

TĚŠÍME SE NA  
VÁS ZA ROK

Poly Grafik Um  
KONFERENCE



Jozef Debrecký – generálny riaditeľ Dr. Oetker pre Českú republiku a Slovensko

# BUDÚCNOSŤ JE V REGENERATÍVNO M SPÔSOBE VÝROBY, NIE LEN V EKOLÓGII



Spoločnosť Dr. Oetker určite nie je potrebné osobitne nikomu predstavovať. Hovoríme o jednom zo svetových globálnych hráčov a lídrov na potravinárskom trhu. Boli sme veľmi potešení, keď nám účasť na konferencii PrintProgress potvrdil generálny riaditeľ spoločnosti pre Česko a Slovensko Ing. Jozef Debrecký. Jeho účasť na konferencii sme využili na zistenie názorov o trendoch vo výrobe obalov z pohľadu potravinárskeho gigantu.

Pôsobíte v potravinárstve nie dlhšiu dobu, ale prakticky celý život. Vaša profesionálna pracovná a manažérska kariéra sa začala v bývalom podniku Slovenské škrobárne v Boleráze pri Trnave. Tento podnik už začiatkom deväťdesiatych rokov kúpila belgická firma Amylum. Následne v roku 1993 jej časť, konkrétne výrobu požívatín, odkúpila spoločnosť Dr. Oetker a vy ste prijali jej ponuku stať sa

generálnym riaditeľom pre Česko a Slovensko. Odvtedy sa pohybujete vo vysokých riadiacich štruktúrach, takže máte prehľad o najdôležitejších stratégiách, ktoré v spoločnosti pripravujete a presadzujete. Keďže sme na pôde odvetvia polygrafie, tlače a všetkého, čo s ňou súvisí, budeme sa v tomto rozhovore viac zameriavať na túto oblasť a vaše skúsenosti a spoluprácu s nimi.

**Z titulu vašich skúseností v potravinárstve viete zhodnotiť, aké boli požiadavky na výrobu obalov potravinových výrobkov kedysi a dnes? V čom sa tieto požiadavky líšia?**

Z marketingového hľadiska, i napriek súčasnej kríze, konštatujeme, že kúpna sila spotrebiteľov rastie, a preto sa aj Dr. Oetker významne

orientuje na inovatívne a prémiové výrobky, u ktorých očakávame použitie kvalitných materiálov, tlačových metód a rôzne špeciality, napr. typu razby. Druhým faktorom je skutočnosť, že konkurencia nezaháľa a tiež sa „učí“. Preto v konkurenčnom prostredí hľadáme neustále možnosti odlíšiť naše obaly od konkurenčných, a to ako materiálom, tak aj kvalitou tlače, zušľachtením a podobne. Avšak hlavnou a zásadnou zmenou je orientácia na ekológiu a udržateľnosť. Táto požiadavka je urgentná a kľúčová.

Z pohľadu kvality je tu snaha dosiahnuť čo najdlhšie doby minimálnej trvanlivosti, takže čo najlepšie bariérové vlastnosti. V minulosti sa často používali obaly na báze hliníkových fólií, neriešila sa v tak veľkom rozsahu kontrola bezpečnosti potravín. V súčasnosti je táto bezpečnosť však na prvom mieste, takže všetky produkty prechádzajú detektorom kovov alebo X - ray detektorom, používajú sa fólie, ktoré umožňujú použitie detektorov (EVOH, Alox). Požiadavka kontroly detektormi preferuje obaly, ktoré sú však v rozpore s udržateľnosťou, pretože tieto fólie, žiaľ, nie sú recyklovateľné. Takže riešime ich náhradou inými, recyklovateľnými (na báze papiera alebo monoplasty a pod.).

**Aké sú súčasné trendy vo výrobe obalov pre potravinársky segment? Na čo sa aktuálne kladie najväčší dôraz pri ich výrobe a na čo by sa mali tlačiar pripraviť do budúcnosti, ak chcú uspieť v tomto odvetví?**

Toto je možno viac otázka na samotných výrobcov. Ja však zopakujem, že hlavnou témou, resp. požiadavkou na výrobu potravín je kvalita a nutričná hodnota podľa najnovších zdravotných požiadaviek na výživu človeka, bezpečnosť potravín, ekologická a ekonomická udržateľnosť výroby, rešpektovanie ľudských, ekologických a ďalších práv (napr. aj práv zvierat) a čo najskorší prechod na tzv. regeneratívne potraviny. Od tohto sa odvíjajú aj požiadavky na obaly pre takto vyrobené potraviny. Preto pozorujeme aj veľkú inovačnú aktivitu samotných výrobcov, ktorí stále prichádzajú s novými riešeniami zodpovedajúcimi požiadavkám doby.

