

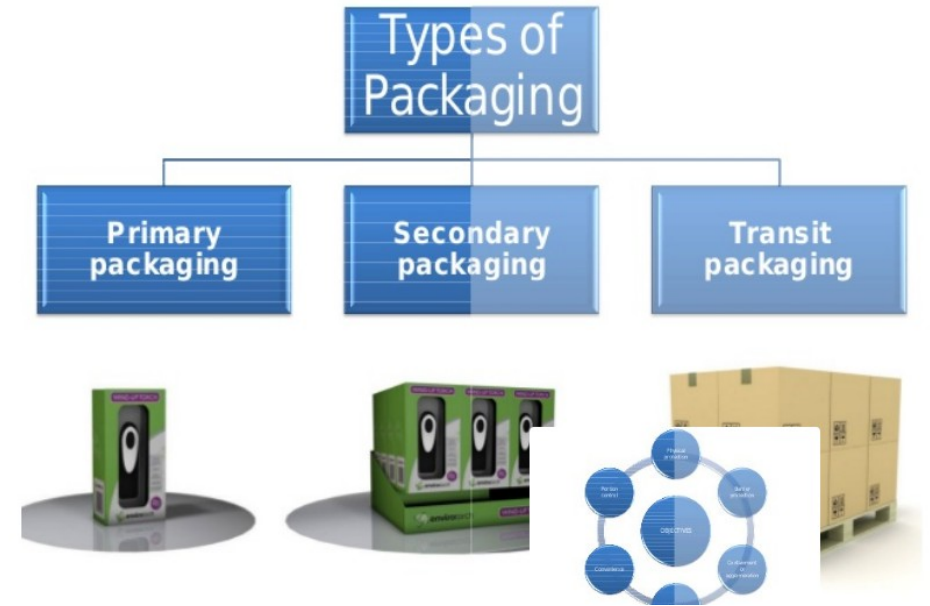
Obaly a balení

Základní vymezení Balení x Obaly

- Pozor na terminologii – packaging x packing
- Packaging (balení) = nádoba, bedna, krabice, ve které se produkt dostane ke konečnému uživateli; jedná se o součást prezentace produktu a zůstává v něm, dokud ho zákazník nezíská v maloobchodě. Důležitá role pro marketing (jedná se o tzv. rozšířený produkt)
- Packing (obal) = externí ochranná vrstva používaná pro bezpečný transport zboží
- Nakládání s obaly v ČR přímo řeší zákon č. 477/2001 Sb., o obalech, ve znění pozdějších předpisů
- Obaly:
 - dle určení - spotřebitelské; distribuční; přepravní
 - Dle použití – jednorázové, vratné

Základní vymezení Balení x Obaly

- Primární funkce obalu -
 - ochranná,
 - skladovací,
 - manipulační a přepravní,
 - informační,
 - ekologická
- Další (sekundární): obchodní, reklamní, užitná, záruční,
- přídatná - recyklační



Shipping containers



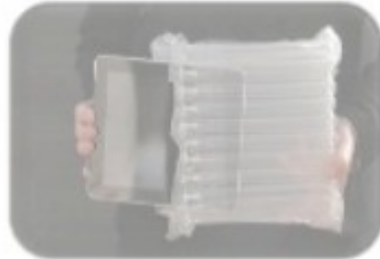
Standard size by
ISO: 40 x 8 x 8
feet's

Transit packaged products are placed in shipping containers for long-distance transportation and distribution.

Benefits of Good Packaging



- Enhance customer service



- Lighter packaging saves transportation



- Better utilization of warehousing space



- Reduce damage losses



- Reduce requirement of special handling



- Environment friendly packs

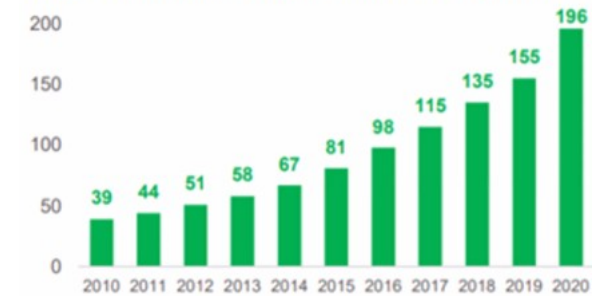


- Reusability

Trendy ve světě obalů (spojeno s trendy e-commerce)

