

VETROTIME

**Відновлення
Повернення молока
у зворотні пляшки**



**Hi-tech
майданчик
Фінальний ривок у
Північній Італії**

**Технології
Вища точність
і швидкість
налаштування**

**Гостомель
Відродження
виробництва в
Україні**

4	Фокус	Розігрів печей у Боффалора та Гостомелі
8	Циркулярна економіка	Закриття розриву
10	Технології	Вища точність і швидкість налаштування
12	Історія успіху	Berglandmilch: найкращі молочні продукти в екологічних пляшках
14	Стратегія 2030	Актуальні проекти
18	Інновації	Echovai: пул-рішення для пивоварної промисловості
20	Echovai	Скляна тара на порозі революції
24	Сервіс+	Індивідуальні рішення заради загального успіху
28	Історія успіху	Kotányu: незмінний фаворит на полиці спецій
31	Сервіс+	Екологічний калькулятор: розрахунок сталого розвитку
34	Історія успіху	Purcari: особливе партнерство для особливого вина

Легка скляна пляшка Echovai – переможець премії Swiss Packing Award

Виготовлена компанією Vetropack за технологією Echovai пляшка багаторазового використання з гартованого легкого скла отримала престижну нагороду Swiss Packing Award у кількох категоріях. Як порівняти зі стандартними пляшками, продукт виявився стабільнішим і, насамперед, екологічнішим. Це переконало експертів – Echovai переміг не лише в категорії «Технології», а ще й отримав спеціальний приз журі.



Вихідні дані

Редагування та текст Корпоративні комунікації
Vetropack Holding AG, Bülach
Дизайн Arnold & Braun Grafik Design, Luzern
Друк ТОВ "Арт студія друку", м. Київ

Любі читачі!



Після завершення понад півторарічного будівництва нашого нового заводу в місті Боффалора-сопра-Тічино на ньому почався розігрів скловарних печей. Після офіційного відкриття в жовтні 2023 року це підприємство дасть змогу збільшити наше виробництво скла на 70 відсотків – з максимальною гнучкістю та сталістю.

Також успішно продовжує свою роботу наш завод у Гостомелі в Україні. Незважаючи на серйозні пошкодження, завдані воєнними діями в лютому 2022 року, ми відновили роботу першої скловарної печі. Крім того, ми підтримуємо наших українських колег завдяки спеціально створеному фонду.

Разом із партнерами ми розширюємо наше портфоліо та сприятливі ділові відносини. Видатним зразком кооперації є наше пул-рішення, яке відкриває шлях до виходу на новий ринок. Ще один приклад – Shocklogger, розроблений як рішення конкретної проблеми клієнта. З нашим комплексним рішенням управління піддонами та поліпропіленовими підкладками (HPPM) ми використовуємо цифрові технології задля оптимізації процесів і забезпечення їхньої ефективності. Отже, ми пропонуємо нашим клієнтам індивідуальні рішення, які створюють для них додаткову вартість. Ми ставимо на партнерство, що сприяє інноваційному розвитку та спільному успіху.

Нам дуже важливо підтримувати циркулярну економіку і ми розуміємо, що це неможливо зробити самотужки. Ми сприяємо меті Європейської асоціації виробників скла FEVE – до 2030 року показник із вторинного використання скла має досягти 90 відсотків. Ми переконані, що обізнаність із цього питання має формуватися з дитинства. Тому ми започаткували наш проєкт «Vetro Challenge», щоб привернути увагу молоді до важливості циркулярної економіки.

Приєднуйтеся і ви! Спільними зусиллями ми можемо зробити значний внесок у досягнення наших екологічних цілей. Разом ми здатні сприяти розвитку циркулярної економіки та створювати позитивні зміни для навколишнього середовища.

З найкращими побажаннями,

Йоханн Райтер

Генеральний директор Групи компаній Vetropack

ФІНАЛЬНИЙ РИВОК У ПІВНІЧНІЙ ІТАЛІЇ

Введення в експлуатацію скловарних печей на новому заводі



Після закінчення будівництва, яке тривало понад півтора року, в травні 2023 року розпочався розігрів обох скловарних печей на новому заводі в місті Боффало-ра-сопра-Тічино в Італії. До початку виробництва згідно з регламентом багатоденного процесу печі були розігріті до необхідної температури та наповнені. Після офіційного відкриття заводу, що відбудеться в жовтні 2023 року, виробництво скла на новому високотехнологічному майданчику Vetropack зросте на 70 відсотків від потужності старого підприємства і стане максимально гнучким та сталим.



До цього часу скляну тару виробляли на заводі Vetropack Italia в північноіталійському Треццано-суль-Навільо. Тепер виробництво перенесено на новий ультрасучасний майданчик в місті Боффалора-сопра-Тічино, що розташований у 25 км. Інвестиції в нове виробництво склали понад 400 млн швейцарських франків, що дасть змогу бути на крок попереду зростаючого попиту на італійському ринку та відповідати підвищеним вимогам до якості. «Ринок Італії з його чисельними світовими брендами відіграє важливу роль у нашій стратегії», – пояснює Йоханн Райтер, генеральний директор Групи компаній Vetropack.

Гнучке та стає виробництво

За даними Vetropack, новий підрозділ, працюючий на повну потужність, забезпечить не лише зростання продуктивності на 70 відсотків від минулої на заводі в Треццано. Водночас

розумні технології, в які інвестує Vetropack для проекту в Боффалора, збільшують гнучкість виробництва, зокрема так званих «нестандартних» виробів невеликими партіями. Крім того, новий завод орієнтований на більш ресурсо- та енергоефективне виробництво: на скільки це можливо, спожиті у виробничих процесах вода та тепло зі скловарних печей повторно використовуються через системи рециркуляції, а викиди в атмосферу значно зменшуються завдяки новітнім системам фільтрації.

«Ринок Італії з його чисельними світовими брендами відіграє важливу роль у нашій стратегії...»

Йоханн Райтер

З відкриттям нового майданчика Боффалора-сопра-Тічино стане єдиним представництвом Vetropack в Італії, тоді як попередній завод у Треццано-суль-Навільо чекає на закриття. Втім, трьомстам працівникам заводу не довелося хвилюватися за втрату своїх робочих місць – усім їм запропонували пере-



ведення до Боффалора. Незважаючи на значне збільшення обсягу виробництва в перерахунку на кожного працівника, кількість співробітників буде тільки зростати завдяки вищій потужності: навчання новим виробничим системам як для нових, так і для працюючих співробітників почалося ще в 2020 році.

Точне дозування енергії

Перед початком нагрівання нові печі у Боффалора пройшли зовнішню та внутрішню перевірку в так званому режимі «холодного приймання». Після цього був проведений «холодний» 24-годинний тест, який підтвердив, що обладнання навколо печей працює оптимально. 22 травня почалося розігрівання першої печі, а через декілька тижнів – другої. На цьому етапі застосовуються зовнішні пальники. Загалом, цей процес займає 14 днів: «Щоб не пошкодити печі, їх потрібно точно та контрольовано прогріти за певною кривою нагрівання – від кімнатної температури до 1550 градусів за Цельсієм, – пояснює Крістоф Бургермайстер, керівник проекту в Vetropack. – Крім того, вогнетривкий матеріал розширюється під час нагрівання, тому впродовж цього процесу необхідно постійно регулювати зажимні болти сталеві конструкції».

Приблизно за температури 1050 градусів за Цельсієм власні пальники печей беруть на себе нагрівання та підіймають внутрішню температуру до 1550 градусів. Наповнення починається зі склобою, який не тільки заощаджує цінний сировинний матеріал, але й при розплаві потребує менших енерге-

Інавгурація

Ми з радістю оголошуємо, що офіційна церемонія відкриття відбудеться восени. Ця видатна подія розпочне важливу віху в житті нашої Групи компаній. Будьте уважними та регулярно відвідуйте наш сайт, щоб бути в курсі подій. Ми

також ділимося нашими новинами на сторінці LinkedIn, аби ви не пропустили нічого важливого.



тичних витрат ніж сама сировина. Через 2-3 дні до склобою додають первинну сировину та остаточно нагрівають суміш протягом 24 годин. Розплавлене скло потрапляє через систему каналів до керамічних чаш, розрізається на краплі, які послідовно подаються до склоформувальних машин, що формують ці краплі у вироби.



ГОСТОМЕЛЬ

Відродження виробництва в Україні



На гостомельському заводі в Україні наприкінці травня почали обережно відновлювати роботу з нагрівання однієї скловарної печі. Виробничий комплекс у Гостомелі був серйозно пошкоджений через військову агресію Росії наприкінці лютого 2022 року. З відновленням виробництва місцевий підрозділ готовий до можливих кризових ситуацій.

На українському підприємстві ПрАТ «Ветропак Гостомельський склозавод» поблизу Києва після понад року перерви відновили виробництво скляної тари. З 25 травня стартували процеси розігріву першої скловарної печі та її заповнення сировиною. Першим почалося виробництво безбарвного скла для пакування продуктів харчування та безалкогольних напоїв, оскільки саме в цій галузі є найбільший попит. «Внутрішній ринок поступово відновлюється і багато компаній знову запустили виробництво, – повідомив Павел Прінко, генеральний директор Vetropack в Україні та Молдові. – Ми очікуємо зростання попиту на скляну тару для продуктів харчування та безалкогольних напоїв близько на 7 відсотків, як порівняти з минулим роком, що відповідає нашим виробничим потужностям». Початок роботи другої скловарної печі планується найближчим часом. При відновленні роботи підприємства в пріоритеті стоїть захист

співробітників. Крім того, підприємство підготовлене до всіх можливих аварійних сценаріїв. Для забезпечення енергопостачання в разі вимкнення електроенергії Vetropack розробив різні інженерні сценарії. Було перебудовано електричну розподільну систему, також встановлено додатковий генератор. До того ж існують відповідні кризові плани на випадок можливих зупинок постачання природного газу або палива.

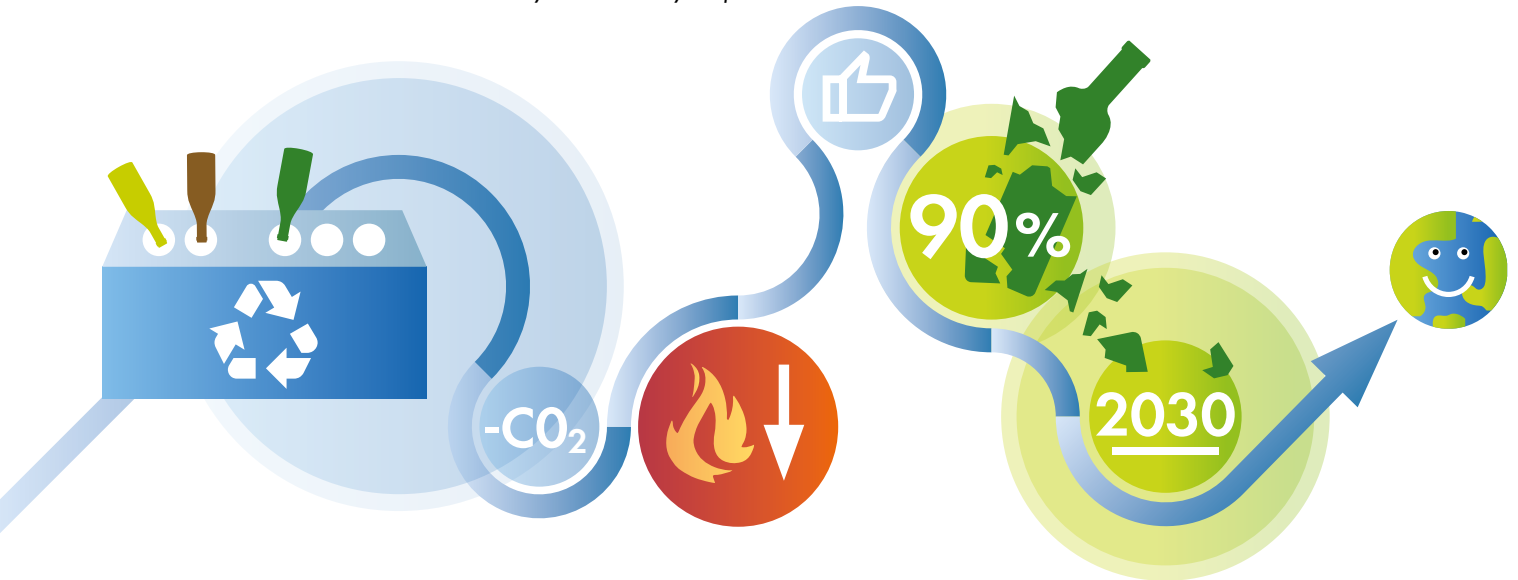
Щоб підтримати співробітників, чиє житло було зруйноване або які отримали серйозні травми, Vetropack влітку 2022 створив фонд. З січня 2023 року фонд Vetropack почав виплачувати перші кошти.



ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА

Закриття розриву

90 відсотків! Досягти цього показника зі збирання та перероблення в 2023 році – таку ціль поставила перед собою Європейська асоціація виробників скла FEVE, апелюючи до амбіційної циркулярної економіки скляної промисловості. Компанія Vetropack, піонер із перероблення склобою в Швейцарії, інвестує в заходи модернізації для подальшого збільшення вмісту склобою у виробництві скла.



Скло б'ється на щастя – говорить старе прислів'я. З погляду сталості, це дійсно так. Оскільки скло є природним матеріалом, який на 100% переробляється, це означає більшу ефективність використання ресурсів. Скло можна повторно використовувати без втрати якості безліч разів, перетворюючи його на нові пляшки та банки, за умови, що воно буде зібране та перероблене належним чином.

Дійсно, цей процес почався не так давно. Хоча археологічні знахідки і свідчать про те, що вже в давнину старе скло використовувалося у виробництві нового посуду, систематичне масове збирання та вторинне перероблення скла почалися лише в другій половині ХХ століття. У 1960-х роках першою почала НДР (Німецька Демократична Республіка), а потім долучилися Федеративна Республіка Німеччина, Австрія та Нідерланди.

50 років від початку

У Швейцарії перероблення скла почало розвиватися в 1970-х роках – піонером став Vetropack. Компанія створила перші пункти зі збирання скла в муніципалітетах Швейцарії та заснувала Vetro-Recycling AG задля оперування ними. У 2009 році ця компанія об'єдналася з Vetropack і з того часу функціонує як самостійний підрозділ. Перші 50 років пункти збору працювали за досить

нестандартною схемою. У звіті, який був опублікований на початку 2023 року в виданні Zürcher Unterländer, зазначено, що, наприклад, у 1975 році в кварталі Мільхбрук у Цюриху мешканці просто залишали своє зібране скло перед продуктовими магазинами, яке через декілька годин забирали і відвозили до склозаводів у Сен-Пре та Бюлаху.

Цей розвиток відбувався на тлі енергетичної кризи, коли європейські імпортери все частіше тиснули на зниження витрат. Саме тоді, коли супермаркети і дисконтери змагалися в жорсткій ціновій війні, а одноразова упаковка ставала все популярнішою, Vetropack впору розпізнав знаки часу. Широкомасштабний збір склотари перетворився на сталий соціально-екологічний проект, який став зразком для інших країн, ще задовго до введення державних нормативів та фінансових стимулів.

Перероблення скла заощаджує енергію та покращує екологічний баланс

Переваги рециклінгу скла є комплексними. Щорічно в Європі завдяки переробленню заощаджуються мільйони тонн первинної сировини. Крім того, процес плавлення вторинного скла вимагає менше енергії ніж за плавлення первинної сировини – що особливо важливо сьогодні. Тобто, чим вищий відсоток вторинного скла у плавкій суміші, тим більше енергії заощаджується.

За даними FEVE, на кожні 10 відсотків додаткової кількості склобою в загальній масі, заощаджується приблизно 3 відсотки енергії та знижуються на 5 відсотків викиди CO₂.

Відповідно, повторне використання склобою суттєво поліпшило екологічний баланс у виробництві скла. Протягом останніх 25 років європейська скляна промисловість знизила свої викиди CO₂ та кількість відходів на 70 відсотків. До того ж, перероблені продукти користуються великим попитом серед споживачів, оскільки екологічні аспекти стають усе більше вагомими у прийнятті рішень про покупку.

Варто відзначити, що далеко не вся склотара наразі збирається. Аби досягти до 2030 року показника зі збирання та перероблення скла на рівні 90 відсотків, Європейська асоціація виробників скла FEVE створила мультистейкхолдерну платформу «Close the Glass Loop», яка об'єднує всіх учасників у ланцюжку створення вартості. Загалом ініціатива спрямована на закриття прогалин у збиранні та покращення якості переробленого скла.

Рекорд із перероблення 2021

Середній показник зі збирання та перероблення скляної тари в Європейському Союзі та Великій Британії досягнув у 2021 році нової рекордної відмітки – 80 відсотків, що на один відсоток вище за попередній рік. Це найновіші дані платформи «Close the Glass Loop», які підтверджують прогрес у досягненні цілі в 90 відсотків. Платформа впроваджує європейський план дій з подолання структурних викликів у збиранні скла. Передусім, вона сприяє координованому підходу на європейському рівні та обміну передовими практиками.

Піонер та трендсеттер

Vetropack підтримує спільну ціль у 90 відсотків і продовжує активно просувати інновації як піонер і лідер у галузі перероблення. Ми поставили собі за мету до 2030 року на 30 відсотків знизити викиди CO₂ на одну тону виробленого скла проти показників 2019 року. «Ми приділяємо особливу увагу постійному збільшенню частки склобою у виробництві, – коментує директор з вдосконалення та покращення виробничих процесів Дубравко Стухне. – На деяких заводах цей показник вже досягає 80 відсотків. Недавно ми перебудували лінію з перероблення склобою на словацькому заводі в Немшова, щоб збільшити кількість безбарвного використаного скла». Безбарвне скло особливо чутливе, тоді як зелене скло має найбільшу толерантність до домішок скла іншого кольору. Упровадження значних змін збільшило потужність лінії на 50 відсотків, що

дає змогу заощадити близько 4 100 тонн початкової сировини та зменшити викиди CO₂ на 550 тонн.

«Кілька років тому Vetropack також інвестував 12 млн євро в модернізацію переробного обладнання на підприємстві в Чехії та в 2020 році 4,5 млн євро в австрійський завод в Пехларні. Кожен такий захід підвищує кількість та якість вторинної сировини в наших скляних виробках, – каже пан Стухне, – також були підвищені швидкість сортування та посилені потужності складування».

«Ми приділяємо особливу увагу постійному збільшенню частки склобою у виробництві»

Дубравко Стухне

Оскільки на багатьох заводах Групи компаній Vetropack стикаються з проблемою недостатньої кількості склобою, Vetropack підтримує всі заходи, спрямовані на підвищення показників зі збирання та забезпечення ефективного використання ресурсів у виробничому процесі, щоб створити справжню циркулярну економіку в скляній промисловості. Це єдиний спосіб гарантувати якість склобою для надійного використання у виробництві нових скляних пляшок.





ПЕРША СЕРВОПРИВІДНА СКЛОФОРМУВАЛЬНА МАШИНА NIS

Нові технології від Bucher Emhart Glass

Співпрацюючи з Bucher Emhart Glass компанія Vetropack інвестувала в сучасні технології. В третьому кварталі на заводі в Києві ми вводимо в експлуатацію нашу першу сервопривідну склоформувальну машину. Водночас ми розпочинаємо виробництво на нових напівсервопривідних склоформувальних машинах: шість машин AIS та дві машини IS були встановлені на майданчику Боффалора-сопра-Тічино. Завдяки застосуванню цих різних технологій ми зможемо задовольнити різні потреби ринку.

Bucher Emhart Glass (BEG) – лідер у сфері технологій із виробництва скла. Майже 100 років тому компанія, яка тоді називалася Hartford Empire, зареєструвала патент на машину IS для автоматичного виготовлення скляної тари, що незабаром стала промисловим стандартом і замінила конкуруючі технології. Протягом наступних десятиліть компанія постійно вдосконалювала свою технологію. В кінці 90-х років компанія Emhart Glass стала частиною Bucher Industries і знадобилося зовсім небагато часу, щоб представити на ринку першу в світі повністю сервопривідну технологію виготовлення скла NIS.

Перша машина для виробництва скла із сервоприводом тільки-но введена в експлуатацію в Києві. Вона визнана BEG як «найкраще серво-рішення». У цьому році це, без-

сумнівно, важлива подія для Vetropack – придбання однієї з найсучасніших технологій виготовлення скляної тари для технічної модернізації однієї з скловарних печей.



Використання NIS, як найбільш гнучкої високопродуктивної машини з наявних на сучасному ринку, істотно знижує споживання енергії, оскільки її серводвигуни під'єднані до електромережі напряму – без компресора.

Крім того, NIS відрізняється вищою точністю та коротшим часом налаштування. Технологія формування з сервоелектричним приводом забезпечує точні та повторювані рухи, що дає змогу надзвичайно чітко контролювати процес формування скла, і є чинником зростання як ефективності, так і продуктивності. Крім того, на сервокеровані рухи не впливає температура навколишнього середовища, а легке регулювання параметрів роботи машини, таких як швидкість, сила та положення, гарантує підвищену гнучкість процесів.

Протягом мінімального терміну служби, який становить щонайменше 12 років, машину можна адаптувати до сезонних змін або нових ринкових умов. Порівнюючи роботу з пневматичними пристроями, менша взаємодія людини з обладнанням означає вищий рівень безпеки для оператора. Крім того, машина забезпечує кращі умови праці через значне зниження рівня шуму до приблизно 95 децибелів.

«Сервопривідна техніка має різноманітні переваги. Ми пишаємось нагодою ввести цю машину в експлуатацію в Києві, – каже Борис Слука, керівник бізнес-підрозділу Чехія та Словаччина. – Ця технологія добре підходить до

портфоліо продуктів у Києві. Наша досвідчена команда інженерів та виробництво на цьому майданчику відповідають усім вимогам для успішного впровадження такого технологічного оновлення». Наступна машина з сервоприводом буде встановлена в 2024 році в Хум-на-Сутлі.

Внесок у виробничі потужності Vetropack Italia

BEG також робить важливий внесок у «Проект Майбутнього» у Боффалора. У 2022 році компанія виробила шість склоформуєчих машин AIS та дві машини IS на своєму майданчику в Малайзії. Їх встановили у вересні минулого року. За допомогою цих машин Vetropack Italia має змогу продовжувати свою традицію та виробляти пляшки зі складним дизайном, завдяки чому маленькі бренди можуть відрізнитися на ринку. Крім того, компанія BEG розробила спеціальний дизайн інструменту, що дозволив повторно використовувати форми зі старого заводу. Це спростило перенесення виробництва.

«Попри те, що NIS є прецизійною та ефективною машиною для масового виробництва, Vetropack продовжує інвестувати в сучасні напівсервопривідні склоформувальні машини, які добре підходять для заводів, що обслуговують більшу кількість продуктів та клієнтів. Нам потрібні обидві технології», – пояснює директор технічного департаменту Гідо Штебнер.



КИШИНІВ

Прогрес в інтеграції

Наближається ще одна захоплююча подія: наприкінці літа ми успішно завершимо інтеграцію нашого каталогу. Водночас контент нашого вебсайту vetropack.com буде доступний також румунською мовою.

Для розширення адміністративних можливостей зводиться нова будівля. В новобудові будуть велика конференц-зала, мала конференц-зала та навчальна кімната. Запроєктовано достатньо місця для різних відділів, зокрема для відділу продажу, оскільки в ньому планується збільшення кількості персоналу.



