

VETRO TIME

TRŽIŠTE

**Plemenite kapi u
staklenim bocama**

AKTUALNO
Proizvodnja
plavog stakla

INTERVJU

Savjeti za dobro vođenje

04 UPADLJIVO	Staklena raznolikost
06 TRŽIŠTE	Iz vinograda u staklenu bocu
08 PROJEKT	Plavo staklo dokle pogled seže
10 INTERVJU	Dobro vođenje
12 FÊTE DES VIGNERONS	Hommage vinogradarstvu
14 NOVI RAZVOJI	Šarolikost u staklu
23 FRAGMENTI IZ KULTURE	Šarena umjetnost

Impresum

Uredništvo i tekstovi:
Corporate Communication
Vetropack Holding Ltd, Bülach
Grafički dizajn: Arnold & Braun
Grafik Design, Luzern
Tisak: MATIS d.o.o., Pregrada
Papir: Quatro silk, bezdrveni,
obostrano premazani papir

Izravna veza s Vetrotimeom: novi QR kodovi

Propustili ste neko od izdanja Vetrotimea? Pomoću ovog QR koda možete preuzeti prijašnja izdanja:



O slici na naslovnici. Plemenite kapljice mora štiti plemenita ambalaža. Staklene boce nude optimalnu zaštitu za dragocjena vina i omogućuju im sjajan imidž. Raznolikost vina uistinu je golema – od laganih bijelih vina, preko nježnih roséa pa sve do teških crnih vina. Vinoljupci dobro znaju da vina iz staklenih boca posebno dobro pričaju. Možda biste zato trebali pomnije proučiti sljedeću vinsku bocu!



Poštovane čitateljice i poštovani čitatelji,

Švicarska slavi, a mi slavimo s njom! Ovog ljeta, točnije od 18. srpnja do 11. kolovoza, u zapadnoj Švicarskoj organizira se vinski festival *Fête des Vignerons*. Posebnost ovog događanja je što se odvija samo svakih 20 godina. Vetropack je jedan od sponzora i festivalsko vino točit će se iz naših vaudoise-boca proizvedenih u St-Prexu, u srcu poznatih i omiljenih švicarskih vina (stranice 12 i 13 ovog Vetrotimea).



Raznoprstnost vina zaista je nevjerojatna. To se ne odnosi samo na cijepove, vrste tla, grožđe, podrumarenje i sl., već i na različite boce za ovo plemenito piće. Koju boju želite? Koliko litara želite napuniti? Možete birati boce malog sadržaja od 187 mililitara pa sve do duplog magnuma od 3 litre. Boca može biti jedinstvena zbog svog posebnog oblika, gravure, sitotiska ili nekog drugog načina oplemenjivanja. Pročitajte članak na stranicama 6 i 7 i iznenadit ćete se koje se sve mogućnosti nude kako bi proizvod bio poseban. Slično je i s našim novim razvojem (stranice od 14 do 17).

Novost je i da Vetropack sada proizvodi plavo staklo prebojavanjem staklarske peći. U skladu sa zahtjevima kupaca, naša tvornica u Slovačkoj prebojala je bijelu staklarsku peć u plavo. Nije ni čudo da sa stranica od 8 do 9 pršti samo plava boja.

Posebno zanimljive su mi kratke teme "Upadljivo" (stranice 4 i 5) i "Fragmenti iz kulture" (stranica 23). Jeste li znali da se dobri dupin naziva i bottlenose dolphin? Ili da prazne boce možete upotrijebiti kao ogradicu za gredice?

Poštovane čitateljice, poštovani čitatelji, uživajte u čitanju i u ovom šarenom proljetnom razdoblju.

Srdačan pozdrav,

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'J. Reiter'. The signature is fluid and stylized.

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding AG

UPADLJIVO

SVEČANO

U čast crnom zmijičnjaku

Crni zmijičnjak smatra se delikatesom portugalskog otoka Madeira. U čast toj ribi svakog se ljeta održava velika svečanost u mjestu Câmara de Lobos, čije se središte tom prigodom ukrašava zanimljivim dekoracijama. Jedan dio grada bio je posvećen staklenim bocama koje su prpošno visjele iznad glava posjetitelja, a navečer su osvjetljavale ulice kao svjetiljke.



ZALOGAJČIĆI U STAKLU

U Ulici Stjepana Radića u Osijeku nalazi se snack bar Špajz u kojem se hrana uglavnom poslužuje u staklenkama, a možete ih i ponijeti sa sobom. Vlasnica Martina Završki tijekom studija je često jela vani, no kako nije željela živjeti samo od pekarskih proizvoda i sl., počela je sama pripremati obroke koje bi potom nosila sa sobom u staklenkama. A onda joj se otvorila prilika za otvaranje snack bara u kojem bi hranu posluživala u staklenkama. Upotrijebljene staklenke gosti mogu vratiti, a za deset vraćenih – jednu punu dobiju besplatno. K tomu, u snack baru koristi se samo drveni pribor za jelo i papirnate vrećice. "Želimo svojim gostima približiti zdravu prehranu i zdrav način života", kaže Završki.





