

VETROTIME

TRŽIŠTE
Rosé vina

ISTRAŽIVANJE
Kupci
o Vetropacku

UMJETNOST
Drugi život za staklene boce

03 TRŽIŠTE	Osjećaj ljeta u staklu
06 KUPCI	Pohvale, prijedlozi i kritike
09 PRIZNANJA	Nagrađena ambalaža
12 NOVI RAZVOJI	Za žeđ i užitak
18 TEHNOLOGIJA	Automatski prijenos podataka
22 UMJETNOST	Finski upcycling



Drage čitateljice, dragi čitatelji,

Bijelo vino pije se dok na stol ne stigne crno. Osim kada je na jelovniku riba – tada se nastavlja s bijelim. No, ruku na srce, ova pravila već dugo ne vrijede. Sve je moguće i pije se ono što nam prija. Tijekom ljetnih dana i prekrasnih toplih ljetnih večeri prednost dajemo laganijim pićima. Hladna voda, pivo s pjenom i prije svega rosé vina među popularnijim su pićima koja prate druženja u vrtovima i na balkonima. Otvaranje boce postalo je ritual – promišljeni i smireni pokreti kad je riječ o vinskim bocama, a nešto brži kad se otvara pivo. Zajedničko im je ipak iščekivanje zvuka otvaranja. Rosé vino u međuvremenu je postalo jedno od najpopularnijih ljetnih pića. Prodajne statistike pokazuju da je danas svaka deseta popijena boca vina – rosé. Mnoga od tih vina pune se u boce iz Vetropacka. Ponudu rosé vina možete naći na sljedećim stranicama ovog Vetrotimea.

Ove smo godine na nekoliko lokacija proveli ispitivanje zadovoljstva kupaca. Važno nam je znati što naši kupci misle o nama i što bismo, po njihovu mišljenju, mogli raditi bolje. Mišljenje naših kupaca služi nam kao smjerica za utvrđivanje mjera za poboljšanje. Posebno me veseli to što su naše internetske stranice dobro prihvaćene i što se mrežni katalog aktivno koristi.

U ovom uvodniku svakako želim spomenuti sajam na kojem će se u rujnu predstaviti i Vetropack. Riječ je o sajmu SIMEI@drinktec u Münchenu koji se održava od 11. do 15. rujna i jedan je od vodećih u području vinarstva. SIMEI se prvi put održava zajedno s tradicionalnim sajmom drinktec, i to u Njemačkoj, a ne kao do sada u Italiji. Kolege se već vesele susretu s vama u paviljonu C2 na štadu 437. Nadam se da će to biti i prigoda da čašom rosé, bijelog ili crnog vina zajedno nazdravite završetku ljeta.

Srdačno


Claude R. Cornaz



ROSÉ VINA

Osjećaj ljeta u boci

U bocama od bijelog stakla savršeno se ističu različiti svijetlocrvenkasti tonovi rosé vina. Staklo omogućuje ovim osjetljivim ljetnim vinima, posluženima kao aperitiv ili osvježanje uz jelo, da nas svojom bojom privuku na prvi pogled.

S ljetnim temperaturama raste i želja za rosé vinima, koja su u Europi sve omiljenija. U svijetu je gotovo svaka deseta konzumirana boca vina – rosé, a 80 posto proizvodnje ovog pića potječe iz Francuske, Španjolske, Sjedinjenih Država Amerike i Italije. Još prije dvadeset godina to se nije moglo ni zamisliti. Malo je vinara u svojoj ponudi imalo rosé vino jer se smatralo da je ono bez karaktera i samo za povremenu konzumaciju.

Živahne boje, voćni okus, svježina

Ljetna vina svijetlocrvenkastih nijansi pretežno se pune u boce od bijelog stakla. U njima savršeno dolazi do izražaja ružičasta, boja lososa ili marellice, bakrenocrvena ili pink boja. Pri odabiru oblika boce nema granica. Ne postoji tipična boca za rosé, a najomiljenije su bordeaux, rheinwein ili burgunder s navojnim čepom. Gazirana rosé vina često se pune i u otmjene boce za pjenušce s plutenim čepom.

Želite li samo za Vas dizajniran model boce? Vetropack je pravo mjesto za to. Staklarski stručnjaci prate klijenta od zamisli, preko osmišljavanja i oblikovanja do gotove vinske boce. Prve odluke donose se uz pomoć detaljnih trodimenzionalnih modela i vizualizacijskih slika boce, a potom se izrađuju uzorci. Dobar dizajn, koji uključuje taktilne i vizualne

karakteristike te kvalitetu upotrijebljenog materijala, čini svako rosé vino posebnim.

Kako nastaje rosé vino

Rosé vina dobivaju se preradom crnih sorti grožđa, a boja ovisi o vrsti loze i načinu proizvodnje. U pravilu se crno grožđe odmah nakon berbe prerađuje po metodologiji prerade bijelog grožđa. To znači da se nakon mljevenja stavlja u prešu i samo lagano istisne. Kod laganih sorata, nakon mljevenja, a prije prešanja, grožđe i dobiveni sok ostaju tako stajati određeno vrijeme – taj postupak stručno se naziva maceracija. Pritom se iz kože izlučuju pigmenti boje i što duže potraje taj proces, to će boja biti intenzivnija.



Drugi način dobivanja rosé vina je postupkom saignée (franc. "puštanje krvi"). Iz vinifikatora za crno vino bez prešanja se nakon nekoliko sati ili dana uzima manja količina soka koja se dalje maceracijom prerađuje u rosé vino. Od ostatka se rade crna vina intenzivnije boje jer će manja količina mošta macerirati s istom količinom kožica.

Ljetni napitak

U ružici, kako se još nazivaju rosé vina, može se uživati i u polutekućem obliku – tzv. frosé omiljeni je ljetni napitak 2017.

Za tu ledenu kreaciju, rosé vino se zaledi i izmiksa s voćem. Druga je varijanta da se smrznuto voće izmiksa s vinom. Frosé je pogodan za posluživanje kao osvježavajuć voćni desert. No, kao aperitiv ili uz glavno jelo, ružicu je najbolje poslužiti samu.





ANKETA MEĐU KLIJENTIMA

Pohvale, prijedlozi i kritike

Vetropackove tvornice u proljeće su u Hrvatskoj, Švicarskoj, Austriji i izvoznim zapadnim zemljama (Njemačkoj, Francuskoj, Mađarskoj itd.) provele anketu među klijentima. Iako su odgovori bili uglavnom pozitivni, anketa je ukazala i na područja u kojima postoji mogućnost poboljšanja.

