

Packaging herald

54. vydání

7-8/2024

www.packagingherald.cz

ŽHAVÉ
NOVINKY
Z DRUPY

KVALITA
VYŽADUJE
INVESTICE

SEMTEX
CÍLÍ
MINIMALISEM

JAK
„NAKOPNOUT“
E-COMMERCE

PODĚBRADKA
ZAUTOMATIZOVALA
KEG LINKU

JSME TU S VÁMI

145

Let



1879-2024



PRINTING
& PACKAGING

Odbornost, tradice, kvalita

JIŽ OD ROKU 1879 JSME VAŠÍM PARTNEREM,
NA KTERÉHO SE MŮŽETE SPOLEHNOUT

- > Flexibilní obaly
- > Papírové etikety
- > Samolepicí etikety
- > Shrink Sleeves
- > IML
- > Obvodové etikety
- > UV flexotisk
- > Flexotisk
- > Ofset
- > Digitální tisk

otk.cz

Obchodní tiskárny Kolín, dnes OTK printing & packaging a.s., letos oslavují již své 145. výročí



V jaké kondici se dnes tato tradiční polygrafická společnost nachází, jaké má cíle a jaké plánuje investice?

K tomu se vyjadřuje výkonný ředitel Jiří Petruňo.

Pane řediteli, prozrad'te, na jaké výrobky a produktové portfolio se v roce 2024 nejvíce soustředíte a kdo je váš typický zákazník?

Produktové portfolio OTK je rozděleno do tří výrobních částí: papírové etikety, samolepicí etikety a flexibilní obaly. Každá z těchto částí přispívá do hospodaření společnosti určitým podílem. Mohu konstatovat, že největší podíl je obsažen v papírových etiketách, kterých dokáže OTK vyprodukovat 15 miliard ročně. Je nutné také zmínit, že výrazně rosteme ve flexibilních obalech.

Co je tedy v OTK jiné oproti konkurenci?

OTK je jediná společnost v Evropě, která disponuje všemi tiskovými technologiemi pod jednou střechou. Dokážeme na digitálním stroji tisknout zakázky od jednoho kusu až po stamilionové produkce na hlubotiskovém a ofsetovém stroji.

Umíme nápojářským, potravinářským a pet food společností nabídnout kompletní sortiment, což společnosti, které se zaměřují na určitý segment, nedokáží.

Čerpáte nějakým způsobem z tak dlouhé historie společnosti, nebo je to spíše nostalgická záležitost?

OTK neznámá jen Obchodní tiskárny Kolín, ale také odbornost, tradice a kvalita. Pro mnoho zákazníků jsme za tak dlouhou dobu fungování synonymem pro spolehlivost, stabilitu a dlouhou kvalitní spolupráci. Naše dlouhodobá historie je tedy samozřejmě něco, z čeho vycházíme a těžíme.

V průběhu let jste jistě vlivem všech možných událostí zažili lepší i horší období. V jaké kondici se nyní OTK nachází?

Letošní rok je v oblasti hospodaření zlomový. Dosahujeme historicky nejlepších výsledků za posledních 15 let.

Je tedy prostor i na případné investice?

V roce 2024 plánujeme proinvestovat 180 mil. Kč. Nejvýznamnější investicí je desetibarevný flexotiskový stroj a kogenerační jednotky. Ve střednědobém horizontu plánujeme proinvestovat miliardu korun.

„OKURKOVOU SEZONU“ NA STRÁNKÁCH PACKAGING HERALDU ROZHODNĚ NEPROŽIJETE!

Vážené čtenářky a čtenáři,

letošní léto je jedna pořádná „Matějská“ – počasí jede jak na horské dráze. Příjemné dešťky, tedy alespoň v Praze a okolí, střídají tropické teploty. Pro mě ideální klima. Stejně příjemné by pro vás mohlo být i listování srpnovým vydáním magazínu Packaging Herald.

Osvěžit vás může čtení o redesignu oblíbeného nápoje SEMTEX, návštěva Vratislavické kyselky nebo exkurze do Poděbrad. Na skok se s námi můžete vydat hned do několika moravských vinařství.

Ti, kteří se nedostali na drupu, mají jedinečnou šanci zjistit, co se nejen v tiskařině odehrálo za uplynulých dlouhých osm let. Poslední ročník se totiž kvůli covidové pandemii fyzicky uskutečnil naposledy v roce 2016! Vrátit se s námi můžete také na informacemi nabitý již 9. ročník semináře Udržitelnost pro výrobu a obchod, nebo zjistit, jak se dostat do rychlého pruhu digitalizační



dálnice, udržet tempo s novými trendy v logistice a zároveň zachovat klidnou hlavu. Zajímavé logistické recepty vám naservíroval dokonce již 23. ročník konference Trends in Automotive Logistics.

Do srpnového vydání se nám podařilo získat hned čtyři případové studie. Dozvíte se, jak se balí káva, co všechno lze dokázat s PerfectFoldem, co je nového v Alze nebo jak moderně zajistit plnění minerální vody do kovových sudů.

Exkluzivní rozhovor o prvních privátních značkách vín nám poskytla BILLA. Za prvních 14 dní se po nich doslova zaprášilo.

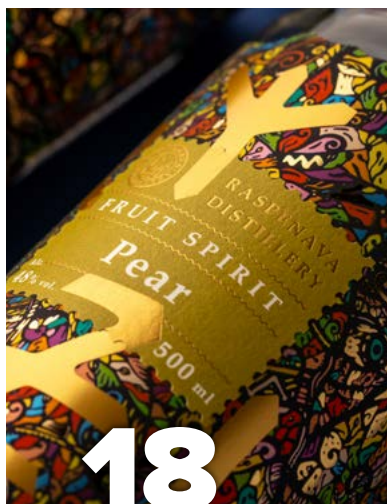
Ať chceme nebo ne, nový školní rok už pomalu klepe na dveře. A ke škole patří batohy. Může jít například o ty od tuzemského úspěšného dodavatele Topgal, který kryje záda dětem už 30 let. I o nich píšeme.

Příjemné čtení vám přeje

šéfredaktorka **Adriana Weberová**
a tým Packaging Herald

Sledujte naše inspirace i na sociálních sítích





6 NEWS

HLAVNÍ TÉMA

- 10 drupa byla rekordní i pro obalový tisk
- 16 „Pramen zdraví z Posázaví“ už 70 let
- 18 Kvalita vyžaduje investice

INTERVIEW

- 22 BILLA doplňuje privátky o vína. Proč a jak, nám prozradila Dana Bratánková, její vedoucí korporátní komunikace a public affairs.
- 24 SEMTEX cílí na mládež minimalismem. I to jsme se dozvěděli od manažerky značky Dominiky Baranyiové.

VÝZKUM

- 26 Mezi privátními značkami a řetězci chybí propojení
- 28 FMCG přechází na „eko obaly“ pomalu

IDENTIFIKACE

- 30 Více povinných údajů na vínech: pomůže GS1 Digital Link
- 32 Průmyslové značení je o laserech i inkjetech
- 34 Čtecí zařízení pro identifikaci obalů

EKOLOGIE

- 36 Plastové obaly a emise skleníkových plynů
- 42 Recyklace ocelových obalů láme rekordy

TECHNOLOGIE

- 44 Šest tipů, jak „nakopnout“ e-commerce

MATERIÁLY

- 46 Amazon rezignuje i v USA na plastové polštářky
- 48 Vlnité lepenky na vítězném tažení

LOGISTIKA

- 52 Copacking ze dvou úhlů
- 54 Topgal kryje záda dětem už 30 let
- 56 Neváhejte automatizovat sklady!

CASE STUDY

- 60 Balení kávy v rukou Velteka
- 62 Solpap už nemusí řešit křivost ohybu
- 64 Poděbradka sází na automatizaci
- 66 BOXOLLO redukuje v Alza.cz množství obalu až o 30 %

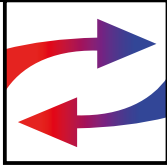
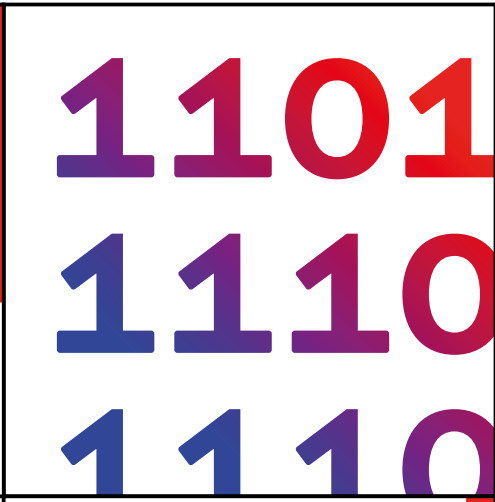
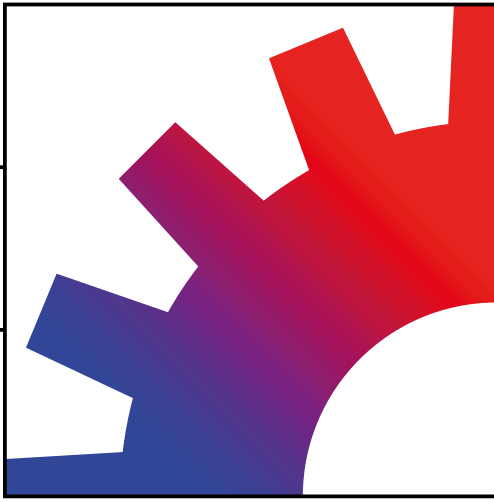
VELETRHY/VÝSTAVY/AKCE

- 70 Udržitelnost: Kam jsme pokročili?
- 73 Plasty jako dobrý sluha, ale špatný pán
- 76 Konference TAL 2024 předložila logistické recepty
- 78 Den Vratislavické kyselky již potřetí

REPORTÁŽ

- 80 Smurfit Westrock odtajnil Bobst Mastercut 2.1

82 REJSTŘÍK



MEZINÁRODNÍ STROJÍRENSKÝ VELETRH

8–11/10/2024

VÝSTAVIŠTĚ BRNO



12. – 13. záříEuroPack Summit
Montreaux**18. září**Speedchain
Praha**24.–26. září**FACHPACK
Norimberk**25. září**Očekávaný vývoj potravinářského průmyslu
v ČR a ve světě
Brno**30. září**Czech Superbrands
Tribute Event
Praha**30. září – 2. říjen**LUXEPACK Monaco
Monako**8. – 10. říjen**Sustainability in
Packaging Europe
Barcelona**8. – 11. říjen**MSV
Brno

MSV 2024

**23. říjen**Očekávaný vývoj automobilového průmyslu
v ČR a ve světě
Brno**4. – 7. listopad**ALL4PACK
Paříž**12. – 15. listopad**SIMEI
Milán**FACHPACK určuje směr odvětví a přináší nové impulzy**

FACHPACK je v Evropě ústředním místem setkávání obalového průmyslu. Také v letošním roce poskytnete kompaktní, ale zároveň rozsáhlý přehled o všech důležitých tématech obalového průmyslu v souladu s hlavním tématem „Transition in Packaging“ (přeměna v obalech). Vydejte se od 24. do 26. září do Norimberku a poznejte nejdůležitější hráče v evropském obalovém průmyslu. Naplánujte si návštěvu veletrhu a zajistěte si vstupenku zdarma již nyní s předstihem. Na 1 400 vystavovatelů představí v 11 výstavních halách inovativní obalová řešení pro průmyslové a spotřební zboží z nejrůznějších odvětví. Nejpalčivějším a zároveň nejzajímavějším tématem v obalovém průmyslu je v současné době nařízení EU o obalech a obalových odpadech (PPWR), které bylo přijato na konci dubna. FACHPACK rovněž poskytne odpovědi na otázky, jako je recyklovatelnost, opakovaně použitá a použití recyklovaných materiálů. Vystavovatelé představí nejnovější technologie a inovativní obalová řešení, která jsou relevantní každý den pro řadu odvětví, ať už jde o potraviny, nápoje a pochutiny, léčiva, kosmetiku, chemii a zdravotnictví, nepotravinářské zboží, krmivo pro domácí zvířata nebo další spotřební zboží. V září do Norimberku přijedou také návštěvníci z automobilového průmyslu, výroby technických předmětů, zdravotnické techniky a dalších odvětví průmyslového zboží. Veletrh nabídne rozmanitý doprovodný program se zajímavými přednáškami a diskusemi na fórech PACKBOX, INNOVATIONBOX a SOLPACK. Nebudou chybět inspirativní speciální přehlídky a slavnostní předávání cen.

Více na www.packagingherald.cz



KONICA MINOLTA

VSTUPTÉ DO NOVÉ DIMENZE TISKU ETIKET

AccurioLabel 400



- VYSOKÁ PRODUKTIVITA
- ROZMANITOST TISKOVÝCH ÚLOH
- ŠIROKÉ SPEKTRUM TISKOVÝCH MÉDIÍ
- SNADNÉ POUŽÍVÁNÍ
- OHROMUJÍCÍ KVALITA

TYPICKÉ APLIKACE:



NÁPOJE



POTRAVINY



VÍNA A LIHOVINY



KOSMETIKA



DROGERIE



PRŮMYSL

... pokračování ze str. 6

Ballu Aerosol se vloni dařilo

Producentu hliníkových obalů pro aerosolové spreje Ball Aerosol Packaging CZ působícímu ve Velimi na Kolínsku loni meziročně stoupl zisk o 59 % na 565,8 milionu korun. Tržby významného výrobce pro přední kosmetické značky dosáhly 3,79 miliardy korun. Loňský rok byl pro závod velmi úspěšný také z hlediska nových investic i výsledků výroby.



Vloni byla uvedena do provozu již jedenáctá výrobní linka. V současné době společnost rozšiřuje výrobní halu, která bude vybavena nejmodernějšími automatizovanými technologiemi.



Baoli představuje vozíky do stísněných prostor

Baoli, výrobce vysokozdvíhacích vozíků, který je součástí KION Group, uvádí na trh novou řadu elektrických vysokozdvíhacích vozíků KBET 15-20Li. Vybavena je novou pokročilou technologií lithium-iontových baterií a je navržena pro optimální výkon ve stísněných prostorech. Elektrické tříkolové vysokozdvíhací vozíky KBET 15Li, KBET 18Li a KBET 20Li s nosností od 1,5 do 2,0 tuny a výškou zdvihu až 6,5 metru jsou ideální pro operace v oblastech s omezenými možnostmi pro otáčení. Díky koncepci se třemi koly a kompaktnímu podvozku mají vozíky poloměr otáčení pouhých 1,6 metru. Jsou



tak vhodné pro nasazení v úzkých uličkách a stísněných prostorách skladů. Poháněny jsou lithium-iontovými bateriemi 80 V / 228 Ah a nabízejí rychlé nabíjení a možnost častého mezinabíjení. To zvyšuje jejich využitelnost a prodlužuje provozní čas. Bezúdržbové lithium-iontové baterie neprodukuje žádné nebezpečné plyny a podporují tak bezpečné pracovní prostředí.



Více na www.packagingherald.cz

PST CLC Mitsui-Soko měla obrat přes 931 milionů Kč

Společnost PST CLC Mitsui-Soko v uplynulém fiskálním roce dosáhla obrátu 931 milionů Kč. Zisk před zdaněním činil 60 milionů Kč. Šlo o poměrně těžký rok. Negativně na obrat působil například pokles objemů námořních přeprav, dále skutečnost, že nově otevřený sklad v Pohořelicích u Brna se zaplňoval velmi pomalu, postupně, což mělo negativní vliv na náklady. Velký zájem byl tradičně o celní služby. V závěru fiskálního roku se poskytovatel celních, skladovacích a přepravních služeb podařilo získat významného klienta na Slovensku, což se výrazně projevilo na úspěchu stávajícího fiskálního roku. Profitabilitu skladů zvyšují i nové dashboardy.



Nový sklad Dachseru v Kladně zrychlí konsolidaci zásilek

Společnost DACHSER Czech Republic spustila provoz nové překládkové haly na své největší české pobočce v Kladně. Logistické centrum rozšířila o 4 000 m² na celkových 18 500 m² logistických ploch s cross-dockem. Výstavba přináší navýšení kapacit společnosti v regionu a umožní ještě rychlejší odbavení a doručení zásilek do celé Evropy. „Nový překládkový sklad je významnou investicí a dalším velkým krokem v rozvoji pobočky v Kladně,“ uvádí Michal Křížan, general manager DACHSER Kladno, a dodává: „Docílíme tak ještě rychlejší konsolidace zásilek do všech klíčových destinací v Evropě a zkrátíme dobu doručení sběrnou službou.“

Nových 4 000 m² překládkových ploch je osazeno 36 nakládacími branami a je postaveno podle moderních standardů jednotných v celé evropské síti DACHSER. Logistické centrum v Kladně se také rozrostlo o dalších 4 800 m² venkovních logistických a manipulačních ploch.



Foto: DACHSER

Více na www.packagingherald.cz

Přichází svěží Sunrise IPA z Elektrárny

Experimentální pivovar Plzeňského Prazdroje pod značkou Elektrárna osvěžil nabídku letních speciálů novinkou Sunrise IPA. Slunečkový design plechovky rozjasní i den plný mraků. „Naše Sunrise IPA je světle žluté nefiltrované pivo s výrazným chmelovým aroma, ve kterém jsou patrné především tóny citrusů a tropického ovoce. V chuti jde o pivo velmi lehké s nižší jemnou hořkostí, která mírně vystupuje v suchém doznívání. Celkově navozuje pocit osvěžující lehkosti a skvělé pitelnosti,“ upřesňuje sládková pivovaru Lenka Straková. V prodeji je v 500ml plechovkách v online obchodě rohlik.cz – stejně jako další speciály z Elektrárny: Yuzu Ale, TheMže, Kisseláč Višeň a bezlepková piva Ventil, Proovan nealko IPA.



PI

FACHPACK 2024

> KEY THEME 2024



TRANSITION
IN PACKAGING >

LOOK FORWARD TO THESE
PROGRAMME HIGHLIGHTS:

- > FORUM PACKBOX
- > FORUM INNOVATIONBOX

AND MANY MORE.

Stay tuned:

> FACHPACK.DE/EN

**WORKING TOGETHER ON TOMORROW'S
PACKAGING CONCEPTS >**
24.-26.9.2024

EUROPEAN TRADE FAIR
FOR PACKAGING, TECHNOLOGY AND PROCESSING

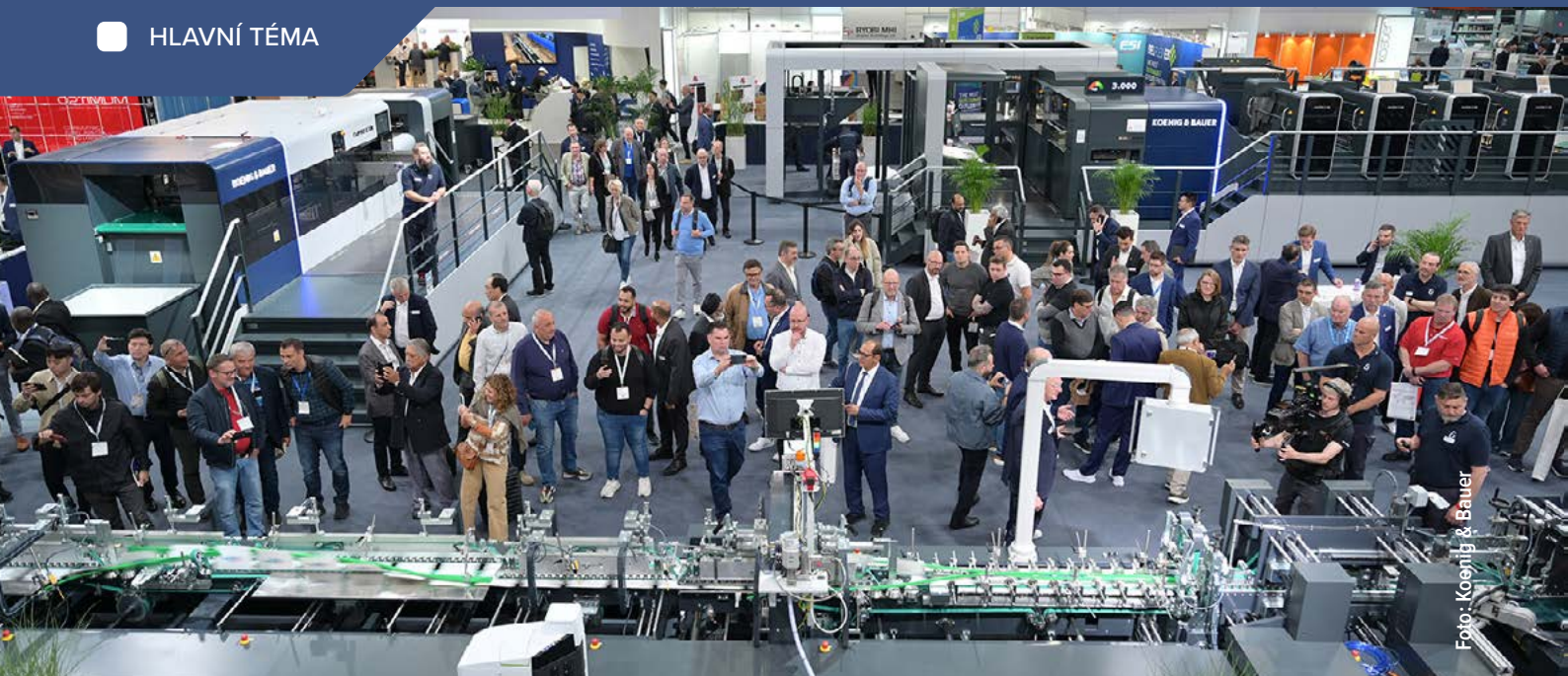


Foto: Koenig & Bauer

drupa byla rekordní i pro obalový tisk

Nejvíce novinek v oblasti **tiskových technologií** bylo v poslední době **spojeno** s největším světovým veletrhem v oboru – **drupou**. V Düsseldorfu kvůli covidové pandemii fyzicky proběhl po dlouhých osmi letech (obvyklý interval je čtyřletý) letos na přelomu května a června.

Miroslav Dočkal

Konica Minolta nejen o vývoji etiket

Společnost Konica Minolta uvedla na drupě pod mottem „See the Potential in the Future of Print“ (Objevte potenciál v budoucnosti tisku) dvacítku evropských premiér. Vlajkovou lodí byl zřejmě inkjet nové generace AccurioJet 60000 s možností oboustranného tisku a výkonem 6 000 archů za hodinu v maximálním formátu 585 × 750 mm při vysoké kvalitě tisku. Díky použití inline senzorů a spektrofotometru umožňuje nepřetržité sledování a řízení tiskového procesu. Dalším evropským debutem byl AccurioPress C84hc využívající nový chromatický toner bez omezení daných barevným gamutem běžných CMYK tonerů a schopný tisknout velmi jasné a živé barvy.

Na stánku byla představena i produkční linka AlphaJet od partnerské francouzské společnosti MGI spojující ražbu, tisk, lakování, skládání a sušení až do formátu B1+. S MGI uvede Konica Minolta brzy na trh i novou generaci digitálního stroje MGI JETVarnish 3D Web 400 pro zušlechťování rolových etiket, který aplikuje parciální

UV lak pro vytvoření 3D efektů, přidání metalických prvků a zvýšení odolnosti etikety. Zařízení disponuje AIS skenerem řízeným umělou inteligencí. Zajistí tak přesné nanesení laku či fólie na požadované místo a dokáže přizpůsobit aplikaci laku v závislosti na deformaci podkladu (zkosení, částečné nebo úplné roztažení, smrštění a posunutí). Dokáže také zpracovat širokou škálu materiálů a disponuje třemi technologiemi sušení. Na trh bude brzy uvedeno rovněž digitální řezací zařízení pro rolové materiály MGI Octopus Web, které umožňuje vyřezání libovolných tvarů díky třem nezávislým ramenům a obejde se bez výsekových forem.

Pokud jde o vývoj segmentu etiket, produktová manažerka PP & Label firmy Konica Minolta Business Solutions Czech Vladimíra Hajduková k němu uvedla: „V designu etiket a obalů se prosazuje trend minimalismu. Obaly jsou jednodušší, s čistými liniemi a menším množstvím textu.“ Ve výrobě etiket roste míra využití digitálního tisku pro menší série, zejména s personalizovaným obsahem. Je to dáno také tím, že finanční dostupnost



**HLEDÁTE UNIVERZÁLNÍHO POMOCNÍKA,
KTERÝ ZVLÁDNE PRÁCI I V ÚZKÝCH ULIČKÁCH?
NAŠE NOVÁ TECHNOLOGIE JE TÍM, CO POTŘEBUJETE!**

- INTERGROVANÁ ŘÍDICÍ JEDNOTKA
- LASEROVÁ SLAM NAVIGACE
- INTELIGENTNÍ A PŘESNÁ VIZUÁLNÍ BEZPEČNOST
- VŠESTRANNÁ A OPRAVDU BEZPEČNÁ OCHRANA
- ŠTÍHLÝ DESIGN PRO SNADNÝ POHYB

Doba provozu	10 h
Výška zdvihu	1600/30 mm
Jmenovité zatížení	1400 Kg
Min. poloměr otáčení	1227+200 mm
Přesnost polohování	+/-10, +/-0,5°
Rychlost	1,2 /1,5 m/s



IN THE FUTURE IS TECHNOLOGY

**AUTONOMNÍ VYSOKOZDVIŽNÝ VOZÍK
S MALÝM STOHOVAČEM**

Nečekejte a vybavte svou firmu pomocníkem, který vám ušetří čas a zefektivní vaše pracovní procesy.

Kontaktujte nás ještě dnes a získejte inovativního partnera pro vaše podnikání!
Více informací na www.ekobal.cz

... pokračování ze str. 10

i flexibilita digitálního tisku se zvyšuje. Pro etikety jsou vyvíjeny nové materiály, které jsou odolnější, flexibilnější a lépe recyklovatelné, ať už jde o materiály na bázi papíru či plastových fólií. Vyvíjí se i tiskový software, který umožňuje snazší navrhování, správu a práci s variabilními daty. Zvyšuje se míra automatizace, zahrnující automatické podávání materiálů, kontrolu kvality a dokončování etiket. Rozvíjí se rovněž technologie vysledovatelnosti a analýzy spotřebního řetězce etiket v reálném čase. To umožňuje značkám sledovat, jak vývoj prodeje jejich výrobků ovlivňují etikety, a upravovat vlastní marketingové kampaně podle potřeby.



Konica Minolta se předvedla na drupě pod mottem „See the Potential in the Future of Print“.

Canon se silou k pohybu

Canon pod mottem „Power to Move“ (Síla k pohybu) poprvé mimo Japonsko veřejně představil tiskárnu pro průmyslovou výrobu etiket LabelStream LS2000, která bude na středoevropském trhu dostupná od příštího roku. Tiskne v režimu CMYK plus bílé na samolepicí substráty inkousty splňujícími normy pro potravinářské obaly. Mezi dalšími novinkami Canonu jmenujme vysokorychlostní inkoustové tiskárny ColorStream 8200 a 8110.

HP Indigo s dvěma novými stroji a mobilním robotem

Novinkami výrobce strojů s tekutým tonerem HP Indigo jsou modely 120K a 18K. 120K je nejrychlejším strojem HP Indigo pro formát B2. Rychlost jeho tisku činí 4 500 archů za hodinu. Zařízení může mít až pět nakladačů a je vybaveno nonstop vykladačem s automatickou výměnou palety. Má pět barevníků, obracací zařízení a zvládá potisk substrátů v tloušťkách od 70 do 450 mikronů.

Druhou novinkou, rovněž pro formát B2, je model 18K určený pro tisk rozmanitého spektra zakázek. Stroj má

sedm barevníků, obracací zařízení a maximálně pět nakladačů. Absolutní rychlost tisku je 3 450 archů za hodinu, ale nabízí vyšší rozsah gramáží od 70 až do 600 mikronů. Lze ho proto využít i pro potisk krabiček.

Další zajímavou novinkou zmíněného výrobce je autonomní mobilní robot sloužící pro transport materiálu z/do stroje a vyžadující jen minimální nároky na prostor při vykládání palety.

Stroje HP Indigo zapracovaly do svého ovládání prvky umělé inteligence a zjednodušily tak svou obsluhu i údržbu. Produktivita vzrostla oproti minulým modelům až o 30 %: v běžném provozu by nové modely měly využívat až 90 % strojového času pouze pro tisk. Novinkou je také ECO mód, který umožňuje u vhodných zakázek tisk s nižšími náklady.



Model 120K je nejrychlejším strojem HP Indigo pro formát B2.

Xeikon zrychluje a rozšiřuje gamut

Společnost Xeikon ve světové premiéře představila digitální tiskový stroj PX3300HD pro potisk etiket s rozlišením 1 200 dpi, což je dvojnásobek oproti předchozí řadě Xeikon Panther. Pětibarvový stroj (s bílou barvou) disponuje šíří tisku 330 mm a rychlostí až do 70 m/min., a to i při výrazném použití bílé. Je určen pro potisk odolných etiket na průmyslové výrobky, chemikálie nebo prostředky pro domácnost, ale také luxusních etiket na prémiová piva, lihoviny i další nápoje nebo výrobky pro zdraví a krásu. Pokrývá až 88 % barev Pantone v rámci odchylky delta E2. Pro představený stroj Xeikon vyvinul novou řadu tonerů PX-Cure LED HD pro bezchybné vytvrzení při dodržení ekologičnosti. UV lampy stroje mají oproti tradičním UV vytvrzovacím výbojkám desetkrát delší životnost. Zařízení používá tiskové hlavy Xeikon série W se specifickými vzory pro tvorbu kapek a rastrovací software Xeikon. Určeno je pro hybridní tisk při zařazení do linky s jednotkami pro zušlechťování etiket Xeikon LCU a odvíječem na větší role. Jeho workflow ovládá řídicí jednotka Xeikon X-800 DFE. Prodej novinky byl zahájen už na drupě.