199 boca za propeler

U okviru natječaja Ried-Bried koji je bio objavljen u jednom talijanskom listu, Peruanac Jorge Chávez Dartnell započeo je 1910. svoj let iznad Simplonskog prijevoja i time postao prvi pilot koji je preletio Alpe. No pri slijetanju u Domodossolu (Italija) njegova se letjelica raspala i Chávez je poginuo. Njemu u čast talijanska umjetnica Enrica Borghi u Brigu je 2012. postavila skulpturu izrađenu od staklenih boca koja je zapravo precizna replika originalnog propelera Chávezove letjelice. Staklo zbog svoje prozirnosti i lomljivosti simbolizira nesigurnost leta i lakoću sna.

ŽIVOTINJSKI SVIJET

Nos u obliku boce

Zbog kratke njuške u obliku boce engleski naziv za dobrog dupina glasi bottlenose dolphin (dupin bocolikog nosa). U njuški koja oblikom podsjeća na bocu ovi morski sisavci imaju do 80 zuba. Znanstvenici već desetljećima proučavaju komunikaciju dupina, koji jedni drugima šalju poruke na različite načine. Osim tonova koji zvuče poput zvižduka, dupini ispuštaju i zvukove visoke frekvencije slične kliktanju koje koriste za eholokaciju i lakše orijentiranje u moru. Emitirani zvučni valovi upozoravaju dupine da se približavaju plijenu, a zvukovi se uglavnom prenose preko njuške u unutarnje uho.



DEKORATIVNI VRT

Umjesto kamenjem, vrtne gredice mogu se jednako dekorativno razdvojiti staklenim bocama raznih boja, kao što vidimo na slici. Dovoljno je samo prikupiti boce i zabosti ih u zemlju na željenome mjestu. Ovisno o tome kakva je tekućina bila u bocama, dobro ih je isprati kako bi se izbjegla najezda mrava u cvjetnoj gredici.



VINO

Iz vinograda u staklenu bocu

Raznolikost vina velika je kao i raznolikost staklenih boca za ta plemenita pića. Bilo da je posrijedi standardni model ili boca izrađena po narudžbi, Vetropack uvijek prati i savjetuje svoje kupce, od prve ideje preko razvoja boce pa sve do usklađivanja etikete i zatvarača.

Mnogi se u Europi još uvijek dobro sjećaju dugog i vrućeg ljeta 2018. Nekima je ono bilo prevruće ili presuho, drugima pak idealno. U potonje spada i vinova loza. Što se tiče berbe 2018. svi se slažu da je bila vrlo dobra. Zahvaljujući suhom vremenu gljivice i štetnici nisu se mogli u velikoj mjeri proširiti, a visoke temperature zaslužne su za viši udio alkohola i manju kiselost. Pod žarkim suncem sazrijevale su bobice za elegantna bijela i bogata crna vina koja se odlikuju vrhunskom kvalitetom.

Najviša kvaliteta glavni je credo za Vetropack, ali, jasno, za staklene boce. Jer samo ambalaža besprijekorne kvalitete štiti svoj sadržaj poput trezora. Standardni asortiman vinskih boca Vetropack grupe obuhvaća oko 390 različitih boca, volumena od 187 mililitara pa sve do velikih boca od 3 litre. Standardne boce uglavnom su dostupne u verziji od 7,5 decilitara. Što se tiče boja, zadnjih su godina traženije cuvée i maslinastozelene boce. Zelena i vetrozelena više nisu glavne boje. U segmentu boca od laganog stakla i dalje prednjači primeur. Za predstavljanje ambalaže hrane i pića, boje općenito imaju veliku ulogu – ona je mnogo više od važnog aspekta prodaje. Naime, ona ujedno štiti

sadržaj jer ako je, primjerice, vino izloženo jakoj svjetlosti, može izgubiti svoju izvornu aromu.

Individualnost u prvom planu

Mnogi kupci traže individualne staklene boce za svoja vina jer je njihova prepoznatljivost važna kako bi se piće moglo izdvojiti među sličnima. Vetropack detaljno analizira želje kupaca i u suradnji s njima izrađuje najbolje moguće ambalažno rješenje. Stručnjaci za staklo raspolažu višegodišnjim detaljnim znanjem o tome što je posebno važno za vinske boce. U trendu su i regionalne boce koje određenoj vinogradarskoj regiji omogućuju da se razlikuje od konkurencije, a ujedno pridonose stvaranju regionalnog brenda.

Vinske boce oplemenjuju

Oblik, boja i dorada za Vetropack su jedna cjelina. Upravo ta kombinacija bocu čini posebnom i idealno je prilagođava sadržaju. Tako gravure omogućuju vinskim bocama izniman vizualni dojam, a papirnate etikete jedinstvenost imidža. Transparente etikete izgledaju moderno, dok im sitotisk daje poseban "šlif".



I u pogledu grla staklenih boca Vetropack nudi različite varijante: grla band i oberband, navojno i BVS grlo samo su neki od primjera. Za svaku potrebu potrošača i tržišta postoji odgovarajuće grlo. BVS zatvarač (Bage Vin Suisse) osamdesetih je godina u Švicarskoj razvio Vetropack, u uskoj suradnji s proizvođačima zatvarača i odabranim velikim kupcima. Za BVS grlo postojale su dvije prepreke – tehnološki i estetski aspekt. Kako u području tehnologije tako u području dizajna, u Švicarskoj je za to odrađen velik pionirski posao. K tomu, pluto je postajalo sve nekvalitetnije i gubilo je povjerenje kupaca. Tako je jedna inačica grla koja je na početku bila ismišljavana, krenula putem uspjeha i sada se svijet ambalaže bez nje više ne može ni zamisliti, jednako kao ni bez drugih.

