

VETRO TIME

FRIENDS OF GLASS
Boce koje govore

UMJETNOST
Neobično i
zanimljivo

TRŽIŠTE
Ljeto u staklu



03 TRŽIŠTE	Ljeto u staklu
06 IZLOŽBE	Prezentiranje proizvodnog asortimana
08 KUPCI	Između tradicije i modernizma
10 NOVI RAZVOJI	Užitak do posljednje kapi
16 FRIENDS OF GLASS	Boce koje govore
18 UMJETNOST	Neobično i zanimljivo

Drage čitateljice, dragi čitatelji,

napokon ljeto – napokon ferragosto, kako kažu naši prijatelji i kolege u Italiji. Ljeto i praznici za našu su branšu vrlo značajni – i to ne samo zato što većina nas tada na nekoliko dana odmara dušu i tijelo. Mnogo je važnije to što se u tom razdoblju mijenja ponašanje potrošača: vrijeme je za uživanje i ljetne temperature. Ledeno hladna i osvježavajuća pića u staklenim bocama meni su pojam ljeta! Naravno, pričaju i u čašama – sve ovisi o povodu i okruženju.

Za posebno svečane prigode preporučuju se pjenušac i pjenušava vina, a trenutno i pjenušavi cider. A jeste li znali da teške boce, osim što su sigurna ambalaža, također mnogo govore o svom sadržaju? Sve u skladu s krilaticom: kvalitetan sadržaj treba tešku bocu – u doslovnom smislu te riječi. O tome ćete također saznati više na idućim stranicama na kojima je predstavljena šarena paleta naših novih proizvoda.

Svakako posjetite novu internetsku stranicu Europskog udruženja proizvođača staklene ambalaže (FEVE) na kojoj možete pronaći važne informacije o staklu i njegovim prednostima. Kao dva najvažnija područja u kojima staklo može razviti te prednosti istaknut ću zdravlje i okoliš. Internetska stranica feve.org svježja je i pregledna. I mi radimo na promjeni naših internetskih stranica kako bi bile "responzivne". Što to znači? To znači da će biti prilagodljivije i dostupnije. Jednako kao što se mi prilagođavamo svojim kupcima i partnerima, tako će se i ona prilagođavati svim uređajima na kojima ih pregledavate – od računala preko tableta do pametnog telefona. Uskoro ćemo vas detaljnije upoznati s ovom temom. No, vratimo se sada iz digitalnog svijeta tiskanim slovima: želim vam dobru zabavu tijekom čitanja, mjesto u hladu i osvježavajuće piće!

Srdačno


Claude R. Cornaz



PUN OKUS

Ljeto u staklu

Ljeto je vrijeme berbe i uživanja. Voće i povrće je zrelo, punog okusa i predstavlja čisti užitak. Jednako kao i osvježavajuća alkoholna ili bezalkoholna pića nakon radnog dana. A okus ljeta ništa ne čuva bolje od staklene ambalaže.



Ljetni dani kao stvoreni su za pjenušava i osvježavajuća pića. No onaj tko ima izbora, ima i problem jer popularnih pića ovog ljeta ima više nego dovoljno. Mješavinama pića kao što su Aperol Sprizz, Hugo, Helga i Inge odnedavno su se pridružili Franz i Frosé. Tu su još i klasična ljetna pića u koja spadaju lagana bijela vina, sama ili u kombinaciji s mineralnom vodom, rosé vina, mineralna voda, obična ili aromatizirana, limunade, sokovi i ledeni čajevi. Nikako ne smijemo zaboraviti i pivo i mješavine pića na bazi piva. K tomu, već su neko vrijeme u trendu jabučno vino, cider i druga voćna vina koja se odlikuju niskim udjelom alkohola, a po okusu se minimalno razlikuju, neovisno o tome iz kojeg kraja potječu.