Společnost Xeikon ve světové premiéře prezentovala digitální tiskový stroj PX3300HD pro potisk etiket s rozlišením 1 200 dpi.

advance EX Edition (GLX-740A+CC) s UV vytvrzováním, dvojitým lakovacím zařízením a funkcemi Super Short Makeready a Smart Color, snižující makulaturu. Výrobce zařízení je Komori Chambon, která vyrábí kompletní linky na výrobu obalů s hlubotiskem, flexografií a ofsetem, s rotačním výsekem, vykladači a speciálními dokončovacími operacemi. V zóně zakázkového tisku byl k vidění v ce-

Durst a OMET zkombinovaly inkjet s flexotiskem

Italští výrobci Durst a OMET odhalili nový hybridní stroj KJet s velmi krátkou dráhou pásu, který spojuje inkjet s flexotiskem. Určen je pro potisk etiket a flexibilních obalů. Kombinuje dvojitě servopoháněné flexojednotky s digitální tiskovou jednotkou Durst RSCi. Minimalizuje tak mj. časy nastavení stroje na novou zakázku, ale i odpad.

Komori míří do všech směrů

Japonská společnost Komori pod heslem „Connected Automation“ představila v zóně obalového tisku 40" sedmibarvový archový ofsetový stroj Lithrone GX40

losvětové premiéře 37" osmibarvový ofsetový tiskový stroj pro oboustranný potisk Lithrone G37P advance EX Edition (GL-837P-A) s vytvrzováním H-UV L (LED). Jeho tři nové ekologické funkce snižují náklady na energie až o 18 %. V zóně digitálního tisku se odehrála druhá světová premiéra: 29" archového UV inkoustového digitálního tiskového stroje J-throne 29 formátu B2. Podle výrobce dosahuje nejvyšší tiskové rychlosti ve své třídě: 6 000 ks/h při jednostranném potisku a 3 000 ks/h při oboustranném, při rozlišení 1 200 dpi, max. formátu archu 585 × 750 mm, max. tloušťce materiálu 0,06–0,6 mm při jednostranném a 0,06–0,45 mm při oboustranném tisku. Určen je i pro potisk lepenky bez předúpravy.

... pokračuje na str. 14

PI

Snižujeme množství obalového odpadu. Společně.

Balíme produkty našich klientů tak, aby jim obal zajistil potřebnou ochranu, avšak s použitím menšího množství papíru, lepenky nebo papírových vláken.

S klienty za tato udržitelná řešení získáváme obalové ceny. Společně.





Canon představil tiskárnu pro průmyslovou výrobu etiket LabelStream LS2000.

Za zmínku stojí i nová technologie flexotisku vnější a vnitřní strany vlnité lepenky v jednom průchodu Chroma 2S z produkce divize Koenig & Bauer Celmacch. Nyní je k dispozici pro řady Chroma High-Tech a Chroma Smart.

... pokračování ze str. 13

Koenig & Bauer: prostě „více“

Heslem společnosti Koenig & Bauer na drupě bylo More, tedy „více“. Jejich stánek se soustředil na trh s obaly a digitální řešení, ofset i flexotisk. Nové funkce vystavených strojů zvýšily jejich výkonnost nejméně o pětinu.

Poprvé byl veřejnosti představen VariJET 106 ze společného podniku Koenig & Bauer Durst. Tento digitální tiskový stroj pro potisk skládaček kombinuje přednosti inkjetu a ofsetu pro potisk obalů farmaceutických, zdravotnických a kosmetických výrobků, ale i obalů na potraviny a nápoje.

Návštěvníci veletrhu si mohli prohlédnout i linku složenou z archového ofsetového stroje Rapida 145, plochého výseku Ipress 145 K PRO a lepičky skládaček Omega Allpro 110.

Pokud jde o výrobu etiket, vystavil Koenig & Bauer ofsetový stroj Rapida 106 X s inline řezačkou archů z role, modulem pro nanášení fólie za studena a dalšími detaily vybavení. Ty jsou doplněny rotačním výsekovým zařízením CutPRO X 106 se speciální technologií pro oddělování užitků.

Pro zpracování vlnité lepenky byly na hybridních show představeny vysoce automatizované stroje ChromaCUT X Pro a ChromaCUT High Tech 2S. ChromaCUT X Pro se dvěma výsekovými válci umožňuje již během výroby přípravu další výsekové formy.

V oblasti flexotisku s centrálním cylindrem CI byly na drupě mj. představeny biologicky odbouratelné fólie pro balení potravin. Stroj XD Pro kombinuje vysoký stupeň automatizace s jednoduchou obsluhou. Vysoce výkonný stroj série XG je k dispozici pro velkosériovou výrobu s paralelní výměnou sleeveů (SSC), velmi vhodnou pro zpracování skládaných lepenkových krabiček.

Rekordní bilance

V 18 halách na 140 000 m² se na drupě představilo 1 643 vystavovatelů z 52 zemí. Jejich stánky vidělo 170 000 návštěvníků z rekordních 174 zemí. Nejčastěji evropských, výrazně zastoupena byla ale i Asie s 22 % a Amerika s 12 % návštěvníků. Více než polovina z nich přišla ze segmentu komerčního tisku, následovaného ovšem obaláři, jejichž podíl výrazně vzrostl. Součástí veletrhu byla i specializovaná diskusní fóra drupa cube, drupa dna, touchpoint packaging a touchpoint textile. Pokud bychom měli vypíchnout dominantní téma tohoto ročníku, byla jím kromě ekologie zejména automatizace s umělou inteligencí a robotikou. Příští drupa proběhne v roce 2028. ■



Inkjet nové generace AccurioJet 60000 s možností oboustranného tisku od společnosti Konica Minolta

Udržitelnost jako klíčové téma budoucnosti zušlechťování tisku

Hlavními tématy letošní drupy byly udržitelné tiskové procesy a obaly, oběhové hospodářství a energetická účinnost. Stejně jako mnoho průmyslových oborů i ten tiskařský a obalový čelí velké výzvě neustálého zlepšování své ekologické stopy.

KURZ se důsledně zaměřuje na úsporu cenných zdrojů a jejich recyklaci. Důležitým krokem v procesu je zavedení tenčích nosičů ražebních fólií. V oblasti horké ražby budeme brzy vyrábět pouze nosiče o tloušťce 10 µm. U přenosu za studena je tloušťka nosiče snížena až na 6 µm při zachování stejného lesku a krytí. Produkty zušlechťené ražbou KURZ zůstávají zcela recyklovatelné a odbarvitelné; ani proces kompostování není ovlivněn.

Na trhu jsme již představili **KPS slim 2.0** (přihlášeno k patentování), produkt pro studený přenos s nosičem o tloušťce pouhých 6 µm. Jde o nejtenčí ražební fólii dostupnou na trhu, umožňující výrazné snížení obsahu PET o působivých 50 %. Jeho použitím lze dosáhnout nejen značných úspor materiálu, ale i efektivnější manipulace díky většímu počtu běžných metrů na roli, což vede k nižšímu počtu výměn rolí, kratším prostojům a seřizovacím časům. Konečným výsledkem na vytištěných arších je bezkonkurenční lesk i na těch nejnáročnějších površích a obtížných substrátech. „Zavedení tenčích nosičů je důležitým krokem ve strategii udržitelnosti společnosti KURZ,“ vysvětluje Markus Hoffmann, člen představenstva. „Neustále rozšiřujeme naše portfolio o udržitelné produkty a řešení, která snižují spotřebu materiálů a minimalizují dopad na životní prostředí. Sem patří také přístup reuse – tedy možnost několikanásobného použití nosičů pomocí nově vyvinutých modulů.“

RECOSYS® 2.0 je průkopnický recyklační systém

S ním nastavujeme nový standard pro ekologickou a efektivní recyklaci. Technologie umožňuje optimální zpracování a opětovné použití PET nosičů, čímž podporuje oběhové hospodářství. Výsledkem je recyklovaný PET (RECOSYS® rPET). Ten lze znovu použít jako surovinu pro výrobu plastových lahví nebo obalů. S pomocí RECOSYS® 2.0 lze emise rozsahu 3, tedy emise skleníkových plynů související s likvidací ražebních fólií, snížit až o 90 %. RECOSYS® 2.0 byl úspěšně spuštěn ve 4. čtvrtletí 2023. KURZ je první společností v grafickém průmyslu, která zavedla systém zpětného odběru a recyklace. Při zpáteční přepravě spoléháme na dlouholetého logistického partnera. Gebrüder Weiss již dodává produkty zákazníkům po celé Evropě a nyní je také odpovědný za sběr k recyklaci. Služba „nulové emise“, kterou nabízí, umožňuje klimaticky neutrální přepravu a zcela kompenzuje veškeré emise.

Zpráva o udržitelnosti 2023

Ve více než stostránkové zprávě LEONHARD KURZ popisuje a dokumentuje komplexní závazek k udržitelnosti. Nastihuje klíčové oblasti, jako je hodnotový řetězec, ochrana životního prostředí a pracovní a lidská práva. Od roku 2021 jsme členem UN Global Compact Network, iniciativy OSN, jejímž cílem je podporovat inkluzivní a udržitelnou ekonomiku napříč průmyslovými odvětvími a hranicemi. KURZ se také podílí na řadě dalších iniciativ udržitelnosti s jasnou ambicí: Být zeleným lídrem. Generální ředitel Dr. Andreas Hirschfelder zdůrazňuje, že společnost zůstává pevně zaměřena na stanovené cíle.



RECOSYS® rPET



Kompletní Zpráva o udržitelnosti 2023

Recyklační závod



Za KURZ Czech & Slovak s. r. o.

Svetlana Holečková

[linkedin.com/in/svetlanaholeckova](https://www.linkedin.com/in/svetlanaholeckova)





„Pramen zdraví z Posázaví“ už 70 let

Všeobecně známý a mnoha milovaný **Pribináček** je s **námi už neuvěřitelných 70 let** a dodnes zůstává kultovním mléčným dezertem vyráběným v Česku. Neotřesitelnou pozici má i na Slovensku. Legendárním **sloganem** na obalu „**Pramen zdraví z Posázaví**“ nás zdraví již od roku **1954**. Oblíbený kocourek se na něm objevil o čtyřicet let později.

Adriana Weberová

O d svého vzniku prošel Pribináček mnoha změnami a rozšířil se také o další produkty. Kromě klasického smetanovo-tvarohového dezertu nabízí značka Pribináček i Kapsík, Sportík, Tyčinku, Tvarrohový či Zmrzku a nejnovější přírůstek z loňského roku, Krupičku. V přibyslavském závodě společnosti Savencia se vyrábí kromě Pribináčku také další známé české produkty, jako jsou Lučina, Král Sýrů a Sedlčanský Hermelín.

První předchůdci Pribináčku, které zaměstnanci přibyslavské mlékárny představili pod názvy Eva, Bivoj, Mocca a Perla, zaujali spotřebitele již v roce 1947. V roce 1954 pak závod Pribina představil tvarohový krém pod názvem Pribináček s legendárním sloganem „Pramen zdraví z Posázaví“. Roku 1994 se na jeho obalu poprvé objevil kocourek, který se rychle stal oblíbeným mezi dětmi i dospělými.

Za první kvartál roku 2024 vzrostl jeho podíl mezi mléčnými dezerty o 1,9 %. „Věřím, že v podobném růstu bude pokračovat a do konce roku 2024 zaujme první příčku mezi značkovými mléčnými dezerty,“ uvádí Aleš Malenka, generální ředitel společnosti Savencia F&D pro Česko a Slovensko. Pribináček si získává srdce spotřebitelů díky široké škále příchutí. Ke konci 50. let jich měl až 16. Dnes si mohou spotřebitelé vybrat mezi tradičními příchutěmi vanilka, kakao a smetana. Ty jsou aktuálně

doplněny sezonními příchutěmi banán a jahoda. „Nabízíme spotřebitelům širokou škálu příchutí, ale jedničkou stále zůstává Pribináček vanilka,“ doplňuje Miroslava Nováková, junior brand manažerka Pribináčku. Nabízeny jsou ve variantách 70 a 125 gramů.

Slavný slogan nás provází už věky

První Pribináček si mohli zákazníci koupit v roce 1954. V té době obalu dominoval slogan „Pramen zdraví z Posázaví“. Nejzásadnější vizuální změnou prošel o 40 let později, v roce 1994 se poprvé objevil na obalu motiv kocourka.

Pro společnost Savencia F&D je důležité téma udržitelnosti a aktivní přístup k lokálním surovinám a produktům. Současný kelímek je proto vyroben z jednodruhového plastu, takže ho lze celý vhodit do žlutého kontejneru na plast. Hliníkové víčko zase patří do šedého kontejneru na kovové odpady. Pribináček je navíc vyroben z lokálních surovin od místních farmářů a dodavatelů mléka. I po 70 letech tak naplňuje heslo, pod kterým byl zrozen a které si pamatuje již řada generací – „Pramen zdraví z Posázaví“.

Klasický Pribináček byl původně v papírových povoskovaných kelímcích, stejný materiál byl použit i na víčko. Jeho trvanlivost však byla pouhé dva dny. Následně

byl papírový kelímek opatřen vnější i vnitřní PE vrstvou, která byla zásadní game changer z hlediska trvanlivosti produktu. Vybaven byl hliníkovým víčkem. V roce 2015 se přešlo na dnešní polypropylenové kelímky s IML etiketou ze stejného materiálu v kombinaci s již známým hliníkovým víčkem.

„IML etikety na současných kelímcích Pribináčků jsou ze stejného materiálu jako kelímek (PP), to zajišťuje 100% recyklovatelnost. Dekor kelímků prostřednictvím IML etiket nám zajistil vysokou kvalitu a rozlišení obrázků. Při výběru nového kelímku v roce 2015 to bylo to nejlepší, co bylo možné Pribináčku dát,“ doplňuje Aleš Malenka. Nový kelímek je lepší i z hlediska hygieny. Plastový kelímek udrží déle vůni i konzistenci a nenasává pachy z okolního prostředí.

Grafickou proměnou prošel také motiv známého kocourka na etiketě. Například v roce 1994 byl ve žlutých barvách, v roce 1997

převažovala modrá. V dalších letech nás na smetanový dezert lákal kocourek v pruhozaném červenobílém triku. „Motiv kocourka je na etiketě od roku 1994. Podobu bílého kocourka s bílými fousky, jak ji známe dodnes, získal o tři roky později, tedy v roce 1997. Poslední větší obměnou prošel kocourek v roce 2017,“ doplňuje Aleš Malenka a dodává: „Design obalů, tak jako vše kolem nás, se mění v čase. Bylo třeba ho upravit a přiblížit i pro další generace. Jedná se o symbol, který propojuje všechny produkty z rodiny Pribináčku a vytváří jednotnou komunikační linku. Pro spotřebitele jednoduše rozpoznatelnou a snadno zapamatovatelnou.“



Logo Pribináčka i kocourek v mnoha variantách je součástí společnosti Savencia F&D CZ/SK, která motiv vytvořila a je i nositelem autorských práv. „Jsme rádi že se kocourek líbí napříč všemi generacemi, vždy vyloučí úsměv a přináší potěšení z kvalitního jídla do mnoha domácností,“ uzavírá Aleš Malenka. ■

PI



TISKNEME ETIKETY
PRO VŠECHNA
PRŮMYSLOVÁ ODVĚTVÍ

Sobínská 185, 252 19 Chrášťany
info@label-design.cz Tel.: +420 257 894 111
www.label-design.cz



více než 30 LET
na trhu samolepicích
etiket na míru





Foto: ETIFLEX

Kvalita vyžaduje investice

Výroba atraktivních a funkčních etiket vyžaduje investice do kvalitního technologického parku. To jejich výrobci, jako například **ETIFLEX**, **Label design** a **S&K LABEL**, velmi dobře vědí. Nároční na grafický design labelů jsou vinaři, pivovarníci, potravináři i výrobci kosmetiky.

Adriana Weberová

Jedním z hlavních trendů v etiketách, podobně jako v jiných odvětvích, je obliba přírodních materiálů. Obohaceny mohou být o výraznou strukturu, jako je například cotton s obsahem bavlny. Stranou nezůstávají plasty. Podobné požadavky mají například zákazníci tiskárny ETIFLEX. „Někteří klienti jsou motivováni líbivějším vzhledem strukturovaných materiálů, jiné zajímá také ekologický aspekt. Zároveň však máme zákazníky, kteří zůstávají u plastu, jehož funkční vlastnosti jsou stále nenahraditelné,“ vysvětluje Lucie Hotařová, majitelka zmíněné tiskárny. Týká se to například vinařů, kteří uskladňují lahve ve vlhkých sklepech, nebo výrobců kosmetiky a drogerie.

Častěji se také objevují dotazy na ekologické nebo recyklovatelné etikety. „Vysvětlujeme zákazníkům, že neexistuje univerzální eko řešení. Záleží na typu produktu a jeho obalu, požadavcích na aplikaci, funkčnost etikety, na legislativních nařízeních, určení produktu, možnosti

sběru, třídění a recyklaci atd.,“ připomíná Jana Jaskulková, projektová a marketingová specialista společnosti S&K LABEL. To vše hraje roli při volbě vhodného alternativního materiálu. „Například papír nemusí být z hlediska následné recyklace univerzálním řešením pro všechny typy obalů, zatímco PET etiketa na PET obalu je v pořádku,“ myslí si Jana Jaskulková.

S&K LABEL začne s výrobou linerless etiket

Další oblastí, kde je patrný vzestup, jsou linerless etikety. „Benefity absence podkladového silikonu jsou značné. Patří sem snížení ekologického dopadu, významná redukce odpadu, variabilní délka etiket na jedné roli, nižší nároky na skladování i logistiku a mnoho dalšího,“ vyjmenovává jejich benefity Jana Jaskulková. Společnost S&K LABEL má za sebou úspěšné testy a v nejbližší době začne s jejich výrobou. Pomohly jí zkušenosti a sdílení know-how s kolegy ze skupiny Coveris, jejíž je nyní součástí.

Unikátním zařízením na výrobu bezpodložkových linerless etiket disponuje rovněž společnost Label design. Stroj jsme představili v říjnovém vydání magazínu *Packaging Herald* č. 49.

Zušlechtit lze i sendvičové etikety

Za zmínku stojí také sendvičové etikety. „Trend vrstvení informací na jednu etiketu namísto výroby několika druhů etiket v nižším nákladu není nový, ale každý rok sledujeme nárůst,“ poznamenává Jana Jaskulková. Technologie, funkčnost i užitečnost zmíněné etikety už jsou lety prověřené a potvrdily spolehlivost. Jejich uživatelé tak pomalu začínají i se zušlechtěním vrchní části etikety, což dříve nebylo běžné. Navíc ani tato konstrukce etiket nevyklučuje udržitelné řešení. Běžně tyto etikety vyrábí v S&K LABEL na materiál Cleanflake, který významně usnadňuje recyklaci a opětovné využití obalu.

Digitální tisk: cesta ke svobodě

V oblibě jsou digitálních technologie, které umožňují tisknout kratší zakázky ve vysoké kvalitě. Výrobcům baleného zboží to dává větší svobodu ve variacích produktových řad například z hlediska barevnosti. Odpadají vstupní náklady na tiskové nástroje a lze vymýšlet obaly na limitované edice produktů. „Podobný trend sledujeme také v oblasti zušlechtění. Díky novým technologiím dokážeme zpracovat i digitální ražbu a lak, které usnadňují změnu zušlechtění i na malých sériích,“ doplňuje Lucie Hotařová.



Design odráží vkus zadavatele

Nápadité designy požadují nejen nápojáři

Základem výroby společnosti S&K LABEL jsou grafické etikety s přidanou hodnotou v podobě již uvedeného zušlechtění. „Tady dlouhodobě platí, že největší kreativitu při navrhování etiket projevují zákazníci z nápojového průmyslu a kosmetiky. Tam vznikají opravdu nápadité designy, často spojené s výzvami v oblasti kombinace použitých technologií,“ konstatuje Jana Jaskulková. Je podle ní radost podobné etikety vyrábět a pak držet v ruce výsledný produkt, zvláště když je celý koncept promyšlený včetně druhotného obalu a celkové propagace.



Do redesignu investují i malí vinaři

Na požadavky trhu musí tiskárny reagovat moderními technologiemi. I proto se společnost ETIFLEX rozhodla pro nové digitální zařízení. Letošní novinka HP Indigo zvládá v maximální kvalitě potiskovat veškeré požadované materiály. Investice směřovaly také do stroje na digitální ražbu a lak, což umožňuje velkou variabilitu v grafice a zároveň ve vzhledu přináší „něco nového“,

... pokračuje na str. 20

PI



Obaly, které prodávají



- dárkové krabice



- obaly



- reklamní poutače

- prodejní stojany



Nabízíme:

- kompletní výrobu krabic na zakázku
- ofsetový tisk do formátu 100 × 140 cm
- kaširování, výsek a lepení
- rychlé dodací termíny

www.obalprint.cz

... pokračování ze str. 19

po čem klienti i designéři volají. Aktuálně tiskárna staví také novou výrobní halu.

V čele zušlechtění je horká metalická ražba

Chloubou Etiflexu jsou samolepicí etikety potisknuté flexotiskem i digitálním tiskem. K jejich zušlechtění slouží horká ražba, 3D lakování, již zmíněná digitální ražba a lakování, slepotisk, mikroembossing nebo tisk do lepidla. „Zpracovávali jsme různé průřezy v etiketách, sendvičové etikety, vrstvení materiálů apod. V našem portfoliu suverénně vedou etikety pro vinařství, na které se dlouhodobě specializujeme. V posledních letech nám ale mezi klienty přibývá stále více pivovarů, výrobců exkluzivních destilátů, potravin, kosmetiky i drogerie,“ vyjmenovává Lucie Hotařová.

Tradiční a stále nejoblíbenější formou je podle ní zušlechtění horkou metalickou ražbou. V poslední době ale v tiskárně stále více kombinují různá zušlechtění na jedné etiketě. „Zajímavou specialitou je naše mobilní aplikace Živá etiketa, která přímo promlouvá ke koncovým zákazníkům pomocí rozšířené reality,“ prozrazuje Lucie Hotařová.

Barvami hrající label pro pálenky

Úspěšným projektem Etiflexu je například série pro pálenky z Raspenava Distillery. Pestrobarevné etikety kombinují dvě vrstvy materiálů, několik technologií tisku a zušlechtění. Autorem rafinovaného designu je Aleš Sadil, dlouholetý externí designér. „Při návrhu se trefil do vkusu majitele destilérky Miroslava Rýdžiho, který měl velká očekávání. Společně se nám podařilo vymyslet způsob, jak odvážný návrh přivést do života,“ říká Lucie Hotařová.



Foto: ETIFLEX

Úspěšným projektem Etiflexu je například série pro pálenky z Raspenava Distillery.

Chytrá etiketa odolná vůči teplu ohromí i vzhledem

Jinou zajímavou ukázkou má na svědomí společnost Label design. Je jí etiketa vyrobená pro Perfect Canteen na produkty Cibule Bistro. Zásadní je pro projekt EatSmart – chytré ledničky. „V této ledničce si pořídíte oběd, aniž byste se o cokoli starali. Prostě přijdete, pípnete přístup, vezmete oběd a odcházíte. Lednička EatSmart sama pozná, co jste si vzali, a informace odešle dál. A to všechno díky čipu umístěnému pod etiketou,“ vysvětluje Andrea Vokálová.

Úkolem také bylo zaručit, aby etiketa spolu s lepidlem vydržely ohřev jídla v mikrovlnné troubě. Dále bylo nutné docílit perfektní kvality tisku pro dokonalé foodshoty. „Pro dosažení co nejvyšší tiskové kvality jsme zvolili offset. Umožnil nám vytisknout fotografie pokrmů v maximální možné kvalitě a rozlišení, což výrazně přispělo k dosažení požadovaného vzhledu. Kromě toho jsme se zaměřili na zajištění dlouhodobé trvanlivosti a odolnosti etiket,“ uzavírá Andrea Vokálová. ■

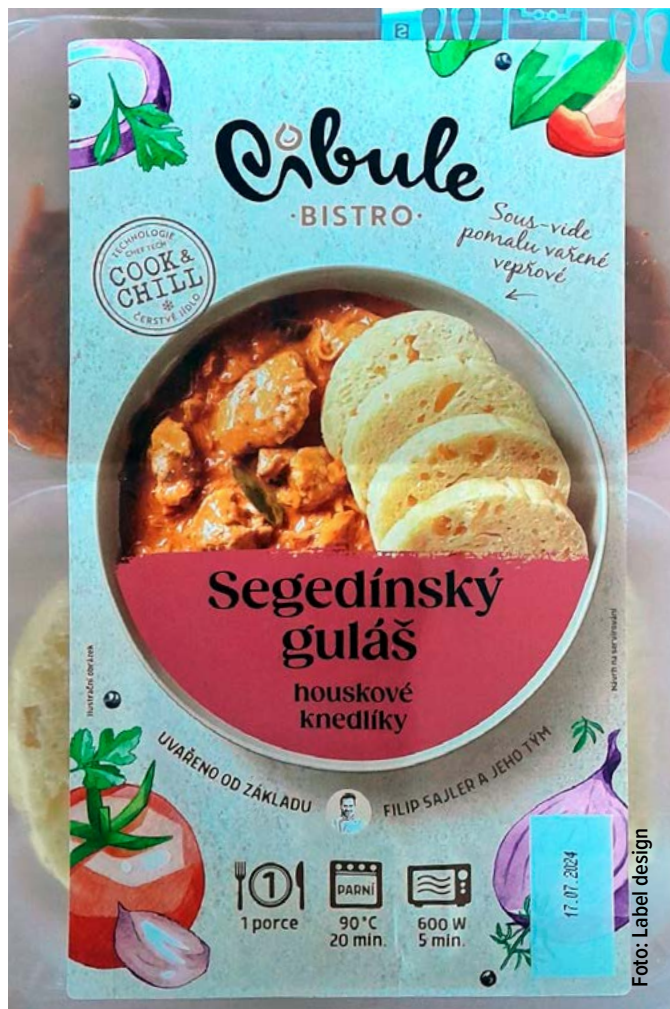


Foto: Label design

Etiketa pro Perfect Canteen na produkty Cibule Bistro

Ještě snazší cesta k zákazníkovi!

Využijte fulfillment od Shipmallu

Využijte ve svém podnikání obchodní model D2C, se kterým budete mít absolutní kontrolu nad svým zbožím a jeho cestou k zákazníkovi. Nejsnazší cestou, jak model ve své společnosti implementovat, je využití služeb fulfillmentu, který pro vás značnou část zajistí – a vy tak budete blíže k perfektní zákaznické zkušenosti. Nyní pro nové klienty skladování zdarma až do konce roku s heslem Packaging Herald.

Partnerství s fulfillmentovou společností vás zbaví především starostí s logistikou a zpracováním vrátek a reklamací. Pro uskladnění zboží využijete skladovací prostory i lidské kapacity partnera, který zajišťuje plnohodnotné fungování i v tom nejvytíženějším ročním období. V poslední době vám fulfillment pomůže i se samotným napojením na zákazníka ve fázi prodeje.

Začněte prodávat na marketplaces

Česká fulfillmentová společnost Shipmall vás propojí přímo s koncovým zákazníkem prostřednictvím populárních prodejních kanálů marketplaces, jako je Kaufland, Amazon či Alza. Pro vás to znamená kontrolu nad prodejní cenou vašeho zboží a snížení nákladů na jeho prodej. Koncová cena tak bez nutnosti zapojení prodejců a promítnutí jejich marže do cenotvorby bude i konkurenceschopnější a pro zákazníka přívětivější.

Nastavení i správa online prodejních kanálů může probíhat u partnera, včetně listingu produktů a správného nastavení cenotvorby, která reflektuje všechny náklady spojené s prodejem. Spoluprací tak získáte know-how, které bez předchozí práce s těmito kanály nelze nahradit. Shipmall v rámci celé cesty zboží od prodeje k zákazníkovi hlídá také dodržování všech pravidel a SLA jednotlivých marketplaces, což je nezbytné pro kladné hodnocení od zákazníků.

Držte si fixní náklady na logistiku

Interní logistika s sebou nese i neustálé změny ceny za logistické operace na jednotlivých zásilkách podle výkyvů v počtu expedovaných objednávek. Outsourcing logistiky pod fulfillmentovou společností vám přinese jistotu jednotné ceny za expedici jedné zásilky a díky tomu i lepší práci s cenotvorbou produktu bez vlivu změn v počtu expedovaných objednávek během jednotlivých měsíců.

Shipmall poskytuje služby fulfillmentu pro e-shopy už od roku 2008. Jako jedna z prvních společností začal skladovat, balit a expedovat zboží pro e-shopy. Dnes se tak může pochlubit službou, která je spolehlivá a schopná vykrývat i sezonní či mimořádné výkyvy, a to stále za výhodných podmínek. Provedeme za

vás příjem zboží a jeho skladování, kdy se účtuje pouze skutečně využitá plocha skladu. Vy si jen přes aplikaci eLogist hlídáte stav svých skladových položek.

Po objednávce od klienta personalizovaně zabalíme vaše zboží (např. do obrandovaných krabic nebo s využitím lepicí pásky s vaším logem). Odeslání zákazníkovi je pak možné přes široké množství dopravců: Zásilkovna, WEDO (Uloženka, Intime), Česká pošta, Slovenská pošta, PPL, GLS, DPD/Geis, Messenger, Fofr, DoDo a další.

Od podpisu smlouvy můžete posílat objednávky přes logistické centrum Shipmallu už do 14 dnů! Letošní Black Friday i Vánoce tak můžete mít bez starostí s počtem zásilek. Nyní pro nové klienty skladování zdarma až do konce roku s heslem Packaging Herald.