Vinogradarska područja

Italija je jedan od najvećih proizvođača vina u Europi. Vinova loza uzgaja se u čitavoj zemlji, a svaka regija ima svoje specijalitete. U Švicarskoj se vinogradarska područja nalaze u Valaisu, na zapadu zemlje, te u pojedinim kantonima njemačkoga govornog područja. Jug Švicarske poznat je po svojim markantnim crnim vinima. U Austriji su najpovoljniji klimatski uvjeti za uzgoj vina na istoku, u Donjoj Austriji, Gradišću, Štajerskoj i Beču. Vinova loza uzgaja se također u Koruškoj, Gornjoj Austriji, Salzburgu, Tirolu i Voralbergu, ali u manjoj mjeri. Poznate vinogradarske regije

Hrvatske su istočna, središnja i primorska Hrvatska. Najznačajnija i najveća vinogradarska regija Češke je Južna Moravska, područje oko Vetropackove staklane. Zahvaljujući potkontinentalnoj klimi s toplim do vrućim ljetima i relativno hladnim zimama, vinova loza u tom području uspijeva odlično. Drugo vinogradarsko područje proteže se u Bohemiji. Slovačka vina potječu također iz dvaju područja: s juga i zapada. Poput većine zemalja u kojima se nalaze Vetropackove staklane, i u Ukrajini uzgoj vinove loze ima dugu tradiciju. U najpoznatija vinogradarska područja u toj zemlji ubrajaju se jug Ukrajine, Besarabija, Zakarpatje i poluotok Krim.

Potrošačima je na raspolaganju beskonačan izbor različitih vina. Mnogi se odlučuju za dokazano i poznato, dok drugi rado kušaju nova vina. Općenito, osjeća se trend osviještenog uživanja, kao i kod drugih vrsta pića i hrane.



Plava boja

Za jednu tonu staklene taline potreban je kilogram kobalta. Ovaj metal daje plavu boju poznatu kao kobalt-noplava. Francuski kemičar Louis Jacques Thénard je 1802. godine razvio industrijski proizvodni proces za ekstrahiranje plavog pigmenta. Zajedno s litijem, kobalt se najčešće koristi za proizvodnju akumulatora za automobile.

PROJEKT ZA KUPCE

Plavo staklo dokle pogled seže

Vetropack odavno proizvodi ambalažu od plavog stakla. Već više od deset godina u hrvatskoj staklani u Humu na Sutli bojenjem u feederu nastaje široka paleta plavih boca. Sada je prvi put i jedna čitava staklarska peć prebojana u plavo, i to u slovačkoj staklani u Nemšovi. Taj je projekt zahtijevao precizno planiranje i brzo rješavanje problema.

Bilo za pivo, voćne, sokove, pjenušac ili mineralnu vodu, boce od plavog stakla svim pićima omogućuju upečatljiv imidž. Dosad ih je Vetropack proizvodio u svojoj tvornici u Humu na Sutli (Hrvatska), no u okviru nove kampanje za više kupaca, plavo staklo sad proizvodi i staklana u Nemšovi.

Za ovu proizvodnju jedna je peć za bijelo staklo, u kojoj su se dosad proizvodile staklenke i boce procesom prešano-puhano i puhano-puhano, prebojana u plavo. K tomu, lani su u okviru potpunog remonta staklarske peći postojeći strojevi prilagođeni proizvodnji boca procesom prešano-puhano usko grlo (NNPB).

Dodavanje boje u peć

Novina je i sâm proces dodavanja boje. Vetropack Straža proizvodi boce od plavog stakla dodavanjem bojila u feederu. Zahvaljujući tom postupku na jednoj proizvodnoj liniji peći može se proizvoditi staklena ambalaža u dvjema različitim bojama. U slovačkoj se pak tvornici prebojava čitava peć i u tom tradicionalnom postupku bojilo se miješa u staklenu talinu. Iako je sada u tvornici u Nemšovoj sve prilagođeno za proizvodnju plavog stakla, hrvatska će staklana i dalje biti na raspolaganju kao podrška.

Proizvodnja plavog stakla u Nemšovi za Vetropack grupu bio je kompleksan projekt. Zbog kratkih rokova projekt je od svih sudionika iziskivao minuciozno planiranje jer za vrijeme proizvodnje plavog stakla slovačka staklana

nije mogla proizvoditi bijele staklenke i boce. Koordinaciju projekta preuzeo je Robert Bestro, voditelj prodaje staklenki i boca u Vetropack Nemšovi. Bestro posjeduje veliko znanje o čitavoj proizvodnji stakla – od tehnologije, preko ambalažnih materijala pa sve do kvalitete i logistike. "Ja nisam bio voditelj projekta. Bio sam zadužen za cjelokupnu koordinaciju, ali to je bila u prvom redu logična i pragmatična odluka", kaže Bestro. On zna koje izazove donosi jedan tako važan projekt i razmišlja cjelovito. Kad bi se pojavili problemi, oni su se morali rješavati brzo jer je prva kampanja za plavo staklo bila vremenski ograničena na 75 dana.



"Mi preuzimamo odgovornost"

Sudionici su bili svjesni da će s ovim kompleksnim projektom moći zauzeti ulogu predvodnika u Grupi kad je riječ o proizvodnji plavog stakla u staklarskoj peći. U njegovu provedbu – uz svakodnevne poslove – uključila se svaka služba slovačke tvornice. "Bila je to plodna suradnja svih sudionika projekta, koji su se doista angažirali u tim aktivnostima. Svaki je dao svoj doprinos unapređenju – sve u skladu s motom 'Mi preuzimamo odgovornost'", kaže Bestro.