Franzove i Hugove sestre

No, vratimo se Franzu. Posebnost ovoga laganog i osvježavajućeg ljetnog pića je kombinacija džina, likera od đumbira, tonika od bazge i soka od jabuke. Osmislio ga je austrijski barmen godine Stefal Bauer, a prvi je put poslužen u hotelu Park Hyatt Vienna.

Prosecco (ili bijelo vino), gazirana voda, sirup od limunske trave ili cvijeta bazge i menta sastojci su Huga. Helga se spravlja od sirupa od maline a Inge od sirupa od đumbira.

Smrznuti rosé

Frozen Rosé, ili skraćeno Frosé, ove je godine preko New Yorka stigao u Europu i postao vrlo popularan. Riječ je o

smrznutom roséu koji se miješa sa svježim usitnjenim voćem, šećerom, sokom od limuna i zdrobljenim ledom te pretvara u kremastu masu. Britki jezici kažu da je to zapravo alkoholni smoothie.

Lagana vina – ljetni užitek

Ohlađena bijela i rosé vina nisu samo idealan dodatak popularnim pićima, već su prava ljetna radost bilo u izvornom obliku, u kombinaciji s mineralnom vodom ili – za one koji vole slađe – s limunadom.

Može i pjenušavo

Svaku prigodu za slavlje treba iskoristiti. Ljeti često posežemo za pjenušcima i pjenušavim vinima, a bijela i rosé vina čine većinu pjenušavih favorita.

Pivo & Co.

Piva, radleri i slična pića već desetljećima spadaju u najpopularnija ljetna pića. Njihova raznovrsnost ne poznaje granice. Mladi stavljaju naglasak na mješavine pića na bazi piva, od kojih su najpoznatija radler (pivo i limunada) i Berliner Weisse (berlinsko svijetlo pivo sa sokom od maline ili sirupom lazarkinje). Sve su omiljenija i aromatizirana piva. Paleta okusa seže od višnje preko ribiza pa sve do maline i jagode.

Može i bez alkohola

Bezalkoholno pivo, gazirane i negazirane mineralne vode, s voćnom aromom ili bez nje, ljeti gasi žeđ jednako kao i brojni sokovi na bazi voća i sirupa. Potonji ne samo da su "bombe" okusa u ljetnim pićima, već su idealni i samo u kombinaciji s vodom.

Sjećanje na ljetne dane

Ljetni specijaliteti nisu ograničeni samo na pića. Povrće i voće spremno je za berbu i prehrambena industrija ih naveliko prerađuje. Sugos, primjerice, u staklu čuva okus i miris zrelih rajčica tako da se u njima može uživati i kad vani već sniježi.



Ljeto na kruhu

Za svježe pripremljene marmelade ne moramo čekati zimu. U njihovim raskošnim okusima možemo uživati u svako doba godine – neovisno o vremenskim prilikama. To nam omogućuju ljetne marmelade u kombinacijama jagode, limete i kokosa ili drugog ljetnog voća. A sezonskih izdanja ima i u proljeće, jesen i zimi.

Staklo – idealan pratitelj ljeta

Čime god gasili žeđ i što god pijuckali uživajući u okusu, staklo je idealna ambalaža. Staklene boce prkose suncu i vrućini koji mogu promijeniti prirodan i svjež okus hrane i pića. Stoga je ljeti posebno važno paziti na ambalažu.

Svježina do zadnjeg gutljaja, zadnjeg zaloga

Staklo čuva izvorni okus svog sadržaja. Arome, vitamini i svježina kvalitetnih pića i hrane ostaju dugo očuvani. Iz stakla ništa ne ulazi u proizvod, ništa izvana preko stakla ne prodire u proizvod, ništa ne izlazi van. To je posebno važno ljeti kad temperature rastu, jer baš ništa ne smije pokvariti doživljaj osvježavanja i okusa.



PLASTO ISPACK 2016

Prvo predstavljanje u Izraelu

Češka staklana Vetropack Moravia Glass prvi je put sudjelovala na sajmu Plasto Ispack. Svoju je staklenu ambalažu izložila zajedno s drugim izlagačima na velikom štandu tvrtke Archem. Plasto Ispack održava se u Tel Avivu svake tri godine.