Více informací najdete na
www.shipmall.cz

Shipmall



Privátka Sol Vineus láká folklorními prvky

Oblibu privátních značek obchodního řetězce **BILLA** potvrzuje nedávné rozšíření sortimentu v kategorii vín o řadu třinácti vín **Sol Vineus**. Vybrala je senior nákupčí společnosti BILLA a zároveň zkušená someliérka Eva Svobodová. „Za prvních 14 dní prodeje si některé z vín této řady vybralo bezmála 25 000 zákazníků,“ řekla nám mimo jiné **Dana Bratánková**, vedoucí korporátní komunikace a public affairs BILLA ČR.

Adriana Weberová

Co vás vedlo k uvedení nové vlastní značky v segmentu vín?

Vína nám zatím v nabídce privátních značek chyběla, proto jsme přišli s řadou vín stáčených exkluzivně pro nás a vytvořili pro ně zcela novou značku. Z prodeju je patrné, že už si k ní zákazníci nacházejí cestu, což nás pochopitelně velmi těší.

Za etiketou stojí Yellow Shapes.

Nyní nabízíme našim zákazníkům jednu privátní značku vín a v jejím rámci aktuálně 13 odrůd. Pracujeme nejen na jejím rozšíření, ale i na rozšíření značek v rámci

segmentu. Neustále ve všech oblastech sledujeme nejnovější trendy, abychom vyhověli přáním a potřebám našich zákazníků. V případě vín je to v poslední době rostoucí obliba šumivých a perlivých vín.



Dana Bratánková, vedoucí korporátní komunikace a public affairs BILLA ČR

Na jaké zákazníky cílíte?

Cílíme na všechny milovníky vína. Zejména pak na ty, kteří mají rádi kvalitní víno a kterým chceme doporučit,

co si mají koupit na pití s přáteli nebo k určitému typu jídla a sladit jej s pokrmy.

Jaké bylo zadání na design etiket Sol Vineus?

Naším cílem bylo na první pohled komunikovat směrem k zákazníkům původ vína. Proto je na etiketách pro moravská vína typická stavba pro Moravu – sklípek. Celková ilustrace obsahuje folklorní prvky, které odkazují na oblast Moravy. U vína je vždy zásadní odrůda a spotřebitelé vnímají i ocenění, které získalo. Kvalitu našich vín pak stvrzuje i podpis naší someliérky.

Kdo byl osloven a proč vyhrál vybraný koncept?

Naše vysoutěžená agentura Yellow Shapes nabídla koncept, jenž nejvíce odpovídal našemu zadání a byl dobře přenositelný i na zahraniční vína, která pod značkou Sol Vineus chystáme.

U přívlastkových vín jsou etikety doplněny zlatou ražbou.

Jak to všechno dopadlo?

Využili jsme již zmíněné barevné folklorní a vinné motivy, ať už je to vinný sklípek, sklenička vína nebo samotné hrozny. Tematika motivů závisí na původu vína a mění se podle něj. Barevnost etikety je pak laděna na základě barvy vína a liší se podle toho, zda jde o víno bílé, červené nebo růžové. U přívlastkových vín je použita perokresba doplněná zlatou ražbou v některých detailech. Etiketa je pak doplněna puncem s již zmíněným originálním podpisem naší someliérky Evy Svobodové.

Pro letošní rok jde o produkci vín z vinařství Vinselekt Michlovský a ze Zámeckého vinařství Bzenec.

Jaké prvky zušlechtění byly na etiketě použity?

Jakostní vína mají klasickou etiketu, bez zušlechtění. Přívlastková vína je mají lehce do barvy champagne a mají více struktury než vína jakostní. U přívlastkových vín jsou



etikety doplněny zlatou ražbou v některých detailech. Výrobce a dodavatel etiket je plně v kompetenci samotného dodavatele vín. Pro doplnění, pro všechna vína používáme pouze zelené lahve.

O jaké prodejní objemy se aktuálně jedná?

Od uvedení nové řady Sol Vineus si některé z vín této řady zvolilo více než 200 000 zákazníků. Potvrzuje se tak, že naši zákazníci nejenže mají rádi vína jako taková, ale oceňují i jejich nadstandardní kvalitu za výhodnou cenu.

Jaké máte další plány v této kategorii?

V současné době připravujeme rozšíření řady Sol Vineus o šumivá a zahraniční vína.

Pozn. Privátním značkám Billy jsme se rovněž věnovali v rozhovoru s jejím generálním ředitelem Liamem Caseyem v magazínu Packaging Herald č. 50.

První privátní značkou řetězce BILLA byla již v roce 1999 značka Clever.

Rozšiřování privátních značek je jedním z cílů Billy, která chce dosáhnout 30% podílu vlastních značek do roku 2028.



Třináct vín řady Sol Vineus vybrala zkušená someliérka Eva Svobodová.

SEMTEX cílí na mládež minimalismem



Po ikonické Kofole prošel **redesignem** také další člen rodiny Kofola ČeskoSlovensko, úderný **energetický nápoj SEMTEX**. Plechovky ORIGINAL SEMTEX a CACTUS SEMTEX nyní spojuje grafika v podobě geometrických prvků. V podobném designu jsou také novinky JUICY ENERGY a nová verze AIR s bublinkami. „Celá změna designu byla v naší režii, vybírali jsme z návrhů studia Rhb Design,“ uvedla **Dominika Baranyiová**, manažerka značky SEMTEX.

Adriana Weberová, Veronika Kozelková

Co vás vedlo k redesignu Semtexu a kolika řad se týká?

V posledních měsících jsme cítili, že je čas reagovat na aktuální potřeby a vkus trhu, abychom splňovali potřeby našich zákazníků. Tomu jsme přizpůsobili i výsledný design plechovek, který je čistý a minimalistický. Změnou prošlo celé portfolio s výjimkou řady EXTREM, na které spolupracujeme s rapperem Separem. Svou tvář změnil náš nejprodávanější „evergreen“ ORIGINAL SEMTEX a naše nejprodávanější limitovaná edice, příchutě CACTUS. Nově jsme přidali řadu sycených energetických nápojů AIR s cukrem i bez cukru. I ta už je rovnou v novém designu. Kromě toho jsme vytvořili zcela novou řadu JUICY ENERGY drinků s podílem ovocné šťávy.

Po jak dlouhé době jste se ke změnám vzhledu plechovek rozhodli?

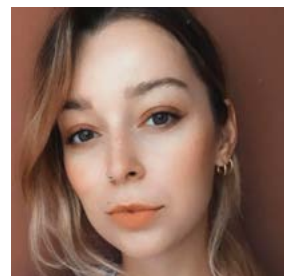
Poslední větší změna designu proběhla v roce 2019 a předtím v roce 2015. Můžeme tedy říci, že naše nabídka prochází proměnou každých čtyři až pět let.

Co bylo cílem poslední proměny?

Naším záměrem bylo design osvěžit a zjednodušit ho, aby odpovídal aktuálním trendům, proto jsme zvolili čisté a hladké linie. Vybrali jsme minimalistický přístup, který promlouvá k mladší generaci, ale zároveň respektuje vývoj značky. V původním designu spojovala jednotlivé plechovky tzv. amplituda, křivka znázorňující jednotlivé druhy energie, které naše různé varianty a příchutě poskytovaly. Nově jsme přistoupili k propojení všech řad různými geometrickými prvky.

Do jaké míry jste na redesignu spolupracovali?

Celá změna designu byla v naší režii. Vybírali jsme z grafických návrhů od studia Rhb Design, se kterým spolupracujeme dlouhodobě. Mimo jiné se podíleli i na přípravě vizuálu pro naši speciální edici EXTREM SEMTEX, na niž spolupracujeme s již zmíněným slovenským rapperem Separem.



Dominika Baranyiová,
manažerka značky SEMTEX

Z kolika návrhů jste vybírali?

Spolupracovali jsme pouze s grafickým studiem Rhb Design. Připravilo nám tzv. moodboardy a několik návrhů, které jsme už následně jen společnými silami upravili do finální podoby.

Čím vás přesvědčil zvolený koncept?

Líbilo se nám použití jednoduchých a čistých linií v kombinaci se zachováním prvků starého designu, například kontrastu barev vůči černému podkladu plechovky. Máme osvědčené, že tato kombinace funguje a zákazníci nás díky ní na prodejních plochách snadno rozpoznají.

Proč jste pro jednotlivé produkty zvolili právě tyto konkrétní geometrické prvky a barvy? Bylo při návrhu designu plechovek využito AI?

Naším záměrem bylo propojit celé portfolio jednoduchými geometrickými prvky. U produktu ORIGINAL SEMTEX jsme vycházeli ze stávajících prvků brandové identity se zachováním původní kombinace barev. Podobně jsme přistoupili ke změně designu u příchutě CACTUS, kde mají tyto prvky připomínat bodliny kaktusu. U AIR a AIR No Sugar jsme zvolili dva druhy geometrických tvarů připomínající bublinky. Klasická modrá barva evokuje lehkost vody s bublinkami, bezcukrovou variantu jsme odlišili světlejším odstínem. U JUICY jsme geometrickými tvary a oranžovou barvou chtěli zdůraznit grepovou šťávu a štavnatost a poukázat tak na obsah ovocné šťávy v nápoji.

Grafici nám vytvářeli designy ručně na míru, bez použití AI.

Využili jste i jiné grafické prvky?

Další grafické prvky jsme nevyužili, soustředili jsme se na zachování prvků z původního designu u všech existujících variant a nových řad. Jedním z nich je třeba i pás v dolní třetině plechovky ve stejné barvě jako u konkrétních variant. Také jsme mírně upravili font loga SEMTEX, odstranili jsme původní symbol amplitudy v kruhu a nahradili ho novým propojovacím prvkem – šipkou.

Připomínám, že redesign portfolia plechovek SEMTEX ENERGY měl za cíl zmodernizovat design plechovek pomocí jednoduchých a čistých linií a nových grafických tvarů, které odlišují jednotlivé varianty a zároveň propojují celou naši nabídku a kompletují celou rodinu energetických

nápojů SEMTEX. Při výrobě plechovek nebyly použity zušlechťovací technologie.

Jak dlouho vlastně celý proces redesignu trval?

Práce na změně designu plechovek začaly v listopadu minulého roku. Začátkem roku 2024 jsme měli finálně schválené grafické návrhy, celý proces tvorby tedy zabral zhruba dva měsíce. Výrobu nových plechovek jsme zahájili v dubnu tohoto roku, spotřebitelé se s nimi mohou potkat na trhu od května.



Jaký objem mají plechovky?

Plechovky si zachovaly svůj původní objem 500 ml. V menším formátu, 250 ml, nabízíme ORIGINAL SEMTEX a bezcukrovou variantu AIR SEMTEX. Kromě toho jsme zachovali lesklou úpravu povrchu všech plechovek, protože tak lépe vyniknou jejich syté barvy.

Kdo je jejich dodavatelem?

Jde stále o společnost Ardagh Group, se kterou spolupracujeme dlouhodobě. ■



Mezi privátními značkami a řetězci chybí propojení

Privátní značky se na regálech českých retailových řetězců prosazují stále více. Už dávno nejde pouze o cenové hity. Vedle diskontních značek s nízkou cenou při zachování dobré kvality zahrnují i prémiové značky, které konkurují „značkovým“ produktům. Všechny významné retailové řetězce mají v portfoliu několik privátek. Otázkou zůstává, zda si je spotřebitel dokáže **spojit s příslušným řetězcem**. Dobře si vede podle výzkumu společnosti Ipsos značka Pilos z Lidlu.

Ipsos, Adriana Weberová

Společnost Ipsos se detailněji zaměřila na znalost a spojení privátních značek s konkrétními řetězci – hlavními hráči na českém trhu – z pohledu spotřebitelů. Získané informace jsou pro obchodníky důležité při plánování strategií pro prodej a marketing vlastních značek.

Premiantem je Lidl, dobře si vedou Kaufland i BILLA
Výzkum se zaměřil na 28 privátních značek napříč sedmi řetězci. Míra znalosti a správného přiřazení privátních značek se výrazně liší napříč trhem. Premiantem se stal

Lidl, jehož všechny testované značky (Pilos, Pikok, Parkside, Silvercrest) se umístily do sedmého místa. Šampionem pak byl Pilos, který správně přiřadily dvě třetiny spotřebitelů. Dobré propojení privátní značky a řetězce se ukázalo také u značky Jarmark od Kauflandu (58 %) a Clever od Billy (57 %).

Albert má co dohánět

Nejvíce rozpoznatelnou značkou v rámci řetězce Albert byla Nature's Promise zaměřená na produkty zdravého životního stylu, kterou správně přiřadilo 40 %

spotřebitelů. Ostatní testované značky měly míru správného přiřazení nižší: Česká chuť 18 % (dalších 12 % mylně přiřadilo Kauflandu, 9 % Penny), Fresh Bistro 32 %, značka kávových produktů Perla 18 %.

Lídrem Billy je Clever

Tahounem znalosti mezi vlastními značkami Billy je Clever, kterou správně identifikovalo 57 % spotřebitelů. Značku masných produktů Vocílka přiřadilo správně 21 % spotřebitelů, avšak 13 % si jí mylně asociovalo s Kauflandem. Bon Via zaměřující se na čerstvé ovoce a zeleninu správně označila necelá desetina. Největší zmatení spotřebitelů panovalo u Grill party, kterou si lidé nejčastěji spojovali s Lidlem (9 %) či Kauflandem (7 %), k Bille ji správně přiřadilo jen 6 %.

Spotřebitel v Globusu tápe

Privátní značku drogerie a kosmetiky Natuvel správně přiřadilo 8 % spotřebitelů, podobně skórovala i značka úklidových prostředků Clino! se 7 %, či značka jídel z čerstvých surovin a alternativ Fresh'n' go se 6 %, (10 % si ji chybně spojilo s Albertem) či značka nepotravinového sortimentu OHO (6 %). Většina spotřebitelů nevěděla, k jaké značce řetězce danou privátní značku přiřadit.

Kaufland reprezentuje Jarmark

Lídrem Kauflandu je Jarmark, který správně přiřadilo 58 %, s odstupem následovaný značkou Mistři od fochu (21 %). Naopak značky Cultura Vini a Take it veggio byly správně identifikovány pouze 5 %, respektive 7 % spotřebitelů.

Privátky z Lidlu jasně vedou

Značka mléčných produktů Pilos je premiantem nejen v rámci privátek Lidlu, ale i celého spektra testovaných značek. Správně ji přiřadilo 65 %. I další značky Lidlu si drží poměrně vysokou rozpoznatelnost, konkrétně masné výrobky Pikok (53 %) nebo vybavení pro dílnu a zahradu Parkside (49 %). Nejmenší rozpoznatelnost z testovaných značek měla značka elektroniky a spotřebičů Silvercrest (42 %), avšak i přesto skórovala lépe než řada jiných privátních značek konkurence.

Penny boduje s Karlovou Korunou

Z vlastních značek Penny nejlépe skórovala značka hotových výrobků Karlova Koruna (45 %) následovaná značkou mléčných výrobků Boni (39 %) a masných produktů Řezníkův talíř (26 %, avšak 12 % chybně přiřadilo Kauflandu). Značka mraženého ovoce a zeleniny Mrazivá čerstvost měla správné přiřazení velmi malé (4 %).

V Tescu nejsprávněji přiřadili Finest

Prémiový brand Finest správně přiřadila více než pětina spotřebitelů (22 %), privátní značku cílící především na cenově citlivé zákazníky Value pak 12 %. Značky Healthy Living či Pravá chuť měly správné přiřazení nízké (3 %, resp. 2 %). Spotřebitelé v naprosté většině nevěděli, k jakému řetězci je přiřadit.

Řetězce by měly zkusit Brand Assets

Výsledky výzkumu ukazují, že často nedochází ke správnému propojení privátní značky a řetězce. Z 28 testovaných privátních značek má pouze sedm znalost vyšší než 40 %. Většina privátních značek není dostatečně distinktivně prezentována, což může vést k zaměňování jednotlivých řetězců v myslích spotřebitelů.

Jak tedy podpořit správné rozpoznání brandu u spotřebitelů? Využít lze například tzv. Brand Assets. V Ipsosu ho využívají k testování rozlišovacích prvků značek a k tomu, jak je spotřebitel schopný je rozpoznat. Jedná se o signály, které značku identifikují, nepočítaje její název.

**Z 28 testovaných
privátních značek
má pouze sedm znalost
vyšší než 40 %.**

V ideálním případě by Brand Assets měly vyvolat vzpomínky na značku a upoutat pozornost. Může se jednat například o barvy, barevné kombinace, (debrandované) logo, symboly, slogany, balení produktu, písma, zvuk (např. znělky) a další. Při vhodně nastaveném trackingu (privátní) značky je pak možné sledovat její performance, ať už mluvíme o znalosti značky, jejím používání nebo zvažování. Zajímavým prvkem může být také sledování image jednotlivých privátních značek a to, do jaké míry je soulad mezi snahou značku nějak prezentovat a reálným vnímáním ze strany spotřebitele. ■

Výzkum byl společností Ipsos realizován v únoru 2024 na reprezentativním vzorku populace ČR 18–65 let o velikosti 1 050 respondentů. Testováno bylo celkem 28 privátních značek od sedmi řetězců (čtyři privátní značky za řetězec), přiřazení bylo na základě názvu bez zobrazení vizuálu.



FMCG přechází na „eko obaly“ pomalu

Podle průzkumu společnosti Aquapak mezi britskými obalovými experty **přechází trh** rychloobrátkového zboží **na ekologičtější obaly** příliš **pomalu**. Téměř 90 % oslovených si přeje jejich zavádění v rychlejším tempu. Podobné množství chce přestat používat plastové obaly.

Adriana Weberová

Nová obsáhlá studie společnosti Aquapak s názvem „Flexibilní obaly na rychloobrátkové zboží (FMCG): urychlení přechodu od plastu k papíru“, založená na průzkumu mezi 100 britskými odborníky odpovědnými za výzkum a vývoj, technologie, konstrukci a udržitelnost obalů pro značky rychloobrátkového zboží, odhaluje, že většina (92 %) plánuje ve svých spotřebitelských obalech úplně přestat používat plasty. Report, představený letos v květnu na summitu Rethinking Materials Innovation and Investment v Londýně, ukazuje, že první volbou v případě alternativních materiálů jsou papír a lepenka. Po nich následují nové polymery, bioplasty a kombinované materiály.

Navzdory závazku upustit od používání plastů je však odhad časového rámce přechodu stále široký. Kolem 27 % odborníků na obaly očekává, že se tak stane do roku 2027, 35 % do roku 2028 a 28 % do roku 2029. Téměř třetina (30 %) označila tempo přechodu na nové obalové materiály v jejich podniku za příliš pomalé, 58 % za průměrné a jen 11 % za rychlé. Podstatné je,

že většina dotázaných (87 %) chce, aby přechod na alternativní materiály, které by nahradily běžné plasty, probíhal rychleji.

Brzdou jsou vysoké náklady

V současnosti jsou hlavními překážkami pro používání ekologičtějších variant vyšší náklady na alternativní obaly, které uvedlo 53 % respondentů, jejich nedostupnost (50 %) a nemožnost zajistit totožnou funkčnost a ochranu produktu (46 %).

Klíčové faktory pro zrychlení zavádění a vývoje jsou...

Po dotazu na faktory, které by pomohly sektoru FMCG urychlit vývoj a zavádění nových obalových materiálů, 70 % respondentů věří, že klíčové jsou ambicióznější cíle recyklace. Podle 62 % by se měly zvýšit příslušné investice a 54 % zmínilo, že k urychlení výzkumu a vývoje je zapotřebí větší spolupráce. Polovina uvedla jako nezbytné, aby se k odklonu od konvenčních plastů zavázal celý obor, a dalších 47 %, že důležitá jsou přísnější



ekologická opatření v podobě zdanění materiálů s nevhodnými vlastnostmi.

John Williams, technický ředitel společnosti Aquapak, k výsledkům výzkumu uvádí: „Naše studie ukazuje, že sektor FMCG si velmi dobře uvědomuje potřebu přejít od konvenčních plastů k ekologičtějším materiálům, které nabízejí lepší výsledky na konci životnosti, ať už je to lepší recyklovatelnost nebo biodegradace, aby usnadnil život svým zákazníkům a dalším zainteresovaným osobám.“

Množství „nových“ materiálů na trhu podle něho nepochybně způsobuje jistý zmatek. Všechny nabízejí určitý potenciál, ale také se až příliš často přehánějí jejich vlastnosti a dostupnost. To vše zdržuje při uplatňování reálných řešení, protože zabírají drahocenný čas v procesu vývoje obalů. „Je důležité, aby se zrychlilo používání materiálů, které jsou dostupné ve velkém měřítku, nabízejí požadovanou funkčnost, fungují na stávajících zpracovatelských linkách a mají pro spotřebitele schůdné řešení na konci životnosti. Takové už jsou nyní k dispozici a v prodeji, ale pouze v malém počtu,“ myslí si John Williams.

Průzkum také naznačuje, že sektor musí být ve svém přístupu k novým obalovým materiálům odvážnější. I když 37 % respondentů uvedlo, že se více zaměřují na přechod na inovativní materiály šetrné k životnímu

prostředí, čtvrtina rozvíjí stávající materiály a 38 % přikládá obojím stejnou váhu. „Jde skutečně o zařazování inovací a změn, anebo o vyčkávání, až je k akci přinutí legislativa?“ ptá se John Williams a dodává: „Nové materiály, které mohou usnadnit přechod od plastů a zároveň jsou funkční, poskytují produktům potřebnou ochranu, ale nepoškozují životní prostředí na konci své životnosti, již existují.“



Řešením může být například hydroopol





Více povinných údajů na vínech: pomůže GS1 Digital Link

Koncem minulého roku vstoupilo v EU v platnost nařízení, které **pro vína** (včetně těch aromatizovaných) stanovuje **povinnost poskytovat** spotřebiteli **informace o složení** produktu, alergenech a tabulku výživových hodnot.

Mikuláš Černý

Evropská unie si od nařízení č. 2021/2117 slibuje větší transparentnost a celkovou harmonizaci komunikace v rámci celého sektoru. Nová legislativa přinesla významnou inovaci ve způsobu, jakým může být spotřebitel informován. Výrobci mohou totiž nově požadované informace sdílet pomocí elektronické etikety, tzv. e-labelu.

Podpora pro uživatele

Vinaři, stejně jako výrobci alkoholických nápojů, patří mezi tradiční uživatele standardů pro automatickou identifikaci, sběr a sdílení dat GS1. Proto byl v reakci na novou legislativu připraven manuál, který ukazuje, jak mohou standardy GS1 podpořit elektronické sdílení

povinných informací mezi producenty a spotřebiteli. Standard GS1 nabízí nejenom jednoznačnou identifikaci produktů, ale také celou řadu dalších nástrojů, které jsou důležité pro digitalizaci průmyslových procesů. Poskytují datový model, tj. definici datových prvků, pomocí nichž jsou veškeré údaje o produktech efektivně popsatelné a globálně srozumitelné. K dispozici jsou dále aplikační identifikátory a standard pro digitální link, které umožňují kódování povinných údajů do datového nosiče. Efektivní kombinací standardů je možné zpřístupnit pomocí vhodného datového nosiče veškeré povinné informace spotřebiteli, a to bez velkých zásahů do stávajících etiket a při dodržení všech požadavků nařízení.

Povinné informace na elektronické etiketě

Pro vína a aromatizovaná vína:

- informace o složení (včetně alergenů)
- tabulka nutričních hodnot (vztaženo na 100 ml)

Elektronická etiketa může navíc obsahovat i další informace k alergenům a identifikaci produktu. Naopak je důležité si uvědomit, že e-label nesmí podle směrnice obsahovat žádná komerční či marketingová sdělení.

Pro lihoviny vyplývá povinnost informovat spotřebitele z memoranda, kterým se výrobci lihovin zavázali uvádět na elektronické etiketě minimálně následující:

- informace o složení (včetně alergenů)
- tabulka nutričních hodnot (vztaženo na 100 ml a na 30 ml)

Elektronická etiketa může navíc obsahovat další informace o produktu určené pro spotřebitele. Pro úplnost je potřeba dodat, že výrobci piva řeší v současné době požadavky na značení rozdílným způsobem. Uvádějí veškeré informace pro spotřebitele v tištěné podobě.

Jaké standardy GS1 jsou ve hře?

- GTIN jako jednoznačný identifikátor produktu;
- GS1 Datový model pro strukturování a harmonizaci dat a dosažení souladu s regulačními požadavky;
- GS1 Digital Link optimálně v kombinaci s QR kódem pro zajištění snadného skenování informací běžnými mobilními zařízeními.

Řešení GS1 Digital Link významně rozšiřuje možnosti datového nosiče na obalu výrobku. Ze stále stejného kódu, do kterého výrobce uložil prostou identifikaci produktu pro POS (číslo GTIN), učiní vstupní bránu pro data uložená na webu. Především jde o B2C informace pro spotřebitele (složení, recepty, alergenů nebo např. videa), kteří si je dnes načítají chytrými telefony z QR kódů umístěných na produktech společně s kódy EAN-13 s číslem GTIN. Ale nejen pro spotřebitele. Standard dokáže zpřístupnit několik sad informací určených pro určité cílové skupiny naráz. Pokud nastane potřeba některá data aktualizovat, změny bude možné provést, aniž by se stávající 2D kód měnil.

Nutno připomenout, že k plošné akceptaci QR kódů v maloobchodní síti by mělo dojít již od roku 2027

v souladu s plánovanou migrací od lineárních kódů EAN-13 na 2D kódy.



Sdružení GS1 Czech Republic připravilo v souvislosti s tímto nařízením manuál pro všechny uživatele Systému GS1, kteří budou hledat řešení pro tvorbu elektronické etikety tak, aby splnili požadavky nařízení EU a zároveň mohli efektivně digitalizovat své informační toky.

Jak to funguje?

Optimálním řešením je využití QR kódu ve spojení s relativně novým standardem GS1 Digital Link. Výhodou QR kódu je snímatelnost všemi běžně dostupnými chytrými telefony bez nutnosti mít speciální aplikaci. Standard pro GS1 Digital Link pak rozšiřuje možnosti snímání informací. Umožňuje propojit spotřebitele, obchodní partnery, ale i regulátory s více zdroji online informací prostřednictvím jediného datového nosiče. QR kód s GS1 Digitálním linkem funguje jako jakýsi pevně definovaný odkaz, který pracuje jako „přepínač“ (resolver). Může přesměrovat na různé informace v závislosti na uživatelské aplikaci a kontextu. Například fotoaparát chytrého telefonu bude schopen načíst odkaz a navést uživatele na určenou internetovou adresu. Na rozdíl od pokladního skeneru, který z téhož kódu načte pouze identifikátor produktu (GTIN) a popřípadě, bude-li to odpovídat charakteru produktu, sejme ještě šarži a datum spotřeby. Výhodou standardizovaného formátu pro kódování dat do datového nosiče je zejména možnost aktualizovat údaje bez nutnosti měnit datový nosič uvedený na etiketě (na obalu) výrobku. Samozřejmě nelze pominout ani klasické výhody využívání standardu GS1, jako je široká akceptace v retailu, vliv na snižování nákladů a chybovosti. V neposlední řadě je zde také další silný argument, že standardy pro identifikaci plynule navazují na požadavky pro EDI komunikaci a datovou synchronizaci produktových dat prostřednictvím elektronických GDSN. ■

Značení pro automotive, strojírenství a elektroniku

Foto: LIFTEC CZ

LIFTEC CZ zastupuje na českém a slovenském trhu firmu Anser.

Lasery různých typů, ale i **inkjety** a další metody – to vše můžeme nalézt ve společnostech značících v automobilovém, strojírenském a elektronickém průmyslu výroby i jejich obaly. Poměrnou **novinkou** jsou **etikety e-ink: Hyundai Motor Manufacturing Czech** je nyní po přepravních vozících rozšířil i na boxy. Návrh investice odhaduje zhruba na půldruhého roku.

Miroslav Dočkal

Společnost REKO PRINT uvedla na český trh novou generaci tiskové hlavy Citronix Pro. Určena je pro CIJ tiskárny řady ci5000 a zvyšuje rychlost až o 30 %, přičemž je schopna potisknout prakticky jakýkoliv povrch.

Společnost Videojet Technologies počátkem července představila etiketovací systém 9560 s technologií Intelligent Motion, který tiskne a aplikuje etikety na lepenkové krabice i smršťovací fólie. Videojet 9560 dosahuje rychlosti až 150 balení za minutu u typických štítků s čárovým kódem GS1 4 × 6".

LIFTEC představil „chytrou hlavu“ Anser

Společnost LIFTEC CZ zastupuje na českém a slovenském trhu firmu Anser, jejíž tiskovou hlavu Smart Print Head pro termální inkjet nedávno představila. Označení „chytrá“ se týká integrace řídicí elektroniky v samotné hlavě. Díky tomu je hlava schopna autonomního provozu bez připojení k dalším perifériím. Do budoucna by měla nová chytrá tisková hlava nahradit starší tiskárny

Anser U2 Pro a Anser Smart. Hlavními výhodami novinky jsou jednoduché ovládání a malé rozměry, díky kterým lze tiskárny implementovat do strojů a provozních linek s nedostatkem místa. Cena hlavy je přitom nižší než u předchozího modelu U2. Chytrou tiskovou hlavu je možné používat jak s cartridge o výšce potisku 12,7 mm, tak i s cartridge o výšce tisku 25,4 mm, a to na savé i nesavé materiály. Tisk na produkt je umožněn shora nebo z boku. Hlavy se dají skládat nad sebe, čímž lze při použití čtyř cartridge s rozměrem 25,4 mm dosáhnout výšky potisku přes 100 mm. Celá hlava je složena ze dvou částí. První část představuje otvor pro tiskovou cartridge, druhou částí je řídicí elektronika. Pro tvorbu obsahu kódování je používán software Xonnect.