Izvanredna kvaliteta

U pogledu kvalitete staklene ambalaže Vetropack je usko surađivao s odgovornim osobama kod kupaca. Svakodnevno su se razmjenjivale informacije i svi su bili upoznati sa svakim pojedinim korakom. Već prvi testovi pokazali su odlične rezultate: boce su bile vrlo visoke kvalitete! A val uspjeha u istom se stilu nastavio do kraja prve kampanje posvećene plavom staklu.

DOBRO VOĐENJE

"Svi mi radimo uistinu dobro samo ako su radni zadaci u skladu s našim interesima i sposobnostima."

Svjetski uspješni poduzetnik Manfred Winterheller na jednoj je internoj Vetropackovoj konferenciji u prosincu 2018. govorio o tome što čini dobro vođenje. U intervjuu za Vetrotime, dao je savjete za sadašnje i buduće vodeće kadrove.



U izlaganju na jednoj internoj Vetropackovoj konferenciji posvećenoj temi vođenja govorili ste o ravnoteži između kritike i pohvale kao uvjetu za dobro vođenje. Što sve čini dobro vođenje?

Dobro vođenje omogućuje zaposlenicima otkrivanje svojih unutarnjih potencijala i njihovo ostvarivanje. Ono je i čvrsto povezano s povjerenjem. Voditelji imaju povjerenja u svoj tim, savjesno biraju svoje ljude i onda ih puste da samostalno rade. To omogućuje razvoj zaposlenika i osposobljava ih za preuzimanje novih zadataka, što dovodi i do rasterećivanja voditelja. Dobivamo win-win situaciju od koje obje strane imaju korist. Voditelji dobivaju više vremena za rad na strategijama i s ljudima, a zaposlenici uočavaju svoje jače strane, postaju samopouzdaniji i opušteniji.

Biste li nam mogli otkriti najvažnije smjernice za dobro vođenje?

Važno je samo jedno: svaki dan izdvojite vrijeme za ljude, slušajte ih i hvalite, stvarajte povjerenje i jasnu, otvorenu komunikaciju.

Je li se vođenje s vremenom promijenilo? Je li ono danas isto kao prije primjerice 15 godina?

Dobro vođenje uvijek je isto. Ali prosječno ili čak loše vođenje danas mnogo brže ostavlja posljedice i one su mnogo

teže. Zbog toga se prosječni voditelji definitivno moraju ciljano usavršavati.

Koja je najveća pogreška koja se tu može učiniti?

Najveća je pogreška ne imati povjerenje u svoje suradnice i suradnike i radije sve raditi sâm, misleći da će se tako posao najbolje obaviti.

Je li vođenje jednostrani proces ili za dobro upravljanje važnu ulogu ima i tim?

To je vrlo bitno pitanje. Svaki voditelj ovisi o kvaliteti svoga tima i stoga je važno odmah na početku odgovoriti na pitanje tko se uklapa u tim. To nam je svima potpuno jasno kad razgovaramo o nogometu, ali nam se čini da to ne vrijedi za naš svakodnevni posao. No to je pogrešno. Svi smo mi stvarno dobri samo kad radimo ono što možemo, kad obavljamo zadatke koje su u skladu s našim interesima i sposobnostima.

Kako se pripremate za nastupe pred publikom?

Na pripremnim dogovorima upoznajem se s aktualnim izazovima klijenta. Iz toga dobivam nit vodilju, ali je tek u kontaktu sa slušateljima ispunim konkretnim detaljima. Nakon toliko godina iskustva sa stotinama tisuća slušatelja iz cijelog svijeta, više se ne trebam detaljno pripremati. Vježba je sve.



Razvili ste i vlastitu, Winterhellerovu metodu. Možete li nam je ukratko opisati?

Tisućljećima se činilo da su izvanredna postignuća i rezultati privilegija posebno nadarenih. No proteklih desetljeća sve je više naznaka da posebna postignuća nisu rezultat posebnih sposobnosti. Naprotiv. Izvanredna postignuća može ostvariti svatko tko svojim zadaćama pristupa s određenim unutarnjim stavom. Upravo je formiranje tog unutarnjeg stava kod slušatelja cilj Winterhellerove metode. Vrijednost unutarnjeg stava nezamjenjiva je.

Polazite od toga da je unutarnji stav u poslovnom svijetu zapostavljen. Kako se unutarnji stav može konkretno aktivirati i zašto se toliko zapostavlja?

Naša čitava kultura orijentirana je prema van. Projekti su kratkoročni, sve mora ići brzo i odmah donijeti profit. No zapravo su korjenite odluke u kombinaciji s izdržljivošću i upornosti bitni čimbenici uspjeha. To vrijedi i za privatni život i poslovni svijet. Kosti pucaju zbog mikro ozljeda, dakle sasvim malih lezija koje s vremenom razaraju strukturu. Isto vrijedi za naše odnose koji pucaju zbog svakodnevnih, malih neljubaznosti, dok ih svakodnevne pozitivne akcije jačaju. U poslovnom svijetu male nepromišljenosti slabe vjernost i obeshrabruju. Drskost i nepromišljenost više uništavaju opravdane nade nego naizgled mnogo važnija natjecanja. Dakle, nužno je promijeniti stavove. A stavovi su zarazni i već mala skupina ljudi može postići mnogo, i u pozitivnom i u negativnom smislu.

