

Packaging herald

5. vydání

5—6/2016



www.packagingherald.cz

FARMACIE:

ČISTOTA
A KONZERVATIVNÍ
OBALY

RAPETO:
JAK PROBÍHAL
REDESIGN
PANGAMINU?

72 % ČECHŮ
NEPOZNÁ
PADĚLANÝ
LÉK

PROCES
BALENÍ
V E-SHOPECH

OBAL TREND:
AUTOMATIZACE
V TEORII I PRAXI

A large, worn, brown leather suitcase with numerous travel stickers and patches. The stickers include destinations like Kyoto, Sorrento, Genova, Ratskeller, Hotel Ambassador Praha, Hotel Colombia, Hotel Mamounia, and others. The suitcase has a handle and metal latches.

OBJEVTE NOVÉ MOŽNOSTI



DIGITÁLNÍ TISK HP INDIGO

Dan Bláha
zástupce pro jižní a západní Čechy
Mob: 734 755 452
E-mail: blaha@grafikoprint.cz

ŠTÍTKY
PP FOLIE
ARCHOVÉ
SERVIS
KALENDÁŘE
DIGITÁLNÍ TISK
OBALY
RYCHLOST
PE FOLIE
TTR LABELS
PRINT ETIKETY
FLEXOTISK
TISKÁRNY
FLEXXO
KVALITA
CENA
ETIKETY

NA DRUPĚ TO ŽILO, ALE MOŽNÁ ŠLO I O ŽIVOT...



VÁŽENÉ ČTENÁŘKY, VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

Drupy, svátku polygrafie, jak se někdy nazývá, jsem se zúčastnila poprvé a musím přiznat, že předčila veškerá má očekávání. Hlavně z hlediska návštěvnosti. Na některé stánky jsem se dokonce davu lidí ani neprobojovala. A nešlo o studenty, jak tomu bývá na podobných událostech u nás.

V Düsseldorfu byly kromě domácích německých firem nejvíce zastoupeny Čína, Indie a Itálie. Především koncentrace Asiatů na jednom místě byla obdivuhodná, a to jak vystavovatelů, tak i návštěvníků. Snad jenom pod Eiffelovkou je vyšší. Slyšet bylo také holandština a samozřejmě angličtina.

Českých zástupců bylo naopak poskrovnu, ani ne deset, a tak jsem se rozhodla podpořit je svou návštěvou. Do Düsseldorfu se vydaly například společnosti Machinery Europe obchodující s použitými tiskařskými stroji, firma Cyklos Choltice, která zde představila svou novinku – automatický rýhovací, perforovací a děrovací stroj se vzduchovým podáváním. Čeština byla slyšet i u některých nadnárodních firem, a tak jsem si mohla vyslechnout v rodném jazyce například novinky z produkce HP Indigo.

Expozice byly umístěny v 19 pavilonech a ne na všechny se mi podařilo proniknout. Do osmého nás pořadatelé nepustili. Nejdříve jsem si myslela, že čekají, až se hala trochu

vyprázdní, ale až před odjezdem jsem se dozvěděla pravý důvod. Podle neoficiálních zpráv byl v sobotu pavilon uzavřen kvůli údajné bombě, a vzhledem k tomu, že německá policie pár dní před tímto incidentem zatkla skupinu džihádistů, kteří snad plánovali masakr právě v centru hlavního města Severního Porýní-Vestfálska, kdo ví...

Ale zpět k vystavujícím. Nezaznamenala jsem, že by incident nějak ovlivnil atmosféru veletrhu. Z expozic stojí za zmínku společnost HP, která obsadila celou halu 17, a snad ani nemusím zmiňovat, že doslova praskala ve švech. Celkem představila šest nových strojů a pět inovovaných modelů HP Indigo. Pozadu nezůstala ani firma Heidelberg, která dominovala v hale 1, nepřehlédnutelná byla rovněž expozice KBA. Více o Drupě v srpnovém vydání magazínu Packaging Herald.

Šéfredaktorka **Adriana Weberová** a tým PH

NAHLÉDNĚTE, JAK PROBÍHAL VELETRH DRUPA

Klikněte pro zhlédnutí videa





6 NEWS

10 HLAVNÍ TÉMA

Ve farmacii vládne čistota a konzervativní přístup

14 INTERVIEW

Radek Sajvera z Rapeta hovoří o zrodu nového obalu na Pangamin

18 MATERIÁLY

Smršitelné etikety: čeká nás boom

20 DESIGN

■ Jak dodat tisku další přidanou hodnotu

24 ■ WorldStar Packaging Awards: ceny byly rozděleny v Budapešti

26 IDENTIFIKACE

■ Globální standard se ve zdravotnictví osvědčil

30 ■ Více než 72 % Čechů nepozná padělaný lék

32 LEGISLATIVA

Triman, hřebík do rakve jednotného trhu

34 EKOLOGIE

Češi loni vytrídili skoro čtyřikrát více odpadu než před 15 lety!

35 TECHNOLOGIE

■ Vonné laky – netradiční varianta zušlechtění

38 ■ Proč využívat moderní typy aktivního balení

40 ■ Copacking: ručně i poloautomaticky

43 LOGISTIKA

■ Situace s dřevěnými obaly se nelepší

46 ■ Balení v e-shopech: klíčový je lidský faktor

48 REPORTÁŽ

■ Veletrh Linde MH: o vizích blízké i vzdálené budoucnosti

50 ■ GZ Media představila jediný HP Indigo 10 000 ve formátu B2 u nás

51 VELETRHY/VÝSTAVY/AKCE

■ Na Den české logistiky zavítalo 300 účastníků

52 ■ Montáž plotů KONGSBERG na vlastní oči

54 ■ ObalTrend: automatizace v teorii i praxi přilákala 100 účastníků

56 ■ REKLAMA POLYGRAF: premiéra print & packagingu

58 Rejstřík

DÍKY

**SPOLUPRÁCI PRŮMYSLU,
OBCÍ A MĚST V SYSTÉMU EKO-KOM
SE ZA UPLYNULÝCH 15 LET
ZRECYKLOVALO PŘES 8 000 000 TUN
OBALOVÝCH ODPADŮ.**

**TAKOVÉ MNOŽSTVÍ PŘEDSTAVUJE STEJNÝ
OBJEM, JAKO MÁ PAMÁTNÁ HORA ŘÍP.**

13.-15. ZÁŘÍ
LABLEXPO AMERICAS
Chicago



13.-15. ZÁŘÍ
UPAKOVKA
Kyjev



15. ZÁŘÍ
Marketing Mix Praha



21.-23. ZÁŘÍ
LUXE PACK MONACO
Monako



21.-22. ZÁŘÍ
EMPACK
Brusel



22. ZÁŘÍ
Marketing Mix Brno



26.-29. ZÁŘÍ
TAROPAK/LOGIPAK
Poznaň



27.-29. ZÁŘÍ
FachPack
Norimberk



3.-7. ŘÍJNA
MSV
Brno



Tetra Evero Aseptic
získal WorldStar Award

Společnost Tetra Pak získala ocenění WorldStar Award za svůj obal Tetra Evero Aseptic, první aseptickou kartonovou lahev na trvanlivé mléko na světě. Obal spotřebitelům umožňuje velmi snadnou manipulaci, pohodlné držení a nalévání. Unikátní tvar se zkosenými boky šetří místo při skladování a na regále. Lahev je vyráběna z převážné části z hladké lepenky na bázi obnovitelného zdroje, a je tedy šetrná k životnímu prostředí. Surovina použitá na výrobu kartonu pochází z šetrně obhospodařovaných lesů s certifikací FSC. Prázdné obaly lze sbírat a recyklovat s jinými kartonovými obaly. Více na www.packagingherald.cz.

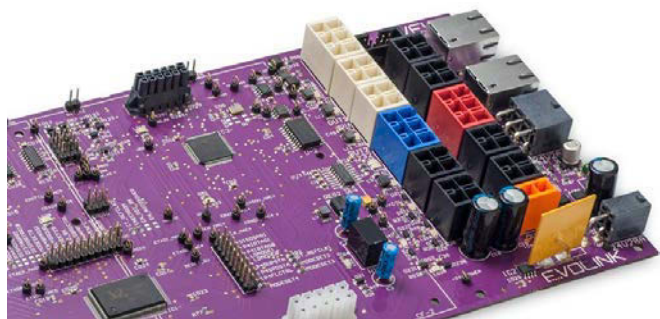


Budweiser Budvar
v jednolitrové láhvi typu Champagne

Pivovar Budějovický Budvar představil limitovanou edici světlého ležáku. Zajímavá obalová inovace – láhev o objemu jednoho litru – je zabalena v exkluzivní dárkové krabici. Originální design láhve typu Champagne se vyznačuje výrazným plastickým embosingem, který zobrazuje znak města České Budějovice, logo Budweiser Budvar a tradiční budvarský symbol – štít s písmenem B. Embosing nahrazuje klasickou etiketu a povinné informace o produktu jsou vytištěny na lepenkovém obalu. Litrová láhev je pro jednoho člověka příliš velká a přímo vybízí k tomu, abychom se o její obsah s někým podělili, třeba se svými sousedy. Kromě



toho se taková láhev dá využít jako sympatický dárek," říká Marek Honetschläger, manažer pro inovace z Budějovického Budvaru. Více na www.packagingherald.cz.



EvoLink zkrátí instalaci dopravníků až o 50 %

Skupina Alvey Group přichází s technologickou inovací EvoLink, která dokáže zredukovat čas běžně potřebný k instalaci dopravníkových systémů u zákazníka až o 50 %. EvoLink se skládá z programovatelných elektronických karet a řídicího softwaru, což je zapotřebí pro řízení jednotlivých systémových částí, jako jsou např. dopravníky. Mezi její výhody patří kromě rychlejší instalace i flexibilita při pozdějších změnách, jednoduchost programu, vylepšené programovací možnosti, měření okamžité spotřeby energie a další. Pokud by došlo k poruše u jedné karty EvoLink, lze ji jednoduše vyměnit za jinou, která se po připojení automaticky sama naprogramuje.

Více na www.packagingherald.cz.



Tvar Pardubice představil dózu na luxusní kosmetiku

Letošní novinkou TVAR výrobního družstva Pardubice je řada kosmetických dóz rozšířená o 50ml plastový kelímek glass, který je určen pro luxusnější pleťovou kosmetiku. Obal je imitací skla a je vyroben z materiálů polypropylen, polyetylen a SAN polykarbonát. Jeho předností proti sklu je nízká hmotnost, nerozbitnost a dlouhá životnost. Použité materiály umožňují vysokou variabilitu barev i potisků. Opatřen je logem firmy a popisem výrobku, což plní propagační a informační funkci. Dózy jsou šetrné k životnímu prostředí, použité materiály jsou recyklovatelné. Výroba je realizována v souladu s požadavky ČSN EN ISO 9001. Více na www.packagingherald.cz.



27.–29.9.2016 | NORIMBERK

FachPack.de

FACHPACK PLUS

TECHNOLOGIE A NÁPADY PRO VAŠI PRAXI!

Vše, co je nové a důležité v procesním obalovém řetězci, naleznete na veletrhu FachPack – je konkrétní a zaměřený na praxi. Objevte detailní řešení, která mohou optimalizovat Vaše výrobní procesy, diskutujte s 1500 vystavovateli o inovacích stržených na míru speciálně pro Vaše požadavky na obal.

FachPack – dobré nápady vznikají právě zde.

Coca-Cola restartuje známou kampaň Share a Coke

Koncept kampaně Share a Coke, který vznikl v Austrálii v roce 2011 a rozšířil se postupně na dalších více než 70 trhů v Evropě a USA, je jedním z vůbec nejúspěšnějších v historii značky. V rámci kampaně, která běžela i v České republice, nahradila Coca-Cola svá loga na lahvích křestními jmény typickými pro danou zemi. Její hnací silou bylo sdílení mezi spotřebiteli. Nová generace kampaně s názvem Share a Coke and Song staví na podobném principu sdílení zkušenosti, ale posouvá ji blíže k sociálním médiím.

Více na www.packagingherald.cz.



Hollandia představuje nový branding od agentury Cocoon

Jedná se o významně upravený design (na obrázku vpravo) všech pěti řad Hollandia jogurtů, které prošly v minulosti pouze minimálními úpravami od doby vzniku společnosti před více než dvaceti lety. Během tří měsíců Cocoon sáhl na



vše – od loga společnosti a identity až po packaging každé řady a každé příchuti. Modernější vzhled má za cíl co nejlépe vystihnout prémiovou kvalitu jednoho z nejprodávanějších FMCG produktů na

našem trhu. „Společnost Hollandia se rozhodla na přelomu roku 2015 a 2016 udělat ke svému 25. výročí velký krok v celkové vizuální prezentaci značky. Cocoon odvedl velmi dobrou práci jak při vývoji kreativního konceptu, tak při exekuci samé,” hodnotí spolupráci Jan Škoda, marketingový manažer značky Hollandia. Více na www.packagingherald.cz.

Snadné otevírání obalů pomocí vzduchové bubliny

Švédský výrobce Flextrus nabízí inovativní řešení pro snadné otevírání obalů. Systém PopPack je založen na jednoduchém konceptu, který využívá jako páku vzduchovou bublinu. Nové řešení je vhodné pro spotřební výrobky, které jsou nabízeny v sáčcích nebo polotuhých tepelně tvarovaných obalech. Spotřebitelé se mohou při otevírání obalů obejít bez použití nůžek, nožů, příp. zubů. Kromě toho PopPack dává spotřebiteli jistotu, že s jeho obalem nebylo manipulováno již dříve. Více na www.packagingherald.cz.



SpeedCHAIN se nově představil i na Slovensku

Ve druhé polovině května se ve slovenském letovisku Modra uskutečnil historicky první ročník logistické konference SpeedCHAIN Slovakia. Projekt, který staví na desetileté zkušenosti týmu společnosti RELIANT v České republice, se i na Slovensku zaměřil na účastníky z dopravních, logistických i průmyslových firem, zástupce státní správy i akademické sféry. Dvoudenní konference přinesla řadu zajímavých témat pod heslem Logistika: Výzvy a řešení.

Více na www.packagingherald.cz.





Další jedlý obal na trhu

Americký pivovar SweetWater Brewing Company přišel s nápadem, jak udělat něco pro ochranu mořských živočichů a ptáků. Vyrobil držák v USA oblíbených pivních sixpacků, který je jedlý. Nové kroužky, které se vyrábějí z ječmene a pšenice, jsou zcela biologicky rozložitelné a kompostovatelné, přitom jsou ale stejně odolné jako dosud používaný plast. Pro lidi i zvířata je tak zcela bezpečné tyto ekologické obaly sníst.

Více na www.packagingherald.cz.



Neonové barvy s tiskárnami OKI NeonColor

Do segmentu digitálního tisku určeného pro grafická studia a propagaci přináší společnost OKI inovaci v podobě LED tiskáren OKI Pro6410 NeonColor, které využívají fluorescenční tonery s vysokým jasnem. Poutavé fluorescenční barvy lze s pomocí transferových médií použít na různé materiály a předměty. Novou tiskárnu lze použít na potisk textilu, reklamních předmětů a vytváření obalových materiálů.

Více na www.packagingherald.cz.



PI

Inspirováno vámi



Dokonalé zpracování je umocněno použitím špičkových zušlechťovacích technologií. Model Obaly a. s. je výrobcem obalů a prodejních stojanů z vlnité, kaširované a hladké lepenky. Je rovněž dodavatelem více než 300 druhů standardních obalů a balicích materiálů – přímo ze skladu.

modelgroup.com



Ve farmacii vládne čistota a konzervativní obaly

OBALY VE FARMACII SE DRŽÍ SPÍŠE TRADIČNÍHO GRAFICKÉHO I STRUKTURÁLNÍHO DESIGNU. Z HLEDISKA TVARU U PLASTU A SKLA STÁLE PŘEVLÁDAJÍ KULATÉ DÓZY. PŘEDEVŠÍM V OBLASTI DOPLŇKŮ STRAVY SE NAOPAK ZAČÍNÁJÍ PROSAZOVAT ZAJÍMAVÉ TROJHRANNÉ DÓZY.

Adriana Weberová

Specifické požadavky na obaly ve farmacii se týkají především přísných hygienických předpisů, které musí být splněny již při jejich výrobě. Jedná se hlavně o GMP neboli správnou výrobní praxi, která stanoví kvalitu použitých surovin, materiálů, nástrojů a forem. „A to včetně hygienických předpisů pro pracovníky pohybující se ve výrobních prostorách,“ dodává Zuzana Martanová ze společnosti Nolato CERBO. Výrobci proto musí mít různé certifikáty určené pro výrobu obalů na medikamenty, a to především ISO 15378.



Ve farmacii jde především o čistou produkci

Pro skleněné obaly ve farmaceutickém průmyslu platí přísná kontrola kvality, a to nejen chemického složení skla, ale i geometrie lékovek. V dnešním farmaceutickém průmyslu jsou využívány plnicí linky s obrovskou rychlostí, a proto i nároky na geometrii, tvarovou kvalitu a minimální geometrické odchylky jsou velmi vysoké. Běžná sklárna, která chce uspět v tomto segmentu, se s velkým úsilím zabývá především řízením kvality. „Zdaleka nejde o nějaké zajímavé tvary nebo řešení, které by upoutalo oko spotřebitele. V našem oboru jde především o velmi čistou produkci, certifikované výrobní prostředí, čisté prostory a vysokou kvalitu výroby,“ podotýká Radek Kiesel, sales area manager společnosti STÖLZLE – UNION.

Na trh se vrací obaly z HDPE

V období krize mnoho odběratelů plastových lahvíček přešlo z úsporných důvodů k výrobě do blistrů. Nevýhodou blistrů je podle Michala Škrabáka, marketing consultant a & business development supervisor společnosti LS ZETIS Czech Republic, kromě nerecyklovatelnosti náročnější výroba. Na druhé straně jde o praktické balení na cesty. „Nyní se trh opět

ZMĚNA PRIMÁRNÍHO OBALU OBVYKLE ZNAMENÁ NOVOU STUDII STABILITY.

vrací k ekologickým řešením, což jsou jednosložkové, 100% recyklovatelné HDPE (High Density Polyethylen) obaly, které mají výborné výsledky z hlediska trvanlivosti koncového výrobku, kdy i po otevření balení při domácím skladování prodlužují tzv. shelf-life výrobku.”

Samozřejmostí je dětská pojistka

Z principu je podle Filipa Hrubého, tiskového mluvčího Zentivy, farmaceutický business konzervativní, a to z toho titulu, že je



Pro skleněné obaly ve farmaceutickém průmyslu platí přísná kontrola kvality.

třeba v první řadě zajistit stabilitu produktu. „Změna primárního obalu obvykle znamená novou studii stability, která má potvrdit, že jsou u léčivého přípravku zachovány jeho požadované účinné vlastnosti. Kvůli stálému vývoji materiálů i my samozřejmě používáme novější materiály – např. polymerní fólie, která má stejné vlastnosti, ale navíc se lépe tvaruje. V současné době se snažíme zmenšovat balení při zachování stejného počtu dávek v balení – lepší skladování, manipulace atd.”

PI



BRISK, výrobní družstvo, vyrábí metodou vstřikovyfukování PET lahvičky od objemu 10 ml do 250 ml, jež jsou opatřeny různými závitmi. Největší podíl výroby tvoří lahvičky se závitmi o průměru 18 mm a 28 mm, pak následují lahvičky se závitem 20 a 24 mm. **Uplatňují se jako spotřebitelské obaly pro kosmetické, potravinářské, farmaceutické, technické a propagační účely.**

Metodou vyfukování z preforem vyrábíme PET lahve od objemu 0,5 l do objemu 2 l se závitem o průměru 28 mm a kanystry od objemu 3 l do 10 l se závitem o průměru 47 mm. Lahve a kanystry jsou vhodné jak pro potravinářské, tak i technické účely.

Další výrobní oblastí družstva je kartonážní výroba. Na flexotiskovém stroji potiskujeme expediční kartony, především pro vinaře s jejich logem na 6 ks lahví. Rovněž se zabýváme výrobou luxusních kazet na archivní vína, skládaček na vína, dárkových kazet na porcelán včetně potisku sítotiskem a výseků různých tvarů na příklopových lisech.

BRISK, výrobní družstvo, Ježov u Kyjova

www.briskvd.cz

brezina@briskvd.cz



U volně prodejných léků, zejména u těch nejprodávanějších, jakými jsou léky na tlášení bolesti, které mohou zákazníci ve stále větší míře koupit mimo klasické lékárny, hraje design obalu roli, nicméně i zde platí, že léky by lidé měli kupovat, když je opravdu potřebují. „Pochopitelně u léků na předpis nedovoluje legislativa aplikovat kreativní design,“ podotýká k designu Filip Hrubý.

NEJVÍCE PADĚLKŮ JE V ROZVOJOVÝCH ZEMÍCH

Pokud se podíváme na portfolio Zentivy, tak léčivé přípravky, které byly v rámci interního procesu identifikovány jako rizikové, byly opatřeny bezpečnostní etiketou, která obsahuje jak viditelné, tak skryté bezpečnostní prvky – stejně jako např. bankovky – a dále byly sekundární obaly těchto produktů zajištěny proti vniknutí, tzv. tamper evidence. Některé prvky konceptu, který připravilo Sanofi společně s dalšími členy EfPiA organizace, byly převzaty a staly se standardem pro novou legislativu 2011/62 EU. U některých produktů balených do lahviček používáme bezpečnostní uzávěry, které se např. používají u balených vod. Nejvíce padělaných léků se podle oficiálních zdrojů vyskytuje v rozvojových zemích, kde podíl falšovaných produktů na trhu tvoří až 30 %. V rozvinutých zemích je riziko mnohem menší, pokud se budeme bavit o produktech dostupných v lékárnách či nemocnicích. Nejvíce se falšují drahé léky, léky na hubnutí, léčbu erektilní dysfunkce a léky zneužívané sportovci k rychlejšímu nárůstu svalové hmoty. ■



„Co se týká farmacie, tam obaly zůstávají konzervativní, a to s kruhovým dnem a bílé,“ potvrzuje Zuzana Martanová a dodává: „Samozřejmostí je ochrana originality nebo dětská pojistka ve víčku, která zabrání dětem dostat se k nebezpečnému obsahu dózy.“ Společnost Nolato Cerbo nabízí hned několik typů víček s ochranou originality – s vnitřní membránou, vnějším odtrhovacím kroužkem či plastovým zámkem u nové tříhranné dózy Threasy. Zákazník si také může zvolit víčko s vysoušedlem či bez něj, další možností je vybavení víčka jíž zmíněnou dětskou dětskou pojistkou.

