**Tisková zpráva**

*k okamžitému zveřejnění*

**Obaly jsou magické, ukázal kongres Obalko 12**

* **Téma magických obalů letos přilákalo 484 obalových odborníků a odbornic.**
* **Dvanáctý ročník českého a slovenského obalového kongresu se uskutečnil ve dnech 17. a 18. října 2024 v Aquapalace Hotelu Prague.**
* **Osmadvacetistránkový sborník z kongresu vyjde se Světem balení č. 125/2024 a v druhé půli listopadu bude dostupný na** [**www.obalko.cz**](http://www.obalko.cz)**.**
* **Další ročník je naplánován na 16.–17. října 2025.**

Kongres Obalko 12, který se konal 17. a 18. října v Praze, se po několika ročnících, kdy se věnoval většinově udržitelnosti nebo legislativním souvislostem, letos zaměřil na to, jaké *„kouzelné“* schopnosti obaly poskytují. *„V potřebných diskusích o udržitelnosti obalů se někdy zapomíná na to, že obaly jsou vlastně kouzelné. Výrobci a plniči čelí kritice, že obaly jsou zbytečné, nadměrně zatěžují životní prostředí a že bychom měli přejít k bezobalovým řešením. Tento pohled je však zjednodušený a opomíjí všechny výhody, které kvalitně navržené obaly přinášejí. Obaly chrání výrobky, prodlužují jejich životnost, usnadňují prodej, poskytují spotřebitelům důležité informace o obsahu a správném použití, a zajišťují efektivní manipulaci a dopravu. V tomto ohledu mají obaly skutečně výjimečné vlastnosti,“* připomíná programová ředitelka kongresu Kateřina Osterrothová.

Pozvání na letošní kongres přijalo 484 lidí. V průběhu akce bylo uděleno 38 trofejí za nejlepší obaly, v 15 programových bodech vystoupilo 36 řečníků, bylo prezentováno devět případových studií, diskutovalo se ve dvou panelových diskusích a na program se dostaly i exkurze do čtyř provozů. Akci podpořilo 39 partnerů a 18 mediálních subjektů a uskutečnilo se 75 schůzek v rámci polední speed-datingové platformy.

Magii letošního ročníku kongresu Obalko podpořil elitní [kouzelník Tomasiano](https://obalko.cz/speaker/tomas-jurik-kouzelnik-tomasiano/), finalista TV show Česko Slovensko má talent a držitel mnoha cen za mikromagii, který odstartoval dopolední program. *„Účastníci se často ohlédnou za různými ročníky kongresu Obalko a nepamatují si datum nebo dokonce hlavní téma, ale hlavního řečníka na začátku kongresu. A právem, protože jsme měli tu čest mít na Obalku velmi inspirativní řečníky, například Evu Jiřičnou, Tomáše Sedláčka, Aleše Valentu a Ladislava Špačka. Jelikož ale hlavním tématem letošního kongresu bylo Obalová magie, nezdálo se správné zahajovat kongres klasickou prezentací. Místo toho jsme domluvili nejlepšího kouzelníka, aby nám ukázal opravdovou magii a dostal nás do nálady. Na základě zpětné vazby od účastníků se nám to podařilo,“* říká Jeffrey Osterroth, jednatel pořadatelské společnosti Atoz Group.

**Odborný program odstartoval Paul Jenkins**

Zatímco úvodní pasáž kongresu obstaral expert na zábavu, odborný program už otevřel obalový profesionál na slovo vzatý. Byl jím [Paul Jenkins](https://obalko.cz/speaker/paul-jenkins-thepackhub/), výkonný ředitel společnosti ThePackHub, přední poradenské firmy zaměřené na inovace v oblasti obalů, který účastníkům nabídl pohled na aktuální inovace v packagingu. Zaměřil se především na projekty s globálním dosahem předních retailových značek. Objevila se např. i Olma s obalem K3 r100, dále pak obal s PCR plastem pro Cabot Creamery Cooperative, pet balení s 60% recyklovaného plastu pro Mars Petcare, obalový materiál na bázi mycelia vytvořený Fraunhoferovým institutem nebo kompostovatelné kávové kapsle pro Dark Woods Coffee. Zájemci o papírové obaly se mohli seznámit s lahvemi pro Diageo, resp. značku Johnnie Walker Black Label. Další inspiraci představoval recyklovaný papír použitý na přebaly bujónů značky Knorr nebo recyklované papírové sáčky od Mondi pro předpečené chleby. Mezi třemi desítkami prezentovaných tipů nechyběly rovněž obaly z kategorie refill a reuse – např. pro Ocado Retail, Abel & Cole, Nestlé France či Terra Dellyssa.