Što kažete kritičarima koji su skeptični prema Vašoj metodi?

O svakoj temi danas postoji mnogo mišljenja. Mnogi su zahvaljujući mojoj metodi ostvarili uspjeh. Ali ima i onih koji su drukčijeg mišljenja, a također su uspješni. Moramo se za nešto odlučiti, to je bitno. Moramo vjerovati u nešto i onda

to realizirati s velikom odlučnošću. Najmanje su uspješni oni koji stalno mijenjaju metode i trče za svakim novim trendom, a zapravo nikada nisu dosljedni.

Mnogo putujete i u svojim izlaganjima savjetujete i potičete ljude, iznosite nova gledišta. Kako i gdje pronalazite svoj unutarnji stav, mir i ideje za prezentacije?

Puno učim od impresivnih ljudi koje upoznajem zahvaljujući svome poslu. Neki od njih su slavne osobe, neki su potpuno nepoznati, a ipak ostvaruju izvanredna postignuća. Smatram velikim blagoslovom to što na taj način imam priliku iskusiti nešto novo i usavršavati se. Pomažem ljudima otkriti i razviti svoje potencijale. Moj se posao može usporediti s poslom menadžera. I svaki put mi iznova pričinja golemu radost.

Dr. Manfred Winterheller

Izlagač, poduzetnik, mentor za osobni razvoj i autor

Obrazovanje: Studij poslovne ekonomije u Grazu (Austrija)

Profesionalna karijera: Revizor i porezni savjetnik, osnivač tvrtke Winterhellersoftware, traženi predavač na temu vođenja prema Winterhellerovoj metodi, gostujući profesor na Dunavskom sveučilištu Krems (Austrija)

FÊTE DES VIGNERONS

Hommage vinogradarstvu

U ljeto 2019. u Veveyju na zapadu Švicarske održat će se velika svečanost Fête des Vignerons. Vetropack je ponosan partner i sponzor ove svečanosti koja se organizira svakih dvadeset godina. Službenu bocu za vino proizvodi Vetropackova staklana u St-Prexu.

Fête des Vignerons jedinstvena je manifestacija jer se održava svakih dvadesetak godina, a ovogodišnja svečanost bit će najveća u njejoj povijesti. Sponzor manifestacije je i Vetropack, koji do sada nikada nije sponzorirao ovako veliku priredbu u cijelosti posvećenu vinarskoj kulturi. Službena boca za vino je klasična vaudoise-boca iz Vetropackove staklane u St-Prexu, smještenom nedaleko od Veveyja, mjesta održavanja svečanosti. Vetropack je za ovu svečanost donirao i čaše za vino i mineralnu vodu.

Manifestacija Fête des Vignerons, koja će se održati od 18. srpnja do 11. kolovoza 2019., uvrštena je 2016. na UNESCO-v reprezentativni popis nematerijalne kulturne baštine. Od 18. stoljeća prenosi se iz naraštaja u naraštaj i spaja stare tradicije sa zahtjevima današnjice. Čvrsto je etablirana u kraju oko Lavauxa, čiji su terasasti vinogradi uvršteni 2007. godine na UNESCO-v popis svjetske kulturne baštine.

Središnje mjesto svečanosti je glavna pozornica površine veće od 1000 metara četvornih u sklopu arene s 20 tisuća mjesta. Tamo će biti održana i službena prezentacija na kojoj će se nazočnima prikazati kako izgleda godina dana u životu vinograda – radovi u vinogradu, društvena događanja, godišnja doba i druge teme.



Fête des 20 Vignerons 19

Du 18 juillet
au 11 août 2019

Vevey
Suisse





ELEGANCIJA

Spoj tradicije i modernog

U augustinskom samostanu u južnomoravskom mjestu Šardice vino se proizvodi od sredine 18. stoljeća. Boca za Augustiniánský sklep od 7,5 decilitara dolazi iz Vetropackove staklane u Kyjovu.

Augustiniánský sklep najbolje dolazi do izražaja u boci od bijelog stakla. Glavne odlike dorađene staklene boce od 7,5 decilitara su jasne i jednostavne linije te dinamičnost, kojoj pridonose ugravirani obrisi zgrade u kojoj je smješten augustinski vinski podrum, kao i natpis Augustiniánský Sklep.

Vinarija NEOKLAS Šardice a.s. osnovana je 1995. i otada u Moravskoj opet živi stoljetna tradicija vinogradarstva i vinarstva. U augustinskom samostanu u Šardicama prvo je vino proizvedeno sredinom 18. stoljeća. Vinarija redovito ulaže u modernizaciju svoje proizvodnje, a istodobno ostaje vjerna tradicionalnom vinogradarstvu.

RAZNOLIKE AROME

Tradicionalna rakija

U staklani u Pöchlarnu Vetropack Austria proizvodi novu bocu od 7 decilitara za gornjoaustrijskog proizvođača emil-Spirituosen. Njihove rakije različitih okusa najbolje dolaze do izražaja u novom ruhu od bijelog stakla.

Stručnjaci za staklo iz Vetropackove staklane u Pöchlarnu u suradnji s destilaterom Emilom Stegmüllerom dizajnirali su novu bocu od 7 decilitara s navojnim zatvaračem. Logotip "emil" ispisan malim slovima četiri je puta ugraviran u donjem dijelu boce i odmah privlači pogled. Od ramena pa sve do vrata boce uzdižu se planinski vrhovi koji se haptički nadovezuju na planinu otisnutu na etiketi.