U doplňků stravy roste zájem o rodinné balení

V oblasti doplňků stravy, minerálů a vitaminů je zřejmý zájem o obaly jiného tvaru, než jsou klasické, s kulatým dnem. Objevují se čtyřhranné, trojhranné či ploché tvary různých barev nejen u dóz, ale také u víček. „V poslední době je větší požadavek na přenosnost obalu a barevnou odlišnost výrobku od konkurence. Na trhu je mnoho zajímavých oválných obalů poskytujících komfort užívání potravinových doplňků na cestách,“ uvádí Michal Škrabák.

Novým jevem je podle Zuzany Martanové rostoucí obliba větších dóz, tzv. rodinného balení o obsahu 150 až 275 ml, a to především u potravinových doplňků. Příkladem je již zmíněná tříhranná dóza Threasy o objemu 150 ml. Obal byl vyvinut na základě výzkumu trhu v několika zemích Evropy. Nejžádanější velikostí byla právě dóza o obsahu 150 ml s víčkem chráněným odtrhovacím zámkem, který chrání originalitu vnitřního obsahu.

Balení do tříhranné dózy vyžaduje odlišnou technologii

Samotná výroba tříhranné dózy byla spuštěna po několikaletém zpracování nového designu, výrobě prototypu a výrobě prvních vzorků. „Z hlediska zákazníků, i přes velký zájem o dózu, převládala obava z komplikací při balení a etiketování, které si vyžadovalo odlišnou technologii než balicí a etiketovací linky určené pro kulaté dózy. Jednomu z našich zákazníků se však ve spolupráci s výrobcem balicích strojů podařilo najít vlastní know-how na balení tříhranné dózy. Dóza se dováží i do Česka a těší se velkému zájmu odběratelů i finálních zákazníků,“ dodává na závěr Zuzana Martanová. ■



Na trhu se začínají
prosazovat trojhranné
dózy.



PI



Trnkova 119, 628 00 Brno-Líšeň
+420 543 215 538
info@tiskarna-didot.cz

tiskárna
Didot / Printing
Packaging



Radek Sajvera

Celý svůj profesní život jsem zasvětil farmácii, vývoji a výrobě. Devět let jsem v různých pozicích pracoval v tehdejší podniku Léčiva. Od roku 1989 jsem znalost zpracování materiálů a technologie tabletování uplatnil při výrobě Pangaminu v rámci Pivovaru Braník. V roce 2004 jsem stál při zrodu společnosti RAPETO.

Cílem bylo vytvořit moderní obal na tradiční produkt

Pangamin se začal vyrábět v pražském Pivovaru Braník už v roce 1958. V oblasti balení se snaží o moderní design, který by zároveň vyjadřoval dlouhou tradici produktu. Výsledkem je nová řada obalů ve stojacích sáčcích s praktickým uzavíratelným zipem doplněná zajímavým grafickým designem. O zrodu obalu jsme hovořili se zakladatelem a generálním ředitelem firmy **RAPETO** Radkem Sajverou.

Adriana Weberová

Mohl byste představit vaši společnost a sortiment?

Jsme přední tuzemský výrobce doplňků stravy a evropský lídr ve zpracování pivovarských kvasnic. Sortiment vlastní výroby tvoří především tradiční značky Pangamin, vyrobené právě z pivovarských kvasnic, a to ve formě tablet, dražé, ale i ve formě rozpustných šupinek Kulinářských pivovarských kvasnic. Vyrábíme také například minerální, vitaminové a probiotické přípravky a nabízíme smluvní výrobu tablet a balení v podstatě do celého světa. Pangamin v různých formách a balení tvoří přibližně 50 % objemu výroby.

Jaké byly nejvýznamnější milníky v historii společnosti a co vás vedlo k založení vlastní firmy?

Klikněte pro více informací



V poslední době je o vás hodně slyšet v souvislosti s novým designem Pangaminu, kterému se budeme věnovat nejvíce, ale jaké jsou podle

vás obecné trendy v balení sortimentu z kategorie doplňků stravy?

Jednoznačně blistrování. Výrobci chtějí své produkty vizuálně přiblížit lékům, které jsou většinou v blistrech. Také máme blistrovací zařízení, ale používáme ho pro jiné firmy. Sami naše produkty do blistrů nebalíme a ani to neplánujeme. Pangamin je už po léta především v sáčcích a nehodláme to měnit.

Jak často obaly redesignujete a jakým vývojem prošel vzhled obalu na Pangamin?

Když jsem začínal v roce 1989, tak měl Pangamin hnědo-žlutou barvu. Odvíjela se logicky od barvy pivovarských kvasnic. Velice záhy jsme obal redesignovali a od roku 1991 vévodí klasickému Pangaminu zelená, která evokuje jeho 100% přírodní původ. S postupným rozšiřováním sortimentu máme například Pangamin Bifi v modré a Bifi Plus ve žluté. Od té doby zůstaly barvy stejné. A i proto zákazníci v lékárně mnohdy nechťejí Pangamin Bifi Plus v sáčku, ale žlutý Pangamin a podobně. Tak je to zažitá a neplánujeme design z hlediska barev měnit.



Původní obal byl stylově za svým zenitem.

Co vás vedlo k tak zásadnímu re-designu Pangaminu?

Cítili jsme, že od roku 1991 je příliš stejný a stylově za svým zenitem. Proč stojací sáčky? Už když jsem přišel v roce 1989 do Pivovaru Braník, Pangamin se balil do na tehdejší dobu moderního polštářkového sáčku. A právě stojací sáčky nám připadaly jako modernější forma balení navazující na tradiční historicky ověřený obal. Navíc je pro spotřebitele praktičtější. V roce 2014 jsme se proto rozhodli balení změnit. Cílem byl moderní obal při zachování barev přiřazených jednotlivým výrobkům.

Koho jste oslovili?

Napadlo nás zkusit vysokou školu grafickou. Vedení školy jsme proto požádali, jestli bychom s nimi mohli spolupracovat na návrhu nového designu. Hlavní motivací bylo oslovit a zapojit mladé lidi, které jsme chtěli novým designem zaujmout. Zadání bylo vytvořit moderní grafický design na klasický český produkt. Vedení školy souhlasilo. Vytvořila se skupina asi 20 studentů, kteří na novém designu pracovali v rámci bakalářské

PI

PRODEJ PLASTOVÝCH I SKLENĚNÝCH OBALŮ • VÝROBA PET LAHVÍ



FARMACIE - skleněné i plast. obaly a příslušenství

KOSMETIKA - obaly a příslušenství

POTRAVINÁŘSTVÍ - pet láhve a uzávěry

PRŮMYSL - obaly a uzávěry pro motorové oleje



**ZASTOUPENÍ FIRMY
BORMIOLI**

práce. Z nich jsme vybrali asi pět nejzajímavější návrhů a na konec i finální návrh, který nejvíce splňoval naše představy. Navíc vyšel i jako vítěz ze spotřebitelských průzkumů. Pak už student dostal za úkol design, kterému pracovně říkáme fleky, dokončit v našich barvách.



NOVÝM
DESIGNEM JSME
CHTĚLI OSLOVIT
I MLADOU
GENERACI.

Kolik času studenti potřebovali?

Studenti na pilotních návrzích strávili necelé dva měsíce. Další dva měsíce jsme prováděli průzkum mezi spotřebiteli a další měsíce se vítězný student věnoval oblečení celé řady Pangaminu, kterou tvoří 14 unikátních typů fleků, do nového kabátu. Kromě čtyř balení Pangaminu ve stojacích sáčcích šlo o deset druhů produktu v trojhranných plastových dózách. Výsledkem je, že každý flek je opravdu originál a i odborníci z marketingu nový design vysoce oceňují.

Pomáhal někdo studentovi s finální podobou?

Ano. Já a jedna moje kolegyně jsme byli jeho poradci a korigovali jeho kreativní rozlet.

Co bylo při zrodu nového obalu nejsložitější?

Všechno. Ale vážně: Sladit to v šíři našeho sortimentu a „obléknout“ 14 produktů nebylo jednoduché. Nejsložitější bylo, že design, který slušel sáčku, se naprosto nehodil pro plastovou dózu. Sáček má v podstatě rovnou plochu, ale

ROČNÍ PRODUKCE
PANGAMINU JE KOLEM
MILIONU BALENÍ ROČNĚ.

dózy mají jehlanový tvar. A z hlediska informací, které na obalu musí být, to byl oříšek. Některé texty na etiketách jsou na oblých rozích a podobně. Navíc jsme chtěli, aby design vyjadřoval ucelenou řadu produktů. A to nezmiňuji neustálé legislativní změny textů na obalech, které jsme museli neustále ladit. Za rok a půl jsme je měnili asi pětkrát.

Jak hodnotíte výsledný obal? Jakou technologii jste si museli pořídit?

Obal je moderní, praktický, a navíc zajímavý z hlediska grafického designu. Zásadní inovací je zip umožňující ho opakovaně neprodyšně uzavírat. Doypack navíc přináší vyšší pasivní ochranu obsahu, čočkové dno zajišťuje jeho stabilitu. Balení do stojacích sáčků bylo zahájeno v druhé polovině roku 2015 a bylo spojeno s pořízením nové plně automatizované horizontální balicí linky.

Došlo také ke změně z hlediska materiálu?

K zásadní změně nedošlo. Jde o kvalitnější třívrstvou fólii s vyššími bariérovými vlastnostmi. Obal je vyroben z polyetylenu a polypropylenu.



Za zmínku stojí také trojhranné plastové dózy, které jste začali používat jako první na světě.

Ano. Pangamin balíme i do plastových dóz. V roce 2012 jsme jako první na světě zahájili plnění našich výrobků do inovativního trojhranného obalu RX od předního švédského výrobce dóz a víček Nolato Cerbo. Troufám si říci, že tvar dózy i víčka a jeho funkčnost odpovídající nejnovějším trendům balení ve farmacii. Etiketovací stroj, který máme, byl vyvinut speciálně pro tento nový obal. Jde o úplně jinou technologii etiketování, na kterou se nedají použít nebo uzpůsobit etiketovačky na kulaté dózy. Proto si zatím trojhranné dózy skoro nikdo další nepořídil.

VÍCE O DISTRIBUCI A PLÁNECH

Klikněte pro více informací



DĚKUJEME ZA ROZHOVOR. ■



System GS1

Kontrola kvality a čitelnosti čárových kódů a 2D symbolů

Certifikovaná zařízení REA

Protokoly o verifikaci

Poradenství





Smrštitelné etikety: čeká nás boom

TERMÍN **SHRINK SLEEVE** JIŽ NA ČESKÉM TRHU VÍCEMÉNĚ ZDOMÁCNĚL A ÚSPĚŠNĚ KOEXISTUJE VEDLE ČESKÉHO EKVIVALENTU SMRŠTITELNÁ ETIKETA. S ETIKETAMI TOHOTO TYPU SE SETKÁVÁME NA NÁPOJOVÝCH LÁHVÍCH I PLASTOVÝCH DÓZÁCH NA DROGISTICKÉ ZBOŽÍ. VÝZNAMNÝM SORTIMENTEM JSOU I POTRAVINY A FARMACIE. SMRŠTITELNÉ ETIKETY MAJÍ VE SVĚTĚ I U NÁS STÁLE VZRŮSTAJÍCÍ TENDENCI, I KDYŽ SE MNOZÍ ODBORNÍCI SHODUJÍ NA TOM, ŽE V ČESKÉ REPUBLICE – I PŘES JEJICH SOUČASNÝ NESPORNÝ RŮST – SE BOOM U TOHOTO SORTIMENTU V NEJBLIŽŠÍ DOBĚ TEPRVE OČEKÁVÁ.

Alois Sklenář

Shrink sleeve patří mezi moderní, technologicky progresivní a pro zákazníky zvláště atraktivní typy etiket. I když se vyznačují celou řadou výhod, dvě jsou majoritní. První z nich je možnost aplikace. Na rozdíl od některých jiných druhů etiket lze smrštitelné etikety aplikovat téměř na jakýkoli povrch včetně těch velmi členitých. Druhým důvodem jsou marketingové důvody. Ať již celobjemová nebo jen částečně kryjící povrch, stává se etiketa významným zdrojem informací a nosičem reklamního sdělení. Přídavnou vlastností je i bezpečnostní funkce. Ta se týká především využití shrink

sleevu na skleněném obalu, který při pádu drží většinu střepů pohromadě, a tím eliminuje možnost poranění.

U shrink sleeveů se začínají uplatňovat bioplasty

Etikety jsou nejčastěji vyráběné z PVC, PET či PP, méně často se uplatňuje LDPE či OPS. I u shrink sleeveů se začínají uplatňovat bioplasty, především PLA. Tisknou se flexotiskem, hlubotiskem, v menších a středních sériích i digitálně. Důležitá je i předtisková příprava etikety, která musí respektovat limity

výroby a počítat se smrštěním v obou směrech (příčné 50 až 60, někdy i 80 %, podélné 6–10 %). Pro výrobu funkčního rukávu je nezbytné mít skvěle připravená tisková data, velikost příslušného rukávu (návleku) a dodržet stanovené bezpečnostní zóny. U zákazníka hraje důležitou roli i případná vizualizace etikety na obalu. Na tomto místě nelze nezmínit

PŘÍDAVNOU VLASTNOSTÍ SMRŠTITELNÝCH ETIKET JE BEZPEČNOSTNÍ FUNKCE.

toolkity, které byly před pouhými pár lety vyvinuty softwarovým gigantem, společností ESKO. Toolkit For labels & For shrink sleeves může využívat k vizualizaci i podkladů z knihoven materiálů od Avery Dennison. Při práci se smrštitelnou etiketou je možné v aplikaci toolkitu nadefinovat nejen její velikost a pozici (print zone), ale i svar (jeho typ a umístění vzhledem k objektu) a materiál (nejen jeho typ, ale i jeho smrštění ve vertikálním i horizontálním směru, tření apod.).

Shrink sleeves v rukou českých výrobců

Shrink sleeve etikety jsou vyráběny i u jednoho z našich etiketářských leaderů, společnosti OTK Group. Potisknutá fólie je perforována a následně lepena do rukávu, konečným procesem je finalizace do kotoučů nebo archů. Vedle PVC a PET-G nabízí OTK svým zákazníkům i environmentální výrobu z biopolymeru PLA v tloušťkách 40–240 µm. Na náročnou, ale marketingově velmi úspěšnou technologii výroby smrštitelných etiket vsadil i další kolínský výrobce, společnost Cognia press. Vedle vlastní výroby je firma vybavena i 3D skenerem k nasnímání vzorku, pro který je shrink sleeve navrhován.

Klikněte pro více informací



Mezi prvními, kdo přišel se shrink sleeve výrobou na náš trh, patří firma Martin Peroutka. Díky tiskové technologii flexotisku je možné etikety doplnit i speciálními efekty, jako je

kovoražba, termochromické, fluoreskující, reflexní nebo UV barvy, a v neposlední řadě holografické fólie nebo metalické efekty. Až deseti barvami potištěné etikety se dodávají jak v roli, tak i jednotlivě vysekané.

Mezi evropské dodavatele vícevrstevných flexibilních obalových fólií, shrink sleeve etiket a rolových etiket patří společnost FIOMO, která je od minulého roku součástí skupiny HUHTAMAKI. U kvalitně potištěných smrštitelných etiket z OPS, PET či PVC je finální úprava možná v lesklém i matném provedení. Shrink sleeve etikety na kelímky jsou na vnitřní straně opatřeny nánosem termosenzitivního lepidla (hotmeltu).

Důležitá je kvalitní technologie

Shrink sleevy lze aplikovat jak z role ve formě naperforovaného hadicového rukávce, tak i jednotlivě. K dodavatelům na našem trhu patří společnost Anopack, která dodává etiketovací zařízení určená pro automatickou aplikaci teplem smrštitelných etiket či pojistných návolek zajišťujících ochranu produktu před otevřením. Podle charakteru produktu navazují na aplikátory vhodné systémy pro dokonalé smrštění etiket, zejména tepelné a parní tunely. V současnosti lze z portfolia firmy vybírat z celé řady aplikátorů, které jsou schopny etiketovat produkty o průměru od 10 do 400 mm při výkonech od cca 2000 až do 30 000 ks/hod.

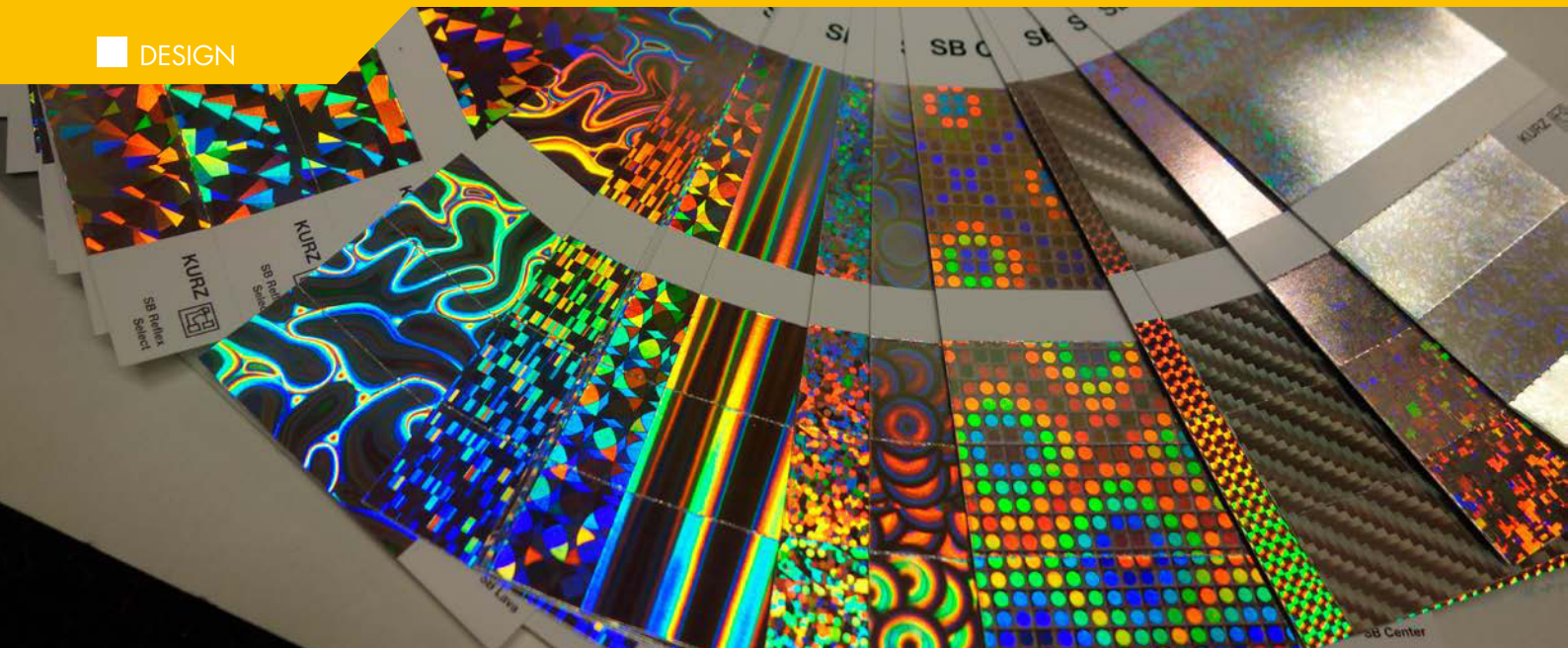
Společnost Ing. Petr Kloc a spol. patří mezi významná zprostředkovatelská a poradenská centra v oblasti projektování a dodávek tiskových strojů. Vedle tiskových technologií se však firma zabývá i dokončovacím zpracováním. Na našem trhu kromě jiných výrobců zastupuje i americkou společnost Stanford. Tato firma se zabývá výrobou zařízení nejen pro zhotovování sleeveů na bázi samosmrštitelných fólií, ale i inspekčními systémy pro jejich dokonalou kontrolu. Svařovací zařízení Stanford

AccraSeam™ patří ve své třídě k nejrychlejším systémům tohoto typu. Standardně je vhodné na šířky sleeveů v rozmezí 2" (50,8 mm) až 12" (304,8 mm). Při výrobě dosahuje rychlosti 2000 f/min. (609,6 m/min.). ■

VÍCE O PROCESU SMRŠŤOVÁNÍ

Klikněte pro více informací





Jak dodat tisku další přidanou hodnotu

SOUČASNÁ POLYGRAFIE JE NA VELMI VYSOKÉ TECHNICKÉ ÚROVNI, POČET VÝROBCŮ SPOTŘEBITELSKÉHO ZBOŽÍ VŠAK STÁLE STOUPÁ ČI SE PROMĚŇUJE. ABY BYL VÝROBNÍ SEKTOR SCHOPEN VĚTŠÍ KONKURENCESCHOPNOSTI, POŽADUJE OD OBALŮ ČASTO I DALŠÍ PŘIDANOU HODNOTU, KTERÁ VEDLE ZVÝRAZNĚNÍ A ZATRAKTIVNĚNÍ DESIGNU MÁ ČASTO I UŽITNÉ BENEFITY. K NEJBĚŽNĚJŠÍM ZPŮSOBŮM PŘI ZUŠLECHŤOVÁNÍ OBALU PATŘÍ **LAKOVÁNÍ, LAMINACE, METALIZACE ČI RAŽBA**. V SOUČASNOSTI SE VŠAK ZDALEKA NEJEDNÁ O JEDINÉ MOŽNOSTI ZUŠLECHTĚNÍ.