НАЙКРАЩІ МОЛОЧНІ ПРОДУКТИ В ЕКОЛОГІЧНИХ ПЛЯШКАХ

Компанія Berglandmilch пише історію успіху з інноваційною скляною тарою від Vetropack



Повернувшись до скляних пляшок для молока в 2018 році Berglandmilch eGen, найбільша молочна компанія в Австрії, вгадала потреби сучасності. Спочатку компанія використовувала одноразову тару, але тепер Berglandmilch постачає молоко в пляшках багаторазового використання ємністю 1 літр та 0,5 літра, а також низку інших молочних продуктів у скляній тарі різних розмірів, включно з кришеами з фольги.

Один із найбільших молокозаводів Центральної Європи походить з Австрії: від моменту свого заснування в 1995 році компанія Berglandmilch постійно зростала і об'єднала «під одним дахом» вже понад 8800 фермерів. Особливість полягає в тому, що фермери є безпосередніми співвласниками зареєстрованого кооперативу – при цьому кожен фермер доглядає за, приблизно, 20 коровами. Компанія Berglandmilch має річний обіг біля 1,2 млрд євро (за 2022 рік), володіє відомими національними брендами, такими як Schärddinger, Tirol-Milch, Latella та Stainzer, має близько 1500 співробітників, постачає молоко та молочні продукти Berglandmilch – сир, вершкове масло і йогурт, не тільки в Австрії, а і за її межами, наприклад, до Німеччини та Італії. На восьми заводах щороку переробляють приблизно 1,3 млрд кілограмів молока.

Для компанії Berglandmilch як виробника натуральних продуктів питання сталого розвитку має вирішальне значення. «Як

лідер галузі ми хочемо бути і тут попереду, – каже Йозеф Браунсхофер, виконавчий директор Berglandmilch, який працює у компанії впродовж 21 року. – Йдеться про виробництво продуктів без ГМО, турботу про добробут тварин і те, що наші молочні фермери не використовують корми з-за кордону. Звичайно, упаковка відіграє важливу роль у ланцюжку створення вартості».



Молоко повернулося в екологічно чисту пляшку багаторазового використання

Отже, ще в 2017 році компанія Berglandmilch вирішила повернутися до скла для пакування своєї продукції. Для співпраці було обрано Vetropack. Спочатку були розроблені та випущені на ринок пляшки одноразового використання об'ємом 1 літр для молока та баночки об'ємом 450 грамів для йогурту. «Успіх був більшим за очікуваний, – продовжує пан Браунсхофер. – Багатьом споживачам особливо сподобався смак, адже скло як нереактивний матеріал не взаємодіє з вмістом. Були клієнти, які саме завдяки скляній пляшці знову повернулися до вживання молока».

Перша баночка для йогурту від Vetropack і Berglandmilch також була дуже добре прийнята – вже через два роки вироблялося понад 25 мільйонів цього виду скляної тари щороку. Але це був лише перший крок у вражаючій історії успіху: «Звичайно, скло більш екологічне з погляду перероблення. Попри наші початкові сумніви, наприклад, через більшу складність процесу очищення скла для ємностей під молочні продукти, ми все ж пішли цим шляхом і не пошкодували – навіть обсяги продажів зросли», – радіє пан Браунсхофер. Скляна тара виробляється, очищається та повторно наповнюється (мінімум 12 разів) на трьох майданчиках в Австрії: у Верглі, Ашбаху та Фойтсбергу, тож тара ніколи не проходить відстань більше 250 кілометрів – це також позитивний аспект з погляду ефективного використання ресурсів.

**«Успіх був більшим за очікуваний.
Багатьом споживачам
особливо сподобався смак»**

Йозеф Браунсхофер

Плідна співпраця разом зі скляною упаковкою гарантують успіх

Сьогодні, лише за п'ять років, компанія пропонує понад 50 різних продуктивних товарів у скляній упаковці. Особливою подією для Елізабет Екмайр, керівниці відділу розроблення дизайну нових продуктів Vetropack, було проектування баночки для йогурту невеликого розміру: «Баночки закриваються не традиційними кришечками, що відкручуються, а кришечками з фольги. Продукт надійно запечатаний, при цьому загальна вага упаковки значно зменшилась». У 2022 році цей проєкт навіть був номінований на австрійську державну премію в категорії «Розумна упаковка». «Переваги скла очевидні, – додає пан Браунсхофер, – і особливо молоде покоління вважає його найякіснішою упаковкою, яка найкраще захищає та демонструє вміст».

Головним чином, Berglandmilch планує продовжувати просування скляної упаковки та розширювати як асортимент, так і ринки. Йозеф Браунсхофер підсумовує: «Наразі нашою метою є активне висвітлення переваг скла та оптимізація наявного асортименту. Також, я бачу потенціал у подальшому розвитку партнерства з Vetropack. Співпраця з менеджерами є дуже гнучкою, простою та орієнтованою на клієнтів. Якщо нам вдасться ще щільніше узгоджувати та планувати процеси між компаніями Berglandmilch та Vetropack, то, безумовно, це відкриє нові можливості для покращення ефективності та екологічності. Скло в нашому портфелі є нішевим, але дуже великим сегментом, яким ми вельми задоволені. Ми будемо продовжувати використовувати скло».



НАУКОВО ОБҐРУНТОВАНІ ЦІЛІ (SBT – SCIENCE BASED TARGETS)

Vetropack долучається до ініціативи SBT

З 2019 року ми працюємо над зменшенням екологічного сліду всіх наших бізнес-активностей. Приєднання до ініціативи SBT в листопаді 2022 року ще раз підкреслює високий пріоритет встановлених цілей і зобов'язує нас докласти всіх можливих зусиль для досягнення амбітної мети зі зменшення викидів.

У березні 2023 року ми провели аудит наших викидів парникових газів та впевнились, що наші базові значення коректні. У найближчі місяці ми розрахуємо викиди вуглецю в нашому ланцюжку створення вартості (викиди Scope 3), а також встановимо ціль і затвердимо графік декарбонізації, аби до кінця року мати змогу подати нашу ціль на перевірку.



VETROCADEMY

Підвищення лідерських якостей



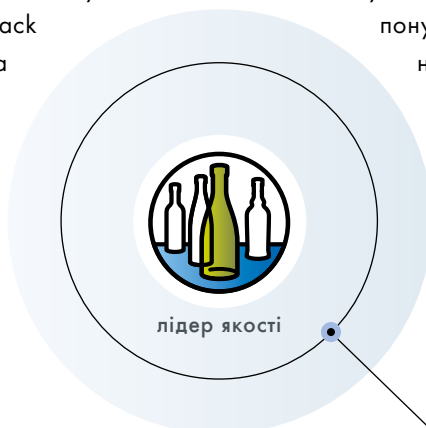
У сучасному швидкоплинному бізнес-світі, що постійно змінюється, ефективне керівництво як ніколи важливо для успіху компанії. Vetropack визнав цю потребу і в 2021 році запустив програму розвитку лідерства Vetroademy. Ця програма стала першим кроком Vetropack у напрямі загального розвитку лідерства на рівні концерну.

Програма Vetroademy спрямована на найважливіші групи співробітників усередині компанії. Вона пропонує інтерактивні та сучасні способи навчання, що розкривають потенціал команд та

дають їм змогу самостійно розвиватися, сприяючи при цьому стійкому зростанню Vetropack. Візією Vetroademy, яка спочатку була сконцентрована на лідерстві, є розширення пропозиції на інші важливі сфери, такі як скло, продажі та інші актуальні теми. Однак наразі ми фокусуємося на розвитку навичок наших керівників. Вони мають уміти ефективно втілювати нашу стратегію, будувати сильні команди, впоратися зі змінами, продуктивно працювати та бути в курсі глобальних тенденцій для створення сталого майбутнього.

У червні 2023 року ми святкували важливу подію: понад 30 керівників з усіх наших підрозділів успішно завершили всі модулі дворічної програми навчання. Це досягнення підкреслює залученість та відданість наших лідерів. Програма розвитку лідерства Vetroademy пропонує комплексний навчальний курс, який складається з шести модулів і охоплює різні аспекти управління.

Цільовою аудиторією програми є всі працівники з персональною відповідальністю, від топкерів до очільників зміни. Наразі понад 400 управлінців у восьми



країнах беруть участь у цій трансформаційній програмі. Це гарантує, що наші майбутні лідери залишатимуться сильними та динамічними.

Програма розвитку лідерства Vetroademy була розроблена для передачі необхідних навичок та знань майбутнім управлінцям та виступає каталізатором успіху. Надаючи своїм лідерам можливість долати виклики, змогу надихати свої команди та ресурси для досягнення конкретних результатів, Vetropack демонструє свою відданість розвитку навчальної організації та має звання найкращого роботодавця. Програма розвитку лідерства є відправним пунктом до сталого майбутнього, в якому стабільне зростання Vetropack забезпечується шляхом постійного розвитку виняткових лідерів.

ПРОГРАМА УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ

Група компаній Vetropack продовжує оптимізувати свою роботу



Програма удосконалення продуктивності (PIP- Performance Improvement Program) була запроваджена Групою компаній Vetropack для протидії зростаючій конкуренції та впливу інфляції на фінансові показники і як крок назустріч вимогам замовників. Метою є сприяння зростанню організації шляхом обміну знаннями та оптимізації процесів.



лідер якості

PIP дотримується структурованого підходу для зниження витрат, підвищення загальної продуктивності та впровадження передових практик в усій Групі компаній. Перспективи ретельно вивчаються, наявні проекти докладно описуються, а їхня потенційна фінансова користь порівнюється з необхідними витратами для визначення пріоритетів.

Наразі PIP активно використовується командами в Стражі, Кремсшунстері та Пехларні і буде поширена на всі заводи Групи компаній Vetropack.



ЧЛЕНСТВО В ОРГАНІЗАЦІЯХ

Партнерство для передових досліджень та інновацій у скляній промисловості



Група компаній Vetropack активно приймає участь у різноманітних міжнародних дослідницьких проєктах з метою зробити виробництво скла більш сталим, ефективним та інноваційним. Спільно з відомими інституціями та партнерами Vetropack працює над низкою передових проєктів, такими як безвикидна скловарна піч або виробництво скляних пляшок без карбонатів.



теплотехніки Рейнсько-Вестфальського технічного університету в Аахені розробляють майбутній процес плавлення. Метою є мінімізація викидів, що утворюються під час процесу плавлення склотари. Вже були проведені численні лабораторні дослідження з цієї теми. На наступному етапі планується збільшити масштаб лабораторних досліджень до умов промислового процесу. З цієї метою IPGR буде пілотний комплекс поряд з університетом RWTH в Аахені, який імітує виробничий процес склотари. З початку другої половини 2024 року на цьому об'єкті будуть проводитися експерименти з різними сировинними матеріалами та процесними газами, щоб просунути на шляху

до плавлення, вільного від CO₂.

Глобальна мережа досліджень і напрацювань у галузі виробництва скла

Міжнародна організація з досліджень скла "International Partners in Glass Research" (IPGR) це міжнародна дослідницька організація, спрямована на розвиток науки та технологій виробництва скла завдяки співпраці з промисловим та науковим секторами та органами влади. Як член IPGR, президентом якого є генеральний директор Vetropack Йоханн Райтер, Vetropack співпрацює в усьому світі з виробниками скла, науковими установами та університетами задля втілення проєктів та обміну фаховими знаннями.

Технологія скловарної печі без викидів CO₂ та екологічне виробництво скляних пляшок

У проєкті Zero CO₂, що фінансується німецьким Міністерством економіки та клімату, IPGR спільно з Інститутом скла і склокераміки та Інститутом промислового пічного виробництва та

Для підготовки до проєкту Zero CO₂ на скловарній печі Vetropack були проведені експерименти зі зміною складу сировини. У рамках цього експерименту (Випробування без соди) зі складу суміші вилучили соду, щоб уникнути її додаткового використання, оскільки ця сполука є одним з основних джерел викидів CO₂ у процесі плавлення скла. Протягом понад 10 днів тривав цей масштабний експеримент в індустріальних умовах, у результаті якого успішно доведено можливість формування пляшок з плавкої суміші без соди. Окрім демонстрації можливості використання нового складу розплаву, випробування надало цінні відомості щодо проєкування технології установки в програмі Zero CO₂.

