

SVĚTBALENÍ

DESIGN
MARKETING
TECHNOLOGIE
LOGISTIKA
PRŮMYSL
RETAIL

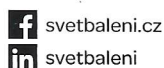
Cena: 120 Kč



sklad: 5000 výtisků

1-6/2024

Přímý vstup na náš web:
www.svetbaleni.cz

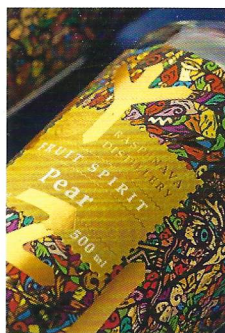


V oběhu jsem našla i KLT z roku 1993



Závod koncernu Forvia Hella v Mohelnici dodává světelnou techniku. „Vnímáme nové trendy a směr z pohledu EU i zákazníků, kteří už nechtějí pěnu a jiné zbytečné odpady. Jdeme vstříc těmto novým výzvám,“ říká Senta Čepelová, head of packaging engineers v Mohelnici.

10



Etikety ve znamení technologické náročnosti i ekodesignu

Etikety na obalu tvoří jak užžitný prvek se základními, či dokonce i rozšiřujícími informacemi, tak i prvek estetický ve spojení s často důmyslnou formou zušlechťování. Moderní výroba však zároveň klade důraz i na ekodesign.

34

NFC v kontextu chytrých obalů



Technologii Near Field Communication znají uživatelé jako běžnou součást svých mobilních telefonů. Uplatnění, byť zatím nepřilíš masivní, nalézá i v rámci chytrých obalových řešení.

44

I v Česku se už vyrábí Pepsi v nové vizuální identitě

Redakce Světa balení zavítala do výrobního závodu v pražském Hloubětíně, kde se vyrábějí limonády značky Pepsi. Sledovali jsme celý proces výroby nápojů, od plnění lahví a skupinového balení, až po logistiku a manipulaci. Pepsi momentálně prochází celosvětovým rebrandingem.

62



S dětmi si musíme hrát

Autoři Světa balení se trochu vrátili do dětství. Redakce zavítala do Nového Veselí na Vysočině, kde sídlí společnost Efko-karton, v jejímž portfoliu je celá řada zejména deskových her, ale také legendární postavička Igráčka, na které vyrostly celé generace dětí.

Stanislav D. Břeň

@ stanislav.bren@atoz.cz

f svetbaleni.cz

in svetbaleni

Společnost Efko-karton je poměrně široce rozkročená a svým produktovým portfoliem pokrývá hned několik kategorií. Vyrábí hračky a stolní hry a zabývá se také zakázkovou výrobou obalů či propagačních předmětů na bázi kartonu či lepenky. Podle zakladatele a jednatele společnosti Miroslava Kotíka připadá obrátově zhruba 30 % na sestavy s Igráčkem, 45 % tvoří vlastní i zakázkové hry, zbytek představuje oblast obalařiny (zakázky plně realizované na vlastních strojích nebo řešené subdodavatelsky). Pokud jde o poměr vlastní (katalogové položky) a zakázkové produkce (např. pro retail), pak je to zhruba půl na půl. Firma má přibližně 500 vlastních produktů, které se zalistovávají do retailu a e-shopů. I v Efku platí zlaté Pareto, tedy 20 % objemu produkce generuje asi 80 % obrátu.

Specifikem sortimentu společnosti Efko-karton je, že pouze málo zboží se dodává tzv. naplocho. Většina zabalených krabic deskových her obsahuje velké množství vzduchu, což má

vliv na logistické, a zejména přepravní náklady. „Naplocho dodáváme maximálně pět procent produkce, drtivou většinu obalů plníme obsahem, a tedy doručujeme se vzduchem. I z toho důvodu představují zakázky do zámoří výraznou menšinu a jejich produkce nachází svoje místo spíše na tuzemském nebo evropském trhu. Produkt musí mít vysoký podíl nápadu, přidané hodnoty, aby se jej vyplatilo převážet daleko,“ vysvětluje Miroslav Kotík. Na druhou stranu připouští, že velké krabice pro dražší deskové hry na regálech „fungují“, protože obal prodává. Lidé jsou na to zvyklí a po krabici sáhnou spíše než po malé krabičce za stejnou cenu. Vedle toho ale v dnešní době již spousta obchodů, ale i koncových zákazníků zápasí s prostorem a preferují menší kompaktnější obaly. Na to firma reaguje vydáním sady her v textilních sáčcích.

