

# elotalk

NOVINKY A POHLEDY ZE SVĚTA BALENÍ FIRMY ELOPAK – 03\_2011

Trendy & Možnosti

Školní mléko stále hitem



# Světový den školního mléka

Budování základů pro budoucí trhy s mlékem

Od spuštění Světového dne školního mléka v roce 2000 pořádaného Organizací pro výživu a zemědělství při OSN se různých aktivit zúčastnilo již 70 zemí.

Michael Griffin z OSN, který se podílel na spuštění Světového dne školního mléka řekl pro Elotalk: “Mezinárodní otevřená akce byla zřízena FAO (Organizace pro výživu a zemědělství) s cílem pomoci propagovat myšlenku, že mléko je dobré pro děti. Školy jsme kontaktovali o projektu mléka do škol prostřednictvím e-mailu a internetu.” Světový den školního mléka vždy připadá na poslední středu v září, protože v tuto dobu jsou otevřené školy ve většině zemí. Je to otevřená akce a lidé si způsob oslavy mohou zvolit sami. V posledních 10 letech probíhaly oslavy následovně:

• **Australská soutěž ‘Milk It’** je určena pro děti ze základních škol a smyslem je vytvořit kreslenou postavičku, která vysvětlí, že pít mléko je skvělé.

• Děti v **Jižní Koreji** vytváří mapu světa poskládanou z kartónů na mléko

• **Dánské** fotografické soutěže v rámci programu školního mléka navštívilo 650.000 školáků

• V **Pákistánu** se slaví Světový den školního mléka karnevalem, kterého se účastní 24.000 lidí

• V **Singapuru** děti společně pily mléko a vybrali na charitu 32.000 \$

• Děti v **Chorvatsku** navrhovaly plakáty na téma, proč rády pijí mléko

## Trendy & Možnosti

Obsah	Strana	Strana
Světový den školního mléka	3	Školní mléko ve Velké Británii začíná zelenat 8
Úspěch pro Reid's	4	Školní mléko: úhel pohledu 10
Prosazení lepšího zdraví pro děti	6	Polské školní mléko: 15 let a 15 mlékáren 12

Vydává Elopak AS Group Headquarters,  
Postbox 418 Skøyen, 0213, Oslo, Norway.  
Tel.: +47 312710 00, Fax: +47 3127 15 00  
Editor: Jutta Pinnerød, Překlad: Petr Sluka  
Průzkum: Stephanie Sergeant, Caroline Sephton  
Úprava, přípravné práce a tisk: Kampen Grafisk as.  
Červen 2011



Printed on 100% recycled paper

## Upoutání pozornosti na mléko

Cílem tohoto programu je mít konkrétní den, kdy je pozornost zaměřena na školní mléko a podporu jeho distribuci do škol. "Světový den školního mléka je otevřený den – lidé si zvolí způsob oslavy, který může probíhat na národní i regionální úrovni a dokonce jen v samostatné škole nebo třídě. Některé země začaly skromným způsobem a nyní každoročně organizují větší a větší oslavy. Velká nebo malá, každá má společný cíl: upoutat pozornost na školní mléko a tím podporovat jeho spotřebu," říká Michael Griffin.

"Organizace pro výživu a zemědělství byla potěšena úspěšným uchycením nápadu, skvělým nástrojem pro sdílení událostí a zážitků z celého světa se stal internet," dodává Michael Griffin.

"Vytvořením poptávky mohou programy školního mléka přímo přispět i k vývoji spotřeby mléka. Například v Japonsku přispěl program školního mléka ke zvýšení roční spotřeby mléka z 5 litrů na osobu na začátku 60. let na dnešních 80 litrů. Dokážete si představit, že by stejného výsledku bylo dosaženo v Číně? "

## Vytváření návyků pro budoucí spotřebitele

"Školní mléko není jednoduchý trh, ale odvětví jako celek si musí uvědomit, že dnešní školáci mohou být zítra spotřebitelé. Jedním z cílů Světového dne školního mléka a Světového dne mléka, který se koná v květnu, je přispět k rozvoji spotřeby mléka u dětí. Pokud děti při svém dospívání nebudou pít mléko nebo jíst mléčné výrobky, tak to nebudou dělat ani v pozdějším věku, když se z nich stanou spotřebitelé." uzavírá Michael Griffin.

S ohledem na skutečnost, že mléko je považováno za nezbytnou součást dětské stravy, představuje školní mléko důležitý prostředek pro podporu spotřeby mléka.