Alois Sklenář

Důvody k zušlechťování materiálu jsou obvykle dva – buď mu chceme dodat další užitnou vlastnost (vytvoření bariéry vůči mastnotě, vlhkosti, záření, zlepšení mechanických vlastností nebo zvýšení odolnosti vůči poškrábání), nebo chceme celek zatraktivnit designem. Častým výsledkem bývá i spojení obou těchto cílů. Cílem tohoto článku není popis jednotlivých procesů, ale zmapování alespoň zlomku možností, které současné tržní prostředí žádá.

Lesku lze dosáhnout efektními pigmenty

Efektové pigmenty se od klasických barvových liší nejen svým složením, ale i velikostí. V závislosti na velikosti částic příslušného typu pigmentu dochází ke změně výsledného vizuálního efektu – vyššího krytí a hedvábného efektu se dosahuje u menších velikostí pigmentu, naopak menší krytí, ale brilantnější lesk jsou charakteristické pro větší velikosti. Barvu, lesk a krytí



Největší výrobce funkčních i dekoračních fólií je společnost KURZ.

Premiéra na Drupě: Leonhard Kurz představil nový DM-Liner UV Ink pro digitální metalizaci



KURZ, developer procesu přenosu kovu Digital Metal, prezentoval na letošní Drupě svoji novinku DM-Liner UV Ink. Nový stroj přenáší Digital Metal fólie na papírové a plastové substráty metodou inkjet. Dekorace Digital Metal se může provádět buď před, nebo po digitálním či ofsetovém tisku. Přenosová jednotka tedy nabízí jedinečné možnosti designů a otevírá nové segmenty trhu pro poskytovatele tiskových služeb.



Volba upstream/downstream barevného tisku

Je-li metalizace prováděna v prvním kroku, přetisk vytváří zářivé metalické barvy. Souhrou parciální metalizace, přetisku a nepotíštěných ploch vznikají designy s výraznými barevnými a světelnými efekty. Tato metoda zaručuje reklamním materiálům, obalům nebo etiketám jedinečný vzhled.

Metalizace v dalších krocích otevírá jiné možnosti. DM-Liner UV Ink je vybaven registračním systémem pro přenos metalické fólie v přesném registru s tiskem, což se výborně hodí pro zakázkovou výrobu. Předtíštěné brožury, kalendáře, štítky nebo obaly mohou být digitálně dokončeny v posledním kroku a personalizovány atraktivním způsobem.

„Individualizace i dokončování tiskových produktů jsou megatrendy v grafickém průmyslu,“ vysvětluje Stefanie Schmidt, produktová manažerka Digital Metal. „Pomocí našeho digitálního procesu Digital Metal tiskárny uspokojí oba tyto trendy. A díky novému DM-Liner UV Ink mohou ofsetové tiskárny také těžit z rostoucího trhu individualizovaných tiskovin a rovněž uplatnit nákladově efektivní digitální technologii k aplikaci skutečného kovu.“

DM-Liner na bázi toneru pro formát B2

Řada Digital Metal obsahuje také DM-Liner, stroj sloužící jako přenosová stanice fólií Digital Metal pro tiskárny, které pracují s mokřím nebo suchým tonerem. KURZ představil na Drupě nový model tohoto DM-Lineru, který je schopen zpracování formátu B2. „Tímto formátem se stává naše technologie Digital Metal na bázi toneru zajímavou také pro obalový průmysl,“ vysvětluje paní Schmidt. „DM-Liner pro tonerové systémy se již

úspěšně používá pro direct mailing, vizitky, fotografické kalendáře, sezonní přání nebo obálky časopisů. Poskytuje ideální vstupní bod pro metalizaci, a to zejména pro malé a střední tiskárny.“

Paní Schmidt shrnuje: „Naše komplexní technologie Digital Metal, díky níž jsme mimo jiné členem HP Partner Programu, umožňuje široké škále tiskáren nabídnout atraktivní a pestrou paletu možností dokončování: metalické efekty s vysokým leskem a ostrým vykreslením, individualizaci jako zakázkové balení nebo etiketování, kreativní přetisk a širokou paletu holografických efektů. Díky našemu know-how v oblasti výroby optických bezpečnostních prvků můžeme vyrábět digitální fólie ve fascinujících holografických designech. DM-Liner na bázi toneru a DM-Liner UV Ink umožní digitálním i ofsetovým tiskárnám všechny tyto dokončovací varianty.“

Čtyři DM-Linery v akci na Drupě

Návštěvníci stánku D60 v hale 3 mohli vidět živou demonstraci nového DM-Liner UV Ink při aplikaci variabilních dat na farmaceutický obal. DM-Liner na bázi toneru byl v akci na třech místech: na stánku KURZ D60 se tiskla přání na formátu SRA3 tonerem na digitální tiskárně HP Indigo 7800 a poté se přání dekorovala fólií Digital Metal na stroji DM-Liner. Na stánku společnosti HP v hale 17 se tiskly archy velikosti B2 a na stánku B46 firmy Ricoh v hale 8a DM-Liner dekoroval formáty SRA3 pro obaly.

www.kurz-drupa.com

ovlivňuje složení pigmentů tvořených jádry (například slídové, syntetické) v podobě šupin. Tato jádra jsou obalena jednou nebo více vrstvami oxidů kovů s vysokým indexem lomu světla. S efektovými pigmenty se v současnosti lze setkat ve všech druzích tisku, kde se uplatňují jak v barvách, tak v lacích.



Výrazných efektů parciálního lakování lze dosáhnout i na strojích Spotmatic od společnosti Komfi.

Populární jsou pigmenty Iriodin

K nejznámějším producentům efektových pigmentů patří společnost Merck Group, která má zastoupení i v České republice. Pigmenty Colorstream se vyznačují velmi působivou proměnlivou barevností. Vysoce lesklé pigmenty s brilantní odrazivostí nabízí řada Miraval. K vývojově nejnovějším typům patří pigmenty Pyrisma, které dosahují širšího a sytějšího barvového spektra. K nejvíce uplatňovaným v současném designu patří pigmenty Iriodin, jimiž lze docílit jak zlatého či stříbrného metalického vjemu, tak i perleťového či bronzového efektu. Novinkou v této řadě je Iriodin 506 Sunset Orange, který nabízí oranžové barvy s leskem připomínajícím vjem zapadajícího slunce.

Vytváření nových povrchů s touch efektem

Zvláště u dárkové luxusní kartonáže v menších sériích se lze setkat v dokončovacím zpracování s vytvářením povrchů až již pomocí technologie tisku, nástriku či kašírováním. K působivým metodám patří aplikování různých třpytek (glitterů) v laku nebo barvě. Efekt GLITTER pak za pomoci příměsí těchto lesklých, obvykle kovových částíček zajistí vysoký třpyt a odraz na umělém světle i na slunci. V konvenčním tisku je aplikace glitterů zajištěna především sítotiskem, lze ji však použít i na některých digitálních tiskových strojích.

Klikněte pro více informací



Ražební fólie (nejen) ve znamení metalických barev

Největší výrobce funkčních i dekoračních fólií je společnost KURZ (u nás zastoupena KURZ Česká republika). S fóliemi

této firmy se zdaleka nesetkáváme jen v oblasti grafického průmyslu, ale i v automobilu, elektronice, nábytku, kosmetických produktech, textilním průmyslu a oblasti bezpečnosti a ochrany. Metalické i holografické fólie se používají jak pro horkou, tak studenou ražbu. Před pár lety společnost uvedla na trh i unikátní holografickou difrakční bezpečnostní fólii LIGHT LINE Unique, která je opatřena skrytým textem viditelným pod zvětšením (minimálně 2,5násobným). U fólie lze využít libovolný design z LIGHT LINE vzorů. Řadu novinek KURZ představil i na letošní Drupě v Düsseldorfu. Vedle designových inovací fólií pro horkou a studenou ražbu zde nechyběla ani DIGITAL METAL, která je určena pro progresivní oblasti digitálního tisku. Vzhledem k tomu, že KURZ Group patří i mezi hlavní dodavatele OVD prvků (optically variable device), nechyběly zde ani nové typy zabezpečení KINEGRAM.

V efektovém lakování jsou trendy strukturální laky

Lakování patří k nejvyužívanějším a pro spotřebitele nejatraktivnějším metodám zušlechťování. I zde lze vysledovat nové trendy. Vedle celoplošného lakování je velmi oblíbené i lakování parciální. Zatímco před pár lety bylo v efektovém lakování v módě používání dvou různých laků, které svým chemickým nesouladem vytvářely unikátní struktury (drip off, pomerančová kůra apod.), jsou již několik let v oblíbenosti strukturální laky. Vedle lakových textur vytvářených sítotiskem se strukturalizace posouvá v souladu s posunem do digitální doby směrem k digitálnímu lakování. K nejznámějším výrobcům digitálních technologií v dokončovacím zpracování patří lakovací stroje izraelské firmy Scodix, kterou v České republice zastupuje společnost DataLine Technology.

Na digitální lakování nejsou potřeba tiskové formy

Na obaly lze lakem vytvářet motivy od vlasových linií až po 3D imitace kapek. Lze reálně simulovat širokou škálu různých strukturovaných povrchů. Proti klasickým analogovým technologiím má digitální lakování výhodu v tom, že nejsou potřeba žádné tiskové formy. Pro dodání luxusu vyšší dimenze lze využívat i další možnosti včetně kombinace s glittery. Výrazných efektů parciálního lakování lze dosáhnout i na strojích Spotmatic od společnosti Komfi. UV inkjetový lakovací stroj je vhodný k vytváření lesklých ploch a různých lakových efektů, a to nejen na matném, ale i lesklém laminu. Výsledných vrstev je dosahováno několikanásobným tiskem před vytvrzením (Multipass). ■

VÍCE O STROJI SPOTMATIC ZDE

Klikněte pro více informací



Green Change Campaign – tiskárna 9028

Již jen do konce srpna můžete využít akci, kterou pro vás firma **ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM** připravila. V rámci zeleného balíčku **získáte tiskárnu 9028, dva roky záruky a 12 000 hodin údržby zdarma.** Inkoustová tiskárna 9028 je navržena a koncipována tak, aby vám přinesla inovaci, kterou si zasloužíte, s jednoduchostí usnadňující každodenní provoz.

Kontinuální inkjet technologie tiskne data spotřeby, loga i alfanumerické texty v různých jazycích pro potravinářský, nápojový, farmaceutický, kosmetický a kabelový průmysl. Díky inovativnímu inkoustovému okruhu M6 bude vaše výroba dva roky v provozu bez přerušení a svépomocí jej vyměníte za méně než 6 minut.

Tisk nad vaše očekávání...

Nově navržený hydraulický systém snížil spotřebu ředidla o 15 %. Stálá kvalita tisku je zajištěna díky automatickému řízení zásobníků. Nová řada vysoce přilnavých inkoustů je



schopna značení na nejvíce problematické materiály včetně rychleschnoucích MEK-free inkoustů a trvalých inkoustů.

Spusťte si ji sami...

Intuitivní ovládání pomáhá denně řídit vaši tiskárnu efektivně a samostatně. Rychlá tvorba a nahrání dat probíhá prostřednictvím navrženého uživatelského rozhraní a USB připojení. Odolná konstrukce umožňuje přesunout a instalovat zařízení, kamkoliv potřebujete.

„Nabízíme výrobky renomované značky, které procházejí neustálou inovací, a můžeme tak vždy zákazníkům nabídnout něco navíc. Servis, podporu, a zejména nízké náklady na údržbu. Jedním z klíčových parametrů tiskových technologií jsou celkové náklady na provoz technologie (TCO). Markem-Imaje klade na tento parametr velký důraz a ve směru k zákazníkům deklaruje tyto údaje s maximální transparentností,“ říká Pavel Ondrášek, jednatel společnosti ONDRÁŠEK INKJET SYSTEM.

PI

9028 PACK

Green Change Campaign

Time to redefine your coding footprint

Green pack:

**1x tiskárna 9028 + 2 roky záruky
+ 12 000 hodin údržby zdarma**

**platí do konce
srpna 2016**

ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM
výhradní distributor Markem-Imaje
komplexní značící technologie pro výrobní a balicí linky

ONDRÁŠEK
www.ondrasek.cz

markem-imaje
the team to trust

WorldStar Packaging Awards: ceny byly rozděány v Budapešti

MAĎARŠTÍ ORGANIZÁTOŘI ZVOLILI PRO PŘEDÁVÁNÍ LETOŠNÍCH CEN VÍTĚZŮM GLOBÁLNÍ OBALOVÉ SOUTĚŽE **WORLDSTAR PACKAGING AWARDS** PROSTORY RAM COLOSSEUM V BUDAPEŠTI. CEREMONIÁL PROBĚHL V DRUHÉ POLOVINĚ KVĚTNA. MEZI OCENĚNÝMI EXPONÁTY V KATEGORII NÁPOJŮ NECHYBĚLY DÁRKOVÉ A PRÉMIOVÉ OBALY.

Kateřina Kolářová

Přes soutěž OBAL ROKU, kterou pořádá OBALOVÝ INSTITUT SYBA, se mezi hráče do světové soutěže dostala také slovenská společnost **GRAFOBAL** s dárkovým obalem na víno Gift Packaging for wine. Konstrukce tohoto dárkového obalu se skládá ze dvou částí. Spodní díl je opatřen čtyřmi klopami, které po složení láhev bezpečně fixují. Vrchní díl potvrdí správnost svého postavení kliknutím. Složení je velmi snadné, naopak otevření dokonale uzavřeného obalu znamená objevnou výpravu. Vrchní část otevřeme díky dvěma otvorům pro prsty, jemným tlakem je třeba překonat sílu záklopky a bez poškození můžeme obal opětovně použít.

Rakouská společnost **Stölzle Flaconnage** představila na první pohled velmi jednoduchou a designem elegantní láhev na whisky. Jedinečná modrá barva je obecně mezi odborníky považována za velmi náročnou na zpracování. Svět whisky je převážně zacílen na muže, ale lahev Haig Club byla na základě recenzí velmi dobře přijata i ženami.

Obal z kamene? Ano, pro čaje Macrobian Tea vyvinula čínská univerzita obal podporující zdravější životní styl, kdy jako materiál použila minerál často využívaný v čínské medicíně. Absorbuje těžké kovy a uvolňuje stopové prvky, které jsou nezbytné a užitečné pro lidské tělo. Kamenná nádoba je vkládána do krabičky z lokálního rákosu, protože **Wuhan University of Technology** věří, že tím přispěje ke snížení nákladů na dovoz použitého materiálu a ochraně životního prostředí.



Lahev Haig Club

Zajímavým obalem, také z čínské provenience, je čajový obal pro Ducumu, jehož surovinami jsou opět přírodní materiály – papír a len. Neotřele působí LED lampy a mobilní napájecí zdroj. Společnost **Shenzhen Green Song Design Consultant** nabízí řešení, co s použitým obalem – po spotřebě je možné z něj jednoduše sestavit stolní lampičku.

Ti z vás, kteří ocení dobré víno, vědí, že by láhve měly být skladovány naplocho. Brazilská společnost **FuturePack Consulting** navrhla obal, který tento požadavek splňuje.

Wine horizontal uchová láhev ve vodorovné poloze. Použitým materiálem je rozešlepená lepenka, inspirace ale odkazuje na produkty z kůže. Dokonale zpracované pouzdro se uzavírá

na západku a slouží i jako dárkové balení i pro bezpečnou dopravu. Další výhodou je možnost použití přední strany pro prezentační účely. ■

Wines horizontal pack



Gift packaging for wine



Čajový obal pro Ducumu



Macrobian Tea



Již více než 24 let spolu s vámi nalézáme ideální řešení vašich potřeb v oblasti tisku a následného zpracování etiket a obalů.

Tisk

Převíjení a prořez

Speciální operace

Svařování sleeveů

Kontrola produkce

Hospodaření s odpady

- NILPETER** dánský výrobce tiskových strojů patří mezi absolutní světovou špičku v oblasti kotoučových tiskových strojů nabízející ofsetové, flexotiskové, sítotiskové, hlubotiskové a digitální stroje.
- PRATI** italský výrobce převíjecích, prořezávacích, inspekčních a vysekávacích automatů určených pro zpracování produkce z tiskových strojů v nekompromisní kvalitě.
- NEWFOIL** anglický výrobce rotačních strojů pro následné zušlechtnění vytištěné produkce pomocí horké ražby či aplikace hologramů nebo pomocí plastické ražby.
- STANFORD** americký výrobce zařízení pro zhotovování sleeveů na bázi samosmrštitelných fólií a zařízení pro dokonalou kontrolu zhotovených sleeveů.
- NIKKA** německý výrobce videoinspekčních zařízení pro 100% kontrolu kvality produkce na rotačních tiskových strojích či na rotačních převíjecích zařízeních.
- MATHO** německý výrobce zařízení pro centrální nonstop odtah bočních ořezů, samolepicích mřížek a jiných odpadů vznikajících při tisku či zpracování samolepicích etiket a obalů.

Kontaktujte nás na:

KLOC s.r.o.

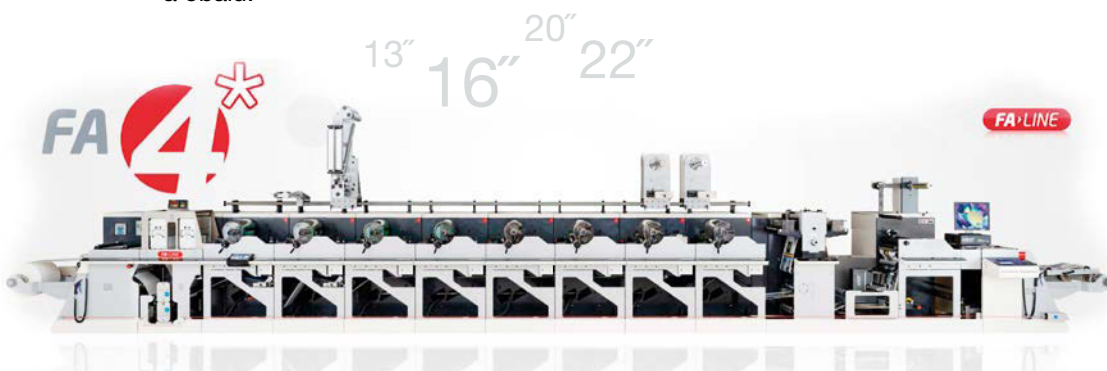
Českobrodská 854/34c

190 01 Praha 9

www.kloc.cz

michal@kloc.cz

+420 271 741 020





Globální standard se ve zdravotnictví osvědčil

MEZINÁRODNÍ ORGANIZACE GS1 JIŽ VÍCE NEŽ DESET LET POŘÁDÁ CELOSVĚTOVÉ ZDRAVOTNICKÉ KONFERENCE. ZA TU DOBU SE PODAŘILO VYBUDOVAT ROZSÁHLOU KOMUNITU, KTERÁ JE DNES AKTIVNÍ V ŠIROKÉ ADOPCI STANDARDU GS1, A TO OD FARMACEUTICKÉHO PRŮMYSLU PŘES LÉKÁRNY, NEMOCNICE, ZDRAVOTNÍ POJIŠTOVNY A REGULAČNÍ INSTITUCE AŽ PO REGIONÁLNÍ A CELOSVĚTOVÉ ASOCIACE. JEDNA Z DOPROVODNÝCH SEKČÍ BYLA VĚNOVÁNA **PROBLEMATICE ZNAČENÍ VÍCEJAZYČNÝCH BALENÍ**.

Pavla Cihlářová, ředitelka GS1 Czech Republic

Posun od teorie k praxi je na konferencích opravdu viditelný: Na prvních akcích hovořili převážně zástupci GS1 a společně s různými konzultanty a experty se snažili ukázat výhody a potenciál využívání standardů ve zdravotnictví. V současné době jsou konference téměř výhradně věnovány zkušenostem z praxe a prezentujícími jsou sami uživatelé z nejrozličnějších oblastí poskytování zdravotnické péče. Nejínak tomu bylo i na zdravotnickém fóru GS1 v Budapešti.

Poslední zdravotnické konference, která proběhla vloni v metropoli Maďarska, se účastnilo více než 300 odborníků ze 75 zemí. Kromě zástupců farmaceutického průmyslu byli mezi účastníky pracovníci zdravotnických zařízení, regulačních institucí i představitelé evropských a světových odborných svazů a asociací. Konference měla tři nosná témata: implementaci standardů GS1 v nemocnicích a sledovatelnost a problematiku standardního značení.

Identifikace jednotlivých dávek pohledem výrobce

Hovořilo se například o identifikaci jednotlivých léčebných dávek (tzv. single units) z pohledu výrobce. Sébastien Langlois-Berthelot, který pracuje jako koordinátor Systému GS1 ve společnosti F. Hoffmann-La Roche, uvedl, že se problematikou zabývají již od roku 2010. V současné době mají vybavením potřebným pro serializaci osazeno 60 % výrobních linek, a jsou tedy schopni značit pomocí symbolu GS1 DataMatrix primární balení tablet, blistry i ampulky s injekčními nebo infuzními roztoky. V závěru svého vystoupení uvedl: „Za farmaceutický průmysl mohu jednoznačně potvrdit, že identifikace jednotlivých léčebných dávek je rozhodně technicky proveditelná. Samozřejmě často je to komplikované, protože máme zpravidla k dispozici velmi malý prostor a kromě kódu GS1 DataMatrix je nutné na etiketách uvádět i mnoho okem čitelného textu. Na druhou stranu je potřeba si uvědomit, že požadavek na serializaci a značení šarže a expirace na každé jednotlivé léčebné dávce se ze strany nemocnic bude objevovat stále častěji.“

Organizace EMVO byla založena v únoru roku 2015 a jejími zakladateli jsou významní hráči zdravotnického sektoru – Evropská asociace eurofarmaceutických firem (EAEPC), Evropská federace farmaceutického průmyslu a asociací (EFPIA), Evropská asociace výrobců generických léčiv (EGA), Evropská federace plnosortimentních distributorů (GIRP) a Svaz lékárníků Evropské unie (PGEU).