ВИГОДИ КЛІЄНТА 2023

Комунікація з клієнтами

Добрі, стабільні та взаємовигідні відносини з клієнтами є основою успішного розвитку Групи компаній Vetropack. Активний обмін думками, діалог із клієнтами – важлива передумова для оптимального розуміння клієнтських вимог і потреб та отримання ними значної користі. На цьому тлі компанія Vetropack вирішила замовити ще один комплексний аналіз вигоди клієнта.

Мета цього дослідження – отримати глибоке розуміння проблем, з якими стикаються клієнти, та їхніх очікувань в усіх аспектах якості (якість продукту, якість послуг та якість відносин).

Для цього відповіді на питання про майбутні очікування, нові теми та напрями діяльності мають надаватись з позиції клієнта. Опитування клієнтів проводилось влітку, а результати очікуються восени 2023 року.



розширення
можливостей



НЕМШОВА

Зелений тиждень

Цього року у Vetropack відзначили День Землі. Для наших співробітників Vetropack Moravia Glass та Vetropack

Nemšová був організований «Зелений тиждень» з лекціями, майстер-класами та акціями з висадки дерев. Метою було надихнути співробітників на більш сталий спосіб життя, оскільки має значення навіть невелике скорочення відходів!

Співробітники слухали лекції про фотоелектричні системи для побутового використання, екологічне прибирання, «повільну моду», нові тренди у виноробстві, бджільництві

та садівництві. Під час майстер-класу були збудовані два будинки для комах. На території заводу в Немшова висадили дерева та засіяли газони, а у сусідньому лісі спільно з колегами з Vetropack Moravia Glass також було висаджено 3200 молодих дерев.

Група компаній Vetropack вже давно турбується про сталий розвиток і продовжує працювати над зменшенням свого екологічного сліду. Ми сподіваємося, що наш підхід до сталості надихне не лише співробітників компанії, але й людей із нашого оточення.



ІННОВАЦІЙНА ПЛЯШКА БАГАТОРАЗОВОГО ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄМОМ 0,33 ЛІТРА

Пул-рішення для пивоварної галузі

Група компаній Vetropack спільно з компанією Brau Union Österreich представляє нову зворотну пляшку об'ємом 0,33 літра, яка цього року з'явиться на ринку як стандартне рішення для пивоварної галузі. Ця пляшка, виготовлена за допомогою інноваційної технології, на третину легша за традиційну пляшку багаторазового використання, – отже і є нашим внеском до спільної справи повторного використання тари.

Запровадження зворотної тари має як економічні так і екологічні переваги: знижується рівень витрат на логістику, скорочуються відстані транспортування, заощаджуються цінні ресурси та зменшуються викиди CO₂. З метою виконання квот із використання багаторазової тари, які з 2024 року в Австрії будуть обов'язковими, Група компаній Vetropack розробила 0,33-літрову пляшку, яка стане доступною в системі загальних рішень для всієї пивоварної галузі. Введення розпочнеться восени та триватиме до 2024 року.

«З пляшкою, розробленою нашим партнером Vetropack, ми пропонуємо екологічно розумну та економічно привабливу альтернативу всім, для кого форма, розмір або вага були раніше аргументом проти використання зворотних пляшок»

Габріела Марія Штрака

Пляшка, вироблена компанією Vetropack, ідеально підходить для багаторазового використання – про це свідчить її екологічність, зручність, стабільність і проста логістика. На сьогодні понад дві третини склобою використовується для виробництва склосированих пляшок. За допомогою нового інноваційного процесу компанія Vetropack гартує скляні пляшки, що робить їх особливо міцними і легшими за вагою.



Пул-рішення зменшує логістичні витрати та викиди CO₂

«Ця пляшка приблизно на 30 відсотків легша за традиційну пляшку багаторазового використання, при цьому має не гірші, а навіть кращі показники міцності», – пояснив Еріх Якемар, стратегічний менеджер з роботи з клієнтами у Vetropack в Австрії. Стабільність пляшки з легкого скла була підтверджена під час широкого тестування. «Через менше зношування контактних поверхонь ця пляшка може пройти приблизно на 20 відсотків більше циклів використання, як порівняти з традиційними пляшками. Водночас, завдяки своїй стабільності пляшка підвищує рівень безпеки харчових продуктів», – зауважив пан Якемар.



Форму пляшки компанія Vetropack розробила спільно з актуальними стейкхолдерами: логістичною мережею Mehrweg, Австрійською асоціацією пивоварів та її членами, такими як пивоварні Stiegl, Egger, Ottakring, під керівництвом компанії Brau Union Österreich. Це форма пляшки Vichy висотою 212 міліметрів. Завдяки цьому

новому стандарту на один піддон можна встановити шість ящиків, а мала вага пляшки в 210 грамів дає змогу розмістити більше рядів ящиків на ньому, що значно зменшує витрати на транспорт і знижує обсяг викидів CO₂. «Ми розглядаємо багаторазову упаковку як цілісну систему, а не зосереджуємося лише на окремій пляшці. У координації із залученими стейкхолдерами та завдяки їхнім знанням, ми синхронізували дизайн пляшки та ящика, враховуючи відповідну логістику», – зазначив пан Якемар. На базі пивоварні Brau Union у Візенбурзі були проведені важливі випробування зі штабелювання та зберігання, а також повторного наповнення пляшок.

«Ті, хто купує зворотні пляшки замість одноразових, заощаджують цінні ресурси і до 75 відсотків знижують рівень викидів CO₂, – прокоментувала Габрієла Марія Штрака, директорка з корпоративних питань та сталого розвитку ESG Brau Union Österreich. – З пляшкою, розробленою нашим партнером Vetropack, ми пропонуємо екологічно розумну та економічно привабливу альтернативу всім, для кого форма, розмір або вага були раніше аргументом проти використання зворотних пляшок».

Положення ЄС щодо пакування та пакувальних відходів

Положення щодо пакування та пакувальних відходів (Packaging and Packaging Waste Regulations – PPWR) є пропозицією щодо перегляду європейського регулювання, яке сьогодні контролює пакування та його відходи. Основною метою є сприяння циркулярній економіці з урахуванням усіх аспектів сталості пакування з погляду економічних, соціальних та екологічних факторів. Наразі ці положення активно обговорюються в Європейському парламенті та Раді ЄС у Брюсселі.

Положення PPWR мають значний вплив на скляну промисловість. Європейські виробники скляної тари повністю підтримують мету ЄС сприяти циркулярності пакування. Скло вважається вічним матеріалом для пакування, що

використовувався людством протягом усієї історії і якому і надалі буде віддаватись перевага.

Положення PPWR спрямовані на створення амбітнішої структури пакування та пакувальних відходів у контексті циркулярної економіки. Фахівці галузі підтримують заходи, що сприяють ефективному переробленню, та визнають довгострокову цінність скляних упаковок.





СКЛЯНА ТАРА НА ПОРОЗІ РЕВОЛЮЦІЇ

Додана вартість завдяки повторному використанню тари

Вони завжди були екологічними і зараз знову на підйомі: багаторазові скляні пляшки є ще й одним із найбільш екологічно чистих видів упаковки. Тепер нова технологія, яка уможливіє гартування скляних пляшок, може сприяти революції на ринку. У порівнянні зі стандартними пляшками, пляшки, виготовлені за технологією Echovai від Vetropack, є міцнішими, легшими та значно екологічнішими, а також заощаджують витрати на логістику.

Гартоване – скло не новинка. Гартування скла значно знижує ризики його пошкодження та розбиття. Саме тому гартоване скло широко використовується для виробництва автомобільних вікон, де воно іноді стає рятівним. Однак, у випадку виготовлення склотари цей процес стикався з певними обмеженнями.

Контрольоване термічне оброблення скляної тари відбувається шляхом швидкого нагрівання та охолодження. Скло спочатку нагрівають до температури від 600 до 700 градусів за Цельсієм, щоб воно стало однорідним, тобто постійним у поперечному розрізі. Потім скло швидко охолоджують струменем повітря. Оскільки скляна поверхня стрімко охолоджується і стискається, термічний вплив створює компресійну напругу на зовнішньому шарі та тягову напругу на внутрішньому шарі поперечного розрізу пляшки.

До цього часу гартування тарного скла на практиці було неможливим. Дизайн і якість пляшки стикалися з фізичними

обмеженнями, що унеможливило рентабельне виробництво склотари з гартованого скла.

Група компаній Vetropack розробила технологію, яка пропонує вихід. Інноваційний центр компанії витратив майже десять років, досліджуючи процес виготовлення загартованих легких скляних пляшок. Результатом є технологія Echovai, завдяки якій вперше стало можливим контрольоване гартування скляних пляшок, що забезпечує економічне виробництво.

Метод Echovai ставить особливо високі вимоги як до якості пляшок так і до процесу виробництва та обладнання. «Оскільки пляшки термічно обробляються, успішним може бути гартування тільки якісних пляшок, вироблених за високими стандартами, – пояснює Даніель Ергер, керівник відділу інновацій Vetropack. – Крім того, ми дуже точно налаштовуємо весь процес термічного оброблення під кожний окремий виріб та його форму. Це складний високотехнологічний процес, який ми впроваджуємо поступово».

Легші на 30 відсотків

Перший етап розпочався у 2019 році. З того часу було продано та повторно наповнено кілька мільйонів пляшок, загартованих за новою технологією, австрійському пілотному клієнту – Mohrenbrauerei. Пляшки, виготовлені Vetropack для пивоварні у Форарльберзі, мають суттєву перевагу: зворотні пляшки об'ємом 0,33 літра завдяки технології Echovai мають вагу 210 грамів, що приблизно на третину менше, як порівнювати з попередніми стандартними пляшками вагою 300 грамів.

«Ми не розглядаємо окрему пляшку, а досліджуємо та оптимізуємо багаторазове використання як систему, – пояснює Еріх Якемар, стратегічний менеджер з роботи з клієнтами компанії Vetropack в Австрії. – Це означає, що дизайн пляшок і ящиків, а також піддони та логістика узгоджені між собою. Тільки так можна забезпечити максимальні переваги для власників брендів щодо сталості та загальних витрат на експлуатацію».

Зменшення сукупної вартості володіння (ТСО) та скорочення на чверть викидів CO₂

Легкі скляні пляшки були розроблені з меншою висотою, що суттєво вплинуло на логістичні витрати та баланс CO₂. У галузі торгівлі продуктами харчування в Австрії приймають піддони з максимальною висотою 1,6 метра. Зі стандартними пляшками туди входять лише п'ять ящиків, а з пляшками Echovai – шість.

«Це суттєво знижує витрати в логістиці, – каже пан Якемар. – Клієнт заощаджує приблизно п'яту частину вартості на кожному циклі обігу». Пілотний клієнт Mohrenbrauerei вже репрезентував екологічний баланс, який демонструє вплив на логістичні витрати: для кожного сорту пива вдалося зменшити викиди CO₂ на близько 100 тонн щорічно. Це дало змогу знизити викиди CO₂ на кожен пляшку до чверті, порівнюючи з традиційною зворотною 0,33-літровою пляшкою.