Plasto Ispack najveći je sajam u Izraelu koji predstavlja najnovije inovacije lokalne i međunarodne ambalažne industrije. Kao jedini proizvođač staklene ambalaže Vetropack je predstavio branšu proizvođača stakla. Zajedno s još



18 izlagača, Vetropackova staklana u Slovačkoj izložila je svoje boce i staklenke u okviru velikog štanda tvrtke Archem. Tvrtka Archem osnovana je 1967. i ubraja se u najveće i najvažnije dobavljače industrije hrane i pića u Izraelu.

AZERBAJDŽAN

Veliko predstavljanje proizvoda

U svibnju 2016. održan je 22. WorldFood u Bakuu, glavnom gradu Azerbajdžana. Na tom međunarodnom sajmu Vetropack Gostomel predstavio je široku paletu svojih proizvoda.

WorldFood Azerbaijan ubraja se u vodeće sajmove prehrambene industrije. To najbolje potvrđuje činjenica da je svečanosti povodom otvorenja održanoj 19. svibnja 2016. prisustvovao i ministar poljoprivrede Heydar Asadov. Istaknuo je važnost poljoprivrede kao gospodarske grane koja ne ovisi o nafti te izrazio zadovoljstvo time što ima čast pozdraviti međunarodnu publiku.

Vetropack Gostomel iskoristio je sajam za predstavljanje standardnih, ali i novih boca i staklenki. Paleta proizvoda sezala je od boca za vino i žestoka alkoholna pića preko

onih za mlijeko i voćne sokove pa sve do staklenki za marmelade, voće i povrće. Njihov jednostavan i elegantan dizajn posjetiteljima se svidio jednako kao i svjesno odabrani tradicionalni oblici. Posebno je popularno bilo tzv. teško ambalažno staklo koje imidžu svog sadržaja daje dodatnu težinu i ojačava ga.

Na sajmu WorldFood Azerbaijan 2016 sudjelovalo je 126 tvrtki iz 23 zemlje. Posjetiteljima je predstavljena raznolikost industrije pića te prehrambene i ambalažne industrije.

UKRAINIAN PACKAGING STAR

Bijela je boja pobjednika

Ove je godine u Ukrajini održana 18. dodjela nagrada za najbolju ambalažu Ukrainian packaging star. Boca od pola litre za votku Myakush donijela je proizvođaču Vetropack Gostomel dvanaestu zvijezdu.

Proljetos je u okviru sajma Pack-Expo u Kijevu održana dodjela nagrade Ukrainian packaging star. Boca od bijelog stakla za domaću votku Myakush koju proizvodi Vetropack Gostomel oduševila je žiri u kategoriji staklene ambalaže. Boca se proizvodi klasičnim postupkom puhano-puhano.

