

OBOROVÉ BALENÍ

Říká se, že čeští konzumenti piva jsou konzervativní. Ať už toto tvrzení odpovídá realitě, či nikoli, segment pivních obalů v tuzemsku „starosvětský“ rozhodně není. Naopak, je oblastí velmi progresivní a inovativní. Zároveň platí, že tato obalová řešení nevznikají proti vůli a požadavkům spotřebitelů, ale v souladu s nimi.

David Čapek

@svetbaleni@atoz.cz
svetbaleni.cz
svetbaleni
svet_baleni

NA PRAHU SEZONY: PIVNÍ TRH VYHLÍŽÍ OBALOVÉ NOVINKY

Foto: Shutterstock

N Nejen velké, ale i menší pivovary ve spolupráci se specializovanými packagingovými firmami tak své obaly nezdídky inovují, ať už z hlediska ekologické šetrnosti, praktičnosti použití nebo nápaditého designu etiket či potisku plechovek. A nejde jen o primární obaly, tedy zejména skleněné lahve nebo stále oblíbenější plechovky, ale i obaly sekundární, jako jsou přepravy na lahve či třeba boxy a držáky na skupinová balení plechovek (multipack).

SMĚREM K CÍRKULÁRNÍMU OBĚHU

Dlouhodobě klíčovým trendem v tomto obalovém segmentu je na českém trhu udržitelnost. S tím jde ruku v ruce neustále sílící požadavek na cirkularitu, tedy vratné nebo znovu použitelné obaly, které jsou vůči životnímu prostředí podstatně šetrnější než jednorázové obaly.

„Je to nejen jedna z našich hlavních priorit, ale vidíme, že to je i něco, co čím dál víc chtějí sami spotřebitelé,“ říká Martina Vajskebrová, manažerka výrobních materiálů a obalů Plzeňského Prazdroje. I proto společnost v loňském roce spolu s dalšími tuzemskými nápojářskými firmami, mezi nimiž je i Heineken Česká republika (tyto dva výrobce piva doplňují producenti nealkoholických nápojů Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, Kofola ČeskoSlovensko a Mattoni 1873), založila Iniciativu pro zálohování, jež si klade za cíl zavedení plošného zálohového systému na plechovky a PET lahve v Česku.

Projektem v podobném duchu je iniciativa Zálohujme.cz, k níž se v dubnu 2022 připojil Budějovický Budvar. „Udržitelnou cestu podnikání vnímáme jako důležitý pilíř našich řemesel a záležím na co nejšetrnějším nakládání s nápojovými obaly. Proto podporujeme zálohy i cirkulární recyklaci,“ sděluje Petr Dvořák, generální ředitel Budějovického Budvaru. Pivovar letos také zprovoznil novou linku na stáčení piva do plechovek, která disponuje výkonem 50 000 plechovek za hodinu. Z pohledu udržitelnosti je důležité

mimo jiné, že nová linka eliminuje plasty u skupinových balení plechovek, když namísto LDPE fólie využívá papírový přebal.

Udržitelným a inovativním balením více plechovek je i tzv. TopClip od společnosti Smurfit Kappa, který využívá například Pivovar Svijany nebo Řemeslný pivovar Clock z východočeského Potštejna. Tento papírový držák zanechává podle výrobce o 30 % nižší uhlíkovou stopu než spotřebitelské balení

ze smršťovací fólie, protože neobsahuje žádné plasty (ani lepidla) a je plně recyklovatelný a biologicky rozložitelný.

PREFEROVANÉ SUDY A VRATNÉ SKLO

Vratme se ale k primárním obalům na pivo, kde prim hrají zálohované sudy a vratné skleněné lahve. „Snažíme se eliminovat jednocestné obalové materiály, přibližně 70 procent naší produkce jsou vratné obaly (zálohované sudy nebo skleněné lahve), materiály



Matej Hargaš
manažer inovací
Heineken Slovensko

„ZNIŽUJEME CELKOVÉ MNOŽSTVO PLASTOV VO VÝROBE“

Našu pozornosť sme sústredili na zavedenie a fungovanie zálohového systému, pri ktorom sme stáli ako členovia Slovenského združenia výrobcov piva a sladů už od začiatku. Sme radi, že sa na Slovensku podarilo iniciovať systém, ktorý má za cieľ zvýšiť množstvo vyzbieraných PET fliaš a plechoviek až na 90 percent, a tým rapídne znížiť množstvo voľne pohodeného odpadu v prírode. V Heineken Slovensko v rámci stratégie trvalej udržateľnosti „Načapuj si lepší svet“ systematicky znižujeme celkové množstvo plastov vo výrobe. Ešte v roku 2019 sme ukončili výrobu radlerov značky Zlatý Bažant v PET fľašiach. V roku 2020 sme skrátili dĺžku hrdla fľaše, znížili hmotnosť uzáveru, ale aj znížili celkové množstvo množstvo plastových fólií, čo predstavuje úsporu približne sto ton plastu ročne. Súčasne pracujeme na zvyšovaní pomeru recyklátu v PET fľašiach a plechovkách, aktívne napredujeme v procese deplastifikácie a každoročne si stanovujeme inšpiratívne ciele.