Evropský systém pro verifikaci léčiv realitou

Na konferenci nechyběl Stefen Sora, vedoucí oddělení Léčivé přípravky – kvalita, bezpečnost a efektivita na Generálním ředitelství pro zdraví a spotřebitele při Evropské komisi. Sora hovořil na téma verifikace léčiv v kontextu směrnice EU o ochraně dodavatelského řetězce proti padělkům. Evropská komise předpokládá, že po roce 2019 budou všechny členské státy (s výjimkou Belgie, Řecka a Itálie) mít plně funkční harmonizovaný systém verifikace léčiv s využitím jednoznačného identifikátoru kódovaného do 2D kódu. Systém bude garantovat kontrolu ve všech bodech zdravotnického řetězce, kde budou léčiva vydávána do spotřeby. Mělo by se jednat o propojený a interoperabilní systém databází, které budou spravovány na národní nebo regionální úrovni a pod dohledem kompetentních autorit.

EMVO chce založit národní organizace pro ověřování léčiv

Poněkud konkrétněji hovořil o aktuálním stavu implementace evropského systému pro verifikaci léčiv generální ředitel

**BOTTLING
PRINTING**

jednička v průmyslovém značení

**Hledáte technologie
pro komplexní potisk
identifikačních údajů na
svá léčiva?**



**Zdarma posoudíme
možnosti úspor provozních
nákladů ve vaší výrobě
a připravíme řešení na míru.**



Showroom Mikulov



www.bprinting.eu



534 001 345



Evropské organizace pro ověřování léčiv (EMVO) Andreas M. Walter. Úkolem EMVO bude zajistit funkční panevropskou platformu pro verifikaci léčiv v duchu směrnice EU o padělaných léčivých přípravcích.

VÍCE O PLATFORMĚ ZDE

Klikněte pro více informací



Směrnice ovlivní celý výrobní proces

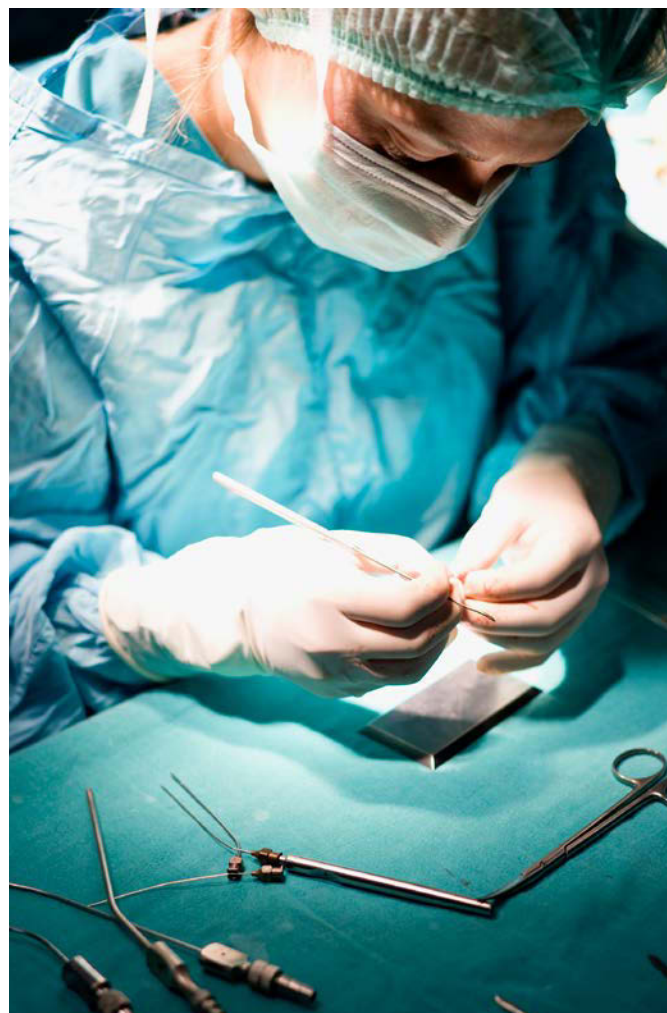
V dalších doprovodných prezentacích se hovořilo zejména o dopadech směrnice o padělaných léčivých přípravcích na farmaceutické firmy, zejména na výrobce generických léčiv. Například společnost Teva prezentovala názor, že směrnice skutečně významně ovlivní parametry celého výrobního procesu. Je to pro ni opravdu komplexní výzva, protože má široké portfolio a zároveň obrovské objemy výroby. Jenom pro představu: jedná se o více než sto vysokorych-

**PRO CELÝ SYSTÉM
JE ŽIVOTNĚ DŮLEŽITÁ
VYSOKÁ MÍRA
STANDARDIZACE.**

lostních výrobních linek, které bude nutno osadit příslušným hardwarovým i softwarovým vybavením. Také napojení na jednotlivá datová úložiště na cílových trzích bude náročné, vše bude nutno integrovat do informačního systému společnosti. Proto je pro celý systém životně důležitá vysoká míra standardizace, kterou je možné nejefektivněji zajistit právě nasazením globálního standardu GS1 jak na úrovni značení léků, tak i v oblasti komunikace dat vůči národním databázím.

Problematika značení vícejazyčných balení

Jedna z doprovodných sekcí byla věnována problematice značení vícejazyčných balení, resp. balení pro více trhů, a problematice využívání globálního GTIN versus národního NTIN (NTIN je prefix přidělený národní autoritě pro



kontrolu léčiv, která pak čísla vydává jako součást registrace pro daný národní trh). V případě GTIN je možné léky prodávat kdekoliv, v případě NTIN mohou samozřejmě nastat komplikace. Proto existuje tzv. aplikační identifikátor (neboli definované datové pole v rámci Systému GS1) NHRN, tzv. National Healthcare Reimbursement Number. Identifikátor je vyhrazen pro identifikační číslo národní registrace léčiv a je atributem ke globálnímu číslu GTIN. Čistě teoreticky mohou být k jednomu GTIN vztažena i dvě nebo více takových národních registračních čísel, což může pomoci řešit požadavky na shodnou etiketu pro více trhů. Z praktického hlediska je však potřeba si uvědomit, že etiketa nebo obal léků vždy představuje malou plochu, a to může často být limitujícím faktorem při úvahách o navýšení počtu kódovaných i okem čitelných informací. ■

**BOTTLING
PRINTING**

**VZOREK
POTISKU
ZDARMA**



Požádejte nás o bezplatné potištění vzorku vašeho výrobku!



Dokáže vaše etiketa prodat?

část I.

Nejdříve je třeba si uvědomit, jaký je rozdíl mezi obalem a etiketou. Hlavní rozdíl tkví v podstatě v tom, že etiketa nabízí menší plochu než obal (ať již krabice, sáček nebo jiný druh), a pro designéra je tak těžší zajistit efektivní komunikaci. **HLAVNÍM ÚKOLEM ETIKETY JE**, stejně jako u obalu, **PŘESVĚDČIT SPOTŘEBITELE** ke koupi – přinejmenším v případě rychloobrátkového spotřebního zboží.



Pokusíme se shrnout několik základních rad, jak na omezeném prostoru spotřebiteli jasně a přesvědčivě podat potřebné informace, a tak mu pomoci správně vybrat.

Etikety lze v podstatě rozdělit do čtyř kategorií:

- Samostatná vyřezávaná nebo vysekávaná nalepovací etiketa nesoucí veškeré podstatné informace (běžně například na lahvích).
- Etiketa doplněná o sekundární zadní etiketu nesoucí méně důležité informace (rovněž často k vidění na lahvích).
- Obvodová etiketa, která obsáhne poměrně hodně informací.
- Rukávová etiketa, která obepíná celý obal (běžně opět u lahví). V současnosti jsou tyto etikety většinou tištěny digitálně.

Tento článek je o komunikaci, tedy předně o tom, co je na etiketách natištěno, ale neměli bychom zapomínat, že se na komunikaci může výrazně podílet i sám materiál (papír, plast, kov, fólie, písek atd.) a pochopitelně povrchové úpravy, jako je zlatá ražba, laminace, reliéfní ražba, perforace a podobně. Dovolíme si nabídnout vám dvanáct tipů, jak na výraznou, zajímavou a přesvědčivou etiketu, která váš výrobek skutečně dokáže prodat.

1. Velikost etikety

Je jasné, že čím je etiketa menší, tím jednodušší musí mít design. Dva ukázkové příklady jsou Chiquita, na jejíž etiketě nenajdeme nic než samotnou značku a její ikonu, a Jazz s ikonou označující původ těchto vynikajících jablek (zde švýcarská vlajka). Dobrým příkladem je rovněž etiketa Primagusto řetězce Coop. Méně je zde opravdu více. K čemu je text, který nikdo nedokáže přečíst?

2. Branding

Stačí se podívat výše. Chiquita svou značku propaguje především dvěma prostředky – etiketou na samotném produktu a jednoduchým potiskem na přepravní krabici. Buď to udělejte velké, nebo vůbec.

Je třeba podotknout, že chytrí marketéři dnes již (konečně) chápou, že ikona je důležitější než logo. Stále více značek tak v současnosti zdůrazňuje svou ikonu, protože je schopna působit na emoce více než sama značka. Jedním z pěkných nových příkladů je sopečný kráter na lahvi vody Volvic. A když už jsme u branding, jednou z oblíbených popisných značek je Null Komma Josef (tedy ani co by se za nehet vešlo), rakouské nealkoholické pivo s 0,8% obsahem alkoholu.

3. Výzva

Slabinou většiny dnešních etiket je to, že jejich designér (nebo manažer značky) zapomněl, že etiketa musí předně umět PRODAT, a neopatřil ji proto informacemi, které by mohly získat spotřebitele. Marketéři tyto informace nazývají termíny unique selling proposition nebo reason to buy, ale ať jim budete říkat jakkoli, vždy se v jejich formulaci snažte použít sloveso. Slovesa jsou totiž na rozdíl od podstatných jmen akční a lépe navazují komunikaci.

Mistrem v tomto ohledu je stále Julius Maggi, který na počátku minulého století opatřil své legendární ochucovací Würze etiketou se třemi přesvědčivými sděleními:

- Für jede Küche (Do každé kuchyně)
- Ist einzig (Je jedinečné)
- Ist unübertrefflich (Je nepřekonatelné)

Na níže uvedených fotografiích je speciální edice z roku 2002 oslavující tento jedinečný produkt (lahvička i etiketa). Ještě níže si můžete prohlédnout verzi Lars Wallentin této oblíbené etikety, kterou kdysi Lars Wallentin dostal darem. Současným mistrem v promlouvání ke spotřebiteli prostřednictvím etiket je švýcarská společnost Emmi, která plastové kelíčky svých mléčných nápojů zdobí všemožnými nápisy, jako třeba: To je vážně něco nebo Jako od špičkového baristy. Pokračování v příštím čísle.

modelgroup.com



VÍCE NEŽ 72 % ČECHŮ NEPOZNÁ PADĚLANÝ LÉK



KAŽDÝ MĚSÍC HLÁSÍ **STÁTNÍ ÚSTAV PRO KONTROLU LÉČIV** (SÚKL) NOVÝ VÝSKYT PADĚLKŮ LÉKŮ A POČET ODHALENÝCH PŘÍPADŮ NARŮSTÁ. ČASTO SE JEDNÁ O SPECIALIZOVANÉ PŘÍPRAVKY NA PŘEDPIS, JAKO JSOU ANTIBIOTIKA NEBO CYTOSTATIKA. NELEGÁLNÍ LÉČIVA JSOU KLAMNÁ V TOM, ŽE SE TVÁŘÍ JAKO ORIGINÁLNÍ. K JEJICH ODHALENÍ BY LÉKÁRNÍKŮM MĚL POMOCI 2D KÓD.

Adriana Weberová

Nelegální léky mohou obsahovat zdraví škodlivé látky a jejich užití může přímo ohrozit zdraví člověka. Riziko narůstá v souvislosti s tím, že více než 72 % Čechů by padělaný lék nepoznalo. Část si také předpisové léky obstarává přes internet, kde je riziko koupě nelegálního léčivého přípravku největší.

To vyplynulo z aktuálního průzkumu Asociace inovativního farmaceutického průmyslu (AIFP), který provedla společnost IPSOS na vzorku 518 respondentů z běžné populace. „Padělané léky představují závažnou hrozbu pro zdraví pacientů. Pokud už nějakou účinnou látku obsahují, může jít o jiné množství, než je doporučené dávkování. Časté jsou také případy, kdy lék obsahuje naprosto jiné látky, jako třeba křidu,“ potvrzuje Jakub Dvořáček, výkonný ředitel AIFP. Bylo například zjištěno, že padělek obsahoval jed na krysy. Důvodem může být skutečnost, že nelegální léky se často vyrábějí v nevhodných a nehygienických podmínkách.

Padělané léky představují hrozbu nejen pro zdraví pacientů, ale poškozují i výrobce léčiv a distributory. Proto vznikl Evropský model ověřování ESM (European Stakeholder Model). Tento model vychází ze směrnice Evropského parlamentu a Rady 2001/83/ES stanovující podrobná pravidla pro ochranné prvky na obalech humánních léčivých přípravků. Projekt sdružuje subjekty napříč dodavatelským řetězcem tak, aby bylo možné sledovat cestu léku od výrobce až k pacientovi.

Zkopírovat balení není pro padělatele problém

Nelegální léčiva a padělky jsou nejzrádnější v tom, že se tváří jako originální. „Zkopírovat balení není pro padělatele problém. Falešný lék často odhalí až snaha o jeho dohledání podle čísla šarže nebo chemický rozbor, což běžný člověk pochopitelně udělat nemůže,“ uvádí Jakub Dvořáček a dodává:

Asociace inovativního farmaceutického průmyslu (AIFP) v České republice sdružuje 33 společností. Členem se mohou stát farmaceutické společnosti, které mají vlastní výzkum a vývoj, uvádějí na trh nové inovativní léky a jsou ochotny se zavázat k dodržování přísných etických pravidel stanovených Etickým kodexem AIFP. AIFP je členem Evropské federace farmaceutických společností a asociací (EFPIA). ■

„Právě kvůli ochraně pacientů vzniká systém ověřování léků ESM.“ Krabičky budou od roku 2019 opatřeny speciálním 2D kódem, obsahujícím minimální obsah povinných dat (tj. unikátní identifikace léku, číslo šarže a doba použitelnosti), který lékárník načte a zjistí, zda je lék pravý.

Ověření původu léku bude prováděno pomocí speciálního 2D kódu umístěného na balení. Česká databáze bude

propojena s evropským systémem, který se skládá z evropského úložiště, jež je propojeno s řadou národních úložišť. Systém by mohli využívat i lidé, kteří si lék zakoupí na internetu. Právě to je způsob, kudy se padělané léky dostávají

pochybách mohli donést do lékárny a s lékárníkem si pomocí unikátního identifikačního 2D kódu ověřit jejich pravost. Bezpečnost by měla být zvýšena použitím pečete proti manipulaci s obsahem balení. Správa systému bude prováděna nezávislou neziskovou organizací. Dohled bude zajištěn EU a příslušnými národními úřady.

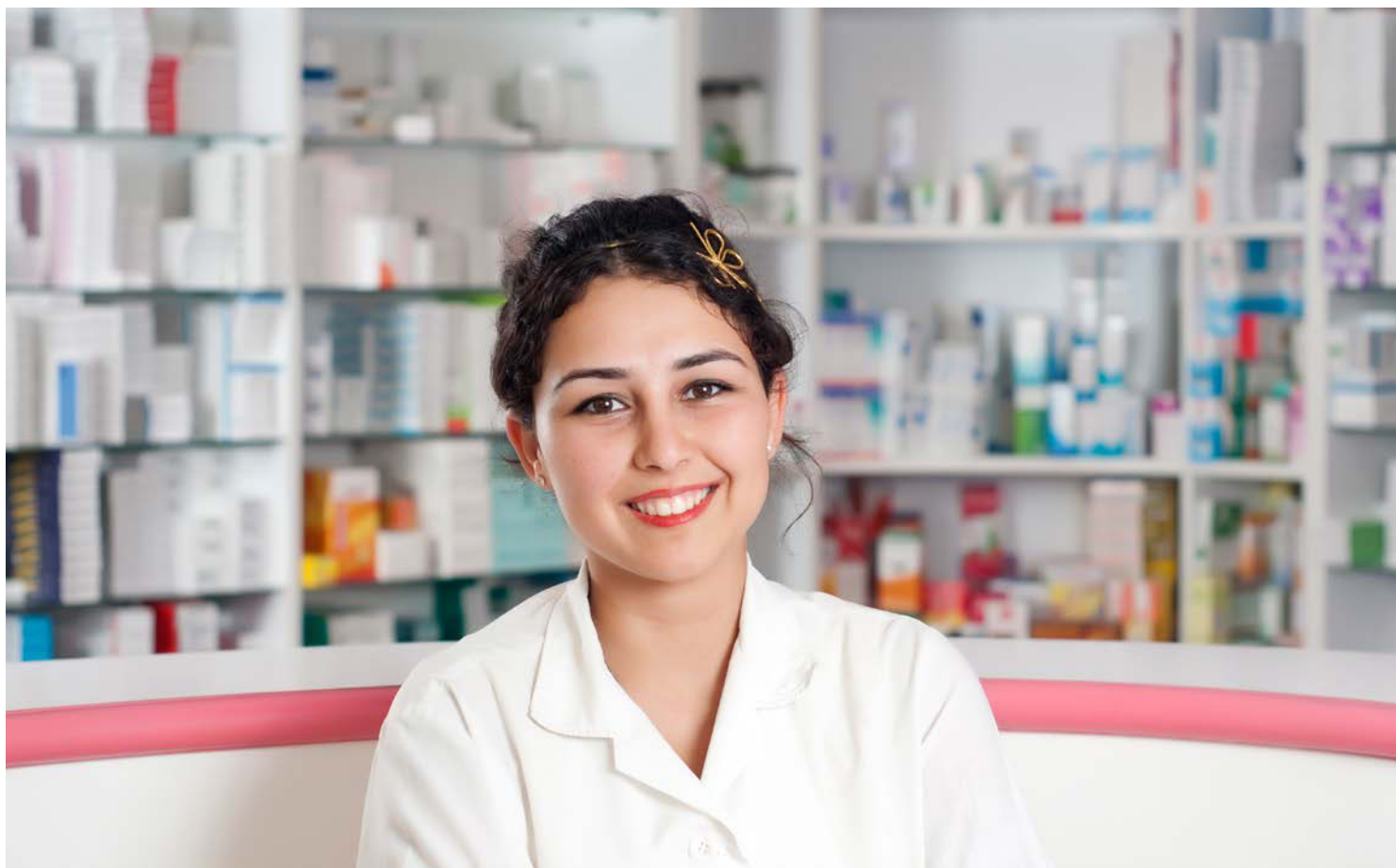
NELEGÁLNÍ LÉČIVA A PADĚLKY JSOU NEJZRÁDNĚJŠÍ V TOM, ŽE SE TVÁŘÍ JAKO ORIGINÁLNÍ.

k uživatelům nejčastěji. „Nejedná se přitom jen o volně prodejné léky a doplňky stravy. Podle našeho průzkumu si až desetina lidí po internetu obstarává i specializované léky na předpis. Nejčastěji se jedná o antibiotika nebo cytostatika, která se používají k léčbě nádorových onemocnění,“ připomíná Jakub Dvořáček. I takto zakoupené léky by pacienti při

Nemocnicím chybí skenery

Pilotní fáze projektu ověřování léčiv by se měla uskutečnit v roce 2017. Plné fungování systému je plánováno od roku 2019. V současné době se zkoumá připravenost zdravotního prostředí na zavedení systému a všechny možnosti, aby pacienti byli co nejvíce ochráněni. Z průzkumu AIFP například vyplývá, že nemocnice jsou nedostatečně vybaveny skenery kódů a využívají v rámci jednoho zařízení různé IT systémy. V lékárnách jsou sice zavedeny procesy skenování čárových kódů při výdeji, avšak i lékárny stále využívají různé IT lékárenské systémy a v některých oblastech je nedostatečné i pokrytí datovým připojením.

Z dalších šetření dále vyplývá, že lékárníkům lidé důvěřují nejvíce. V případě podezření na neoriginální lék by se 70 % z nich obrátilo o radu právě na ně. Proti roku 2013 se důvěra v lékárníky zvýšila o 14 %. Další nejčastější možností, kam by se pacienti obrátili, je jejich ošetřující lékař. ■





TRIMAN, HŘEBÍK DO RAKVE JEDNOTNÉHO TRHU

HRDÁ VELKÁ FRANCIE V ROZPORU S BUDOVÁNÍM JEDNOTNÉHO EVROPSKÉHO TRHU UVALILA NA ŘADU KOMODIT OD LEDNA LOŇSKÉHO ROKU DALŠÍ POVINNOST. JIŽ ROK A PŮL JE NUTNÉ VYBRANÉ SKUPINY VÝROBKŮ OZNAČOVAT SPECIÁLNÍM SYMBOLEM **TRIMAN** DOKLÁDAJÍCÍM RECYKLOVATELNOST TĚCHTO VÝROBKŮ. **OBALOVÝ INSTITUT SYBA** VYUŽIL SVÝCH MEZINÁRODNÍCH KONTAKTŮ, OSLOVIL I VELVYSLANECTVÍ ČR V PAŘÍŽI A RECIPROČNĚ I VELVYSLANECTVÍ FRANCIE V PRAZE A FRANCOUZSKOU OBCHODNÍ MISI, ABY ZÍSKAL VYSVĚTLENÍ, KDO, JAK, NA CO PŘESNĚ A ZA JAKÝCH PODMÍNEK MUSÍ POVINNÉ ZNAČENÍ POUŽÍT. ZVLÁŠT PLODNOU SE UKÁZALA SPOLUPRÁCE S OBCHODNĚ-EKONOMICKÝM ÚSEKEM NAŠÍ PAŘÍŽSKÉ AMBASÁDY.