**Tak, co můžete udělat Vy, na podporu  
12. Světového dne mléka ve středu 28. 9. 2011?**

Máte zájem připojit se ke Světovému dni mléka nebo se jen chcete dozvědět více?  
Napište na e-mail: [School-Milk-Owner@fao.org](mailto:School-Milk-Owner@fao.org)



## Úspěch pro Reid's

Svěží obrat ve školním mléce

Kanadská mlékárna téměř zdvojnásobila dodávky školního mléka - s malou pomocí firmy Elopak. Věkově zaměřené obaly dovolily mlékárně Reid's získat tržní podíl na úkor většího konkurenta a zdvojnásobit objem od roku 2007. Úspěch školního mléka dokonce vedl ke zvýšení prodeje jiných mléčných výrobků této mlékárny.

Jason Giuliani, prodejní manažer firmy Elopak Canada Inc. říká, "Děti skutečně oceňují Mini Diamond Curve® kartóny a jejich uvedení na trh mělo velký úspěch. Velikost o objemu 250ml je zaměřena na děti, které navštěvují základní školy a 500 ml velikost je určena studentům na středních školách.

Objem 500 ml je typ "na cestu". Zjistili jsme, že děti a studenti nespotřebují celé čokoládové mléko najednou. Oni preferují "cestovat" s tímto balením. Například napít se před zápasem ve fotbale a potom po skončení hry."



### Twist & Go oceňují na všech trzích

Jason pokračuje, “Mini Diamond Curve® má uzávěr bez membrány, který jde snadno otevřít – od toho název Twist & Go. Zjistili jsme, že učitelé oceňují skutečnost, že nemusí otvírat kartony s mlékem celé třídy. Také je oblíbený v nemocnicích – zdravotní sestry nemusí pacientům pomáhat otvírat jejich kartóny.”

### Objem předčil očekávání!

Uvedení na trh začalo v květnu 2007 s velikostmi Mini Diamond Curve® kartónů 250 ml a 500 ml. V nabídce školního mléka od Reid's je mléko odstředěné, 2%, 1% a s čokoládovou příchutí. Objemy výrazně vzrostly a umožnily mlékárně zvýšit svůj podíl na trhu.

Jason pokračuje, “V Kanadě mají mnohé školy zakázaný prodej limonád, což představuje možnosti pro jedinečné produkty od Reid's, zejména ve školách v Ontariu.”

### “Živý” a “svěžší”, říkají děti

Na seminářích děti oznámkovaly Mini Diamond Curve® nejlepší značkou a kartón získal silnou pozitivní odezvu. Děti označily tento obal

s uzávěrem jako “živý, “svěžší” a “zdravý”. Kromě toho mlékárna dosáhla skutečné hodnoty značky prostřednictvím strategického a kreativního použití zakřivené hrany.

### Děti mají jasno

Reid's založil svou marketingovou kampaň pro školní mléko na výsledcích průzkumu trhu se školáky. Děti odpověděly jasně – chtějí, aby se na ně pohlíželo jako na “skutečné lidi” a ne jen jako na děti. Reid's proto zapracoval do designu kartónů např. skateboardisty a fotbalisty, aby se přímo vztahovaly k dětským sportům a životnímu stylu.

Se sídlem v Belleville (Ontario, Kanada) zásobuje Reid's především oblasti středního a východního Ontaria. Tento nezávislý a rodinný podnik byl založen v roce 1960 Arthurem Quickertem - mlékařem, který emigroval do Kanady z válkou zničeného Německa.

Kontaktní osobou projektu školního mléka je Jason Giuliani v naší kanceláři v Kanadě; [jason.giuliani@elopak.com](mailto:jason.giuliani@elopak.com) nebo navštivte webové stránky zákazníka; [www.reidsdairy.com](http://www.reidsdairy.com).

# Prosazení lepšího zdraví pro děti

Napříč celým světem je u školního mléka vnímán pozitivní přínos pro dětskou výživu. Organizace pro výživu a zemědělství při OSN to potvrzuje. Ukázalo se, že více než 50% členských zemí má národní nutriční směrnice stanovující doporučené denní množství spotřeby mléka pro děti (1).

Doktorka Rosemary Leonard z Velké Británie, spolupracovnice BBC a zdravotní poradkyně říká: "Mléko a mléčné výrobky jsou nejlepším způsobem pro zvýšení příjmu vápníku. 90% lidské kostry se zformuje do 18. roku života, u dívek ještě dříve. Pokud dítě nemá dostatek vápníku, pak on nebo ona budou vystaveni riziku vzniku osteoporózy v pozdějším věku. Nejčastěji se projevuje u žen, ale také u jednoho z 12 mužů. Je důležité, aby mladí chlapci měli dostatek vápníku." (2).