**Spotřebitel a „jeho“ obal**

Jak to mají s obaly spotřebitelé? Na tuto a další související otázky odpovídal [Miroslav Paška](https://obalko.cz/speaker/miroslav-paska-ipsos/), account director výzkumné agentury Ipsos. Čerpal z výzkumu, který byl proveden exkluzivně pro kongres Obalko 12. Výzkumník s dvacetiletou praxí uvedl, že unikátnost a viditelnost produktu je třeba podpořit jasnými tzv. branding assets, tedy určitými poznávacími znaky, které nakupující dobře znají a očekávají. Demonstroval to příkladem čokoládové pomazánky Nutella či piva Corona. Byť zbavené části etiket nebo názvu byly každému jednoduše rozpoznatelné díky tvaru obalu, použitým barvám či rozložení grafických elementů. Právě tvar obalu je u spotřebitelů na druhém místě při identifikaci toho „svého“ výrobku. Teprve na třetím místě jsou barvy, jasnost, barevná kontrastnost či jednoduchost. Ve svém vystoupení se mj. také zaměřil na to, zda jsou zákazníci ochotni připlatit za udržitelný obal. Ano, ale maximálně 1–5 % z původní ceny produktu.

Na vystoupení Miroslava Paška navázala panelová diskuse s názvem Obaly, které svedou – jak získat pozornost spotřebitele. Do debaty, kterou moderoval [Stanislav Břeň](https://obalko.cz/speaker/stanislav-bren-svet-baleni/) (Svět balení), pozvání přijali [Katarína Kretter](https://obalko.cz/speaker/katarina-kretter-ozv-envi-pak/) (OZV Envi – Pak), [Tomasz Ratajczak](https://obalko.cz/speaker/tomasz-ratajczak-allegro/) (Allegro), [Ján Paukovic](https://obalko.cz/speaker/jan-paukovic-the22design/) (The22design), [Tomáš Hejkal](https://obalko.cz/speaker/tomas-hejkal-stock-plzen-bozkov/) (Stock Plzeň-Božkov) a [Martin Hejl](https://obalko.cz/speaker/martin-hejl-thimm-pack-n-display/) (Thimm). Z různých úhlů pohledu, které byly definovány už tím, jaké oblasti zastupovali jednotliví diskutující, se probíraly především možnosti lepšího oslovení spotřebitelů a pochopení zákaznické zkušenosti skrze obaly.

Během polední pauzy na oběd byl již tradičně prostor pro sekci nazvanou BizPack. Jedná se o speed-datingovou platformu, kdy se potkávající potenciální obchodní partneři na straně uživatelů a poskytovatelů obalů a obalových řešení. Letos bylo připraveno 15 partnerů a konalo se 75 setkání.

**Odpoledne plné případových studií a inovací**

Převážná část odpoledního programu patřila případovým studiím. Bylo jich celkem devět ve dvou blocích.

**Obaly s rozšířenou realitou**

Thimm vytvořil pro společnost Albi modulární obal, který lze snadno přizpůsobit různým potřebám. Bylo třeba logicky uspořádat a zabalit velké množství variabilních komponent vědecké stavebnice AlbiLab. Dále se designér snažil zapojit do hry samotný obal, což zahrnuje i umožnění pohledu dovnitř produktu. Výsledný obal obsahuje interaktivní prvky, jako jsou QR kódy a rozšířená realita, které poskytují okamžitý přístup k informacím o produktu.