Laserové značení podle Panasonicu

První systém laserového značení byl představen v roce 1996 – a už v roce 1999 společnost Panasonic uvedla na trh první popisovací systém s vláknovým laserem. Mezi metody laserového značení patří podle tohoto výrobce například karbonizace, vhodná pro značení

světlych plastů. Při ní laserový paprsek termochemickou reakcí rozkládá uhlíkové sloučeniny na povrchu značeného předmětu či obalu. Proces se vyznačuje časovou i energetickou nenáročností. Dalším postupem je zpěňování, při kterém laserový paprsek natavuje značený povrch a vzhledem k jeho rychlému odpařování se na něm vytvářejí mikroskopické bublinky. Díky odrazu dopadajícího světla lze následně vytvořit kontrastní značení na tmavých materiálech, v porovnání s předchozí variantou je ale tento postup časově náročnější. Intenzivním ohřátím povrchu je rovněž možné přímo odstranit jeho horní vrstvu a vytvořit tak dostatečný kontrast díky viditelnosti základního materiálu pod povrchem. Tento postup je využíván i při značení kovů, zejména eloxovaného hliníku. Dalším postupem je gravírování, kterým lze značit i velmi tvrdé kovy. Hloubku gravírování lze přitom ovlivnit výkonem laseru a dobou působení paprsku na materiál. Ke značení se může použít i žihání, při kterém vede bodový ohřev kovového povrchu ke změnám jeho mikrostruktury a vytvoření tmavé vrstvy oxidu. Toto značení je vysoce kontrastní, neopotřebává se a zachovává hladký povrch.

Pro strojírenské značení jsou vhodné pevnolátkové lasery

Společnost MURRELEKTRONIK CZ ze Stodu nabízí na českém trhu značící tiskárny a zařízení Murrplastik. Jde o plotry, inkjety, gravírky, termotransferové i laserové značící systémy. Všechny značící technologie lze centrálně ovládat pomocí jednoho mp-Universal Marking Softwaru. Současným výkonnějším z nich je řada laserového značení mp-LM.

Pro úkoly značení ve strojírenství a strojních zařízeních se používají různé označovací materiály: plast, plastový kompozit, kovy a kompozitní materiál s kovem. Na těchto površích se pro značení hodí zejména skupina pevnolátkových laserů, které iniciují generování laserového paprsku ve vlákně buzeném diodou, a zajišťují tak dobrou změnu barvy.

Vysoká kvalita laserového značení řady tiskáren mp-LM je výsledkem karbonizace ve značkovacím materiálu. Díky přesnosti laseru, která zasahuje i do mikropracování materiálu, lze vypracovat i jemné detaily. Vysoké rozlišení 600 dpi pak umožňuje vytvářet i nejmenší písma a grafiku. Každé zařízení řady mp-LM může označovat různé materiály pro průmyslové požadavky, včetně polykarbonátu a polypropylenu, nerezové oceli, eloxovaného hliníku, fólie a magnetických štítků. Řada může označovat stejné materiály v různých barvách a tloušťkách a pro různé aplikace (vnitřní/venkovní). Zařízení mají i zásobníky pro automatizované dávkové zpracování. ■



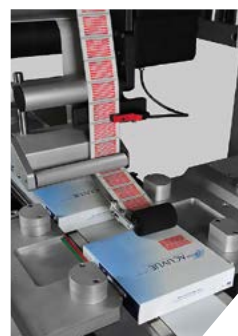
Foto: MURRELEKTRONIK CZ

MURRELEKTRONIK CZ ze Stodu nabízí na českém trhu značící tiskárny a zařízení Murrplastik.

PI

ZNAČENÍ · AUTOMATIZACE

Laser – Ink-jet – Aplikování etiket – Mikroúder – Robotizace – Optická kontrola



Čtecí zařízení pro identifikaci obalů



Foto: Honeywell

Snímač 8675i je navržen tak, aby odolal častým nárazům.

Ve vývoji průmyslových čteček můžeme v posledních letech vidět **silný trend** směřující **k nositelným terminálům či prstenům**. Důvodem je mj. nutnost zefektivnit práci s obaly v oborech, kde je k manipulaci s nimi potřeba obou rukou pracovníka.

Miroslav Dočkal

Honeywell pro prst i celou ruku

Marek Holešovský ze společnosti Honeywell z jejich čtecích novinek zdůrazňuje zejména nositelný terminál CW45 s Ring Scannerem 8675i a nové čtečky Xenon 1960. Ring Scanner 8675i je ergonomickou bezdrátovou prstovou čtečkou (prstenem) s NFC technologií pro snadné párování (tap-to-pair). Snímač 8675i je navržen tak, aby odolal častým nárazům, kterým jsou přenosná zařízení vystavena v rychlém pracovním nasazení. Splňuje normu IP65 pro odolnost proti prachu a vodě, vydrží několik pádů z výšky až 1,8 m a snadno odolává teplotám od +50 °C do -20 °C. Díky tomu je vhodný i pro použití v neklimatizovaných nebo naopak chlazených prostorech. Zarovnáním dvou zaměřovacích vodítek na boku přístroje může uživatel přesně zaměřit v prostředí s denním světlem, kde laserový zaměřovač není vidět. Snímač lze po dokoupení rukavice umístit i na hřbet ruky. Určen je pro čtení 1D i 2D kódů. Hloubka čtecího pole činí 37–798 mm, maximální úhel 60 stupňů.

Řada ručních snímačů Xenon Ultra 1960/62 je prémiovým nástupcem rozšířených čteček Xenon XP 1950/52, s výkonem snímače o 20 % vyšším ve srovnání s předchozím modelem Xenon XP. Během několika sekund přečte i poškozené a obtížně čitelné 1D/2D kódy, poštovní kódy Digimarc, DotCode a OCR. Snímač je vybaven i zeleným zaměřovacím bodem, jenž umožňuje rychlejší

a přesnější snímání kódů za téměř jakýchkoliv podmínek. Verze 1960 je drátová, verze 1962 bezdrátová (Bluetooth). Dlouhá vzdálenost skenování je důležitá například u skenování obalů na nejhornějších regálových pozicích pod střechami hal.

Balluff uvedl téměř univerzální čtečku

Balluff v dubnu nabídl rodinu snímačů BOS 6K nové generace, která pokrývá všechny důležité principy detekce a širokou škálu typů světla. Zapotřebí je pouze jedna sada dat CAD, která je pro všechny typy senzorů stejná: pro snímače tzv. času letu, modrého a červeného světla, laseru, vzdálenosti či detekci kontrastu. Společnost Balluff má nyní ve svém portfoliu také senzory pro snímání (velké) vzdálenosti. Tyto senzory jsou vybaveny technologií doby letu (TOF). Využívají světelné impulsy a měří dobu, kterou potřebují k cestě k objektu a zpět. To je výhodné zejména pro potlačení pozadí, protože pozadí v blízkosti objektu lze spolehlivě odlišit od objektu a přesně změřit vzdálenost. Metoda time-of-flight funguje naprosto spolehlivě i na



Foto: Honeywell

Xenon Ultra 1960/62 je prémiovým nástupcem rozšířených čteček Xenon XP 1950/52.

větší vzdálenosti, což znamená, že senzory lze použít na vzdálenost až 1,5 metru. Výrazně menší konstrukce dosahuje stejného výkonu, jakého se dříve dosahovalo s podstatně většími senzory. Další velkou výhodou senzorů TOF je jejich univerzálnost. Lze je používat v různých prostředích, protože pracují do značné míry nezávisle na povrchu a barvě objektu. Spolehlivě detekují světlé i tmavé povrchy. Vrcholem nové generace jsou senzory s technologií modrého světla pro potlačení pozadí. Jsou ideální pro spolehlivou detekci i průhledných předmětů a podobně choulostivých částí. Použití senzorů s modrým světlem se doporučuje zejména v aplikacích, kde senzory s červeným světlem dosahují svých (fyzikálních) limitů. Protože modré světlo má kratší vlnovou délku než ostatní barvy viditelného světla, je méně rozptýlené a světelný paprsek je lépe zaostřený. Díky nižšímu rozptylu mohou senzory s modrým světlem rozpoznat i jemnější detaily, a proto pracují ještě spolehlivěji než jejich protějšky například s červeným světlem, v závislosti na aplikaci. Modré světlo navíc ve srovnání s jinými barvami proniká méně hluboko do materiálů. Minimalizuje se tím rušení jinými objekty či povrchy, a detekce je tak přesnější. Jeho další výhodou je usnadnění rozpoznání určitých rysů nebo vlastností objektů. I obtížně rozpoznatelné materiály nebo povrchové struktury, například v případě průhledných nebo tmavých lesklých předmětů, jsou detekovány spolehlivěji, než by bylo možné s červeným světlem.



Foto: Balluff
Balluff v dubnu nabídl rodinu snímačů BOS 6K nové generace.

Optické senzory s laserovým nebo červeným světlem mají široké uplatnění ve všech oblastech automatizace. Červené světlo je spolehlivá technologie s velmi dobrým poměrem nákladů a přínosů, a proto je to typ světla pro téměř všechny standardní aplikace. Velká, dobře viditelná světelná skvrna ponechává při montáži prostor pro manévrování, čímž zjednodušuje instalaci, přičemž senzor lze vždy snadno seřadit.

Laserové senzory jsou ideální pro spolehlivou detekci malých dílů, a to i při velkých snímacích vzdálenostech. To je zaručeno minimálním průměrem vyzařovaného laserového paprsku. Díky dobré viditelnosti se laserový bod snadno nastavuje i na větší vzdálenosti a detekuje objekty s vysokou opakovanou přesností. Speciální

reflexní světelné závory pro detekci průhledných objektů jsou součástí portfolia snímačů BOS 6K stejně jako výkonné snímače vzdálenosti s červeným světlem a nově i laserové technologie.

Kontrastní senzory BOS 6K jsou spolehlivým, flexibilním a jednoduchým řešením pro detekci kontrastů. Lze je snadno připojit k řídicímu systému prostřednictvím standardizovaného výstupu. Parametrizace je jednoduchá, prostřednictvím rozhraní IO-Link. Senzory detekují světlé objekty nebo značky na tmavém pozadí nebo naopak, a to do značné míry nezávisle na povrchu objektu. Díky tomu a velmi vysoké spínací frekvenci jsou velmi vhodné pro aplikace, kde je třeba objekty a značky nejen přesně, ale především rychle detekovat – například v balení nebo etiketování.

Zebra s dvakrát větším displejem

Červencovou novinkou společnosti Zebra Technologies na našem trhu, distribuovanou společností KODYS, je nová generace nositelných terminálů WT6400/WT5400. Nový, 4,7palcový dotykový displej má téměř dvojnásobnou plochu než předchozí generace WT6300, přičemž celková robustnost, velikost a hmotnost je zanedbatelná. Široký výběr řemínek na zápěstí je uzpůsoben na jakoukoliv paži. Klávesnice je pod displejem, délka zařízení na paži je téměř o 20 % kratší než u WT6300. WT6400 lze použít kdekoli, i včetně chlazených skladů, mrazáků apod. Terminál byl testován na vodotěsnost, pád i nárazy. Jeho displej Corning Victus 2 je vyroben z dosud nejtvrďšího skla Gorilla Glass, které poskytuje maximální odolnost proti nárazu a poškrábání.

Nejmenší přenosnou čtečkou na světě je RS2100. Nabízí pět nastavitelných stylů nošení a výběr ze dvou snímacích enginů pro plnění různorodých úkolů – engine SE4710 poskytuje vysoce výkonné skenování čárových kódů, zatímco engine SE4770 je určen pro aplikace náročné na skenování. Bezdrátový RS6100 dokáže skenovat čárové kódy až do vzdálenosti 12,2 m při velmi nízkých teplotách až do -30°C . Pro zadávání dat je model s integrovanou klávesnicí umístěnou pod displejem uzpůsoben pro pravou i levou ruku. ■



Foto: Zebra Technologies

WT6400 lze použít i v chlazených skladech nebo mrazácích.



Plastové obaly a emise skleníkových plynů

Zvyšování průměrné globální **teploty se zrychluje**. Vědci se shodují, že **k** jejímu **snížení vede** rychlejší **snížování emisí** skleníkových **plynů**. Tedy oblasti, ve které nejsou plasty považovány za výrazný problém.

František Vörös

Globální oteplování planety pokračuje. V letošním březnu byl zaznamenán další rekord, když průměrná teplota byla o 1,68 °C vyšší než v předindustriálním období. S rekordním dubnem se jednalo v pořadí o jedenáctý rekordní teplotní měsíc v řadě. Silné bouře v Brazílii způsobily největší zkázu za poslední roky a vyžádaly si 13 obětí na životech, 21 nezvěstných a přes pět tisíc vysídlených ze 134 měst.

Extrémní počasí stálo Evropu více než 150 životů a ztratily ve výši 330 miliard Kč. Alpy přišly za poslední dva roky o desetinu objemu ledovců, počet požárů byl nejvyšší v historii.

Gavin Schmid, vedoucí Goddardova Institutu pro klimatický výzkum při americké agentuře NASA, sdělil, že pokud průměrné teploty do konce roku neklesnou, může

se změna klimatu posunout do neprobádaného území, spočívajícího v ještě rychlejší oteplování planety. Vědci si jsou jisti jednou věcí: k zastavení oteplování se musí rychleji snižovat emise skleníkových plynů. Klimatická změna může způsobit do roku 2049 ztráty až 38 bilionů USD ročně.

Podle databáze Carbon Majors a jejích výzkumníků lze přes 70 % historicky světových emisí CO₂ přisoudit pouhým 78 podnikatelským a státním subjektům. Od uzavření Pařížské klimatické dohody v roce 2016 se jedná o 57 subjektů působících v ropném, plynárenském, uhelném a cementářském průmyslu, které jsou zodpovědné za 80 % emisí fosilního CO₂.

Za 31 % všech emisí jsou zodpovědné společnosti jako Chevron, ExxonMobil, Shell a BP, 33 % připadá na státní podniky, například Asaudy Aramco, Gazprom nebo National Iranian Oil Company. Za zbývající 36% podíl jsou zodpovědné státy jako Čína a bývalý Sovětský svaz.

Zvýšená regulace a eventuální vymáhání části zisků po ropných a plynárenských společnostech je aktuální téma.

Zisky ropných společností Exxon, Chevron a Total v prvním čtvrtletí rostly i přes pokles ceny zemního plynu. Exxon vykázal druhý nejvyšší zisk za první čtvrtletí za více než 10 let. Společnost Shell zpracovala v prvním čtvrtletí o 3 % více ropy a plynu a vykázala nad očekávání vyšší zisk za první čtvrtletí – o 6 % proti předchozímu čtvrtletí.

Ministři G7 se začátkem května dohodli, že do deseti let ukončí používání uhlí pro výrobu elektřiny.

Evropa je nejrychleji se oteplujícím kontinentem. Podle letošní zprávy agentury EU pro životní prostředí a hodnocení klimatických problémů (EUCRA) musí být urychleně přijata opatření k řešení 36 hlavních klimatických rizik v pěti oblastech: ekosystémy, potraviny, zdraví, infrastruktura, ekonomika a finance. EU plánuje do roku

... pokračuje na str. 38

PI



Inovativní výrobce obalových materiálů pro lehčí budoucnost

SPURO® RecyFoam

ěnový polyetylen s vysokým podílem recyklátu

- více než 80 % recyklátu z plastového odpadu z domácností i průmyslu
- 100% recyklovatelný

SPURO® FOAM

ěnový polyetylen – role, přířezy, sáčky, desky, lamináty, hadice

SPURO® PROFILE

ochranné pěnové profily a hrany

SPURO® KART

PP dutinkové desky

SPURO® BUBBLE

bublínková fólie

SPUR a.s. | www.spur.cz
třída Tomáše Bati 299, Zlín



Navštivte nás na veletrhu FACHPACK
v Norimberku: hala 4, stánek č. 401



... pokračování ze str. 37

2030 snížit emise CO₂ o 55 %, do roku 2040 cílí na 90% snížení a v roce 2050 chce dosáhnout 100% snížení emisí. Všechny nově postavené budovy po roce 2030 mají vykazovat nulové emise CO₂.

Koncem loňského října zveřejnila asociace výrobců plastů Plastics Europe Akční plán pro výrobu plastů, podle kterého by do roku 2050 měly tvořit fosilní zdroje pro výrobu plastů pouze 35 % oproti současným 80 %. Předpokládají plastové výrobky s nižší spotřebou surovin, opakovatelně použitelné aplikace, snáze recyklovatelné odpady (mechanicky nebo chemicky), dále investice zdrojů do výroby plastů z biomasy nebo zachytávání a využívání CO₂ ze spalování odpadních produktů. Připomeňme si, že většina vyrobených plastů, konkrétně 40 %, se aplikuje v obalech.

V současné době obsahují nové plastové výrobky v Evropě 13,5 % recyklátu, což představuje více než polovinu cíle do roku 2030 v nových výrobcích využívat plasty s 25% podílem recyklátu. Značné rezervy jsou ve využívání produktů z chemické recyklace plastových odpadů, která se podílí pouze desetinou na výrobě plastů.

Z hlediska exhalací skleníkových plynů nejsou plasty považovány za výrazný problém, neboť jejich aplikace přispívají k udržitelnějšímu světu. Prodlužují trvanlivost zabalených potravin, což výrazně snižuje množství potravinového odpadu a výskyt metanu ze skládek. Aplikované plastové obaly a izolanty lze následně efektivně recyklovat mechanickými nebo chemickými způsoby recyklací.

Zhruba 50 ropných společností se v Dubaji zavázalo do roku 2030 k eliminaci emisí metanu o 75 %, téměř k nule. V roce 2022 dosáhly koncentrace metanu v atmosféře 1923 ppm, což je 264 % proti předindustriální úrovni. Při těžbě ropy a zemního plynu se emituje 23 % světových emisí metanu.

Analýzy z USA dokládají, že skládky odpadů jsou v USA třetím největším zdrojem emisí metanu z lidské činnosti, přičemž 28 % fungicidních emisí metanu mají na svědomí chybějící nebo nevhodné obaly pro potraviny, často z plastů. Za rok 2021 bylo takto emitováno 120 milionů tun ekvivalentního CO₂.

Skládky odpadů jsou třetím největším zdrojem emisí metanu.

Potravinové systémy tvoří zhruba třetinu celosvětových emisí skleníkových plynů. Více než 130 zemí podepsalo na COP 28 deklaraci o zrychlení opatření na transformaci zemědělství a potravinářských systémů k podpoře ochrany klimatu. Signatáři tvoří 46 % skleníkových plynů pocházejících z potravin a produkují 70 % světových potravin.

Koncem letošního března vydala OSN zprávu za rok 2022, ve které se zabývá problematikou plýtvání jídlem, které přispívá k tvorbě 10 % světových skleníkových plynů. Konstatuje, že asi čtvrtina zemědělské půdy slouží k produkci jídla, které neplní svoji roli, neboť se vyhodí. Asi 13 % potravin přijde nazmar ještě před dodáním na trh, restaurace a jídelny se podílejí na ztrátách 28 %, obchody přispívají 12 %.

The Guardian uvádí, že v roce 2022 hladovělo 783 milionů lidí, přitom se denně vyhodilo 1,3 miliardy tun potravin. Americká společnost Senoptica vyvinula optické senzory k měření obsahu kyslíku v plastovém obalu s potravinami, které signalizují možnost jejich zkažení dříve, než k němu dojde. Zavedením systému v USA a Velké Británii se snížilo plýtvání potravinami o 11 milionů tun ročně, což odpovídá exhalacím CO₂ ve výši 240 milionů tun.

Každý občan EU vyprodukuje ročně průměrně přibližně 127 kg potravinového odpadu. Domácnosti jsou odpovědné za 55 % takovýchto odpadů, 18 % vzniká během výroby a zpracování potravin, 11 % pochází z primární produkce, 9 % z veřejného stravování a 7 % z prodeje.

... pokračuje na str. 40





Více než miliarda nahrazených kusů plastu



Slavíme úspěch nahrazené miliardy plastových obalů ekologickými řešeními

Poptávka po udržitelných alternativách roste a my jsme připraveni reagovat. Pomáháme našim zákazníkům najít inovativní řešení pro jednorázové a těžko recyklovatelné obaly. Nahrazení jedné miliardy kusů plastů je jen začátek. Naše vize zahrnuje moderní technologie a udržitelné, interaktivní obaly. Jsme odhodláni přinášet pozitivní změny a těšíme se na budoucí výzvy.

Ozvěte se nám a vytvořme spolu udržitelnější obaly!



Oslavte tento úspěch spolu s námi:
www.dssmith.com/cs





... pokračování ze str. 38

Jak již bylo zmíněno, skládky odpadů jsou třetím největším zdrojem emisí metanu. Na konferenci COP 28 se USA zavázaly ke snížení emisí metanu ze skládek do roku 2030 o 30 % proti roku 2020. Před zasedáním COP 28 zpracovaly strategii ke zlepšení metod sledování a monitorování emisí skleníkových plynů ze skládek. Organický odpad ze skládek uvolňuje více než 60 % celkových emisí metanu. Ke zlepšení stavu byly vyčleněny granty ve výši 406 milionů USD pěti univerzitám s cílem vytvoření modelů měření pomocí stacionárních, mobilních, leteckých a vesmírných technologií sledování a vyhodnocování emisí ze skládek. Od letošního roku se pro tato měření používají i drony.

Byly schváleny standardy pro sledování emisí metanu pro těžbu ropných a plyných produktů. Již dnes jsou k dispozici řešení, která mohou být implementována ke snížení exhalací metanu. Společnost Harp Renewables nabízí patentovanou technologii průmyslové bioplynárny, která přeměňuje odpadní potraviny na vysoce cenný, suchý, bezpečný a na živiny bohatý produkt pro úpravu půdy. Metan by se mohl postupně stát mnohem zelenější surovinou, která by přispívala ke snižování závislosti na fosilních palivech.

Aktuální zpráva OSN uvádí, že globální množství odpadů dosáhlo v roce 2023 výše 2,1 miliardy tun a do roku

2050 by se mohlo zvýšit na 3,8 miliardy tun. Nakládání s tímto odpadem stálo 361 miliard USD, a pokud se problém nebude řešit, stoupnou náklady na 640 miliard USD.

Koncem letošního dubna proběhlo v kanadské Ottawě čtvrté zasedání Mezivládního vyjednávacího výboru INC-4 o globální dohodě o plastech. Cílem bylo zpracovat a předložit pro další jednání INC-5 v Koreji, které je plánované na letošní listopad, k odsouhlasení globální dohody o plastech. Mělo by se jednat o mezinárodní právně závazný nástroj pro boj proti znečišťování planety, včetně mořského prostředí. Úsilí bude zaměřeno k eliminaci zbytečných aplikací jednorázových plastových výrobků a aplikací s krátkou životností, zavedení modelů opětovného plnění nebo použití a nakládání s odpady po skončení aplikací a zejména k efektivním způsobům recyklací. Odpadní plasty by se měly stát hodnotnou surovinou.

Za kontraproduktivní řešení jsou považovány zákazy a negativní seznamy plastových výrobků. Asociace Plastics Europe doporučuje řešení, která zvýší hodnotu plastového odpadu. jednání zástupců vlád ze 180 zemí skončilo 29. dubna, závěrečné zasedání proběhne ve dnech 25. 11. až 2. 12. v Pusanu. Na následné diplomatické konferenci dojde k podpisu Dohody OSN o plastech. ■

Jeden dodavatel, nekonečné možnosti.



Průmyslové roboty, CNC
stroje a CNC řídicí systémy

Kompletně navrženo
a vyrobeno v Japonsku

FANUC je, díky třem základním skupinám produktů, jedinou společností v tomto sektoru, která interně vyvíjí a vyrábí všechny hlavní komponenty. Každý detail hardwaru i softwaru prochází řadou kontrolních a optimalizačních procesů. Výsledkem je vynikající funkční spolehlivost a důvěra spokojených zákazníků na celém světě. WWW.FANUC.CZ



Recyklace ocelových obalů láme rekordy

Sdružení Steel for Packaging Europe, dříve známé jako APEAL, potvrdilo **nový rekord v recyklaci ocelových obalů** podle harmonizované metodiky výpočtu míry recyklace obalů platné pro EU.

Ze zahraničních zdrojů

Nezávisle ověřená čísla, která Steel for Packaging Europe zveřejnilo, potvrzují, že v roce 2022 se „skutečně recyklovalo“ 80,5 % ocelových obalů uvedených na trh. Navázalo tím na oznámení z prosince 2023, že ocelové obaly splnily cílovou míru recyklace 70 %, kterou jim EU stanovila na rok 2025, už v roce 2021, tedy čtyři roky před termínem. Údaje za rok 2022 představují nárůst o dva procentní body oproti roku 2021 a potvrzují, že ocel patří mezi nejvíce recyklované materiály prodejních obalů v Evropě, což svědčí o jejích jedinečných vlastnostech a o společném úsilí účastníků hodnotového řetězce o dosažení 100% uzavřeného oběhu materiálu.

Steve Claus, generální tajemník Steel for Packaging Europe, k výsledkům uvádí: „Stále stoupající míra recyklace ocelových obalů odráží závazek oboru k transparentnosti a ukazuje, proč tak dobře ladí s vizí oběhového hospodářství v EU. Jsem hrdý na to, že nově zveřejněná čísla odpovídají objemu obalů na vstupu do recyklačních provozů, který se skutečně recykluje, a nejen sbírá,“ a dodává: „Tato harmonizovaná metodika pro výpočet podílu recyklovaných obalů vytváří rovné podmínky pro všechny obalové materiály v Evropě. Dříve členské státy EU používaly pro různé materiály

různé metodiky, což vedlo k přehánění výsledků a zatemňování problémů spojených s některými formáty obalů.“

Oznámení navazuje na formální přijetí nařízení o obalech a obalových odpadech (PPWR), které odhlasoval Evropský parlament (EP) a které zahrnuje řadu přísnějších opatření v oblasti recyklace. „Obzvláště mě těší, že nové PPWR zahrnuje vytvoření kritérií návrhu obalů umožňujícího recyklaci, která se vztahují na všechny obaly, a zavádí systém tříd recyklovatelnosti s jasnými kritérii. Tři definované třídy recyklovatelnosti, A, B a C (95 %, 80 %, 70 %), které se mají dodržovat od roku 2030, a dvě, A a B (95 %, 80 %), platné od roku 2038, v konečném důsledku vypudí z trhu každý materiál, který lze recyklovat méně než z 80 %. Ocelové obaly se všemi formáty klasifikovanými A nebo B vykazují ve srovnání s jinými materiály vynikající efektivitu,“ uvedl Steve Claus.

Vzhledem k tomu, že zavádění PPWR a sekundární legislativa se v nadcházejících měsících dostanou do centra pozornosti, Steel for Packaging Europe uvedlo, že naléhá na všechny instituce EU, aby si zachovaly vysokou úroveň ambicí kolektivně vytvářet zelenější a cirkulárnější budoucnost Evropy. ■

70 LET

řešení
pro profesionály!

RAJA

EVROPSKÁ JEDNIČKA V BALENÍ



Najděte ideální formát krabice
Více než 550 různých formátů skladem!

Zadejte rozměry v mm:

Délka (D)	Šířka (Š)	Výška (V)
-----------	-----------	-----------

VYHLEDAT

EXKLUZIVNĚ NA rajapack.cz

Své závazky vůči vám plníme!

Široký výběr a dostupnost



3 000 produktů skladem, které splní všechny vaše požadavky na obaly, spotřební materiál a vybavení pro vaše podnikání.

Poradenství a odborné znalosti



Informace, rady, objednávky – naši poradci jsou vám k dispozici po telefonu, online i v terénu.

Rychlé a bezplatné doručení



- Rychlé doručení do 2–3 dnů, zdarma při objednávce nad 5 000 Kč
- Široká nabídka služeb

Zaručená kvalita našich značkových výrobků



- Bezvadná a stálá kvalita
- Zaručeně nejlepší poměr ceny a kvality
- Inovativní a stále ekologičtější balení

Společensky odpovědný přístup

- Odpovědný přístup ke snižování dopadu na životní prostředí po mnoho let.
- Podpora komunitních projektů prostřednictvím nadace RAJA-Danièle Marcovici a akčního programu Ženy a životní prostředí.



Evropská centrála skupiny RAJA
v PARIS NORD 2 nedaleko Roissy.

RAJA

800 500 515*
*ZDARMA

rajapack.cz

info@rajapack.cz



Šest tipů, jak „nakopnout“ e-commerce

Umělá inteligence se už nějakou dobu dostává do našich myslí. Jedni od ní očekávají revoluční pokrok, druzí její mohutnější nástup očekávají s obavami, aniž by tušili, co obnáší. Do druhé skupiny určitě nepatří **agentura Brilo**, která vám nastíní, **co vše může AI nabídnout v e-commerce**.

Adriana Weberová

Čísla z trhu předpovídají, že umělá inteligence má potenciál generovat hodnotu odpovídající 2,6 až 4,4 bilionu dolarů ročně. Tedy zisků, kterých firmy mohou dosáhnout jejím zapojením do svých procesů. Boom AI se jednoduše nezastaví a nezbyvá než se přizpůsobit. Tedy alespoň pokud se nechcete nechat předběhnout v nikdy nekončícím boji o zákazníky. Jaké jsou ty nejefektivnější způsoby využití umělé inteligence, které už vaše konkurence možná dávno zná?

Personalizace zajistí růst až o 40 %

Jedním z nejdůležitějších přínosů AI v e-commerce je schopnost personalizovat zákaznickou zkušenost. AI algoritmy analyzují chování a preference zákazníků, což umožňuje obchodníkům poskytovat doporučení na míru.

„Když zákazník prochází e-shopem, AI může navrhnout produkty, které by ho mohly zajímat, na základě jeho předchozích nákupů a prohlížení. Tento přístup nejenže zvyšuje pravděpodobnost nákupu, ale také zlepšuje celkovou spokojenost zákazníků,“ vysvětluje David Zelenka z Brila. Navíc podle dat společnosti McKinsey, firmy, které personalizaci využívají, rostou o 40 % rychleji. A to už je motivace k zapojení AI.