Cilj svake ankete među klijentima je određivanje vlastite pozicije. U stalnom nastojanju poboljšavanja suradnje s klijentima, svakoj je tvrtki važna percepcija javnosti i uočavanje prostora za poboljšanje.

Ankete su provele vanjske agencije, a odaziv je u svim državama bio odličan – više od 70 posto, što dobivene za-
ključke čini još značajnijima. U Švicarskoj, Austriji i zapad-
nim zemljama ankete su provedene online, a u Hrvatskoj
telefonski, metodom CATI (intervju uz pomoć računala).

Visok stupanj zadovoljstva

Razina općeg zadovoljstva izrazito je visoka. U Švicarskoj je ta vrijednost u odnosu na anketu od prije tri godine jednako visoka, a u Austriji i na izvoznim tržištima i dalje je vrlo dobra, iako ne toliko kao prošli put. Na hrvatskom tržištu, za koje su ispitivani i klijenti u Sloveniji, Srbiji, Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori i Makedoniji, stupanj zadovoljstva je lagano porastao. Osobito je cijenjena personalizirana

suradnja s Vetropackovim djelatnicima. "Vetropack ima odličan know-how i visoku razinu stručnosti, stoga sam vrlo zadovoljan našom suradnjom", izjavio je jedan klijent. Odlično je ocijenjen i profesionalni partnerski način poslovanja Vetropacka, utemeljen na povjerenju.

Mogućnost poboljšanja

Koliko god pozitivne bile ocjene za Vetropack, uvijek može bolje. Klijenti priželjkuju još fleksibilnije udovoljavanje njihovim željama. Oni koji su imali određene reklamacije kritizirali su kvalitetu proizvoda i transportnog pakiranja, ali je uvelike skraćeno vrijeme reakcije u tim situacijama. Koliko god reklamacija bila neugodna, klijenti smatraju da Vetropack reagira transparentno, pošteno i brzo. Također bi željeli manje proizvodne serije te asortiman bolje prilagođen pojedinačnim kupcima. Tek nekoliko klijenata nije bilo zadovoljno uvjetima plaćanja i nefleksibilnom proizvodnjom.

Vetropack sve kritike i prijedloge prihvaća vrlo ozbiljno. Paketi ciljanih mjera omogućit će bolje prilagođavanje potrebama klijenata i jačanje postojećih usluga. Primjerice, ako u standardnom asortimanu nema željenog artikla, može se zajedno s Vetropackovim stručnjacima razmisliti o izradi vlastitog, posebnog ambalažnog modela. Mogućnosti su gotovo beskonačne.

Klijenti neke usluge koriste rjeđe nego prije tri godine. Na prvom je mjestu i dalje zajedničko planiranje potreba, a slijedi razvoj individualne staklene ambalaže.

Znatno manje se koristi usluga savjetovanja i tu je potrebno istražiti razloge za takvo stanje. Jedan Vetropackov tim već radi na tome.

Klijenti su zadovoljni novim internetskim stranicama, a posebno im je važan mrežni katalog koji je za današnji način poslovanja neophodan.

REKILIRANJE

Skup partnera u St-Prexu

Peter Reimann, voditelj recikliranja u švicarskom Vetropacku, svake dvije godine organizira skup partnera uključenih u aktivnosti recikliranja. Prošli skup bio je poseban jer je to bio posljednji u njegovoj organizaciji. Naime, Peter Reimann krajem godine odlazi u mirovinu. Svečanosti u švicarskoj staklani u St-Prexu prisustvovalo je 60 uzvanika.

Tema partnerskog skupa održanog početkom lipnja bila je "Recikliranje stakla – kružni tok koji funkcionira". Nakon što je Philippe Clerc, direktor Vetropackove staklane u St-Prexu, održao kratko izlaganje o povijesti staklane u St-Prexu, direktorica prodaje švicarskog Vetropacka Christine Arnet izvijestila je okupljene o prodajnim podacima za prošlu godinu. Te je informacije povezala s temom skupa i jasno pokazala da Vetropackova staklana u Švicarskoj korištenjem staklenog otpada kao dragocjene sekundarne sirovine smanjuje emisije stakleničkih plinova i CO₂. Na skupu je bio i Marc Kuster, nasljednik Petera Reimanna. Iskoristio je ovu prigodu



kako bi uspostavio prve kontakte s budućim partnerima i kolegama te se još bolje upoznao s temom skupa. Posjetitelji su obišli staklanu i tako izbliza doživjeli postupak proizvodnje staklene ambalaže – od pripreme staklenog krša, preko taljenja i oblikovanja staklene taline pa sve do proizvoda na paletama spremnih za isporuku.

GLASS PACK

Novi sajam u Italiji

Početkom lipnja u Pordenoneu, 60 km od Venecije, prvi je put održan sajam GlassPack, na kojem se predstavila i Vetropack Italia.



Posjetitelji sajma GlassPack imali su priliku saznati sve što ih zanima o proizvodima 65 izlagača; i to ne samo na štandovima, već i u odvojenom proizvodnom dijelu. Vetropack Italia i drugi izlagači tamo su predstavili svoje proizvode u najboljem svjetlu. Osim upoznavanja s proizvodima i uslugama, posjetitelji su mogli sudjelovati u raznim radionicama i predavanjima, a održane su i prezentacije tvrtki. Marcello Montisci, direktor marketinga, prodaje i planiranja proizvodnje Vetropack Holdinga, iskoristio je tu prigodu i predstavio Vetropack grupu i njen razvoj, istaknuvši pritom važnost talijanskog tržišta i poslovnog okruženja.

GlassPack novi je sajam u Italiji koji je namijenjen čitavoj industriji staklene ambalaže i na kojem su paletu svojih proizvoda i usluga predstavile različite tvrtke, od dizajna i dekoracija do proizvodnje i pakiranja.

FEST.A CROPAK

Inovativno iskorištena standardna boca za craft pivo

Uspješna koncepcija brendiranja, koja obuhvaća naziv proizvoda i oblikovanje etikete, učinila je od standardne boce pravu zvijezdu među ambalažom. Proizvodni program zanatskih piva Pivovare Medvedgrad iz Zagreba za svoj je inovativni dizajn nagrađen na festivalu ambalaže Cropak.