Přednášející: [Alena Plzáková](https://obalko.cz/speaker/alena-plzakova-albi/) (Albi Česká republika), [Martin Muzikář](https://obalko.cz/speaker/martin-muzikar-thimm/) (Thimm)

**Plastové obaly holítek vystřídal svařitelný papír**

Edgewell se rozhodl zlepšit udržitelnost a vizuální atraktivitu balení svých jednorázových holítek, která jsou tvarově neforemná. Ve spolupráci s tiskárnou OTK printing & packaging a výrobcem svařitelného papíru Koehler vytvořil obal z materiálu Koehler NexPlus Seal Pure. Podle přednášejících lze díky dominantnímu podílu papíru a minimu nanášené vrstvy hovořit o monomateriálu s plnou recyklovatelností, navíc papír nahradil některými zákazníky „upozaďovaný“ plast. Balení prošlo kvalitativními testy, včetně drop testů, environmentálních zkoušek a přepravních testů.

Přednášející: [Jan Vorlíček](https://obalko.cz/speaker/jan-vorlicek-edgewell/) (Edgewell), [Petra Vaňková](https://obalko.cz/speaker/petra-vankova-otk-printing-packaging/) a [Michal Uher](https://obalko.cz/speaker/michal-uher-otk-printing-packaging/) (oba OTK printing & packaging)

**Nové obaly otevřely dveře do velkých řetězců**

Účastníci kongresu mohli dále objevit příběh mikrozeleninového startupu Speed Tray od společnosti Little Luko, který vlivem obalů od Smurfit Westrock zaznamenal růst. Tento krok, tedy využívání skládatelné lepenkové přepravky s pětibodovou konstrukcí, umožnil firmě proniknout do velkých maloobchodních řetězců a zdvojnásobit prodeje. Podařilo se vyřešit také některé výzvy v oblasti udržitelnosti – odpad byl zredukován o čtvrtinu a skladování se stalo o polovinu úspornější.

Přednášející: [René Lukosz](https://obalko.cz/speaker/rene-lukosz-little-luko/) (Little Luko), [Ondřej Hon](https://obalko.cz/speaker/ondrej-hon-smurfit-westrock/) (Smurfit Westrock)

**Automatizovaná balicí linka s paletizací pro pet food**

Další případová studie prezentovala novou balicí linku pro balení krmiva pro domácí mazlíčky, která zahrnuje dva VFFS bagmakery: S250 a S650. První je navržen pro výrobu menších sáčků, které jsou následně baleny do sekundárního balení, zatímco S650 se specializuje na větší pytle, které se rovnou ukládají na palety. Pro primární balení jsou používány monomateriály. Linka je dále vybavena automatickým erektorem kartonáže, lepičkou a paletizační jednotkou, která efektivně manipuluje se sekundárními obaly i velkými pytli bez nutnosti úprav. Součást dodávky tvořily i fóliovačka a podavač palet.

Přednášející: [Milan Jeřábek](https://obalko.cz/speaker/jan-vorlicek-edgewell/) (Vafo Praha), [Michal Matouš](https://obalko.cz/speaker/michal-matous-viking-masek/) (Viking Mašek)

**Kouzlo smývatelných etiket**

Zástupci společností Rozvoněno, Avery Dennison a Colognia Press hovořili o případové studii s použitím smývatelných samolepicích etiket. Vstupní materiál zpracovává a etikety pro Rozvoněno vyrábí tiskárna samolepicích štítků Colognia Press. Pro výrobu řemeslných svíček z kokosového a sójového vosku si v Rozvoněnu vybrali použitou lahev od vína. Na takto vzniklý obal aplikují etiketu z materiálu Fasson rCrush Barley, obsahujícího 40 % recyklátu a 15 % odpadu z ječmenných plev, s wash-off lepidlem od společnosti Avery Dennison. Lepidlo umožňuje odmytí etikety bez použití chemie v běžných domácích podmínkách, a to pouze vodou o teplotě 21 °C a více.