Boce od 7 decilitara punjene rakijama emil različitih okusa prodaju se isključivo na policama maloprodajnih trgovina. Obiteljska tvrtka emil već 150 godina proizvodi rakije prema tradicionalnoj recepturi, ali s daškom modernizma.



Tražite staklenu ambalažu za hranu ili pića? U našem online katalogu pronaći ćete više od 900 artikala. Jednostavno skenirajte ovaj QR kod!



ZAPANJUJUĆE

Jednostavna ljepota

Boce od 7,5 decilitara u cuvée boji za voćno crno vino Stupore Bolgheri DOC proizvodi Vetropackova staklana u Italiji. Jednostavan, elegantan dizajn staklene boce u savršenom je skladu sa svijetom čudesa oslikanim na etiketi.

Crno vino Stupore Bolgheri DOC puni se u staklene boce od 7,5 decilitara Vetropackove staklane u Italiji tek nakon što je otprilike deset mjeseci dozrijevalo u hrastovim bačvama. Boca u cuvée boji odlikuje se jednostavnim linijama i elegancijom. Naziv vina evocira magični, imaginarni svijet, daleko od užurbane svakodnevice.

Piktogram, koji je također ugraviran, stilizirana je verzija maslačka, a osmislila ga je talijanska ilustratorica Nicoletta Ceccoli. Maslačak je prikazan i na sjajnoj srebrnoj foliji na plavoj pozadini, a simbolizira profinjenost i skupocjenost koje su svojstvene vinskom stilu vinarije Feudi San Gregorio.

BILJNI LIKER

Češki korijeni

Češki biljni liker Becherovka Original poznat je i popularan i izvan granica zemlje. Nove, moderne staklene boce tipične zelene boje proizvodi Vetropack Nemšová.

Zelena staklena boca za omiljeni liker Becherovka Original apsolutno je jedinstvena, a osmislili su je stručnjaci za staklo iz Vetropack Nemšove u suradnji s uglednim studijem za dizajn Coley Porter Bell iz Londona (Engleska). Boca novog, modernijeg dizajna zatvara se pilfer proof zatvaračem, a dostupna je i u verziji od 3,5 decilitara. Becherovka Original proizvodi se od dvadesetak vrsta biljaka i začina.

Becherovku je 1807. utemeljila slavna obitelj Becher u Karlovim Varima u Češkoj. Na tipičnoj plosnatoj boci od zelenog stakla ugravirani su inicijali Jana Bechera, a njegov se potpis nalazi na etiketi. Gorko-slatki liker Becherovka Original odličan je aperitiv, a jednako dobro prija i nakon jela ili u osvježavajućem koktelu.



OKRUNJENA NAGRADOM

Probrane bobice

Bobice sorte greco od kojih se proizvodi suho pjenušavo vino DUBL ESSE potječu s juga Italije. Staklene boce u cuvée boji proizvodi Vetropack Italija.

Staklena boca od 7,5 decilitara za talijanski pjenušac DUBL ESSE odlikuje se jednostavnim dizajnom, a proizvodi je Vetropack Italija u svojoj tvornici u Trezzanu sul Naviglio. Tri zelene linije različite širine obavijaju bocu, a inspirirane su tijarom koju Sveti Otac nosi u svečanim prigodama. Liniju DUBL ESSE osmislio je talijanski dizajner Fabio Novembre. "Ikone svetaca obilježile su moje djetinjstvo i okupirale moj um", kaže Novembre, koji je za dizajn ove boce osvojio zlatnu medalju na međunarodnom natjecanju za najbolju ambalažu u sklopu sajma Vinitaly.



SLATKO

Med iz Hrvatske

Obje teglice od bijelog stakla koje proizvodi Vetropack Straža rezervirane su isključivo za med iz Hrvatske. Svaka staklenka mora biti propisno deklarirana i na njoj mora biti oznaka Hrvatskoga pčelarskog saveza.

Za Hrvatski pčelarski savez Vetropack Straža proizvodi staklenke u dvjema veličinama: od 720 mililitara i 580 mililitara, a u pripremi su još dvije manje staklenke. Njihov je dizajn jednostavan, a na prednjoj strani ističe se ugravirani crtež saća.

U ove teglice od bijelog stakla smije se puniti samo med koji udovoljava standardima kvalitete propisanim Pravilnikom o medu. Svaki med mora nositi znak Med iz Lijepe naše te etiketu proizvođača. Lani je 7. prosinca proglašen Školskim mednim danom. To je dan svetog Ambrozija, zaštitnika pčelara, ali i svjetski dan meda. Svi prvašići u Hrvatskoj na taj su dan dobili teglicu meda.



MOĆNO

Džin s medom

Za džin GiniBee proizvođača MR SPIRITS d.o.o. iz Slovenije boce od bijelog stakla od 7 decilitara proizvodi Vetropack Straža. Zahvaljujući ekstravaganantnom dizajnu boce ovo se žestoko piće ističe među sličnim proizvodima.

Tajna nije samo receptura po kojoj se proizvodi GiniBee, nego i dizajn boce. Zahvaljujući tankom premazu u boji ova staklena boca od 7 decilitara izgleda originalno i ima odlična haptička svojstva, a pritom ne gubi svoj stakleni karakter. Na premaz je dodan i poseban UV-tisak koji štiti džin od ultraljubičastih zraka. Sredinu "strukirane" boce krase reljef s otiskom logotipa proizvođača.