VYRÁBĚT V ČESKU

Z hlediska strojového parku disponuje firma několika technologiemi: Automatické kaširování hladkých a vlnitých lepenek až do formátu B0; Automatizovaná výroba potahovaných krabic obaly dno + víko; Deskování a výroba vazeb V6, V8 pro herní plány, šanony či leporela; Strojové lepení krabiček (1, 2, 3 body); Ruční a parciální lepení včetně vlepování okének; Speciální tvarové výseky do rozměru 1600 × 1200 mm; Automatické výseky s možností výlupu do rozměru 1050 × 750 mm; Protlačování a embosování (karty či etikety); Nýtování mechanik šanonů (dvouhlavé nýtování); Vstřikováním plastů (30–280 t uzavírací síly); Potisk komponent tampo-rintem (až šest barev); Kompletace, vaření do fólií a další finalizace.

Miroslav Kotík podle svých slov nikdy nepropadl kouzlu asijské produkce. V duchu nearshoringu dnes některé firmy přibližují výrobní kapacity blíže k Evropě, ale před 10 či 15 lety bylo naprosto samozřejmé, že se bralo vše takřka jízda z Číny. Miroslav Kotík ale chtěl mít vše pod svou střechou, resp. dvěma střechami, protože výrobu z papíru v Novém Veselí doplňuje ještě produkce plastových výlisků v nedaleké Korouhvi u Poličky, kde má Efko lisy a asi 800 forem.

„Výrobu plastových komponent i kartonážní výrobu si z 95 procent realizujeme sami, jen málokterou část zadáváme někam jinam. To už jsou spíše výjimky, kdy si zadáme třeba výrobu kovových stojanů nebo dílčí úkony jako falcování,“ vysvětluje Miroslav Kotík. A pokračuje: „Moje zkušenost je, že větší projekty vás více naučí než jakékoliv teorie. Prošel jsem nákup, logistiku i výrobu, prověřil se fungování celé firmy, jestli je schopná realizovat zakázku od začátku do konce. Vždycky říkám, že to musíme udělat sami, a to i v případě, když jsou termíny hodně napjaté a zákazníci natahují jejich schválení. Z tím jsme to vždy stačili.“

Z hlediska dlouhodobějších trendů Miroslav Kotík připouští, že lze vidět ústup od používání plastu nebo plastových fólií, ale spíše u balení samotného. Více se prosazuje např. odstranění fólií na krabicích a nahrazení fixací víka podobě malé přelepky. Na druhou stranu říká, že i fólie mají svoje výhody. Rovněž nesouhlasí, že zákazníci mají jednoznačný zájem o přírodní materiály. „Vezměte otázku náhrady plastu za dřevo. Ano, zní to velmi dobře, lidé se o tom pěkně baví. Podobně vám skoro každý řekne, že preferuje české výrobky a kvalitu oproti nízké ceně. Všichni budou tvrdit, že chtějí být ekologičtí. Pak ale vidíte, co zákazníci ob- jednávali a co spotřebitelé kupují.“



Miroslav Kotík
jednatel
Efko-karton

„RADŠI SI VŠE DĚLAT U NÁS“

Od počátku jsem zastával názor, že si vše budeme dělat v České republice. Asi v tom hraje roli určitý patriotismus, máme tu lidi, kteří tuto práci vykonávají dlouho. Co by dělali? Když dáte práci na východ, může to při opravdu velkých objemech vyjít levněji i při započítání logistiky. Na druhou stranu nebudete mít





Přání a realita jsou mnohdy v protikladu," domnívá se Miroslav Kotík.