Vlado Volek, Kateřina Kolářová, Vincent Chamagne

Filozofií nového loga je sloužit spotřebitelům a povzbuzovat je ve třídění odpadů v domácnosti. Značku je nutno umístit na nábytek, textilní výrobky, emballage ménagers, boty, tiskoviny a pneumatiky. Termín „emballage ménagers“ je do angličtiny Francouzi překládán jako „household packaging“ – v češtině se stále hledá vhodný výraz. Z textu zákona i příručky lze vyvodit, že se jedná o obaly zboží, které se rozbaluje v domácnosti.

Pojem emballage ménagers zavedla novela francouzského zákona o životním prostředí (Code de l'environnement), aniž jej definovala, přičemž chybí i provázanost na francouzskou, a tudíž i evropskou environmentální legislativu, jak ji známe pod obalovým zákonem u nás. Tímto domobalem může být jak prodejní spotřebitelský obal, tak i obal skupinový: lepenkový multipack na nápoje.

Výjimky z označení symbolem TRIMAN

Již rok a půl je nutné vybrané skupiny výrobků značit speciálním symbolem TRIMAN, dokládajícím recyklovatelnost těchto výrobků. Některé z recyklovatelných odpadů jsou z povinnosti označení tímto symbolem vyjmuty. Jedná se o skleněné obaly výrobků určených pro domácnosti, baterie a akumulátory určené pro běžné použití, tedy výrobky podléhají speciálnímu označení, dále o elektrozařízení (výrobky podléhají speciálnímu označení) a specifické nebezpečné odpady.



Co se týče baterií jako produktu, jsou zproštěny povinnosti být označeny logem TRIMAN, protože se na ně aplikuje značka přeškrtnuté popelnice. Ale obaly baterií a elektrozařízení označeny být musí.

TRIMAN nesmí být předmětem tvůrčí aktivity designéra

Piktogram TRIMAN v sobě nese hluboký náboj. Kruhová šipka naznačuje recyklaci, tři malé šipky motivují k tříděnému sběru a postava orientovaná doprava ukazuje v levicové Francii ke světlým zítřkům. Značka musí být dobře viditelná a její tvar nesmí být předmětem tvůrčí aktivity designéra: žádné změny proporcí.

Na zboží či obalech, které nejsou recyklovatelné (pozor na plastové obaly, Francie je zde velmi, velmi specifická, protože některé plasty se netřídí), se nesmí použít přeškrtnutá značka TRIMAN. Barva značky není předepsaná, může být i inverzní provedení, nutné je dodržet dostatečný kontrast vůči pozadí. Je zapovězeno duhové provedení značky, tj. jednotlivé prvky musí být vyvedeny stejnou barvou. Velikost se pohybuje regulérně od rozměru od 1 x 1 cm po 4 x 4 cm. U malých obalů může velikost klesnout až na 6 x 6 mm. Ochranná zóna je dvojnásobkem šířky kruhové šipky.

Jsou-li na obale další recyklační či jiné environmentální značky, například zelený bod, značka TRIMAN nesmí být menší než ostatní značky. Když český nebo slovenský výrobce baleného zboží pro Francii umístí na obal zde tolik oblíbeného panáčka s košem (tiddy man, hrabokoš), značku TRIMAN musí vytisknout minimálně stejné velikou.

Dodatečné sdělení

Výrobce může spotřebitele informovat dalšími instrukcemi, jak naložit s obalovým odpadem, dodatečným sdělením připojeným v rámečku ke značce TRIMAN. Rámeček sám musí respektovat ochrannou zónu kolem této značky. Je možné použít piktogramy nebo slovní instrukce, samozřejmě ve francouzštině, například: papírová krabice bonboniéry je recyklovatelná, dejte ji do sběru, plastová vložka nikoli. Aby se výrobce elegantních dámských lodiček vyhnul ražbě loga na lodičky (než se TRIMAN stane žádaným módním doplňkem), nechá vytisknout značku na krabici a doplní ji sdělením co udělat s ošoupanými botami a jak naložit s krabicí.

Hřebík do rakve jednotného trhu legitimně

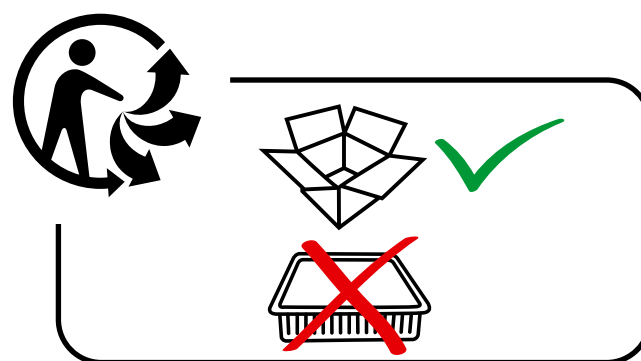
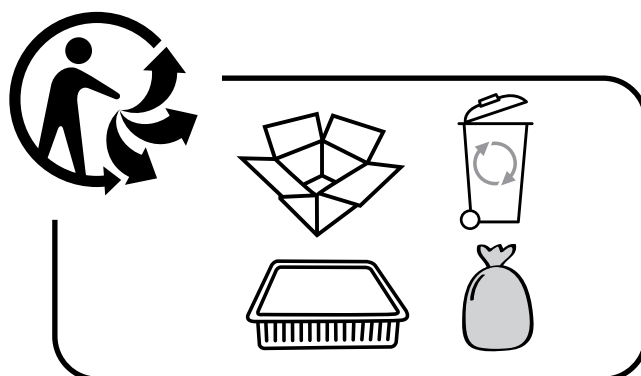
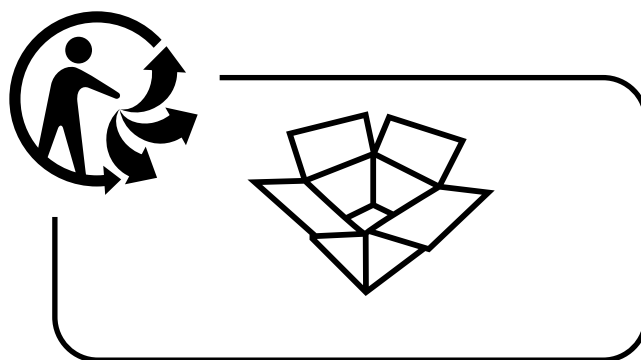
Produkty, které jsou předmětem jiného značení, rovnocenného značení logem TRIMAN, přijatého jiným státem Evropské unie a tvořícího součást jeho právního řádu, jsou zproštěny povinnosti užívat značení TRIMAN. A to v souladu s články 34 a 36 Smlouvy o fungování Evropské unie (princip vzájemného uznávání). Nicméně v současnosti žádné takové označení neexistuje, a logo TRIMAN tedy nahrazeno být nemůže. U nás široce zavedené trojúhelníky

se šipkami symbolizujícími recyklovatelnost (oběh materiálu výrobku) v žádném případě značku TRIMAN nenahrazují, nejsou totiž ze zákona povinné.

Sankce až do výše 100 000 eur

V případě nedodržení předpisu týkajícího se označování recyklovatelných výrobků podle příslušného předpisu může být uložena pokuta do výše 100 000 eur a fyzické osobě trest odnětí svobody až dva roky. ■

Doplňující instrukce u značky TRIMAN může mít namísto textu i formu vhodného piktogramu.



Češi loni vytrídili skoro čtyřikrát více odpadu než před 15 lety!

PAPÍR, SKLO, PLASTY A NÁPOJOVÉ KARTONY UŽ S NAPROSTOU SAMOZŘEJMOSTÍ TŘÍDÍ TŘI ČTVRTINY OBYVATEL ČESKÉ REPUBLIKY. A ZATÍMCO PŘED 15 LETY VYTŘÍDIL KAŽDÝ ČECH V PRŮMĚRU 12 KILOGRAMŮ ODPADŮ ZA ROK, LONI SE UŽ PRŮMĚRNÉ MNOŽSTVÍ NA JEDNOHO OBYVATELE POHYBOVALO OKOLO 54 KILOGRAMŮ. OD ROKU 2000 TAK OBYVATELÉ ČESKÉ REPUBLIKY SPOLEČNĚ VYTŘÍDILI PŘES 8,3 MILIONU TUN OBALOVÉHO ODPADU. TO PŘEDSTAVUJE STEJNÝ OBJEM, JAKO MÁ PAMÁTNÁ HORA ŘÍP.

Hana Hradecká, EKO-KOM

Na oživení ekonomiky a růst kupní síly v České republice reaguje i obalový průmysl a roste i množství vyprodukovaného odpadu z obalů. Loni umístili výrobci na tuzemský trh bezmála milion tun nevratných obalů. Dobrá zpráva ale je, že paralelně s tím roste i objem vytríděného obalového odpadu. Pro 72 % obyvatel ČR se stalo třídění odpadu zcela běžnou praxí; loni se díky tomu celkově vytrídilo a znovu využilo 730 662 tun obalových odpadů.



„Díky neustále se zlepšujícím podmínkám pro třídění, aktivní spolupráci s 6085 obcemi v České republice a vzdělávacím aktivitám, které EKO-KOM realizuje, třídí Češi čtyřikrát více než před 15 lety. Za uplynulých 15 let obyvatelé vytrídili přes osm milionů tun odpadu. Kdyby byly uloženy na jednu hromadu, měly by stejný objem, jako má hora Říp. Za tuto praktickou každodenní snahu chránit naši přírodu a krajinu je nutné ocenit každou třídící rodinu,“ hodnotí příznivé výsledky třídění odpadů Zbyněk Kozel, generální ředitel společnosti EKO-KOM.

Celková míra recyklace v systému EKO-KOM se meziročně zvýšila o procento na 76 %. V závislosti na materiálu se pak podařilo dosáhnout 90% recyklace papírových obalů, 75% skleněných, 69% plastových, 55% obalů kovových a 22% nápojových kartonů prodaných na trhu v ČR.

Česká republika si stojí dobře i v evropském srovnání

[Klikněte pro více informací](#)

Na jedno sběrné místo připadalo v průměru pouhých 131 obyvatel

Rok od roku se zlepšují i celkové podmínky, které mají pro třídění odpadů lidé v České republice. Tuzemský systém se může aktuálně pochlubit jednou z nejkvalitnějších sběrných sítí v Evropě. Na jejím vytvoření a provozu se podílí průmysl a obce sdružené v systému EKO-KOM. Ke konci roku 2015 měli Češi k dispozici už 272 429 barevných kontejnerů na třídění. Na jedno sběrné místo tak připadalo v průměru pouhých 131 obyvatel – v jiných zemích jsou to stovky, někde dokonce tisíce lidí. ■

VÍCE O DOCHÁZKOVÉ VZDÁLENOSTI

[Klikněte pro více informací](#)

GRAFICKÉ ZNÁZORNĚNÍ MÍRY RECYKLACE V ČR

[Klikněte pro více informací](#)





Vonné laky – netradiční varianta zušlechtění

LAKOVÁNÍ PATŘÍ OBECNĚ K OBLÍBENÝM A ŠIROCE VYUŽÍVANÝM ZPŮSOBŮM ZUŠLECHŤOVÁNÍ TISKOVIN, AŽ JIŽ JDE O KRABÍČKY ČI ETIKETY. POVRCHOVÁ ÚPRAVA MATERIÁLŮ LAKOVÁNÍM SE NA TISCÍCH PROVÁDÍ HNED Z NĚKOLIKA DŮVODŮ. **LAK TISKOVINU PŘEDEVŠÍM CHRÁNÍ** A ZÁROVEŇ JI TAKÉ KVALITATIVNĚ POVYŠUJE. NEJVÝRAZNĚJI SE LAKEM ZLEPŠUJÍ OPTICKÉ A MECHANICKÉ VLASTNOSTI TISKOVINY.

Martin Jamrich

Povrch materiálu lze však zušlechtit i v jiném směru, například nějakou vůní. Tiskovinu nevnímáme jen zrakem a hmatem, ale i dalším z lidských smyslů – čichem, o němž je dobře známo, že patří při vnímání mezi lidskými smysly k těm nejdůležitějším. Mimo ražbu či reliéfní lakování jde o jedinou technologii pro zušlechtění, kde se spojuje více vjemů.

Vonné laky se používají nejčastěji na jednorázové produkty, kde chceme umožnit nakupujícímu lepší představu o produktu – jeho vůni. Vonné laky se objevují primárně na obalech či

etiketách. Své uplatnění však najdou i na oblečení, kosmetice nebo obálkách knížek. Lak s mikrokapslemi, v nichž je vůně uzavřena, je v podstatě možné nanést jak na běžné druhy papíru a na vlnitou lepenku, tak i na plastické fólie. Pomyslným omezením je spíše sama vhodnost užití vonného laku na daný výrobek. Pro zabezpečení správné funkce vonného laku je bezpodmínečně nutné zajistit, aby vonná vrstva byla na zvoleném materiálu aplikovaná jako svrchní. Aplikace vonných laků není striktně omezena na jedinou tiskovou technologii – dají se nanášet jak ofsetovým tiskem, tak také při flexotisku a sítotisku. Jsou i speciální systémy pro aplikaci digitálním –



inkoustovým tiskem. Každá z technologií má však svůj limit z pohledu množství, které lze aplikovat. Největšího nanosu dosáhnete sítotiskem.

Výrobci nabízejí stovky esencí

Na trhu jsou dostupné aromatické látky s různými vůněmi, imitujícími svým složením květy stromů, plody i koření. Výrobci laků nabízejí ve svém sortimentu několik stovek různých esencí. Z těch nejzajímavějších můžeme jmenovat například višně, pomeranče, vanilku, růže, skořici... Aby nebylo využití vonných látek jednotvárné, připravují se vonné směsi také na zakázku. U obalů na potraviny a kosmetiku se aroma vonných látek komponuje tak, aby imitovalo aroma konkrétního zabaleného výrobku, například kávy. Protože parfémy patří mezi látky těkavé, které se ve volném prostředí rychle samovolně



rozptylují do okolí, je nutné parfém pro žádaný efekt nejprve nějak izolovat. Aby byly parfémy vůči okolnímu vzduchu dočasně netečné až do doby, kdy přijde jejich čas, uzavírají se do pouzder. Jako ochranný obal byly vyvinuty plastické mikrokapsle. Rozměry mikrokapslí, které se k těmto účelům používají, se pohybují v rozmezí od jednoho do 30 mikrometrů. Tekutá látka s vlastní vůní je uvnitř kapsle uzavřena neprodyšně. Roztok, ve kterém je vonná esence rozpuštěna, se musí na vzduchu rychle odpařovat (a to už při běžné pokojové teplotě), aby se při protřetí obalu kapslí parfém rychle rozptyloval do okolí.

Mikrokapsle od specialistů

Kapsle vyrábějí menší specializované firmy, v Německu například firmy Follmann nebo MECOS-Chemie. Tito výrobci jsou schopni zapouzdřit kromě standardních vůní i vůně speciální, na přání zákazníka. Mikrokapsle, ať už budou použity



v laku nebo v barvě, musejí být do výroby transportovány ve vhodné látce (nosiči). Nosným médiem pro ochranné mikrokapsle s aromatickým roztokem bývá buď pasta, nebo bývají mikrokapsle dodávány v suchém stavu jako prášek. Prášek nebo pasta se před lakováním přimíchávají do laku. Médium, v němž budou mikrokapsle rozptýleny, je pak potřeba předem dohodnout s dodavatelem.

Intenzita vůně se dá samozřejmě ovlivnit

Laky, do kterých se mikrokapsle rozptylují, jsou obvykle připraveny na bázi vodou ředitelných disperzí. Mezi dodavatele vonných laků patří známí výrobci polygrafických surovin, jmenovat můžeme například společnosti SunChemical, Michael Huber, ale produkují je i další výrobci. Zaschlý nanesený aromatický lak je kromě odzkoušení vůně oděrem rozpoznatelný také podle matového povrchu. Po aplikaci laku na podložku

a po jeho zaschnutí zůstávají mikrokapsle rozmístěny a uzavřeny v laku (nebo v barvě). Nic se nemění až do doby, kdy dojde k přímému fyzickému kontaktu s tiskovinou. Když dojde k narušení povrchu laku, automaticky tím dojde také k narušení obalů mikrokapslí a k uvolnění výsledného aroma parfému z povrchu tiskoviny do okolního ovzduší. Nezáleží na tom, jakým konkrétním způsobem bude povrchová vrstva laku narušena, jestli to bude tlakem, ohybem, vrypem, stříhem nebo

o zvýšení jejich kvality. Proto by se v žádném případě nemělo zapomínat na to, že čich patří k velice citlivým z lidských smyslů. Vhodnost použití vonného laku záleží zpravidla nejenom na měřitelných technologických parametrech, ale především na citu. Je na každém, kdo se pro vonné laky rozhodne, aby zvážil, kam se vůně hodí a kam už ne, tedy co je ještě přitažlivá vůně a co už je odpudivý zápach. Vůně může účelně podpořit vizuální přitažlivost tiskoviny, může ji však také nenávratně znehodnotit. ■

TISKOVINU NEVNÍMÁME JEN ZRAKEM A HMATEM, ALE I DALŠÍM Z LIDSKÝCH SMYSLŮ – ČICHEM.



protřepáním. Platí ovšem, že čím větší plocha laku (plocha tiskoviny) bude mechanicky namáhána, tím více kapslí se naruší, a tím bude vůně intenzivnější. Intenzita požadované vůně se dá samozřejmě ovlivnit již předem, a to tak, že se reguluje množství mikrokapslí, které se do laku nebo do barvy přimíchávají. Načasování účinku vonného laku může být samozřejmě mnohem sofistikovanější, než je prostý oděr o nehty. Aroma parfému se může začít uvolňovat třeba při otevření nějaké chlopně nebo kapsy. S tím se setkáváme například u krabiček. Aromatické kapsle je možné přidat i do lepidel. Při rozlepení krabičky dojde potom k narušení kapslí a k uvolnění vůně.

Vhodnost vonného laku je především o citu

Aroma dnes u tiskovin představuje určitý nadstandardní efekt. Společným důvodem lakování tiskovin je bezpochyby snaha

PI

EUROCLICK

ONE CLICK, A THOUSAND POSSIBILITIES.

Nové Euro přepravy s unikátními vlastnostmi



- **Click Booster®:**
Snadno přizpůsobí výšku přepravy.
- **Click Holder®:**
Zabezpečí 100 % čitelnost štítku.
- **Pro efektivitu v logistice:**
Více užitého objemu a nižší hmotnost obalu.
- **Ergonomické a bezpečné:**
Inovativní design a volitelné provedení rukojeti.

Kontaktujte nás: info.czechrepublic@schoellerallibert.com



Schoeller
Allibert

Innovating your logistics
for a better world



www.schoellerallibert.com



PROČ VYUŽÍVAT MODERNÍ TYPY AKTIVNÍHO BALENÍ

AKTIVNÍ A INTELIGENTNÍ OBALY JSOU DISKUTOVANÝM OBALOVÝM TÉMATEM JIŽ ŘADU LET. V PRAXI SE ZATÍM TENTO TYP OBALŮ UPLATŇUJE PŘEDEVŠÍM V PRŮMYSLOVÝCH APLIKACÍCH PŘEPRAVNÍHO BALENÍ A V POTRAVINÁŘSKÉM SEKTORU. NA JEDNU STRANU JSOU SICE TYTO OBALY O NĚCO DRAŽŠÍ, V KONEČNÉM DŮSLEDKU VŠAK PŘINÁŠEJÍ SPOTŘEBITELŮM ŘADU BENEFITŮ A ČASTO I VÝZNAMNÉ EKONOMICKÉ ÚSPORY.

Alois Sklenář

Zjednodušeně lze aktivní obal popsat jako obal, který v důsledku interakce s vnitřním prostředím či přímo s výrobkem dokáže působit na jeho kvalitu. U aktivních materiálů se často využívají absorbéry (látky se sorpční schopností nežádoucích látek, např. O_2 , CO_2 , etylenu, aromat) nebo emitory, které jsou schopny aktivní látky do prostoru naopak uvolňovat (např. v podobě antioxidantů).

Aktivní obal je často spojován s inteligentními typy balení. Pod pojmem inteligentní obal je míněn materiál, obal, víčko, etiketa či další pomocný prvek, který monitoruje případné změny a nějakým způsobem o nich spotřebitele dokáže informovat. V některých případech je dokonce dokázán i pouhý pozitivní psychologický vliv inteligentní etikety na spotřebitele: např. v případě nalepené etikety, která informuje spotřebitele

o rázech či klopení obalu, se s tímto obalem obvykle zachází mnohem šetrněji, než když je označen pouze znaky typu Neklopit!

Přeprava v aktivních obalech

Aktivní balení hraje velkou roli zvláště při přepravě do zámoří, kdy často i při velmi kolísavých teplotách a vlhkosti stráví produkt dlouhý čas v obalu nejen během přepravy, ale často je v něm i dlouhodoběji skladován. Zvláště v oblasti strojních a elektrotechnických aplikací jsou často požadovány antikorozi obaly, dále pak obaly, které poskytují zvýšenou odolnost vůči teplotě, vlhkosti nebo UV záření.