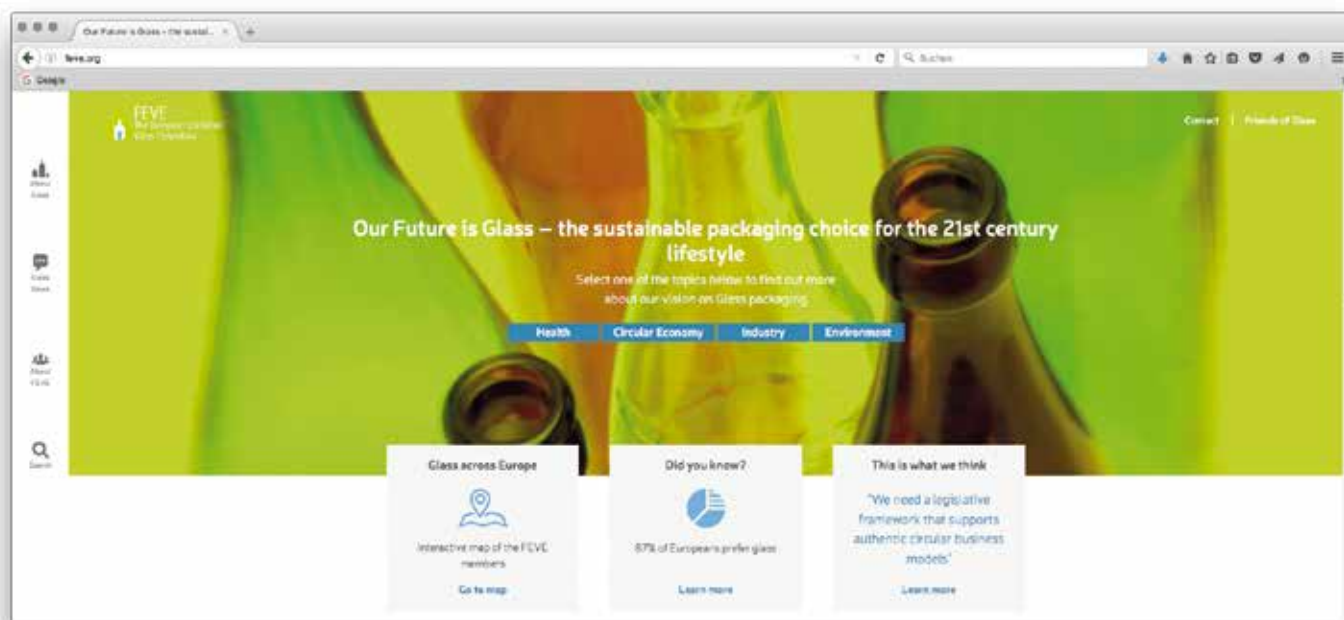
Zahvaljujući dekorativnim elementima, površina boce izgleda kao da je vodena i to joj daje poseban štih. Boca se zatvara



plutenim čepom i tako jamči kvalitetu ovoga žestokog pića i nakon otvaranja, a za optimalno držanje u ruci zaslužna su meko zaobljena ramena i blago strukirani oblik.

FEVE

Nov izgled internetskih stranica



Europsko udruženje proizvođača staklene ambalaže (FEVE) ima novu internetsku stranicu, s brojnim dodatnim informacijama o staklu i njegovim prednostima.

Nova internetska stranica jasno je strukturirana, osvježena i vrlo informativna. Zanimljivih podataka ne manjka. Sve što

se treba znati o staklu, zdravlju i okolišu obrađeno je u novinarskom stilu i potkrijepljeno mnoštvom slika. Informativne grafike te smirujuć i ugodan vizualan dojam upotpunjuju opsežne informacije. Na interaktivnoj karti Europe istaknute su članice FEVE-a. Posjetite feve.org. i ugodno se iznenadite.

ISTRAŽIVAČKO PUTOVANJE

Vinarija Les Fils Maye – između tradicije i modernizma

Vinarija Les Fils Maye SA iz Riddesa (Kanton Wallis) inovativna je i dinamična tvrtka koja se ne boji promjena i unatoč tome – ili upravo zbog toga – obvezala se na visoku kvalitetu. Stoga se i vališki vinski biseri pune isključivo u Vetropackove boce.



Obiteljska tvrtka Les Fils Maye osnovana je 1889. i jedna je od najstarijih i najpoznatijih vinarija u Wallisu. Ovaj osunčani kraj smješten s desne i lijeve strane rijeke Rhône kao stvoren je za vrhunska vina koja gode osjetilima okusa i mirisa. Jedan od velikana je Clos de Bavaud, koje svoje ime duguje izvanrednom položaju. Brižno njegovan, razvija osobnost u kojoj su tijelo i struktura u ravnoteži, a suptilne note okusa čekaju da budu otkrivene.