Přednášející: [Michael Schmidt](https://obalko.cz/speaker/michael-schmidt-rozvoneno/) (Rozvoněno), [Dagmar Hleba Víchová](https://obalko.cz/speaker/dagmar-hleba-vichova-colognia-press/) (Colognia Press), [Vojtěch Rosina](https://obalko.cz/speaker/vojtech-rosina-avery-dennison/) (Avery Dennison)

**Role obalu v online retailu**

Primární obaly firmy Rohlik.cz se orientují na udržitelnost prostřednictvím carbon neutral packaging (např. mléko, smetany, kefír), použití recyklovaných plastů (rPET) u olejů a certifikovaných materiálů (FSC). Obsah recyklátu v dalších obalových fóliích se navyšuje, používají se i materiály jako paper touch foil pro kávové produkty. Sekundární obaly kladou důraz na ekologičnost, snižuje se potisk (hnědo-hnědý) a maximalizuje využití prostoru obalu. Rohlik.cz věnuje zvláštní pozornost roli sekundárního balení v automatizovaných skladech (např. Autostore) a možnostem vratných obalů.

Přednášející: [Petr Chvojka](https://obalko.cz/speaker/petr-chvojka-rohlik-group/) (Rohlik.cz)

**Bruncvíka na regálech posilují nové přepravní obaly**

Společnost Mondi Bupak ve spolupráci s Pivovarem Nymburk a firmou Kaufland vytvořila nový sekundární obal na plechovky piva značky Bruncvík. V rámci redesignu celé řady piv Bruncvík v plechu i v lahvích totiž vyvstala potřeba sjednotit design primárních i sekundárních obalů –plechovek a lahví s lepenkovými krabicemi a přepravkami. Obal realizovaný v HQ flexotisku dosáhl kvality tisku a designu, který přitahuje zákazníky v regálech. Nově se všechny druhy piva Bruncvík balí do jednotného typu lepenkového boxu, což zjednodušilo výrobu. Díky redukci CMYK na MY a použití tří přímých barev a laku se dosáhlo požadovaného výsledku.

Přednášející: [Martina Bočanová](https://obalko.cz/speaker/martina-bocanova-kaufland/) (Kaufland Česká republika), [Martin Tolar](https://obalko.cz/speaker/martin-tolar-mondi-bupak/) (Mondi Bupak)

**Nová tvář Magnesie: důraz na sílu hořčíku a minimalismus**

Minerální voda Magnesia má po 11 letech novou vizuální identitu. Cílem bylo provést redesign značky, modernizovat logo a najít nejvhodnější vizuální styl značky tak – slovy přednášející – *„abychom ji přizpůsobili dnešní době, neztratili naše současné spotřebitele a oslovili i mladší cílovou skupinu.“* Hlavním prvkem je modernizovaný symbol lva, do něhož je umně zakomponované i písmeno M, které dále posiluje vnímání značky Magnesia. Vyznění loga trochu kolidovalo s prezidentskou kampaní Petra Pavla, který rovněž používal symbol lva. Firma nakonec tedy novinku trochu odložila a změnu loga podrobila ještě spotřebitelským testům. Na obal byla použita bílá etiketa s metalickými pruhy, které značí různé úrovně perlivosti. Redesign navrhla agentura FutureBrand.

Přednášející: [Karolína Šimonová](https://obalko.cz/speaker/karolina-simonova-mattoni-1873/) (Mattoni 1873)

**Konec plastu a polystyrenu v balení koncertních světel**

Společnost Robe Lighting, která vyrábí a exportuje světla a reflektory pro koncertní síně a divadla, potřebovala vytvořit obal pro zasílání těchto světel. Měl nahradit plastové a polystyrenové výplně a zároveň spolehlivě chránit světla v hodnotě desítek až stovek tisíc korun. Úkol byl náročný kvůli širokému spektru typů a variant světel, nízkým objemům produkce a nutnosti snadné přizpůsobitelnosti. Výsledný produkt musel rovněž přinést úspory v logistice a skladování.