Důvěřujte moderním AI chatbotům

Chatboti neboli virtuální asistenti poskytují okamžitou podporu zákazníkům, odpovídají na jejich dotazy a pomáhají s jejich problémy při nákupu. V e-commerce nejde o žádnou novinku. Moderní AI chatboti ovšem mohou provádět komplexní úkoly, jako je doporučování



produktů, sledování objednávek nebo řešení reklamací. To vše bez nutnosti zásahu custom care, což šetří čas a snižuje náklady na zákaznickou podporu. „Uplatnění najde AI asistent i na straně firmy, kde může pomoci se správou e-shopu nebo být k ruce zákaznické podpoře. Pomáhat může například s analýzou dat. Funguje jednoduše jako interní chatbot,“ dodává David Zelenka.

E-commerce poháněná AI

AI vás dovede k optimalizaci cen a zajistí správu zásob

Díky analýze velkých objemů dat může AI předpovídat poptávku po konkrétních produktech a optimalizovat ceny tak, aby maximalizovala zisk. „Například dynamické cenové modely, které AI využívá, umožňují automatické úpravy cen na základě aktuální poptávky, konkurenčních cen a dalších faktorů. Podobně AI pomáhá při správě zásob tím, že předpovídá, které produkty budou potřeba kdy a kde, což minimalizuje přebytky a nedostatky zásob,“ uvádí konkrétní příklady David Zelenka.

Brilo využívají známé brandy

Agentura Brilo je zkušený průvodce digitálním světem. Utváří webové stránky a e-shopy, věnuje se online marketingu a branding. Mezi její klienty patří například Orsay, Zoot, Bibloo, Lesy ČR, Grada či skupina CS Apparel Group, pod kterou spadají značky jako GAP, Celio nebo Under Armour.

Poradí si i s prediktivními analýzami...

Pomocí strojového učení a analýzy historických dat mohou obchodníci předvídat budoucí nákupní trendy a chování zákazníků. To jim umožňuje lepší plánování

marketingových kampaní, cílení reklamy a optimalizaci zásob. Například AI může identifikovat, které produkty budou v nadcházejících sezonách populární, což obchodníkům umožňuje připravit se na zvýšenou poptávku.

... nebo zautomatizuje marketingové kampaně

Pomocí AI lze vytvářet a spravovat cílené reklamní kampaně, které jsou personalizované pro jednotlivé segmenty zákazníků. „AI může analyzovat data z různých marketingových kanálů a určit, které kampaně jsou nejefektivnější pro konkrétní cílovou skupinu. To umožňuje obchodníkům lépe investovat do marketingu a dosáhnout vyšší návratnosti investic,“ dodává David Zelenka.

Zlepšení zákaznické podpory je pro AI hračka

AI může zlepšit i tradiční formy zákaznické podpory. Například analýza sentimentu umožňuje AI identifikovat nálady zákazníků z jejich zpětné vazby a sociálních médií. Tímto způsobem mohou obchodníci rychle reagovat na negativní recenze nebo problémy, což zlepšuje celkovou reputaci značky a zvyšuje loajalitu zákazníků.

Hlasoví asistenti tvoří nedílnou součást našeho každodenního života už dnes. Známe Siri, Alexu nebo Cortanu. Zmínit musíme i ChatGPT-4o, za kterým stojí OpenAI. Ten kromě jiných funkcí nativně zpracovává, co slyší, a stejně tak reaguje i zvukem. Oproti jiným hlasovým botům přeskočil proces zaznamenávání hlasu do textu a opačně, což je zásadní posun ve vývoji hlasových botů. Technologie stojící za těmito hlasovými asistenty umělé inteligence se bude jen zdokonalovat a vytvoří bezproblémový hlasem ovládaný zážitek, který ovlivní nákupní chování zákazníků. ■



Amazon rezignuje i v USA na plastové polštářky

Jeden z největších internetových obchodů, **Amazon, zruší v USA používání plastových vzduchových polštářků** jako výplňového materiálu v zásilkových krabicích. Připojuje se tím k dalším významným společnostem (například Coca-Cola), které omezují používání plastů. Oznámil to před červencovou akcí Prime Day a uvedl, že téměř všechny jeho zásilky v rámci Prime Day budou doručeny bez plastových vzduchových polštářků.

Adriana Weberová

Společnost Amazon uvedla, že ročně vyexpeduje prostřednictvím svých zásilek 15 miliard plastových polštářků. Jejich zrušení představuje její největší snahu o omezení plastových obalů v Severní Americe. Doposud už je přestala používat v 95 % zásilek a do konce roku skončí úplně.

Plastové vzduchové polštářky nahrazuje nová papírová výplň vyrobená ze 100% recyklované suroviny. Amazon tvrdí, že nabízí stejnou, ne-li lepší ochranu obsahu.

Stopku dostaly už v Austrálii, Indii a Evropě

Internetový gigant je v posledních letech přestal používat i v dalších zemích, včetně Austrálie, Indie a evropských států, což vedlo k tomu, že v roce 2023 spotřeboval o téměř 12 % méně plastů oproti roku předcházejícímu.

Cílem Amazonu je používat i opakovaně použitelné obaly.

Znečištění jednorázovými plasty zůstává velkým problémem, přičemž nedávná zpráva zjistila, že navzdory snaze být udržitelnější jich společnosti produkují rekordní objemy.

Plastové polštářky nahradí nová papírová výplň ze 100% recyklované suroviny.

Nezisková ekologická skupina Oceana, která Amazon za používání plastů dlouhodobě kritizuje, uvedla, že změna je „významným krokem vpřed“, ale že společnost „musí na tomto impulsu stavět a splnit svůj víceletý závazek zbavit svá distribuční střediska v Severní Americe plastů“.

„Potom by měla toto úsilí rozšířit a také prosazovat inovace, jako jsou opakovaně použitelné obaly, aby se odvrátila od jednorázových obalů všude, kde prodává a distribuuje,“ uvedl v prohlášení Matt Littlejohn, senior viceprezident pro strategické iniciativy skupiny Oceana. ■

Plastové obaly nahrazujeme papírem

Společnost **DS Smith** z oběhu odstranila již miliardu kusů plastu. Dosáhla toho ve spolupráci s některými z neznámějších značek rychloobrátkového zboží na světě. Významného milníku na cestě k udržitelnosti dosáhla s více než ročním předstihem díky tomu, že se u svých obalových řešení zaměřila na cirkulární design. Recyklovaný papír v kombinaci s promyšlenou konstrukcí dokáže konkurovat plastovým obalům nižšími dopady na životní prostředí, a tam, kde ho lze používat opakovaně, i cenou.

Poptávka po alternativách k plastům roste a společnosti DS Smith se za poslední čtyři roky v celé východní Evropě podařilo množství nahrazených plastových výrobků téměř zdvojnásobit. V České republice vlnitou lepenkou nahradila již přes 3,5 milionu kusů plastů. „Naši zákazníci již delší dobu projevují zájem o menší objem obalů a preferují ekologická řešení. Postupně tak z regálů supermarketů mizí plastové tácky na hotové jídlo, podnosy na ovoce a zeleninu nebo smířovací fólie na lahvičkách nealkoholických nápojů a nahrazují je alternativy z papíru,“ potvrzuje **Martin Němec**, generální ředitel DS Smith pro Českou republiku a Slovensko. Týká se to kamenných prodejen i e-shopů. Průzkum DS Smith z roku 2022 prozradil, že 40 % spotřebitelů upřednostňuje zásilky balené v materiálech z alternativních obnovitelných zdrojů.

Udržitelné zdroje a cirkulární design

Nahrazování plastů je jednou z mnoha iniciativ v rámci udržitelné strategie Now & Next. DS Smith jako přední globální dodavatel udržitelných obalů na bázi vláken se zavázal snižovat odpad a prodlužovat životnost materiálů. Využívá principy cirkulárního designu a klade důraz na vývoj a inovace, které podporují náhradu plastů a oběhové hospodářství. Podle slov **Miroslava Bárty**, manažera designérů obalových řešení ve společnosti DS Smith, jsou principy cirkulárního designu pevně začleněny do fungování celé společnosti: „Podporujeme udržitelnost v celém životním cyklu produktů a navrhujeme je tak, aby byly co nejvíce recyklovatelné, opravitelné a znovupoužitelné. Aktivně tak přispíváme k ochraně životního prostředí.“



Úzká spolupráce se zákazníky

Důslednost DS Smith při nahrazování plastů by nebyla možná bez úzké spolupráce se zákazníky. „Dnes už toto úsilí není jen výsadou, ale stalo se nezbytností,“ říká **Martin Němec**.

Například spolupráce mezi společnostmi **Schneider Electric** a DS Smith. Výrobce elektrických součástek dříve od svých subdodavatelů přijímal komponenty v různých obalech, což generovalo velké množství odpadu. Odvážným řešením, které ale pomohlo celému dodavatelskému řetězci, byl návrh vratného obalu. „Inovativní spolupráce se společností Schneider Electric nám pomohla navrhnout cirkulární transportní obal z vlnité lepenky. Jeho životnost se pohybuje mezi osmi až deseti oběhy a uspoří až 90 % obalového odpadu. Podařilo se nám nejen snížit náklady na spotřebu obalů, ale i náklady na likvidaci odpadu. Cirkulární obal DS Smith ročně ušetří 190 tun materiálu a sníží celkovou cenu použitých obalů na osminu. DS Smith a Schneider Electric snížily svou inovací roční produkci CO₂ o 95 tun,“ komentuje spolupráci **Miroslav Bárta**.

Dalším příkladem vývoje inovativního řešení je obal pro přepravu kyslíkových lahví do letadel společnosti **Smart Wings**. Navržený



obal nahradil plastové řešení a přinesl desetinásobné snížení nákladů. Tvoří ho jednoduše jen dva identické díly lepenky tvaru U, skládající se kolem kyslíkové lahve, čímž vzniká pevný ochranný rám z obou stran. „Koncept představuje udržitelnou alternativu k tradičním plastovým řešením s nižšími náklady a stejnou úrovní bezpečnosti,“ dodává **Miroslav Bárta**.



Foto: RAJA

Vlnité lepenky na vítězném tažení

Podle mezinárodní asociace FEFCO činila **světová produkce** vlnité lepenky **v roce 2020** přibližně **181 milionů tun**, spotřeba dosáhla hodnoty zhruba 270 miliard metrů čtverečních ročně. Na posledních zveřejněných číslech má Asie podíl 55 %, Evropa 22 % a Severní Amerika 16 %. Podle FEFCO činila zároveň **míra recyklace** vlnité lepenky v Evropě **v roce 2020 asi 85 %**. Po shrnutí těchto údajů společností RAJA se nyní zaměříme na konkrétní novinky dalších zástupců z oboru.

Miroslav Dočkal

THIMM inovuje designem i materiálem

Obal sýra Romadur pro společnost Madeta letos zvítězil v kategorii Marketing světové obalové soutěže Worldstar of Packaging, ocenění získal rovněž v kategorii Potravin. Obal vyrobený firmou THIMM zohledňuje požadavky na důkladné rozpečení sýra, jeho snadnou konzumaci i vizuální prezentaci. Dá se rovněž snadno přepravovat v rozloženém stavu. Vytvořen je ze speciální „pečicí“ vlnité lepenky foodWave | heatproof s certifikací pro přímý kontakt s potravinami, vyrobené pouze z primárních vláken (tedy bez příměsí recyklátu) za přísných hygienických podmínek podle standardu BRC, a to s použitím ekologického škrobového lepidla. Lepenka foodWave | heatproof nepropouští masnotu a je certifikována pro použití v troubě až po dobu 180 minut při teplotě 180 °C nebo po dobu 30 minut při teplotě 220 °C.



Obal na Romadur zohledňuje požadavky na důkladné rozpečení sýra, jeho snadnou konzumaci i vizuální prezentaci.

Další novinkou zmíněného výrobce je lepenkový obal na klíčky e-shopu fujfuj design, které jsou věrnou zmenšeninou horolezeckého vybavení a z jejichž designu vychází i samotný obal. Laserem je do něj vyříznut motiv klíčky i logo společnosti. Pro další zvýraznění je fixace uvnitř obalu vyrobena z černé vlnité lepenky, zatímco samotný obal je z lepenky hnědé.

Posledním příkladem od Thimmu je inovativní paletka pro dobu sklizně a prodeje chřestu, kterou navrhli a vyrobili pro společnost Český chřest. Vyrobená je z voděodolné vlnité lepenky, jež nahradila dříve používané plastové paletky. Nové řešení je levnější, navíc je dodáváno naplocho a skládá se až u zákazníka, což optimalizuje logistiku, zvyšuje efektivitu a přináší úspory při skladování.



Inovativní paletka pro dobu sklizně a prodeje chřestu vyrobená z voděodolné vlnité lepenky společností THIMM



Společnost Model Obaly oznámila, že do konce letošního roku investicí ve výši jednoho milionu eur zautomatizuje výrobu ve svém závodě v Moravských Budějovicích.

Smurfit vyvinul dvě zelené novinky

Společnost Smurfit Westrock zase představila dvě čerstvé novinky na poli udržitelných inovací s využitím papíru – Paper Pallet Wrap a AquaStop. AquaStop je plně recyklovatelná bariéra proti vlhkosti a kondenzaci aplikovaná na papír ještě před výrobou vlnité lepenky. Ideální využití nachází v oblasti přepravy mražených produktů či v odvětví ovoce a zeleniny, kde všude hrozí kondenzace či působení vlhkosti v dodavatelském řetězci. Paper Pallet Wrap je alternativou stretch fólie dnes běžně používané při paletizaci. Nahrazením plastové fólie papírem dochází k masivní úspoře emisí CO₂.

DS Smith nahradil miliardu plastových obalů lepenkovými

Společnost DS Smith od roku 2020 zahájila v regálech supermarketů program náhrady plastů jako součást firemní strategie udržitelnosti Now & Next. Nyní, o více než rok dříve oproti předpokladu, přesáhla hranici jedné miliardy nahrazených plastových obalů (včetně děrovaných sáčků na ovoce a zeleninu, plastových tašek a teplem smrštitelných fólií na lahvích s nealkoholickými nápoji) papírovými a lepenkovými alternativami. Podle údajů firmy je 25 % spotřebitelů aktivně proti plastům a 41 % preferuje obaly z alternativních obnovitelných zdrojů. Dopad každého výrobku na životní prostředí je z 80 % dán jeho designem, proto firma proškolila osm set designérů v zásadách cirkulárního designu. Firemní metriky cirkulárního designu umožňují snadno porovnávat udržitelnost různých obalových designů v osmi ukazatelích. Do této chvíle společnost vytvořila přes tisícovku nových designů pro miliony výrobků zaměřených na snížení používání problematických plastů a laminátů.

Model Obaly automatizuje výrobu v Moravských Budějovicích

Společnost Model Obaly počátkem léta oznámila, že do konce letošního roku investicí ve výši jednoho milionu eur zautomatizuje výrobu ve svém závodě v Moravských Budějovicích. Ten se specializuje na velkoformátové a speciální obaly a na zpracování těžkých vlnitých lepenek. Nabízí rovněž cívky, fixační prvky, mřížky a další produkty. Dočasné přetížení mezi výrobní a balicí částí linky vykryje dopravníkový systém od opavské společnosti Ostroj.

Zařízení umožní efektivní bufferování, tedy dočasné odkládání výrobků do speciálních úložných prostorů, čímž výrazně vzroste efektivita balicí linky. „Díky inovativním prvkům, jako je přeprava materiálu v příčném směru a speciální podložení pásu pro snížení tření, dosáhneme vysoké kapacity a snížíme spotřebu energie,“ uvedl Adam Majewski, obchodní manažer Ostroje, a dodává: „Dopravníkový systém má délku téměř 250 metrů a přepravní rychlost 62 palet za hodinu. Celková délka pásu je přitom bezmála 1 000 metrů.“

Automatizovaný systém ve firmě Model Obaly bude zahrnovat více než 130 odkládacích míst, dva automatické vozíky, dopravníky, točny, přesuvny a další prvky. K jeho hlavním přednostem bude patřit také schopnost přepravovat nadrozměrné nebo atypické palety. ■

Dvě lepenkové Prahy

Podle Svazu výrobců vlnitých lepenek v ČR (SVVL) vlnitá lepenka balí a chrání více než 75 % evropského zboží. Jen v ČR se jí ročně vyrobí více než 1 000 km², což by stačilo ke dvojímu pokrytí plochy Prahy.



Model Co-Packing: Kompletní služby na jednom místě

Společnost **Model Obaly** je český lídr v oblasti výroby obalových materiálů. Kromě nich však také už téměř dvě dekády nabízí a neustále zdokonaluje službu **Model Co-Packing**. Ta kromě standardních copackingových (contract packaging) činností nabízí něco navíc. Tím je zejména propojení s výrobními závody, ale také rozsáhlé poradenství garantující klientům nejvyšší služby.

V dnešním dynamickém prostředí se pro mnoho společností stal copacking klíčovou službou. Jedná se o efektivní a flexibilní způsoby, jak dostat své produkty na trh, a zejména zjednodušit jejich logistiku. Termín „copacking“ zahrnuje řadu operací, mezi nimi nejčastěji balení již hotových výrobků, jejich skladování i následnou distribuci. Model Obaly nicméně již tak komplexní službu dále rozšiřuje a uzavírá pomyslný kruh služeb – na začátku (a v průběhu) celého procesu nabízí klientům poradenství, na konci potom nabízí stažení nevyužitých obalů a jejich přípravu k dalšímu použití, případně ekologickou likvidaci.

Klíčovým faktorem je zde možnost opřít se o know-how největšího českého producenta kartonových obalů a velmi těsné propojení s jeho výrobními závody. „Díky přímé podpoře našich závodů máme k dispozici moderní technologie a zázemí, což nám umožňuje velmi rychle reagovat na potřeby zákazníků a konzistentně jim poskytovat nejen rychlost, ale i maximální možnou kvalitu služeb,“ vysvětluje šéf služby Model Co-Packing Aleš Pudil s tím, že zásadní je přesně znát zákaznickou potřeby a představy.

Model Co-Packing tak se závody sdílí například kapacity konstrukčního nebo grafického oddělení. Díky tomu je celý proces včetně výroby kartonových obalů nebo POS a POP materiálů mnohem hladší. Spolupráce s výrobními závody v neposlední řadě zjednodušuje i certifikaci – od standardních ISO certifikátů až po zajištění procesu balení v rámci BRC postupů.

Všechny služby na jednom místě

Zákazníci mohou využít jakoukoli část služby, podle Aleše Pudila je ovšem ideálním scénářem, když se zákazník na tým Model Co-Packing obrátí hned v počátečních úvahách. „Naší snahou je, aby měli zákazníci všechny služby na jednom místě. Když přijde zákazník a řekne, že má dva výrobky a dárek a potřebuje je nějak zabalit, tak to je pro nás nejlepší zadání. Sérií otázek následně zjišťujeme všechny potřebné detaily, ať už jde o objem zakázky či jakým způsobem by měla probíhat distribuce,“ popisuje



Trezor – hardwarová peněženka. Chytré zavírání na magnet, umožňující opakované použití obalu.

Aleš Pudil s tím, že v rámci konzultací se zákazníky sdílejí i praktické zkušenosti a upozorňují je na možná problematická místa.

„Stává se, že například přijde zákazník a jeho představou o co-packingu je ‚dejte výrobek A s výrobkem B do fólie‘. Ale s tím souvisí celá řada dalších věcí: kde výrobky uskladnit, jak se budou distribuovat, do jakých kartonů to budete dávat... My jsme potom samozřejmě schopní zajistit výrobu krabiček i přepravních kartonů, nabalit produkty a napaletovat je,“ říká Aleš Pudil s tím, že prodejní tým zároveň přichází i s návrhy. „S kampaní mohou být spojené třeba stojany nebo nějaké další marketingové materiály, které jsme schopní také nabídnout, vyrobit, nabalit a odvézt rovnou do obchodů.“

I díky tomuto přístupu Model Co-Packing s mnoha zákazníky spolupracuje dlouhodobě ať už na přípravě sezonních kampaní nebo dárkových balíčků. Takový formát podle Aleše Pudila umožňuje ještě lépe porozumět potřebám zákazníků a přizpůsobit služby jejich specifickým požadavkům.



Stojánek na vajíčko se díky vložce ze čtyřvrstvé vlnité lepenky a odtrhávajícímu receptáři uvnitř stává exkluzivním zbožím.

Stroje vše nezvládnou

Přestože trendem dnešní doby je čím dál větší příklon k automatizaci, v Model Co-Packing hraje stále výraznou roli lidský faktor. „Snaha o větší automatizaci je logická, nicméně v našem případě většina činností není jednoduchý úkon typu nalepení etikety, ale složitější řetězec. Proto je pro nás při výběru nových strojů důležitým kritériem co největší variabilita. Hledáme tak kompromis, kde to logicky ubere o nějakou lidskou sílu méně, ale rozšíří to, co budeme schopni nabízet,“ říká Aleš Pudil.

Přidává konkrétní příklad v podobě takzvané sleeveovací linky. „Hledali jsme linku, která má velký vstup a dvě komory tak, abychom dokázali zabalit do smršťovací fólie i velké výrobky. Díky tomu jsme schopni automaticky aplikovat ‚rukávy‘ na nápoje, kdy stroj fólii automaticky usekne, nasadí, smršťá a až na konci je někdo, kdo produkty balí. Dřív podobnou činnost dělalo 10 lidí, dnes linku obsluhují třeba čtyři,“ říká šéf týmu Model Co-Packing

s tím, že na lince je zároveň možné balit i nesourodá balení, jako jsou například deospřeje s holítky, pro které se sleeveovací řešení také hodí. Zde už je však logicky nutný daleko větší podíl manuální práce.



Smršťování při skupinovém balení, kde zatavená fólie plní ochrannou funkci.



Plechovky vína v odnosném obalu.

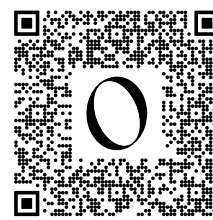
Sleeveováním s vhodnou grafikou se podpoří výsledný dojem celého balení.

Model Co-Packing si zakládá na co největším využívání kvalifikovaných kmenových zaměstnanců. Drtivá většina klientů společnosti má specifické nároky. Je tak třeba neustále dodržovat různé požadavky na kontrolu zboží, zajištění certifikátů apod. Na rozdíl od agenturních pracovníků navíc stálí zaměstnanci dokáží zachytit i zdánlivě banální chyby, kterých by si nevšiml ani zákazník.

Ačkoli Model Co-Packing není skladový provider, disponuje i dostatečnými vlastními skladovými kapacitami, které jsou součástí výrobních závodů Model Obaly v Nymburce a Opavě. „Zákazníkům vždy prezentujeme, že nepotřebujeme držet zboží na skladě. Chápeme, že zboží se musí prodávat – a z pohledu zákazníků co nejrychleji. Když vymyslíme kampaň, mohou si mezitím zboží zablokovat a vyčlenit pro copacking,“ vysvětluje Aleš Pudil. Až ve chvíli, kdy je vše připraveno, zákazník doručí zboží a copackingový tým zakázku v co nejkratším čase odbaví, aby se co nejrychleji dostala na trh.

MODEL

Těšínská 2675/102
746 01 Opava
+420 553 686 493
kariera@modelgroup.com



MODELGROUP.COM



Foto: Model Obaly

Copacking ze dvou úhlů

Po službách copackingu je vysoká poptávka a firmy na ni musí reagovat. Ve svém portfoliu ji mají například společnosti **Model Obaly** a **PST CLC Mitsui-Soko**. První jmenovaná ji nabízí už dvacet let, druhá se rozhodla ji radikálně rozšířit, a to i za hranice republiky.

Adriana Weberová

Mezi ověřené poskytovatele copackingu patří například společnost Model Obaly. Nabízí ho již dvacet let. Službu vnímá komplexně. V Modelu si poradí se štítkováním, páskováním, smršťováním, plněním prodejních stojanů a regálových obalů. Kromě balení již hotových výrobků, jejich skladování a následné distribuce nabízí také poradenství, a dokonce se dokáží postarat i o stažení nevyužitých obalů a jejich další využití, recyklaci nevyjímaje.

Poskytovaný servis umožňují bohaté zkušenosti v oblasti výroby obalů z lepenky a propojení závodů Model Obaly. Model Co-Packing v čele s Alešem Pudilem proto může využívat například konstrukční oddělení, ale také se obrátit na kolegy z grafické sekce. Ruku k dílu mohou přiložit i pracovníci obchodního oddělení. Zákazník tak má komplexní servis na jednom místě. Výsledkem jsou dlouhodobá partnerství, a o to většinou poskytovatelů logistických služeb jde.

Copacking je v Model Co-Packing v režii šikovných rukou za podpory speciálních strojů, například sleevevací linky. Ta zvládne automaticky zabalit pestrou škálu výrobků různých velikostí a tvarů. Kromě toho disponují automatickou lepičkou obalů, poloautomatickou etiketovací linkou a tak bychom mohli pokračovat. Výsledkem je rychlá realizace zakázek, vysoká flexibilita a na konci řetězce spokojený zákazník.

Dalším hráčem na trhu je společnost PST CLC Mitsui-Soko, v jejímž čele nově stojí Petr Fejk. Doposud realizovala copackingové služby pouze pro některé klienty, kteří využívali její skladové kapacity. Jednalo se především o služby Value Added Service (VAS) pro potřeby zákazníka mimo standardní skladovou operaci. „Ve všech svých multi-user skladech napříč republikou nově nabízíme službu copackingu, po níž je vysoká poptávka,“ vysvětluje Petr Fejk. Vzhledem k širokým skladovým možnostem je cílem ji nabízet i v zahraničí. „Plánujeme

se obchodně ještě více zaměřit na Rakousko, protože naše sklady v Pohořelicích a v Brně jsou pro tamní trh velmi dobře dostupné," doplňuje David Zimandl, finanční ředitel společnosti PST CLC Mitsui-Soko, který zodpovídá i za multi-user sklady.

Copacking nabízí logistická firma pro potravinářské i nepotravinářské zboží. Pro firmy z automotive jde například o služby typu kvalitativní a kvantitativní kontrola, komplectace, modulové sestavování, vkládání návodů, štítkování nebo zpracování vratek.

V oblasti kosmetiky může jít kupříkladu o balení kosmetických sad a setů, přebalování na prodejní jednotky, promo packy, štítkování a přebalení. „Pro zákazníky z odvětví FMCG a kosmetiky realizujeme nejčastěji legislativní etiketování z důvodů shody, výrobu prodejních a obchodních balení (spotřebitelských jednotek, vícečetných balení, setů, shelf ready packů a stále oblíbených promo stojanů) nebo různé druhy přebalení a komplectace,“ upřesňuje Petr Fejk.

Službu rozděluje na interní (poskytovanou ve svých skladech pro klienty, pro které zajišťuje skladování) nebo smluvní copacking. „Zaměřujeme se i na cross-dock copacking, kdy jsou produkty zpracovány v rámci cross-docking režimu a po přebalení dále distribuovány,“ zmiňuje Petr Fejk. V rámci smluvního copackingu může jít o časově omezené akce se zaměřením na promo zpracování a sezonní poptávku po výrobních a skladových kapacitách s vazbou na celní služby a přepravy. Interní forma zahrnuje služby pro skladové zákazníky založené na pravidelných cyklech nabalování i specifických požadavcích.

Největší zájem očekávají u nabídky již zmíněných služeb cross-dock copackingu, kde navazují na realizace celních služeb a přeprav vstupem copackingu do logistického řetězce a přebírají roli prostředníka mezi dodavatelem a koncovým spotřebitelem. „V této roli v logistických centrech importované výrobky přebalujeme podle specifikace a dále distribuujeme na centrální sklady zákazníka nebo přímo koncovým uživatelům. Řešení umožňuje snadnou organizaci, výraznou optimalizaci nákladů spojenou se skladováním, handlingem a lidskými zdroji a maximalizuje účinnost dodavatelského řetězce,“ vysvětluje Petr Fejk.

Obdobný zájem očekávají na úrovni smluvního copackingu, v jehož rámci poskytují přidané kapacity pro sezonní peak. „Zákazníkům v sezoně nabízíme dodatečné



Copacking je v Modelu v režii šikovných rukou za podpory speciálních strojů.



PST CLC Mitsui-Soko nabízí copacking pro potravinářské i nepotravinářské zboží.

kapacitní a skladové zdroje. Na stejném principu klientům odpadá nábor a zaškolování nových zaměstnanců, organizace s nárůstem skladových pohybů a optimalizace ve spojení s nároky na skladový prostor,“ podotýká Petr Fejk.

Technologický park tvoří stroje určené k semiautomatickému štítkování, podavače štítků, stroj pro teplem smršťitelné fólie, vícečetná a skupinová balení, gravitační a automatické pásy nebo dávkovače lepidel. Všechny výrobní linky lze podle druhu výroby ve velmi krátké době přestavit podle typu požadavku. „Maximálně využíváme prostor a flexibilitu zejména při navazujících nižších výrobních dávkách. Systémově jsou výroby zpracovávány programem Logenius64 umožňujícím plnou zpětnou sledovatelnost výroby a evidenci neshodných výrobků,“ uzavírá Petr Fejk. ■



Topgal kryje záda dětem už 30 let

Společnost **Topgal** patří mezi oblíbené tuzemské dodavatele **školních batohů**. Ty se sice vyrábějí v Číně, ale design, kompletace a balení probíhají výhradně u nás. Do jejich tajů nás zsvětíl majitel firmy **Radek Brynda**. „Obchodní **spolupráce** s čínským partnerem se dá dělat **na úrovni, ve vysoké kvalitě** a zároveň být absolutně **fér vůči lidem**, kteří se na výrobě podílejí,“ zaznělo také.

Adriana Weberová

Firma Topgal vznikla v roce 1993 se zaměřením na výrobu a prodej kožené galanterie. Při cestování za obchodem majitel firmy Radek Brynda náhodou zjistil, že na trhu chybí školní batoh, ne aktovka, ale batoh! Proto se rozhodl přijít na trh v té době s originálním produktem. „Zní to sice trochu neuvěřitelně, ale tato kategorie zboží v Česku prostě neexistovala. Vlastně ani nevíme, jestli existovala někde v zahraničí. Internet byl ještě v plenkách a obchodní kontakty se zahraničím minimální,“ říká Radek Brynda.

