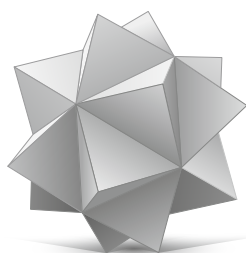


16.-17. ŘÍJNA 2014, AQUAPALACE HOTEL PRAGUE, PRAHA



OBALKO²

ČESKÝ A SLOVENSKÝ OBALOVÝ KONGRES

POZVÁNKA



**Obaloví profíci
opět vylezou
ze svých
krabic!**

KOMPLETNÍ PROGRAM KONGRESU ODHALEN!

Na co se můžete těšit?

DOPOLEDNÍ PROGRAM (16. 10. 2014)

8.30–9.30 Registrace účastníků, lehká snídane
9.30–9.45 Zahájení kongresu, úvodní slovo

9.45–10.30



Eva Jiřičná
architektka
a designérka

**Od ničeho
k (ni)ničemu**

Každý návrh před svým dokončením projde svízelnou cestou, která je pro ty, kteří spatří až konečný výsledek, neviditelná. Designéři vědí, že v průběhu práce na daném projektu nastanou nepředvídatelné těžkosti, které mohou jejich vize značně ovlivnit. Přesto jsou to závodníci, kteří, i když mají malou naději na vítězství, závod nevzdávají. Se stejnou situací se většinou potýkáme v jakémkoli oboru.

10.30–11.15

Zhodnocení a srovnání vývoje v letech 2008–2013 v jednotlivých geografických oblastech, včetně České republiky, zahrnující i členění podle materiálů používaných pro výrobu obalů. Přehled klíčových trendů a faktorů makro- a mikroprostředí a jejich vliv na poptávku po obalech v příštích 5 letech. Předpokládaný dopad používaných balicích technologií na budoucí vývoj trhu. Očekávaný celosvětový vývoj obalového průmyslu v letech 2014–2018 se shrnutím důležitých faktorů, které mohou ovlivnit jeho růst i prosperitu.

Dominic Cakebread
packaging consultant, Smithers
Pira

**Globální trendy, vlivy
a očekávaný vývoj
obalového trhu**



11.15–12.00



Richard Suthons
managing consultant,
Richard Suthons Associates

**Jak úspěšně budovat značku
pomocí inovativních obalů
a designu?**

V důsledku stále častějšího snižování nákladů na reklamu a propagaci je mnohdy obal jediným nástrojem, jak upoutat pozornost spotřebitele. Pro jeho návrh je proto stěžejní příprava kvalitního briefu, který by měl zahrnovat positioning statement značky/produktu. Na co si dát při jeho přípravě pozor? Co vše je potřeba zvažovat při formulaci jasného positioning statementu? Celý proces bude demonstrován na řadě příkladů včetně ukázek inovativních obalových řešení, která pomohou odlišit vaši značku od konkurence!

12.00–13.00 Oběd

**Sledujte aktuality
z kongresu na**

www.obalko.cz



DALŠÍ ZAJÍMAVÍ ŘEČNÍCI V RÁMCI ODPOLEDNÍCH SEKCIÍ!

Marketingová sekce:

13.00–14.15 **1. blok: Obaly pro potraviny**

Aromatická success story

Jak se rodí obal na úspěšný sýr? Kdo všechno stojí u jeho zrodu? Je nesmírně obtížné naplnit očekávání marketingu, splnit podmínky kvality a zároveň využít možnosti obalů. Přitom méně je někdy více. O tom všem je příběh, jak vlnitá lepenka nemusí sloužit jen jako transportní obal.

Jan Teplý, ředitel pro marketing, nákup a obchod, MADETA
Martin Hejl, jednatel, THIMM Obaly

Audit obalových materiálů jako zdroj podceňovaných úspor

Představení metodiky, koncepce auditu a následného procesu samotné optimalizace na realizovaném projektu Packaging optimisation v Masokombinátu Plzeň, kde výše úspor dosáhla 25–30 % z celkových nákladů na obalové materiály. Pohled zadavatele a jeho zkušenosti s provedenou optimalizací doplněný komentářem auditorů.

Jiří Mlích, generální ředitel, Masokombinát Plzeň
Martin Dulava, ředitel, LineArt Group

Má smysl dělat hodně stejných „krabic“?

Ve srovnání se situací před rokem 1989, kdy měl zákazník omezenou možnost výběru, jsou nyní regály zaplněné širokým spektrem výrobků. Bylo jednodušší zviditelnit výrobek tehdy, nebo dnes? Co umožňují moderní technologie pro upoutání pozornosti zákazníka ke konkrétnímu produktu?

Petr Stupka, jednatel, STUDIO KULINÁŘ
Ladislav Koutník, obchodní a marketingový ředitel, S&K Label
Martin Bělík, marketing and sales specialist, DataLine Technology

14.15–14.45 **Coffee break**

14.45–16.00 **2. blok: Obaly pro nápoje**

Výjimečný obsah si žádá výjimečný obal

Obal, který se vymyká běžně zažitým konvencím pro danou produktovou kategorii, dokáže posílit identitu značky i podpořit její znalost. Poslouchat zákaznicky se vyplácí. U produktu se zdravotními benefity je originalita obalu a jeho praktičnost podmínkou úspěchu, která vede i k úsporám nákladů za marketing. Vše bude prezentováno na konkrétním příkladu vzniku obalů nové značky.