Dále pokračuje, "Další alternativou pro získání dostatečného množství vápníku je jíst spoustu zeleniny. Chcete-li dostat stejné množství, jako má 1 sklenice polotučného mléka, musíte sníst 11 standardních porcí špenátu nebo čtyři porce brokolice - to je výzva pro dospělého, natož pro malé dítě !" (2).

## Zvýšení příjmu jódu

Podle Světové zdravotnické organizace je nedostatek jódu nejčastější příčinou zbytečných mentálních postižení na celém světě, který se týká třetiny světové populace. To také způsobuje problémy se štítnou žlázou (3).

U školních dětí je spojena s nízkými výkony ve škole, snížením intelektuální schopnosti a sníženou pracovní schopností. Může být ztraceno i 10 až 15 bodů IQ. Mnoho odborníků tvrdí, že problém lze u dětí napravit pitím více mléka, které je dobrým zdrojem jódu (3).

Dr. Vanderpump, který provedl v roce 2011 studii jménem Britské asociace štítné žlázy, říká: "V minulosti polovina jódu v naší stravě

přicházela z mléka. Jedna sklenice mléka poskytuje kolem 50% denní potřeby jódu. Testy ukazují, že složení mléka se příliš nezměnilo, ale děti možná pijí méně mléka, než dříve. To je to, co jsme tušili a omezení bezplatného školního mléka věci také neprospělo." (4).

## Snížení rakoviny tlustého střeva u dospělých

Podle poslední studie z Nového Zélandu je také spojována spotřeba školního mléka se snížením rakoviny tlustého střeva u dospělých. Vědci z University v Otagu zkoumali, zda účast Nového Zélandu v programu mléka ve školách vedlo ke snížení výskytu rakoviny tlustého střeva. (5). V letech 1937 – 1967 vláda na Novém Zélandu zavedla program nabízející zdarma ½ pinty (284 ml) plnotučného mléka pro každého školáka denně. Tato studie porovnávala 562 případů a 571 kontrol z každého období. (5). Průzkumy ukazují, že účast v programech mléka do škol je spojena s o 30% nižší šancí dostat rakovinu střev. Výsledky byly také významné pro ty, kteří konzumují více mléka. (5).

## Atraktivní pro dospívající dívky

DairyCo (dříve Rada pro rozvoj mléka) je nekomerční a nezisková organizace, která v současné době podporuje mléko ve školách ve Velké Británii. Pravidelným cílem kampaní je zaměření na aktuální problémy, z nichž jedna se nedávno věnovala dospívajícím dívkám. Ty mají tendence nepít mléko kvůli mylné představě, že má vysoký obsah tuku. (6). Ve skutečnosti má plnotučné mléko pouze 3,9% tuku, polotučné jen 1,7% tuku a odstředěné 0,03% tuku.



Mléko obsahuje také bílkoviny nutné pro růst a regeneraci, vitamín B12 pro tvorbu červených krvinek, jód pro růst, vitamín B2 (riboflavin) pro zdravou kůži a sacharidy pro dodání energie. (7). Kampaň se zaměřila i na konkrétní přínosy, jako je prospívání mléka lesklým vlasům. Součástí byly plakáty v módních obchodech a televizní reklamy během vysílání reality show "Big Brother". Jiná nedávná kampaň propagovala přínosy mléka ve spojení s obilovinami, jako součást vyvážené stravy - podpora škol se snídaňovými kluby (8).

#### Zdroje:

(1). "Význam mléka ve školách", vypracoval Michael Griffiths z Organizace pro výživu a zemědělství při OSN, vydalo 'Yes to Milk', Pan-Americká spotřebitelská kampaň, 2010, viz.:

[http://www.sialaleche.org/pdf/Michael\\_Griffin.pdf](http://www.sialaleche.org/pdf/Michael_Griffin.pdf)

(2). Cool mléko ve školách. "Ptejte se doktorky Rosemary... Poradenství při různých zdravotních problémech". Viz.:

<http://www.coolmilk.com/cms/index.php?q=node/116>

(3). "Nedostatek jódu v Evropě: další problém pro veřejné zdraví", zpráva Světové zdravotnické organizace (WHO), viz.:

[http://www.who.int/nutrition/publications/iodine\\_deficiency\\_pub/en/](http://www.who.int/nutrition/publications/iodine_deficiency_pub/en/)

(4). "Znepokojující úroveň nedostatku jódu v Evropě, zpráva od reportérky BBC News Michelle Roberts, viz.:

