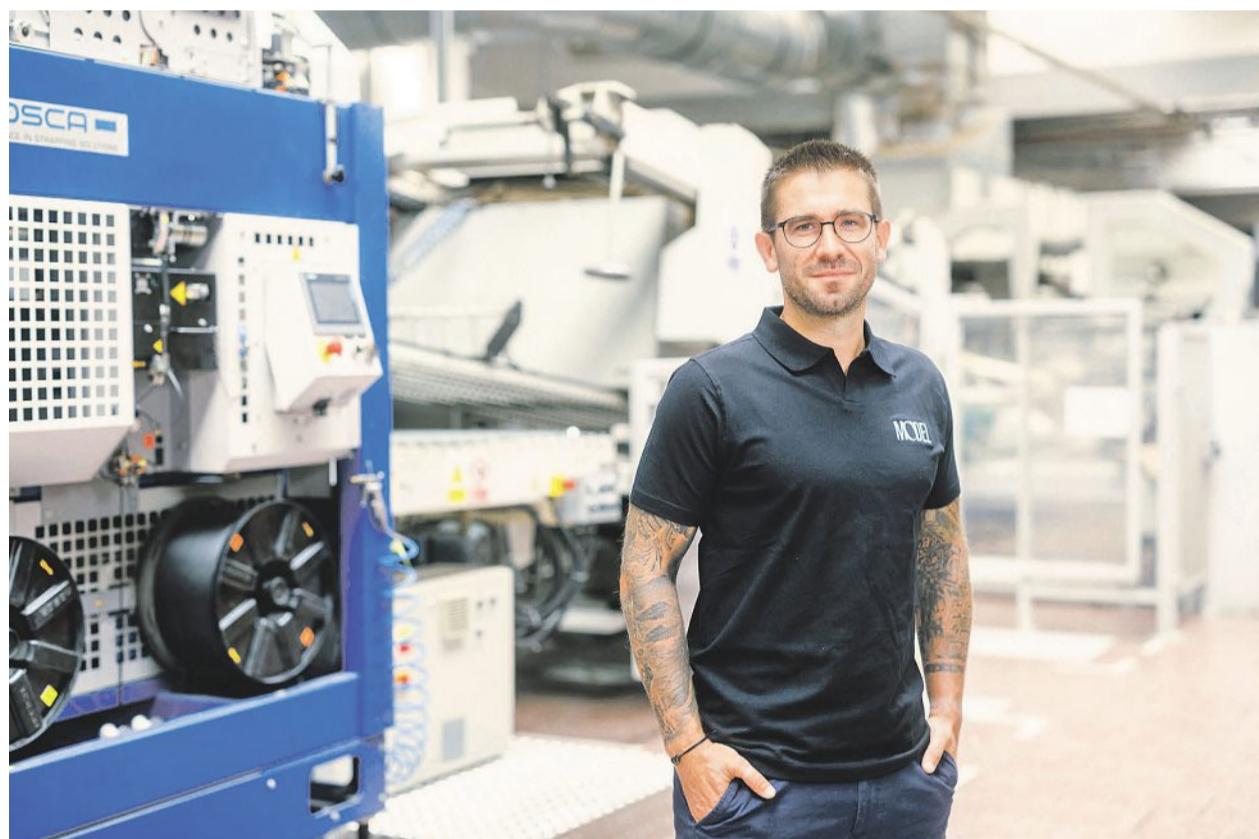
Příloha: Obaly

• Ředitel speciálních projektů Aleš Mohout • Editor Martin Knížek (martin.knizek@economia.cz) • Grafika a zlom Vizualní studio Economia • Obchod a inzerce Daniel Hort (daniel.hort@economia.cz)

Model Obaly

Naše výroba je již dnes ekologická i udržitelná

S výrobky z hladké a vlnité lepenky se můžete setkat prakticky každý den. Nejčastěji se tyto materiály využívají při výrobě obalového materiálu, ale jejich využití je mnohostranné. Z hladké lepenky se vyrábí například i knižní desky nebo pořadače a je vhodná i pro výrobu paspart či různých dekoračních předmětů. Dvouvrstvá vlnitá lepenka je využívána jako výplňový materiál při balení křehkých předmětů, ty vícevrstvé jsou pak díky své mechanické odolnosti využívány jako materiál pro balení a ochranu těžkých předmětů.



