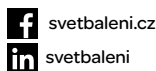


*Pivo patří již od svého vzniku k české kultuře a dobře se mu vede (pomineme-li koronavirovou krizi a výpadek gastru) i v druhé dekádě nového milénia. Pivo se ale daří po celém světě a vzhledem k tomu, že se vedle zavedených značek a tradičních chutí objevuje na trhu stále více originálních pivních speciálů, včetně nealko variant, tento nápoj osloví opravdu téměř každého. A oslovuje i obalové odborníky. Ke kvalitnímu pivu totiž patří i kvalitní obal.*



# PIVO A PIVNÍ SPECIÁLY: SLAD V OBALECH

Jana Žižková, Stanislav D. Břeň



svetbaleni.cz  
svetbaleni

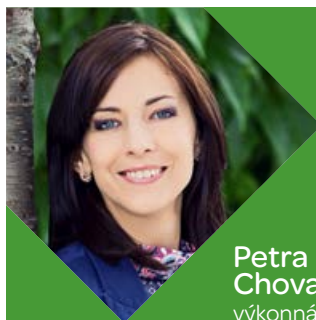
**T**rh s pivem neustále světově vzrůstá. I když pivo patří k nejpobulárnějším nápojům především na evropském a americkém trhu, stále častěji si nachází další nové zákazníky i v asijských zemích. Ostatně země jako Čína, Japonsko, Rusko či Vietnam patří k největším konzumentům piva již několik let. Zajímavá je proměna vnímání značek. Ačkoli zhruba 60 % celosvětové produkce zajišťuje pět pivovarnických skupin v podobě pivních gigantů (AB InBev, Heineken, China Resources Snow Breweries, Carlsberg, Molson Coors Brewing), které vlastní řadu závodů po celém světě, na trhu je stále dost místa i pro další producenty. A ukazuje se, že nejenom čeští spotřebitelé mají v oblíbenosti vedle globálních zavedených značek stále častěji i méně tradiční, ale o to výraznější chutě piv z různých minipivovarů. Tito výrobci se vedle originální či přímo nezaměnitelné chuti piva často vyznačují i neméně originálními obaly či pivními etiketami. A ukazuje se, že dnešní spotřebitel se nebrání za tato piva, při jejichž výrobě je nižší podíl automatizace, zaplatit i vyšší částky. Vedle těchto „craft beers“ je dalším trendem i růst poptávky po nealkoholických pivech. Pokud se podíváme k našim německým sousedům, jen na tomto trhu je nyní nabízeno asi 500 různých nealkoholických značek.

### KEGY, PLECHOVKY, LÁHVE NEBO PLASTOVKY...

Obalů na pivo existuje celá řada a vedle tradičních obalů se vyvíjejí i další nové designy či technologie, které tyto změny umožňují. U velkoobjemového balení patří k velmi populárním typům kegy, které však už dávno nejsou repre-

zentovány pouze klasickými sudy (dříve dřevěnými, dnes kovovými či plastovými), které umožňují vícenásobné použití. Především ti producenti, kteří pivo vyvážejí do některé ze specifických oblastí, stále častěji využívají i velkoobjemové obaly nevrátelného charakteru, kdy výrobce nemusí řešit mnohdy problematickou vratnost obalů v odpovídající kvalitě. Tyto obaly (petainer, key keg, polykeg apod.) jsou v dřívější době z PET. Druhým důvodem, proč spotřeba PET velkoobjemových obalů stoupá, je především snazší manipulace.

Co se týče spotřebitelského obalu, v Česku patřila dlouho ke stálým pouze skleněná láhev. Je pravda, že i dnes, kdy trh zaznamenává především nárůst oblíbenosti nápojových plechovek, spotřebitel tento typ tradičního balení oceňuje a sklo patří v oblasti spotřebitelského balení piva stále k majoritním obalům. Sklo je často voleno i jako obal pro prémiové typy pivního obalu, včetně dárkových variací. V tomto druhém případě se objem zdaleka neomezuje na tradičních 0,5 l. Navíc „pivní“ dárek se posouvá do luxusnější oblasti jak provedením, tak i cenou. Stále častěji se do designování těchto láhví zapojují i známí designéři. Velmi zdařilým výsledkem byla před časem např. vánoční láhev Plzeňského Prazdroje z dílny Ronyho Plesla ve spolupráci s výrobou ve společnosti Vetropack Moravia Glass.