Poznamenává, že i v případě plastu je třeba rozlišovat. Legendaární lgráček je tvořen z 80 % z ABS a 20 % z PP. Firma dodává na trh řadu hraček v podobě nákladních vozidel, které jsou vyrobeny z ABS. „Když je v hračkách nějaký prvek na zavaknutí, vše musí pasovat do sebe a součástky se nesmí oběhat. Pokud díl vyrobíte jen z polypropylenu, za chvíli se může odchodit a hračka nemusí fungovat správně," vysvětluje Miroslav Kotík. Upozorňuje také, že čistý PP je obtížně potisknutelný vlivem povrchového napětí. „Hračky z ABS nám celkově vycházejí jako dražší, konkurence s polypropylenem je o 20 procent levnější, ale současně vidíme, že naše výrobky vydrží déle a ve své funkčnosti děti neklamou," dodává.

CHRAŇ PÁNBŮH, ABYCHOM NEMĚLI MATERIÁL

Po pandemii přišla dodavatelská krize, která ovlivnila i Efko-karton. „Když byl nedostatek materiálu, nakupovali jsme masivně na sklad a dělali si velké zásoby. Nakupčím jsem říkal: chraň pánbůh, aby nebylo z čeho vyrábět,"

říká dnes už s úsměvem Miroslav Kotík. Pak začaly ceny klesat, a firma tak částečně prodělala na některých zakázkách kvůli drazé nakoupenému materiálu. Dodací lhůty se podle zkušeností firmy stále nesrovnaly na předchozí úrovni a někdy jsou poměrně dlouhé. „Každý má nějaké vysvětlení: klesly objemy, odběratelé dělají větší odvolávky, jede se na méně směn, jsou vidět i spekulace některých firem," říká Miroslav Kotík.

Navzdory výkyvům posledních let není jednoduché plánovat i v „běžných časech". Při stovkách produktů by firma teoreticky potřebovala pětkrát větší sklady, než má v současnosti. Produkce se musí připravovat ideálně s jednou lepenkou pro několik málo krabic pouze z jiným potahem a jinými vložkami. „Hodně záleží na tisku, využíváme ofsetový tisk, který se vyplatí až od tisíců kusů. Zároveň si nemůžeme dovolit držet zásoby na několik let. Zainvestujeme tedy do lepenky, vytiskneme několik tisíc kusů, které necháme na paletě v plochem stavu. Krabice finalizujeme až těsně před předáním zakázky nebo doplněním distribučního skladu.

Foto (2x): Stanislav D. Břeň

Zkrátka musíme dobře plánovat," uvádí Miroslav Kotík.

VYDĚLÁVAT NA HYPOTÉKU

Efko-karton vyrábí mnoho výrobků, které směřují k dětskému zákazníkovi. S Miroslavem Kotíkem jsme proto mluvili také o tom, jak „dětská duše" přijímá offline hry v časech všeobecné digitalizace. „Mentalita dětí se obrovsky změnila. Když necháte dítě samotné, přirozeně půjde po tom, co je pro něho působivější a akční. Digitál je samozřejmě hodně atraktivní. S klasickou hrou je třeba dítě více stimulovat, musíte si hrát dohromady. Problém je, že rodiče vydělávají na hypotéku a z práce chodí sami vyčerpaní. Pak si ještě sednete a vychovávejte děti," povzdychne si Miroslav Kotík. Stejně ale věří tomu, že rodiče by si měli s dětmi více hrát, přinejmenším do věku šesti sedmi let, které jsou pro další život formující. I z toho důvodu nechce Miroslav Kotík vyrábět hry a hračky příliš napojovat na digitální svět a mobilní aplikace. „Máme sice pohádková videa s odkazem na úložiště na internetu, ale zatím jsme mimo digitální svět, šli bychom proti vlastní podstatě," dodává Miroslav Kotík.