Ivana Sankot, majitelka a ředitelka, Aqua Angels EUROPE

Jak pozdvihnout národní bohatství?

Pilsner Urquell je tradiční česká značka a zakladatel kategorie piv plzeňského typu, jak ho známe nyní. Patří mezi FMCG značky s nejvýraznější vizuální identitou, která si zachovává svoji konzistenci po celých 172 let. Jak můžeme pomoci obalu budovat značku a zlepšit její image v očích spotřebitelů?

Paul Reason, marketing manager, Plzeňský Prazdroj

Dárek je otázka „Prestige“

Dokonalé porozumění specifickým potřebám cílové skupiny prémiových sektů je nezbytným předpokladem pro to stát se nejúspěšnější značkou v této kategorii produktů. Jednou z výjimečných příležitostí je moment obdarování. Aby se i sekt stal úspěšným v segmentu „giftproducts“, vyžaduje jedinečné, luxusní a propracované dárkové balení. Provedeme vás celou případovou studií vzniku dárkového balení pro řadu Bohemia Sekt Prestige, které zdvojnásobilo prodeje značky v segmentu.

Ondřej Čabrada, group brand manager, BOHEMIA SEKT
Jiří Fiala, creative director, Fiala & Šebek Visual Communications
Radek Kupčík, vedoucí technologie a konstrukce, Model Obaly

16.00–16.30 **Coffee break**

16.30–17.45 **3. blok: Obaly pro farmacie**

Světové trendy v balení léčiv

Celosvětové trendy a co můžeme očekávat do budoucna? Technické a legislativní požadavky na obaly léčiv zahrnující značení, track & trace a ochranné prvky proti padělání a pro ověření, že s vnějším obalem nebylo manipulováno. Pozornost bude věnována i problematice snadného otevírání, obalům vhodným pro seniory, tématu udržitelnosti i použitelnosti technologií RFID nebo NFC.

Dieter Mößner, team leader customer service prepress, Edelman Group

Jak zamezit přístupu padělaných léčiv do legálního dodavatelského řetězce?

Bezpečnostní prvky a mechanismy, které přináší směrnice 2011/62/EU pro farmaceutický průmysl a pro spotřebitele. Možnosti ověření, že vnější obal nebyl padělán a nebylo s ním manipulováno. Jaký návod nám poskytuje evropská norma FprEN 16679?

Markku Pietarinen, business segment manager, UPM Raflatac

Od značení k digitálnímu tisku

Technologie používané pro označování výrobků – jejich vývoj, současnost a budoucnost. Nástup digitálních tiskových technologií do segmentu lepenkových obalů.

Pavel Ondrášek, ředitel, ONDRÁŠEK INK-JET SYSTEM

Technologická sekce:

13.00–16.00 **1. blok: Přepravní obaly**

Zajištění nákladu – důležitý prvek logistického řetězce

Se zajištěním nákladu je třeba počítat od samého počátku – od balení přes skladování až po samotný proces dopravy. Má zásadní vliv na dodání zboží zákazníkovi bez poškození, způsobení hmotné škody nebo škody na zdraví ostatních účastníků silniční dopravy. Současná praxe ale ukazuje, že jednotlivé články logistického řetězce nejsou s podmínkami správného zajištění nákladu seznámeny.

Milan Janda, lektor akademie dopravního vzdělávání, DEKRA CZ

Jak snížit logistické náklady bez negativních dopadů na bezpečnost nákladu?

Dnes již nestačí jen kvalitně vyrobit. Vše se musí i profesionálně zabalit a bezpečně přepravit. Snížení nákladů na balení i eliminace způsobovaných škod při přepravě se s novou evropskou legislativou stávají nezbytnou součástí logistického procesu. Odpověď na problematiku otázku přinese případová studie zaměřená na testování stability a pevnosti paletové jednotky.

Petr Ševčík, platform manager/SCM, MAKRO Cash & Carry ČR
Renata Dobešová, obchodní ředitelka, EKOBAL

Silniční kontrola zajištění nákladu

Jakým způsobem probíhají kontroly zajištění nákladu? Jaké jsou výsledky kontrol a nejčastěji zjištěné závady? Věnují firmy správnému zajištění nákladu více pozornosti než dříve?

Luděk Florian, referent oddělení vzdělávání SOD, Centrum služeb pro silniční dopravu

14.15–14.45 **Coffee break**

Přepravní obaly dříve a dnes

Jak se změnil pohled na vývoj obalů za posledních 10 let? Souhrn současných požadavků na vývoj přepravních obalů multimateriálové konstrukce v průmyslu – od prvotních požadavků zákazníka po technické nároky přepravovaného výrobku. Příklady úspěšného obalového vývoje a jejich realizace.