Najbolja i najuspjelija ambalaža na hrvatskom tržištu svake se godine nagrađuje na festivalu ambalaže FEST.A Cropak. Ove godine prvi su put ocjenjivani i proizvodi u kategoriji zanatskih (craft) pivovara. Nagradu, čiji je pokrovitelj Vetropack Straža, osvojila je zagrebačka Pivovara Medvedgrad.

Ova pivovara od 2013. svoja zanatska piva puni i u smeđe standardne nepovratne boce, koje proizvodi Vetropackova tvornica u Hrvatskoj. Koriste ih i mnoge druge pivovare, no s posebno dizajniranim etiketama i nazivima, ova zanatska piva djeluju jedinstveno.



Za dizajn etiketa zadužena je Andrea Knapić u suradnji s Tomislavom Tomićem i Vedranom Klemensom. Troje umjetnika izvrsno se dopunjuje, istodobno zadržavajući svoju osebnost. Andrea Knapić ima bogato iskustvo u grafičkom i web dizajnu, Tomislav Tomić poznati je ilustrator knjiga a Vedran Klemens priznati ilustrator i grafičar. Umjetnički trojac na svojim etiketama evocira zgrade o kojima se u Zagrebu govori već desetljećima, pa i duže.

Primjerice, *pivo indian pale ale* nazvano je Fakin, po fakinu s Trešnjevke. Pivo Baltazar svoje je ime dobilo po liku iz poznatih hrvatskih crtanih filmova o profesoru Baltazaru,

koji je maštovitim izumima olakšavao život svojim sugrađanima. Na etiketi ćete naći čak i gričku vješticu, pa groficu Kirsch i Crnu kraljicu, starog agramerskog bačvara Miju Budickog, kupalište na Savi – sve redom stare zagrebačke priče.

Živopisne etikete izrađene su od papira sa šarenim tiskom i prekrivaju čitavo tijelo boce. Sve boce iz ove serije na vratu imaju vrpču s logotipom pivovare.

Dana 25. svibnja održana je svečana dodjela nagrada na sajmu Cropak. Tihomir Premužak, generalni direktor Vetropack Straže, uručio je pobjedniku u kategoriji zanatskih pivovara kipić Cropak. Primio ga je menadžer za inovacije Pivovare Medvedgrad Petar Nauković, uz riječi: "To je velika čast za nas, jer sve prijavljene ambalaže bile su kvalitetne i zanimljive. Svi znamo koliko je važna prezentacija proizvoda. Stoga smo jako ponosni što je ambalaža našega zanatskog piva nagrađena kao najbolja. S obzirom na to da je tržište zanatskih piva u porastu, u budućnosti možemo očekivati samo rast kvalitete i inovativnosti kad je u pitanju ambalaža, što je nama samo dodatni poticaj za što bolji rad.



UKRAINIAN PACKAGING STAR

S novom bojom do nove zvijezde

Na nacionalnom natjecanju Ukrainian Packaging Stars 2017 Vetropack Gostomel nagrađen je 13. zvijezdom. Ovaj put žiri je osvojila boca za vino Vardiani od 7,5 decilitara.



Boca za vino bordolesse light 7,5 decilitara iz standardnog asortimana osvojila je žiri svojom malom težinom i cuvée bojom, koja je novitet Vetropack Gostomela. Vetropackova staklana u Ukrajini ovu nepovratnu bocu proizvodi postupkom puhano-puhano. Zahvaljujući toj tehnologiji boca teži svega 400 grama, što znači da je 40 posto lakša od klasičnih boca za vino. Lako staklo istodobno smanjuje troškove i emisije CO₂. Boce tankih stijenki jednako su stabilne i čvrste kao i one od klasičnog stakla.

Novitet, ali i drugo presudno svojstvo za pobjedu bila je nova boja boce – cuvée, koja još bolje štiti dragocjene kapljice od negativnog utjecaja svjetla. I to je žiri posebno istaknuo. Ova boca od lakog stakla s grlom oberband, dostupna i u bijeloj, smeđoj, zelenoj i olive boji, jedna je od najpopularnijih staklenih boca za vino na ukrajinskom tržištu.

Na natjecanju Ukrainian Packing Stars Vetropack Gostomel sudjelovao je već 19. put. Nagrade su dodijeljene u ožujku, u sklopu kijevskog sajma Pack Expo.

PRIJATELJI STAKLA

"Beskonačan život stakla" – najbolja kampanja na društvenim mrežama 2017.

Prijatelji stakla proširili su kampanju pod nazivom "Beskonačan život stakla" i na društvene mreže. I to toliko uspješno da je zaslužila International & European Association Award u kategoriji društvenih medija.

Sjećate li se staklenih boca koje govore a osmislili su ih Prijatelji stakla? Kampanja "Beskonačan život stakla", započeta prije otprilike godinu dana, na zabavan i poučan način tematizira recikliranje stakla. U trgovinama diljem Europe skrivenom kamerom snimani su videozapisi u kojima se staklena boca s police obraća kupcu i uvlači ga u razgovor o beskonačnom životu stakla. Boce koje govore objašnjavaju začuđenim kupcima kako se od stakla zahvaljujući recikliranju uvijek iznova mogu proizvoditi nove boce i staklenke.

Poput #MapYourTaste prije dvije godine, i kampanja "Beskonačan život stakla" postigla je velik uspjeh na društvenim mrežama te je osvojila International & European Association Award u kategoriji društvenih medija.



Best Social Media Campaign
www.associationawards.org



ODRŽIVO

Lako staklo čuva okoliš

Na svečanosti Weingala u Donjoj Austriji vinarija Schwertführer 47er proglašena je vinarijom godine. Kao nagradu, Raiffeisen Ware Austria pobjedniku je uručila 10 tisuća vinskih boca nazvanih "Održiva Austrija".

Već skoro godinu dana na policama distributera Raiffeisen nalazi se boca za vino nazvana "Održiva Austrija". Raiffeisen nudi širok asortiman proizvoda i usluga u području poljoprivrede, poljoprivrednih strojeva, energije, građevinskog materijala te potrepština za kuću i vrt. Vetropack Austria GmbH i RWA Raiffeisen Ware Austria zajedno su razvile bocu od lakog stakla za čiju se proizvodnju koristi do 80 posto staklenog krša.

boca u cuvée boji (410 grama). Sve tri boce zatvaraju se BVS navojnim zatvaračem (Bague Vin Suisse).