Přednášející: [Libor Štreit](https://obalko.cz/speaker/libor-streit-robe-lighting/) (Robe lighting), [Palo Lezo](https://obalko.cz/speaker/palo-lezo-paketo-group/) (Paketo group)

**Návrat do obalové budoucnosti**

Po sérii případových studií přišla na řadu druhá velká panelová diskuse letošního ročníku. Nesla název Návrat do budoucnosti již dnes. Kladla si mj. za cíl popsat, jak by mohly vypadat obaly, které se na trhu teprve objeví, jaké budou příští potřeby kladené na obaly a jak se budou výrobky balit v budoucnosti. O těchto a dalších aspektech obalového trhu diskutovali [Juraj Otta](https://obalko.cz/speaker/juraj-otta-tomra-collection-slovakia/) (Tomra Collection Slovakia), [Jana Žižková](https://obalko.cz/speaker/jana-zizkova/) (obalová odbornice), [David Hloušek](https://obalko.cz/speaker/david-hlousek-avery-dennison/) (Avery Dennison), [Petr Šikýř](https://obalko.cz/speaker/petr-sikyr-eko-kom/) (Eko-kom) a [Ivo Benda](https://obalko.cz/speaker/ivo-benda-greiner-packaging-slusovice/) (Greiner Packaging Slušovice). Debatu moderovala [Tatiana Koššová](https://obalko.cz/speaker/tatiana-kossova-atoz-group/) (Atoz Group).

**Galavečer a nejlepší obaly uplynulého roku**

Kongres Obalko hostí v posledních letech také ceremonii soutěže Obal roku, která vyzdvihuje nejlépe provedené obaly a obalová řešení. Předávání desítek cen přihlížely stovky odborných hostů. Letošní výsledky s předstihem zveřejnil časopis Svět balení č. 123/2024 a kompletní informace poskytují také internetové stránky Obalového institutu Syba. Během večera byly předány navíc ceny předsedkyně poroty Jany Žižkové. Obal roku je v Česku jedinou certifikovanou soutěží, která porovnává obalová řešení za další rok. Část oceněných obalů na tuzemské půdě pak bývá ohodnocena také na mezinárodních obalových kláních, především v rámci World Packaging Organisation.

Následující hodiny do půlnoci patřily již zábavě a navazování neformálních kontaktů. Tento bod má v programové skladbě pevné označení – Obalový Business Mixer. Na účastníky čekal vynikající catering, osvěžující pivo Plzeňského Prazdroje a míchané nápoje od značky Monin. Opětovně vystoupil kouzelník Tomasiano a také zpěvačka Erika Rein s klavíristou Martinem Štefánikem. Hosté si také mohli zvěčnit své zážitky z večera v AI fotokoutku.

**Kvartet inspirativních provozů**

Druhý den je pravidelně zasvěcen návštěvám provozů, kde se hosté seznámí s obalovou či logistickou praxí a mohou získat inspiraci pro inovace ve svých firmách. Na výběr byly čtyři destinace.

**LEGO Group** působí v Česku téměř čtvrtstoletí, v roce 2000 totiž firma začala budovat továrnu v kladenské průmyslové zóně. Dnes je tento závod jednou z pěti továren po světě (aktuálně se staví další dvě). V Kladně se potiskují a zpracovávají jednotlivé součástky, balí kostičky do sáčků a kompletují celé stavebnice. Část balicího procesu prochází v posledních letech automatizací, zároveň jsou plastové sáčky nahrazovány papírovými. Účastníky provedly Gabriela Bechynská a Pavlína Šaurová.

Před rokem **Plzeňský Prazdroj** uvedl do provozu automatickou třídicí linku na skleněné vratné lahve. Dokáže automaticky roztřídit lahve vlastních značek pivovaru od lahví jiných výrobců a odhalit poškozené kusy i přepravky. Jednotlivé kusy jsou kontrolovány přímo v přepravkách a za hodinu zařízení zvládne ověřit a vytřídit 4050 přepravek, tedy 81 000 pivních lahví. K vidění byla také zbrusu nová stáčecí linka, která ještě více podporuje přechod celého portfolia Plzeňského Prazdroje na vratné lahve. Komentovanou prohlídku vedl [Tomáš Sedláček](https://obalko.cz/speaker/tomas-sedlacek-plzensky-prazdroj/).