Josef Chalupný, ředitel společnosti Model Obaly. „Naším cílem je nabízet zákazníkům široké spektrum služeb pod jednou střešou a zároveň splňovat všechny předpoklady udržitelnosti,“ říká. Zdroj: Model Obaly

Švýcarská skupina Model Group, která se kromě výroby vlnité lepenky věnuje i vývoji a výrobě obalových materiálů, se na českém trhu pohybuje již od roku 1992, kdy zakoupila část provozu Olšanských papíren v Opavě. V současné době má tato rodinná firma v České republice pět výrobních závodů, a to ve čtyřech lokalitách. Základní sortiment obalového materiálu je možné zakoupit ve dvou prodejnách PackShop, nebo prostřednictvím stejnojmenného e-shopu.

Model Group v Česku působí prostřednictvím akciové společnosti Model Obaly, která zaměstnává přibližně 1300 lidí a jejíž tržby přesahují částku šesti miliard korun ročně. Služby společnosti Model Obaly zahrnují komplexní nabídku, a to od návrhu obalového materiálu přes jeho testování, výrobu a potisk až po jeho kompletaci, skladování a dodávku zákazníkovi, přičemž tato firma zajišťuje i následně vyzvednutí použitých obalů a jejich odvoz k recyklaci. Česká republika je v rámci skupiny Model Group považována za technologického lídra, což potvrzuje i to, že průběhu posledních tří let byly do nových technologií a inovací v českých výrobních závodech investovány více než dvě miliardy korun a investice i nadále pokračují. Jak se firma Model Obaly vyrovnává s tématy, jako je například ekologie a udržitelnost výroby nebo automatizace, přibližuje její šéf Josef Chalupný.

Kde všude skupina Model Group působí?

Kromě Švýcarska a České republiky má Model Group své výrobní závody či pobočky ještě v Německu, Polsku a Chorvatsku. Obchodní zastoupení pak má také na Slovensku a v Rakousku. Kromě závodů na výrobu hladké a vlnité lepenky vlastní Model

Group ještě dvě menší papírny ve Švýcarsku a před několika týdny jsme zahájili výrobu ve velké zrekonstruované papírně v Německu, která je v rámci Evropy specifická poměrně unikátní výrobní technologií. Naším cílem je dosáhnout maximální soběstačnosti ve výrobě vlastního papíru a vytvořit tak uzavřený cyklus. To znamená, že si papír sami vyrobíme, dodáme našim zákazníkům obaly a použité obaly od nich opět stáhneme zpět do našich papíren, kde z nich po recyklaci znovu vznikne papír. Tento uzavřený okruh nám umožní nejen větší kontrolu nad kvalitou, ale také přispěje k udržitelnosti a snížení ekologické zátěže. Udržitelnost se váže již z principu na podstatu materiálu, který vyrábíme. Obaly jsou v Evropě vyráběny většinou z již recyklovaných papírů, a k výrobě z většího podílu primární vlákniny tak dochází jen minimálně.

Jaký podíl na výrobě obalového materiálu u vás tvoří zákazková výroba?

Drtivá většina obalů, které dodáváme, představuje zakázkovou výrobu, prakticky jde o 99 procent naší produkce. Nejedná se tedy o nějaké unifikované formáty, které by si zákazník objednal, ale jsou to unikátní obaly, jež se pro zákazníka vyrábí přesně na míru. Zákazníkům nabízíme i kompletaci obalového materiálu, který je většího formátu. Příkladem jsou paletové boxy využívané v automobilovém průmyslu. Kromě obalů určených pro standardní využití jsou téměř všechny naše výrobní závody certifikovány pro výrobu obalů pro použití v potravinářském průmyslu nebo farmácii, kde musíme dodržovat velmi přísná pravidla. Výjimkou je jen náš závod v Moravských Budějovicích, který sice tuto certifikaci nemá, nicméně výroba zde splňuje všechny potřebné standardy.