Jednička na trhu má pečeť Česká kvalita

Během 30 let se společnost stala jedničkou na trhu v kategorii školních batohů. „Na internetu jsme školní batohy začali nabízet jako první v Česku. Bylo to v roce 2004. A to nás vlastně zachránilo. Mezi vývojem školních batohů

a spuštěním e-shopu nás totiž postihlo i období velkých problémů,“ říká ke zlomovému roku Radek Brynda.

O tom, že si potrpí na kvalitu, svědčí vítězství batohu CHI 550 v dTestu v roce 2007. Dalším důležitým milníkem byl rok 2015. „Byli jsme první značka školních batohů u nás, která mohla používat označení Česká kvalita. Jde o Certifikát národního programu podpory kvalitních českých výrobků a služeb,“ podotýká Radek Brynda. O rok později se přestěhovali do moderního a příjemného pracovního prostředí, včetně skladových prostor přizpůsobených potřebám expedice, a taky značkové prodejny. Nepřehlédnutelnou budovu s donedávna největší nástěnnou malbou v Česku najdete ve Šternberku. O tom, že se firmě daří, svědčí plánované rozšíření areálu v roce 2025.



Kromě zpevněných aktovek jsou produkty baleny do tzv. PCR sáčků.

Topgal se pyšní
i nepřehlédnutelnou budovou



Batohy kryjí záda více než 2 200 000 školáků a studentů ve 14 zemích (kromě Česka například v Polsku, Maďarsku, na Slovensku nebo v Německu). Produktové portfolio tvoří školní, studentské a volnočasové batohy, ale také pouzdra, penály a doplňky pro prvňáčky. Batohy pro mladší školáky hrají barvami, u studentských, od 12 let, převládá minimalismus, jednoduchost a jednobarevnost.

Logistiku a balení má společnost ve vlastních rukou. Skladové prostory jsou vybaveny klasickými skladovými regály. Manipulační techniku tvoří paletový vozík a pojezdové vozíky Wanzl. Ročně odtud vyexpedují přibližně 40 tisíc objednávek.

„Zboží k nám z Číny putuje v lepenkových krabicích, které dále využíváme pro export k B2B partnerům. Máme

jednoho dodavatele, se kterým spolupracujeme téměř 25 let, pravidelně k němu létáme a kontrolujeme kvalitu materiálů i provedení,“ uvádí vedoucí skladu Roman Hanus.

Batohy i další produkce jsou v e-commerce expedovány v tzv. post-consumer recycled (PCR) sáčcích, které jsou vyrobeny ze 100% recyklovaného plastového odpadu. „Plastový odpad z domácností, průmyslu i jiných institucí se pomocí technologie granulování zpracuje na malé granule, ze kterých lze vyrobit znovupoužitelný a plnohodnotný materiál pro výrobu nových předmětů. Jedním z nich jsou plastové pytle a obálky, které jsme se od začátku roku 2022 rozhodli používat i u nás,“ vysvětluje Roman Hanus a dodává: „Jejich využití je podle nás ekologičtější v porovnání s lepenkovými krabicemi, a navíc zabírají podstatně méně místa než zmíněné krabice.“ Jejich dodavatelem je tuzemský výrobce.

Výjimkou jsou tzv. zpevněné aktovky, novinka letošního roku, které putují k zákazníkům v krabicích. K distribuci do desítek kamenných prodejen slouží krabice, ve kterých přišlo zboží z výroby. ■



Foto: STILL

EXV iGo je první sériově vyráběný automatizovaný vysokozdvizný vozík STILL.

Neváhejte automatizovat sklady!

Automatizace ve skladech se stává samozřejmostí. Alespoň v moderních provozech, jinak máme stále co dohánět. Napravit situaci se snaží renomovaní dodavatelé, společnosti **STILL**, **Jungheinrich**, **4IGV** nebo například **SysTech Group**.

Adriana Weberová

Na poli automatizace sbírá body například dodavatel intralogistických řešení, společnost STILL. V soutěži IFOY triumfoval v červnu v kategorii Mobilní robot její automatizovaný vysokozdvizný stroj EXV iGo, první sériově vyráběný automatizovaný vozík STILL. Vybaven je jednoduchým softwarem pro vychystávání iGo easy, což umožňuje snadný vstup do světa automatizace i podnikům s malými flotilami. Jako první využívá komplexně modulární variantu. S novou digitální

konceptí je navíc možný rychlý a flexibilní servis a údržba. Novinka mimo jiné umožňuje servisním technikům přistupovat během diagnostiky a odstraňování závad k digitálnímu dvojčeti každého vozíku.

Tahounem v nasazení automatizace je automotive. Svě o tom ví další dodavatel intralogistických řešení, společnost Jungheinrich (ČR). Jedním z úspěšných projektů je spolupráce se společností ŠKODA AUTO.

servisbal®



Vyrobte si obaly přímo ve vašem skladu

Nabízíme unikátní technologii pro vlastní přípravu obalů na míru. Vyrobte si obaly s optimálními rozměry v čase a místě potřeby. Spotřebujete méně materiálu, a to se vyplatí i z ekologického hlediska.

- > Změřte produkt
- > Zadejte rozměry
- > Vyrobte obal
- > Balte



NOVINKA

Zajímá vás, jak zrychlit své balení pomocí balicích technologií?

Potřebujete za balení ušetřit? Řešíte do čeho balit své zboží?

Jak se přihlásit?

Přes QR kód nebo na www.servisbal.cz.



Zveme vás na **den otevřených dveří pro automatizaci v balení.**

V areálu firmy Servisbal, Dobruška

10. – 12. září 2024

Chcete se na něco zeptat?

Kontaktujte nás na:

automatizace@servisbal.cz

nebo volejte +420 604 207 970



Co vás během návštěvy čeká?

Komentovaná prohlídka technologií pro balení.

Například zařízení na výrobu ekologických výplní do obalů, ovinovačky pomocí fólií, stroje skládající krabice a mnoho dalších.

Seznámíme vás s novinkami a trendy v automatizaci balení.

Automatizovat lze i s nízkými investicemi, vyplatí se to i menším firmám.

Zájemci si budou moci práci se stroji vyzkoušet.

Přivezte si vlastní produkt a společně jej zabalíme.

Poradíme jak ušetřit za balení.

Například použitím nových balicích materiálů.



www.servisbal.cz

... pokračování ze str. 56

Výroba komponent a finální kompletace aut je již poměrně dlouhou dobu z velké části doménou robotů. Logistika má oproti výrobě řadu specifík v proměnlivém prostředí a horší ochraně před nečekanými vlivy. To může být pro automatizaci, která vyžaduje především opakující se operace, komplikace. Obzvláště pokud se jedná o průběžné zavážení různých předávacích stanovišť.

A právě takovou aplikací je automatizace zavážení částí robotizovaných svařovacích pracovišť ve společnosti ŠKODA AUTO v Mladé Boleslavi. Celkem šest pracovišť bylo do nedávna zásobováno klasickou, lidmi obsluhovanou manipulační technikou. Ta byla nahrazena třemi plně autonomními vozíky Jungheinrich EKS 215a s cílem zvýšit efektivnost na pracovišti.

Aby bylo možné techniku nasadit, došlo k částečnému přebudování skladu před svařovnou. Vznikl zde regál, do kterého logistika z jedné strany prostřednictvím klasické manipulační techniky zakládá klece s jednotlivými karosářskými díly a na druhé straně si je již odebírá výroba s využitím automatických vozíků. „Projekt je prvním příkladem automatizace vidlicové techniky v Mladé Boleslavi. Jeho cílem bylo především snížení chybovosti při zásobování výrobních linek a také zvýšení efektivnosti na pracovišti,“ shrnuje za technický servis logistiky ŠKODA AUTO hlavní cíle projektu Ondřej Kormoš. Jelikož se jednalo o první projekt tohoto druhu ve Škodě, šlo také o ověření technologie pro případné další nasazení.

Důležité je napojení vozíků na výrobní systémy



Hlavními benefity nasazení autonomních vozíků je uvolnění pracovní síly z běžné manipulační techniky na další potřebná pracoviště. Díky přesnému zakládání se také snížila chybovost a nutnost korekcí na předávacích stanovištích.

K máni je vše od jednoduchých řešení skladování až po „vyšší dívčí“

Bohaté zkušenosti s automatizovanými provozy, o kterých jsme již několikrát psali, má také společnost 4IGV. Ta má v sortimentu automatizované sklady IdeaStorage a automatizované zakladače palet. „Nabízíme vše od jednoduchých řešení skladování až po „vyšší dívčí“, tedy po inteligentní sklady s autonomním řízením a zavážením po hale. Realizujeme projekty na klíč,“ upřesňuje

jednatel společnosti Marek Maťovčík. Od období covidu se podle něho trh probouzí a potřeba skladovat roste. „Aby zákazník neusnul na vavřínech, jak se říká, musí být ve střehu a připravit se na růst podniku pomocí škálovatelného řešení. Jinými slovy, pokud trh roste, dochází k zahušťování skladových prostor, které by mělo být provedeno inteligentním způsobem,“ dodává Marek Maťovčík. Ideální prostředí pro nasazení automatizované techniky jsou oblasti distribuce, skladování, fulfillmentu nebo například expedice. Stranou nezůstávají výrobní firmy. Největší zájem je o zefektivňování manipulace, zvyšování bezpečnosti a o úsporu místa ve skladech.

Skladovat lze na malém prostoru do výšky

Zájem je také například o řešení Modula, za nímž se skrývá automatizovaná skladovací věž, kdy skladování probíhá na malém prostoru do výšky. Podobné řešení zvolila například nástrojářská společnost Klauke Slovakia v Dolném Kubíně, kde byly instalovány další dva automatizované vertikální výtahové systémy Modula od společnosti SysTech Group. Celkem jsou ve firmě už čtyři. „Důvodem zakoupení dalších zakladačů bylo hlavně zvýšení bezpečnosti. Dříve totiž operátoři museli všechny nástroje, tedy i ty o hmotnosti kolem 300 kg, zakládat ručně do regálů. Díky dodaným systémům Modula došlo k výraznému zvýšení bezpečnosti skladování,“ popisuje Michal Kavuliak, vedoucí údržby společnosti Klauke Slovakia v Dolném Kubíně.

Nové zakladače Modula Lift slouží k zaskladňování a vyskladňování nástrojů pro výrobu. Dříve dodané zakladače Modula jsou určeny pro zaskladňování malých krabiček neúplného balení a pro zaskladňování malých nástrojů ve výrobě. Oba jsou řízeny WMS systémem. Výhodou je velmi rychlé a jednoduché zaškolení obsluhy. ■



Modula police s kulíkovými ložisky

Společnost VELTEKO je výrobcem vertikálních balicích strojů a balicích linek s více než třicetiletou historií. Firma klade důraz na vlastní vývoj výkonných a spolehlivých balicích strojů a neustálé zdokonalování jejich konstrukčních řešení. Ve výrobním programu má širokou řadu strojů pro nejrůznější aplikace.

Ke stavbě strojů firma používá kvalitní materiály a značkové komponenty od renomovaných výrobců. Společnost VELTEKO do svých strojů průběžně aplikuje moderní technologie, jako je například ultrazvukové svařování, Power seal technology, Dataservis a podobně. Poslední dobou také úzce spolupracuje s řadou výrobců obalových fólií na aplikaci udržitelých obalových materiálů.

Společnost VELTEKO patří k předním dodavatelům balicích strojů a linek, a to napříč nejrůznějšími obory, kde je potřeba balit produkty do sáčků. Například jen v oblasti výroby a zpracování cukrovinek dodala od roku 2000 více než 90 balicích linek zákazníkům do různých zemí po celém světě. Jde přitom jak o středně velké firmy, tak i významné nadnárodní korporace.



Všechny dodané balicí stroje spojují vlastnosti jako vysoká technická úroveň, vysoký výkon balení, spolehlivost, versatilita a velmi často i customizované provedení stroje či balicí linky.

Balení potravin v dokonalé čistotě

Společnost VELTEKO rozšířila svou nabídku vertikálních balicích strojů o stroj s takzvaným hygienickým designem. Ten nastavuje nový standard pro zákazníky, kteří vyžadují hygienické, antialergické a antibakteriální prostředí.

Balicí stroj WASHDOWN-360 je navržen pro snadné, rychlé a důkladné čištění. Stroj disponuje nejvyšším dostupným krytím IP69K a jedinečným hygienickým designem, který splňuje normy EHEDG/3-A.

Stroj WASHDOWN-360 má eliminované obtížné čistitelné rohy a redukované vodorovné plochy. Je možné ho umýt vysokotlakou horkou vodou a z velmi malé vzdálenosti.

Stroj je schopen vytvořit pět různých typů sáčků s rychlostí až 160 sáčků za minutu. Maximální objem jednoho zabaleného sáčku může být až 20 litrů.



Balení do sáčků typu Doypack a do sáčků se svařenými hranami

Sofistikované vertikální balicí stroje VELTEKO jsou speciálně navrženy také pro balení do atraktivních sáčků Doypack a sáčků se svařenými hranami, včetně aplikace zipových uzávěrů a mnoha dalších modifikací. Sáčky Doypack vyrábějí stroje VERSATILE-280, VERSATILE-360 a stroj DOYPACK-360. Sáčky se svařenými hranami produkuje stroje VERSATILE-280 a VERSATILE-360. Kvalita těchto sáčků vyrobených na strojích VELTEKO je jedna z nejlepších na globálním trhu.

Balení produktů s výkonem až 400 sáčků za minutu

Významnou vlastností konstrukce strojů VELTEKO je právě vysoký výkon balení. Maximální výkon balení strojů VERSATILE-280, VERSATILE-360 a SLIM-280 je 200 sáčků za minutu, dvoutubusový stroj DUPLEX-360 však dosahuje výkonu až 400 sáčků za minutu. Například firma The Candy Plus Sweet Factory používá stroj DUPLEX-360 na balení bonbonů a dosahuje výkonu balení 240 sáčků za minutu, a to při vysoké kvalitě sáčků.



Speciální stroje pro křehké produkty

Pro balení křehkých sušenek a jiného křehkého zboží nabízí firma VELTEKO balicí a uzavírací linku US100 nebo vertikální balicí stroje s nakloněným tubusem. Stroj US100 je vybaven velmi nízkou pádovou výškou pro šetrné dávkování a balení křehkých produktů. Díky tomu dosahuje

téměř nulového procenta rozbití produktu, což zachovává strukturu i kvalitu balených výrobků. Navíc stroj umožňuje vytvářet vlastní mixy více druhů produktů do sáčku.





Balení kávy s maximálním důrazem na estetiku sáčku

Společnost **VELTEKO** se specializuje na vývoj a výrobu vertikálních balicích strojů a linek. Zastoupení má ve více než 35 zemích světa. Firma **VELTEKO** má za sebou mnoho úspěšných instalací. Jednou z nich je dodávka stroje **VERSATILE-280-B-STEP** určeného k **balení kávy s maximálním důrazem na estetický vzhled sáčku**.

Adriana Weberová

Známý slovenský výrobce kávy Baliarne obchodu Poprad požadoval atraktivní vzhled stojacího sáčku s provařenými hranami na balení mleté a zrnkové kávy. Z tohoto důvodu byl od zákazníka také požadavek na odstranění stříbrného pruhu na podélném svaru sáčku. Dalším požadavkem byla aplikace vnitřního ventilku a možnost doplnění aplikátoru zipu.

V úvahu přicházelo využití ultrazvukového nebo tepelného přivařování zmíněného ventilku. Vybrána byla ultrazvuková varianta. Fólie při ní není tolik namáhána teplem, což zaručuje lepší vzhled sáčku. Ventilky je navíc méně viditelný, jak bylo výrobcem kávy požadováno.

Zvolen a na míru upraven byl balicí stroj **VERSATILE-280-B-STEP** s prodlouženým odvíjením fólie pro montáž aplikátoru etiket a zipu. Stroj byl postaven pro balení mleté i zrnkové kávy s aplikací dvou dávkovačů na jedné plošině, což umožňuje balení obou druhů kávy na stejném zařízení. K přivařování ventilku byla použita již zmíněná ultrazvuková technologie. Stroj umožňuje umístění podélného svaru v hraně pro zlepšení vzhledu a maximální marketingové využití zadní strany sáčku. Nechybí požadované ořezávání podélné hrany pro její perfektní vzhled bez stříbrného proužku a motorové navíjení odřezku fólie.

Zapomenout nesmíme na nižší spotřebu energie stroje a odstranění hlučnosti v porovnání se standardním řešením s odsáváním odřezku fólie.

Balicí stroje společnosti **VELTEKO** využívají také výrobci cukrovinek, čajů, koření, strouhaného sýra, mražených produktů atd. Vhodné jsou však rovněž pro jakékoliv tekutiny (například barvy) nebo sypké produkty (různé chemické prášky).



Sáčky jsou vyrobeny z PET/Al/LDPE.



Jak se balí káva...

Moderní technologie lepení šetří čas i peníze

Automatizace a šetření nákladů je každodenním tématem a průmyslové lepení není výjimkou. Naopak, s automatizací výroby si velmi rozumí. Na rozdíl od ručního lepení dokáží moderní systémy průmyslového lepení lepit precizněji a rychleji. Navíc zachovají stejnou kvalitu spoje 24 hodin denně, 7 dní v týdnu.



Tavná jednotka Vision

Automatizace nánosu lepidla

Pro lepení výrobků v pásové výrobě s vysokou sériovostí a jednoduchým vzorem nánosu lepidla je vhodná aplikace pomocí hlavy, která je pevně ukotvená ve výrobní lince. Čidla snímají přítomnost výrobku a čerpadla aplikují požadované množství lepidla. Kromě toho disponuje systém i možností kontroly nánosu lepidla, tedy i kontrolou kvality.



Aplikační hlava Volta a vyhřívaná hadice Performa

Ruční aplikace se uplatní hlavně v malých sériích nebo pro tvarově složité výrobky. I v těchto případech je možná automatizace,



Dávkovací hlava tavného lepidla na rameni robotu

a to pomocí nanášení hlavou připevněnou k robotu. Robot přímo komunikuje s řídicí jednotkou lepičky, která upravuje dávkování lepidla podle trajektorie robotu.

Automatické doplňování lepidla

Vedle samotného procesu lepení je vyžadována obsluha i pro doplňování lepidla. Sype se v podobě granulí nebo polštářků do tavných tanků. I tento proces je možné automatizovat automa-



Snadná obsluha automatického doplňování

tickými doplňovači. Granule jsou uskladněny ve větším zásobníku a dopravovány do tavných jednotek hadicemi podle aktuální potřeby. Díky konstantnímu doplňování zásobníku nekolísá teplota lepidla a nedochází ke tvorbě hrudek. Rovněž se tím výrazně snižuje pravděpodobnost výskytu nečistot v systému a prodlužuje se životnost zařízení.

Automatizace výroby žehlicích prken

Na **Kaletech** se obrátil zákazník s požadavkem na zlepšení efektivity procesu výroby žehlicích prken. Ruční aplikace byla nahrazena jednoúčelovou automatickou linkou, ve které jsou aplikační hlavy připevněny na pojezdném portálu. Tím se snížila spotřeba lepidla na výrobu jednoho žehlicího prkna o 25 % a provoz ušetřil tři pracovníky.

Úsporná opatření, eliminace plýtvání a šetrnost k životnímu prostředí

V oblasti efektivní a udržitelné výroby udávají lepicí stroje od Robatechu nový světový trend. Díky modernímu systému izolace, chytré distribuci tavného výkonu a plynulému ohřevu a nánosu lepidla dokáží stroje jako tavné jednotky **Vision**, vyhřívané hadice Performa nebo moderní elektrické aplikační hlavy snížit spotřebu energie a lepidla až o několik desítek procent oproti konkurenčním technologiím.

Pomocí programu **GreenSaver** pro snížení provozních nákladů lepení provedeme během dvou dnů kompletní metodický audit lepicího systému a vypracujeme strukturovanou zprávu s přehledem oblastí, kde je největší potenciál pro úspory. Získáte jasnou představu, jak dosáhnout nižších provozních nákladů, vyšší bezpečnosti a spolehlivosti systému pro aplikaci lepidla, včetně doby návratnosti investic.

Snížení spotřeby energie a lepidla pro švýcarského výrobce

Švýcarská společnost JTI poptala technologii Robatech pro nános lepidla, aby zmodernizovala své dosavadní stroje a optimalizovala výrobní náklady. První odhady na úsporu činily zhruba 33 % a reakce v JTI byly zprvu skeptické. Pomocí nového systému v podobě tavné jednotky Vision S, dvou vyhřívaných hadic Performa, dvou aplikačních hlav AX Diamond a vhodného nastavení strojů se však podařilo **snížit energetickou spotřebu o 48 %**, a navíc ušetřit 25 % lepidla při zachování stejné kvality výrobků.

Zjistěte víc o moderní technologii průmyslového lepení a navštivte naši expozici na MSV v Brně v pavilonu A2, stánku 50, kde jsme generálním partnerem projektu Packaging Live. www.kaletech.cz


KALETECH



Solpap už nemusí řešit křivost ohybu

Jak výrobce obalů, společnost Solpap, dokázal **snížit počet reklamací křivosti o 100 %** díky aplikátoru změkčovací kapaliny **PerfectFold**? Odpověď na otázku najdete v ukázce z praxe v následujících řádcích.

Adriana Weberová

Spoločnost Solpap patří mezi přední české výrobce přepravních a prodejních obalů vyrobených z vlnitých lepenek. Během roku jich vyrobí více než 15 milionů v tisících různých provedeních, pevnostech, rozměrech a potiscích pro zákazníky z celé republiky. Vlajkovou lodí podniku jsou krabice s oboustranným potiskem. A jenom pro doplnění, tradice této rodinné firmy sahá až do roku 1938.

„Při tak vysokém objemu výroby je pro nás snižování zmetkovosti a reklamací velmi důležité,“ popisuje Milan Jiruška, výrobně-technický ředitel Solpapu. Při ohýbání lepenky vznikají zpětné síly, které způsobují její praskání a také opotřebení nástrojů. „Když jsme tedy v zahraniční kartonážce viděli systém pro aplikaci změkčovací kapaliny, velmi nás toto řešení zaujalo. Chtěli jsme vylepšit ohyb v rylu a snížit počet reklamací kvůli křivosti,“ doplňuje.

„S firmou KALETECH spolupracujeme již řadu let a máme dobré zkušenosti. S jejich technologií Robatech pro nanos lepidel i komunikací jsme dlouhodobě spokojeni. Když přišla nabídka na systém PerfectFold, hned jsme věděli, že by pro nás mohl být tím pravým,“ vysvětluje situaci obchodní ředitel Solpapu Jiří Horák.

Cílem bylo vylepšit ohyb v rylu a snížit počet reklamací kvůli křivosti.

Skládací stroje mohou pracovat „o 106“

PerfectFold od dodavatele KALETECH bezkontaktně aplikuje změkčovací kapalinu na dvě linie obalu určené k přeložení. Změkčovací kapalina snižuje tuhost lepenky, díky čemuž ji lze ohnout přesně v překládacích hranách

a bez větší námahy. Navíc dochází k minimalizaci zpětných sil. Skládací stroje tak mohou pracovat s vysokou výrobní rychlostí a s nižšími nároky na jejich nastavení. „Nedochází k praskání lepenky v místě ohybu, vzniku mezer mezi chlopněmi a jejich překrývání,“ upřesňuje Jan Kaše z marketingu společnosti KALETECH.

Sázka na KALETECH se vyplatila.

PerfectFold se skládá z dávkovací jednotky, dvou aplikačních tryskových hlav Sempre 30, jejich řízení jednotkou AS 50 a dotykového ovládacího panelu umístěného poblíž řídicího pracoviště linky. Čerpadlo a přídatná nádrž v dávkovací jednotce umožňují nepřetržitý provoz i při výměně nádob s kapalinou. Převodník I/P zajišťuje, že je na produkt aplikováno vždy správné množství kapaliny, a to i přes měnící se rychlost linky. „Celý proces byl velmi rychlý. Poptávku na systém jsme dostali v květnu 2023 a začátkem srpna již byl plně funkční,“ říká Tomáš Langer, projektový manažer Kaletechu, a dodává: „Díky jednoduchosti systému, dobrým vztahům s výrobcem a výborné spolupráci Solpapu jako zákazníka stačil pro instalaci systému jeden den během letní odstávky a jeden den zaškolení po ní. Fungoval bez potíží.“

A jak hodnotí výrobce obalů řešení po téměř ročním provozu? „Co se implementace týče, naplnila naše očekávání. Velmi nás potěšila rychlost a jednoduchost nasazení. Do provozu jsme prakticky vůbec nemuseli zasahovat,“ pochvaluje si Milan Jiruška.

Solpap patří mezi přední české výrobce přepravních a prodejních obalů vyrobených z vlnitých lepenek.

A co přínosy pro výrobu? „Od instalace PerfectFold neřešíme křivost ohybu a nemáme na to žádnou reklamaci. Dříve se krabice ohýbaly mimo ryl podle vlny uvnitř lepenky. Čím vyšší krabice, tím větší byla výsledná křivost. Zatím došlo ke snížení těchto reklamací o 100 % a věříme, že to tak vydrží. Kromě nulových reklamací jsou krabice celkově rovnější a zákazníci spokojenější. Neřešíme ani upozornění, že jsou krabice křivě slepené. Technologie plně naplnila naše očekávání a jsme s ní spokojeni,“ shrnuje nasazení nové technologie Jiří Horák. ■



PerfectFold bezkontaktně aplikuje změkčovací kapalinu na dvě linie obalu určené k přeložení.



Obchodní ředitel Solpapu Jiří Horák



(Nejen) PerfectFold v akci



Poděbradka sází na automatizaci

V letošním roce se producent přírodní a ochucené minerální vody rozhodl ve svém výrobním závodě na okraji Poděbrad **zmodernizovat linku** určenou k plnění kovových sudů. Dodavatelem nových zařízení byla zvolena společnost **EKOBAL**.

Veronika Kozelková, Adriana Weberová

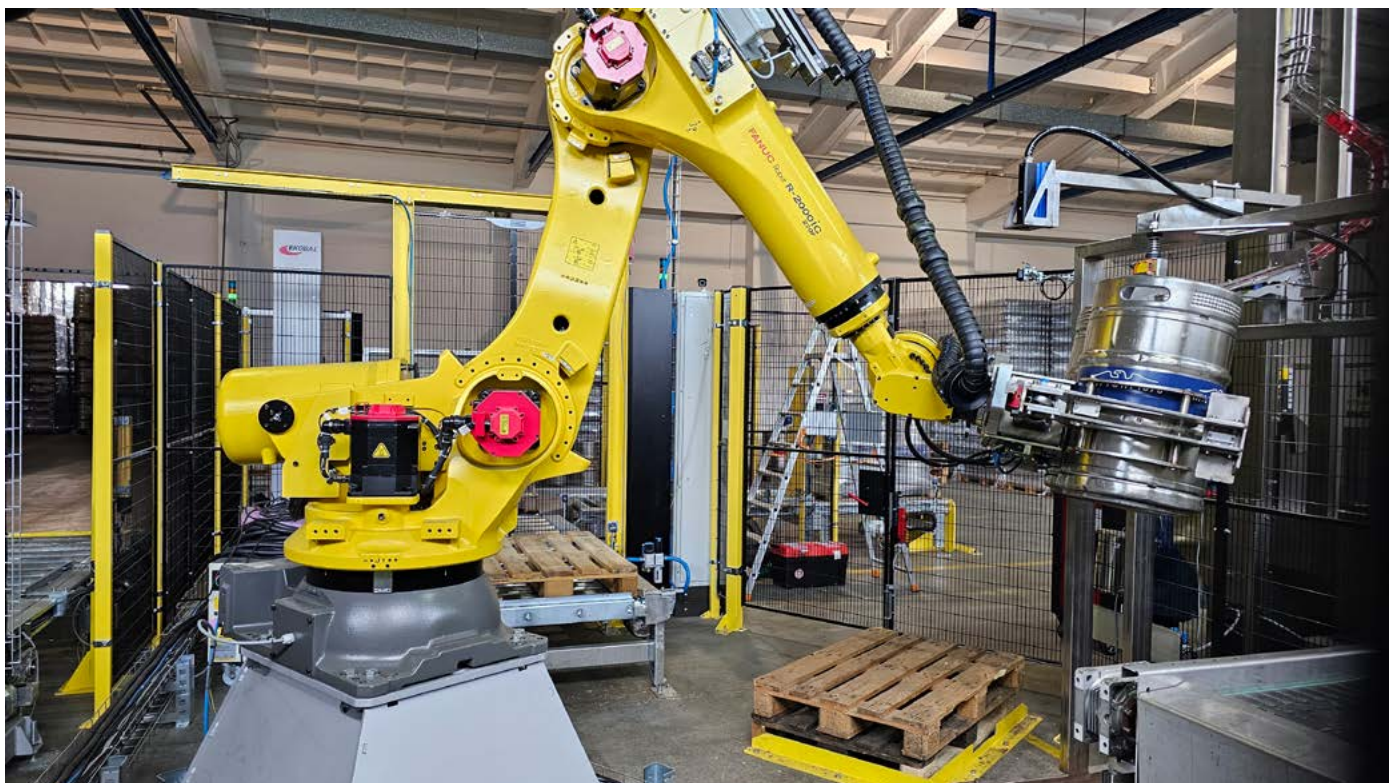
Do původní linky od společnosti KHS byly kegy určené pro minerální vody Poděbradka vkládány ručně a současně i po naplnění manuálně odebrány. Cílem projektu bylo zmíněný proces zautomatizovat. Pro realizaci byla s ohledem na dlouholetou spolupráci i cenu zvolena společnost EKOBAL.