Pro český a slovenský trh vyrábí a dodává antikorozi obalové materiály společnost Excor-Zerust. Antikorozi fólie

s VpCI (Volatile Corrosion Inhibitors) inhibitory představují špičku v přepravním balení. Chráněná součást je umístěna v prostředí obsahujícím nasycené páry aktivní látky, ionty inhibitoru koroze vytvářejí molekulární ochrannou vrstvu a případná vlhkost je vytěšňována z prostor pod ochrannou vrstvou. Inhibitory tedy na povrchu produktu vytvoří tenkou monomolekulární ochrannou vrstvu, a to i v obtížně přístupných místech, a spolehlivě tak chrání kovy proti korozivnímu vlivu vlhkosti, SO_2 a H_2S . U fólií s VpCI odpadá nutnost použití vysoušedel. Pod značkou ERUST EXCOR VALENO nabízí společnost řadu řešení (fólie hladké, stretch i bublinkové, sáčky, hadice, pytle, 3D obaly) z LDPE materiálu s vypařovacími inhibitory koroze. U obalů je samozřejmostí i nabídka různých typů uzavírání.

V rámci poskytnuté licence (Cortec Corporation) nabízí vysoce kvalitní antikorozi fólie i společnost TART. Do kategorie tohoto typu obalů patří také speciální ochranná antikorozi teplem smrštitelná fólie MilCorr White. Tato fólie slouží jako ochrana objemnějších produktů (dopravní prostředky, technologické celky, strojírenské produkty) během exportu.

Řešení pro aktivní ochranu nabízí i společnost Branopac CZ (skupina Antalis). BRANOfol je VCI fólie vyráběná v různých tloušťkách od 40 μm do 280 μm ve formě sáčků, přířezů nebo vaků. Fólie se dá pulzně svařovat, a tím je neomezená co do velikosti. VpCI lze v přepravním balení použít nejen v podobě materiálu (vedle plastu i papír) či obalu, ale i ve formě kapslí či oleje.

U potravin nové výzvy přicházejí se změnou životního stylu

Aktivní obaly v potravinářském sektoru mají obvykle za účel prodloužení trvanlivosti, udržení kvality nebo zpomalení nežádoucích pochodů v potravině. Uplatňují se jak u upravených, tak i neupravených potravin. V současnosti se aktivní obaly

Novinkou v potravinářských aplikacích, ale zatím ještě stále spíše v oblasti vývoje, jsou obaly s antimikrobní aktivitou. Obvykle se jedná o polymerní fólie s chitosanem, kde konzervační látka nemá možnost migrovat do potravin.

začínají zaměřovat i na další segmenty, které přímo souvisí s proměnou akcelerovaného životního stylu. Jednu z výzev představuje například mikrovlnný ohřev, kde spotřebitel požaduje ohřev přímo v obalu nezávisle na jeho materiálu (hliník, plast). V souvislosti s některými materiály, které původně pro mikrovlnný ohřev příliš vhodné nebyly, dochází v posledních letech k jejich vývojovým modifikacím, u nichž se uplatňují

různé typy susceptorů, stínících prvků. I když jsou pak tyto obaly tvořeny kovovou fólií (obvykle v kombinaci s plastem či papírem), lze je použít pro mikrovlnný ohřev či pečení. Využití stínících prvků pak umožňuje dosáhnout rovnoměrného ohřevu bez přehřívání v obvodových partiích.



Dnešní spotřebitel nakupuje často i masné produkty aktivně balené v miskách či fóliích. Vedle prodloužení trvanlivosti, které je dosaženo v koexistenci aktivního obalu a technologie balení v některém typu upravené atmosféry, chce spotřebitel na produkt vidět, a to i při změně teploty, která často vyvolá na fólii kondenzaci vlhkosti, a tím znemožní vizuální průhlednost fólie. Mnozí potravináři proto dnes využívají fólie s antikondenzační úpravou (antifog), které se z hlediska svých vlastností vyznačují lepší smáčivostí a filmovou kondenzací.

Další výzvou i do budoucna zůstává balení čerstvého chleba a pečiva. U těchto produktů chceme zachovat jeho čerstvost a chuť co nejdéle. A právě tyto potraviny se při balení do neaktivních obalů vyznačují negativy, jako je okorání, žluknutí či plesnivění již po pár dnech. Zde tedy aktivní fólie a speciální systémy balení jsou jedinou možností, jak trvanlivost maximálně prodloužit při současném zachování kvality. Jednou z možností je využití již zmiňovaných fólií Cortec či fólií OPTI. Cortec totiž vedle fólií pro průmyslové aplikace nabízí i fólie pro potravináře, a to dokonce i ve smrštitelné verzi. ■

VÍCE O FÓLIÍ ZDE

Klikněte pro více informací





Copacking: ručně i poloautomaticky

COPACKING (CONTRACT PACKAGING), POD NÍMŽ SE SKRÝVÁ SLUŽBA PŘEBALOVÁNÍ VÝROBKŮ, PRODUKCE SKUPINOVÝCH BALENÍ A DALŠÍ AKTIVITY, PATŘÍ JIŽ LÉTA MEZI OBLÍBENÉ A NEPOSTRADATELNÉ ZPŮSOBY MALOOBCHODNÍKŮ, JAK CO NEJLÉPE OBSTÁT NA VYSOCE KONKURENČNÍM TRHU. HLAVNÍM DŮVODEM JE ČESKÝ ZÁKAZNÍK, KTERÝ JE STÁLE ZNAČNĚ ORIENTOVÁN NA CENU. KE COPACKINGU JSOU POTŘEBA NEJEN SPECIÁLNÍ STROJE, ALE TAKÉ ŠIKOVNÉ RUCE.

Adriana Weberová

Tradiční copacking prošel mnoha změnami hlavně po roce 2009, kdy udeřila ekonomická krize. Do té doby byla velká poptávka po balení s příbalem neboli nějakým dárkem, např. káva s hrnkem. „V době krize byly marketingové rozpočty velmi omezené a zaměřením se v této oblasti přesunulo směrem k akcím typu 1 + 1 zdarma, 125 ml za cenu 100 ml apod., a v důsledku toho vznikla nutnost jednoduchých balení do smrštitelných fólií a například aplikace promoetiket na úkor přebalení do nových obalů, popřípadě složitější příbaly, jak tomu bylo dříve,“ říká na úvod Aleš Pudil,

vedoucí Model Copack Plus ČR. Výjimku tvořily a stále tvoří dárkové a vánoční sety. V podobných případech je společnost Model obaly schopna nabídnout nejen přípravu konstrukce nových obalů, ale i kompletaci a distribuci výsledných balíčků včetně zajištění výroby všech obalových prostředků.

Z hlediska záběru zahrnuje copacking stále více aktivit. Kromě promočních, skupinových a SRP balení také etiketování, páskování, potisk, kolkování, ale také sestavování stojanů či displejů.

Hezké, praktické a levné

Doba hospodářského útlumu znamenala podle Aleše Pudila navíc v oblasti copackingu obrovský boom v počtu požadavků ze strany oddělení kvality jejich klientů. „Ke kvalitativním nárokům přibyl tlak na bezpečnost jednotlivých zpracování a v neposlední míře i na sociální politiku zpracovatelů.“ David Křivánek, manažer VAS společnosti ESA, zaznamenal v požadavcích zákazníků dva proti sobě stojící aspekty. Na jedné straně chtějí co nejhezčí a nejpraktičtější koncové balení a na druhé straně co nejmenší navýšení ceny prodáváného produktu. „A naším úkolem je najít takové prostředky a takový způsob balení, abychom zákazníkovi vyhověli.“



PERMANENTNÍ KVALITATIVNÍ KONTROLA

Společnost ESA má pro copackingové činnosti specializované pracoviště o rozloze 1500 m², které obsluhuje 12 kmenových zaměstnanců. Ti se dále starají o vytváření pracovních postupů, vzorkování výroby, její nastavení pro každou zakázku, skladování produktů a samotnou výrobu. V procesu výroby jsou zaměstnanci rozděleni na výrobní pozice a kontrolu kvality. Z větší části probíhá kvalitativní kontrola po celou dobu, kdy je výrobek v procesu manipulace.

DAVID KŘIVÁNEK

MANAŽER VAS SPOLEČNOSTI ESA

Montují se i košťata a mopy

Balí se rozmanitý sortiment od potravin, kosmetiky, drogerie, alkoholu, hraček, cigaret, pet foodu, zahradnických potřeb, knih, montují se košťata a mopy. Copacking zahrnuje rovněž sestavování prodejních setů. „Naše služby spočívají zejména ve slučování výrobků do jednoho balení za pomoci teplem smrštitelných fólií nebo sleeveů, kompletace různých předmětů do transportních balení, sestavování a plnění prodejních stojanů, vkládání a zatavování předmětů/návodů do PVC sáčků a přidávání příbalů k periodikům,“ vyjmenovává David Křivánek.

Rozmanitost výrobků ve společnosti FM ČESKÁ je značná; pohybuje se od malých sáčků o hmotnosti několika gramů až po 12kg bedny s alkoholem. „Cílem našich klientů je neustále své zákazníky něčím překvapovat, a tak dochází k proměnám výrobků několikrát do roka, ať už se jedná o změnu konstrukce balení nebo jen o změnu designu výrobku,“ podotýká Eva Enčevová, marketing & communication specialist společnosti FM ČESKÁ.

Ve společnosti HOPI je z pohledu objemu největší zájem o etiketování, a to z důvodu importu nebo exportu do zemí, kde není na původní etiketě lokální jazyk. „Z promočních aktivit je největší poptávka po dárkovém balení a stavbě stojanů. Ve standardním balení pro Makro, Lidl a Penny je největší poptávka po diskontních obalech z lepenky a balení do slabé fólie,“ zmiňuje Eva Enčevová.

Balení kosmetiky a knih vyžaduje čisté prostředí

K nejsložitějším produktům z hlediska balení patří luxusní kosmetika, knihy a dárkové předměty, kde je potřeba dodržovat vysokou čistotu a bezprašnost prostoru výroby. „Balený produkt je po celou dobu výroby pod kontrolou pracovníka kvality, abychom předešli znehodnocení finálního produktu,“ upřesňuje David Křivánek.



Ve společnosti HOPI zaznamenali v rámci úsporných programů u svých zákazníků snahu o unifikaci jednotlivých výrobních řad tak, aby byli schopni provádět copacking sami již v továrně, tj. včlenit copackingové aktivity na konec výrobních linek. „Naši zákazníci dále snižují pojistné zásoby, snižují minimální objednávkové množství a zkracují lhůty dodání. Na druhou stranu tyto aktivity zdražují jednotkovou cenu za copacking a generují větší množství necelých palet, což zvyšuje náklady na skladování a transport,“ doplňuje Milan Svejkovský, VAS manager společnosti HOPI, a dodává: „Při rozhodování o budoucí formě spolupráce s našimi novými zákazníky je tedy nutné vzít v úvahu nejen rychlost a kvalitu copackingu, ale i celkový ekonomický náklad včetně logistiky, tedy neporovnat pouze jednotkové ceny za copacking.“

Podle Milana Svejkovského, VAS manažera společnosti HOPI, jsou nejnáročnější kompletace stojanů/displejů, které vyžadují jak čas navíc na samotné sestavení stojanu, tak i koordinaci při následném vkládání až 40 různých druhů výrobků do jednoho stojanu.

Mezi kuriózní projekty společnosti Model Obaly bylo přibalení opravdových rybích šupin jako kreativní doplněk vizitek pro brokerskou firmu a balení prvních kusů automobilových dílů z produkce kolínské automobilky TPCA na crash testy do Japonska.



Své místo na trhu mají komorové i tunelové stroje

K balení produktů do smrštitelné fólie se stále nejčastěji využívají poloautomatické komorové baličky nebo tunelové stroje, které mají vyšší kapacitu. Komorové stroje jsou vhodné pro balené předměty, kde se dbá na vzhled a je potřeba, aby výrobky byly po zpracování již v prodejním stavu. „Tunelové stroje nejsou většinou schopny výrobek dostatečně stáhnout, obejmout a jsou využívány spíše k manipulacím typu výrobek plus příbal, kde není tak důležitý obal jako předmět, který se přidává,“ doplňuje David Křivánek.

Mnohdy úzkým místem a prvkem, který v důsledku toho určuje takt time celé linky, není rychlost svařování fólie, ale následné činnosti ostatních pracovníků na lince. „Proto snaha o maximální výkon baličky vždy neznamena nejnižší provozní

náklady na kus. Je třeba mít sladěnou celou výrobní linku a někdy je skutečně lepší mít malou komorovou baličku, jejíž kapacita je tři- až čtyřikrát nižší proti tunelové,“ upozorňuje Milan Svejkovský.

Copacking lze dělat i v mrazu

Společnost HOPI v letošním roce v Prostějově úspěšně realizovala balení mražených zmrzlinových tyčinek do plastem potažených papírových sáčků (sachetů) s využitím technologie roll-wrap seal, tj. přehnutí horní strany sáčku a uzavření tepelným svarem. Balení vyžadovalo výrobní cyklus na maximum čtyři minuty mimo mražené prostředí, garanci přesného počtu kusů v sáčku a přesné váhy celého balení včetně vyznačení expirace a LOT kódu jak na sáčku, tak i na lepenkovém obalu.

DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE O PROJEKTU

Klikněte pro více informací



Copacking znamená stále i manuální práci

V copackingu je ve velké míře zastoupena manuální činnost, která je doplňována různým stupněm automatizace (podavače etiket, automatické aplikátory etiket, poloautomatické fóliovací stroje). „Větší automatizaci většinou brání velká rozmanitost výrobků a malé výrobní dávky,“ uvádí jeden z důvodů Eva Enčevová. I proto jsou přes veškerou mechanizaci a automatizaci hlavním výrobním kapitálem i ve společnosti Model Obaly stále ruce operátorů, nejvariabilnější stroj, který mají. Potřebu šikovných a zručných operátorů potvrzuje David Křivánek. „Největší poptávku vidíme ve specializované ruční práci, kde není možné použít žádné strojní zařízení a je zapotřebí manuální zručnosti. Disponujeme proto větším počtem pracovníků, kteří s námi spolupracují již řadu let.“

Firmy věnující se copackingu vidí svou budoucnost v segmentu e-shopů. „Jako perspektivní se nám jeví práce pro menší e-shopy, kde vzhledem k potřebě kompletování zboží do expedičních obalů, polepování a následnému vychystávání pro koncové zákazníky je stále potřeba lidské práce,“ je přesvědčen David Křivánek. Společnost Model Obaly zase v poslední době rozšiřuje záběr svých služeb o možnost práce vlastních operátorů včetně strojního vybavení přímo v zákaznických prostorách. Takzvaný flexi tým je vybavený rozkládacími pracovními stoly a plány na vytvoření pracovního prostoru. Většinou je schopen začít pracovat do jednoho pracovního dne od návozu technologie. ■

VÍCE O COPACKINGU V MODEL OBALY

Klikněte pro více informací



VÍCE O STROJÍCH, FÓLIÍCH A CHLAZENÉM PROSTŘEDÍ ZDE

Klikněte pro více informací





Situace s dřevěnými obaly se nelepší

ÚKZÚZ (ÚSTŘEDNÍ KONTROLNÍ A ZKUŠEBNÍ ÚSTAV ZEMĚDĚLSKÝ) PRŮBĚŽNĚ INFORMUJE REGISTROVANÉ SUBJEKTY I VÝVOZCE VEŠKERÉHO ZBOŽÍ DO TŘETÍCH ZEMÍ O AKTUÁLNÍ SITUACI VE VÝROBĚ A OZNAČOVÁNÍ DŘEVĚNÝCH OBALŮ SPADAJÍCÍCH POD MEZINÁRODNÍ STANDARD ISPM Č. 15. ZÁSADNÍMI NEDOSTATKY, KTERÉ VEDOU U VÝVOZCŮ KE VZNIKU PROBLÉMŮ, JE NEDOSTATEČNÉ OŠETŘOVÁNÍ, NEOPRÁVNĚNÉ OZNAČOVÁNÍ A NABÍZENÍ SICE LEVNĚJŠÍCH, ALE MÉNĚ KVALITNÍCH OBALŮ (TÝKÁ SE PŘEDEVŠÍM PALET).

Petr Harašta, ÚKZÚZ

Pravidla pro obchod s dřevěným obalovým materiálem, která platí již od roku 2002, jsou stanovena mezinárodním standardem ISPM č. 15 (Regulace dřevěného obalového materiálu v mezinárodním obchodu). Do národní legislativy byly tyto předpisy zapracovány v podobě zákona č. 326/2004 Sb., o rostlinolékařské péči, a vyhlášky o technických zařízeních a o označování dřevěného obalového materiálu.

Nedostatečné ošetřování vystavuje vývozce problémům

Na trhu s dřevěnými obaly se však objevily praktiky, které nejsou v souladu s platnými předpisy a jsou důvodem k postihu.

Jedná se zejména o používání značek IPPC (International Plant Protection Convention), které byly přiděleny jiným subjektům, než které je fakticky používají. Tuto praxi v posledních dvou letech převzaly i některé orgány v rámci paletových poolů, které přidělují výrobcům dřevěných palet licence k jejich výrobě a označování (např. palety EUR), aniž by byly k této činnosti u ÚKZÚZ registrovány. To platí jak pro výrobce dřevěných obalů, tak i pro subjekty zajišťující opravy palet.

Vedle nedostatečného ošetřování a označování dřevěných obalů registrovanými subjekty se touto činností zabývají i subjekty, které nejsou u ÚKZÚZ vůbec registrovány. Tyto subjekty

často nabízejí dřevěné obaly v nižších cenových relacích; důvodem je buď absence tepelného ošetření, nebo nedosažení stanovených minimálních hodnot (teplota, časový průběh) během procesu ošetřování dřeva. Touto činností se vystavují postihu ze strany ÚKZÚZ, ale především vystavují vývozce problémům při vývozu zásilek s těmito dřevěnými obaly do třetích zemí.

PŘIDĚLOVÁNÍ LICENCÍ OPRAVCŮM PALET ZE STRANY NĚKTERÝCH LICENČNÍCH ORGÁNŮ Z JINÝCH STÁTŮ POVAŽUJE ÚKZÚZ ZA NESPRÁVNÉ A V ROZPORU S PLATNÝMI ČESKÝMI PŘEDPISY.

Řezivo musí mít doklad o provedeném ošetření

Velmi často se setkáváme s dovozem již hotových výrobků (palet) a rovněž i řeziva pro výrobu dřevěných palet zejména z východoevropských zemí. Aby toto řezivo mohlo být použito pro výrobu dřevěných obalů a následně označeno značkou IPPC, musí být každá dodávka takového řeziva doprovázena dokladem o provedeném ošetření (dokladem

o certifikaci subjektu k provádění ošetření ze země, odkud je řezivo dováženo; záznamem o procesu ošetření; prohlášením subjektu o provedeném ošetření), případně rostlinolékařským osvědčením, kde je uvedeno, že dřevo bylo tepelně ošetřeno (platí pro třetí země). Jedině takto dokladované řezivo/hotové palety lze na našem území uvádět do oběhu nebo označovat. Pokud řezivo/palety nebudou takto do-



Pilořítka nalezená v označeném obalu

kladovány, budou muset být před označením značkou IPPC tepelně ošetřeny v České republice. Na případné označení palet, ke kterým nejsou příslušné doklady, bude pohlíženo jako na porušení ustanovení zákona o rostlinolékařské péči (ošetřování a označování dřevěných obalů) včetně využití sankčních postihů.



Larva pilořítky v obalu vráceném z USA

Opravci palet nedodržují schválené postupy

Další oblastí, ve které zaznamenáváme neplnění požadavků na označování dřevěných obalů, jsou opravy palet. Tato činnost se týká výlučně vratných palet. Subjekty zajišťující jejich opravy většinou nedodržují schválené postupy, takže opravy neplní svůj účel. Problémem zde jsou také licenční orgány, které přidělují oprávnění subjektům, které nemohou opravovat palety, jež byly při výrobě ošetřeny a označeny značkou IPPC (nejsou k používání oprávněni). Nezapomínejme, že i pro opravy jsou stanoveny závazné požadavky, jejichž neplnění výše popisovanou situaci ještě zhoršuje.

Pro opravy musí být používáno ošetřené řezivo a každý vyměněný komponent musí být náležitě označen značkou IPPC. Tento postup platí v případech, kdy je opravována méně než třetina komponentů palet. Pokud

se mění více dílů (v případě, že je to rentabilní), je postup následující: opravu je možné provést řezivem neošetřeným, ale celá paleta musí být poté ošetřena, původní IPPC značka musí být odstraněna a nahrazena značkou subjektu, který opravu a ošetření provedl. Z těchto postupů vyplývá, že i pro opravy dřevěných obalů vyžadujících ošetření a označení musí být subjekty registrovány u ÚKZÚZ v duchu požadavků stanovených pro ošetřování a označování obalů značkou IPPC. Přidělování licencí opravcům palet ze strany některých licenčních orgánů z jiných států považuje ÚKZÚZ za nesprávné a v rozporu s platnými českými předpisy.

Symbol IPPC bude chráněn právem duševního vlastnictví

Protože symbol IPPC používaný ve značkách pro označování ošetřených dřevěných obalů je registrovaná ochranná známka, využil ÚKZÚZ ustanovení zákona č. 355/2014 Sb. a vyhlášky č. 358/2014 Sb. a připravuje opatření, která povedou ke sledování dodržování povinností na úseku duševního vlastnictví. Neoprávněné používání značky IPPC se tak stává nejen správním deliktem podle ustanovení zákona, ale také správním deliktem podle ustanovení zákona o dodržování práv duševního vlastnictví. Subjekty postupující v rozporu s těmito požadavky budou postihovány a vyrobeným obalům bude znemožněno používání. ÚKZÚZ jako národní organizace pro ochranu rostlin odpovědná za systém registrace subjektů vyrábějících, ošetřujících a označujících dřevěný obalový materiál v duchu požadavků ISPM 15 spolupracuje v této oblasti s Celní správou ČR.