<http://www.bbc.co.uk/news/health-13034582>

(5). "Mléko do škol by mohlo snížit výskyt rakoviny tlustého střeva u dospělých", studie z Nového Zélandu se objevily v časopise American Journal of Epidemiology, viz.:

<http://www.21food.com/news/detail32403.html>

(6). "Mléčné výrobky a zdraví u dospívajících, BBC News, 29. března 2010, viz.:

[http://news.bbc.co.uk/1/hi/northern\\_ireland/8594015.stm](http://news.bbc.co.uk/1/hi/northern_ireland/8594015.stm)

a dále, "Důležité živiny v dětství a dospívání, DairyCo, Mlékárenská Rada, viz.:

<http://www.milk.co.uk/page.aspx?intPageID=111> a

<http://www.milklink.com/newsdetail.aspx?id=149>

(7). "Výhody polotučného mléka pro zdraví", zpráva DairyCo, Mlékárenské rady, vydáno 11. června 2009, viz.

<http://www.dairyco.net/library/school-milk/health/the-health-benefits-of-semi-skimmed-milk.aspx>

(8). "Začni s vlastním snídaňovým klubem", DairyCo. viz.:

<http://www.dairyco.org.uk/library/school-milk/breakfast-club.aspx>

Více informací o programu na [www.elopak.com](http://www.elopak.com)



## ŠKOLNÍ MLÉKO VE VELKÉ BRITÁNII ZAČÍNÁ ZELENAT.

Mlékárna Fresh Pastures CIC v Yorkshire, Velké Británii, je první “firma společenského zájmu”, svého druhu jediná v Evropě. Zakladateli v roce 2006 byli Graham Morley se svou ženou Sharyn a dali si za cíl nejen dodávat mléko do škol, ale i poskytnout příležitost dlouhodobě nezaměstnaným a také osobám s fyzickým i mentálním postižením.

Fresh Pastures CIC má inovativní přístup. Graham Morley, generální ředitel a spoluzakladatel říká: “Mléko do škol je důležitou součástí života ve škole a bylo dokonce prokázáno, že zvyšuje koncentraci ve třídě. Prostřednictvím našich produktů a stránek [www.freshpasturescic.co.uk](http://www.freshpasturescic.co.uk) vychováváme mladé lidi ke zdravému životnímu stylu, správnému jídelníčku, sociálnímu začleňování, rovným příležitostem a péči o životní prostředí. Také jsme pro naše školní návštěvy vybudovali plošinu, ze které je možné vidět celý proces plnění do kartónů.”

### Poskytnutí zdravější budoucnosti

Dále pokračuje: “Nejsme jen dodavateli “mléka v kartónu”, my rovněž nabízíme zdravější budoucnost. Společensky odpovědná firma také věří v zábavu! Chceme, aby se zapojili naši mladí návštěvníci a vše pochopili. To je důvod, proč jsme udělali právě takovou internetovou stránku.” Zpočátku Fresh Pastures CIC uzavřely 2 kontrakty s místními úřady a dodávaly mléko do 270 škol. Dnes rozvážíme denně 150.000 výrobků k téměř 3.100 odběratelům a to vše s použitím vozidel splňujícím emisní normu Euro 5.



Elopak navrhl pro společnost Fresh Pastures obaly 200ml Mini Pure-Pak®. Kreslená kráva Clarabelle na obalech propaguje zdravotní výhody, jako např. “Pijte mléko a budete mít silné kosti a zuby.” Všechny zisky jdou do komunitních projektů nebo se vrací zpátky do společnosti.

### Učíme školy recyklovat

Graham Morley je průkopníkem v recyklaci kartónů a spolupracuje se školami s cílem zvýšit povědomí u dětí. Všechny kartóny obsahují sdělení, jak by se měly recyklovat a proč bychom měli pomáhat naší planetě. Nový sběrný program ušetří až 5 tun odpadu týdně. „Máme ucelený pohled na další rozvoj. Školy jsou spokojeny s našimi kartóny, které jsou vyrobeny z vysoce kvalitních vláken papíru s tenkou vrstvou polyetylenu. Máme systém na shromažďování našich kartónů, které pak jdou do systému recyklace ACE. Snažíme se podporovat recyklaci co nejvíce našich obalů, jak je to jen možné. Stále rozšiřujeme sběr v oblastech, kam naše výrobky dodáváme spolu s oblastmi, kam budeme v budoucnu expandovat,” říká Graham Morley. Mark Eaves, Market Unit Manager pro Velkou Británii a Irsko říká: “Trh s kartónovým mlékem ve školách roste každý rok a možnost recyklovat



