

PAPIEROVÝ POHÁR BEZ POTLAČE

je zahodená príležitosť  DataLine 

Potlačený papierový pohár je dnes oveľa viac než len obal na nápoj. Stal sa nositeľom značky, súčasťou marketingovej komunikácie aj dôležitým prvkom zákazníckej skúsenosti. Spoločnosť Takeawaycup, s.r.o. z Nitry patrí medzi špecialistov na výrobu a potlač jednorazových papierových pohárov nielen na Slovensku ale aj v Európe. Okrem papierových pohárov dodávajú plastové poháriky s potlačou a ďalšie reklamné obaly pre gastronómiu, firemný sektor i organizátorov podujatí. O tom, ako vznikla myšlienka vybudovať úspešnú slovenskú firmu v tomto špecifickom segmente, aké technológie stoja za jej rastom a akú budúcnosť vidí pre personalizovanú tlač, sme sa rozprávali s jej zakladateľom a konateľom Matúšom Závadným.

Spomeňte si na úplný začiatok. Ako vznikla myšlienka založiť spoločnosť Takeawaycup a prečo ste si vybrali práve segment potlače papierových pohárov?

Mnoho ľudí si myslí, že sme od začiatku mali veľký investičný plán, no realita bola úplne iná. Príbeh výroby papierových pohárikov začal v roku 2016 ešte v mojom bývalom zamestnaní, kde som pracoval ako obchodník, mal som na starosti obchod s obalmi na kávu a čaj. Chodil som po celom Slovensku, navštevoval pražiarne, kaviarne či

čajovne a predával im obalový sortiment.

Pri týchto stretnutiach sa opakovala jedna požiadavka: zákazníci pýtali papierové poháriky s vlastnou potlačou. Vtedy ich však nikto nevedel dodať v menších množstvách, respektíve ak sa zákazník obrátil na nejakú veľkovýrobu zo zahraničia, boli požadované veľké odbery a kvalita príliš nízka. Keďže bol na trhu dopyt, zaobstaral som tri konfekčné stroje a začal som vyrábať. Znie to jednoducho, ale cesta bola veľmi ťažká, hlavne zvládnuť technológiu, o ktorej som nič nevedel a navyše som nemal ani žiadnu technickú

podporu, ani servisného technika, tak som sa to naučil všetko sám. Až keď bolo jasné, že toto je naša hlavná cesta, premenovali sme firmu na Takeawaycup s.r.o. Potrebovali sme názov, ktorý bude výstižný aj pre export. Aktuálne okrem Slovenska dodávame poháriky do ďalších 9 krajín Európy. Zakladáme si na maximálnom servise – či je 7 hodín ráno alebo večer, ak zákazníkovi horí event, urobíme všetko pre to, aby sme ho zachránili, samozrejme, vždy v rámci našich možností.

Každé podnikanie má svoje rozhodujúce okamihy. Ktoré miľniky boli pre rozvoj vašej spoločnosti najvýznamnejšie a čo vás najviac posunulo dopredu?

Najťažším momentom bol rok 2020, prišiel COVID-19. Gastro prevádzky sa zo dňa na deň zatvorili. Zrazu nikto nechcel dizajnové poháre s potlačou, dopyt klesol na najlacnejšie univerzálne obaly.

Firmu som musel z iných aktivít dotovať niekoľko rokov. Nevzdali sme to, pretože sme verili nášmu zámeru, budovali sme vzťahy a vedeli sme, že keď sa trh otvorí, musíme byť pripravení.

Kľúčovým miľnikom bol máj 2025, kedy sme prešli na vlastnú digitálnu tlačovú a dokončovaciu technológiu HP Indigo a ABG Digicon. Vtedy celá výroba dostala nielen kvalitatívny, ale aj ekonomický zmysel.

Trh, zákazníci a produkty Segment personalizovaných pohárov sa za posledné roky výrazne zmenil. Ako sa podľa vás vyvíjali požiadavky zákazníkov a čo dnes od takýchto produktov očakávajú?