Ova žestica proizvodi se od bobica smreke i sadrži još jedan posebno sladak sastojak: prije proizvodnje 20 posto bobica natapa se u slovenskom medu. Tvrtku je osnovao Rado Mulej, poznati slovenski glumac i voditelj.



Prema Vašoj želji razvit ćemo i proizvesti originalne, savršeno oblikovane staklene boce, u raznim bojama i s raznim doradama. Izbor je na Vama!

ZA DJECU

Učiti o recikliranju kroz igru

Upoznati djecu sa staklenom ambalažom i recikliranjem kroz igru cilj je jednoga slovačkog projekta za osnovne škole. Projekt je pokrenula mljekara Malý Gazda u suradnji s Vetropack Nemšovom i marketinškom agencijom dobrýBRAND.



U Slovačkoj je malo školskih programa kojima se djeci skreće pozornost na pitanja vezana za okoliš i ekološki svjesno ponašanje. Zbog toga je slovačka tvrtka Malý Gazda, čiji su mliječni proizvodi u staklenkama vrlo poznati i popularni, odlučila pokrenuti projekt za škole kako bi se to promijenilo. Odgovorne osobe Vetropack Nemšove ta je ideja odmah oduševila.

Vetropackova staklana u Slovačkoj dostavila je učenicima i učenicama osnovne škole Lesnicka na istoku Slovačke 500 staklenki za jogurt. U suradnji s marketinškom agencijom dobrýBRAND organizirano je natjecanje čiji je cilj bio kroz igru upoznati djecu s recikliranjem stakla. Od praznih staklenki za jogurt učenice i učenici izrađivali su kreativna umjetnička djela, primjerice stolić staklenih nogu i razne

figurice. Petsto djece sa svojim je učiteljicama i učiteljima za natjecanje prijavilo 50 originalnih djela, tako da žiriju nije bilo nimalo lako izabrati dva pobjednička razreda.

Entuzijazam učenika pokazuje da su recikliranje stakla i staklo općenito vrlo kreativne i zanimljive teme za mlade. Znanje koje su stekli ostat će im za čitav život, a nadajmo se da će ga prenijeti idućem naraštaju.



DAN ZA KUPCA

U znaku okoliša

Vetropack Nemšová krajem prošle godine u srcu slovačkoga glavnoga grada Bratislave organizirala je godišnji susret s velikim kupcima. Dobra atmosfera, kulturni doživljaj i uspješni susreti obilježili su ovaj jednodnevni susret.



Pozivu Vetropackove tvornice u Slovačkoj na dan za kupce odazvalo se deset velikih domaćih kupaca iz raznih segmenata. Staklo ne samo da spaja poslovne partnere, već i ljude koji se bave ekološkim temama te utjecajem na okoliš. Ove teme bile su ujedno i središnje teme događanja, jednako kao i uspješna kampanja "Endless Ocean" pomoću koje se Friends of Glass zalaže za zaštitu mora.

Za uspomenu na priredbu gosti su se mogli fotografirati u posebnoj kutku za fotografiranje, nakon čega su se svi zaputili u kazalište Nová scéna na slovački mjuzikl "Rasputin". Na kraju ovog šarolikog spoja glazbe, plesa i pjesme kupci su dobili mali božićni poklon u staklenci.



NOMINACIJA ZA NAGRADU WORLD STAR

Mala boca pod svjetlom reflektora

Boca za ukrajinsku mineralnu vodu VODA UA od 4 decilitra nominirana je za nagradu World Star i osvojila je certifikat za zasluge. Ove renomirane nagrade u ambalažnoj branši svake godine dodjeljuje organizacija World Packaging Organisation.

Ambalaža koja je u prethodnoj ili tekućoj godini odlikovana nekom renomiranim nacionalnom nagradom može se prijaviti za dodjelu nagrada World Stars. Vetropack Gostomel iskoristio je tu priliku i prijavio svoju bocu za mineralnu vodu VODA UA. Bočica se, doduše, nije uspjela popeti na najviše postolje, ali je nominacija dovela do certifikata za zasluge.

Glavno obilježje ove staklene boce jest ekskluzivni cvjetni dizajn. Boca je ukrašena gravurama makova koji ističu prirodnost mineralne vode. K tomu, mak je ukrajinski nacionalni cvijet.



PLATFORMA

Ljubav prema staklu

Već više od deset godina u Hrvatskoj postoji platforma "Staklo, moj prijatelj" čiji je cilj učenice i učenike širom države senzibilizirati za recikliranje i njegov utjecaj na okoliš. Platformu od samog početka financijski podupire i vodi Vetropack Straža kao jedina staklana u Hrvatskoj.



U okviru hrvatske platforme "Staklo, moj prijatelj" organiziraju se razne radionice za učenike. Jedna od njih je i prezentacija puhanja stakla kojom su djeca svaki put oduševljena, što se najbolje vidi po njihovim ozarenim licima. Uistinu koncentrirano upijaju informacije o prednostima stakla i važnosti njegova recikliranja. To potvrđuje i završni kviz na kojem su apsolutno svi njihovi odgovori točni. "Kad odrastem, bit ću puhač stakla", rekao je jedan od polaznika. Također, organiziraju se i radionice na kojima budući stručnjaci za staklo imaju priliku učiti o pravilnom odvajanju otpada.