USA se před škůdci důsledně chrání

ÚKZÚZ opětovně upozorňuje vývozce na problémy zásilek vyvážených do USA, spojené s použitím nekvalitního nebo napadeného dřeva, a nabádá je k důslednější kontrole dřevěných obalů při jejich nákupu/přejímce.

Za účelem zabránění šíření karanténních škodlivých organismů a rovněž invazních druhů prostřednictvím dřevěných obalů jsou v USA všechny zásilky podrobovány dovozním kontrolám, a to především u mezinárodních dodavatelských řetězců.

Kontroly se zaměřují i na symptomy

Kontroly se zaměřují na přítomnost živých hmyzích škůdců, ale také na tzv. známky (symptomy) napadení dřevěných obalů škodlivými organismy. Kontroly pokrývají veškerý dřevěný obalový materiál, to znamená i dřevěné obaly a pomocné dřevo, které jsou opatřeny značkou IPPC v souladu se standardem ISPM 15, tzn. obaly, které by měly být tepleně ošetřeny. V případě zjištění známek napadení dřevěných obalů druhy hmyzu uvedenými v dovozních požadavcích USA (*Cerambycidae*, *Buprestidae*, *Siricidae*, *Cossidae*,



ÚKZÚZ opětovně upozorňuje vývozce na problémy zásilek vyvážených do USA, spojené s použitím nekvalitního nebo napadeného dřeva.

Curculionidae, *Platypodidae*, *Sesiidae* nebo *Scolytidae*) jsou obaly podrobeny detailní kontrole a v případě nálezu hmyzu z uvedených čeledí jsou automaticky vráceny zpět do země původu. Zjištění těchto škůdců je považováno za potvrzení skutečnosti, že dřevěný obal nebyl ošetřen! V případě, že obal nese příznaky napadení, je taková zásilka vyhodnocena jako riziková. I když jsou obaly dostatečně označené značkou IPPC, ale obsahují známky napadení, jsou považovány za nevyhovující fyto-sanitárním podmínkám USA.

V současnosti asi nejdůležitějším opatřením je prevence. Pro vývoz speciálně do USA požadujte výrobu dřevěných obalů z nenapadeného řeziva (dřeva bez příznaků napadení), bez kůry a požadujte po dodavateli záznam o ošetření. Ověřte si, zda je dodavatel registrován u ÚKZÚZ. Kontrola značení IPPC značkou by měla být samozřejmá (čitelnost, správné umístění na obalu).

Následné rozporování důvodů vrácení zásilky, dokazování a spory o náhradu vynaložených nákladů nebo i jiných ztrát je nadměrně složité, zdlouhavé a většinou bez záruky kladného vyřešení. ■

Balení v e-shopech: klíčový je lidský faktor

ON-LINE NAKUPOVÁNÍ ROSTE. NAPŘÍKLAD AMAZON AVIZUJE GLOBÁLNĚ 26% DYNAMIKU RŮSTU. A ČESKÁ REPUBLIKA PATŘÍ S 20 %, K TĚM NEJÚSPĚŠNĚJŠÍM TRHŮM. ZVLÁDNOUT BALENÍ A LOGISTIKU JE PROTO V TAK ROSTOUCÍM SEGMENTU NAPROSTO STĚŽEJNÍ. KLÍČOVÍ JSOU V PROCESU BALENÍ STÁLE ZAMĚŠTNANCI.

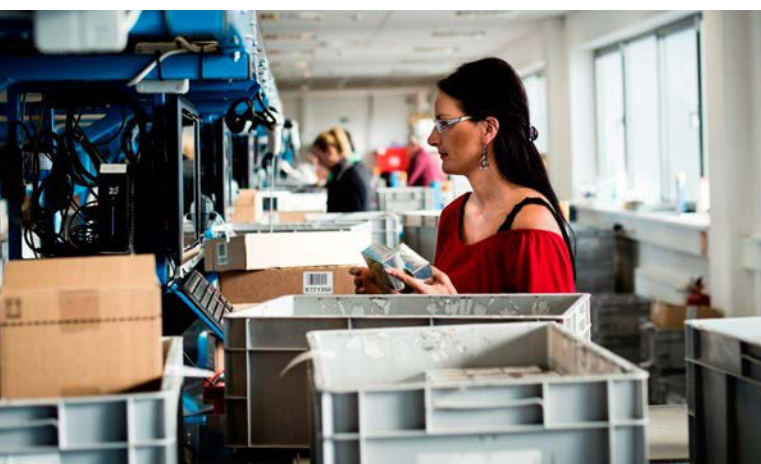
Adriana Weberová

Obalý v e-shopech by měly být jednoduché a levné. Zároveň ale musí zboží dostatečně chránit. Měly by obsahovat ochranné prvky s ohledem na citlivost a hodnotu přepravovaného zboží. Běžné jsou polystyrenové výplně, bublinkové fólie, mačkaný papír, popřípadě pasivní či aktivní vysoušedla. V případě cargo přeprav by měly být základem kvalitní paleta či rám, které překrývají výrobek minimálně o tři centimetry na každé straně. V některých případech je nezbytnou součástí obalu jak neprůhledná fólie, tak současně značky upravující chování obsluhy distribučních center k přepravovanému výrobku.

produktu na obalu. „V reálném životě se setkáváme se snahou sledovat zmíněná specifika, ale často s výrazným upřednostněním levného řešení. To se potom projevuje např. v nasazení levných opotřebovaných palet nebo obalů z lepenky, které již zpravidla neplní některé z požadovaných funkcí,“ doplňuje Martin Gallo, ředitel produktu Obaly, Geis CZ, a dodává: „Dále se především u menších zákazníků neznalých pravidel projevuje podcenění typu přepravy a odesílání citlivých přístrojů, jako jsou monitory, bez patřičných fixačních materiálů.“ Následkem je zvýšené riziko vzniku škod, a to i přes kvalitní služby odvedené přepravcem. Trendem je neustálé ztenčování stretch fólií a požadavek na vyšší kvalitu obalů.

Oblíbená je černá průtažná fólie, ale i potištěné obaly

V současné době je také patrný směr balit zakázky pouze do černé průtažné fólie, což je ekonomický, praktický a velmi využívaný typ balení. „Na druhou stranu si stále všímáme obchodů, které se snaží odlišit se od ostatních právě vzhledem obalů a používají vlastní potištěné obaly nebo se například zaměřují na ekologické aspekty balení či výplní,“ doplňuje Jan Rozlivka, statutární ředitel / CEO Mail Step, která poskytuje e-shopům kompletní služby od skladování, kompletování, balení až po doručení zboží konečným zákazníkům.



Vybrat ideální velikost obalu vyžaduje praxi.

Upřednostňují se levná obalová řešení

Například lednička položená na podkladové paletě je chráněna v rozích a hranách polystyrenovými výlisky a tlumícími vrstvami z vlnité lepenky nebo bublinkové fólie proti nárazu. Vše je zpevněno lepicí páskou a ochranou LDPE fólií, popřípadě opět strečovou fólií. Chybět nesmí manipulační značka a kódy

VÍCE O LOGISTICE SPOLEČNOSTI MAIL STEP

Klikněte pro více informací



V Amazonu je klíčový lidský faktor

Balení je v distribučním centru společnosti Amazonu ve středověské Dobrušce sofistikovaný proces, který je částečně řízen

ROBOTI V AMAZONU

Amazon potvrdil doposud neoficiální hypotézu, že v jeho skladu v britském Doncasteru již pracují roboti. Světová jednička internetového obchodu dále oznámila, že pracuje na otevření vývojového centra v rakouském Štýrském Hradci, které bude dále zdokonalovat drony. Skupina špičkových expertů má za úkol vyvinout sofistikované drony s technologií sense-and-avoid, aby automaticky identifikovaly překážky a vyhýbaly se jim. AMAZON hodlá masivně investovat do bezpečnosti dodávek prostřednictvím dronů, a umožnit tak další robotizaci svého provozu. ■

počítačovými systémy. „Nícméně i zde je klíčový lidský faktor – jsou to naši zaměstnanci, kdo balí zboží do krabic pro zákazníky a kdo dbá na to, aby v krabici našli přesně to, co si objednali,“ zdůrazňuje Karel Taschner, PR manažer Amazonu.

Spolu s některými spolupracujícími dodavateli zboží pracují v Amazonu na vývoji tzv. Frustration Free Packaging – tedy aby jejich zboží, které putuje do distribučního centra Amazonu (a odsud dále k zákazníkům), bylo již zabaleno v takových obalech, které se budou zákazníkům snadno otevírat, budou z plně recyklovatelných materiálů a zároveň budou výrobek chránit před poškozením. „Navíc do procesu dalšího zlepšování balení našich výrobků zapojujeme i zákazníky – jsme otevření veškerým podnětům a připomínkám z jejich strany. Je součástí naší strategie být na světě tou nejvíce prozákaznickou orientovanou firmou,“ tvrdí Karel Taschner.

VÍCE O LOGISTICE SPOLEČNOSTI AMAZON

Klikněte pro více informací



S obalem by měl umět pracovat i nezkušený operátor

Kritérii při výběru obalu v internetovém obchodě Parfums.cz jsou ochranná funkce obalu v celém přepravním cyklu, vzhled, nákupní cena a rychlá dostupnost. „A v neposlední řadě v logistickém žargonu takzvaný IP faktor, což znamená, že s obalem umí pracovat i nezkušený operátor,“ říká Miroslav Svitek, který působí jako business consultant pro Parfums.cz. Při doručování kurýrem zde zboží balí do ochranné fólie a následně do klopových krabic. V případě osobního odběru nahrazují krabice plastové sáčky. K zásobování skladu v USA jsou využívány obaly z pěťvrstvé vlnité lepenky.

Velikosti krabic se odvíjejí od nejvíce obrátkového zboží. V současné době jde o pět velikostí vyrobených z třívrstvé vlnité lepenky, které jsou optimální z hlediska minima přepravovaného vzduchu a zároveň jednoduché pro práci operátora. ■

KOLIK ZÁSILEK ZA HODINU ZABALÍ
ZKUŠENÝ OPERÁTOR PARFUMS.CZ?

Klikněte pro více informací



RYCHLE JEDNODUŠE ONLINE

TBA
PLASTOVÉ OBALY

**EURO
PŘEPRAVKY**



PŘÍMO OD VÝROBCE!

**Speciální barvy i potisky.
Rychlé dodání!**

www.tbaplant.cz



Veletrh Linde MH: o vizích blízké i vzdálené budoucnosti

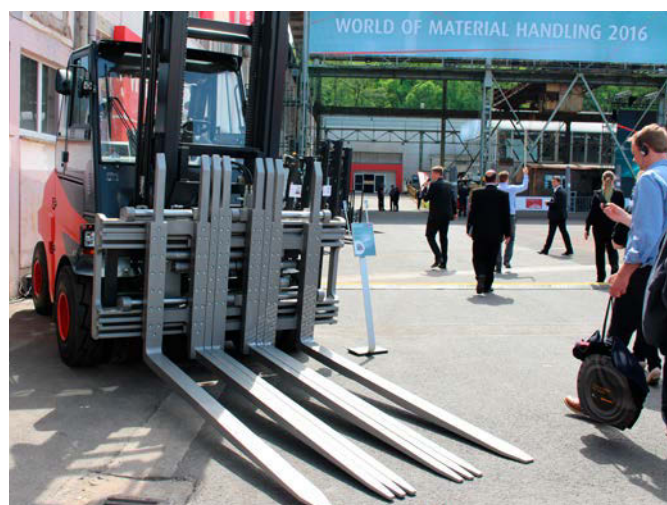
Společnost **LINDE MATERIAL HANDLING** (Linde MH) uspořádala v květnu v německém Offenbachu druhý ročník veletrhu World of Material Handling (WOMH). Cílem letošní akce bylo seznámit odbornou veřejnost nejenom se současnými produkty na trhu manipulační techniky, ale také s trendy moderní intralogistiky a s vizemi blízké i vzdálené budoucnosti. Na 12 000 čtverečních metrech byly návštěvníkům k dispozici výstavní plochy, odborná fóra, prezentace výrobků a zážitkové zóny. Na zahájení veletrhu nechyběli zástupci českých odborných médií.

Akce byla pořádána pod mottem Propojené perspektivy. Důraz byl kladen na propojování výrobních systémů a automatizace v návaznosti na Průmysl 4.0. Na veletrhu bylo možné spatřit vozíky, které se ve svém okolí pohybují zcela automaticky bez jakékoliv přidané infrastruktury. Tyto vozíky se řídí tak, že porovnávají aktuální obraz okolí

s interaktivní mapou, kterou mají uloženou ve své paměti. Jedná se tak vlastně o kyberneticko-fyzikální systémy, které se řídí samy na základě zadání příkazu k manipulaci. „Tažení, přeprava, uskladnění – ve všech kategoriích budeme mít automatizované řešení,“ doplňuje Tobias Zierhut, head of product & service marketing společnosti Linde MH.



Nechyběla doprovodná fóra. Colin Flint z HQ Linde MH hovořil například o správě a monitoringu vozového parku a jejich propojení s chytrými aplikacemi.



Prezentován byl elektrický vozík E80/900 určený k manipulaci s osmi paletami, který využívají nápojaři. Podobná konfigurace se pro výrobce nápojů používá i s dieselovým pohonem. Jeden velký vozík s nosností kolem osmi tun dokáže podstatně zrychlit nakládku kamionů, a to z desítek na jednotky minut.

Společnost Linde Material Handling je součástí KION GROUP a patří mezi největší světové výrobce vysokozdvíhacích a skladových vozíků. Výrobní a montážní závody má ve všech důležitých regionech po celém světě, vlastní globální prodejní a servisní síť s pobočkami ve více než 100 zemích. V roce 2015 zaměstnávala Linde přibližně 14 500 zaměstnanců na celém světě a její obrát činil 3,4 miliardy eur. ■



Veletrh probíhal od 9. do 25. května.



Zástupci médií navštívili závod v Aschaffenburgu, kde se vyrábějí čelní vozíky se spalovacím motorem o nosnosti od 1,4 do 8 t a čelní elektrické vozíky o nosnostech 1,2 až 8 t.

Další zajímavou oblastí byly energetické pohonné systémy. Na WOMH byl například vystaven vozík s palivovými články po úspěšném nájezdu 3000 motohodin. „Nikde jinde než na veletrhu World of Material Handling nemají pozvaní hosté šanci získat tak komplexní informace o možnostech, které Linde MH nabízí, a nikde jinde by nebylo možné se návštěvníkům tak věnovat a ukázat jim tolik zajímavých systémů a vizí,“ je přesvědčen Martin Petřík, vedoucí oddělení marketingu Linde Material Handling Česká republika. ■

VÍCE Z AKCE KE ZHLÉDNUTÍ NA VIDEO ZDE

Klikněte pro více informací





GZ Media představila jediný HP Indigo 10 000 ve formátu B2 u nás

Společnost **DATALINE TECHNOLOGY** ve spolupráci s firmou HP uspořádala v dubnu ve společnosti GZ Media v Loděnici u Berouna Open House, na kterém představila jedinou instalaci digitálního tiskového stroje HP Indigo 10 000 ve formátu B2 u nás. Podobných strojů je na světě přes 200.

HP INDIGO PŘINÁŠÍ VYŠŠÍ FORMÁT A KVALITU

Pořízení nového stroje, jehož instalace proběhla na podzim roku 2015, zvažovala společnost GZ Media dva roky. Stroj je využíván napříč výrobním spektrem od tisku katalogů až po tisk obalů na gramofonové desky. „HP Indigo nám přináší zvýšení formátu a vyšší kvalitu tisku. Těším se na jeho využití při potisku obalů na čokolády a etikety, které plánujeme,“ řekl Michal Štěrbá, generální ředitel společnosti GZ Media. ■



NAHLÉDNĚTE, JAK AKCE PROBÍHALA

Klikněte pro zhlédnutí videa



Zprava Tamir Hativa, product manager, HP Company, Jan F. Bednář, ředitel Dataline Technology, Michal Štěrbá, GZ Media, a Martin Bělík, DataLine Technology



Společnost GZ Media je světová jednička ve výrobě vinylových desek. Kromě toho poskytuje komplexní polygrafické služby a vyrábí například boxy a krabice z lepenky.



Tamir Hativ, product manager HP Company, připomenul, že filozofií firmy je nabízet novinky, které lze aplikovat do již používaných strojů, a tím zvýšit jejich kvalitu a kapacitu. Zákazníci tak nejsou po pár letech nuceni investovat do nákupu nových strojů.



Na Den české logistiky zavítalo 300 účastníků

Druhý ročník veletrhu **DEN ČESKÉ LOGISTIKY** se uskutečnil 21. dubna v Praze. Akce se konala v rámci celoevropského projektu European Supply Chain Day a představila se na ní řada firem z oblasti dopravy a logistiky. Nechyběli ani zástupci z obalové branže, kteří konferenční část zpestřili formou her a soutěží.

Adriana Weberová

Retailová pasáž hotelu Courtyard by Marriott Prague Airport na pražském letišti Václava Havla letos přivítala bezmála 300 návštěvníků, na které vedle výstavních stánků čekal také pestrý odborný doprovodný program. „Účastníci získali jedinečnou možnost nahlédnout do aktuálního dění v dopravě a logistice a seznámit se s řadou úspěšných řešení i nejmodernějších technologií v oboru. Já osobně považuji celou akci za velmi zdařilou a zájem české logistické veřejnosti, stejně tak jako zájem českých i globálních partnerů celé akce za důkaz o tom, že akce tohoto typu na českém trhu chyběla,“ hodnotí veletrh prezident České logistické asociace Václav Cempírek.

Jedna europaleta EPAL ušetří téměř 28 kg uhlíku

Po dopoledním programu zaměřeném na logistiku proběhl v odpolední části seminář Evropské paletové asociace EPAL. Hlavním tématem bylo paletové hospodářství a uzavřený oběh palet. Martin Leibbrandt, generální ředitel EPAL, hovořil o snižování uhlíkových stop. „Jedna europaleta EPAL ušetřila téměř 28 kg uhlíku. Její oběhový cyklus je dlouhodobý, protože je možné ji opravovat a používat opakovaně.“

VÍCE O SEMINÁŘI EPAL

Klikněte pro více informací



DO EVROPSKÉHO DNE LOGISTIKY SE ZAPOJILO 40 000 LIDÍ

V rámci všech evropských asociací sdružených pod European Logistic Association se Evropského dne logistiky zúčastnilo na 40 000 lidí, kteří se stali součástí 458 nejrozličnějších akcí ve 23 evropských zemích. V České republice se do akce zapojilo 36 firem a tři stovky účastníků. ■

Na závěr účastníky čekal interaktivní workshop formou her a soutěží s využitím moderních obalových materiálů a technologií. Moderování se ujali Jan Kaprhál, head of technical preparation společnosti Smurfit Kappa, a David Marouš, commercial manager společnosti Cordstrap. Dobrovolníci měli za úkol uložit a zafixovat zboží na paletách. Cílem bylo efektivně zajistit zboží v logistickém řetězci a je třeba podotknout, že si skupinka soutěžících vedla velmi dobře a úkol splnila.

OBAL HROU

Klikněte pro zhlédnutí videa



Druhým soutěžním úkolem bylo co nejrychlejší sestavení překližkových beden. Soutěžícím tentokrát asistoval Ondřej Humpolík, technical sales representative firmy NEFAB. I s tímto nelehkým úkolem si účastníci poradili.

Veletrh Den české logistiky uspořádala Česká logistická asociace a organizačně ho zajišťovala společnost RELIANT. ■



Montáž plotrů KONGSBERG na vlastní oči

OBALOVÝ INSTITUT SYBA uspořádal 12. května v Brně druhý ročník semináře na téma fixace a výplně v balení. Součástí programu byla tentokrát i prohlídka výroby a balení řezacích strojů Kongsberg ve společnosti Esko Brno.

Adriana Weberová

Praxi předcházela teorie

V dopolední části workshopu byla padesátka účastníků zasvěcena do teorie zaměřené především na fixace. V úvodní přednášce se obalová specialistka a lektorka Jana Žižková pustila do oblasti tradičních i nových fixačních systémů. Představila širokou škálu materiálů používaných k výrobě tvarovaných fixací, jako jsou nasávaná vlákna, pěnový PE a PUR. V prezentaci nechyběla ukázka možností, které nabízejí voštiny. Mezi základní benefity fixací z tohoto materiálu patří tuhost, pevnost, nízká hmotnost, ale také příznivá cena.



V dopolední části workshopu byla padesátka účastníků zasvěcena do teorie zaměřené především na fixace.

VÝHODY VÝROBY OBALŮ PLOTRY

- Segment malosériové produkce obalů, speciální obaly – kombinace různých materiálů
- Operativnost – žádná výseková forma (úspora nákladů, času, žádné skladování)
- Téměř žádné přípravné časy, téměř žádná makulatura
- Vyšší kvalita (preciznější řez, žádné můstky, více možností rylování)
- Víceúčelovost tohoto zařízení – vstup do nových oblastí výroby

K ideálnímu materiálu pro fixace a výplně se řadí již tradičně vlnitá lepenka. Dají se z ní vyrobit mřížky různých tvarů a konstrukcí. Dokonce i krabice z vlnité lepenky lze po rozřezání použít jako pružnou fixaci. Příkladem jsou EcoPack, Flextra, EasyFill či například Kartofix. Zmíněna byla také papírová tělíska nebo vypěněná PS tělíska Flo pack.

Manipulační značky pouze v černé barvě

Vlado Volek z OBALOVÉHO INSTITUTU SYBA (OIS) se ve svém příspěvku zaměřil na manipulační značky na přepravních



K vidění byly možnosti zpracování materiálů včetně vlnité lepenky (Václav Petr ze společnosti Macron Systems).

balení. Připomněl, že musí být v černé barvě a umístěné poblíž levého horního rohu na všech svislých stěnách balení. Na praktických příkladech ukázal, že i známé přepravní firmy tyto předpisy nedodržují. V praxi značky překrývají reklamní nápisy, a některé zásilkové služby dokonce manipulační značky neuvádějí vůbec.