Альтернатива для виробників у сегменті тари одноразового використання

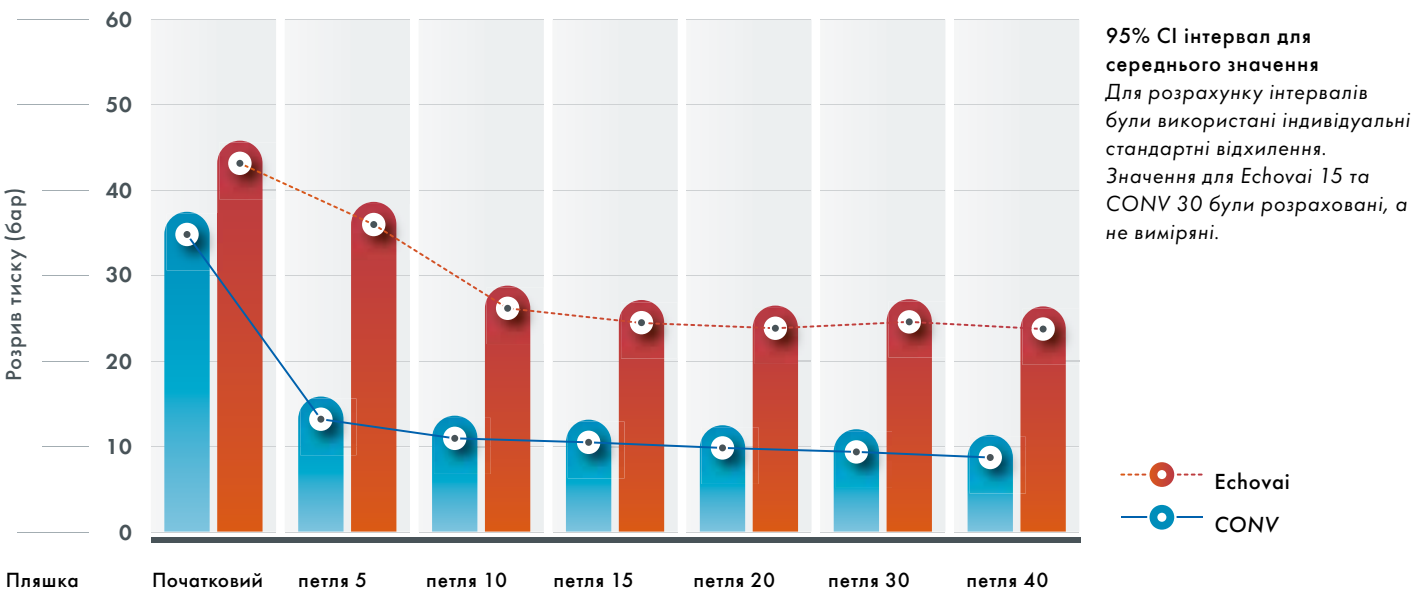
Інноваційна технологія має привести до змін на ринку, оскільки, ймовірно, сприятиме переходу від тари одноразового використання до багаторазового в майбутньому. Отже, Echovai є альтернативою не лише для виробників напоїв, які вже продають свою продукцію у зворотній тарі. Особливо вага пляшки відіграє вирішальну роль для виробників одноразової тари: оскільки зворотні пляшки піддаються більшому навантаженню, раніше вони повинні були мати більшу вагу і, відповідно, інший дизайн. Однак власники брендів, зазвичай, хочуть зберегти унікальність своєї пляшки.

Більша міцність та менше зношення

Тож, важливим аспектом є вже доведена міцність легких скляних пляшок. Інтенсивні випробування в лабораторії підтвердили експлуатаційні характеристики (наприклад,

Результат випробування внутрішнім тиском

Оцінка скла Echovai порівнюючи зі звичайним склом (CONV)



стійкість до внутрішнього тиску, ударостійкість тощо) тари Echowai. На базі отриманих результатів можна зробити висновок про збільшення терміну служби пляшок. За промислового використання пляшки розбиваються набагато рідше: рівень браку під час розливу становить 0,14%, що значно менше за типовий рівень браку для стандартних пляшок, який сягає одного-двох відсотків. Ба більше, після трьох років і дванадцяти циклів обігу пляшки Echowai майже не мають зносу контактних поверхонь (потертостей). «Пляшка міцна, отже, це ще й плюс до безпеки харчових продуктів», – коментує пан Якемар.

Після десяти-дванадцяти циклів обігу внутрішнітискові значення пляшок відповідають специфікації нового скла – цього не можна сказати про стандартні пляшки. Стійкість до удару маятниковим молотком також була вищою, ніж у важчих, звичайних пляшок. «Грунтуючись на результатах випробувань і високих показниках пілотного проєкту, ми очікуємо значного зростання попиту», – зазначає пан Якемар. Наразі Vetropack виробляє міцну легку скляну тару винятково в австрійському Пехларні. На другому етапі компанія вивчає можливість використання технології Echowai на інших майданчиках. На третьому – планує широкий вихід на ринок і, за необхідності, ліцензуватиме технології та ноу-хау третім сторонам.

«У довгостроковій перспективі ми прагнемо створити більш зручну для користувача систему повернення та повторного наповнення зі 100-відсотковим повторним переробленням пляшок», – каже Даніель Еггер. – Ми також вже працюємо



над рішенням для оптимізації відстеження пляшок Echowai. У майбутньому за допомогою спеціального матричного коду на кожній пляшці будь-які дані можуть бути пов'язані з продуктом. Це дає змогу сполучити один з одним усі ланки в ланцюгу створення вартості, які зараз ще розглядаються окремо, і простежити шлях тари по всьому шляху поставок – від виробництва і розливу до кінцевого споживача. Тобто Echowai відкриває нову еру цифрового зв'язку.



КРЕМСЮНСТЕР

Нова навчальна майстерня

Пробувати, тестувати та навчатися

З цією метою на заводі в Кремсјунстері зараз створюється невелика навчальна майстерня для наших здобувачів профосвіти на виробництві. За прикладом майстерні в Пехларні, тут будуть відкриті кабінет для теоретичних занять і кабінет для практичних занять на фрезерних та токарних верстатах та іншому обладнанні. Тож наші здобувачі освіти можуть випробувати тут свої професійні вміння, перш ніж почати працювати на великих машинах у цехах.





БЮЛАХ

Підтримка психічного здоров'я: спільно з фондом Wisli для поліпшення самовідчуття на робочому місці

Психічне здоров'я наших співробітників має велике значення для нашої компанії. Ми розуміємо, що воно впливає не лише на особистий добробут працівників, але й на ефективність, креативність та продуктивність наших команд у цілому. Тому в цьому році ми розпочали співпрацю з фондом Wisli для впровадження цілеспрямованих заходів на підтримку психічного здоров'я.

У лютому 2023 року стартувала співпраця з фондом Wisli. У межах програми символічної зміни ролі наш генеральний директор, пан Райтер, змінив свій діловий костюм на чорну футболку робітників велосипедної майстерні, що була недавно відкрита фондом Wisli, та пропрацював там ранок. Розташований у місті Бюлах фонд понад 35 років дбає про соціальну та професійну інтеграцію людей із психічними проблемами.

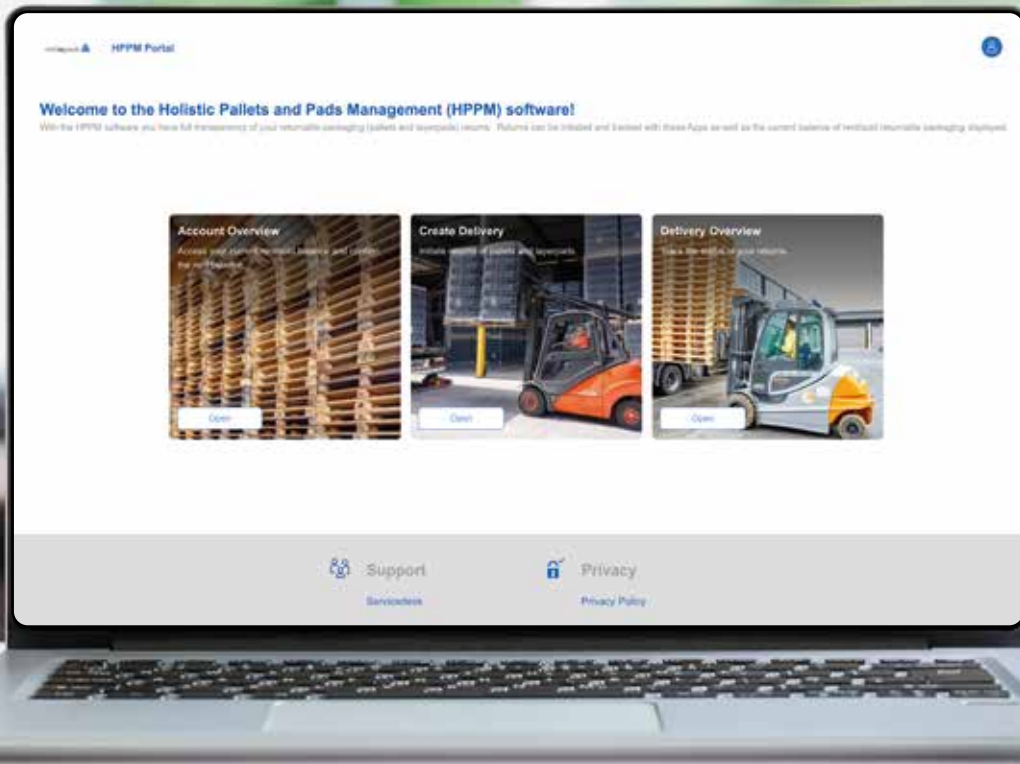


У межах нашої співпраці в березні відбувся інформаційний ланч на тему збереження психічного здоров'я. Фонд Wisli виявився компетентним партнером, який надав докладну інформацію про свою організацію та послуги. Учасники дізналися про важливі ранні тривожні сигнали, на які варто звернути увагу, а також перевірені стратегії протидії негативним чинникам.

Психогігієна та нагода позбутися зайвого

Чинниками хорошої психогігієни є фізичне та психологічне розвантаження. Впродовж акції в середині квітня наші співробітники під час обідньої перерви мали змогу залишити непотрібні вживані речі на стенді Wisli. Учасники фонду Wisli продають ці речі на онлайн-платформах і таким чином, у межах проекту «Остання ціна», отримують практичні знання про торговельні процеси. Ця акція створює вигравшну ситуацію для всіх її учасників і підготовляє до повернення у професійне життя.

У серпні ми пропонуємо співробітникам у Бюлаху взяти участь у програмі "Зміна перспективи". Вони матимуть змогу півдня працювати разом із учасниками фонду Wisli у велосипедній майстерні, доглядати за садом, або опанувати навички з утримання будівлі та майстерні. У другій половині дня відбудеться воркшоп, на якому буде знову висвітлено тему «Психічне здоров'я». Ці активності спрямовані на покращення розуміння викликів психічних обмежень та обізнаності з важливих питань психічного здоров'я.



ДИДЖИТАЛІЗАЦІЯ

Спрощення логістики та підвищення прозорості: впровадження HPPM

Управління піддонами й проміжними шарами було оптимізовано та переведено у цифрову форму для забезпечення прозорості та ефективності використання ресурсів. У межах проєкту Holistic Pallet and Pad Management (HPPM), тобто Цілісне управління піддонами та проміжними шарами, компанія Vetropack запустила програмну платформу, яка забезпечує кращий контроль і координацію між майданчиками.

У середньому в обігу перебуває понад один мільйон піддонів та шість мільйонів проміжних шарів, аби забезпечити надійне транспортування нашої скляної продукції до клієнтів. Наші клієнти мають змогу орендувати або купити у нас цю багаторазову упаковку і повернути її для повторного використання. Повернута транспортна упаковка ретельно перевіряється на якість і переробляється для максимальної ефективності використання ресурсів.

Щоб спростити процес, оцифрувати його та стандартизувати на всіх майданчиках, компанія Vetropack розпочала проєкт

(HPPM) – Holistic Pallet and Pad Management (Цілісне управління піддонами та проміжними шарами). Впроваджено програмну платформу HPPM, яка була спеціально розроблена для Групи компаній Vetropack. Замість того, щоб керувати інформацією про повернення та якість піддонів та проміжних шарів в окремих таблицях Excel, колеги з відділів постачання, продажів і фінансів тепер вносять свої дані до єдиної онлайн-платформи.

Софт дає змогу клієнтам і постачальникам логістичних послуг, які займаються, наприклад, ремонтом піддонів, самостійно отримувати дані та керувати ними. Перші клієнти вже мають доступ до платформи HPPM, щоб відстежувати поставки, ініціювати повернення та зручно взаємодіяти з нами через цифровий хмарний канал. Це прискорює цифрову реєстрацію й опрацювання повернених замовлень та претензій. Як тільки всі підрозділи Vetropack, а також наші клієнти будуть користуватися платформою HPPM, наші логістичні процеси значно спростяться. Це додатково гарантує дотримання стандартів якості піддонів та проміжних шарів і посилює нашу активність стосовно сталого розвитку. Впровадження HPPM є важливою віхою на нашому шляху до більшої прозорості, ресурсоефективності та задоволеності клієнтів.