Usilujete tedy o maximálně ekologickou a udržitelnou výrobu?

Máme jasné kvóty a cíle, kam se musíme v nějakých časových horizontech posunout, a v této oblasti podléháme i pravidelnému auditu. Pro nás je to nový trend, se kterým pracujeme, a zároveň je to i příležitost se někam posunout. A to i směrem, který v našem segmentu nebyl úplně běžný. Jedná se například o energetiku, kdy jdeme cestou diverzifikace zdrojů a snižování energetické závislosti. Na střeších některých našich závodů jsme již instalovali fotovoltaické elektrárny a plánujeme v tom pokračovat. Celkově naše energetické portfolio směřuje k udržitelným zdrojům. Do toho samozřejmě řešíme i to, jak takto vyrobenou energii efektivně ukládat pro pozdější využití. V rámci naší firemní flotily také podporujeme využívání elektromobilů, což opět zvyšuje možnost využití takto vyrobené elektrické energie a snižuje náklady na provoz našich vozidel.

Do technologií, automatizace, digitalizace a udržitelnosti vkládá společnost Model Obaly poměrně velké investice. Vyplatí se vám to?

Naše investice nejsou malé, ale rozhodně se vyplatí. Navíc je to v souladu s globální strategií skupiny Model Group, kdy do rozvoje naší výroby intenzivně investujeme, nebo lépe řečeno reinvestujeme naše zisky. Automatizace a digitalizace nám umožňují zvyšovat efektivitu výroby a zároveň, díky investici do vlastních obnovitelných zdrojů energie, se nám daří snižovat energetickou náročnost výroby. Automatizace a digitalizace výroby nám pak umožňují i úspory v oblasti lidských zdrojů. Pravdou však je, že to na naše zaměstnance vytváří zvýšené nároky v oblasti kvalifikace. Takoví zaměstnanci se hůře hledají a je těžké si je udržet. Právě proto se snažíme našim pracovníkům nabízet více než jen obyčejnou práci. Motivujeme je i tím, že kromě obvyklých i méně obvyklých bonusů jim ukazujeme i smysluplnost a přidanou hodnotu jejich práce. S obaly z naší produkce se v běžném životě mohou setkat prakticky každý den a je to jejich práce, která prezentuje a prodává. Dá se říci, že v oblasti lidských zdrojů nahrazujeme kvantitu kvalitou. Máme poměrně nízkou fluktuaci, ale demografická křivka je neúprosná. Řada našich zaměstnanců bude postupně odcházet do důchodu a bude potřeba je nahradit mladou generací. Intenzivně tedy pracujeme na tom, aby to, co děláme, bylo pro mladou generaci lákavé. Ve spolupráci se školami se také snažíme vyhledávat potenciální obory budoucnosti, které sice dnes využíváme jen částečně, ale vnímáme fakt, že v budoucnu budou nedílnou součástí i našeho oboru – například v oblasti umělé inteligence, robotiky a digitalizace.

Jak konkrétně ovlivňuje automatizace a digitalizace efektivitu samotné výroby?

Je to především snižování závislosti na lidském faktoru. Mnoho operací v rámci naší výroby vykonávají robotické manipulátory či různé automaty rychleji, a především bezpečněji než člověk. Příkladem může být náš výrobní závod v Hostinném, pro který jsme jako první obalářská firma v Česku zakoupili velký digitální tiskový stroj Landa S10 od stejnojmenného izraelského výrobce. Tento stroj, kromě toho, že umožňuje kvalitnější potisk než v případě offsetového tiskového stroje a je mnohem flexibilnější, je zároveň doplněn robotickými manipulátory, které umožňují automatické přesuny v rámci výrobního procesu až po finální balení. Prakticky všechny logistické operace se snažíme maximálně automatizovat. Ale automatizace a digitalizace se u nás týká nejen samotné výroby. Zaměřujeme se v této oblasti i na nevyrobní procesy, tedy na snížení byrokracie a optimalizaci opakovaně realizovaných administrativních úkonů. K tomu využíváme nejen nástroje umělé inteligence, ale i aplikace, které si k tomuto účelu vytváříme.