Nagrade za održivost

Boci za vino "Održiva Austrija" dodijeljena je 2016. austrijska državna nagrada Smart Packaging koju su zajedno preuzeli Vetropack Austria i RWA. Osim toga, dobitnica je i renomirane nagrade za doprinos očuvanju okoliša Green Packaging Star.

Opredijeljenost za okoliš i lokalne proizvode

Punjenjem svojih proizvoda u boce proizvedene u skladu s načelima održivosti, vinari i drugi proizvođači pića jasno se opredjeljuju za zaštitu okoliša i lokalne proizvode. Boca od lakog stakla prepoznatljiva je zbog natpisa "Nachhaltig Austria" ("Održiva Austrija") koji se nalazi na dnu boce, a dostupna je kao boca bordeaux u olive i primeur boji (350 grama), ali i kao rajnska



U okviru svečane vinske manifestacije Weingala u Donjoj Austriji, vinarija Schwertführer 47er proglašena je vinarijom godine i uručena joj je posebna nagrada: 10 tisuća boca za vino "Održiva Austrija". Vinarija se tako dobro pripremila za iduću sezonu. Na dodjeli nagrada Vetropack je predstavljao Franz Rosner, voditelj prodaje vina, pjenušaca i alkoholnih pića Vetropack Austrije.

PREMIUM KVALITETA

Elegantno lager pivo

Nove boce od zelenog stakla za pivo Ciuc Heineken Rumunjska proizvodi Vetropackova tvornica u Ukrajini, i to sadržaja od 330 i 500 mililitara.

Proljetos je Heineken Rumunjska na tržište plasirala novu bocu od zelenog stakla koju proizvodi Vetropack Gostomel. Boce od 330 i 500 mililitara odlikuju se klasičnim dizajnom: elegantno tijelo boce prelazi u blago zaobljena ramena i dug vrat. Na prednjoj strani ističe se velikim slovima ugraviran natpis: "Premium kvaliteta proizvedena u Rumunjskoj – od 1974." Boca od 330 mililitara zatvara se navojnim krunskim čepom, a ona od 500 mililitara klasičnim krunskim čepom.

Ovo poznato lager pivo proizvodi Miercurea Ciuc, jedna od četiriju pivovara kompanije Heineken Rumunjska. Uz dizajn, potrošače oduševljava i sadržaj ovog svijetlog piva, proizvedenog od klasičnih sastojaka: vode, ječmenog slada i hmelja.



SLOBODAN DUH

Destiliranje na najvišoj razini

Plemenite voćne rakije destilerije Friehof pune se u staklene boce koje proizvodi Vetropack Austria. Voće za ove 'žestice' dolazi iz regije Voralberg, Austrija, i upravo je ono zaslužno za njihovu intenzivnu aromu.

Destilerija Friehof svoje voćne rakije s visokim postotkom alkohola puni u elegantne boce od bijelog stakla proizvedene u Vetropackovoj tvornici u Pöchlarnu. Iznad jednostavne etikete boca od pola i jedne litre ističe se ugravirani natpis "Friehof 1885". Riječ je o godini osnutka te voralberške destilerije. Boca od jedne litre s navojnim zatvaračem i njenu manju varijantu od pola litre s grif čepom obaviija elegantna, snježnobijela zaštitna kapica.

Voće za rakije koje se proizvode tradicionalnim postupkom pečenja uglavnom potječe iz klimatski povoljne alpske doline Rajne. Linija "Friehof 1885" razvijena je prošle godine, a uključuje osam različitih okusa: od tipične kruške viljamovke preko encijana pa sve do voćno svježe crvene naranče. Rakije ne sadrže aditive i arome te odlično pričaju same, ali i kao sastojak drugih pića i koktela.



ČOKOLADNO

Slatko iskušenje

STAUD'S, bečka tvrtka s dugom tradicijom, kombinira voće i kavu s čokoladom. Staklenke od 120 mililitara za ove trendovske kreacije proizvodi Vetropack Austria u Pöchlarnu.

Zaštitni znak tvrtke STAUD'S, renomiranog austrijskog proizvođača delicatesa, je osmerokutna staklenka s crnim zatvaračem. Za ove probrane specijalitete Vetropack Austria proizvodi staklenke od bijelog stakla sadržaja od 37 do 580 mililitara. Danas je u Vetropackovim staklenkama dostupno već više od 220 različitih vrsta slatkih i kiselih delicija. U najnovijim kombinacijama, STAUD'S oplemenjuje voće i kavu kuverturom Grand Cru tvrtke Felchlin, tradicionalnog proizvođača švicarske Grand Cru čokolade. Markantna staklenka od 120 mililitara iz austrijske tvornice u Pöchlarnu neobična je već na prvi dodir. Crni poklopac i etiketa tamne boje zaokružuju sofisticiran izgled staklenke.

Nova slatka iskušenja dostupna su u četiri različita okusa: malina, višnja, banana i kava. Bilo na kruhu ili kao dodatak slatkim jelima – prvoklasni sastojci jamče odličan čokoladni užitak.



AUTENTIČNO

Od čistog slada

Nove boce od zelenog stakla za Laško pivo iz Pivovarne Laško Union proizvodi Vetropack Straža. Za intenzivnu gorčinu ovoga slovenskog piva zaslužna je tradicionalna receptura s čistim sladom.

Pivovarna Laško Union u vlasništvu kompanije Heineken Slovenija svoje nepasterizirano Laško pivo puni u nove staklene boce iz Vetropack Straže. Zelena boca od pola litre dizajnirana je po uzoru na bocu euro-pivo iz standardnog asortimana. Novi model malo je užeg tijela i minimalno viši. Boca je povratna, s krunskim zatvaračem i decentnog dizajna. Sadržaj boce savršeno je vidljiv zahvaljujući i bijelom natpisu koji je na bocu apliciran postupkom sitotiska austrijske tvrtke Print Glass Kurt Mayer.

Laško pivo proizvodi se po tradicionalnoj recepturi s čistim sladom, što mu daje svježu aromu hmelja i autentičnu gorčinu koja je svojstvena slovenskim pivima.





BOGATSTVO TRADICIJE

Staklo, vino i rokenrol

Plemenita kapljica iz švicarskog kantona Wallis u otmjenoj staklenoj boci tvornice Vetropack u St-Prexu – to je vino Petite Arvine selekcije Chris Slade s vinskog imanja de Bernunes.

