

Program konference:



10.00–10.10 **Zahájení kongresu, úvodní slovo**

10.10–10.50



„Rozbalte to!“ aneb „Kdo se bojí prohry, nevyhraje“

Petr Fejk, bývalý ředitel, ZOO Praha

Přednáška o výjimečném kariérním příběhu, který obsahuje úspěchy a pády, život se zvířaty, zkušenosti s povodní i nutnost zabalit to, co zabaleno být nechce.

10.50–11.30



Rozšířená zodpovědnost výrobců a financování tříděného sběru

Miroslav Jurkovič, výkonný ředitel, Slicpen

V březnu přijala Národní rada Slovenské republiky nový zákon o odpadech. Jak sloučení zákona o odpadech a zákona o obalech nebo rozšíření odpovědnosti výrobců ovlivní právě vás?

11.30–12.00

Coffee break

12.00–13.00

Panelová diskuze: Udržitelnost jako příležitost, ne přítěž!

zástupci společností dTest, Huhtamaki, Karlovarské minerální vody, UPM Raflatac, Eko-kom a Slicpen

O čem se bude debatovat:

- Co vše ovlivňuje velikost obalů?
- Ekologické balení: Ochrana přírody, nebo reklamní tah?
- Víme, co si spotřebitel žádá? Je možné ho uspokojit?
- Jak být efektivně ekologický?

13.00–14.00

Oběd

14.00–15.15 **Marketingová sekce – první blok**



Balení jako světový prodejní nástroj

Zbyněk Chládek, marketingový manažer, Coca-Cola Hellenic Bottling Company

Role balení od „zabalení“ po prodejní nástroj se stále posunuje. Ne všechny věci se ale mění, jako například lahev Coca-Cola. Ovšem jsou balení, která prošla uzpůsobením v rámci měnících se potřeb nakupujícího v závislosti na consumer needs.



Becherovka a Model Obaly = původní receptura v novém obalu

Barbora Kinclová, brand manager, Becherovka
Radomír Bulek, grafik, Model Obaly

Pokud chceme někoho obdarovat, většinou nepřemýšlíme jen nad dárkem, ale také nad tím, jak jej zabalit. Podaří-li se nám vytvořit osobitý styl, můžeme udělat radost dvojnásobně.



Když se snoubí malý s velkým – aneb propojení vzhledu obalu a stojanu

Hana Rydvalová, client services marketing, STI Česko

Přednáška mapující možnosti, výhody i nevýhody sladění vizuálu obalů a prodejních stojanů, doplněná o několik příkladů úspěšných kampaní. Je lepší, když je stojan identifikovatelný na první pohled, nebo chceme kupující raději překvapit?

15.15–16.00

Coffee break

16.00–17.15 **Marketingová sekce – druhý blok**



Funkční lakování řeší nové výzvy v balení potravin

Heiko Diehl, industry and brand owner marketing, BASF

Nové trendy v zušlechťování papíru a lepenek pomocí nové generace laků použitelných v potravinářství, zaručující bezpečnost potravin a environmentální udržitelnost v obalovém hospodářství.



Žhavý trend – z pece přímo do regálu

Svatopluk Choc, ředitel společnosti, Rina Europe

Nevěříte, že lze péct přímo na vlnité lepence? Ptáte se, v čem jsou výhody? Společnost Rina Europe je jedním z průkopníků tohoto trendu v České republice. Rád se s Vámi podělím o naše zkušenosti s použitím pro pekařské výrobky a prozradím Vám, jak nám vlnitá lepenka THIMM foodWave otevřela cestu do řetězců.



Nová (r)evoluční vodní technologie v digitálním tisku pro obalový průmysl

David Hlaváč, konzultant pro průmyslový trh, DURST

Představení zcela nové, unikátní digitální tiskové technologie DURST, která využívá vodou ředitelné inkousty, je zcela bez zápachu a umožňuje potiskovat všechny standardní typy papírů, kartonů a vlnité lepenky používané v obalovém průmyslu v sériích od 1ks.

14.00–15.15 **Technologická sekce – první blok**



Zkušenosti z oblasti exportního balení – příklady řešení, nejčastější problémy

Jiří Tyl, ředitel společnosti, První obalová

Exportní balení je specifický druh služby pro koncového klienta, kde není dobré vybírat na začátku jen podle ceny při výběrovém řízení dle pravidla „Vždyť přece cena je až na prvním místě“.



Otestovaný přepravní obal jako deviza bezpečného transportu

Magdaléna Bambousková, vedoucí CTN, CIMTO

Zkoušení přepravních obalů v souladu s požadavky běžné přepravy (přepravní namáhání) a v souladu s požadavky platných mezinárodních předpisů. Nejběžnější závady a defekty přepravních obalů, obecný pohled a laboratorní praxe.



Paletová jednotka & Přepravní bezpečnost Balení s garancí bezpečnosti pro Váš výrobek

Renata Dobešová, obchodní ředitelka, Ekobal
Libor Duba, generální ředitel, Ondrášovka

I přes stále se zdokonalující procesy v oblasti logistiky zůstává faktem, že řešení škod způsobených nedostatečnou ochranou zboží během přepravy je nejen velice finančně nákladné, ale může i výrazně poškodit obchodní vztahy. Jak a čím komplexně zajistit tuto bezpečnost při balení paletových jednotek?

16.00–17.15 **Technologická sekce – druhý blok**



Využití průmyslových robotů pro manipulaci s výrobky a paletizace

Jiří Bažata, sales manager, FANUC

Jiří Vogel, ředitel divize kartonovacích strojů, Viking Mašek

V rámci tvrdého konkurenčního prostředí je nutné neustále zvyšovat produktivitu výroby. Jak a čím komplexně zajistit tuto bezpečnost při balení paletových jednotek?



Tištěná elektronika a smartpackaging

Jan Bourek, manažer technického rozvoje a inovací, OTK Group

Tištěná elektronika je perspektivní obor, který otevírá tiskárnám nové tržní segmenty. Umožňuje výrazné zvýšení funkcionality tištěných produktů, jako jsou rozličné flexibilní či rigidní obaly, samolepky a další tištěné prvky.



S novou řadou naplní elektronických cigaret do Evropy

Jan Pavlík, obchodní ředitel, Marvinpac

Douglas Kaufmann, odborník na obalový design a strategii značek, Ritchy Group

Společnost Ritchy vstoupila na počátku roku 2015 na trh s novou řadou náplní do elektronických cigaret. Kromě nového produktu došlo k přesunu výroby z Číny do Evropy. Co bylo motivem k přesunu a splnil projekt původní očekávání?

VYPLŇUJTE HODNOTÍCÍ FORMULÁŘ ONLINE FORMOU!