Vino – ljubav za čitav život

Već 125 godina vrlo predan tim – od vinara preko enologa do knjigovođa, neovisno o tome jesu li članovi obitelji ili pasionirani zaposlenici – sa strašću i ljubavlju radi za vrhunski užitak i uspjeh tvrtke. Vina tvrtke Les Fils Maye vina su znalaca za znalce, ljubitelja za ljubitelja. To vrijedi za sva vina jer se ona ne proizvode samo od vlastitih bobica, već od bobica tristočinjak kooperanata. Vlastiti vinogradi prostiru se na oko 30 hektara, a među njima je i slavni Clos de Bavaud u Vétroz.

Nova linija za punjenje jamči kvalitetu vina

Prije nešto više od godinu dana tvrtka Les Fils Maye uložila je u novu liniju za punjenje, kojom prođe više od 4 milijuna boca godišnje. "Zahvaljujući posebnom sustavu za vakumiranje boca arome ostaju sačuvane", objasnio nam je Michel Duc, direktor vinarije. Vakumiranje praznih boca i njihovo punjenje dušikom obavlja se vrhunskom tehnologijom. To jamči istu kvalitetu vina u bocama i onih u bačvama, a precizan rad vinara i enologa ostaje očuvan.

Les Fils Maye koristi isključivo Vetropackove boce i za to ima dobar razlog: vinariju i Vetropack Švicarsku već godinama povezuje suradnja utemeljena na povjerenju. Staklana nije daleko a služba za kupce uvijek je dostupna. Štoviše, kad god se pojave pitanja povezana s punjenjem, Vetropackova tehnička služba za kupce uvijek je spremna priskočiti u pomoć – i savjetom i djelom. "To je dobro znati", uvjeren je Michel Duc, "iako mi vrlo rijetko koristimo tu mogućnost jer sve ide glatko."

Više od vina – Le Verre Maye

Vinoteka Les Fils Maye pravi je dragulj. Njeni se posjetitelji mogu svih sedam dana u tjednu počastiti čašom vina i lokalnim delicijama. Plemenite kapljice mogu se, naravno, i kupiti. Vođeni obilazak vinarijom na tri jezika omogućuje upoznavanje svih faza proizvodnje vina. A onaj tko želi upoznati taj kraj, sigurno će otkriti turističku ponudu vinarije. Znamenitosti ima napretek: muzeji, toplice, hidroelektrane i, naravno, vinogradi.

Još svježeg vjetra

Nedavno je vinarija Les Fils Maye svoj program vina posložila prema ciljnim skupinama. Tako su nastala tri ekskluzivna programa: zlatni, srebrni i brončani. U zlatnu seriju spadaju zlatni dijelovi terroira (među ostalima i Clos de Balavaud), srebrni je namijenjen zahtjevnim ljubiteljima, dok je brončani rezerviran za hotelijerstvo i ugostiteljstvo.

Odluka o komunikacijskoj reorijentaciji išla je ruku pod ruku s redizajnom etiketa. Dosad su etikete krasila mala umjetnička djela poznatoga vališkog slikara i grafičara Roberta Hérítiera (1926. – 1991.) Iako su scene posvećene vinu svevremenske – zahvaljujući svojoj ljepoti s mnogo detalja, više ne komuniciraju jednostavnim jezikom koji danas svi razumiju. No neovisno o tome, povijest vinarije bez njih je nezamisliva. Pogotovo ako se uzme u obzir da je Robert Hérítier prvu etiketu za Les Fils Maye osmislio već 1958. i da će one uvijek ostati vrijedni dokumenti vremena.

Manje je više

Nove etikete u potpunosti su minimalizirane. Poštuju stil boja i nadovezuju se, doduše modernizirano, na Hérítierove stilske elemente i figure na zaštitnim kapticama s logotipom vinarije Les Fils Maye.





NOMEN EST OMEN

Probuditi želju, sačuvati okus

Vrhunski konjak punjen u vrhunske boce: Odessa Cognac Factory puni konjak Shustoff u boce od bijelog stakla koje posebno za ovaj brend proizvodi Vetropackova staklana u Gostomelu.