Stávající linka nově začíná automatickou depaletizací. „Na vstupním dopravníku je nejdříve detekována správná výška palety pro případ, kdyby například někdo chybně vložil 30l sudy a mají se plnit 50l,“ vysvětluje Zdeněk Křivský, project manager společnosti EKOBAL. Paleta s 12 prázdnými kegy o objemu 30 l nebo šesti o objemu 50 l je přemístěna po válečkovém dopravníku k robotu Fanuc R-2000iC 270F, který z ní odebere dva kegy. Po kontrole přítomnosti starého víčka pomocí čtecí kamery a jeho případném odstranění dochází k utažení každého fitinku na přesný/správný moment a umístění zkontrolovaných sudů na dopravník směřující do plnicí linky. Robot si po depaletování přemístí paletu ze vstupního dopravníku na další, kde je připravena k paletování.

V případě, že na paletizačním dopravníku již je, pokládá ji na „odkládací místo“. Maximální počet palet si linka sama hlídá senzorem.

Společnost EKOBAL je rovněž dodavatelem nových nerezových dopravníků pro transport kegu do/z plnicí linky. Dopravníky obsahují kontrolní váhu, kde se kontroluje jejich hmotnost před vstupem do linky KHS. Neodpovídající kegy jsou následně vyřazeny na dopravníky pro ruční odběr.

Kegy po naplnění putují po dopravníku zpět ke stejnému robotu. Ten je přemístí k aplikátoru víček s vlastním zásobníkem, která jsou poté označena datem. Přítomnost víčka je kontrolována senzorem. Následuje uložení kegu na europalety s rozměry 800 × 1 200 mm. Na jednu se vejde, stejně jako v případě prázdných kegu, 6 × 50 l nebo 12 × 30 l. Finální paleta s naplněnými sudy pokračuje k ovinovacímu zařízení WMS VT 900 AUTOMATIC (L), na němž probíhá její automatické zabalení do stretch fólie.



Robot Fanuc R-2000iC 270F přemístí naplněné kegy k aplikátoru víček.

Stroj se skládá z točny s válečkovou poháněnou tratí, základny stroje s pohonem točny a sloupu, po kterém pojíždí vozík s ovinovací fólií. V jeho řídicím systému je možné uložit do paměti 20 programů, ve kterých lze nastavit jednotlivé parametry balení. Stroj je schopen po njetí palety se zbožím automaticky spustit cyklus balení, paletu zabalit a vyslat signál o ukončení balení do řídicí jednotky dopravníkové trati. „Ovinovací technologie je zařazena do II. třídy bezpečnosti, a proto musí být oplocena. Vstup a výstup palet chráněného prostoru stroje musí být vybaven optickými závorami s muttingem v dané třídě bezpečnosti,“ upozorňuje Zdeněk Křivský.

Společnost Poděbradka je od konce roku 2020 součástí skupiny Mattoni 1873.

Principem průtažného zařízení je primární protahování fólie mezi dvěma hlavními válci, které jsou spolu v záběru přes ozubený převod. Standardní převodový poměr je 180 % a lze ho nastavit výměnou ozubených kol na válcích. Sekundární protažení fólie je vyvozeno tahem palety proti hlavnímu válci, jehož brzdná síla je určena rozdílem rychlostí motoru a otáčením palety. Z ovládacího panelu se dá ovládat sekundární protažení v rozsahu 70–400 %, přičemž hodnota 100 % znamená, že fólie opouští průtažné zařízení bez prodloužení nebo zkrácení. Jednomotorové průtažné zařízení je určeno do

provozů se střední nebo vyšší kapacitou balení, s požadavky na dobrou kvalitu balení a úsporu fólie při velmi zřídka změně hodnoty primárního protažení.

Plynulá regulace otáček točny slouží ke snížení rizika spadnutí lehkého nebo nestabilního zboží při akceleraci točny na počátku balení. Vybavení je nutné pro zajištění přesného zastavení točny pro njetí a vyjetí palety. K přesnému měření výšky palety slouží optické čidlo pro snímání její výšky.

V zařízení nechybí automatické ukončování a svařování fólie. „Po ukončení balicího cyklu je tak fólie automaticky přeříznuta přebalovacím drátem, poslední dvě otáčky jsou proti opěrné desce zavařeny. Je tak zajištěno spolehlivé ukončení fólie na paletě bez rizika poškození baleného zboží,“ doplňuje Zdeněk Křivský.

Po zabalení palety do stretch fólie jsou na její dvě strany aplikovány paletové etikety a následně je pomocí manipulačního vozíku odvezena do skladu.

Kapacita nové linky je 100 sudů za hodinu. Mezi její hlavní benefity patří požadovaná eliminace náročné lidské práce spočívající v manipulaci s těžkými sudy.

Nové řešení zblízka





BOXOLLO redukuje v Alza.cz množství obalu až o 30 %

Společnost **Packung** do svých projektů dodává přidanou hodnotu díky znalosti trhu obalů od malých kusových zakázek po automatické balicí linky. Od konkurence ji podle ní odlišuje komplexní uvažování, práce s daty a jejich interpretace. To ji vedlo až k tvorbě **softwaru pro výpočet nejmenší možné velikosti krabice** pro přepravu produktů. Tzv. BOXOLLO využívá například **Alza.cz**.

Adriana Weberová

Hlavním cílem implementace nástroje BOXOLLO v Alze.cz bylo zjednodušení procesu a zajištění informace o obsahu jednotlivých balíčků ve chvíli vzniku objednávky. V důsledku toho bylo možné zjednodušit některé procesy, zefektivnit počet balíčků a snížit náklady na zpracování objednávky. Díky používání nástroje BOXOLLO neboli algoritmu pro výpočet nejmenší možné velikosti krabice pro přepravu produktů Alza.cz ušetří na konkrétních typech distribučních kanálů až 30 % nákladů na balení.

Projekt byl vyvinut in-house v pěti lidech

Vývoj aplikace trval přibližně rok a půl ve společnosti Packung. Asi nejzajímavější výzvou k řešení byl tzv.

parametr čtveratosti. Jde o nástroj ke správnému vypočítání minimální velikosti krabice. „Krabice ale řadí za sebe do řady, což je často pro klienta nepochopitelné, a navíc dlouhý rozměr obalu většinou nemá ve výběru. Nejtěžší bylo naučit nástroj preferovat krabici jako krychli, i když správně by udělal kvádr. Toto řešení je i pochopitelnější pro zákazníka,“ vysvětluje na úvod Adam Kratochvíl, CEO společnosti Packung.

Aktivně se na jeho vývoji podílelo kolem pěti odborníků. Původní myšlenka vznikla u Adama Kratochvíla: „Měli jsme poměrně velké množství dat od klientů, například HP Tronic v souvislosti s implementací stroje OPERA a dále e-shopů jako NOTINO. A přišlo nám škoda s daty

dále nepracovat. Zjistili jsme, že typ řešení je na trhu unikátní, a proto jsme se pustili do vlastního vývoje.“

Výpočet nástroje sám o sobě nemá omezení. Přizpůsobuje se navrhovaným technologiím a konkrétním reálným možnostem zákazníků (data a hraniční hodnoty). „Díky výstupům z výpočtu pak dokážeme navrhnout konkrétní postupy a datově podložené návrhy automatizace obalového hospodářství pro konkrétní organizaci. BOXOLLO tedy může optimalizovat celý itinerář obalů nebo pomáhat s jejich výběrem pro konkrétní objednávky,“ vyjmenovává možnosti Adam Kratochvíl.

V praxi nástroj dokáže porovnat nový návrh balení s aktuálním stavem. Nabízí možnosti konkrétní úspory ve spotřebě obalového materiálu až na úroveň konkrétní objednávky.

Zapomenout nesmíme na zařazení produktů do správných typů krabic na základě jejich vlastností (ideální řešení pro křehké zboží). Systém dokáže navíc oddělit produkty, které nemají být pohromadě (například aviváže s dětskou výživou). Poradí si s rozdělením objednávek na automatické nebo ruční balení. Dokáže zvolit efektivní typ dopravy pro konkrétní objednávky na základě produktových dat. „Benefitem je také snížení nákladů na přepravu vzduchem. Kapacitu závozu tak lze zvýšit až o 30 %,“ tvrdí Adam Kratochvíl.

BOXOLLO se neomezuje pouze na obalové materiály – co je nutné vědět, jsou rozměry produktu. Pak dokáže být dobrým pomocníkem pro všestranné využití v mnoha odvětvích logistiky. Dopočítat dokáže například obsazenost skladové jednotky. Dále umí vypočítat přesnou velikost obalu pro operátora, čímž eliminuje množství použitých výplňových materiálů nebo minimalizuje množství přepravovaného vzduchu. Poradí si také například s vhodnou velikostí interní přepravní jednotky (například KLT) nebo s množstvím objednávek, které může být umístěno do doručovacích boxů. Poslední jmenovanou funkci využívá například PPL nebo DPD. „V BOXOLLO fungujeme na partnerské bázi s klienty. Díky tomu lze nástroj upravovat a přizpůsobovat. Upgrady automaticky propagujeme napříč platformou,“ dodává Jan Klaška, product owner BOXOLLO.COM.

Nástroj pomáhá i ve výběru balicí technologie. Na základě výsledků z výpočtů lze produkty přiřadit vhodným obalovým technologiím. Multi-items může perfektně

zpracovat např. automatická balicí linka OPERA od společnosti PANOTEC. Pro balení do sáčků u produktů různých rozměrů se zase hodí technologie SITMA, např. stroj FASTPACK. Křehké nebo nadrozměrné může být přiřazeno do ručního balení.

Ušetřit lze nejen na obalech a výplních

Dodavatel řešení slibuje 30% úsporu nákladů na balení. Primárně jde o minimalizaci obalového materiálu, dále pak o výplně, a především o odstranění neefektivní práce. Ať už se bavíme o času stráveném výběrem nevhodné (malé) velikosti krabice nebo jiném tématu. „Při implementaci BOXOLLO u různých klientů jsme si všimli zajímavého paradoxu. Operátor má za cíl plnit stanovenou normu práce. Proto vybere ze zvyku záměrně větší krabici, do které umístuje produkt. Tím ze svého pohledu dělá

vše dobře, ale výstupem jsou produkty se spoustou zbytečného obalového materiálu, který zvedá náklady a zvětšuje se objem zásilek,“ upřesňuje Jan Klaška.

Alza oceňuje multifunkčnost

Jedním z uživatelů aplikace je již zmíněná Alza.cz. Jak již bylo uvedeno, záměrem bylo zjednodušení procesu a zajištění informace o obsahu jednotlivých balíčků ve chvíli vzniku objednávky. V důsledku toho bylo možné zjednodušit některé procesy, zefektivnit počet balíčků a snížit náklady na zpracování objednávky.

Ke splnění cílů stačí z informačního systému odeslat dotaz s rozměry a hmotností jednotlivých položek objednávky. BOXOLLO navrhne obal s optimálními rozměry pro danou objednávku. Vizualizace optimálního umístění produktů v krabici navíc usnadní operátorovi balení.

Lukáš Krejčí, IT business analyst Alza.cz, připomíná, že nástroj nabízí mnohostranné použití: „Neexistuje jen jedno konkrétní použití, v implementační analýze se ukazuje několik užitečných směrů, o kterých uvažujeme a kterými můžeme jít. To zahrnuje například již zmíněný výběr správné velikosti krabice (balicí technologie), vhodného vychystávacího boxu pro pickery, ale i konsolidaci produktů mezi sklady.“

Hlavních benefitů je ale pro internetový obchod více. Balicí proces je odpovědný vůči životnímu prostředí. Užitečná je také okamžitá informace o ceně balení. Díky výstupům z výpočtu lze porovnat nový návrh balení

BOXOLLO navrhne obal s optimálními rozměry pro danou objednávku.

s aktuálním stavem, zároveň ukáže možnosti konkrétní úspory ve spotřebě obalového materiálu. Nástroj dokáže zařadit produkty do správných typů krabic na základě vlastností (ideální pro křehké zboží), je také možné odělit produkty, které by neměly být baleny dohromady. Pokud je používán automatický balicí stroj, propojení s nástrojem umožní jeho efektivní využití díky rozdělení objednávek, které se balí automaticky nebo ručně. Efektivněji vybere typ dopravy objednávky na základě produktových dat a zároveň sníží náklady na přepravu vzduchem – kapacitu závozu lze zvýšit až o 30 % (pozn. podle interních dat BOXOLLO).



Nástroj dokáže dopočítat například obsazenost skladové jednotky.

Pomoc Boxolla využívají e-shopy, výrobní společnosti s variabilními produkty nebo složitým balením.

„Alza.cz má v rámci nástroje BOXOLLO dedikovaný vlastní server pro zajištění rychlosti, bezpečnosti a stability. V rámci implementace jsme prováděli zátěžové

testy včetně testů na reálných datech pro zajištění co nejlepších výsledků. K tomu máme poskytnutou také testovací instanci serveru, na které se nemusíme bát experimentovat,“ uvádí Tomáš Zacha, IT Division Director pro logistiku společnosti Packung. „Máme radost, že se BOXOLLO jednoduše zařadilo do ekosystému nástrojů, které Alza.cz používá, aby byla dlouhodobě jedničkou na trhu,“ shrnuje spolupráci autor nástroje.

Alza také měla možnost 45 dní testovat nástroj zdarma, což znamená, že veškeré externí náklady instalace šly směrem k Boxollu.



Vývoj aplikace trval přibližně rok a půl.

Pro malé i velké firmy

Pomoc Boxolla využívají e-shopy, výrobní společnosti s variabilními produkty nebo složitým balením. Nástroj si pořídila také například společnost HP Tronic (Datart). Z dalších realizací je zajímavé např. jeho zapojení do realizace linky za využití case erectorů a sealerů.

3D vizualizace



Z podstaty povahy nástroje by se mohlo zdát, že je určen spíše pro velké klienty. Vhodný je však také pro malé e-shopy, které chtějí optimalizovat spotřebu obalů. Nástroj funguje na základě platby za dotaz na API, takže uživatele stojí právě tolik, nakolik ho využívá. Aktuálně probíhá navazování spolupráce s několika dalšími subjekty. ■

Trendy v designu: Firmy sázejí na ekologické značení

V záplavě produktů hledají značky čím dál častěji nové cesty, jak se odlišit. Novým trendem v designovém značení jsou i ekologické materiály, které doplňují nebo zcela nahrazují kovy či plasty. Přečtěte si, jaké možnosti nabízí korkové značení a kde nejlépe vyniknou jeho unikátní vlastnosti.

V hlavní roli udržitelnost a ekologie

Trendům v designu dominují originalita, kreativita a také ohleduplnost k životnímu prostředí. Ekologie a udržitelnost se promítá do všech oblastí života i podnikání a nevyhýbá se ani značení.

Výroba štítků jde s dobou a reaguje na nové výzvy. Proto se kromě tradičních materiálů, jako jsou plast a kov, setkáte stále častěji i se **štítky ze dřeva nebo korku**. Dají se z nich vyrobit jak **volné nápisy**, tak i **emblémy**, které jednoduše **doplníte libovolným potiskem**. Zároveň jde korek efektivně zkombinovat i s chromovaným kovem (FINOCHROM®) a tím vytvoříte netradiční značení, které rozhodně zaujme pozornost a **zlepší celkový estetický dojem z výrobku**.



Volně stojící nápis z korku

Jaké výhody a vlastnosti nabízí korkové značení

Korek patří mezi ekologické materiály, které jsou biologicky zcela rozložitelné a recyklovatelné. Navíc jeho těžba nezatěžuje ekosystém. Získává se z kůry korkového dubu a při těžbě se samotný strom nijak nepoškodí a kůra se sama obnovuje. Díky svému přírodnímu původu nabízí korek jedinečnou strukturu. Hodí se všude tam, kde chcete do výrobku dostat například rustikální nebo elegantní vzhled. Je mnohem jemnější než kov, který může u některých výrobků působit příliš agresivně. Díky své pružnosti se lehce přizpůsobí firemnímu logu a vyrobíte z něj štítky nejrůznějších tvarů. Korek nabízí celou škálu užitečných vlastností. Například velmi dobře snáší vysoké teploty a je odolný vůči vlhkosti a plísním. Korek se využívá i pro své výborné izolační schopnosti. Zároveň je to materiál s dobrou prodyšností. Oproti kovu nebo plasty je ale samozřejmě náchylnější k mechanickému poškození.



Korkový emblém potištěný barvou

Korek podtrhne tradiční hodnoty i spojení s přírodou

Štítky z udržitelných materiálů, jako je korek, najdou své uplatnění na celé škále různých produktů. Díky jeho pružnosti se s ním dají vytvořit například i etikety na zaoblené povrchy. Tady se nabízejí možnosti prémiového balení třeba vína nebo exkluzivních pálenek. Pokud chcete zdůraznit například **přírodní složení kosmetiky**, sáhnout po korkovém značení se přímo nabízí. Vypichnete šetrnost k životnímu prostředí nejen samotným výrobkem, ale i jeho logem.



Emblém kombinující gravírování a potisk



Foto: Petr Lebeda

Romana Nýdrle, ředitelka pro obchod, SOCR ČR

Udržitelnost: Kam jsme pokročili?

Co si o udržitelnosti a společenské odpovědnosti myslí zákazníci, kam jsme pokročili a jak se daří naplňovat závazky firem, ukázal **9. ročník semináře Udržitelnost pro výrobu a obchod**, který v červnu pod odbornou garancí SOCR ČR v prostorách Magenta Experience Center uspořádala za podpory partnerů společnost Press21 a časopis Retail News. Mediálním partnerem byl opět i magazín Packaging Herald.

Pavel Neumann

Z výsledků 14. ročníku multiklientské studie Ipsos ESG & Reputation Research vyplývá, že zákazníci mají v otázce společenské odpovědnosti vůči firmám vysoké očekávání. Více než čtyři pětiny si myslí, že firmy by měly investovat do udržitelných technologií a snižovat svůj dopad na životní prostředí. Co pro to firmy mohou udělat a jak se jim to daří?

Komunikovat je třeba srozumitelně

Jedním z nejdůležitějších poznatků zmíněné studie je také názor 87 % respondentů, podle kterého by firmy měly pomáhat zákazníkům chovat se odpovědně. Celkem 55 % dotázaných si myslí, že firmy toho pro odpovědnost nedělají dost. Nicméně jak upozornila Tereza Horáková, Associate Director, Ipsos CZ, může to být způsobeno tím, že firmy o svých aktivitách veřejnost neinformují dostatečně. Další věcí je bohužel fakt, že se z řeči ESG manažerů vyvinul zvláštní jazyk, kterému běžný člověk nerozumí. Důležité je proto spotřebitele informovat srozumitelně. Jak ukazuje praxe, pozitivně

jsou vnímány spíše maličkosti, které jsou jim blízké a které znají z běžného života. Na rozdíl od sice ušlechtilých, ale příliš dlouhodobých cílů zabalených do odborných termínů, kterým nikdo nerozumí.

Nízká uhlíková stopa
jako konkurenční výhoda



Vzniká digitální dvojče

K lepší udržitelnosti a přechodu na cirkulární ekonomiku vede idea tzv. digitálního pasu výrobku, a to společně s digitalizací a se sdílením produktových dat. Digitální pas (Digital product passport – DPP) by byl vlastně něco jako „digitálním dvojčetem výrobku“, který by o něm obsahoval všechny informace. Ty budou dostupné pro obchodní partnery, dozorové orgány i spotřebitele. Jak upozornila Pavla Cihlářová, ředitelka GS1 Czech Republic, legislativní požadavky do budoucna porostou, takže



Foto: Petr Lebeda

Na komplexní přístup k ochraně klimatu v logistice se zaměřil Jan Pihar, generální ředitel DACHSER Czech Republic.

data (informace) vztahující se k produktu musí být pravdivá a dohledatelná, což znamená, že i v této souvislosti sehraje významnou roli standardizace. Evropská komise proto zřídí rejstřík DPP (webový portál) a definuje standardy. „Standardy jsou důležité, protože dokáží zjednodušit spleť požadavků na reportingu tak, aby jim rozuměl celý trh. Jednoznačná identifikace výrobku dává možnost s ním pracovat v digitálním prostředí. Dnes jde především o produktová data, do budoucna to ale budou také data vztahující se k ekologickému reportingu. To vše pomůže vytvořit ‚digitální dvojče‘ produktu,“ vysvětluje Pavla Cihlářová. Tyto pasy je možné podpořit už dnes a informace zpřístupnit na produktech pomocí 2D kódů nebo GS1 Digitálních linků.

Může lepenka změnit vnímání?

V roce 2035, kdy do důchodu odejde generace X (50+), bude mnoho společností řešit otázku, kde vzít nové zaměstnance. Výrobce obalů z vlnité lepenky, společnost THIMM, si ji položil už před časem a na jaře v roce 2022 odstartoval program, který mu pomáhá přitáhnout mladé talenty z generace Z. A to tak, aby mladí lidé firmu nevnímali pouze jako nudnou technologickou značku, ale „sexy“ zaměstnavatele. Jak podotkl Martin Hejl, jednatel společnosti THIMM, na

nejrůznější akce nechodí pouze dospělí, ale také jejich děti. A ty je možné zaujmout a ukázat jim budoucího zaměstnavatele v pozitivním světle a s jeho přednostmi. Díky zmíněnému přístupu už dnes neprobíhá nábor nových zaměstnanců ve společnosti přes agenturu nebo LinkedIn, ale přes doporučení a ambasadory. V roce 2022 do firmy nastoupilo 38 % zaměstnanců na základě doporučení, v roce 2023 už to bylo 68 %. Jak Martin Hejl připomněl, budovat vztah s mladou generací může každý, a to i prostřednictvím obalů, třeba těch z vlnité lepenky. Kdysi jsme znali své finální zákazníky. Mluvili jsme s nimi, znali jejich potřeby. Neviděli jsme pouze retailera, distributora... Takovou komunikaci dnes může nabídnout obal produktu, na který je možné např. prostřednictvím QR kódu uložit informaci nebo poslání. V případě účastníků semináře se společnost THIMM zavázala, že za každého účastníka, který vyplnil elektronický formulář prostřednictvím QR kódu umístěného na obalu malého dárku, zasadí strom.

Voda, zdroj nejcennější
Udržitelně díky stravování





Foto: Petr Lebeda

„Budovat vztah s mladou generací může každý, a to i prostřednictvím obalů z vlnité lepenky,“ zmínil například Martin Hejl, jednatel společnosti THIMM.

Šetří i logistika

O komplexní přístup k ochraně klimatu v logistice se stará firma DACHSER naplňováním čtyř firemních pilířů odpovědnosti. Jde o efektivitu procesů, která zahrnuje digitální nástroje pro optimalizaci procesů a postupné nasazení meganávěsů, dále energetickou efektivitu, kam spadá úsporné LED osvětlení, převod flotily manipulační techniky na lithium-iontovou technologii a zvýšené využití obnovitelné a zelené elektřiny. Třetí pilíř zahrnuje výzkum a vývoj, zejména podporu rozvoje a využívání alternativních pohonných jednotek a paliv, a čtvrtý pilíř se týká firemní odpovědnosti, která překračuje obchodní zájmy.

Přírodní zdroje nejsou nevyčerpatelné. Chovat se ekologicky, udržitelně a směřovat k cirkulární ekonomice je proto nevyhnutelné.

Podle slov Jana Pihara, generálního ředitele DACHSER Czech Republic, je dnes firma na takové úrovni, že zákazníci mohou obdržet individuální výpočty skleníkových plynů (GHG) na úrovni každé jednotlivé zásilky. Nižší emise skleníkových plynů je možná díky optimalizaci jízd, maximální kapacitě nakládky a udržitelným palivům. Snižovat uhlíkovou stopu je možné také díky elektrifikaci flotily, rekuperaci a regulaci osvětlení. V Dachseru vzniká rovněž fotovoltaická elektrárna, která bude nabíjet kamiony a osvětlovat garáže.

Mimochodem, v Česku patří se svými nákladními elektromobily mezi průkopníky.

Reporty berte jako příležitost

CSRD reporting se rychle blíží, přesto se mnoho firem stále topí v záplavě nejasností. Implementovat komplexní a poměrně teoretickou legislativu není snadné. Zejména když konkrétní návody na řešení zatím chybějí. „Většinu dat potřebných na finanční reporting už firmy mají, nicméně budou potřebovat ještě kvalitní software, který jim umožní nejen reportovat, ale především zahájit proces transformace. Proto je třeba nebrat tento software jako náklad, ale jako investici,“ upozornila Alžběta Gabalová, ředitelka pro ČR společnosti Salacia Solutions.

Podle Karla Kotouna, výkonného ředitele firmy Green-Ometer.studio, jsme v Česku k reportingu stále skeptičtí. Jenže právě díky němu, a samozřejmě sběru kvalitních dat, která může doplnit také umělá intelligence, je možné optimalizovat procesy ve firmě a v konečném důsledku ušetřit nemalé prostředky. Po sběru dat tak například jednomu z klientů firma doporučila izolaci rozvodů tepla a teplé vody, využití průmyslové vody namísto pitné, nasazení inteligentních měřáků nebo třeba takovou věc, jako je sjednocení směn s časy městské hromadné dopravy, aby zaměstnanci nemuseli do práce jezdit vlastními auty.

Udržitelné centrum i nájemníci
Budoucnost? Reuse!





Plasty jako dobrý sluha, ale špatný pán

Iniciativa **Replastuj** a společnost **ALPLA** uspořádaly **putovní výstavu** zaměřenou na vše kolem plastu. První byla otevřena ve Slezském zemském muzeu v Opavě. Koná se od 12. června do 31. srpna. Jejím cílem je zábavnou formou informovat o plastech, jejich recyklaci či možnostech využití.

Adriana Weberová

Autory edukativní výstavy jsou vzdělávací iniciativa Replastuj a společnost ALPLA. Partnerem expozice a autorem instalace vyrobené z recyklovaného a recyklovatelného plastu jsou Plastic Guys.

**Úkolem výstavy je učit děti,
ale i dospělé,
jak plasty co nejlépe používat.**

Akce s názvem Plasty jako dobrý sluha, ale špatný pán navazuje mimo jiné na metodickou příručku pro pedagogy EKOABECEDA aneb Malý průvodce světem plastových obalů, která již nyní na téměř 300 základních školách pomáhá při vzdělávání o udržitelnosti a ochraně našeho životního prostředí. „Jde o další projekt iniciativy Replastuj, jejímž prostřednictvím vzděláváme společnost o udržitelnosti plastových obalů a správném nakládání s nimi,“ doplňuje Jan Daňša, country manager společnosti ALPLA CZ.

Úkolem výstavy je učit děti, ale i dospělé, jak plasty co nejlépe používat, jak s nimi nakládat a co může každý jedinec dělat, abychom vlastnosti plastů využívali co nejefektivněji. Návštěvníci se seznámí s mnoha i ne příliš známými, a přesto zásadními fakty o plastech. Součástí

výstavy bude i edukační program připravený pro žáky ZŠ a studenty SŠ.

**Návštěvníci se seznámí s mnoha
i ne příliš známými, a přesto
zásadními fakty o plastech.**

Dozvědí se například, že plast je podle organizátorů jeden z nejdůležitějších obalových materiálů, pokud se s ním nakládá správně. Například v podobě známého rPET, který se běžně využívá například k výrobě nápojových obalů.

Akce se koná do 31. srpna v Historické výstavní budově Slezského zemského muzea v Opavě. Otevřená je od úterý do neděle vždy od 9 do 12 a od 13 do 17 hodin. Vstup je zdarma. Po Slezském muzeu v Opavě poputuje výstava zřejmě do Národního zemědělského muzea Ostrava.

Cesta petky...



**BALENÍ
NA ŽIVO!**

KALETECH PACKAGING LIVE

8. - 11. 10. 2024

/ PAVILON A2 / MSV BRNO



Kaletech Packaging Live aneb Rozbalíme to opět na MSV!

Pravidelným návštěvníkům mezinárodního strojírenského veletrhu v Brně nebo veletrhu EMBAX není potřeba projekt Packaging Live příliš představovat, jelikož se s ním setkávají už od roku 2010. Letos však balicí linka bude mít inovované složení, k tradičním partnerům se přidaly zcela nové firmy a na scéně v pavilonu A2 se objeví i značky, které byly součástí linky před několika lety. Jak tedy bude skladba vypadat? Pod taktovkou hlavního koordinátora a systémového integrátora Arobotics proběhnou v balicí lince ukázky průmyslového balení, značení, manipulace, robotizace, fixace a dalších technologických postupů. Přestaví se v nich společnosti Kaletech, ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM, FANUC, Zdvih Servis, OKI, Pap4ever, Mátl Bula, Nedpak, Servisbal Obaly a Albertina. Mezi nováčky budou firmy Idea Storage a také Bralo, které dodá balený produkt – spojovací materiál, krabice dodá jako každý rok společnost THIMM. Linka a její jednotlivé technologie poběží 4krát denně s odborným komentářem, nebudou chybět oblíbené soutěže pro návštěvníky i představení novinek na tiskové konferenci. Ale především – na místě budou odborníci i obchodníci výše uvedených značek, se kterými můžete v projektové kavárně probrat možnosti spolupráce. Každý z nich je specialista na určitý úsek, ale společně dokázali, že vám mohou nabídnout řešení i jako tým. Mediálními partnery linky jsou Packaging Herald, TechMagazín a Automa.



Kaletech s.r.o.

Společnost Kaletech poskytuje komplexní služby v oblasti technologie průmyslového lepení. Navrhuje systémy pro nanášení tavných i studených lepidel pomocí švýcarské technologie přesně dle požadavků zákazníka. Součástí služeb je optimalizace procesu, instalace zařízení i následný servis. Na letošním ročníku MSV představí v roli generálního partnera Packaging Live technologii pro uzavírání obalů, a stabilizaci výrobků na paletě pomocí tavného lepidla a protiskluzového papíru.

www.kaletech.cz

FANUC FANUC Czech s.r.o.