Glazba skupine AC/DC glasna je i pompozna. Nasuprot tome, vinska boca cuvée boje iz standardnog asortimana tvrtke Vetropack Švicarska jednostavna je i filigranski nježna. Na boci od 7,5 decilitara ističe se tek crvena munja na etiketi i srebrni potpis bubnjara skupine AC/DC. Jednostavna boca s čepom od prirodnog pluta čuva dragocjen sadržaj – vino Petite-Arvine, proizvedeno od stare tradicionalne sorte grožđa iz kantona Wallis.

U sklopu dana otvorenih vinskih podruma u kantonu Wallis, vino su u svibnju predstavili Nicolas Zufferey s vinskog imanja de Bernunes i Chris Slade. Posjetitelji su tom prigodom mogli uživati i u glazbenoj izvedbi poznatog bubnjara.

RAZNOLIKOST

Od voćnog do gorkastog okusa

U ponudi zapadnošvicarske pivovare Dr. Gab's ističu se jabučno vino (cider) i pivo u staklenim bocama iz švicarskog Vetropacka. Oba se napitka pune u boce od 3,3 decilitra.

Zelena staklena boca za jabučno vino prikladno slijedi oblik jabuke – barem u središnjem dijelu, na kojem se ističe etiketa u blistavim, zelenim tonovima. Osvježavajući napitak u boci od 3,3 decilitra stopostotni je proizvod od švicarskih jabuka.

Uz bocu s krunskim čepom za jabučno vino, Vetropackova tvornica u Švicarskoj proizvodi i staklenu ambalažu za napitke od hmelja tvrtke Dr. Gab's. Prvo što se na cuvée boci jednostavnog dizajna primijeti svakako je gravura "DR. GAB'S". Ljubitelji piva mogu birati između četiri sezonska piva i šest klasika, kao što su Tempête ili Chameau. Od svijetlih piva voćnog okusa, preko gorkih pale ale do crnog piva, ova pivovara proizvodi odgovarajući ječmeni sok za svaki ukus. Sva piva prolaze proces vrenja u boci, pri kojem na prirodan način nastaje karbonatna kiselina. Rezultat su nefiltrirana piva s talogom koja s vremenom.





PRIRODNO MUTNO

Belgijsko-švicarska veza

Slučajni susret jednog Švicarca s dvojicom Belgijanaca rezultirao je inovativnim pivom l'Echappée. Ovo svijetlo pivo proizvođača Rouvinez puni se u staklene boce iz Vetropackove staklane u Ukrajini.

Staklena boca od 375 mililitara osvaja svojom jednostavnom ljepotom, a proizvodi je Vetropack Gostomel za pivo l'Echappée vinarije Rouvinez iz švicarskog kantona Wallis. Tijelo se fluidno nadovezuje na izduženi vrat, dok žuti krunski čep naglašava kontrast prema tamnosmeđoj boji boce. Jednostavna etiketa omotana oko vrata daje joj pomalo boemski štih.

"Najotkačenija inovacija" u sedamdesetogodišnjoj povijesti vinarije nastala je u Belgiji. Frédéric Rouvinez, koji upravlja obiteljskom tvrtkom, na jednom je putovanju upoznao dvojicu mladih pivara iz Liègea. Rezultat tog susreta je nefiltrirani belgijski pale ale s tajnom mješavinom kvasca iz Belgije i vodom iz švicarskih Alpa. Ostali sastojci su prženi i karamelizirani ječmeni slad, pšenični slad i hmelj.

'SHAKE IT'

Zdrava pića nadohvat ruke

Aktivni i zdravstveno osviješteni potrošači vesele se novim staklenim bocama za napitke. Bocu od bijelog stakla od 650 mililitara za stakleni shaker proizvodi Vetropackova staklana u Hrvatskoj.

Svatko tko voli popiti domaći shake ili smoothie obožavat će stakleni shaker iz Vetropack Straže. Oblik strukirane boce od 650 mililitara omogućuje jednostavno miješanje pića, stoga je idealna za one koji nemaju mnogo vremena za pripremu pića kod kuće jer sastojke mogu miješati i dok putuju na posao. Obavijena je silikonskim prstenovima što je čini otpornijom i prikladnom za korištenje tijekom sportskih aktivnosti, dok ugravirana mjerna ljestvica olakšava doziranje. Ovaj ekskluzivni shaker idealan je dar, ne samo za druge nego i za vlastitu kuhinju, a prodaje ga slovenska tvrtka GlasShaker d.o.o. Stakleni shaker može se i personalizirati graviranjem željenog teksta na silikonski prsten.

Staklo štiti sadržaj od svih vanjskih utjecaja pa izvorne arome i vitamini dugo ostaju sačuvani. A to je itekako snažan argument za zdrava pića.



DRAGOCJENOST

Plemenita voda

Slovačka tvornica Vetropack proizvodi boce od bijelog stakla za nagrađivanu izvorsku vodu AUR'A iz Rumunjske. Voda oplemenjena zlatom i srebrom dolazi u bocama od 750 i 330 ml.

Za izvorsku vodu AUR'A iz Banatskog gorja u Rumunjskoj dizajneri tvornice Vetropack Nemšová kreirali su boce od bijelog stakla sadržaja 750 i 330 mililitara. Usku, visoku i jednostavnu bocu karakterizira sjajna glatka površina i upadljivo, markantno područje ramena. Na prozirnoj etiketi prikazana je tekuća voda i otisnut logotip AUR'A-e: žena s dugom kosom koja se preko ramena širi u valove.

Izvorska voda ima visoku pH-vrijednost i sadrži dragocjene čestice zlata i srebra koje su u staklenoj boci dobro zaštićene. U planu je i punjenje u bocu od pola litre.



MIRISNO RAZBUĐIVANJE

Kaveni užitak

Za novu liniju proizvoda INTENSE kave Elite, Vetropack Nemšová osmislila je novu staklenku. Ovaj novitet izraelskog proizvođača odlikuje se intenzivnom aromom espressa.

Kava Elite jedan je od vodećih brendova kave u Izraelu. Stručnjaci za staklo u slovačkoj Vetropackovoj staklani, za liniju proizvoda INTENSE razvili su novu staklenku – jednostavnu, a ipak zaigranu. Bijela staklenka s navojnim zatvaračem i širokih ramena sužava se prema dnu i ponovo širi dok ne dosegne širinu ramena. Usklađenost boja zatvarača i etikete zaokružuje skladan dojam proizvoda.

