

IBA JEDEN POHÁRIK



Investovať do unikátnej technológie počas pandemického obdobia chce nielen odvahu, ale aj dobre premyslený plán. Jedným z takých bol aj zámer konateľov spoločnosti RENA O, ktorí sa pustili do odvážnej realizácie myšlienky známej iba z veľkých koncertov a podujatí. O čo išlo, sme sa spýtali Martina Šimka, jedného z konateľov spoločnosti.

Vaša spoločnosť sa na stránkach nášho časopisu objavuje po prvýkrát. Predstavíte nám ju?

RENA O bola založená pred niečo vyše dvoma rokmi, avšak jej hlavné poslanie nám v hlave vírilo už dlhšiu dobu. Zaoberáme sa výrobou a potlačou malých sérií vratných pohárov, takých, aké poznáme z veľkých svetových festivalov a podujatí. Nakoľko je však Slovensko veľmi malé, najšť partnerov, ktorí by chceli túto myšlienku zrealizovať na našom území, bol veľký problém. Prvotná idea teda znela, že budeme nakupovať hrubostenné poháre z Číny či Turecka a vďaka našej technológii ich budeme potláčať. Narazili sme však na problém s dopravou a európskymi certifikátmi týkajúcimi sa hygieny a metrológie. Čiže ak by sme chceli doviesť pohár a uviesť ho u nás na trh, čakalo by nás mnoho krokov, ktoré by sme museli absolvovať. Preto sme túto otázku vyriešili cez

subdodávateľa, ktorý prevádzkuje vstrekolis. My mu dodávame surovinu, z ktorej má byť pohár zhotovený a takisto aj formu, vďaka ktorej pohár nadobudne unikátny tvar. Ak by sme chceli túto výrobu presunúť „pod našu strechu“, vyžadovalo by si to nemalú investíciu, či už do technológie alebo do personálnych zdrojov.

Čo sa teda konkrétne deje s plastovými pohármi u vás?

Z občajného plastového pohára sa stáva personalizovaný darček s pridanou hodnotou. Mnohí z vás už určite boli na koncerte či inom podujatí, z ktorého ste si ako suveníru odniesli potlačený pohár s logom, dátumom, prípadne iným pútavým dizajnom, z ktorého ste počas podujatia popíjali svoj obľúbený nápoj. A práve toto je náš produkt. Kým sme prišli na Slovensko s našou technológiou, núkali sa nám alternatívne technológie ako tampoprint či sieťotlač. Áno,

aj s ich pomocou sa dali potláčať rôzne materiály, ale kvalita nebola úplne taká, akú sme hľadali my. Chceli sme niečo špičkové, unikátne. Až sme natrafili na technológiu z USA, ktorá presne spĺňala naše požiadavky. Vďaka nej dokážeme aktuálne digitálne potláčať aj malé série tubovitých predmetov plnofarebne v CMYKu.

Všetky konkurenčné spoločnosti v okolitých krajinách robia personalizované poháre cez technológiu IML, čiže predtým, ako idete vstreknúť pohár, vložíte do jeho vnútra fóliu, vstrekolis ju obstreknú a pohár je na svete. My najskôr vyrobíme pohár a potom ho potlačíme. Dokážeme robiť série pohárov od 20 kusov v plnofarebnom a personalizovanom prevedení až po niekoľkotisícové náklady. Naše poháre majú 3 certifikované rysky, vďaka ktorým sú univerzálne a všestranne použiteľné na malé aj veľké nápoje.



Kolko pohárov potrebuje podujatie, na ktorom sa očakáva povedzme 300 ľudí?

Pri týchto eventoch hovorí matematika jasne. Ak očakávate 300 ľudí, čo je počet kusov zaujímavý pre malú akciu, potrebujete trikrát toľko pohárov. Pri tomto predpoklade je to 900 kusov, čo iní výrobcovia ani nie sú ochotní vyrobiť, keďže majú minimálnu objednávku zväčša 1 000 kusov.

Pri niekoľkotisícových podujatiach je to už slušný objem materiálu a zároveň i peňazí. I tu v mnohých prípadoch ešte stále platí, že obchod je podmienený minimálnym odberom množstva. Pod tisíckusovú objednávku sa s vami mnohé firmy ani nebudú rozprávať. Tu vidíme priestor my s malými sériami. Každá dedina, mesto, futbalový klub či hasičský zbor organizuje podujatia a tlak na ekológiu sa zvyšuje. Toto je cesta, ako spojiť príjemné s užitočným. Ak totiž robíte podujatia, na ktoré zakúpite 10 tisíc pohárov a vráti sa vám len 7 tisíc z nich, zistíte, že ste to urobili dobre a tá časť investície sa vám vráti dvojnásobne.