Lucie Neugebauerová, specialista obalových materiálů, Geis CZ

Na co se zaměřit při výběru obalu?

Jaké jsou hlavní faktory výběru správného obalu? Přehled možných variant obalových řešení na bázi plastů. Nejen výhody a nevýhody jednotlivých řešení, ale hlavně přidaná hodnota obalu při jeho správném výběru budou prezentovány na konkrétních příkladech.

Kateřina Svobodová, packaging specialist, Koito Czech
Tomáš Černý, area sales manager, ConTeyor Poland
Pavel Semanco, key account manager, Schaeffler Alibert

Být dobrý nestačí

Tlak na snižování výrobních nákladů vede v ČR k instalaci automatických obalových strojů (erektořů). Tyto stroje a spojená infrastruktura musí dodat očekávaný přínos, ale někdy se stávají úzkým místem vedoucím k prostojům výrobních linek. Řešení tohoto úzkého místa vyžaduje velmi úzkou spolupráci mezi jednotlivými partnery, jejichž výsledky přinášejí mnoho dalších neočekávaných příležitostí.

Zdeněk Kopřiva, Rakona site delivery organization leader, Procter&Gamble
Zdeněk Suchitra, generální ředitel, Smurfit Kappa

16.00–16.30 **Coffee break**

16.30–17.45 **2. blok: Identifikace a značení, automatizace**

Samoobslužná řešení staví na kvalitě čárových kódů

Samoobslužné technologie přinášejí výhody zákazníkům i obchodníkům. Kvalita těchto aplikací a jejich funkčnost je postavena na základním předpokladu: čárový kód, který je nejrozšířenějším prvkem identifikace produktů, musí být proveden kvalitně a musí mít správný datový obsah. Součástí nových konceptů je proto i řešení tradičních problémů.

Martin Böhm, vedoucí oddělení podpory pokladních systémů, Globus ČR
Miroslav Exner, IT konzultant, Globus ČR
Michal Bílý, obchodní ředitel, GS1 Czech Republic

RFID značení obalu versus obsahu

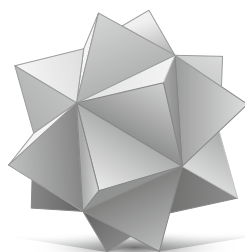
Využití RFID při optimalizaci logistického řetězce v automobilovém průmyslu. Jaké jsou praktické zkušenosti? Je lepší značit obal, nebo obsah? Jaká je rychlost snímání a spolehlivost čtení? Prezentace výsledků testovacího provozu v zásobovacím řetězci koncernu Hyundai/KIA.

David Chobot, vedoucí týmu výrobní technologie, Plakor Czech
Jakub Unucka, výkonný ředitel, GABEN

Efektivní využití robotizace

Trendy v oblasti robotizace. Výhody jejího použití ve třech fázích výrobního procesu – sbírání, balení a paletizace. Možnosti zjednodušení workflow pomocí softwarových řešení. Příklad implementace robotů vedoucích k optimalizaci celého procesu výroby.

Richard Dytrych, technický ředitel, THIMM Obaly
Ivo Semerád, LBU sales manager, ABB



OBALKO2

ČESKÝ A SLOVENSKÝ OBALOVÝ KONGRES

Doprovodný program:

Obalový Business Mixer

Po náročném konferenčním dni je pro účastníky kongresu připraven Obalový Business Mixer s bohatým programem, na kterém se můžete v neformální uvolněné atmosféře seznámit s kolegy z vašeho oboru a navázat nové obchodní kontakty!



Druhý den – BALENÍ V AKCI (17. 10. 2014)



Na druhý konferenční den připravujeme BALENÍ V AKCI! Uděláme si výlet do několika výrobních závodů, které patří mezi nejvíce inovativní v oblasti obalů v České republice. V letošním roce plánujeme návštěvy ve společnostech Model Obaly a OTK GROUP. S obalovými materiály pracujeme každý den, ale jak dobře obalům opravdu rozumíme?

Počet míst omezen, registrujte se již dnes!

- pro **UŽIVATELE** obalových řešení vstup **ZDARMA**
- pro **POSKYTOVATELE** obalových řešení – 4900 Kč bez DPH / 3900 Kč bez DPH pro každou další osobu ze stejné společnosti

Chcete se zúčastnit?

Kontakt:
Veronika Nolčová
Group Manager ATOZ Packaging
veronika.nolcova@atoz.cz
+420 731 800 390



www.obalko.cz/registrace

PARTNEŘI KONGRESU

ZLATÍ PARTNEŘI:



STŘÍBRNÍ PARTNEŘI:



BRONZOVÍ PARTNEŘI:



PARTNEŘI WORKSHOPŮ:



PARTNEŘI NÁPOJŮ:



NADAČNÍ PARTNER:



ORGANIZÁTOR AKCE:



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:



KONTAKT: VERONIKA NOLČOVÁ, GROUP MANAGER ATOZ PACKAGING, E: veronika.nolcova@atoz.cz, T: +420 731 800 390

Atoz **packaging**

Holečkova 29
150 95 Praha 5
+420 246 007 227
www.atoz.cz