Jedinstvena kombinacija kave sušene zamrzavanjem i svježeg prženog espressa odlično dolazi do izražaja u staklenkama od 566 mililitara. Kava Elite brend je kompanije Strauss Coffee BV koja je prisutna u više od 20 zemalja i koja je prije pet godina kupila njemačku tvrtku Norddeutsche Kaffeewerke GmbH, proizvođača kave Elite.



PREMIUM

Prirodna – izvana i iznutra

Kristalno bistra mineralna voda Morshynska koja izvire u ukrajinskim Karpatima omiljena je mineralna voda u Ukrajini. Staklene boce za Morshynsku proizvodi Vetropack Gostomel.

Za bocu kvalitetne mineralne vode Morshynska Premium priroda je osigurala savršen sadržaj, a stručnjaci za staklo iz Vetropack Gostomela idealnu ambalažu, i to u trima veličinama: 330, 350 i 550 mililitara. Jasne i elegantne linije ove boce od bijelog stakla i dugi vrat koji se blago nadovezuje na tijelo djeluju skladno i uravnoteženo. Boca se zatvara zelenim ili srebrnim navojnim zatvaračem, ovisno o tome sadrži li gaziranu ili negaziranu vodu, a krasi je jednostavna, prozirna etiketa.

Istodobno s uvođenjem nove boce, proizvođač je inicirao i dodjelu nagrade za doprinos očuvanju okoliša. Nagrada, čiji je cilj osvijestiti potrošače o važnosti zdrave prehrane, naišla je na dobar odjek među uglednim proizvođačima, blogerima i slavnima.



UV-ZAŠTITA

Trpko osvježenje

Novi HOPS – limunada s bezalkoholnim pivom iz pivovare Zipf, koja je u vlasništvu kompanije Brau Union Österreich, dobro je zaštićena od utjecaja svjetla jer boca od bijelog stakla iz Vetropack Straže ima integriranu zaštitu od UV-zračenja.

Najnovija pivska kreacija pivovare Zipf iz Gornje Austrije potpuno je u trendu jer su bezalkoholna pića na bazi piva sve popularnija. Bocu od bijelog stakla za HOPS od 330 ml i s integriranom UV-zaštitom proizvodi Vetropack Straža. Komponente koje odbijaju svjetlost staklenoj se talini dodaju tek u feederu. Prepoznatljivi logotip smješten je u području ramena, a donji dio boce krasi natpis "Pivovara Zipf".

HOPS je oplemenjen sa šest različitih sorta hmelja. Ugodno trpke note hmelja, sok limuna i bezalkoholno pivo Zipfer pružaju savršeno osvježenje i u odnosu na druge limunade, ovaj gasitelj žedi manje je sladak.



SIMEI@DRINKTEC

Uzbudljive perspektive

Od 11. do 15. rujna u Münchenu se održava sajam SIMEI@drinktec. Vetropack grupa na velikom će štandu predstaviti široku paletu proizvoda svih tvrtki kćeri.

SIMEI, koji se održava u Milanu od 1963., danas je diljem svijeta poznat kao vodeći sajam tehnologije za proizvodnju vina. Ove godine bit će sastavni dio drinkteca, minhenskog sajma za industriju proizvodnje pića i tekućih prehrambenih proizvoda, koji svoja vrata otvara svake četiri godine. Budući da se SIMEI održava svake dvije godine, ubuduće će se naizmjenice održavati u Münchenu i Milanu.

Vetropack grupa predstaviti će raznoliku paletu staklenih boca za vina: od standardnih do originalnih modela pojedinih tvrtki kćeri izrađenih prema željama kupaca. Naravno, bit će tu i mnogi drugi proizvodi za pića i hranu pa će posjetitelji steći detaljan uvid u proizvodnju staklene ambalaže. Posjetite nas u paviljonu C2, na štandu 437 i uvjerite se u raznolikost naših proizvoda.



ELEKTRONIČKA RAZMJENA PODATAKA

Automatizacija poslovanja

Vetropack Austria prvi je dobavljač proizvođača prehrambenih artikala i napitaka Spitz iz Austrije s kojim cjelokupan postupak naručivanja obavlja putem automatske elektroničke razmjene podataka.

Proizvođač prehrambenih artikala i napitaka Spitz za svoje proizvode koristi staklenu ambalažu iz Vetropack Austrije, s kojom već gotovo godinu dana sve podatke razmjenjuje elektroničkim putem. Razmjena podataka odvija se putem sustava EDI (Electronic Data Interchange) i Vetropack je za sada jedini Spitzov dobavljač s kojim se za cjelokupno poslovanje koristi tim sustavom. Ako je riječ o standardnim narudžbama, postupak je u potpunosti automatiziran. No, ako primjerice rokovi isporuke ili količine odstupaju od standarda, neophodan je osobni kontakt a izmjene se naknadno unose u sustav.

Istodobno s narudžbom, tvrtki Spitz prenose se sve bitne informacije o isporuci i identifikacijski kod (Serial Shipping Container Code) koji se otiskuje i na paletne listiće. U slučaju reklamacije, očitavanjem tog koda (barkod) može se precizno identificirati paleta i slijediti njen put od proizvodnje do istovara kupcu.

**'Elektronička
razmjena podataka
omogućuje bolju
učinkovitost'**



Vetrotime je s Günterom Heimbuchnerom, odgovornim za logistiku u tvrtki S. Spitz GmbH, razgovarao o njegovim iskustvima s elektroničkom razmjenom podataka.

Koje su prednosti elektroničke razmjene podataka?

Uz elektroničku razmjenu podataka, narudžbe se više ne

šalju poštom čime je znatno smanjena količina administracije. Primjerice, nema više kontrole potvrde standardnih narudžbi. Usto, ubrzan je postupak preuzimanja robe jer se podaci više ne unose ručno u sustav, nego se prenose automatski.

Koje su koristi EDI-ja za Vašu tvrtku po pitanju sljedivosti robe?

Istodobno s narudžbom, u naš sustav upisujemo sve bitne informacije tvornice Vetropack Austria o isporučenoj robi. Daljnje ručno upisivanje nije potrebno čime opet puno uštedimo na vremenu.

U čemu se izmijenio način suradnje s Vetropack Austrijom otkad je uveden elektronički način naručivanja?