FOTO: Nachmelena/opice

na jedno použití tvoří zbývajících 30 procent,“ vypočítává Denisa Mylbachrová, tisková mluvčí společnosti Pivovary Staropramen.

Obdobná čísla ohledně podílu těchto vratných obalů ve svém portfoliu uvádí Plzeňský Prazdroj. „I nadále se chceme soustředit zejména na sudové pivo, které je k životnímu prostředí nejšetrnější variantou. Navíc v sobě čepované pivo spojuje hned několik nej – nejlepší pivní zážitek, nejšetrnější obal vůči životnímu prostředí i podporu tuzemské pivní kultury, která ve světě nemá obdobu,“ vysvětluje Martina Vajskebrová.

Skleněné vratné lahve jsou v dlouhodobém časovém horizontu nejprodáváním pivním obalem v Česku. Třeba právě Plzeňský Prazdroj informuje, že vratné lahve během jejich životnosti v průměru naplní až 18krát a v oběhu vydrží i šest nebo sedm let. Pak jsou kvůli opotřebení vyřazeny, aby se z nich opět vyrobila nová lahev.

STÁLE OBLIBENĚJŠÍ PLECH

V posledních letech se také výrazně zvyšuje zájem spotřebitelů o plechovky, jejichž výhodou je nízká hmotnost, skladnost a rychlé vychlazení. „Rostoucí zájem ještě akcelerovala pandemie a s ní související uzavření hospod. V roce 2020 tvořily plechovky zhruba 22 % ze všech našich obalů, loni to už byla čtvrtina,“ konkretizuje Martina Vajskebrová.

I v případě plechovek zpravidla pivovary usilují o co největší environmentální ohleduplnost, proto spolu s výrobcí obalů navyšují podíl recyklovaného hliníku v plechovkách. Výhoda hliníku jako obalového materiálu je, že ho lze recyklovat opakovaně prakticky donekonečna a jeho kvalita přitom zůstává nezměnná. Plechovky z recyklátu mají navíc až o 80 % nižší uhlíkovou stopu a na jejich výrobu se spotřebuje až o 95 % méně energie, než je tomu u plechovek vyrobených z primární suroviny.

KOMPLIKOVANÝ PET

Od stáčení piva do PET lahví naproti tomu řada pivovarů ustupuje. K uvedenému kroku se odhodlal kupříkladu Plzeňský Prazdroj. „Od roku 2020 jsme postupně přestávali plnit naše piva do PET lahví, nejprve Gambrinus, Radegast a Klasik, loni v prosinci Kozel a Primus. Od letošního roku už do PET lahví žádnou naši značku nestáčíme. Jednorázové plastové obaly, které nelze znovu využít na výrobu PET lahve, nám nedávají smysl, nenaplnují naši strategii circularity obalů, to znamená ze starého vyrobit nový,“ zdůrazňuje Martina Vajskebrová. Zásadním argumentem v daném

ohledu je, že pivní PET lahve nelze znovu využít na výrobu nových pivních lahví. Hlavní překážkou představuje vnitřní ochranná membrána, která je nezbytná pro zachování kvality piva. Materiál z pivních „petek“ tak lze recyklovat například pro výrobu koberců, ale nelze z nich znovu vyrobit lahve nové.

Zároveň je podle Plzeňského Prazdroje patrné, že zájem lidí o udržitelné obaly v čase roste. „Naše data nám ukazují, že většina spotřebitelů našemu kroku rozumí a kvitují ho. Zhruba dvě třetiny lidí přešly od „petek“ ke skleněným vratným lahvím, asi třetina pak místo nich preferuje plechovky,“ komentuje vývoj Martina Vajskebrová.

Nutno ovšem zmínit, že některé další pivovary prozatím stáčení piva do PET lahví neopouštějí. Třeba v době protipandemických opatření a opakovaných lockdownů, majících za následek uzavření gastronomických provozů, pro ně odbyl jejich produkce v těchto obalech hrál podstatnou roli. Případně v zájmu udržitelnosti zvyšují podíl recyklovaného plastu ve „svých“ PET lahvích, čímž tak kupříkladu Pivovary Staropramen.

Martina Vajskebrová
manažerka výrobních materiálů a obalů Plzeňský Prazdroj

„VYŠŠÍ PODÍL RECYKLOVANÉHO HLINÍKU U PLECHOVEK“

Naše plechovky Pilsner Urquell obsahují od letošního roku největší certifikované množství recyklátu na tuzemském trhu. Podíl recyklovaného hliníku jsme zvýšili na úroveň 75 procenta. Ročně tak uspoříme díky plechovkám Pilsner Urquell vyrobeným ze tří čtvrtin z recyklátu, které dodáváme na tuzemský trh i do zahraničí, přes 1500 tun nového hliníku. Začali jsme s naší prémiovou značkou Pilsner Urquell, navýšování podílu recyklovaného hliníku v plechovkách se chceme v budoucnu intenzivně věnovat i u našich ostatních značek. U nich se aktuálně pohybujeme na zhruba 50procentním podílu recyklátu.