Radost za djecu su i kazališne predstave "Priča o recikliranju" i "Velika staklena avantura" koje pozivaju djecu da puste mašti na volju. Proteklih su godina u okviru platforme organizirane brojne izvedbe i uvijek su naišle na veliko oduševljenje djece.

Stopa recikliranja stakla u Hrvatskoj je niska. Stoga se Vetropackova staklana u Hrvatskoj od uvođenja platforme "Staklo,

moj prijatelj" snažno zauzima za ovu temu. Reakcije djece i učitelja uvijek su pozitivne i ohrabrujuće. Veliko zanimanje učenika za staklenu ambalažu i recikliranje stakla ulijeva nam nadu u to da će novi naraštaji više brinuti o okolišu.



MALE STVARI

Aktivno sudjelovanje u oblikovanju životnog okruženja

Vetropack Moravia sponzor je češkog projekta pod nazivom "Male stvari oko nas". Ova financijska podrška omogućit će realizaciju najboljih prijavljenih ideja za poboljšanje ili preuređenje životnog okruženja.



Od ukupno 23 prijedloga koja su dostavile organizacije i pojedinci u okviru projekta "Male stvari oko nas" djelatnici Vetropackove staklane u Češkoj izabrali su deset projekata za završni krug. Potom je manji žiri, u kojem su također bili djelatnici staklane, odabrao šest pobjednika od kojih je svaki nagrađen s 10 tisuća kruna (oko 400 eura).

Nagrađeni su sljedeći projekti: izrada staklene košnice za male pčelare, novi kostimi za djecu folklornog ansambla, sjedala u svetištu Věgrův kříž koje se nalazi nedaleko od Vetropackove tvornice, novi ormar za dječji klub, vježbalište za mlade bicikliste i hranilište za ptice na dobroj lokaciji za promatranje.

Bez Vetropackove financijske pomoći mnoge od tih ideja ne bi se uopće realizirale ili bi se mogle realizirati u mnogo manjoj mjeri. Naizgled male stvari često pokrenu velike. Ovi projekti pokazuju da je svima važno njihovo životno okruženje i spremni su pomoći kako bi ono bilo još ugodnije za život.



FRAGMENTI IZ KULTURE



© The Corning Museum of Glass

CENTAR STAKLARSKIH INOVACIJA

Muzej Corning Museum of Glass ponos je američkoga grada Corninga u saveznoj državi New York. Grad se opisuje i kao američki centar za staklarske inovacije, jer je tamo staklarska industrija najjači gospodarski čimbenik. Uz muzej, u Corningu se nalazi i proizvođač specijalnog stakla Corning Inc. te brojne staklopuhačke radnje. U muzeju je izloženo više od 50 tisuća predmeta povezanih sa staklom. Zbirka se sastoji od umjetnina iz doba Starog Egipta, Grčke, Rima, Azije, Europe i Amerike, a prikazuje raspon umjetničkih pokreta od kasnih godina 19. stoljeća pa sve do danas. Corning Museum of Glass poznat je i po svojim prezentacijama puhanja stakla, koje su pravi magnet za posjetitelje, kao i po najvećoj staklenoj tikvi teškoj 30-ak kilograma.

Barokna umjetnost u novoj interpretaciji

U naivnoj umjetnosti, motiv se tehnikom ulja na staklu oslikava obrnuto, na stražnoj strani staklene površine. Obično se prvo skiciraju obrubi, koji se potom popunjavaju. Pozadina se oslikava na kraju.

Centar hrvatske naivne umjetnosti nalazi se na sjeveru Hrvatske u Hlebinama. Tamo se nalazi i Hlebinska slikarska škola. Ova vrsta umjetnosti nastala je 30-ih godina prošlog stoljeća kad je slikar Krsto Hegedušić grupi seljaka bez akademskog obrazovanja želio približiti slikarstvo. Seljaci su bili oduševljeni i nastavili su s oslikavanjem stakla, pa je ovaj barokni način slikanja ponovno doživio svoj procvat. Na svijetu je mnogo muzeja i galerija posvećeno upravo naivnoj umjetnosti.



© Ivan Generalić, Muzej grada Kopivnice

**Kontakt adrese
Prodaja****Švicarska**

Telefon +41 44 863 34 34
Fax +41 44 863 34 45
marketing.ch@vetropack.com

Austrija

Telefon +43 2757 7541
Fax +43 2757 7541 202
marketing.at@vetropack.com

Češka

Telefon +420 518 733 111
Fax +420 518 612 519
marketing.cz@vetropack.com

Slovačka

Telefon +421 32 6557 111
Fax +421 32 6589 901
marketing.sk@vetropack.com

**Hrvatska, Slovenija,
Bosna i Hercegovina,
Srbija, Crna Gora,
Makedonija**

Telefon +385 49 326 326
Fax +385 49 341 154
prodaja@vetropack.com

Ukrajina

Telefon +380 4439 241 00
Fax +380 4597 311 35
sales.ua@vetropack.com

Italija

Telefon +39 02 458771
Fax +39 02 4587714
sales.it@vetropack.com

Ostale zemlje zap. Europe

Telefon +43 7583 5361
Fax +43 7583 5361 225
export.west-europe@vetropack.com

Ostale zemlje ist. Europe

Telefon +420 518 733 341
Fax +420 518 612 519
export.cz@vetropack.com