

Případová studie: ekologická transformace obalu Medovníku

Společnost Vizard, známá pro svůj vysoce oblíbený medový dort, čelila výzvě v oblasti udržitelnosti a efektivity svého obalového designu. Jejich osmiboký obal, i když vizuálně atraktivní na regálech, byl z hlediska výroby a ekologie neudržitelný.

Problém: Při analýze celého dodavatelského řetězce jsme identifikovali několik klíčových problémů:

1. Vysoká produkce odpadu: Konstrukční řešení osmibokého obalu vedlo k výraznému množství odpadu z vlnité lepenky během jeho výroby.
2. Neefektivní balicí proces: Složitost designu zpomalovala proces balení, zvyšovala náklady a snižovala produktivitu.
3. Riziko znehodnocení produktu: Kvůli své konstrukci a nešťastně řešenému zamykání dna obalu hrozilo vypadnutí produktu.

Cíle Inovace: Hlavním cílem bylo vyvinout obal, který:

1. Výrazně sníží množství odpadu a spotřeby materiálu.
2. Zjednoduší a zrychlí balicí proces.
3. Udrží atraktivitu produktu na regálech.
4. Eliminuje rizika a sníží uhlíkovou stopu.

Inovační proces: Náš tým přistoupil k výzvě proaktivně a navrhl zcela nový design obalu. Klíčovými prvky tohoto designu byly:

1. Kompaktnost a efektivita: Nový obal byl navržen tak, aby dno a stěny tvořily kompaktní celek a zajistily bezpečnou manipulaci s produktem. Zcela nová koncepce obalu otevřela možnost zásadně zredukovat množství obalového odpadu.. Zmapování dodavatelského řetězce umožnilo zrevidovat potřebný výkon obalu a optimalizovat složení materiálu, tedy jednotlivých papírů.
2. Snížení času na sestavení: Optimalizace designu umožnila zkrátit čas potřebný na manuální sestavení obalu.
3. Vizuální kontinuita: Přestože byla konstrukce obalu zásadně upravena, vzhled obalu zůstal zachován a spotřebitel pořád „sahá“ po svém stejném oblíbeném Medovníku.
4. Udržitelnost jako klíčový prvek růstu: Příklad Medovníku ukazuje, že udržitelnost může být klíčovým prvkem obchodního růstu a konkurenční výhody. Změna v obalové strategii nejenže přinesla okamžité ekonomické a ekologické výhody, ale také položila základ pro dlouhodobý udržitelný růst společnosti. Úspora 56 % emisí uhlíku (29 tun CO₂) je výrazný krok kupředu.

Vědomí si širších dopadů svých rozhodnutí, Medovník také přispěl k zvyšování povědomí o udržitelných obchodních praktikách ve svém odvětví. Příklad této společnosti ukazuje, že inovace a

ekologická odpovědnost mohou mít pozitivní dopad nejen na samotnou společnost, ale také na celý průmysl a společnost jako celek.

Význam této případové studie přesahuje pouhé technické a obchodní aspekty transformace obalů. Jde o příběh o tom, jak může být udržitelnost účinně integrována do každodenních obchodních praktik a jak může inspirovat další společnosti k přijetí podobných inovativních a zodpovědných přístupů. V konečném důsledku případ Medovníku představuje významný krok směrem k budování udržitelnější a odpovědnější budoucnosti pro obchod i planetu.



Kontakt pro novináře:

Jan Kaprhál

Innovation & Marketing Manager

Jan.Kaprhál@smurfitkappa.cz

Tel: 724 352 297

<https://www.smurfitkappa.com/cz>