ЗАГРЕБ

Нові сучасні офіси



Офісні приміщення в Хум-на-Сутлі за останні роки стали затісними. З цієї причини компанія Vetropack Straža d.d. вирішила восени 2022 року орендувати додаткові офісні приміщення в Загребі, створивши у такий спосіб нові робочі місця. Офісні приміщення пропонують простір для близько двох десятків робочих місць і мають повністю технічно обладнану конференц-залу для проведення семінарів у центрі Загреба.

«Новий офіс – це також нагода для нас стати більш привабливим роботодавцем для кандидатів, які хочуть жити в міському середовищі Загреба, звідки легко дістатися до більшості локацій Vetropack», – пояснює Нуно Кунья, директор з персоналу Vetropack.

СЛУЖБА ТЕХНІЧНОЇ ПІДТРИМКИ КЛІЄНТІВ

Датчик з найвищою точністю виявляє небезпечні точки

Що можуть зробити виробники харчових продуктів та напоїв, якщо вони прагнуть уникнути сколів або навіть розбиття скла на лінії фасування? Наша служба підтримки клієнтів тепер пропонує в таких випадках нову послугу – використання датчика, який визначає, де саме скляна тара зазнає ударних навантажень. Тобто, ми надаємо нашим клієнтам саме ту інформацію, яка необхідна для цілеспрямованого вирішення їхньої проблеми.

Скло – це пакувальний матеріал, який має багато безумовних переваг. Воно не містить шкідливих речовин, підлягає вторинному переробленню і забезпечує відмінний захист вмісту. Однак не можна відкидати його невід'ємний недолік: при сильному ударі скло може тріснути або розбитися. Тому підприємства з фасування харчових продуктів і напоїв часто стикаються з дилемою: зменшити швидкість конвеєра на лінії фасування і так захистити тару, але тим самим знизити продуктивність фасування чи ризикувати втратою відсортованого продукту через вищу швидкість конвеєра? «Технічна оптимізація на лінії може вирішити проблему, але спочатку потрібно знати, де і які зміни потрібно внести», – говорить Міхаель Вальтл, менеджер з технічного обслуговування клієнтів компанії Vetropack. Нещодавно з цими питаннями зіткнувся швейцарський виробник продуктів харчування, клієнт Групи компаній Vetropack. На підприємстві з розливу на лінії було виявлено невеликі уламки скла, але очевидного розбиття скла не було. Тож, де і чому скляну тару було пошкоджено?

Щоб розібратися в проблемі, наша служба підтримки клієнтів вперше використала новинку з арсеналу інструментів: вбудований датчик



ShockQC канадської компанії Masitek. Він вимірює сили і навантаження, що діють на скляну тару, з найвищою точністю. У межах нашої сервісної пропозиції була виготовлена



точна копія скляної тари для тестування – у цьому випадку це євробанка об'ємом 390 мл. Копія з дуже стійкого пластику оснащена датчиком ShockQC, відкаліброваним виробником, разом з іншими скляними виробами пройшла всю лінію фасування. У чотирьох тестах, кожен з яких проводився з різною швидкістю стрічки, копія і датчик пройшли усі етапи – від першого розпакування банок до останньої конвеєрної стрічки, яка вивозить їх у готових картонних коробках. Отримані рядки даних передавалися 100 000

разів на секунду на планшет, який візуалізував їх на зрозумілій інформаційній панелі.

У результаті: під час переміщення склянок від розпаковувача до наповнювача, від охолоджувача до пакувальної лінії та транспорту, склотара рухається повільно із дотриманням достатньої мінімальної відстані. Однак між наповнювачем і закупорювальною станцією була виявлена зона зіткнення, де склянки піддаються ударам, які на 60 відсотків перевищують мінімальну міцність, гарантовану Vetropack. Це навантаження не обов'язково спричинює дефекти у бездоганно виготовленому склі, але навіть найменші хиби або включення зазвичай призводять до відшарування фрагментів скла. Отже, було знайдено причину проблеми та створено основу для її цілеспрямованого усунення. Наш клієнт тепер має змогу оптимізувати свою фасувальну лінію саме там, де це дійсно необхідно. Міхель Вальтл також задоволений: «Після успішного першого застосування ми надали цю послугу ще декільком зацікавленим сторонам і в кожному випадку змогли швидко допомогти. Тепер ми з нетерпінням чекаємо нагоди оптимізувати лінії наступних клієнтів – швидко, легко, цілеспрямовано та без зайвих зусиль і витрат».

ЛАБОРАТОРІЯ 3D-ДРУКУ

Дизайн скла на дотик

Послуга 3D-друку від Vetropack дає змогу фізично відчутися нову скляну тару – як для клієнтів, так і для внутрішніх цілей. Створивши лабораторію 3D-друку скляних моделей, Група компаній Vetropack пропонує своїм клієнтам можливість випробувати скляну упаковку в реальності до початку її серійного виробництва. Прототипи, створені зі спеціального полімеру, точно відтворюють геометрію ємності, надаючи змогу оцінити зовнішній вигляд виробу та відчутися його на дотик.

З літа 2022 року клієнти та внутрішні зацікавлені сторони Групи компаній Vetropack користуються новою послугою. На заводі в Пехларні (Австрія) за це відповідає дизайнер прес-форм Крістіан Брукнер та його команда: «За допомогою 3D-принтера ми можемо виготовляти близькі до реальності 3D-моделі нових скляних пляшок і банок у невеликих кількостях. Насправді це все не нове, оскільки раніше

цю послугу замовляли у сторонніх постачальників. Однак внутрішнє рішення дало нам набагато більше гнучкості».

Послугою вже активно користуються, запити через онлайн-форму надходять з усієї Групи компаній Vetropack. Надруковані 3D-моделі створюються зі спеціального полімеру, який дає змогу відтворити всю геометрію спроектованої

скляної ємності з усіма її особливостями – напрямними насічками, ручками або гравіюванням. Пан Брукнер продовжує: «Ось тільки відтворення 2D-елементів, наприклад, етикеток, неможливе з технічних причин – адже модель будується вгору шар за шаром».

Вигляд і відчуття з 3D-принтера

Товщина шару DLS-принтера (Digital Light Synthesis) становить 75 мікрометрів за розмірів платформи 189 x 118 x 326 міліметрів. «Це означає, що, залежно від розміру скляної тари, можна роздрукувати водночас кілька моделей або, навпаки, – якщо це літрова пляшка – лише одну; обмежувальним чинником є висота. І чим більша посудина загалом, тим більше часу йде на друк: швидкість становить близько 30 міліметрів на годину, після чого опорна конструкція знімається». Однак, перш ніж модель можна буде взяти в руки, її необхідно двічі (у машині і вручну) вимити в ізопропанолі і після провітрювання піддати затвердінню ультрафіолетом.

Разом із проєктуванням тривалість роботи становить від одного до двох днів на кожен друк. «Звісно, така 3D-модель – це чудова нагода для клієнтів Vetropack ознайомитися з новою скляною тарою ще до того, як вона буде запущена у виробництво. Однак, оскільки наші можливості обмежені, замовлення слід розміщувати лише тоді, коли це дійсно має сенс», – наголошує пан Брукнер.

Різноманітні можливості застосування

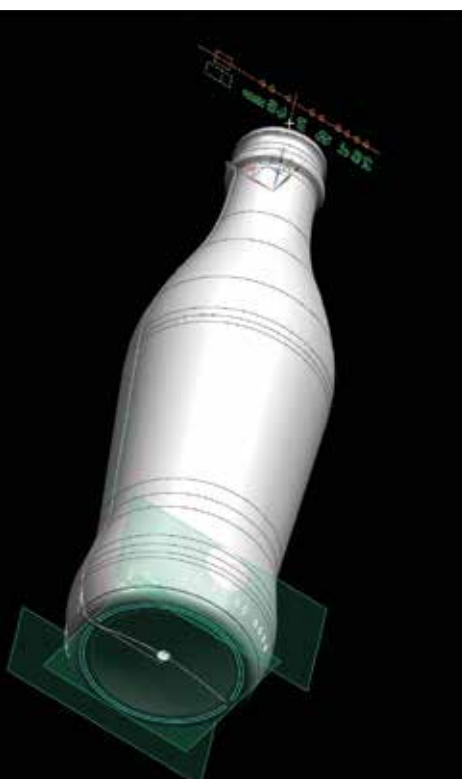
Окрім очевидної вигоди для клієнтів, які можуть оптимізувати дизайн тари на основі 3D-моделі, прозорі ємності

також використовуються самою компанією як модель для навчання і демонстрації типових помилок в автоматизації. Пан Брукнер, який теж бере участь у конструюванні другого виробничого майданчика в австрійському Кремсшюстері, а також у Сен-Пре (Швейцарія), пояснює: «Моделі таким чином можна добре використовувати для навчання машин, наприклад, для автоматичного виявлення помилок та відсортування на виробництві».

«Звісно, така 3D-модель – це чудова нагода для клієнтів Vetropack ознайомитися з новою скляною тарою ще до того, як вона буде запущена у виробництво»

Крістіан Брукнер

Витрата прозорого полімеру приблизно відповідає кількості скла, яка знадобилася б для оригінальної тари. Невикористаний полімер фільтрується після друку і може бути використаний повторно. Лабораторія 3D-друку в Пехларні також обладнана найсучаснішою системою вентиляції, що гарантує повне видалення всіх залишків, особливо летючого ізопропанолу.



НЕЗМІННИЙ ФАВОРИТ НА ПОЛИЦІ СПЕЦІЙ

Як інноваційний млинок для спецій Kotányi стабільно вдосконалювався у співпраці з Vetropack

Випустивши млинок для спецій ергономічної форми з вбудованим подрібнювачем, австрійський виробник спецій Kotányi створив справжній бестселер. З роками вдосконалювався не лише механізм подрібнення; завдяки виробнику склотари Vetropack млинок став легшим, а отже, більш екологічним.



Практично кожен австрієць знає його: культовий млинок для спецій від Kotányi. Завдяки формі пісочного годинника та вбудованому подрібнювачу він ідеально відповідає кулінарним звичкам XXI століття і дає нагоду по-особливому насолодитися повсякденними та екзотичними спеціями. Продукт виробляє давно znana австрійська компанія Kotányi, а скляну тару для нього з 2003 року постачає швейцарська компанія Vetropack. Початок сімейного бізнесу Kotányi сягає значно давніших часів: ще в 1881 році в Сегеді (Угорщина) було засновано фабрику з виробництва паприки, яка невдовзі розширила свою діяльність до Відня.

Генеральний директор Ервін Котані приєднався до компанії рівно через 100 років – у 1981, двадцятирічним юнаком. Він є представником четвертого покоління власників Kotányi. Керує компанією вже понад 40 років і згадує: «Після придбання одного з конкурентів на ринку ми опинилися в дуже хорошій позиції для виходу на міжнародний ринок у середині 80-х

років. Падіння залізної завіси стало для нас ще однією нагодою стрімкого зростання: завдяки нашому новаторському та інноваційному духу ми змогли швидко закріпитися, особливо в Східній та Південно-Східній Європі, і досі утримуємо там велику частку ринку».

Традиції в поєднанні з різноманітністю та сталістю

Завдяки 450 різновидам сумішей спецій та прянощів, понад 5000 продуктів, зокрема призначених для різних країн, та більш ніж 650 співробітникам, Kotányi сьогодні є всесвітньо відомим брендом. Виробництво відбувається виключно у Волькерсдорфі поблизу Відня, а Kotányi постачає свою продукцію до 32 країн світу. «Навіть через 20 років млинок для спецій продовжує відкривати шляхи до нових ринків, наприклад, у Бразилії, – додає Ервін Котані. – Ми бачимо себе інноваційним лідером і постійно інвестуємо в продукти та технології; у 2022 році ми розширили своє виробництво у Волькерсдорфі на 11 мільйонів євро, щоб досягти більших обсягів». Звісно, зміни в кулінарії та звичках харчування також потрібно враховувати: це стосується, наприклад, здорового харчування та відмови від м'яса, більшої гостроти страв і таких трендів, як копчений смак. Тому в асортименті Kotányi є широкий вибір варіацій перцю чилі, а нещодавно з'явилися снеки, приміром, яблучні чіпси з м'ятою або корицею.

