

Ime dneva: Andrej Horvat, Silkem

Timsko delo znanstvenikov in gospodarstva je dober recept za sodobne, do potrošnika in okolja prijazne izdelke.

Barbara Pavlin, gospodarstvo
sob, 23.02.2013, 15:00



S konkurenti se lahko kosamo, ker vemo, kaj je naša prednost, pravi Andrej Horvat. Foto: Mavric Pivk/Delo

Ljubljana – Sodelovanje znanosti in gospodarstva lahko da izvrstne rezultate, dokazujejo v podjetju [Silkem](#), ki je v sedemletnem projektu NASIL – Napredni Alumno SILikati s Kemijskim inštitutom razvil tržno zanimiv ekološki izdelek.

Konkretni rezultat sedemletnega dela je **adsorbent** z imenom Asorbio – trajnosten in ekološki produkt na osnovi zeolita, ki je zaradi dobre vpojnosti različnih plinov primeren za uporabo v kmetijstvu in industriji ter hkrati dostopen široki potrošnji (izdelki za vpijanje vlage in vonja) z visokim potencialom na globalnem trgu. Rezultat raziskovalnega projekta je presegel prvotno pričakovanje in kaže, kako timsko delo vrhunskih znanstvenikov in razvojnih skupin iz industrije omogoča ustvarjanje sodobnih, do potrošnika in okolja prijaznih izdelkov.

Plod slovenskega znanja in razvoja

Asorbio je plod slovenskega znanja in razvoja, je inovativen ekološki izdelek. To je tudi

njihova prednost pred konkurenco, pravi vodja razvoja v Silkemu iz Kidričevega Andrej Horvat. »Konkurenca je, ampak z njimi se lahko kosamo, ker vemo, kaj je naša prednost. Nimamo materialov, ki bi se razgradili, medtem ko vsrkavajo vodo. Zeolit, ki ga uporabljamo za vsrkavanje vlage, lahko, ko se nasiti, regeneriramo (seveda to ne velja za tistega, ki vsrkava vonjave iz smetnjakov, ker bi s tem sprostili vse te vonjave nazaj v zrak), tako je uporaben v neskončnost,« razlaga.

Izdelki so že naprodaj v slovenskih trgovinah, spomladi pa bodo zagnali tudi oglasno kampanjo. Borut Šegula, ki vodi prodajo in distribucijo izdelkov Asorbio, pravi, da vzporedno z domačim trgom že prodirajo v Italijo, kjer je zanimanja kar precej. Povezali so se že z vsemi zahodnoevropskimi državami. Odpira se jim možnosti, da bi prek partnerskega podjetja stopili na trg Vzhodne Evrope.

Sestali so se tudi z japonskimi potencialnimi kupci. »Na tem trgu je velik potencial, saj so vonjave tam poseben problem. Koncentracija prebivalcev na kvadratni meter je na obalnih območjih velika. Poleg tega je v navadi sezuvanje, ne le doma, tudi v podjetjih in drugod. Zato je higiena nog in obutve zelo pomembna. Konkurenca je zato zelo močna, a le na področju osvežilcev, ki, kot vemo, vonj le prekrijejo, naš izdelek pa ga vsrka. Ker so Japonci zelo ekološko ozaveščeni, je pomembna tudi ta komponenta našega izdelka, kajti asorbio po uporabi v čevljih itd. stresete po zemlji ali pa ga odvržete v kompostnik, kjer deluje naprej. Če bo izdelek uspešen na Japonskem, ga bomo prek zastopstva širili še naprej, v Južno Korejo in na Kitajsko. Zelo zanimivo pa je, da je za slovenski izdelek veliko večji interes pri distributerjih v drugih državah kot v Sloveniji,« dodaja Šegula.

Razvoj namesto odpuščanja

Projekt, ki je bil osredotočen na raziskovanje materialov za zmanjšanje emisij škodljivih plinov v okolje, je dokaz, kako ustvariti nove ideje v okviru obstoječe proizvodnje. To je bil namreč tudi cilj podjetja, ko je kriza že potrkala na vrata. Odločili so se, da v razvojnem oddelku ne bodo odpuščali, ampak se bodo usmerili v razvoj novih izdelkov, ki bodo prinesli konkurenčno prednost, višjo dodano vrednost, prodor na nove trge in povečanje zaposlenosti. Projekt je vreden 3,36 milijona evrov, od tega je 40 odstotkov prispevala država. Njegov tržni potencial pa je ogromen. Tako v Silkemu vidijo priložnosti še pri zmanjševanju izpustov v zrak, v industriji barv in plastike, izdelkih za čiščenje voda, zeolitni foliji za višanje trajnosti živil, zeolitih za poljedelstvo in vrtnarstvo zaradi enakomernejše prehrane zemlje, uporaba zeolitov za prehrano živali ipd.