Druhý zástupce OIS, Václav Doležal, ve svém příspěvku upozornil na vlastnosti pěnových materiálů. Předvedl postup výpočtu potřebné tloušťky, aby bylo dosaženo stanovené ochrany pro utlumení rázů. Ukázal také výpočet tloušťky pěnových materiálů pro zboží citlivé na teplotu, jako jsou například některé léčivé přípravky.

Esko přináší komplexní řešení

Pavel Smetana ze společnosti Macron Systems představil paletu vyráběných řezacích stolů Kongsberg – od Kongsberg VL entry level přes Kongsberg XE speed & accuracy, Kongsberg XN versatility až po Kongsberg XP productivity a Kongsberg C the new dimension. Plotry lze nasadit ke zhotovení vzorků nebo pro malosériovou a kusovou výrobu obalů. Připomněl dále, že Esko přináší komplexní řešení. Vedle hardwaru Kongsberg jde i o software pro konstrukci obalů ArtiosCAD. Plotry Kongsberg jsou dále charakteristické modulární konstrukcí skládající se z formátu stolu, nástrojové hlavy a vlastních nástrojů. Výhodou tohoto řešení je možnost kdykoliv se pustit do nového výrobního segmentu.



Ukázka balení plotrů

V odpolední části předvedl v modelové situaci Václav Doležal konstrukci fixace tiskárny. Data byla přenesena do plotru, na němž Václav Petr ze společnosti Macron Systems navrženou fixaci vyřezal. Vedle toho představil řadu nástrojů, předvedl



Václav Petr ze společnosti Macron Systems představil řadu nástrojů a předvedl výměnu hlavy.

výměnu hlavy a demonstroval možnosti zpracování dalších materiálů včetně vlnité lepenky a bublinkových PP desek. Jak snadno (pokud se to umí) lze díly z PE pěny svařit, předvedl horkovzdušnou leisterkou Václav Doležal.

Vzhledem k vysokému počtu účastníků byly vytvořeny dvě skupinky, které postupně provozem provedl Karel Nováček, ředitel závodu Esko Brno. Program uzavřela ukázka balení plotrů pod taktovkou Ondřeje Humpolíka ze společnosti NEFAB, která řezací stoly Kongsberg pro expedici do celého světa balí do svých patentovaných beden na bázi překližky. ■

VÍCE Z AKCE KE ZHLÉDNUTÍ NA VIDEO ZDE

Klikněte pro více informací





ObalTrend: automatizace v teorii i praxi přilákala 100 účastníků

Ve dnech 28. a 29. dubna 2016 proběhl v Hotelu Eliška v Mikulově první ročník odborné konference s názvem **OBALTREND**. Akce byla projektem společností BOTTLING PRINTING, Alvey Manex a EKOBAL, které účastníkům předaly své zkušenosti z oblasti automatizace balení, značení a dalších souvisejících procesů.

Adriana Weberová

Problematika automatizace balení a značení materiálů je velmi obsáhlá, a proto byla během programu organizátory spuštěna mobilní aplikace. Díky ní mohli účastníci v průběhu přednášek vznášet dotazy prostřednictvím svého mobilního telefonu. Ti, kteří preferovali osobní setkání se zástupci přednášejících firem, měli možnost své dotazy individuálně probrat s odborníky v konzultačním koutku Project Corner.

Konferenci navštívilo více než 100 účastníků jak z České, tak Slovenské republiky, a to především z řad výrobních společností. Přednášející sestavili své prezentace na základě veřejného průzkumu provedeného před akcí. ■

Expozice ve výrobním závodě společnosti Alvey Manex



Proč je dobré znát povrchové napětí

Vliv povrchového napětí materiálů na jejich označování si jako téma zvolila Hana Šourková ze společnosti Surface Treat 14. Jde totiž o rozhodující kritérium pro adhezi (přilnavost) tiskářských barev, laků a lepidel. Povrchové napětí lepidla či barvy musí být vždy nižší než povrchové napětí lepeného povrchu, jinak nedojde k dokonalému smočení povrchu lepidlem.

Na značení na obalech se zaměřil Vlado Volek z OBALOVÉHO INSTITUTU SYBA. Hovořil například o značení vybraných produktů mířících na francouzský trh. Více v článku na straně 32.

Konferenci zahájil Kamil Suchánek, obchodní ředitel společnosti BOTTLING PRINTING. V prezentaci s názvem Laser nebo INKJET hovořil o úskalí použití obou technologií na různých materiálech. Zaznělo například, že tisková technologie laserem se v porovnání s metodou INKJET vyznačuje vysokou rychlostí a kvalitou tisku.

O úskalích a rizicích při značení na plastové materiály se ve svém příspěvku zmínil Jaromír Fojt, technický ředitel společnosti BOTTLING PRINTING. „Při použití INKJET a termotransferové technologie pro potisk znaků na plast je nutné otestovat ořezuvzdornost, respektive přilnavost k povrchovému substrátu.“

Kamery umějí kontrolovat i kvalitu

Kamerové kontroly výrobků na výrobních linkách mohou probíhat více způsoby. Jednoduché kamery dokážou číst na výrobcích bez pohybu 1D a 2D kód. Vyšší úroveň je čtení více 1D nebo 2D kódů. Kódy umístěné na různých pozicích kamera snímá v pohybu. Náročnější kamerové kontroly výrobků zvládnou čtení 1D, 2D, OCR, etiket, ale také kontrolu kvality. „Dále nabízejí statistická data a archivaci,“ doplnil Pavel Bartík, projektový manažer společnosti Applic/Cognex.

**AŽ 40 % NÁKLADŮ
JE NEDOSTATEČNĚ
ZAJIŠTĚNO, COŽ
ZNAMENÁ VELKÉ
NEBEZPEČÍ PRO
ÚČASTNÍKY
SILNIČNÍHO PROVOZU!**

Software Maestro+ pro vyhodnocování provozních statistik balicích linek představil Martin Košťálek, obchodní ředitel společnosti Alvey Manex. Maestro+ umí řídit výrobní příkazy, získávat data z paletizace a vyhodnocovat provozní data. Výrobní příkazy jsou napojeny na ERP a plánování je automaticky spojeno s výrobou. Získané informace o balení umožní automatické nastavení balicích linek. „Informace o paletách umožní automatické nastavení paletizátorů,“ dodal Martin Košťálek. Vyhodnocování provozních dat poskytuje například možnost plánovat údržbu. Automatickou optickou kontrolu vrstev produktů při paletizaci přiblížil Jan Zechmeister, obchodní a servisní ředitel společnosti Alvey Manex. Nekvalitní uložení produktů na paletě může vést například ke zborcení stohu balení, jeho poškození či nesprávnému počtu balení na paletě.

VÍCE O AUTOMATICKÉ KONTROLE PRODUKTŮ

Klikněte pro více informací



Pohybujeme se v džungli

Přínosný byl příspěvek o nekalých obchodních praktikách panujících v oblasti balicích materiálů, který prezentovala Renata Dobešová, obchodní ředitelka společnosti EKOBAL.

Z přednášky dokonce vyplynulo, že se pohybujeme v džungli. Například u pevnosti vázacích pásek panuje mnoho nejasností.

Foto jako evidentní důkaz

VÍCE O ZVÝŠENÍ BEZPEČNOSTI ZBOŽÍ ZDE



Klikněte pro více informací



Večer byl zpestřen vystoupením iluzionisty Roberta Foxe.

Večerní degustaci místních vín značky Volařík ve vinném sklípku Moravského vinařského centra v hotelu Eliška doprovázela cimbállovka. Večer byl zpestřen vystoupením iluzionisty Roberta Foxe.

Automatizace v přímém přenosu

Druhý konferenční den se konala interaktivní prohlídka funkční expozice v nedalekém výrobním závodě společnosti Alvey Manex, kde byly k vidění jednotlivé automatizační technologie. Připravena byla část linky složená z robotického ramene společnosti Fanuc, paletových dopravníků společnosti Alvey Manex, aplikátoru etiket, laseru a INK-JET tiskárny od společnosti BOTTLING PRINTING. Linka byla dále vybavena kamerovým systémem kontroly značení Cognex, poloautomatickou ovinovačkou WMS Evident a testovacím zařízením pro sledování stability palet, obě zařízení od společnosti EKOBAL.

Mediálními partnery byly Packaging Herald a Automatizace v potravinářství. ObalTrend pod odborným dohledem OBALOVÉHO INSTITUTU SYBA je také součástí vzdělávacího projektu OBALOVÁ AKADEMIE. ■

NAHLÉDNĚTE, JAK KONFERENCE PROBÍHALA

Klikněte pro zhlédnutí videa





REKLAMA POLYGRAF: premiéra print & packagingu

V druhém květnovém týdnu se v **PVA EXPO PRAHA** konal již 23. ročník mezinárodního veletrhu Reklama Polygraf. Jak již název napovídá, jedná se o veletrh reklamy a polygrafie, ale také médií a obalů. Novinkou byla na ploše 200 m² prezentace segmentu print & packagingu.

Adriana Weberová

Veletrh Reklama Polygraf je jediná akce tohoto druhu v České republice. Není proto divu, že se jí každoročně účastní tisíce návštěvníků z řad zadavatelů, reklamních agentur, výrobců reklamy a dalších firem. Letos byly k vidění materiály a technologie na výrobu reklamy, polygrafie, signmakingu, POP a POS, ale také určené k tvorbě dárkových předmětů. Vystavovali zde hlavní hráči z oblasti polygrafie a signmakingu, kteří nechyběli ani na minulých ročnících. Do Prahy zavítali i zahraniční vystavovatelé z Polska, Německa, Rakouska, Itálie a Bulharska.



Na veletrhu nechyběli zástupci společnosti Mimaki.

Podle údajů Českého statistického úřadu (ČSÚ) se letos tuzemskému polygrafickému průmyslu daří. V letošním prvním čtvrtletí se zvýšily tržby z tisku a rozmnožování nahaných nosičů meziročně o 15 %. ■

Print & packaging na ploše 200 m²

Novinkou byl segment print & packaging, jemuž bylo pod názvem Centrum obalových a balicích inovací v hale 2 věnováno 200 m² plochy. Na několika demo pracovištích s výrobními linkami byly představeny různé procesy: personifikovaný potisk obálek a tašek, potisk vlnité lepenky a její následný výsek, nanášení etikety na láhev, práce s teplem smrštitelnou fólií, balení potravin a mnoho dalších zajímavostí.

Mezi vystavovateli z oblasti print & packagingu se objevily například společnosti ARCON, OSPAP či pap4ever digital. Návštěvníci veletrhu měli také možnost navštívit expozice společností Spandex, CANON, Xerox, Comimpex, DataLine Technology, Profisign, Bitcon, Konica Minolta, Ricoh a ONDRÁŠEK INKJET SYSTEM.

Tiskárny a plotry od Mimaki v přímém přenosu

Společnost Mimaki zde představila stolní digitální tiskárnu UJF-3042, která kombinuje technologii UV LED diod s technickými poznatky získanými u starších UV inkoustových tiskáren.

Výsledkem je přesný a podrobný tisk v jasných barvách na substráty bez coatingu. Tiskárnu lze například použít k tisku karet, obalů a štítků tam, kde se tisknou malé série podle okamžité potřeby a požadavků. Tisknout lze na sklo i kovy. Vysoké

dokonce o 1,45 miliardy USD (nejsou zahrnuty obaly s chytřými chemikáliemi a RFID). K benefitům smart packagingu patří prodloužená doba skladovatelnosti, komunikace se zákazníkem a vyšší bezpečnost a komfort.



Stánek společnost DataLine Technology



Společnost Tvar Pardubice představila dózu na luxusní kosmetiku.

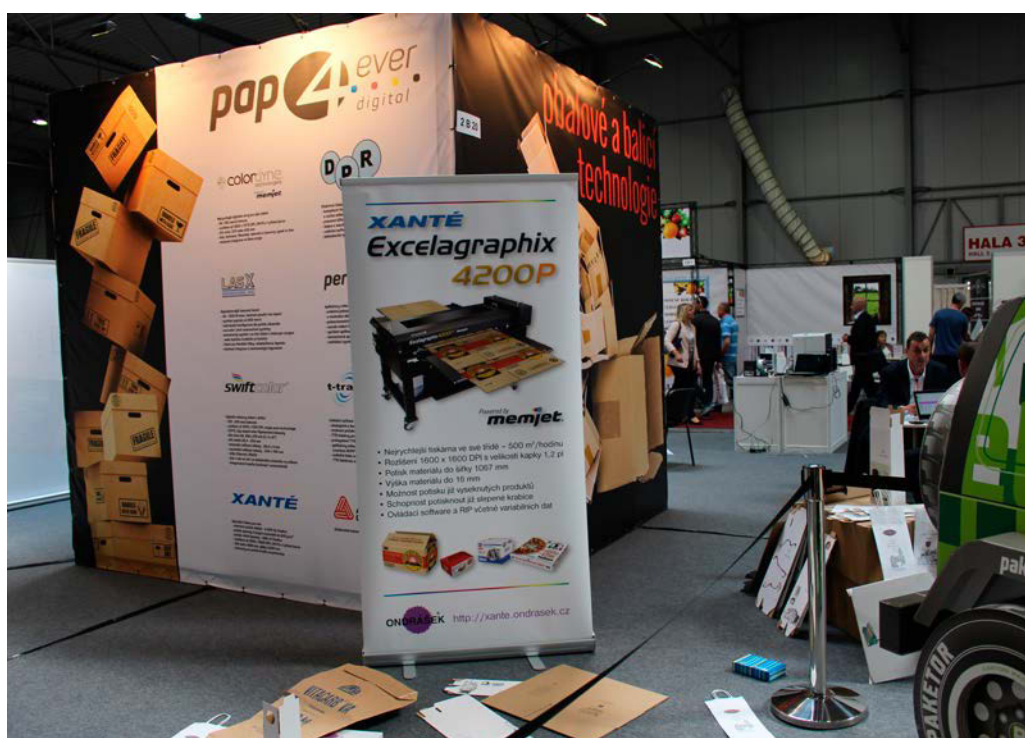
kvality tisku se dosahuje díky maximálnímu rozlišení 1440 x 1200 dpi a možnosti bílého podtisku a přetisku na substráty s tloušťkou až 50 mm. Součástí standardní dodávky je ripovací software společnosti Mimaki.

Od stejného dodavatele byl k vidění také malý deskový plotr MIMAKI CFL-605RT s vakuovým přisáváním, vhodný na vzorování obalů a prototypů. Použit ho lze k výrobě zakázkových prezentačních boxů z lepenky, balicích vycpávek, pěnových šablon, reflexní vinylové fólie, ale také k vytváření předmětů pro POS/POP.

Chytrých obalů se v roce 2023 prodá za 1,45 miliardy dolarů

Z doprovodných programů stojí za zmínku prezentace Jana Bourka, manažera techniky a vývoje společnosti OTK GROUP, který hovořil o smart packagingu, tedy o využití tištěné elektroniky pro obalová řešení. Připomenul faktory ovlivňující růst oblíbenosti chytrých obalů. Kromě stárnoucí populace a náročnějších, ale také bohatších spotřebitelů jde o přísnější legislativu, měnící se životní styl a znepokojení ze zločinnosti a terorismu. Elektronikou vylepšených obalů bylo v roce 2013 prodáno za 75 milionů USD, v roce 2018 by mělo jít o 200 milionů USD, a v roce 2023

Větší prostor veletrhu byl věnován reklamnímu textilu. Nechyběly expozice firem Cotton Classics, Adler Czech, Alex Fox, Lambeste či Industrial Wear. S vyšívacími stroji se na veletrhu již tradičně představila expozice Nedbal Trading. Laserové gravírovací a řezací stroje našli návštěvníci například na stáncích Uhal Trade, 4isp a Semper. ■



Mezi vystavovateli z oblasti print & packagingu se objevila také společnost pap4ever digital.

Vydavatel:

KON Agency s.r.o.

Sídlo:

Na Květnici 616/4, 140 00 Praha 4

IČ: 04126297

DIČ: CZ04126297

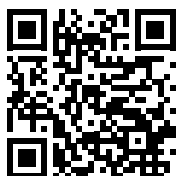
Korespondenční adresa:

Kartouzská 4, 150 99 Praha 5

Tel.: +420 222 764 010

Mobil: +420 777 808 526

Web: www.packagingherald.cz



Redakce:

Mgr. Adriana Weberová

šéfredaktorka

Mobil: +420 604 928 572

Email: weberova@packagingherald.cz

Spolupracovníci redakce:

Pavla Cihlářová, Hana Hradecká,

Vincent Chamagne, Jan Cholenský,

Martin Jamrich, Kateřina Kolářová,

Alois Sklenář, Vlado Volek

Inzerce a marketing:

Mgr. Ivana Kohoutová

Mobil: +420 777 808 526

Email: kohoutova@packagingherald.cz

Layout:

Bc. Lenka Tomičová

Email: tomicova@packagingherald.cz

DTP:

Art D – Grafický ateliér Černý

Žirovnická 3124/1, 106 00 Praha 10

www.art-d.com

Tiskárna:

Integraf, s.r.o.

Myslbekova 273, 547 01 Náchod

Distribuce:

A.L.L. production, s. r. o.

Ve Žlíbku 1800/77 – Hala A7

193 00 Praha 9 - Horní Počernice

Registrační značka:

MK ČR E 22207

ISSN 2336-8918 (Print)

ISSN 2336-8926 (On-line)

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

Najdete nás na:



Adler Czech	57	KURZ	22
Alex Fox	57	Lambeste	57
Alvey Group	7, 54	Linde Material Handling	48
Amazon	46	LS ZETIS CR	11
Antalis	39	Macron Systems	53
Applic/Cognex	54	Mail Step	46
ARCON	56	MECOS-Chemie	37
Asociace inovativního farmaceutického průmyslu	30	Merck Group	22
Avery Dennison	19	Michael Huber CZ	37
Bitcon	56	Mimaki	56
Bottling Printing	54	Model Copack Plus ČR	40
Branopac CZ	39	Model Obaly	42
Budějovický Budvar	6	Nedbal Trading	57
CANON	56	NEFAB	51, 53
Cocoon	8	Nolato CERBO	10
Comimpex	56	OBALOVÝ INSTITUT SYBA	24, 32, 52, 54
Cordstrap	51	OKI	9
Cotton Classics	57	ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM	56
Česká logistická asociace	51	OSPAP	56
DataLine Technology	22, 50, 56	OTK Group	19, 56
EKOBAL	54	pap4ever digital	56
EKO-KOM	34	Parfums.cz	47
EMVO	27	Profi sign	56
EPAL	52	RAPETO	14
ESA	41	RELIANT	8, 51
ESKO	19	Ricoh	56
Esko Brno	52	Scodix	22
Excor-Zerust	38	Semper	57
F. Hoffmann-La Roche	27	Shenzhen Green Song Design Consultant	25
FIOMO	19	Smurfit Kappa	51
Flextrus	8	Spandex	56
FM ČESKÁ	41	STÖLZLE – UNION	10
Follmann	37	Stölzle Flaconnage	24
FuturePack Consulting	25	Sun Chemical	34
Geis CZ	46	Surface Treat 14	54
GRAFOBAL	24	SweetWater Brewing Company	9
GS1 Czech Republic	26	TART	39
GZ Media	50	Tetra Pak	6
Hollandia	8	Teva	28
HOPI	41	TPCA	42
HP Company	50	TVAR výrobní družstvo Pardubice	7
HUHTAMAKI	19	Uhal Trade	57
Industrial Wear	57	ÚKZÚZ	43
Ing. Petr Kloc a spol.	19	Wuhan University of Technology	24
IPSOS	30	Xerox	56
Komfi	22	Zentiva	11
Konica Minolta	56		

Seznam inzerce Packaging Herald č. 5 (5–6/2016)

Bottling Printing	27, 28	Schoeller Allibert	37
Brisk	11	TBA Plastové obaly	47
D+K Drmela	15	Tiskárna DIDOT	13
EKO-KOM	5	TOP Tisk obaly	60
FANUC Czech	59		
Global Werbeagentur / FachPack 2016	7		
Grafiko Print	2		
GS1 Czech Republic	17		
Ing. Petr Kloc a spol.	25		
KURZ Czech & Slovak	21		
Model Obaly a.s.	9, 29		
ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM	23		

Další vydání magazínu
vyjde **23. srpna.**

INZERCE	
Rezervace	5. 8. 2016
Dodání	12. 8. 2016



FANUC

Perfektní team

Kompletní řešení pro sbírání,
balení a paletizaci



Silný partner pro kompletní manipulační proces

Nikdo jiný Vám nenabídne tak ucelenou nabídku. Nejširší produktová řada v průmyslu umožňuje FANUC poskytovat vše, co potřebujete pro zrychlení, zpružnění a zefektivnění Vašich manipulačních procesů. Ideální roboty pro sbírání, balení a paletizaci umožňují perfektní synchronizaci a hladký průběh procesů od prvního do posledního kroku. Nezáleží, zda je Vaše zboží velké nebo malé, lehké nebo těžké, robustní či křehké, vždy máme perfektní řešení pro všechna průmyslová odvětví a aplikace. **Smart, strong, yellow**



FANUC Czech s.r.o.
Tel.: +420 234 072 900
www.fanuc.cz



Naše obaly jsou vidět

top tisk®



Zaměřujeme se na nové, moderní a atraktivní trendy v oblasti zpracování a výroby obalů z hladké i vlnité lepenky. Nabízíme svým klientům přes 17 let zkušeností, nové možnosti konstrukce obalů, technologickou vyspělost, pružné termíny zakázek a osobní přístup v komunikaci. Jsme prostě TOP. Vyzkoušejte, co můžeme udělat právě pro Vás.

Co nás dělá výjimečnými?

+ zákaznický přístup

+ vlastní vývoj obalu

+ pružnost a efektivita

+ spolehlivost

+ metalické efekty Prindor

+ Accucheck/Accubaille