«Ми бачимо себе інноваційним лідером і постійно інвестуємо в продукти та технології»

Ервін Котані

У 2023 році млинок для спецій святкує своє 20-річчя. Наразі його пропонують у понад 70 різновидах: від «Гімалайської солі» до копченого перцю «Чилі Чипотле». Асортимент варіюється від країни до країни залежно від традицій і смакових уподобань. У Польщі, наприклад, головну роль відіграє пімента (гвоздиковий перець), хоча насправді він походить із Центральної Америки. Елізабет Екмайр, керівниця відділу розроблення дизайну нових продуктів Vetropack в Австрії, яка



Ервін Котані,
генеральний директор
Kotányi

працює в компанії вже понад 20 років, розповідає: «Я добре пам'ятаю розроблення млинка у вересні 2002 року. Особливість приладу полягає не тільки в характерній формі, але і в його практичності: ви можете послуговуватись ним не лише для приготування їжі, але й для приправлення готових страв чи кави прямо за столом». З моменту початку в 2003 році обсяги виробництва зросли настільки, що Vetropack у Пехларні (Австрія) встановив окрему виробничу лінію з виготовлення млиноків для спецій.

Більше вмісту за легшої упаковки

Спочатку об'єм склянки становив 97 мл за ваги 127 г. З роками виріб ставав все легшим і міг вмістити більше. «Ми перевіряємо нашу упаковку приблизно кожні шість-вісім років. З одного боку, це важливо для того, щоб вона могла витримати конкуренцію на полицях магазинів та у гастрономії. З іншого боку, все частіше йдеться про сталий розвиток – кожен заощаджений грам ваги тари зберігає енергію та зменшує викиди у довкілля по всьому ланцюгу створення вартості», – підкреслює Ервін Котані. Млинок продовжував розвиватися і функціонально: «У 2011 році було змінено горловину, а у 2012 році, у співпраці з Kotányi, ми перейшли на двоступеневе подрібнення – грубе або тонке, – додає пані Екмайр. – Сьогодні млинок вміщує 101 мл і наразі важить 108 г, але в майбутньому він буде важити лише 106 г. Це відповідає зменшенню ваги на 16,5% за останні 20 років».

Компанія Kotányi має тривалі та плідні ділові відносини з Vetropack, які по-справжньому розквітли в 2002 році з розробленням млинка. Vetropack також постачає дві інші баночки для спецій та прянощів, кожна ємністю 110 мл та вагою 95 г. «Близькість до нас, надійність поставок та гнучкість в умовах коливання обсягів, але, насамперед, інноваційний потенціал та досвід роботи на місцях роблять Vetropack цінним партнером», – говорить Александер Айдельпес, керівник відділу закупівель компанії Kotányi. – У майбутньому ми плануємо щільніше співпрацювати, щоб оптимізувати наші спільні процеси, наприклад, щодо скорочення викидів CO₂, джерел постачання енергії та комунікації щодо сталого розвитку – особливо коли йдеться про утилізацію склотари. Звичайно,

інновації в пакуванні також можливі в будь-який час. Що стосується різноманітності та інновацій, ми завжди можемо покластися на Vetropack».

Млинок для спецій і надалі відіграватиме центральну роль для Kotányi: наразі компанія веде переговори з дистриб'юторами щодо підготовки до виходу на ринок Англії. Ервін Котані підсумовує: «Млинок має успіх в усьому світі, і часто для нього не потрібен особливий маркетинг. Він виділяється на полиці і поєднує в собі привабливий дизайн з високою якістю та функціональністю. В цьому є велика заслуга і Vetropack».



Александер Айдельпес,
керівник відділу
закупівель Kotányi



КИЙОВ

Ювілейний рік, сповнений нових подій

Цього року Vetropack Moravia Glass планує реконструювати піч для виробництва кольорового скла, встановити нові машини NIS на двох виробничих лініях (стор. 10) та встановити нове обладнання для контролю на холодній дільниці виробництва. Склозавод не міг і мріяти про кращий подарунок до свого 140-річчя.

Введення в експлуатацію нової скловарної печі №52 для виробництва кольорового скла

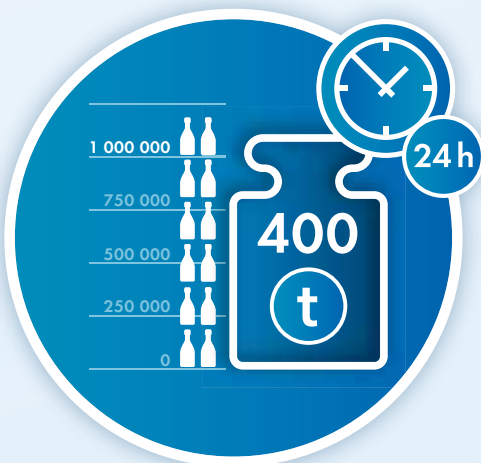
Наш склозавод радий нагоді ввести в експлуатацію нову скловарну піч №52. Ця піч була спеціально розроблена для виробництва кольорового скла і має підвищену добову потужність у 50 тонн.

Заміна старої скловарної печі на нову триватиме 62 дні. Процес почнеться з розбирання та знесення старої печі. Після перебудови сталеві конструкції буде зведена нова піч, яку обладнають необхідною технікою. Після огляду піч розігріють і заповнять скляною сумішшю за відповідною технологією.

Загалом, ці інвестиції дадуть змогу більш ефективно та стабільно задовольняти попит клієнтів на високоякісну продукцію.



400 тонн кольорового скла на добу дорівнює приблизно 1 млн винних пляшок



Заходи з нагоди ювілею

Цієї осені компанія Moravia Glass святкує визначний ювілей – 140-річчя від дня заснування. Ми хотіли б відзначити цю важливу подію якнайкраще і тому плануємо великий ювілейний захід.

Під час святкових заходів ми також плануємо представити нашим клієнтам і постачальникам нововведення та поліпшення на виробництві. Ці інвестиції ведуть до значного підвищення ефективності та якості.

Зміни на холодній дільниці виробництва

Майбутня реконструкція нашого заводу торкнеться не лише печі та гарячої дільниці, але й холодної дільниці виробництва. До неї входить монтаж нових систем охолодження та фольгування, а також централізовано керованих ліній із сучасними пристроями для виявлення дефектів та мінімізації простоїв. Встановлення конвеєрів для порожніх і повних піддонів та станції сортування піддонів також є частиною переобладнання. Ці зміни дадуть змогу підвищити продуктивність та покращити якість продукції. Водночас для наших співробітників буде створено безпечне та ергономічне робоче місце.

Про точну дату та програму святкувань ми повідомимо заздалегідь. Ми з нетерпінням чекаємо нагоди відсвяткувати цю подію і надалі створювати майбутнє нашої компанії разом.

140 VETROPACK
MORAVIA GLASS
1883–2023



КАЛЬКУЛЯТОР ЕКОЛОГІЧНОГО БАЛАНСУ

Розрахунок сталого розвитку

Стале господарювання та зменшення вуглецевого сліду сьогодні належать до найважливіших цілей виробників упаковки та їхніх клієнтів. Для цього Група компаній Vetropack пропонує розрахунки екологічного балансу, які відображають весь життєвий цикл скляної упаковки. І мова йде далеко не лише про скло.

Скляна упаковка – це одна з найбільш екологічних упаковок взагалі. Тим не менш, Vetropack невпинно прагне мінімізувати вплив виробництва скла на навколишнє середовище. Ми дотримуємося комплексного підходу до сталого розвитку, що базується на двох ініціативах: зменшенні впливу на довкілля в усіх сферах діяльності та постійному вдосконаленні переробки відходів у ланцюгу створення вартості. Саме тому ми орієнтуємося на ресурсозберігаюче виробництво та оптимізуємо всі параметри, що впливають на енергетичний баланс. Важливим інструментом для цього є розрахунки екологічного балансу.

Розрахунок екологічного балансу – це метод визначення всіх впливів на навколишнє середовище протягом життєвого циклу упаковки. Тобто: на всіх етапах виробництва і транспортування, наповнення і використання, аж до

перероблення, всі вилученні ресурси і викиди узагальнюються в значущих екологічних показниках. За допомогою аналізу життєвого циклу виробник упаковки, такий як Vetropack, може з'ясувати, з чого найкраще почати для подальшого зменшення впливу на довкілля.

Огляд всього ланцюга створення вартості

«Вже протягом кількох років ми використовуємо інструмент, розроблений на платформі FEVE», – коментує Елізабет Хаймбергер, спеціалістка з комунікацій компанії Vetropack в Австрії. За допомогою цього інструменту можна поглянути на весь ланцюг створення вартості пляшки. «Це важлива відмінність від інших розрахунків оцінки екологічного балансу, де окремі аналізи поєднуються з різними параметрами», – пояснює далі пані Хаймбергер. Поєднуючи власні дані з даними своїх

клієнтів, Vetropack отримує цілісну картину вуглецевого сліду упаковки та пропонує клієнтам кришталеву чисту прозорість.

Дані до розрахунку, включають, наприклад, енергоспоживання скловарної печі для конкретного продукту. «Ми також можемо вводити дані від виробників етикеток і кришок. Вміст вторинної сировини, вага та маршрути транспортування окремих компонентів упаковки враховуються так само, як і дані про наповнення від самих виробників», – пояснює пані Хаймбергер. Найбільше зусиль у такому аналізі припадає на збір даних. Пані Хаймбергер та її колеги регулярно оновлюють аналітичний інструмент, додаючи до нього останні реальні дані з власних заводів. Аналіз життєвого циклу можна проводити в будь-який час.

«Такий аналіз має сенс, приміром, якщо ми маємо розробити нову модель для клієнта або якщо він хоче перейти на іншу тару», – каже Еріх Якемар, стратегічний менеджер з роботи з клієнтами компанії Vetropack в Австрії. – Тоді ми зможемо пройти шлях від зважування до зважування зі зміною параметрів, порівняти різні сценарії та порекомендувати найбільш екологічне рішення».

Компанія Vetropack випустила першу в світі пляшку для багаторазового використання, виготовлену з полегшеного скла Echovai – це справжня інновація заради сталого розвитку.

Приклад Vöslauer

Vetropack пропонує оцінку екологічного балансу всім своїм клієнтам – і ця пропозиція не лише високо цінується, але й користуються нею все частіше. Одним із прикладів є австрійський виробник мінеральної води Vöslauer. Vetropack об'єднав дані про використанні первинні та вторинні матеріали, транспортну упаковку, споживання енергії для виробництва та відстані транспортування з інформацією про використанні кришки, паперові етикетки та коробки, споживання енергії під час розливу та викиди від транспортної упаковки, а також відстані транспортування. Багаторазове використання та високий рівень переробки скла в Австрії дають бонус, який також враховується.

Результат виявився наступним: півлітрова скляна пляшка Vöslauer для багаторазового використання утворює

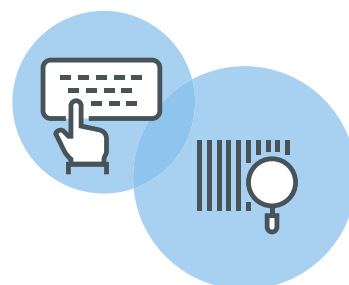
близько 25 г CO₂ за одне наповнення. На виробництво скляної пляшки у Vetropack припадає 12,7 г – це значення включає транспортні шляхи та пакування. А, 19,7 г припадають на підприємства з фасування або на додатково необхідні пакувальні матеріали, такі як коробки, кришки або паперові етикетки. Бонус від закінчення терміну служби пляшки становить 7,2 грама, які можна відняти від загальної суми.