Kad oblik, sadržaj i brend čine jednu cjelinu, onda su ostvareni najviši komunikacijski ciljevi: prepoznatljivost i autentičnost. Bocom novog oblika za konjak Shustoff, ti su ciljevi u potpunosti ostvareni. Dizajn boce od 375 mililitara inspiriran je zvonom, koje je ujedno dio logotipa proizvođača, također prikazanog na etiketi. Meki oblici boce od bijelog stakla, prigušena tamno-crvena boja etikete i zaštitna kapica koja obavića pluteni čep te zlatni natpis u kombinaciji s jantarnim sjajem sadržaja bude želju za baršunastim okusom i predstojećim užitkom. K tomu, staklena ambalaža jamči puninu okusa do posljednje kapi.

VOĆNO

Svježina iz stakla

Voćni i povrtni sokovi FRUXI potpuno su prirodnog okusa i pune se u boce od zelenog stakla iz Vetropackove staklane u Slovačkoj

Voćni i povrtni sokovi FRUXI čista su priroda: ne sadrže dodatke i dobivaju se hladnim prešanjem sokova i povrća bez dodavanja vode i šećera.

Kvalitetan sadržaj treba pouzdanu zaštitu – koju jamči boca od sedam i pol decilitara iz Vetropackove staklane u Slovačkoj. Vetropack Nemšová već je drugi put razvila staklene boce za pića FRUXI, koje se proizvode postupkom prešano-puhano usko grlo čime se omogućuje ravnomjerna debljina stijenki. Zelenu bocu s twist-off zatvaračem u području vrata obavijaju dva paralelna ispupčena kruga. Na velikoj etiketi potrošač već na prvi pogled može uočiti da se piće sastoji samo od prirodnih sastojaka, ali i saznati od kojeg je voća dobiveno.





LAKO STAKLO

Zdrava ambalaža

Sokovi od voća, povrća i bobica ukrajinskog brenda Galicia proizvode se od kvalitetnih ukrajinskih sastojaka, a pune se u boce od 300 mililitara iz Vetropack Gostomela.

Galicia je jedan od vodećih ukrajinskih proizvođača koncentriranih sokova. Napitci od voća, povrća i bobica odlikuju se svojim prirodnim sastojcima i ne sadrže vodu, šećer, konzervanse, bojila i pojačivače okusa. Uspjeh ovih zdravih napitaka proizlazi i iz činjenice da se pune u praktične staklene boce.

Sokovi od voća, povrća i bobica Galicia pune se u Vetropackove bijele boce od 300 mililitara koje se proizvode postupkom prešano-puhano usko grlo. Zahvaljujući tom postupku boca teži svega 180 grama, a jednako je stabilna i ima ista izvanredna svojstva kao i one od klasičnog stakla. Savršeno štiti svoj sadržaj a navojni zatvarač omogućuje brzo i lako otvaranje.

TRADICIONALNO PIĆE

Staklene boce za "tekuću pšenicu"

Ukrajinska votka Klibnyi Dar ubraja se u najpopularniju ukrajinsku pića u svijetu. Boce za ovo nacionalno piće proizvodi Vetropack Gostomel.

Iako je votka Klibnyi Dar lansirana na tržište prije svega četrnaest godina, u međuvremenu je postala jak tradicionalni brend u Ukrajini i svijetu. To je potvrdila i 2011. osvojivši treće mjesto na međunarodnom popisu najprodavanijih votki.

Ovalna boca od bijelog stakla zapremnine jedne litre s nakošenim bokovima simbolizira karakter, snagu, jasnoću i čestitost zrna pšenice. Gravura na prednjoj strani upućuje na to da je votka proizvedena od žitarica, dok je stražnja gravura bez natpisa. Vrat je blago izdužen. Ni etiketa nije pretjerano "brbljiva". Na stražnjoj strani prikazuje zrna pšenice, a na prednjoj ističe premium kvalitetu proizvoda za koju je zaslužno zlatno sunce nad ukrajinskim poljima.