Pred rokom 2016 bol trh s personalizovanou potlačou pre menšie prevádzky prakticky nedostupný. Klasické ofsetové alebo flexotlačové technológie vyžadovali minimálne odbery od 100-tisíc kusov z jednej veľkosti. To si mohla dovoliť len sieť čerpacích staníc alebo medzinárodné reťazce. Bežná kaviareň potrebovala dve - tri veľkosti pohárov, no nemala kapacity ani financie na skladovanie státisícových zásob. Prišli sme preto s digitálnou potlačou. Začínali sme na minimálnom množstve 1 000 kusov, dnes spravíme zákazkovú potlač už od 500 kusov z jednej veľkosti pohárika. Dnes zákazník očakáva nekompromisnú grafickú kvalitu, rýchlosť dodania a maximálnu pružnosť.

Kto tvorí jadro vašej klientely? V čom sa ich požiadavky odlišujú?

Hoci robíme pre veľké značky aj eventy, našou srdcovkou sú menší a strední zákazníci – lokálne kaviarne, remeselné pražiarne, pekárne, bistrá či reklamné agentúry. Pre nás má každý zákazník rovnakú váhu, no ekonomicky aj filozoficky nám dáva najväčší zmysel pomáhať rásť menším prevádzkam. Veľké firmy často požadujú najnižšiu cenu pri obrovských objemoch, zatiaľ čo menšie prevádzky si potrpia na špičkový detail, stálosť farieb a flexibilitu. Vedia, že pohár je ich predĺženou rukou a dôležitou súčasťou marketingu.

Aké produkty dnes tvoria portfólio spoločnosti Takeawaycup? Sú papierové poháre stále dominantným produktom alebo sa vaše aktivity postupne rozšírili?

Vlajkovou loďou zostávajú jednovrstvové papierové poháre rôznych objemov



pre teplé aj studené nápoje. Portfólio však rozširujeme. Aktuálne intenzívne pripravujeme spustenie výroby papierových misiek na zmrzlinu a dezerty. Ide o prirodzenú diverzifikáciu, pričom tlačovú časť kompletne zastrešíme na našich existujúcich digitálnych technológiách a rozširujeme len konfekčné kapacity.

Vaše výrobky často reprezentujú značku zákazníka priamo v rukách jeho klientov. Akú úlohu zohráva kvalitná potlač pri budovaní firemnej identity?

Kľúčovú. Papierový pohár s potlačou je jednou z najefektívnejších reklám. Keď si zákazník kúpi kávu so sebou, kráča s pohárom po ulici, ide do kancelárie alebo sedí v parku a vidia ho desiatky ďalších ľudí. Aj pohár položený pri koši stále robí vizuálnu reklamu. Dnes navyše žijeme v dobe sociálnych sietí – ľudia si fotia pekne potlačené poháre a "zavesia" ich na Instagram. Čím je dizajn nápaditejší a potlač kvalitnejšia, tým viac prirodzených komunikačných zásahov kaviareň získa. Ak to kaviareň s budovaním značky myslí vážne, vlastný potlačený pohár je chodiaca reklama a absolútna povinnosť.

Technológia a výroba Čo považujete za najväčšie technologické výzvy pri potlači papierových pohárov a na ktoré parametre výroby kladiete najväčší dôraz?

Výroba papierového pohára vyzerá jednoducho, ale technologicky je to náročný proces. Pracujete so špeciálnym kartónom s PE lamináciou, ktorý musí vydržať vysokú teplotu, vlhkosť, nesmie presakovať a pri tvarovaní na konfekčnom stroji nesmie praskať farba ani materiál. Tlačová farba musí mať dokonalú priľnavosť, zdravotnú nezávadnosť pre kontakt s potravinami a nesmie zapáchať. Z pohľadu kvality kladíme dôraz na presnosť výseku a farebnú stálosť. Tým, že robíme zákazky od 500 kusov, musíme zvládnuť extrémne rýchle prestavby a minimálny odpad.

Moderná výroba je spojená s automatizáciou a digitalizáciou. Ako vyzerá technologické zázemie vašej spoločnosti a aké miesto v ňom zaujímajú riešenia od Data-Line Technology?