Роль першопрохідця в галузі

Такі оцінки життєвого циклу допомагають нам бути в авангарді галузі, коли йдеться про екологічно чисте виробництво. «Ми досягаємо цієї мети, постійно вдосконалюючи наші виробничі процеси, – каже пан Якемар. – Одночасно ми зосереджуємося не лише на енергоспоживанні під час виробництва та транспортування. Зменшення використання матеріалів також важливе, оскільки ми зменшуємо свій вуглецевий слід».



Великий потенціал для заощадження існує, з одного боку, в процесі плавлення: склобій можна переплавити зі значно меншими витратами енергії, ніж первинну сировину. Таким чином, високий рівень перероблення скла в Австрії робить позитивний внесок в екологічний баланс скла. З іншого боку, потенціал має і зменшення ваги скляної упаковки: компанія Vetropack випустила першу в світі пляшку для багаторазового використання, виготовлену з полегшеного скла Echovai – це справжня інновація заради сталого розвитку.





СТРАЖА

Vetro Challenge: сталі та інноваційні рішення від школярів



Керування відходами відіграє важливу роль у циркулярній економіці. Саме тому компанія Vetropack Straža реалізувала проєкт Vetro Challenge з учнями загальноосвітніх шкіл, щоб вони усвідомили важливість цього питання.

У грудні 2022 року учні 5-8 класів шести початкових шкіл Крапинсько-Загорської жупанії взяли участь у конкурсі.

Кожна команда складалася з чотирьох учнів та одного вчителя і обирала власне інноваційне завдання, яке стосувалося збільшення використання та перероблення скляної упаковки. Групи працювали концептуальні рішення, а потім крок за кроком розробляли повний проєкт. Протягом 4 хвилин команди мали презентувати свої проєкти журі, яке вибрало три найкращі з них.

Третє місце посіла команда Little Green, яка розробила пляшку для води, що відсилає до хорватських регіонів Панона, Горанка та Приморка. Вони також розробили відповідні джутові мішки для легшого та безпечнішого транспортування.

Друге місце посіла команда Eco Birds. Її рішення – кумедні контейнери, які дають змогу кожному переробляти сміття у веселий і простий спосіб, – запропоноване самими школярами і застосовує різні вживані матеріали.

Перший приз отримала команда Green Hum, яка розробила інтерактивний контейнер Recipro (RECYcle i PROfit) з програмою лояльності. Цей контейнер також має маленького компаньйона – веселу дитячу версію контейнера, щоб заохотити навіть наймолодших до утилізації сміття.

Такий підхід стимулює учнів розпізнавати виклики як шанс та самостійно ініціювати позитивні зміни в суспільстві. Окрім вивчення питань, пов'язаних з

циркулярною економікою, діти розвивають інноваційне та системне мислення, а також навички керування проєктами та ефективної презентації.

**«Змагання були дуже веселими!
Ми дізналися багато нового
про утилізацію та скло. Тепер я знаю,
як ми можемо краще утилізувати
сміття без особливих зусиль»**

Лука Тушек

циркулярною економікою, діти розвивають інноваційне та системне мислення, а також навички керування проєктами та ефективної презентації.

СПЕЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ ОСОБЛИВОГО ВИНА

Вина Château Purcari, розлиті у скляну тару Vetropack, є одними з найтитолованіших у світі.

Як ексклюзивний постачальник і стратегічний партнер Purcari Wineries Group, Vetropack постачає не лише преміальні пляшки для знаменитого Negru de Purcari, але й легку скляну тару для нового органічного вина Native, а також широкий асортимент іншої тари для зростаючої номенклатури міцних алкогольних напоїв.



Виноград у Молдові вирощують майже 5000 років. Вже в кінці XII століття багато виноробних районів процвітали і сформувалася значна галузь господарювання. М'який клімат, на який впливає близькість Чорного моря, часто порівнюють зі знаменитим регіоном Бордо у Франції, а родючі ґрунти надзвичайно різноманітні – лише в Пуркарі налічується понад 25 різних типів ґрунтів. У XIX столітті червоне вино Negru de Purcari особливо цінувалося серед європейських еліт – воно отримало свою першу золоту медаль на Всесвітній виставці в Парижі в 1878 році – і повернулося на вершину в XXI столітті: «Negru de Purcari 2019 увійшло 2021 року до числа найкращих класичних вин міжнарод-

ного конкурсу Decanter, а його виробник Château Purcari – найтитолованіша виноробня світу в 2021 році – продовжує привертати увагу винних експертів у різних країнах, частково завдяки тому, що багато її продуктів містять місцеві сорти винограду, такі як Rară Neagră або Viorica.

Сьогодні до складу Purcari Wineries Group входять чотири виноробні підприємства і по одній дистилерії в Молдові, Румунії та, віднедавна, Болгарії. У Групі, обіг якої у 2022 році збільшився на 22%, зараз працює понад 800 осіб, вона має сім виробничих локацій і обробляє угіддя площею понад 1450 га. Для різних лінійок продукції Vetropack постачає понад 40 різних видів скляної тари загальним обсягом від 17 до 25 мільйонів одиниць на рік.

Каталіна Цуркану, старша бренд-менеджерка Purcari Wineries Group, розповідає: «Ми пишаємося постійним зростанням Групи. Незважаючи на те, що Румунія є нашим найважливішим ринком із 53% продажів, а за нею йде Молдова з 21%, ми продаємо свої вина та спиртні напої на більш ніж 40 ринках в усьому світі, наприклад, у Норвегії, Сполученому Королівстві, США, Німеччині, Франції, Польщі та Китаї».

«Завдяки підтримці Vetropack на місці ми стали більш усталеними в логістиці, маємо доступ до пакувальних ноу-хау та взаєморозуміння щодо нашого зростаючого бізнесу»

Каталіна Цуркану

Місцеве, інноваційне та екологічне

Château Purcari з його прекрасним замком, розташованим серед зелених пагорбів на півдні Молдови, є флагманом виноробної групи Purcari Wineries Group. Його вина виготовляються відповідно до найсуворіших вимог французької виноробної культури: винятково з винограду, зібраного

Каталіна Цуркану,
старша бренд-менеджерка
Purcari Wineries Group



вручну і традиційно переробленого під особливим наглядом італійського енолога Федеріко Джотто. Робота у винному погребі складається з різних етапів охолодження, фільтрації та ферментації, після чого молоде вино витримується у бочках з французького дуба щонайменше 18 місяців.

90 відсотків скляних пляшок для Purcari Wineries Group постачає Vetropack. Лише саме Château Purcari закуповує скляну тару для 22 лінійок продукції, включно з різними пляшками для чотирьох основних категорій вина: Reserve, Limited Edition, 1827 Collection та ігристого. Коли у 2020 році компанія Vetropack розташувалася неподалік, оскільки придбала скляозавод у Кишиневі, партнерство було розширено з огляду на справді європейську перспективу, інновації та сталий розвиток. Завдяки двом скловарним пічам Vetropack Chişinău пропонує гнучкість у виробництві різноманітної скляної упаковки двох різних кольорів.

«Переїзд з Італії, де раніше вироблялися наші пляшки, до Молдови відкрив можливість співпрацювати набагато щільніше: завдяки підтримці Vetropack на місці ми стали більш усталеними в логістиці, маємо доступ до пакувальних ноу-хау та взаєморозуміння щодо нашого зростаючого бізнесу, – продовжує пані Цуркану. – Нові пляшки з тисненням року заснування 1827, розроблені у 2020 році для серій Reserve, Main та Limited Edition, безумовно, допомогли піднятися до вершини рейтингу. У преміумсегменті пляшки відіграють важливу роль, підкреслюючи складність вина».

Вигідна скляна упаковка для преміальних та органічних вин

Purcari Wineries Group продовжує розвиватися і майже щороку представляє нові продукти. «Vetropack постачає нам унікальну пляшку для останнього доповнення до портфолію бренду Wine Crime – ігристого вина Wine Crime, яке з'явилося на ринку в 2023 році. Чудово мати такого гнучкого партнера з погляду сталого розвитку. Загалом, одна з цілей – це зробити пляшки легшими, щоб зменшити вплив на навколишнє середовище. Ми одна з небагатьох компаній у Молдові, яка має власний відділ сталого розвитку.

Ми інвестуємо в сонячну енергетику, сучасне та ресурсоефективне обладнання і, не в останню чергу, в органічні та біодинамічні вина», – розповідає пані Цуркану.

Purcari Native – це нове лімітоване вино, виготовлене з винограду, який зараз знаходиться на стадії переходу до органічного землеробства – незабаром воно стане біодинамічним вином. Для регіонального тестування продукту Vetropack спочатку надав тимчасову скляну тару. Тепер, коли продажі розширюються в ЄС та за його межами, Native, яке вже одержало Велику золоту медаль на виставці Mundus Vini 2023, отримає нову полегшену пляшку, також від Vetropack: завдяки вдосконаленому виробничому процесу нове полегшене скло Vetropack заощаджує ресурси по всьому ланцюгу створення вартості без шкоди для якості та міцності. Для типової 750-мілілітрової пляшки вина, яка важить 400 грамів, економія ваги становить 50 грамів, що не лише заощаджує матеріал, але й зменшує викиди CO₂ в процесі виробництва. Цьому також сприяє той факт, що Purcari Native доставляється в екологічних транспортних коробках.

Віктор Бостан, засновник і генеральний директор Château Purcari, підсумовує: «Ми пишаємося тим, що досягли таких видатних результатів! Як наш стратегічний партнер у сфері пакування Vetropack мав велику вагу у цій чудовій історії успіху. Разом ми продовжимо просувати Молдову та її багату винну культуру в світі і показувати, що ці якісні вина виготовляються з великою турботою і пристрасстю людьми, які повністю віддані своїй справі».



ВІДКРИЙТЕ ДЛЯ СЕБЕ VETROPACK!

Ярмарки, виставки та заходи

Які тенденції та виклики формують майбутнє галузі?
Як продовжують розвиватися технології? А які інновації перетворюють скляну тару?
Дізнайтеся більше на одному з наших заходів!

Скористайтеся нагодою для особистого спілкування, щоб краще познайомитися з Vetropack: розширюйте свої знання

в галузі, відвідуючи наші презентації та виставки, або завітайте до нас на промисловий ярмарок, аби на власні очі побачити наші інновації. Наші фахівці з нетерпінням чекають на спілкування з вами, щоб поділитися інформацією про нові напрацювання. Ми будемо раді вітати вас на одному з багатьох заходів Групи компаній Vetropack цього чи наступного року!

	МІСЦЕ	КРАЇНА	ДАТА
Сесія на тему циркулярної інноваційної екосистеми	Біль	Швейцарія	28.08.2023 р.
Ювілей в Києві	Київ	Чехія	Осінь 2023 р.
25-та щорічна міжнародна конференція "Півні стратегії"	Берлін	Німеччина	10.10. - 12.10.2023 р.
Церемонія відкриття	Боффалора	Італія	25.10.2023 р.
Brau Bevale	Нюрнберг	Німеччина	28.11. - 30.11.2023 р.
Agrovina	Мартіні	Швейцарія	23.01. - 25.01.2024 р.
Міжнародна триєнале скла та ювелірного мистецтва (виставка)	Яблонець-над-Нисою	Чехія	16.06.2023 - 07.04.2024 р.
Збережіть дату: Drinktec	Мюнхен	Німеччина	15.09. - 19.09.2025 р.

Слідкуйте за нами в LinkedIn

Щотижня на нашій сторінці LinkedIn ви знайдете історії успіху, дописи нашої компанії та короткі огляди історії Vetropack. Уявляєте, як це – працювати на гарячій дільниці виробництва? Чи знаєте ви, над чим працюють технічний відділ або відділ з продажів та маркетингу?

«Знайомство з нашою командою» – це відеоформат, в якому різні колективи підприємства представляють себе та пояснюють, у чому полягає їхня робота. Наша сторінка LinkedIn також є джерелом інформації з перших вуст про співробітників компанії та новобранців, подробиці про наші заходи і події та багато іншого.

Слідкуйте за Vetropack, щоб не пропустити жодної новини!