Ekológia je aktuálne téma, ktorá hýbe nielen politikou krajín, ale postupne na ňu počúvajú aj bežní spotrebitelia. Je aj toto jednou z pridaných hodnôt vášho produktu?

Samozrejme. Osobne sa celý život venujem gastro segmentu a hygiene a ekológia aktuálne dodáva silu všetkému, s čím sa spája. Európska legislatíva bude od roku 2025 upravovať zákony tak, že ak vám niekto predá pohár, musí byť taký, aby vydržal minimálne 500 umytí. Jednorazovým veciam tak, chvalabohu, odzvonilo. Aktuálne pracujeme na jednom projekte, ktorý ak vyjde, otvorí sa

nám cesta do zahraničia oveľa jednoduchšie. Nechcem predbiehať, ale týka sa to ekológie a plnej recyklovateľnosti materiálov. Myslím si totiž, že ak produkt má byť ekologický, musí byť plne, ale naozaj plne recyklovateľný a schopný transformácie na ďalší, nový produkt.

Spomenuli ste, že dokážete potlačiť takmer všetko, čo má tubovitý tvar. Je to pravda?

Naša technológia je naozaj zaujímavá práve v tom, že potlačí všetko – sklo, plast, hliník, nerez, plnofarebne a bez rozdielu. Tubovité predmety od dĺžky 3 cm až po 30 cm a s priemerom 4 až 12 cm. Je to teda široký záber, do ktorého sa zmestia fľašky, termosky, obaly na krémy a výživové doplnky z rôznych materiálov. Nedávno sme realizovali zákazku – obal na vitamínové doplnky, ktorý bol krásnou prezentáciou toho, ako presne a čitateľne dokáže táto technológia tlačiť. Rozlíšenie na úrovni 1200 dpi zabezpečilo, že aj miniatúrne písmenká na zadnej strane obalu boli krásne čitateľné.

Kúpu technológie ste riešili iba nedávno. Neodradila vás od tohto kroku aktuálna pandemická situácia?

Túto investíciu sme riešili posledné dva roky. Pár mesiacov pred vypuknutím pandémie sme už mali podpísanú zmluvu, ktorú sme po marci 2020 pre istotu stornovali. Po dlhšom uvažovaní sme však technológiu z USA doviezli na Slovensko v septembri minulého roka a pustili sa do výroby. Aktuálne riešime jednu veľkú zákazku do Srbska, kde si zákazník zaumienil potláčať exkluzívne fľaše výberovej vodky. Text či obrázky vytlačené priamo na čírom alebo polopriehľadnom skle

totiž dokážu navodiť oveľa väčší dojem luxusu a prémiovosti samotného produktu. Etiketa dokáže byť krásna, ale má svoje limity. Pri tomto type technológie dokáže dostať produkt v skle úplne iný charakter, najmä ak túto myšlienku správne uchopí šikovný grafik.

Aké sú vaše ambície do budúcnosti? Kam by ste sa radi so svojou produkciou posunuli?

Stále sa chceme uberať dvoma smermi. Poháre a personalizácia. Keď nepôjde jeden segment, potiahne ho ten druhý. A, samozrejme, chceme preraziť do zahraničia. Neustále totiž dostávame ohlasy, že v Európe je týchto druhov technológií zatiaľ veľmi málo. Áno, sú isté čínske alternatívy, ale to nie je pre nás a určite ani pre nikoho, kto chce mať predmety potlačené pekne a kvalitne.

Trúfali by ste si aj na väčšie objednávky, alebo nemáte dostatočnú kapacitu a preto sa uberáte skôr cestou malých sérií?

Malé série sú pre nás zaujímavejšie preto, lebo dokážu byť kreatívnejšie, firmy dokážu vďaka nim flexibilne reagovať na zmeny napríklad v portfóliu či zložení produktov a dokážeme ich robiť in time. Mnoho firiem má dlhé čakacie doby, alebo už spomínané minimálne počty kusov jednej objednávky. Naša kapacita je nastavená na 40 tisíc kusov mesačne, pričom v stave riešenia je kúpa ďalšieho zariadenia, čím by sme našu kapacitu chceli zdvojnásobiť a stali sa tak stabilným partnerom nielen v oblasti kvality, ale aj v oblasti dodacích časov. Tie sú totiž spolu s kvalitou u nás na prvom mieste.

☞ Za rozhovor poďakovala Marianna Cabalová