Společnost FANUC je světovou jedničkou v průmyslové automatizaci. Nabízí technologicky vyspělé produkty a specializované služby. Tato japonská firma vznikla v 50. letech minulého století jako jeden z prvních výrobců číselných řídicích systémů (NC). Díky širokému portfoliu pohonné technologie jsou její produkty využívány v obráběcích strojích po celém světě. Dále nabízí nejširší paletu průmyslových a kolaborativních robotů na světě, včetně strojů jako ROBODRILL (komplexní obráběcí centrum), ROBOCUT (elektroerozivní drátová řezačka) a ROBOSHOT (elektrický CNC stroj na vstřikování plastů).

www.fanuc.eu

ONDRÁŠEK

ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM, s.r.o.

Společnost ONDRÁŠEK INK-JET SYTEM, oficiální partner společnosti Markem-Imaje, se za 30 let své existence stala jedním z nejvýznamnějších dodavatelů řešení pro označování výrobků napříč průmyslovými odvětvími. V rámci linky Packaging Live budou mít návštěvníci možnost vidět živou ukázkou vybraných technologií, které firma ONDRÁŠEK nabízí, a seznámit se s nejnovějšími trendy a řešeními v oblasti průmyslového označování.

www.ondrasek.cz

AROBOTICS

AROBOTICS s.r.o.

Integrátorem robotů a koordinátorem celé balicí linky je mladá a dynamická rodinná firma AROBOTICS s.r.o., která nabízí kompletní dodávku projektů na klíč, integraci robotů, zakázkové programování. Dále automatizaci výrobních procesů a řešení kontroly kvality.

www.arobotics.cz



ZDVH servis s.r.o.

Výškově nastavitelné plošiny představí také již tradiční partner linky ZDVH servis, která je profesionálním dodavatelem

manipulační techniky a jsou samozřejmě odborníci v oboru zdvihacích zařízení.

www.zdvihservis.cz



NEDPAK PACKAGING s.r.o.

Společnost NEDPAK PACKAGING s.r.o. se zabývá komplexními technologiemi automatizací v balicích procesech, inovativními e-commerce technologiemi, prodejem různorodých balicích strojů a samozřejmě také prodejem spotřebního materiálu. Součástí jejich nabídky jsou taktéž instalace těchto zařízení, jejich pravidelný servis a následné údržby. Cestu budoucího vývoje v oblasti balení spatřují ve stále se rozvíjející automatizaci, která prokazatelně ovlivňuje životy na všech úrovních. Snaží se najít optimální a komplexní řešení pro konkrétní projekty, od A až do Z.

www.nedpak.cz



BRALO CZ s.r.o.

BRALO je přední nadnárodní společností v oblasti výroby a prodeje nýtovacích systémů, která nabízí ucelená řešení pro průmyslové obory vč. automobilového průmyslu, stavebnictví a obnovitelných zdrojů energie. Svým zákazníkům nabízí kompletní servis od vývoje a vzorkování až po fázi testování, validace a poradenství u nejnáročnějších aplikací s možností využití vlastního R&D oddělení a certifikované laboratoře. Společnost BRALO CZ s.r.o. zajišťuje z centrálního skladu v Brně pokrytí trhu střední a východní Evropy.

www.bralo.com



Idea Storage Services s.r.o.

IdeaStorage je plně automatizovaný systém na stohování úložných euroboxů, který je obsluhován autonomními roboty. Šetříme vám práci, náklady i sílu. Rozvíjíme schopnosti technologií tam, kde je to nejvíce užitečné a smysluplně proveditelné. Posouváme průmysl do nové éry. Éry robotů. Kódujeme, stavíme, kombinujeme, skládáme a tvoříme.

www.ideastorage.eu



ALBERTINA Machinery s.r.o.

ALBERTINA je česká skupina firem, specializujících se na dodávky řešení pro automatizaci výroby. Divize Machinery zajišťuje vývoj, výrobu a prodej strojů nejen pro potravinářský, chemický, farmaceutický a kosmetický průmysl, kde se zaměřuje na dodávky vysoce kvalitních plnicích, uzavíracích a etiketovacích zařízení, robotických aplikací a kompletních linek pro průmyslovou automatizaci, ale i pro firmy z nejrůznějších průmyslových odvětví. Divize Handling se zaměřuje na dodávky ergonomických řešení pro nejrůznější aplikace. S více než třicetiletou zkušeností na trhu si skupina ALBERTINA vybudovala silnou pozici díky svému důrazu na inovace, kvalitu, spolehlivost a zákaznický servis.

www.albertina-handling.com

www.albertina-machinery.com

OKI® OKI – Digitální tisk etiket

Společnost OKI představuje řešení pro barevný tisk etiket, postavené na tiskárně OKI Pro1050, která obsahuje kromě barev CMYK i pátou bílou barvu. Tisk bílou vynikne při kreativním potisku tmavých nebo průsvitných etiket. Možnost digitálního tisku proměnných dat a sérií od jednoho po tisíce kusů na

nejrůznější typy médií přináší zákazníkům flexibilní řešení výroby etiket in-house. Tisknout lze jednotlivé etikety nebo z role na roli. Tonerová LED tiskárna nachází uplatnění například při tisku etiket na lahve vína, piva, ale i v široké oblasti výroby, logistiky nebo kdekoli, kde je třeba kvalitní a trvanlivé značení. K dispozici je i cenově dostupnější 4barevná tiskárna etiket.

www.oki.com/cz



Mátl & Bula, spol. s r.o.

Společnost Mátl & Bula, spol. s r.o., se sídlem v Rajhradě u Brna, která se od svého vzniku v roce 1993 zaměřuje především na prodej a servis manipulační techniky dnes zastupuje významné světové výrobce v této oblasti. Jedná se zejména o vysokozdvizné vozíky značky Hyundai, Capstan a čtyřcestné vozíky irského výrobce Combilift. Firma M&B rovněž zajišťuje kompletní servis a dodávky náhradních dílů. Propracovaný skladový systém náhradních dílů zahrnuje položky nejen pro své zastupované značky, ale také pro všechny ostatní světové výrobce manipulační techniky.

www.matl-bula.cz



SERVISBAL OBALY s.r.o.

Společnost SERVISBAL je po více než 30 letech existence stálíci (nejen) na tuzemském obalovém trhu a současně si zachovává svou inovační dravost a schopnost tvořit skutečně nápaditá řešení ve světě obalů. Jejich motto zní: „Vaše starost je dokonalý výrobek a naše starost dokonalý obal.“

www.servisbal.cz

THIMM THIMM Obaly, k.s.

Společnost THIMM je významným poskytovatelem řešení pro obaly a distribuci zboží. Portfolio udržitelných řešení zahrnuje přepravní a prodejní obaly z vlnité lepenky, kvalitní prodejní stojany a tiskové produkty pro další průmyslové zpracování. Inovativními, jednoduchými a udržitelnými řešeními pomáhá společnost THIMM svým zákazníkům odlišit se a vytvořit si vlastní identitu na trhu. Tato zásadní orientace na zákazníka je hnacím motorem inovací a průkopnického ducha společnosti. THIMM proto důsledně investuje do rozvoje tržního zastoupení a inovativních technologií pro příští generaci.

www.thimm.cz



CARLTON Productivity

Tato flexibilní poradenská skupina působí již více než 20 let ve Švýcarsku, ale také v mezinárodním prostředí. Svým klientům nejen navrhuje, ale také uplatňuje řešení šitá na míru s cílem snížit náklady a zvýšit produktivitu o 10 až 15 % s až trojnásobnou návratností investic. CARLTON garantuje výsledky navržených řešení v podobě finančních úspor pro klienta, z nichž velká část je hmatatelná již v době realizace projektu. Zvyšuje efektivitu procesů a snižuje provozní náklady zaváděním nejmodernějších systémů řízení a školením zaměstnanců.

www.carltonproductivity.com



www.equicom.cz



Konference TAL 2024 předložila logistické recepty

Jak se dostat do rychlého pruhu digitalizační dálnice, udržet tempo s novými trendy v logistice a zároveň zachovat klidnou hlavu? Své recepty představili řečníci na již 23. ročníku červnové konference **Trends in Automotive Logistics (TAL)**, kterou pořádala v Plzni společnost **Aimtec** v kooperaci s **DTIHK** a **IHK Regensburg**. Během prezentací se spíkáři zamýšleli například nad digitální transformací dodavatelských řetězců, zazněly ale také zkušenosti z průmyslové praxe. Nechyběly tipy na udržení digitálního wellbeingu. Mediálním partnerem byl již tradičně i magazín **Packaging Herald**.

Veronika Kozelková

Nestačí jen inovovat...

„Nestačí jen inovovat, je potřeba inovovat dostatečně rychle,“ odkázal na podtitul konference „Driving the Digital Fast Lane“ Roman Žák, zakladatel pořádající společnosti Aimtec, a zároveň tím pojmenoval největší výzvu digitalizace. Promluvil o udržitelnosti, kterou jsme podle něho měli tendenci doposud vnímat spíše v ekologickém slova smyslu. Je ale potřeba si uvědomovat i jiný rozměr tohoto tématu, a sice kontinuitu podnikání, jejíž zachování je vzhledem k dynamickému vývoji trhu stále větší výzvou. A to platí i pro Aimtec jako rodinnou firmu.

Těmito slovy představil účastníkům konference nastupujícího CEO společnosti Pavla Boháče, který nahradí v čele firmy její zakladatele.

Lidé, lidé, lidé

„Leadership je pro úspěch digitalizace klíčový,“ zmínil v úvodní přednášce Nils Finger z CBS International Business School. Význam lidí, jejich řízení, zapojení a účast na transformaci potvrzovali i další přednášející, jako například Michael Colberg z REHAU Automotive nebo Martin Vilím ze společnosti AISIN. Michal Fichtner



z Continental Automotive také promluvil o obavách a strachu, které zcela přirozeně provázejí velké změny, a vyzval účastníky k budování mindsetu podporujícího změnu v rámci jednotlivých týmů.

Data, AI, pokročilá simulace i cybersecurity

Dalším spojujícím tématem příspěvků byla data a jejich význam. Pokud jsme si před několika lety předávali zkušenosti o důležitosti jejich sběru, dnes jsme mnohem dále. Hovoříme o jejich kvalitě, analýze, integraci a dalším využívání. „Data nad zlato,“ vyzdvihl Michal Fichtner. Správná data jsou zásadní i pro práci týmu Tomáše Sauera, který přiblížil jejich využití pomocí simulačních nástrojů na konkrétních příkladech ve FORVIA HELLA.

Snad žádná akce se v roce 2024 neobejde bez tématu AI. Vizi společnosti SAP v této oblasti představil ve své prezentaci Carlos Portillo. Zaznělo například, že umělá inteligence musí být v podnikovém kontextu relevantní (integrována do hlavních podnikových procesů), spolehlivá (založená na pravdivých podnikových datech) a odpovědná (řešící etiku, ochranu soukromí a bezpečnost dat).

S rostoucí nabídkou softwaru jako služby (SaaS) a s využíváním cloudových řešení se stále častěji objevuje otázka jejich bezpečnosti. O tom, jak bezpečný prostor nabízí robustní ochrana cloudové infrastruktury, promluvil Wojtek Szczepucha z Amazon Web Services.

Nechyběl ani jiný pohled

Závěr konference byl jako obvykle věnován hostům, kteří se na téma digitalizace logistiky dívají z jiného úhlu pohledu. Specifika a výzvy logistiky baterií objasnil Lukas Brandl z BLC a zamyšlení nad používáním digitálních technologií tak, aby nám skutečně byly ku prospěchu, nabídl Michael Samuelčík z organizace Replug me.

K tématu měl co říci i cyklistický šampion Zdeněk Štybar

Účastníky rovněž zaujala zajímavá prezentace Zdeněka Štybara, bývalého profesionálního silničního cyklisty a cyklokrosaře, jenž nedávno ukončil svou kariéru a který jim nabídl úplně nový kontext tématu rychlosti. Zmínil například, že i sportovci se dnes při své přípravě potřebují opřít o data, díky kterým mohou optimalizovat svůj výkon.

Technologické vychytávky a news na scéně

Celý den byla hostům k dispozici tzv. Experience zone, kterou pro ně přichystali partneři konference. Jedním z nich byla firma Zebra Technologies. „Účastníci konference se seznámili s portfoliem výkonných zařízení Zebra pro pracovníky v první linii, jako jsou ultraodolné mobilní počítače s Wi-Fi6, 5G připojením a výkonným skenováním na dlouhé vzdálenosti,“ uvedla Natalie Pavelková, Channel Account Manager společnosti, a dodala: „Předvedli jsme také náš nositelný skener s Bluetooth, který je nejmenším průmyslovým nositelným skenerem na trhu.“

Je potřeba se dobře vyspat

Digitalizace a proměna firem i dodavatelských řetězců zrychluje a k dispozici je stále větší množství technologií a softwarových řešení. Jak se ale řečníci opět shodli, hybatelem změny stále jsou a budou lidé. Těm přijde vhod doporučení Martina Vilíma ze společnosti AISIN: „Pro úspěch digitalizace je potřeba dobře se na všechno vyspat.“

Po skončení odborné části programu následoval společenský večer, kde účastníci mohli nad dobrým jídlem a pitím sdílet dojmy a diskutovat nad dalšími tématy v neformální atmosféře. ■



Jan Vokurka, jednatel společnosti Kitl a první český vodní someliér

Den Vratislavické kyselky již potřetí

V pátek 19. července proběhl ve Vratislavicích nad Nisou již **třetí ročník Dne Vratislavické kyselky, která patří do porffolia společnosti Kitl**. Pro všechny návštěvníky již tradičně nachystal spoustu zábavy, přednášky nebo komentované prohlídky výroby. Představena byla také **exotická nápojová novinka**. Akce posloužila i jako propagace veřejné sbírky určené k opravě vzácných schodů.

Adriana Weberová

Od návratu přírodně perlivé minerální vody z Vratislavic zpět na trh už uběhly dva roky. Od té doby si Vratislavickou kyselku můžete vychutnat jak čistě přírodní, tak s tradičními příchutěmi citronu a pomeranče. Letos se nabídka rozrostla o exotickou novinku. V květnu se na pultech objevila příchutí maracuja, a právě na Dni Vratislavické kyselky proběhlo její oficiální představení. Každý návštěvník navíc dostal jednu lahev jako dárek. „Maracuju jsme vybrali z důvodu, že v Česku jsou aktuálně velmi populární tropické příchutě. Češi v poslední době hodně cestují, tudíž se domnívám, že právě v zahraničí se s těmito plodinami setkávají a chtějí je pak mít k dispozici i doma. Popularitu

maracuji jsme si odzkoušeli už vloni při vydání limitované edice Kitl Syrob Maracuja, po kterém se jen zaprášilo. I reakce na maracujovou kyselku jsou úžasné,“ vysvětluje jednatel společnosti Kitl Jan Vokurka.

I letos se do Vratislavic nad Nisou vydaly zajímavé osobnosti. Například odborník na hydrogeologii a inženýrskou geologii, atmogeochemii a balneotechniku Tomáš Vylita, který zároveň dohlíží na kvalitu Vratislavické kyselky a dozoruje činnost v ochranných pásmech. Jeho přednáška se zaměřila na minerální vody Českého masivu. Dalším hostem byl Petr Volf, projektový manažer v nápojovém průmyslu. Ve svém příspěvku se zaměřil



I letos mohli návštěvníci nahlédnout do výrobních prostor společnosti.

na výživové aspekty konzumace minerálních vod s cílem rozseknout pravdy a mýty o minerálních vodách.

Návštěvníci akce si rovněž nenechali ujít přednášku jednatele společnosti Kitl a prvního českého vodního someliéra Jana Vokurky. Ten se zaměřil na historii Vratislavické kyselky. Posledním řečníkem byl technolog společnosti Kitl Petr Hostaš, který ve své přednášce s názvem Místní nápojový průmysl mluvil nejen o minerálních vodě, ale také třeba o pivu.

Návštěvníci se zapojili do veřejné sbírky Zachraňme Svaté schody

Společnost Kitl už od r. 2007 pravidelně přispívá na obnovu Kittelovska, a i proto iniciovala vznik veřejné sbírky na obnovu Svatých schodů v kostele sv. Josefa. Pod schody jsou uloženy ostatky svatých dopravených z Říma v roce 1762. Podobný unikát najdeme pouze v pěti kostelích v České republice.

„Na Štědrý den jsem vozil pana faráře Juchu po všech jeho kostelích. Včetně kostela sv. Josefa na Krásné, který nechal postavit doktor Kittel a kde nechal v roce 1762 zbudovat Svaté schody. Ty jsou dnes bohužel ve špatném stavu. A tam v kostele, o svátku Vánočním, jsem panu faráři slíbil, že potřebný jeden milion korun na opravu schodů pomůžeme sehnat,“ uvedl Jan Vokurka.

Společnost Kitl přispěla částkou 100 000 Kč. Liberecký kraj přispěje prostřednictvím individuální dotace půl milionem korun. Do obnovy se ale zapojila také veřejnost, a to prostřednictvím transparentního účtu Římskokatolické farnosti Krásná. Před akcí bylo vybráno nebo

přislíbeno již 800 000 Kč. Následně se do veřejné sbírky zapojili také návštěvníci Dne Vratislavické kyselky.

Ve Vratislavicích proběhl i křest audioknihy Dr. Kittel

Překlad německé publikace Karla R. Fischera z roku 1924 vydala společnost Kitl poprvé v roce 2011. Kniha má tři části – pověsti a legendy, Kittelův životopis a novodobé dovětky, příspěvky současných autorů. Následovala další vydání, která se pro velký zájem rychle vyprodala. A letos vznikla její audioverze. „Jsem z generace, která se po zkušenostech z minulého století naučila velkými vznešenými pojmy raději šetřit, avšak ne je přehlížet nebo je nebrat vážně. Naopak. Naděje, víra, láska a Bůh stále platí stejně jako pokora, poctivost a nekončící zápas s nejrůznějšími čerty, co tak šikovně umějí měnit své podoby, aby jim lidé zas a zas sedali na jejich vějíčky,“ uvedl Miloš Čepelka, který propůjčil svůj hlas audiostopě, a pokračoval: „Proto je třeba za každé varování a za každý dobrý příklad poděkovat. Věřím, že česká zvuková podoba páně Fischerovy knížky o Kittelově vítězném zápase s králem pekel stojí v tom klání na správné straně, a proto jsem jí nikoli jen půjčil, ale rád a s chutí odevzdal svůj hlas.“ Společně s Českým rozhlasem je plánováno čtení na pokračování a zároveň vyjde velmi limitované množství CD.

Nechyběl bohatý kulturní program. Vyvrcholením bylo vystoupení kapely Děda Mládek Illegal Band. Kromě toho byly pro přítomné připraveny stánky s farmářskými specialitami, výběrovou kávou, regionálními pivy a nápoji Kitl. Posílána byla také rodinná zóna, kde byly nově vybudovány improvizované mikrolázně s Vratislavickou kyselkou. Návštěvníci mohli i letos nahlédnout do výroby společnosti Kitl a Vratislavické kyselky. ■



Výsekový stroj Bobst Mastercut

Smurfit Westrock odtajnil Bobst Mastercut 2.1

Společnost Smurfit Westrock (dříve Smurfit Kappa) uspořádala v červnu ve svém závodě v Žebráku při příležitosti spuštění nového plošného výsekového stroje akci **Bobst gala Opening**. K vidění byl také automatizovaný sklad archů WIP (Work In Progress) nebo inliner určený k výseku klopových krabic.

Adriana Weberová

Na slavnostní spuštění nového plošného výsekového stroje Bobst Mastercut 2.1 a představení automatizovaného skladu archů (WIP) byli pozváni zákazníci, odborníci i média (včetně magazínu Packaging Herald). Nechyběli ani zástupci škol zaměřených na obalový průmysl a logistiku.

„Investice do automatizace závodu v Žebráku je jen jedním z dalších kroků na cestě k efektivní výrobě a zvýšení kapacit v době, kdy poptávka zákazníků po výrobcích z papíru roste,“ uvedl k akci Jan Kaprhál, innovation & marketing manager pořádatel společnosti.

Součástí setkání byla i prezentace dalších technologických novinek, do kterých společnost v posledních letech investovala téměř 30 milionů eur. Zdeněk Suchitra, CEO Central & South-East Europe společnosti Smurfit Westrock, ke slavnostnímu představení stroje uvedl: „Mám velkou radost, že naše závody neustále inovujeme

a ukazujeme tak svým zákazníkům z různých průmyslových odvětví, že se neustále snažíme zlepšovat i jejich byznys a můžeme tak růst společně, jako dlouhodobí partneři.“

Zájemci měli možnost prohlédnout si také výrobní prostory. Na vlastní oči viděli zákulisí výrobního procesu a zjistili, jak nová technologie přispěje k dalšímu růstu a zefektivnění výroby společnosti.

Jiří Bidšovský, ředitel závodu Žebrák, k novému zařízení dodal: „Se zákazníky se setkávám velmi často a nejvíce mě těší, že velice pozitivně vnímají naše rozhodnutí a závazek odpovídat na jejich potřeby, řešit jejich výzvy a přinášet jim hodnotu. I proto nyní instalujeme nový stroj, který je dalším zlepšením našeho servisu.“

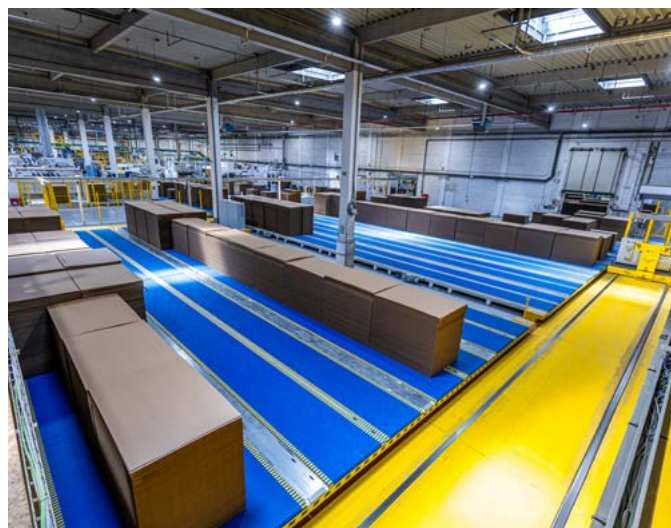
V expertních koutcích se hosté také dozvěděli více o inovacích, udržitelnosti a nových trendech v odvětví.



Pohled na výsekovou, výtlupovou a rozlamovací sekci stroje (zleva doprava)



Pohled do rozlamovací sekce stroje (zelená část) a nepoužívanější výsekové nástroje (modrá deska vlevo)



WIP (Work In Progress) sekce, automatické dopravníky vlnité lepenky ke zpracovatelským strojům

Bobst Mastercut 2.1

- Plošný výsek s rychlostí 7 000 archů za hodinu
- 3× HD Flexo – tisk Göppert + automatická korekce tisku + Power register
- Dvojče a záložní kapacita k Bobstu MC 2.1 x HD Flexo tisk spojené jedním pódiem v tzv. mirror pozici

Vydavatel:

KON Agency s.r.o.

Sídlo:

Otradovická 737/23, 142 00 Praha 4
IČO: 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
e-mail: weberova@packagingherald.cz

Spolupracovníci redakce:

Mikuláš Černý, Miroslav Dočkal,
Jan Cholenský, Veronika Kozelková,
Pavel Neumann, František Vörös

Inzerce:

Mgr. Ivana Kohoutová, jednatelka
mobil: +420 777 808 526
e-mail: kohoutova@packagingherald.cz

Marketing:

Ing. Veronika Kozelková, Ph.D.
mobil: +420 608 312 524
e-mail: marketing@packagingherald.cz

Layout:

Bc. Lenka Tomičová
e-mail: tomicova@packagingherald.cz

DTP:

Ivan Berka
e-mail: oceania@mac.com

Tiskárna:

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

Distribuce:

MailFinish a.s.
Paceřická 2773/1, hala F,
193 00 Praha 9-Horní Počernice

Registrační značka:

MK ČR E 22207
ISSN 2336-8918 (print)
ISSN 2336-8926 (online)

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

Najdete nás na:



4IGV	56	GS1 Czech Republic	31, 70	Plastic Guys	73
Aimtec	76	Harp Renewables	40	Plastics Europe.....	38, 40
AISIN.....	76	Honeywell	34	Plzeňský Prazdroj	9
Albert	26	HP Indigo	12	Poděbradka	64
ALPLA	73	HP Tronic.....	66	Press21	70
Alza.cz	66	Hyundai Motor Manufacturing Czech... 32		PST CLC Mitsui-Soko	8, 52
Amazon	46	Chevron	37	Raspenava Distillery.....	20
Amazon Web Services	77	IHK Regensburg	76	REHAU Automotive	76
Aquapak.....	28	Ipsos	26, 70	REKO PRINT	32
Ardagh Group	25	Jungheinrich	56	Replastuj.....	73
Asaudy Aramco	37	KALETECH	62	Replug me.....	77
Baliarne obchodu Poprad	60	Kaufland	27	Robatech	62
Ball Aerosol Packaging CZ	8	KION Group.....	8	S&K LABEL	18
Balluff	34	Kitl	78	Salacia Solutions	72
Baoli.....	8	KODYS	35	Savencia F&D	16
Bibloo.....	45	Koenig & Bauer	14	SEMTEX.....	24
BILLA	22, 27	Koenig & Bauer Durst	14	Senoptica	38
BLC	77	Kofoła ČeskoSlovensko	24	Shell.....	37
Bobst.....	80	Komori.....	13	Slezské zemské muzeum.....	73
BP	37	Konica Minolta Business Solutions Czech... 10		Smurfit Westrock	49, 80
Brilo	44	Label design	18	SOCR ČR.....	70
CBS International Business School	76	Lesy ČR.....	45	Solpap	62
Coca-Cola.....	46	Lidl	26	Steel for Packaging Europe.....	42
Coca-Cola HBC Česko a Slovensko	71	LIFTEC CZ	32	STILL	56
Continental Automotive	76	Mattoni 1873.....	65	Svaz výrobců vlnitých lepenek v ČR.....	49
Coveris	18	McKinsey	44	SysTech Group	56
CS Apparel Group.....	45	MGI	10	ŠKODA AUTO	56
DACHSER Czech Republic.....	8, 72	Model Obaly	49, 52	Tesco	27
Danone	71	MURRELEKTRONIK CZ	33	THIMM	48, 71
Datart.....	68	Národní zemědělské muzeum Ostrava... 73		Topgal.....	54
DS Smith	49	NASA	36	Total	37
DTIHK	76	National Iranian Oil Company	37	Unibail-Rodamco-Westfield	72
Durst	13	NOTINO	66	VELTEKO	60
EKOBAL	64	Oceana	46	Videojet Technologies	32
ETIFLEX	18	OMET	13	VINSELEKT MICHLOVSKÝ	23
ExxonMobil.....	37	Orsay.....	45	Xeikon	12
FEFCO	48	Ostroj	49	Yellow Shapes	22
FORVIA HELLA.....	77	Packung.....	66	Zámecké vinařství Bzenec	23
Gazprom	37	Panasonic	32	Zebra Technologies	35, 77
Globus	27	PANOTEC	67	Zoot	45
Grada	45	Penny	27		
GreenOmeter.studio	72	Perfect Canteen	20		

Seznam inzerce
v Packaging Herald č. 54 (7–8/2024)

DS Smith Packaging Czech Republic... 39, 47	OTK printing & packaging	2
EKOBAL	RAJA.....	43
EQUICom / Packaging Live 2024	RATHGEBER.....	69
Mediateam360 / veletrh FachPack 2024... 9	Reliant / SpeedCHAIN 2024	83
FANUC.....	SERVISBAL OBALY	57
KALETECH	Shipmall	21
Konica Minolta Business Solutions Czech... 7	Smurfit Westrock	13
KURZ Czech & Slovak	SPUR	37
Label design	Veletrhy Brno / MSV 2024.....	5
LIFTEC CZ	VELTEKO	59
Model Obaly		
OBAL PRINT		
ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM.....		

**Další číslo magazínu
Packaging Herald
vyjde 15. října 2024.**



INZERCE	
Rezervace	27. 9. 2024
Inzerce v datech	4. 10. 2024

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



LOGISTIKA: Vize budoucnosti

SpeedCHAIN

Mezinárodní logistická konference

18. ZÁŘÍ 2024

BŘEVNOVSKÝ KLÁŠTER
Praha 6, Markétská 1/28

ReliantGroup®

WWW.SPEEDCHAIN.EU

Packaging
herald



Inkjet tiskárna Markem-Imaje

5940 G

Pro potisk různých materiálů:

- obaly z vlnité lepenky
- polystyrenové tácky pro čerstvé potraviny, maso, nápoje, cukrovinky...
- polystyrenové obaly mražených potravin nebo smrštitelné fólie pro paletové zásilky
- porézní povrchy včetně tkanin a netkaných textilií pro lékařské ochranné pomůcky (PPE), respirátory, pláště a pleny

*Vysoké rozlišení tisku
s Touch Dry®
horkými inkousty*

5940 G v kostce

- **Rychlejší náběh** pro prodloužení doby výroby – až o 6,9 %
- **O 43 % méně zásahů operátora** pro zvýšení produktivity
- Krytím **IP54** zlepšuje **odolnost proti prachu** a funkčnost v náročných výrobních prostředích (0–40 °C)
- **Bez potřeby stlačeného vzduchu**
- **10" barevné dotykové uživatelské rozhraní**



Vysoce kvalitní tisk čárových kódů v kvalitě C nebo vyšší, které odpovídají požadavkům GS1.

Zveme vás na náš **stánek 114 v pavilonu V** a zároveň na **stánek 50 v pavilonu A2** v rámci Packaging Live na MSV v Brně ve dnech 8.–11. 10. 2024.

Více o tiskárně zde



obchod@ondrasek.cz

www.ondrasek.cz

www.markem-imaje.com

+420 558 639 611

ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM
OFICIÁLNÍ PARTNER MARKEM-IMAJE ČR

ONDRÁŠEK[®]