**Petra Chovancová**  
výkonná ředitelka  
Pardubický pivovar

### „VILÉM V NOVÉM BALENÍ“

Vilém je jedno z nejoblíbenějších piv v portfoliu našeho pivovaru, a proto ho od začátku května nabízíme v novém atraktivním balení. Pro volbu plechovky hovoří i rostoucí popularita tohoto balení.

### DESIGN A VÝBĚR ETIKETY OVLIVŇUJE JEJÍ APLIKACE

Z hlediska prodejnosti je vždy důležitým faktorem design obalu. U pivních obalů je specifické, že výraznou roli prodejně-reklamního komunikátora přebírá etiketa. U velkých pivovarů se design etikety přidržuje mnohdy striktních korporátních pravidel, takže i když často komunikuje srozumitelné a pozitivně přijímané hodnoty (tradice, poctivost, přírodní produkt), může být poněkud stereotypní či nudný.

Naopak menší pivovary v poslední době nabízejí stále zajímavější a leckdy i odvážnější designy. Mezi tvůrce výrazných designů na pivní speciály patří společnost Fiala & Šebek Visual Communication, která je zároveň i několikanásobným nositelem ceny Obal roku. Na trhu je rovněž dostatek výrobců etiket. Za všechny je potřeba jmenovat společnost Colonia Press, která je díky technologickému zázemí schopna natisknout klientovi prakticky jakýkoli design. Pro střední a menší pivovary realizovala společnost řadu zakázek jak konvenčních grafických, tak i samolepicích etiket. Aplikace a výběr správného typu lepení je velmi nenápadnou částí výroby, která však může celkový vzhled designu značně ovlivnit. Specialistou na lepení je společnost Collma, která má zkušenost, že ke každému zákazníkovi z pivovarnictví je třeba přistupovat individuálně. Používané technologie se totiž liší pivovar od pivovaru. Kromě vstupních požadavků klienta je potřeba vzít v úvahu i rychlost a typ etiketovací linky, způsob pasterizace piva, následující prvky balicího procesu, způsob skladování, případně export atd. Kromě jiného

je potřeba znát souvislosti celého procesu (etiketování, volba multipacku, skladování atd.). Nesprávně zvolené lepidlo na vlhkém povrchu láhvi v málo prodyšném multipacku může vést k jeho vytečení, případně i k uvolnění celé etikety z láhve.

### NOVÉ POHLEDY NA PŘEPRÁVKU I PIVNÍ MULTIPACK

Je neoddiskutovatelným faktem, že v maloobchodní síti spotřebitel stále častěji dává přednost nákupům piva v jednorázových multipacích. To však neznamená, že výroba plastových přepravek se zastavila. Vzhledem k neustálé vysoké spotřebě tohoto typu obalu v pivovarech i pohostinstvích je jich potřeba nejenom velké množství, ale kvůli novým požadavkům ze strany klienta (např. při přechodu na jiný typ technologie) dochází i v této oblasti k vývoji nových designů. Jedním z inovátorů přepravek – ať už se to týká změny konstrukčních prvků vstříkované vnitřní fixace či designu celého obalu – je společnost Schoeller Allibert.

Velkým konkurentem pro pivo ve skle začíná být nápojová plechovka. Vedle řady výborných mechanických a fyzikálních vlastností u ní spotřebitel oceňuje ergonomii, nízkou hmotnost, atraktivní design i bariérové vlastnosti, které přispívají i k uchování chladu. Zajímavé je, že nikoli na posledních místech spotřebitelé uvádějí jako další benefit i charakteristický zvuk, který vnímáme při otevření plechovky. Především mladší generace oceňuje i „environmentálnost“ obalu (na rozdíl od výroby je recyklace hliníku poměrně snadná a lze ji provádět prakticky bez omezení při zachování všech vlastností). Zajímavou, i když velmi drobnou alternativou k plechovkám představují plastové obaly vizuálně stejného tvaru jako plechovka, ale s možností vidět obsah. K velmi zajímavým designovým počínům tohoto typu patří produkce společnosti Invento Americas. K populárním patří i spotřebitelské kovové kegy o větších objemech. Tyto kegy spolu s atraktivním potiskem vyrábí např. Ardagh Group.