Společnost **Euromedia Group** má od letoška ve Stochově nové distribuční centrum. Jeho součástí je automatické balicí zařízení Cartonwrap od společnosti CMC Packaging. Praktická rychlost zařízení činí 650–750 krabic za hodinu. Předností produkce z balicí linky jsou propracované deformační zóny v rozích a na hranách boxů, což efektivně chrání knihy před poškozením. Sklad má i další lákadla – např. robotický systém Autostore s 65 000 plastovými přepravkami a 90 roboty. Část zásob se nachází v mobilních regálech, které obsluhují VNA vozíky. Další zajímavost představuje vychystávání pick-to-light nebo kontrolní systém s automatickým vážením zásilek. Součástí haly je rovněž šest vertikálních skladovacích věží. Hosty přivítal a informoval [Kamil Kidoň](https://obalko.cz/speaker/kamil-kidon-euromedia-group/).

Již od roku 1994 se v pražském Hloubětíně nachází hlavní závod, který vyrábí **Pepsi** a další nápoje z portfolia PepsiCo. Provoz vyrábí nápoje nejen pro český trh, ale také pro spotřebitele na Slovensku a v Maďarsku. Zahrnuje i stáčírnu, laboratoř a sklad. Účastníci exkurze si prohlédli proces výroby, plnění, skupinového balení a skladování. Balení probíhá na šesti různých strojích od různých značek. Pepsi se standardně plní do lahví vyfukovaných z preforem vyrobených z panenského PET, přičemž v souladu s novou legislativou se přechází na rPET.

**Celoroční víceformátový projekt**

Dvoudenní kongres bude mít ještě svou odezvu na mediálním trhu. Redakce časopisu Svět balení připravuje rozsáhlou 28stránkovou přílohu, která přiblíží jednotlivá vystoupení a celkovou atmosféru odborné akce. Příloha bude k dispozici na webu [www.obalko.cz](http://www.obalko.cz/) a také jako součást distribuce časopisu [Svět balení](https://www.svetbaleni.cz/) č. 125/2024, který vychází v auditovaném nákladu 5000 výtisků. Upozornění na přílohu bude i v kongresovém newsletteru, k němuž se lze přihlásit na tomto odkazu: <https://obalko.cz/registrace-k-odberu-newsletteru/>. V neposlední řadě jsou videozáznamy všech prezentací a diskusí z kongresu Obalko 12 k dispozici na YouTube kanálu skupiny Atoz Packaging: <https://www.youtube.com/@atozpackaging>.

*„Přestože se kongresu zúčastnilo téměř 500 odborníků na obaly, víme, že se nemohli zúčastnit všichni a že ti, kteří tam byli, nebyli v konferenčním sále na všech prezentacích a diskusích. Z toho důvodu jsme z Obalka udělali vícekanálový celoroční projekt, aby se informace a inspirace z kongresu dostalo k co největšímu počtu obalových profesionálů,“* dodává Jeffrey Osterroth.

Příští obalový kongres Obalko se uskuteční **16.–17. října 2025.** Zájemci o účast si již mohou termín uložit do kalendáře s touto pozvánkou:

<https://obalko.cz/wp-content/uploads/2024/10/Kongres-OBALKO-13.ics>

**Novinky na sociálních sítích:**

LinkedIn: svetbaleni

Facebook: svetbaleni.cz

**Kontakt pro média:**

ATOZ Packaging

Terézia Radková

Tel.: +420 733 521 575

E-mail: [terezia.radkova@atoz.cz](mailto:terezia.radkova@atoz.cz)

Web: [www.obalko.cz](http://www.obalko.cz/)

LI: svetbaleni

FB: svetbaleni.cz