- Růst tržeb výrobců obalů
- vzrůst ceny papíru o 15 %,
- dodávky trvají ze 3 dnů na 6 týdnů
- změnil se segment zákazníků - malé obchody,
- e-commerce je táhne
- B2B zákazníci – příklon k papíru; proces balení se automatizuje
- Boom firem s obalovými materiály, spousta malých e-shopů
- E-shopový zákazník čím dál náročnější
- Personalizace obalů - technologicky je možné, problémem je, že musí firma zabalit produkt do správné krabice, pokud má firma více klientů, je problém, proto se dává spíše dopis dovnitř
- User experience - tvorba příběhu často spojeno s chráněnými dílnami, v oblaech používání práce chráněných dílen
- 80% e-commerce obalů tvoří vlnitá lepenka
- 2/3 nakupujících v Evropě objednávají oblečení a boty
- Průměrně 30% zakázek v e-commerce se vrací, u oblečení a módy je to až 60 % - roste význam vratných obalů
- Ekologie je tzv. sexy – hnědé balení je vnímáno jako ekologické více než bílé

Vývoj obrátu internetových obchodů v ČR (mld. Kč)



Zdroj: idnes.cz, APEK, Heureka.cz

TYPES OF PACKAGING MATERIALS

Cardboard boxes



Air bubble



Thermocol



Wood Box



Shrink Wraps (plastic)



Foil



Biodegradable materials

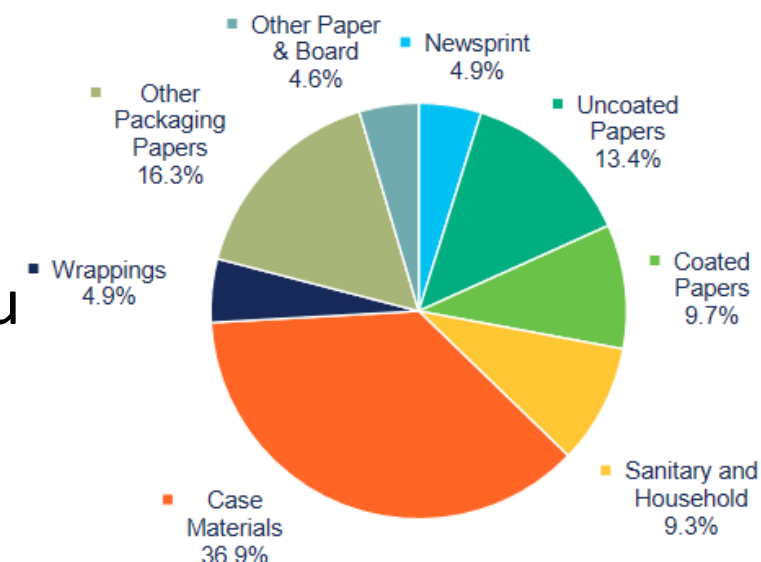


Papírové obaly

- Spadá pod papírenský průmysl
- Ačkoliv papírenský průmysl zaznamenal pokles (cca 5%), ne v oblasti obalových a balicích papírů, kartonů a lepenky
- Založeno na dokonalém využití trvale obnovitelných zdrojů (dřevo, sběrový papír)
- sběr papíru pro recyklaci je v ČR na vysoké úrovni
- Dopad rapidního využívání nákupu přes internet (e-commerce) – ačkoliv poklesl export PpR (papír pro recyklaci) z Evropy do Číny kvůli restrikcím – propad dorovnán, poptávka po PpP převýšila v Evropě nabídku
- V ČR se vyrábí cca 800 000 t ročně obalových papírů (spotřeba je 900 000 t ročně)



Production of paper and board by grade in Cegi countries in 2020



Význam PpR resp. recyklace pro obalový materiál

- Růst investic v Evropě do nových kapacit pro výrobu obalových papírů s potřebou PpR jako hlavní suroviny.
- ČR má přebytek PpR – export do Evropy
- Přínosnost recyklace papírových materiálů???? – studie z Yale university a College University v Londýně
- masivní recyklace sběrového papíru může mít i negativní dopad na klima, více než výroba nerecyklovaného papíru na bázi čerstvých vláken
- výroba recyklovaného papíru vyžaduje použití více fosilní energie než výroba nového papíru. Recyklace papíru využívá elektrinu ze sítě nebo z kotelen (zemní plyn, uhlí) – tedy zdroje energie s vysokým obsahem fosilních paliv. Čerstvý vláknitý papír však lze vyrábět s energií bez použití fosilních látek, vyrobenou z vedlejších produktů procesu výroby buničiny.



Pure pack - balení

- Hodnocení životního cyklu litrového balení čerstvého mléka ukazuje, že nápojové kartony produkují o 83 % méně emisí CO₂ než PET lahve na jedno použití a o 77 % méně než opakovaně použitelné skleněné obaly (dle studie Ústavu pro výzkum energie a životního prostředí v Heidelbergu)

Kompostovatelné plasty

- často kompostovatelné pouze v průmyslových kompostárnách.
- Oxo a foto degradabilní plasty - jedna jejich složka umožnila rozpad na menší částice, ale stále jsou to plasty
- Koupit petku raději a nechat zrecyklovat, než nějakou ekoplastovou náhražku a dát do plastů (může zničit celou dávku pro recyklaci)



Balení – jak nalákat zákazníka