kartony byla nyní ještě rozšířena. Místní úřady mohou snadněji poskytovat příspěvky dodavatelům, kteří používají obaly šetrné k životnímu prostředí. Naše obaly jsou vyrobené z obnovitelných surovin (obsahují především dřevo z dobře obhospodařovaných lesů), s nízkým obsahem uhlíkové stopy a jsou snadno recyklovatelné. To jsou všechny vítězné rysy, pokud jde o srovnání kartónových krabic na mléko s jinými systémy balení mléka. Jsme velmi aktivní v podpoře práce našich zákazníků. Také úzce spolupracujeme s Dairy Co - neziskovou organizací podporující mléko do škol ve Velké Británii. I nadále budeme pokračovat v pomoci našim zákazníkům, kteří reagují na tento rostoucí trh inovacemi a kreativními řešeními.”

Kontaktní osobou je Mark Eaves v naší pobočce v Manchesteru; [mark.eaves@elopak.com](mailto:mark.eaves@elopak.com), nebo navštivte internetové stránky [www.freshpasturescic.co.uk](http://www.freshpasturescic.co.uk), případně : [www.schoolmilk.co.uk](http://www.schoolmilk.co.uk)

# Školní mléko: úhel pohledu

Napsal Geoff Platt, editor časopisu Dairy Innovation

Lidé, kteří mě znají a čtou mé články v časopise Dairy Innovation a předtím i v magazínu Milk Industry budou vědět o mém nadšení pro školní mléko a jeho program.



## Tak proč?

Rozhodně to není z mé zkušenosti ze školy, když jsem byl ještě chlapec. Byl jsem jedním z těch dětí, které žily v době, kdy se mléko dodávalo do škol brzy ráno a nechalo se na hřišti vystavené letnímu slunci – takže když byl čas na ranní přestávku, mléko bylo hezky teplé a řekněme “nedobré”. Někteří lidé Vám řeknou, že tato skutečnost je odradila od mléka na celý život.

Jedním z hlavních důvodů, proč podporuji mléko ve školách je to, že navzdory tomu, co prohlašují kritici a celá anti-mléčná lobby věřím, že mléko je dobré a je důležitou součástí zdravé vyvážené stravy. Je obzvláště vhodné pro vývin mladých a dospívajících. A není to jen vápník pro silné zuby a pevné kosti. Jedna z mých nejoblíbenějších reklam byla jedna od Mlékařské rady v Anglii v roce 1980. Ta představovala půllitrovou lahev mléka, která byla plná barevných tabletek v různých vrstvách.

Ty symbolizovaly pro ilustraci fenomenální spektrum vitamínů, minerálů a jiných složek, které mělo mléko nabídnout. Titulek zněl: “Je zázrak, že tu zbyde ještě prostor pro mléko.”

Je tam úžasná řada dobrých věcí, těch dobrých věcí, které jsou tak často ignorovány v debatě o tuku a v některých kruzích se snaží odstranit každý gram tuku z naší stravy.

Mnoho průzkumů dokazuje, že denní pití tohoto nápoje pomáhá udržet děti bystré a ostražitě, zvyšuje jejich koncentraci a pomáhá jim během dne. Programy školního mléka a dotace školního mléka mohou být samozřejmě v některých zemích politickým problémem. Programy jsou ne vždy správně nastaveny a spravovány, a proto je vždy snadné najít důvody, proč bychom je neměli dělat. Obávám se, že některé mlékárenské firmy to považují trochu za obtíž - za něco, co nepřinese velký obchod.

\* Jako horlivý zastávce školního mléka a pravidelný přispívatel do obchodní sociální sítě LinkedIn jsem milulý rok založil na zmíněné síti skupinu školního mléka. Je přístupná každému zájemci, který chce podporovat myšlenku školního mléka – zpracovatelům mléka, členům mlékárenských organizací, odborníkům na výživu, dodavatelům mlékárenského průmyslu nebo lidem z ministerstev a nevládních organizací, které pracují na projektech mléka do škol.

Pokud jste členy komunitní sítě LinkedIn, tak proč se ke školnímu mléku nepřidat?

I když to může být pravda v krátkodobém horizontu, tak přesto věřím, že distribuce mléka ve školách má potenciál přinést dlouhodobý prospěch. Naučit se pít mléko v počátcích života může pomoci vytvořit důležitý návyk pro konzumaci i v dospělosti a takový člověk pak bude pozitivním přínosem pro budoucí mlékárenský průmysl.

V mnoha zemích znamenal rozvoj školního mléka i vzestup celého národního mlékárenského průmyslu.