Automatizace a robotizace. Cílem je maximální zefektivnění výrobních procesů. Zdroj: Model Obaly

Budoucnost obalového průmyslu: Inovace, udržitelnost a nové výzvy v éře transparentnosti

ROZHOVOR S IVOU WERBYNSKOU, ŘEDITELKOU OBALOVÉHO INSTITUTU SYBA



Iva Werbynská
OBALOVÝ INSTITUT SYBA



01 V Obalovém institutu Syba se dlouhodobě věnujete podpoře inovací a udržitelnosti v obalovém průmyslu. Jaké jsou aktuální trendy, které sledujete, a jak se na ně dívá český trh?

Klíčovým trendem v oblasti udržitelných obalů je přechod na cirkulární ekonomiku, která zdůrazňuje používání ekologických materiálů. Mnoho firem se bude soustředit na vývoj a využití recyklovaných a recyklovatelných obalových materiálů. Rovněž se očekává optimalizace designu obalů, aby došlo k omezení plýtvání jak při výrobě, tak spotřebě. Patří sem například snižování tloušťky materiálů, omezení volného prostoru v obalech, snižování obalového odpadu. Důraz se klade i na obaly určené k opakovanému použití. Tím, že se firmy zaměří na vzdělávání zákazníků o těchto obalech, budou moci nejen zlepšit svůj ekologický profil, ale i zvýšit důvěru u spotřebitelů, kteří upřednostňují udržitelné materiály, a to tak, aby se vyvarovali greenwashingu.

02 Jak se obalový průmysl vyrovnává s tlaky spotřebitelů na transparentnost ohledně udržitelnosti a ekologických dopadů obalů?

Obalový průmysl se dnes musí vypořádat s rostoucími tlaky ze strany spotřebitelů, kteří požadují větší transparentnost ohledně ekologických dopadů obalů. Spotřebitelé stále častěji upřednostňují produkty, které jasně komunikují své udržitelné vlastnosti a mají minimální dopad na životní prostředí. Reakcí na tyto požadavky je zvýšený důraz na transparentní komunikaci, kde firmy musí poskytovat jasné, ověřitelné a relevantní informace o udržitelnosti svých produktů, a to zejména vzhledem k přísnějším pravidlům pro greenwashing.

Nová legislativa klade důraz na přesnost a pravdivost tvrzení, která firmy uvádějí při prezentaci svých výrobků. Obecné výrazy jako „šetrný k přírodě“ nebo „eco-friendly“ budou omezeny a firmy budou muset prokazovat konkrétní environmentální přínosy. Navíc bude omezeno používání označení jako „carbon neutral“ (uhlíkově neutrální) na případy, kdy firmy skutečně snižují emise během celého životního cyklu produktu, nikoli pouze kompenzují své emise jinými prostředky.

Celkově lze říci, že obalový průmysl čelí zvyšujícím se požadavkům na otevřenost a odpovědnost. Spotřebitelé očekávají konkrétní a ověřitelné informace o ekologických dopadech obalů, zatímco legislativa nastavuje přísnější pravidla, která firmám nedovolí používat nejasné nebo zavádějící označení.

03 Jak v Sybě podporujete české výrobce v jejich snahách o zavedení obalů s nižší uhlíkovou stopou a vyšší recyklovatelností?

