

10 ocenění pro Smurfit Kappa

10 ocenění pro Smurfit Kappa

V této nelehké době je a bude kladen vysoký důraz na úspory, a to jak z hlediska finančního, tak dalších oblastí. Firmy mohou ušetřit při balení, prodeji a distribuci svých výrobků v oblasti logistické, materiálové, a také u designu obalů. Stále větší zaměření na ekologii a udržitelnost všech výrobků dává společností, jako Smurfit Kappa, do rukou silný nástroj – konstrukčně i funkčně chytré obaly. Na otázky Packagingu odpověděl Jan Kaprhál, Innovation & Marketing Manager společnosti Smurfit Kappa.



Mezi zajímavými obalovými řešeními, které nyní mají vysokou využitelnost na spotřebitelském trhu, jsou obalová řešení určená pro distribuci prostřednictvím e-commerce. Smurfit Kappa jich má několik pozoruhodných. Jedná se například o obal na Remosku Tria 3v1. Můžete ho blíže popsat, v čem tkví výhody konstrukce obalu tohoto populárního retro výrobku? Obal na Remosku vyniká nejen krásným ofsetovým tiskem, ale především vnitřním uspořádáním. Nosným prvkem je jednodílný insert, který využívá i odpad z výseku a zpevňuje jím vložku samotnou. V něm je usazena pečicí nádoba. Ostatní komponenty Remosky (tři různé funkční víka) jsou pak baleny jedno po druhém tak, aby při rozbalování zákazník vyndával jedno po druhém a „kochal“ se každým kouskem. Jelikož dvě víka jsou rozměrově menší než šířka obalu, jsou chytře fixována zamknutím horních klop. Každá část baleného produktu má zároveň úchopové prvky, díky nimž jde snadno vyjmout.

Stále více firem nabízí a rovněž rozšiřuje sortiment potravin distribuovaných logistickými a e-commerce firmami, i vzhledem k omezeným možnostem nákupu. Má to svá specifika (manipulace, udržení teplotního režimu atd.) Jaká řešení můžete této oblasti trhu nabídnout?

Nedávnou inovací z dílny Smurfit Kappa je ThermoBox. Jde právě o obal na chlazené a mražené potraviny.

Nejzásadnější na něm je fakt, že je pouze a jen z papíru, resp. z vlnité lepenky a hexacombu (papírových voštin, pozn. red.). Hlavní výhody tkví nejen v trvalé udržitelnosti, tedy 100% recyklovatelnosti a biodegradovatelnosti, ale také v logistických úsporách obalu – dá se skladovat a převážet v plochem stavu, je rozměrově variabilní, jakkoliv potiskovatelný (oproti EPS boxům).

Zasílací i reverzní obal pro oblast e-commerce je důležitým pomocníkem. Uspadňuje provozovatelům e-shopů i koncovým zákazníkům manipulaci a šetří čas. Představíte některé z těchto obalů? Popíšete jejich výhody?

Jedním z letošních 10(!) Smurfit Kappa Obalů roku se stal např. obal na hodinky PRIM. Obyčejnou hnědou klopovou krabici s brandovanou lepicí páskou jsme nahradili zcela inovovaným řešením. Výsledkem je obal s vnitřní univerzální vložkou pro dvě různé řady hodinek. Díky automatickému dnu a páskám se skládá 3× rychleji, eliminoval 242 kg plastů, 1,5 tuny emisí CO₂ a PRIMu každoročně ušetří 13 % nákladů. Cool potisk překvapí a zaujme zákazníka, výrazně zlepší jeho zážitek i vnímání značky. Rozbalovat PRIMky je teď radost a zábava ☺ Nápad se zrodil v hlavách obchodníka a designéra při návštěvě skladu PRIMu. Prvotní myšlenka vzešla





Které další řešení byste chtěl zmínit?

Na celosvětovém trhu s multipackety plechovek se objevují první vlaštoky dalších BPP obalů. Jedním z nich je TopClip – plně papírová náhrada smršťovací fólie bez použití lepidla. Jako první náš TopClip použil pivovar Grolsch (ASAHI), po něm Budvar UK a v následujících týdnech se v něm objeví i pivo z českého minipivovaru. Více se dozvíte, až oznámíme onoho pionýra udržitelných obalů na plechovky, říká na závěr Jan Kaprhál.

Těšíme se na vaši novinku, čtenáři si jistě rádi v dalších vydáních Packagingu vše o nových obalech přečtou.

z osobní zkušenosti: „Ikonické hodinky posíláte v takové ošklivé krabici? Rádi vám navrhne nový obal, který bude PRIMkám slušet!“ S výrobní ředitelkou PRIMu Barbarou Hankovou jsme se shodli na definici zadání, sladili marketingové cíle i potenciál úspor a šlo se vymýšlet. Výsledek předčil jejich očekávání a nám se také moc líbí, stejně jako porotě Obalu roku.

Dalším oceněným je obal na elektronický průtokoměr Sensus. Zvládli jsme nahradit 100 % plastových fixací a výplní jednoduchou skládací vložkou. Tím jsme zákazníkovi ušetřili 35 % nákladů a díky zmenšení celého obalu o cca 30 % jsme snížili i logistické výdaje.

Další konstrukcí se složitým systémem zámků byl nedávno představený obal na ohřívač vody známé společnosti z Dražice. Jak jste dosáhli úspor a jak mohla být snížena cena obalu až o 57 %?

Inovace obalu pro DZ Dražice je typický Better Planet Packaging (BPP) projekt, tedy s cílem snížit množství obalového odpadu a v tomto případě odstranit jednorázové plasty (EPS). DZ Dražice přišly s inovovaným ohřívačem, takže nový obal se úplně nabízel. Zámky vůbec nejsou složité, jednoduchá vložka z vlnité lepenky nahradila spoustu objemného polystyrenu a je jednoduchá na skládání i vybalení. Eliminací EPS se zásadně snížily náklady na nástroje (raznice namísto vstřikovací formy) a nepřímé náklady v logistice a skladování klesly na čtvrtinu.