„ČESKÉ OBALY NA PIVO ZABODOVALY V MEZINÁRODNÍ SOUTĚŽI“

Obliba českého piva v mnoha zahraničních zemích je známou skutečností. Jak se zdá, svět začínají „dobývat“ i tuzemská obalová řešení pro tento vpravdě národní nápoj. Svědčí o tom nedávný, a to dokonce dvojitý úspěch na renomované mezinárodní soutěži WorldStar 2022. V kategorii marketingu si hlavní cenu (Golden Award) odnesla společnost Colonia press za web2print řešení pro personalizovaný potisk plechovek CoolCan. V rámci Ceny prezidenta World Packaging Organization převzala bronzové ocenění firma Smurfit Kappa za svůj PiíivoBox.

Podstatou řešení CoolCan je, že zákazník si přímo v editoru na webovém portálu vytvoří vlastní design pro potisk plechovek piva (případně i energetických drinků), a to již od 24 kusů. Jednotlivé designy tiskne Colonia press pomocí digitální technologie na shrink sleeve, který se následně nasazuje na plechovku a vlivem tepla se na ni smrští. „Podařilo se nám nastavit proces výroby smrštitelných rukávových etiket tak, že objednávka projde zcela bez zásahu lidské ruky přímo k tiskovému stroji. První, kdo ji reálně vidí, je tedy až tiskař. Automatizovaným workflow jsme snížili míru chybovosti i celkové výrobní náklady,“ informuje Colonia press.

Řešení PiíivoBox vyvinula společnost Smurfit Kappa pro Rodinný pivovar Zichovec, který se svou produkcí expandoval do Evropy a potřeboval prémiový i dostatečně bezpečný sekundární obal. „Vyvinuli jsme pro ně PiíivoBox s jednoduchým insertem na tři lahve. Vložka díky deformačním zónám a víku perfektně chrání každou lahev



FOTO: Colonia press

zvlášť,“ uvádí Smurfit Kappa. Navíc obal je navržen tak, aby se do něj vešly i plechovky, a celkem pojme až 12 lahví nebo 24 plechovek.



FOTO: Smurfit Kappa



FOTO: Budejovický Budvar

FOTO: Cardbox Packaging

Uvedený trend byl podle něj důležitý už v roce 2021 a od letošního roku se v souvislosti se zavedením zálohového systému pro nápojové obaly na Slovensku ještě zvýraznil.

CENY VSTUPŮ ROSTOU

Současný růst cen základních surovin, energií a materiálů se pochopitelně reflektováno i obalů na pivo. „Bude to pochopitelně reflektováno v konečné ceně pro spotřebitele, což je přiměřeno k častějšímu rozhodování o koupi,“ podotýká Klaus Hockl, managing director společnosti Cardbox Packaging Holding. Ale stejně jako u jiných obalů platí, že čím je větší objem produkce, tím se jednotková cena snižuje. „Obzvláště u nás, jakožto u výrobce s ofsetovými stroji, se velkoobrátková výroba vyplatí,“ nastiňuje pohled výrobce obalů Klaus Hockl.

Přestože je míra inflace vysoká a zvyšují se ceny prakticky všech vstupů, důraz Plzeňského Prazdroje na udržitelnost se podle Martiny Vajskebrové nezměňuje, ale naopak dále zvyšuje. „Stejně tak nepozorujeme změnu mezi spotře-

biteli, naopak rok od roku je vidět větší zájem lidí o to, z čeho je obal vyrobený a jaký je jeho dopad na životní prostředí,“ dodává manažerka.

Ve srovnání s Českem je na Slovensku situace poněkud odlišná. „Naše čerstvé výzkumy ukazují, že stejně menší část spotřebitelů přihlíží k tomu, zda je obal ekologický, protože důležitějším rozhodovacím faktorem je cena výrobku. Čím prémiovější však produkt je, tím důležitější roli samozřejmě obal hraje, přestože i zde je zatím mnohem významnější design než ekologičnost,“ podotýká Matej Hargaš. A doplňuje, že dramaticky stoupající ceny hliníku na plechovky sice motivují výrobce k hledání alternativ, slovenský spotřebitel však podle něj nemá rád velké změny. „Na experimenty v pivních obalech si proto na slovenském trhu pravděpodobně ještě počkáme, očekávám spíše růst významu vratných skleněných lahví,“ uzavírá Matej Hargaš.]

inzerce

RAJA

EVROPSKÁ JEDNIČKA V BALENÍ

3000 produktů pro všechny Vaše potřeby



800 500 515*

rajapack.cz

@info@rajapack.cz

ZDARMA