Z průzkumu, který si zadala OSN vyplynulo, že význam školního mléka se v rámci trhu liší od země k zemi. V některých zemích může tvořit až 25% podíl. Zdá se, že toto číslo výrazně klesá podle toho, jak je daná země "rozvinutá".

Ze zprávy o činnostech školního mléka vás skutečně zahřeje u srdce, když vidíte úsilí vlád v rozvojových zemích zlepšit a rozšířit svůj program školního mléka, nebo s ním poprvé začít. Nemohu se nezeptat, proč často rozvojové země zahambí ty rozvinuté? Hlavní částí aktivit v oblasti školního mléka je Světový den školního mléka – iniciativa započatá Organizací pro výživu a zemědělství před 10 lety, kdy se distribuce mléka ve školách slaví

každý rok na celém světě poslední středu v září. Je skvělé vidět řadu aktivit a iniciativ, které probíhají a kolik lidí se do nich zapojuje. A také je skvělé, když dodavatelé mlékárenského průmyslu, jako je Elopak, podporují tuto iniciativu.

V mém úvodním článku pro časopis Dairy Innovation jsem v roce 2005 napsal, že ignorovat školní mléko je na vlastní nebezpečí průmyslu.

**Stále v to věřím i dnes.**



Geoff Platt psal o mlékárenském průmyslu už od počátku 80. let. 20. století.

V roce 1999 se stal zaměstnancem národní asociace Dairyman's jako editor pro mlékárenský průmysl. Pracoval tam 6 let, během kterých se tato obchodní organizace spojila s Federací mlékárenského průmyslu (DIAL) a následně přeměnila na průmyslovou organizaci Dairy UK. V roce 2005 Geoff založil vydavatelství Zenith International Publishing, následně přejmenované na FoodBev Media, kde pomáhal zavést časopis Dairy Innovation. Nadšeně píše o mlékárenství a

je zastáncem projektu školního mléka. Geoff je pravidelným řečníkem na Národním mlékárenském kongresu a jiných mezinárodních mlékárenských akcích. Také je aktivní na sociálních sítích LinkedIn a Twitter, kde propaguje mléko do škol.



## POLSKÉ ŠKOLNÍ MLÉKO: 15 ROKŮ AND 15 MLÉKÁREN

V roce 1996 přišlo do polských škol první mléko ve 250ml Pure-Pak® obalech. Elopak byla první soukromá společnost, která se do tohoto programu zapojila a pilotního projektu se účastnily 3 mlékárny.

Zpočátku dvě mlékárny Spomlek a Garwolin začaly zásobovat dvě školy ve Varšavě bez jakékoli vnější finanční podpory. Dále se přidala mlékárna Ciechanów a v současné době dodává mléčné školní výrobky celkem 15 mlékáren napříč celým Polskem. To je sektor, který se velmi rychle rozvíjí.

V roce 2000 byla založena nadace “Mléko pro školy, mléko

pro život“, sdružující síť specialistů z nutriční a technologické oblasti, které mohl Elopak podpořit ve své činnosti mléka do škol. Vzhledem k tomu, že v roce 2004 byla představena podpora EU pro školní projekty, rozhodlo se zapojit více a více mlékárenských družstev do státní polské iniciativy nazvané “Sklenice mléka”. V současné době existují tři hlavní

produkty pro polské školáky. Čerstvé mléko a ESL mléko (s prodlouženou trvanlivostí) jsou obvykle k dispozici v přirozené chuti a s čokoládovou nebo vanilkovou příchutí s 1,5% až 2% obsahu tuku. Tekutý jogurt s 1,8% tuku a bez umělých přísad je k dispozici v různých příchutích včetně jahody, banánu a broskve – podle výrobce.



Výrobky jsou dostupné ve 250 ml formátu s brčkem ve Standard Pure-Pak® kartónech a Mini Diamond Pure-Pak® Curve kartónech.

### Kartón se stříškou – číslo 1 pro čerstvé výrobky

Kartón se stříškou zaznamenal mezi polskými konzumenty čerstvých výrobků silnou odezvu. Použitý slogan "Perfektní mléko, protože je čerstvé" připomíná dětem, že drží v rukou kvalitní produkt. Jelikož se jedná o čerstvé mléko, jeho dodávání je častější, než by tomu bylo v případě UHT mléka. Mnoho aktivit se zavázal podporovat i

program "Perfektní mléko do škol". Ten zahrnuje přípravu letáků, plakátů, školních kalendářů, webové stránky, články a inzerci ve školním a vzdělávacím tisku, spolupráci s nutričními specialisty i zdravotníky a profesory, kteří se účastní konferencí učitelů a dalších školních akcí. Jedním z klíčových témat je, že školy jsou součástí této iniciativy a zajišťují, aby jejich žáci dostávaly čerstvé mléko (a speciální mléčné výrobky, jako např. 100% přírodní jogurty) - nakonec nejlepší volba pro zdraví dětí.