Naším hlavným tlačovým srdcom je rolová digitálna tlačiareň HP Indigo WS6600. Pred jej kúpou som podrobne



testoval rôzne iné technológie na trhu – napríklad dry-tonerové riešenia ako Xeikon, no testy na konfekčných strojoch nevyhovovali. Uvažoval som aj nad hárkovými strojmi SRA3 či B2 formátu, no z pohľadu ekonomiky, flexibility a spracovania rolového materiálu nám jednoznačne najlepšie vyšlo rolové HP Indigo. Tlačíme v štandardnom farebnom priestore CMYK. Zbytočne si nekomplikujeme procesy, pretože fotorealistická kvalita tekutého elektrofotografického toneru ElectroInk na HP Indigo je tak výnimočná, že CMYK plne vyhovuje aj najnáročnejším požiadavkám.

Na tlač priamo nadväzuje dokončovacia linka ABG Digicon od spoločnosti ABG, ktorú nám rovnako dodal DataLine.

Tento stroj bol skonfigurovaný pre naše špecifické potreby. Môžeme konštatovať, že naša linka je vo svojej špecifikácii jediná na svete, keďže výrobcov, ktorí spracovávajú potlačenú rolu do jednoprádového výseku pohárov týmto spôsobom, je minimum.

Čo bolo rozhodujúcim kritériom pri výbere spoločnosti DataLine Technology ako technologického partnera?

Pre DataLine rozhodla ich schopnosť komplexne zastrešiť obidve kľúčové technológie – tlačiareň HP Indigo aj dokončovaciu linku ABG Digicon. Druhým

faktorom bola ich schopnosť poradiť a nájsť riešenie na mieru. DataLine zohral obrovskú konzultačnú úlohu. Keď som hľadal optimálnu cestu a váhal medzi hárkom a rolou, ich experti so mnou prechádzali kalkulácie, možnosti servisu aj technologické limity. Ukázali mi, že rolový koncept v kombinácii s ABG je pre náš typ výroby dlhodobo najudržateľnejší.

Ako hodnotíte spoluprácu so spoločnosťou DataLine Technology po obchodnej aj technickej stránke?

V polygrafii je predaj stroja len začiatok. Podstatné je, čo sa deje,



Matúš Závodný

keď nastane technický problém. Naši operátori sú v pravidelnom kontakte so servisnými technikmi DataLine, ktorí reagujú v čo najkratšom čase po telefóne i osobnými návštevami vo výrobe v Nitre. Keďže pri ABG Digicon išlo o unikátne riešenie vyrobené na mieru, ladenie a nastavovanie trvalo niekoľko mesiacov. Práve vtedy sa ukázala pridaná hodnota DataLine – neodišli od nedokončenej práce, ale spoločne s nami a výrobcom ABG trpezlivo hľadali cestu, kým linka nebežala na 100 %. Sú veľmi spoľahliví.

Môžete uviesť konkrétny príklad, kedy podpora zo strany DataLine Technology významne pomohla vašej výrobe?

Príkladom bol prechod na špeciálne farby pri vysoko špecifických zákazkách. Pri testovaní nám niekedy vynechávala farba na istých miestach a nevedeli sme si s tým interne poradiť. Technici z DataLine prišli, detailne preverili správanie materiálu, nastavili parametre tlačového procesu a vynechávajúce farby kompletne odstránili bez dopadu na kvalitu či rýchlosť výroby.

Téma udržateľnosti je dnes jednou z hlavných výziev obalového priemyslu. Ako sa premieta do vašej výroby a ako vnímate nové nariadenie Európskej komisie (PPWR)?

Nariadenie PPWR aj celú tému ekológie vnímam veľmi intenzívne. Z pohľadu tlače nás toto smerovanie posunulo vpred. V HP Indigo používame najnovšie generácie farieb spĺňa-

júce najprísnejšie normy pre kontakt s potravinami.

Okolo ekológie papierových pohárov však vládne veľa mýtov. Papierový pohár nie je ekologický zloduch, vyrába sa z obnoviteľných zdrojov. My zásadne nakupujeme primárny kartón výhradne od certifikovaných európskych lídrov ako Stora Enso alebo Metsä Board, ktorí garantujú papier z udržateľne obhospodarovateľných lesov. Kameňom úrazu je recyklácia po použití. Pohár má tenkú polyetylénovú (PE) vrstvu (cca 15 g PE na 235 g papiera), ktorá zabraňuje presakovaniu. Poháre sú 100 % recyklovateľné, no vyžadujú technologické zariadenia na oddelenie celulóзовého vlákna od fólie. Takéto linky bežne fungujú v západnej Európe či Poľsku, no na Slovensku zatiaľ chýbajú.