U početnoj je fazi, dakako, bilo više posla jer je neophodno interno optimalizirati prethodne i naknadne po-

stupke. Elektronička razmjena podataka samo će uz jasne i izravne postupke funkcionirati kako treba i ciljano pomagati djelatnicima. Sustav se u međuvremenu uhodao i vrlo smo zadovoljni njime.

Koji su daljnji planovi za elektroničku razmjenu podataka s Vetropack Austrijom?

Sljedeći korak je uvođenje automatskog prijenosa računa u naš sustav. To se sada još uvijek radi na tradicionalni način.

Kako bi se elektronička razmjena podataka trebala dalje razvijati? Postoji li mogućnost poboljšanja?

Svakako se treba usredotočiti na upravljanje utovarom. To se odnosi na koordinaciju svih postupaka utovara i istovara na rampi, čime bi se, primjerice, moglo skratiti vrijeme čekanja na obje strane. Bilo bi dobro uvesti i automatsku potvrdu zaprimanja robe.



LIKOVNO NATJECANJE

Poticanje recikliranja

Proljetos je Vetropackova staklana u Kyjovu u Češkoj organizirala školsko natjecanje za djecu lokalne osnovne škole. Učenice i učenici svojim su crtežima pokazali kako oni zamišljaju recikliranje i iznijeli svoje ideje o tome što sve može nastati od stakla.



Odaziv na natjecanje za učenice i učenike osnovne škole koje je organizirala Vetropack Moravia Glass bio je neočekivan – pristiglo je više od 150 radova. Cilj natjecanja bio je senzibilizirati djecu za recikliranje i vrijednost staklenog otpada. "Uistinu smo bili iznenađeni brojnošću i raznolikosti uradaka. Stoga smo dodijelili i jednu posebnu nagradu – za kreativnu slikovnicu", izjavila je Regína Bělohoubková, suorganizatorica projekta i tajnica direktora tvornice Vetropack Moravia Glass. Karolina Bysřická, tajnica u marketingu i prodaji, dodala je: "Doista je bilo teško izabrati najljepše crteže. Svaki je imao 'ono nešto' i najradije bismo bili nagradili svu djecu."

Umijeće odabira

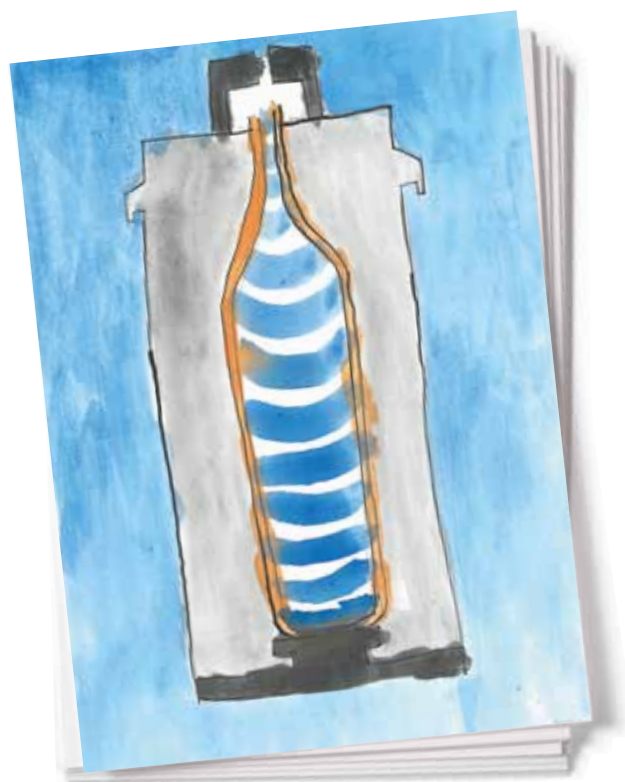
U odabir najboljih radova bio je uključen i ruski umjetnik Vladimir Abramushkin, koji stanuje nedaleko od staklane: "Slike ocjenjujem prema emocijama koje bude. Djeca imaju bujnu maštu; tako širok spektar različitih pristupa istodobno me i oduševio i dirnuo."

Pobjednici su pozvani na dodjelu nagrada u staklanu u Kyjovu. Među dobitnicima bila je i petnaestogodišnja Dáša Ježová koja boluje od autizma. "Volim crtanje i presretna

sam što sam pobijedila. Nastavit ću crtati, posebno mitska bića", rekla je. Njena ponosna majka Zdeňka Ježová također je blistala od sreće: "Vrlo sam sretna zbog nje. I dalje ću je poticati na bavljenje ovom umjetničkom aktivnosti."

Gregor Gábel, direktor tvornice Vetropack Moravia Glass, uručio je trinaestorici pobjednika poklon-bonove trgovine sportskom opremom. Odabrano je 13 slika za kalendar: jedna za naslovnicu i po jedna za svaki mjesec 2018. "Važno je da djeca nauče zašto otpadno staklo treba razvrstavati po bojama. Time štite prirodu i aktivno pridonose očuvanju okoliša za buduće naraštaje. Uistinu sam ponosan na njih", izjavio je.

Nakon dodjele nagrada svi su bili pozvani na mali domjenak i kratko upoznavanje s proizvodnjom stakla. Djeca su bila oduševljena, a najviše su se čudila buci strojeva i visokim temperaturama.



KREATIVNOST

GlasSharing oduševio talijanske učenike

Već deseti put zaredom, škole u Italiji posvetile su se temi GlasSharinga. Učenici osnovnih i srednjih škola predali su više od 270 projekata u čijem su središtu staklo i recikliranje. Dodjela nagrada održana je u prostorijama ministarstva obrazovanja u Rimu.



U sklopu 10. izdanja GlasSharinga (vidi uokvireni tekst), učenici su za natječajne radove mogli birati jednu od tri tema: "Okoliš, prikupljanje i reciklaža", "Sigurnost namirnica i zdravlje" te "Staklo i njegovo značenje". Odaziv talijanskih učenika bio je velik – pristiglo je više od 270 projekata.

Prvo mjesto u kategoriji osnovnih škola osvojio je 4.a razred škole Collodi iz mjesta Ceggia (sjeverna Italija), s predstavom koju su sami napisali: "Pietro – staklo". Predstava tematizira kreativnu uporabu staklenih boca i staklenki, primjerice kao božićnih ukrasa.