Foto: Jana Žižková

inzerce

[www.collma.sk](http://www.collma.sk)

**COLLMA**  
EXCLUSIVE SOLUTIONS

- flexografické farby
- etiketovacie, dutinkové a tavné lepidlá

Nelámete si hlavu nad tým, čo máme pre Vás vyriešené.

Řada dnešních výrobců upřednostňuje nejenom ergonomii (především u odnosných rukojetí), ale i estetickou stránku, což se projevuje především v dekoraci vhodné IML etiketou, která je na rozdíl od klasického potisku či konvenční etikety prakticky nezníčitelná, či zvýrazněným tvarem. Jedním z trendů jsou přepravky s většími „okénky“ v bocích přepravky. Toto řešení umožňuje nejenom lepší pohled na uvnitř ložené láhve, včetně jejich etiket, ale zároveň znamená i vylehčení celého obalu a často i nižší spotřebu materiálu. Dalším, ještě úspornějším trendem u plastových obalů je pak výroba plastových multidržáků na skupinu láhví, to je však vhodné řešení spíše do oblasti retailu.

K populárním obalům v prodejní spotřebitelské síti patří lepenkové multipackery. Kromě nízké hmotnosti a pohodlné možnosti odnesení piva domů patří k jejich benefitům i marketingový potenciál, který lze realizovat na poměrně velké ploše potiskem. Značný potenciál multipacků vnímají i samotní výrobci obalů, kteří se zatím soustředili na výrobu velkých či středních sérií. Vzhledem k vysokému růstu minipivovarů si však zpracovatelé kartonáže uvědomují, že i zde existuje velká kupní síla klienta, kvůli které se vyplatí rozšířit své technologické možnosti. Především v sortimentu menších sérií, ale o to častějších změnách designu obalů pro pivo a limitované pивní speciály vidí společnost Thimm pack'n'display budoucnost v digitální výrobě POS/POP produktů z ekologické, snadno recyklovatelné vlnité lepenky. To umožňuje především digitální

výroba, tedy spojení digitálního tisku a produkčního digitálního laserového výseku.

#### PLASTOVÉ FÓLIE V ROLI SKUPINOVÉHO BALENÍ

Vedle vratných přepravek a lepenkových pивních multipacků patří k nejoblíbenějším skupinovému balení piva balení do fólií. Pro řadu producentů vyrábí tyto fólie společnost Granitoll Moravský Beroun. Co pevnosti fólie týče, není rozdíl mezi balením piva a nealkoholických nápojů. V Granitollu pro oba segmenty používají obdobný typ fólie (jednovrstvá, vícevrstvá), včetně podobné tloušťky těchto fólií. Případné rozdíly jsou dány spíše různými typy balících linek u jednotlivých odběratelů. Z hlediska dodávek fólií do pivovarů tvoří 95 % prodeje Granitollu dodávky do větších, ve většině případů nadnárodních podniků. Z dlouhodobého hlediska lze říci, že se na balení piva používají stále náročnější typy potisku, kde je ve většině případů využita plná kapacita tiskového stroje. Na rozdíl od balení nealkoholických nápojů dochází u výrobců piva mnohem častěji ke změnám designu jednotlivých výrobků. Druhý směr vývoje je přesně opačný. Ukazuje se, že v poslední době již některé pivovary vzhledem k většímu tlaku na ekologii od potisku upouštějí, případně jej omezují.

#### PIVNÍ TRH ZAPLAVENÝ NOVINKAMI

Před hlavní pивní sezonou se na trhu objevilo mnoho novinek. „Vilém je jedno z nejoblíbenějších pив z portfolia našeho pivovaru, a proto ho od začátku května nabízíme v novém atraktivním balení,“ říká Petra Chovancová, výkonná ředitelka Pardubického pivovaru. Možnost stočení do plechu se objevila i díky novému majoritnímu akcionáři, který část své kapacity věnoval ke stočení piva Pernštejn. „Na trase Pardubice–Praha tak můžeme potkávat cisternu s naším pivem Vilém, která se následně stočí do plechu v pražském smíchovském pivovaru,“ dodává Petra Chovancová. Plechovky mají objem 0,5 l a jsou k dostání v pivovarských prodejnách Pivovarka a postupně se dostávají na regály prodejních řetězců.