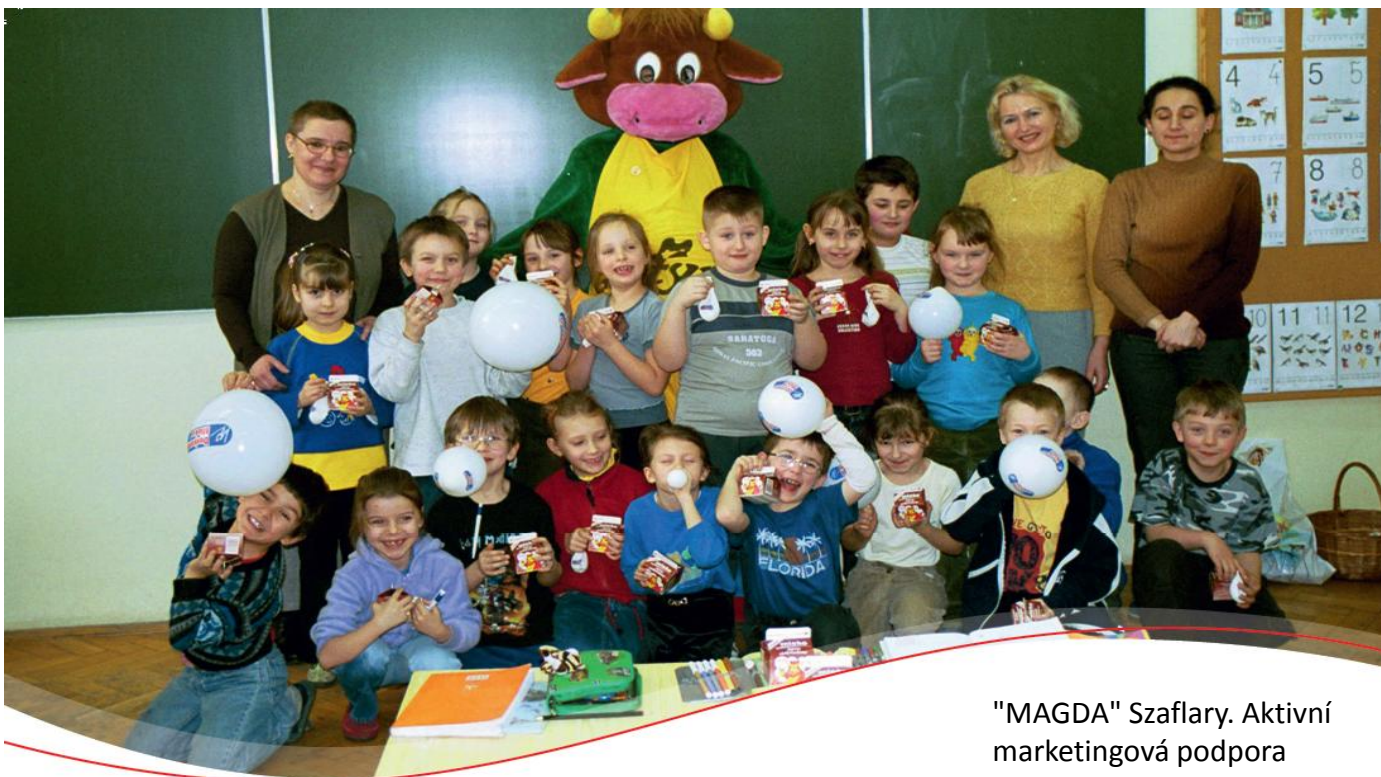
### Prodeje stoupají

Grzegorz Dąbrowski z polské pobočky firmy Elopak říká: "Na úplném začátku bylo velmi těžké získat uznání výrobku.

Hlavním problémem bylo vybírání peněz za mléko. Elopak organizoval první dodávky do škol ve spolupráci se třemi mlékárnami ještě dříve, než Polsko vstoupilo do EU. Přesto se zavedením státní podpory v roce 2007 se téměř přes noc zdvojnásobil prodej a mléko bylo pro školáky zdrama." V Polsku je přibližně 2800 škol, které zásobují dodavatelské firmy a více než 700, kterým mlékárny dodávají mléko přímo. Celkem tedy téměř 600.000 žáků pije mléko v Pure-Pak® obalech.