Podľa PPWR aj slovenskej legislatívy platí, že ak obal obsahuje dominantnú zložku papiera, má sa triediť do papiera. Lokálny problém je, že spracovatelia odpadu často nemajú technológie a občanom odkazujú, aby poháre hádzali do komunálu, čo je škoda. Vnímam ako povinnosť podporovať osvetu a iniciatívy organizácií zodpovednosti výrobcov (ako NATUR-PACK či ENVI-PAK), aby sa zber a reálna recyklácia papierových obalov na Slovensku posunula na európsku úroveň.

Vízia budúcnosti a partnerstvo Aké trendy budú v najbližších rokoch formovať segment personalizovaných obalov?

Jednoznačným trendom bude ďalšie znižovanie minimálnych nákladov, skracovanie dodacích lehôt a ešte väčšia personalizácia. Zákazník nechce čakať na pohár tri týždne. Chce ich mať na prevádzke do pár dní a sezónne meniť grafiku – iný dizajn na jar, iný na leto či Vianoce. V tomto má digitálna tlač s HP Indigo absolútnu dominantu. Ruka v ruke s tým pôjde tlak na ekologické bariérové materiály – hľadanie biodegradovateľných náterov či vodných bariér, ktoré uľahčia recykláciu v štandardných papierňach.

Ako vidíte budúcnosť spoločnosti Takeawaycup?

Keďže sme v poslednom období výrazne rástli, našou najbližšou prioritou je stabilizácia pracovných pozícií, vyladenie interných procesov a zvýšenie efektivity vo výrobe aj v obchode. Chceme ešte rýchlejšie spracovávať narastajúci počet dopytov. Čo sa týka rozširovania kapacity,

neplánujeme meniť tlačovú technológiu – HP Indigo a ABG Digicon. Plne postačujú a majú dostatočný výkon. Chystáme sa však investovať do nových konfekčných strojov na tvarovanie papierových misiek na zmrzlinu. Taktiež pripravujeme príchod špecializovaného mechanika a nastavovača priamo od výrobcu konfekčných strojov, keďže na Slovensku odborníci na servis týchto špecifických automatov chýbajú. Týmto krokmi chceme v najbližších mesiacoch výrazne posilniť našu trhovú pozíciu.

Spoločnosť Takeawaycup z Nitra je príkladom toho, ako sa vďaka vytrvalosti, zákazníkemu servisu a odvahe investovať do špičkových digitálnych technológií dá vybudovať úspešný a rýchlo rastúci podnik. Spojenie digitálnej tlače HP Indigo a dokončovacieho systému ABG Digicon dodaných spoločnosťou DataLine Technology prinieslo firme unikátnu flexibilitu a kvalitu, vďaka ktorej sprístupnila personalizované obaly aj pre malé kaviarenské prevádzky. Do budúcnosti spoločnosť hľadá s jasnou víziou – rozširovať produktové portfólio, podporovať ekologickú osvetu v recyklácii obalov a neustále zvyšovať hodnotu, ktorú jej obaly prinášajú značkám zákazníkov.

Aké poslanstvo by ste odkázali firmám, ktoré podceňujú význam kvalitnej potlače a personalizovaných obalov?

Odkázal by som im, aby sa na obal nepozerali ako na nutný náklad, ale ako na investíciu s okamžitou návratnosťou. Obal je prvý fyzický dotyk zákazníka s vašim produktom. Nepotlačený, fádny pohár je zahodená príležitosť na komunikáciu. Kvalitná potlač buduje imidž, zvyšuje vnímanú hodnotu nápoja či jedla a robí vám bezplatnú reklamu v rukách spokojných zákazníkov. Nebojte sa začať aj pri malých množstvách – moderné digitálne technológie dnes otvárajú dvere naozaj každému.

Za rozhovor poďakoval Marian Hains