Pivovar Radegast uvedl na trh speciál Radegast Ratar, který je údajně nejvíce hořké pivo (50 IBU) v historii pivovaru Radegast, který letos slaví 50. výročí od uvaření první várky piva. „V posledních letech je mezi spotřebiteli a milovníky piva velký zájem o piva s vysokou hořkostí. V nošovicím pivovaru se snažíme bořit zažité bariéry a přinášet nový přístup k pivu, a tak jsme nastavovali novou pивní kategorii s touto mimořádně hořkou pивní revolucí,“ sdělil Ivo Kaňák, manažer pivovaru Radegast v Nošovicích. Název nového piva z nošovicického pivovaru se inspiroval u kmene Ratarů, jejichž nejvyšším bohem byl Radegast. Radegast Ratar je v prodeji ve skle i plechovce o objemech 0,5 l.

Značka Starobrno rozšířila portfolio o tři nové přírůstky v podobě řemeslných piva. Nově si kon-



Foto: Jana Žižková

zumentů dají spodně kvašený ležák IPL, svrchně kvašený nefiltrovaný APA nebo višňový RED. „Při výrobě jsou používány i zahraniční suroviny, aromatické chmele, které jsou chutově zajímavé a nejsou běžnou součástí ležáků prodávaných v Česku,“ dodává Jiří Brňovják, vrchní sládek zodpovědný za kvalitu vařených piva ve všech pivovarech Heineken ČR.

Budějovický Budvar vyslyšel volání spotřebitelů po zlatavém moku s vyšší hořkostí. Na trh uvedl hořký ležák s IBU 33. Ke konzumentům se pivo dostává v lahvi (0,5 l), plechu (0,5 l), kegu (30, 50 l) a v tanku. Pivovar v poslední době masivně inovoval v oblasti etiket, ze kterých většinově mizí označení Budweiser.

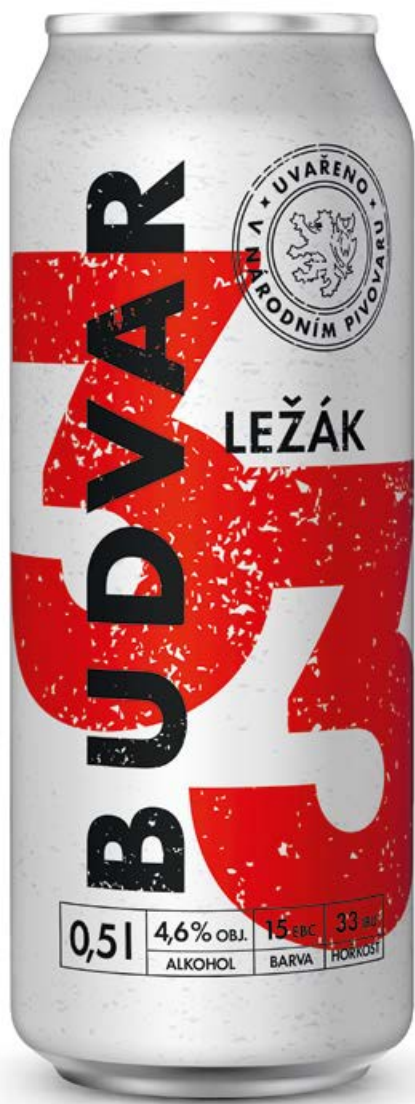


Foto: Budějovický Budvar



Janka Vričanová  
obchodní ředitelka  
Collma

### „JE POTŘEBA NAJÍT NOVÉ DISTRIBUČNÍ CESTY“

Z ekonomického hlediska je pro menší pivovary trendem, že větší část své produkce stáčí do kegu. Vzhledem k aktuální mimořádné situaci, která se může opakovat i v budoucnosti, jsou tyto pivovary nucené hledat si nové cesty k zákazníkovi. V první řadě je potřeba najít nové distribuční cesty. A právě s tím mohou být spojeny i nové typy obalů a s nimi související způsoby jejich plnění. Je třeba počítat např. s tím, že u vratných láhví odpadá možnost použití samolepicích etiket.