Tyto výrobky jsou dodávány do škol na paletách dvakrát až pětkrát týdně. Ty jsou distribuovány v chlazeném řetězci s trvanlivostí sedm dnů pro čerstvé mléko a do 21 dnů pro ESL mléko a jogurty. Výrobky jsou distribuovány do škol v rámci programu "Perfektní mléko do škol", který vybízí žáky ke zvýšení jejich příjmu přírodních bílkovin, vápníku a vitaminů formou konzumace čerstvých a přírodních mléčných výrobků během jejich školního dne.

Roční objem obalů dodaných firmou Elopak pro školní mléčné produkty	
2004	5.6 milionů
2005	14.1 milionů
2006	23.4 milionů
2007	53.1 milionů (zavedení státní podpory)
2008	99.9 milionů
2009	93.3 milionů
2010	53 milionů (snížení státní podpory)



"MAGDA" Szaflary. Aktivní marketingová podpora zahrnovala Bifi webové stránky, vzdělávání prostřednictvím internetu, kvízy a školní fotografickou soutěž.

V důsledku jeho úspěchu zahájila v srpnu 2010 největší Mlékárna v Polsku, Mlekpól, prodej Bifi na maloobchodním trhu a je k dispozici především v obchodech Carrefour a Real. Je to zároveň jediný tekutý jogurt pro osoby s nesnášenlivostí laktózy. Pro běžnou potřebu byl kartón opatřen uzávěrem Elo-cap™.

Praktický mini kartón s větším uzávěrem je ideální obal pro trh zaměřený na děti a má další výhodu pro školní děti. Materiál tvoří hlavně papír a tyto obaly jsou také dobře známy jako ekologické a recyklovatelné, které mohou být použity pro výrobu novin,

Tento program je podporován ze strany státu, Evropské unie a Fondu na podporu mléka.

V současné době státní podpora zaručuje přírodní mléko zdarma všem žákům základních škol po dobu 3 dnů v týdnu. Ochucené mléko stojí 0,22 zł a tekutý jogurt 0,31 zł.

V jiných vzdělávacích zařízeních podpora EU znamená, že žáci platí jen 0,49 zł za neochucené mléko, 0,71 zł pro ochucené mléko a 0,80 zł za tekutý jogurt. V mateřských a středních školách, a to díky podpoře EU a Mléčného fondu, žáci platí 0,28 zł za neochucené mléko, 0,50 zł za ochucené mléko a 0,59 zł za tekutý jogurt nazvaný Bifi.

### Souboj na pultech

Tekutý jogurt BiFi zaznamenal takový úspěch, že se začal

prodávat i na maloobchodním trhu.

Je to první tekutý jogurt svého druhu na polském trhu, který je 100% přírodní. Obsahuje o 50% méně cukru a má nízký podíl laktózy. BiFi jogurt získal své jméno díky obsahu "přátelské" bakterie Bifidobacterium, která zlepšuje funkci střev.

Polská pobočka firmy Elopak úzce spolupracovala se svými zákazníky na vývoji produktu, který by byl přírodní, prospíval zdraví a tím byl vhodný do škol. Projektový tým se rozhodl představit mléko s nízkým obsahem laktózy a recept byl vyvinut ve třech příchutích (broskev, banán a jahoda). Vyrábí ho 5 mlékáren: Mlekpól, Mlecz Wolsztyn, Jana Sroda Wielkopolska, SM Gostyń a ZPJ

šedého papíru, lepenky a nábytku. Nejnižší hodnota emisí CO2 použitých na výrobu jednoho takového obalu má silný přínos pro životní prostředí a zejména pro výrobky určené dětem.



Pokud máte zájem o více informací o polském trhu, kontaktujte prosím naši kancelář v Polsku. Kontaktní osobou je Grzegorz Dąbrowski; [grzegorz.dabrowski@elopak.pl](mailto:grzegorz.dabrowski@elopak.pl)

Pro více informací o programu polského školního mléka prosím navštivte: <http://www.mlekowszkole.pl/> nebo <http://www.bifi.pl/> případně [http://arr.gov.pl/index.php?option=com\\_content&view=article&id=697&Itemid=535](http://arr.gov.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=697&Itemid=535)



Elopak přináší nejlepší obalová řešení pro prémiové značky, posiluje a obohacuje spotřebitelské zkušenosti prostřednictvím funkčnosti, pocitů a přínosu pro životní prostředí.

**Máte zájem dostávat novinky  
od společnosti ELOPAK?  
Zaregistrujte se na [www.elopak.com](http://www.elopak.com)  
a buďte v obraze.**