**Čo je v súčasnosti nosným kritériom pri výrobe potravinárskeho obalu? Aké obaly v súčasnosti najviac využívate na balenie potravín v Dr. Oetker?**

V súčasnosti vykonávame revíziu materiálov používaných na výrobu našich obalov. Definujeme si, či sú udržateľné a snažíme sa nájsť recyklovateľné alternatívy k súčasným fóliám. Možností je viac. Testujeme hlavne fólie na báze monoplastov alebo papiera. Prebiehajú skladovacie testy našich výrobkov, aby sme preverili, či budú mať zabalené výrobky v týchto fóliách rovnaké senzorycké a mikrobiologické vlastnosti ako čerstvé, ale aj po uplynutí celej doby minimálnej trvanlivosti.

**Musia výrobcovia obalov pre vašu spoločnosť spĺňať nejaké špeciálne kritériá, technologické, materiálové, postupy, certifikáty,...?**

Špecifikom firmy Dr. Oetker je spolupráca s firmou Print Management Agency. Oni pripravujú tlačové podklady tak, aby tlačiar nepotreboval svoje vlastné prepress štúdio. Spolupráca na tejto úrovni je pre nás zásadná, pretože sme schopní lepšie zabezpečiť štandardizovaný proces prípravy tlače a stabilitu tlačového výsledku u rôznych tlačiarň a rôznych obalových materiálov. Z hľadiska kvality požadujeme ku každému obalu špecifikáciu a vyhlásenie o zhode, že materiál je určený na kontakt s potravinou. Okrem toho musí spĺňať technické parametre našich baliacich strojov.

**V polygrafii všeobecne panuje myšlienka, že segment výroby obalov je na vzostupe. Pociťujete to i vy z vášho pohľadu? Má tento rastúci trend nejaké hranice a stropy? Proti nadmernému používaniu obalov totiž hovorí ekologizácia výroby, predaja, spotreby a boj za znižovanie tvorby odpadov. Obal je totiž takmer 100 %-tný odpad.**

Od tlačiarov očakávame to, čo očakávajú naši zákazníci od nás. Teda to, že budú neustále zlepšovať kvalitu a služby, ponúkať konkurencie schopné ceny. Ak tlačiar držia krok s týmito požiadavkami, tak sú na vzostupe. Obal je dôležitý



komunikačný prostriedok, ale to bol vždy. Obal chráni výrobok, ale to je taktiež zásadná požiadavka od nepamäti. A obal je tiež 100%-tný odpad, to je požiadavka, ktorá bude mať čím ďalej, tým väčšiu prioritu. Kto z dodávateľov obalových materiálov bude najschopnejší vychádzať v ústrety týmto požiadavkám, tak bude na skutočnom vzostupe. To však k tomu 100 %-tnému odpadu znie veľmi negatívne. Keď však povieme, že obal je 100 %-tný odpad vhodný alebo dokonca určený na ďalšie opakované spracovanie, tak to už nie je negatívne konštatovanie.

### **Dopyt po pekných a kvalitných obaloch má určite rastúcu tendenciu. Spolupracuje firma Dr. Oetker so svojimi dizajnérmi, alebo vytvára aj príležitosti pre angažovanie nových dodávateľov, dizajnérov, grafikov, ... tlačiarov?**

Spoločnosť Dr. Oetker spolupracuje výhradne s externými dizajnérmi, ktorých vyhľadáva útvar marketingu. Prioritným partnerom pre tlačiarne je oddelenie nákupu, ktoré tlačiarov vyhľadáva a zazmluvňuje. V súčasnosti toto prebieha veľmi často na centrálnej úrovni pre celú skupinu Dr. Oetker, čo je pre tlačiarov určite náročnejšie, ale na druhej strane to ponúka aj nezanedbateľné príležitosti. Zadávanie konkrétnych obalov do tlače u konkrétnej tlačiarne je ovplyvňované požiadavkami kontroly kvality na kvalitu obalu (udržateľnosť, bariérové vlastnosti) a marketing (kvalita tlače, tlačové technológie, odlišnosť, inovatívnosť).