U kategoriji srednjih škola prvu nagradu odnio je 3.a razred škole Giovanni iz mjesta Maserà, također iz sjeverne Italije. Učenici su osmislili originalnu knjižicu sa zagoneškama nazvanu "Staklo", inspiriranu beskonačnim životom stakla i objavljenu na tri jezika.

Promoviranje recikliranja

"Ovogodišnjim natjecanjem htjeli smo ukazati na prednosti stakla kao ambalaže", istaknuo je Marco Ravasi, predsjednik sekcije ambalažnog stakla u savezu Assovetro. Franco Grisan, predsjednik CoReVe, smatra da mladi trebaju osvijestiti važ-

nost i prednosti recikliranja. Jer staklo je prirodni materijal koji se može u potpunosti reciklirati i ponovno upotrijebiti. Osim toga, recikliranjem se čuvaju resursi, poboljšava stanje okoliša i štedi energija.

GlasSharing

Talijanski školski projekt GlasSharing namijenjen je učenicima osnovnih i srednjih škola. Natjecanje podupiru Assovetro (Nacionalni savez talijanske staklarske industrije) i CoReVe (Consorzio Recupero Vetro, Nacionalna organizacija za recikliranje).

DRUGI ŽIVOT

Finski *upcycling*

Finski svijet dizajna poznat je i omiljen daleko izvan svojih granica. Lijep i promišljen finski dizajn stekao je kulturni status, a to vrijedi i za finsku staklarsku umjetnost, koja je prikladna i za svakodnevnu uporabu.



Kad se spomenu finski dizajn i staklo, većina prvo pomisli na asimetričnu Aaltovu vazę i njezin valovit oblik, a koja je inače poznata kao vaza Savoy i jedan je od najslavnijih staklenih predmeta na svijetu. Arhitekt i dizajner Alvar Aalto zajedno sa svojom suprugom Aino kreirao je 1936. kolekciju klasika među staklenim vazama, koje su u međuvremenu postale ikone skandinavskog dizajna. Vaza je navodno rađena po uzoru na finski krajolik: jasan, a opet intrigantan zahvaljujući brojnim brdima, šumama i jezerima. Aaltova vaza prvi je put predstavljena na Svjetskoj izložbi u Parizu 1937. Za izradu samo jedne vaze, Aalto je angažirao sedam staklopuhača koji su na njoj radili šesnaest sati. Prve vaze bile su izrađene u sklopu narudžbe za luksuzni restoran Savoy u Helsinkiju, i po njemu su dobile drugo ime. Oblik te posebne vaze do danas je ostao iznimno popularan i brojni staklari proizvode njegove varijante. Raspon boja ostao je isti: od prozirne, preko smeđe, različitih tonova plave i crvene do ljubičaste, dimnosive i opalne.

Time je bio položen kamen temeljac za svjetsku slavu finske staklarske umjetnosti. Tapio Wirkkala (1915. – 1985.) proslavio je svoj prvi veliki uspjeh 1951. u Milanu. Jedna od njegovih najpoznatijih kreacija jest staklena vaza inspiri-

rana oblikom gljive lisičke. Kasnije je Wirkkala radio i za tvrtku Rosenthal, poznatu po proizvodnji porculana.

Mnogi motivi finskog dizajna potječu – kao i u slučaju Aaltove vaze – iz prirode. To posebno vrijedi za radove od stakla jer je ono idealan materijal za izražavanje, odraz čistoće prirode i raznolikosti njezinih struktura. Jukka Isotalo i Jan Torstensson pripadaju mladom naraštaju finskih staklarskih umjetnika čija je neiscrpna inspiracija upravo priroda. Od recikliranog stakla oblikuju praktične predmete koji nam svakodnevicu ispunjavaju malim zadovoljstvima. Sirovinu za svoja djela dobivaju iz restorana i tvrtke Alko, državne trgovine alkoholom u Finskoj.

'Hladno rezano'

Jukka Isotalo, rođen 1962., studirao je između ostaloga industrijski dizajn na Aaltovu sveučilištu u Helsinkiju te je po-
 hađao renomiranu staklarsku školu švedske tvornice stakla Orrefors. Na početku svog umjetničkog uspjeha izrađivao je svijećnjake od starih boca. Staro staklo obrađuje rezanjem, brušenjem i pjeskarenjem i na taj način ono dobiva nov oblik i površinu. Ta se tehnika u stručnom žargonu naziva "hladno rezano". Zahvaljujući svom novom izgledu i



namjeni, koja je posve drukčija od originalne, staklene boce pretvaraju se u umjetničke predmete. Isotalo od rabljenog stakla stvara svjetiljke, zdjele, čaše i štošta drugo, a njegovu hladnu formu ponekad razbija dodavanjem drvenog dna ili poklopca. Pobjednički pokali koji su 2009. na svjetskom kupu u finskom Leviju uručeni najboljim slalomašima također su Isotalovih ruku djelo. Napravljeni su, naravno, od rabljenih vinskih boca.

Zagrijano i iznova oblikovano

Jan Torstensson, rođen 1953., završio je trogodišnju izobrazbu za staklopuhača. Njegova djela nastaju zagrijavanjem recikliranog stakla, rastezanjem dok je još vruće i oblikovanjem u nove predmete. Omiljeni su mu predmeti za rad vinske boce i bočice, a najpoznatiji dobavljač sirovine mu je zračna luka Helsinki-Vantaa. Bitan mu je ekološki način proizvodnje, stoga koristi uređaje i peći koje je sâm

konstruirao. Godine 2009. u Finskoj je nagrađen upravo za svoje načine proizvodnje kojima se štedi energija i za impresivne kreacije.

Od tvornice stakla do dizajnerske tvrtke

Najpoznatija tvrtka za dizajn stakla u Finskoj, Iittala, osnovana je 1881. kao tvornica stakla. U tridesetim i četrdesetim godinama dvadesetog stoljeća u svijetu su je proslavili njezini dizajneri – Alvar i Aino Aalto, Kay Franck te Tapio Wirkkala i Oiva Toikka itd. Premda danas više ne zapošljavaju vlastite dizajnere, predstavljaju i prodaju djela poznatih staklarskih umjetnika, pa tako i Jana Torstenssona i Jukke Isotala.

Ustupio staklarski muzej Frauenau u Njemačkoj, u kojem su 2014. bili izloženi radovi Jana Torstenssona i Jukke Isotala.



**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