Poskytujeme českým výrobcům přístup k cenným znalostem a inovacím. Spolupracujeme s národními obalovými instituty nejen z Evropy, ale z celého světa. Organizujeme semináře a školení, kde se diskutují aktuální výzvy a trendy v obalovém průmyslu. Tato mezinárodní spolupráce přináší nové technologie a materiály, které podporují udržitelnost a efektivitu výroby. V rámci našich vzdělávacích aktivit nabízíme kurzy právě zaměřené na nejnovější trendy a technologie. Díky této činnosti jsme neocenitelným partnerem pro celý dodavatelský řetězec. Jsme rovněž aktivní v mezinárodní spolupráci a vedeme sekretariát Evropského obalového konsorcia. Navíc přímo já jsem ambasadorkou Světové obalové asociace (World Packaging Organization), což nám umožňuje sdílet naše zkušenosti globálně.

04 Obalový průmysl čelí stále přísnějším regulacím, a to na evropské úrovni. Co nás čeká a jakým způsobem pomáháte firmám tyto regulace zvládat?

Jednou z klíčových změn je nadcházející nařízení PPWR, které se zaměřuje na výrazné snížení obalového odpadu. Toto nařízení vyžaduje od firem změny v jejich současných přístupech k obalům. Do popředí se dostává nejen optimalizace balení, ale i používání recyklovatelných materiálů. Důležité je také snížení volného prostoru v obalech, což už například v Německu monitoruje Úřad na ochranu spotřebitele. Nové regulace budou klást větší důraz na využívání recyklovaných materiálů a zvýšenou recyklovatelnost. Výrobci a plniči budou muset investovat do nových technologií, aby splnili tyto požadavky. Kromě optimalizace obalů bude důležité i informovat zákazníky o změnách ve vzhledu a velikosti obalů, aby pochopili, že jsou součástí širší strategie udržitelnosti. Firmám všechny tyto novinky předáváme v rámci našich odborných seminářů a společnosti vědí, že se na nás můžou kdykoliv obrátit.

05 Vaše instituce je známá odbornou soutěží Obal roku. Jak soutěž přispívá k rozvoji obalových inovací v České republice?

Soutěž Obal roku má zásadní vliv na podporu a rozvoj inovací v oblasti obalového průmyslu v Česku. Díky této prestižní platformě se výrobci, designéři a vývojáři obalů mohou setkávat a sdílet své nejnovější nápady, technologie a trendy. Tím, že soutěž klade důraz na udržitelnost, kreativitu a inovace, motivuje firmy k hledání nových řešení, která snižují dopad na životní prostředí a zároveň zlepšují funkčnost a estetiku obalů.

06 Jaký dopad bude mít zavedení zálohového systému na plastikářský průmysl mimo oblast nápojových PET lahví?

Zavedení zálohování PET lahví bude mít nepochybně dopad na celý obalový průmysl, včetně sektorů zpracovávajících jiné typy plastů. Přestože přesné dopady na finanční náročnost ještě analyzujeme, je pravděpodobné, že změny povedou k určitým nákladovým úpravám.

Co se týče jiných plastových obalů, očekáváme, že mohou být ovlivněny nepřímo. Pokud zálohování povede ke snížení množství PET obalů vstupujících do systému tříděného odpadu, můžeme čelit růstu poplatků do systému EKO-KOMu. Tento růst bude záviset na tom, jak se systém financování tříděného sběru a recyklace přizpůsobí změněné situaci. V tuto chvíli proto počítáme s potenciálním navýšením poplatků, i když konkrétní dopady závisí na detailním nastavení systému a konečných rozhodnutích legislativních orgánů.

Pro plastikáře mimo segment nápojového PET se mohou zvýšit náklady spojené s odpovědností za obaly, zejména pokud dojde k přerozdělení finanční zátěže mezi různé druhy plastů. Odhadujeme, že vliv na ceny jiných plastových obalů bude záviset na více faktorech, včetně poptávky po surovinách a schopnosti trhu přizpůsobit se novým podmínkám.

Věříme, že transparentní komunikace mezi průmyslem a zodpovědnými orgány bude klíčem ke zvládnutí této změny s minimálními negativními dopady pro všechny zúčastněné strany.