**Na konferencii ste zdôrazňovali ekologickú stránku výroby a produktu – potraviny, ako aj dôraz na bio produkciu v spoločnosti Dr. Oetker. Nakoniec aj v predchádzajúcich odpovediach**

### **tomu venujete nemalú pozornosť. Ako sa táto stránka podľa možnosti čo najkonkrétnejšie môže dotknúť polygrafickej výroby obalov a ekológie?**

Chcem trochu poopraviť otázku. Nezdôrazňoval som len ekologickú stránku tohto procesu. Hovoril som o oveľa významnejšej, ak nie tej najdôležitejšej, úlohe výrobcov. Ide o regeneratívnu ekonomiku ako celku a ide aj o alternatívu k súčasnému spôsobu života nás ľudí na Zemi. Regeneratívny prístup, ako hlavný princíp ľudskej činnosti a správania sa, je cesta k záchrane ekosystému a princípov života na planéte. Toto nie je žiadne preháňanie ani dramatizovanie. Od polovice 20. storočia odborníci sledujú 24 globálnych socio-ekonomických trendov a trendov v ekosystéme Zeme. Tieto ukazujú na tzv. Great acceleration - Veľké zrýchlenie. Toto zrýchlenie sa dá prirovnať k autu, v ktorom komfortne sedíme, neustále zrýchľujeme, pričom vedome prehliadame fakt, že sa vlastne rútime oproti pevnej stene, do ktorej, bez včasného stlačenia brzdy, neodvratne narazíme. Politika udržateľnosti je iba príbrzdzenie, resp. nezvyšovanie rýchlosti. Regeneratívne správanie sa je odvrátenie nárazu. Preto sa firma Dr. Oetker rozhodla prijať stratégiu a také opatrenia, ktoré jej umožnia stať sa jednou z prvých firiem, ktoré chcú v budúcnosti vyrábať svoje výrobky regeneratívnym spôsobom. Som si istý, že tieto nové požiadavky na regeneratívnosť sa budú týkať aj celého polygrafického priemyslu.

**Medzi výrobcami aj spotrebiteľmi je zaužívaná formulka: „Obal predáva“. Je tomu tak podľa vás aj v súčasnosti? Alebo u zákazníkov momentálne vyhrávajú iné aspekty ukryté v produkte? Dizajnový**

### **obal je navyše určite aj drahší. Môže to mať v čase nepriaznivej ekonomickej situácie negatívny dopad na predaj takýchto produktov?**

Určite platí, že obal (tiež) predáva, lenže zákazník si kupuje výrobok ukrytý v obale, nie samotný obal. Principiálne je obal prostriedok komunikácie s koncovým spotrebiteľom. Obal musí byť v súlade s výrobkom, ktorý ponúka a, samozrejme, aj s jeho cenou. Očakávania, ktoré obal u spotrebiteľa vyvolá musia byť výrobkom aj naplnené. Inak sa opakovaný nákup nedostaví. Kvalitný obal s adekvátnym dizajnom patrí ku kvalitnému výrobku. V každej dobe existuje skupina spotrebiteľov, ktorá preferuje kvalitu pred cenou. Jednoducho „chce niečo lepšie“ a je ochotná za to zaplatiť viac peňazí. Táto skupina sa nestráca ani počas kríz. Ani v súčasnosti nepozorujeme významné negatívne dopady na predaj prémiových výrobkov z produkcie Dr. Oetker.

### **Čo by ste adresovali tlačiarom, polygrafom, odborníkom na tlač a všetko, čo s ňou súvisí, ak chcú byť úspešní vo vašom odvetví alebo konkrétne u Dr. Oetker?**

Aby sa snažili o dosiahnutie tzv. „Low cost - First class“ pre svoje produkty. Inými slovami, aby ponúkali najvyššiu kvalitu za najlepšiu cenu v tom ktorom segmente trhu. A rovnako dôležité je, aby boli neustále inovatívni, aby prichádzali s novými a lepšími riešeniami, ktorými svojich zákazníkov nadchnú a oslovia. V neposlednom rade, aby mali jasnú politiku udržateľnosti a aby ju bez kompromisov plnili.

☞ Za rozhovor poďakoval Marian Hains