## PLECH ZÍSKÁVÁ NAVRCH

Ne poslední novinkou je ústup od plastu největšího pivovaru v zemi, Plzeňského Prazdroje. Tématu se plně věnujeme v případové studii v jiné části tohoto vydání. Na tomto místě stojí za zmínku nedávný výzkum, který provedl tým potravinářských odborníků z Fakulty technologické Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. „Náš výzkum jsme provedli na jednom třikrát chmelem českém ležáku, který běžně vyrábí a dodává na trh jeden z pivovarů na Moravě,“ říká za členy týmu Richardos Nikolaos Salek a pokračuje: „Použili jsme čtyři základní obalové materiály, které najdeme na českém trhu: půllitrovou lahev z hnědého skla, 1,5litrovou hnědou PET lahev, půllitrovou hliníkovou plechovku a padesátilitrový keg sud.“

Vzorky byly skladovány v místnosti se stálou teplotou a bez přístupu světla. První testy byly provedeny ihned po dokončení výroby piva, další pak pravidelně každý měsíc po dobu jednoho roku. A výsledek? Největší rozdíly mezi vzorky byly zjištěny v obsahu rozpustného oxidu uhličitého. „Ne každý obalový materiál totiž slouží jako stoprocentní bariéra mezi produktem a okolním prostředím,“ upozorňuje členka týmu Eva Lorenková. Nejnížší stabilitu v kvalitě piva vykazala PET lahev, do níž se dostaly molekuly kyslíku, který působí chuťové vady. Intenzivní změny přitom byly

pozorovány od šestého měsíce dále. Další výrazné změny byly monitorovány u vzorků skladovaných ve skle, ale až od osmého měsíce. Ty jsou způsobeny tím, že stoprocentně netěsní korunkový uzávěr. Jako nejlepší obalové materiály tedy byly vyhodnoceny hliníková plechovka a keg sud. Pivovary od PET postupně upouštějí. „Prodej piva do PET lahví dlouhodobě rostl, ale již pravděpodobně dosáhl svého maxima a momentálně stagnuje. V některých pivovarech už zaznamenali i mírný pokles,“ dodává Tomáš Chaloupka, manažer pro klíčové zákazníky společnosti Granitol. Naopak velký boom má pivo balené do plechovek, kde hlásí nárůst většina pivovarů. I tomuto tématu se více věnujeme, a to v rubrice Průzkum.

Jakkoliv pivo představuje kategorii velmi tradiční, patří výrobci k nejvýraznějším inovátorům na trhu. Nejvíce samozřejmě pracují na vyladění samotného piva, o obalové novinky však není nouze. A to ani v době koronavirové epidemie, kdy pivovary musely kompletně přestavět výrobu a logistiku, protože prakticky ze dne na den kompletně vypadl důležitý prodejní kanál – on-trade. ]

### JAK NA RECYKLOVATELNÝ OBAL

- Skleněná lahev:** plně recyklovatelná. Právě skleněné lahve na piva a minerálky jsou nejčastějšími výrobky z již recyklovaného obalového skla.
- Hliníková plechovka:** recyklovatelná v ČR se odděleně sbírají do nádob s šedou nálepkou Kovy
- PET lahev:** recyklovatelná. Problematické jsou PVC sleeves, pokud nejsou spotřebiteli odstraněny. Recyklaci komplikují bariéry a aditiva používané v lahvích.
- Kovový keg a sudek opětovně plnitelný:** po odstranění nekovových součástí (uzávěry, ventilků apod.) jsou kovy recyklovatelné.
- Plastový keg vratný a PET keg jednocestný:** po odstranění neplastových součástí (uzávěry, ventilků apod.) jsou jednotlivé druhy plastů recyklovatelné.

Jak na recyklaci obalů např. pro čistící prostředky?  
Více na [svetbaleni.cz](http://svetbaleni.cz)  
Ve spolupráci s AOS Eko-Kom.



# Nápoje v novém kabátě

Naše obalová řešení na nápoje v plechovkách nebo láhvích jsou **obnovitelnou, recyklovatelnou a biodegradovatelnou** alternativou pro plastové fólie. Navíc zlepšují vnímání značky jako zodpovědného výrobce.



Smurfit Kappa  
**Better Planet Packaging**

Více udržitelných obalů na nápoje najdete na: [smurfitkappa.cz](http://smurfitkappa.cz)



**Smurfit Kappa**  
Open the future