PJENUŠAVA

Izvorska voda s ciriškog brda

Lokales Wasser 37 – svježa je izvorska voda koja stiže izravno s obližnjeg brda Uetliberg u središte Züricha. Boce od bijelog stakla za ovu vodu proizvodi Vetropack Austria.

Urs Grütter, inicijator projekta, otkrio je u izvodu svoje nekretnine iz zemljišnih knjiga da mu je grad Zürich 1559. godine dodijelio pravo na korištenje vode. To mu pravo omogućuje da po minuti dobije 10,5 litara vode iz vodovoda koji vodi izravno u grad. Vodovod je izgrađen 1429. kako bi središte grada opskrbljivao vodom.

Voda se, između ostaloga, puni u boce od pola litre koje proizvodi Vetropack Austria. Riječ je o standardnim povratnim bocama s krunskim grlom. Potrošači mogu uživati u ovoj izvorskoj vodi u gaziranoj i negaziranoj varijanti, ali samo u krugu od deset kilometara. Punionica se, naime, zauzima za ekološki prihvatljivu potrošnju i stoga izbjegava duge transportne putove. Dobit se upotrebljava isključivo za financiranje razvojnih projekata bilo gdje u svijetu kojima se promovira voda.

PREMIUM VODA

Boca za vodu u obliku kapi

Nova boca za poljsku mineralnu vodu Kropla Delice koju proizvodi Vetropack Moravia u Češkoj jednostavna je, bistra i elegantna poput bistre kapi vode.

Blago gazirana mineralna voda Kropla Delice vrlo je popularan premium proizvod koji potječe s netaknutoga planinskog područja Beskida (Karpata). Kupcima je dostupna u bocama od 330 i 750 mililitara, a distributira je Coca-Cola HBC Polska. Dizajn boce od bijelog stakla zapremnine 330 mililitara, koja se ističe jednostavnošću i elegancijom, inspiriran je kapljicom vode. Bocu od 750 mililitara proizvodi Vetropack Straža



ŠKRINJA S BLAGOM

Zdrava svježina iz Poljske

Vetropack Nemšova u Slovačkoj proizvodi novu bocu od bijelog stakla za poljsku mineralnu vodu Staropolanku. Dizajneri boce vješto su se poigrali točkama kao oblikovnim elementom.

Kłodzkie SA – Grupa PGU, poljsko udruženje lječilišta iz brdskog područja oko grada Kłodzka, pod renomiranim nazivom Staropolanka prodaje mineralnu vodu koja je bogata mineralima, elementima u tragovima i ionima. Ljubitelji ove mineralne vode često je nazivaju "škrinjom s mineralima" i uvjereni su da osim što gasi žeđ, uklanja i umor. Isusovci koji su se nastanili u ovom kraju već su u 17. stoljeću znali cijiniti energizirajuću snagu Staropolanke.

Čista svježina

Odnedavna se Staropolanka puni u trendovsku bocu obus od bijelog stakla zapremnine 330 mililitara. Ona zamjenjuje bocu witold istog volumena, a proizvodi je Vetropackova staklana u Slovačkoj. Njen svjež dizajn karakteriziraju brojne izbočene točke različite veličine koje izgledaju poput vodenih bisera i simboliziraju energiju i živahnost vode. Sjajna zelena etiketa i zeleni krunski čep dodatno pojačavaju taj dojam. Zahvaljujući ugraviranim točkama boca uvijek dobro i sigurno "leži" u ruci.

Godišnja proizvodnja za poljsko tržište kreće se između 600 i 700 tisuća boca i distribuiraju se putem HoReCa mreže (hoteli, restorani, kafići i catering). K tomu, voda se interno dijeli rudarima koji uglavnom rade u rudnicima bakra poljske tvrtke KGHM Polska Miedź S.A. a koja pripada istoj grupi kao i Kłodzkie SA.



DVOSTRUKE NOVOSTI

Jasna poruka

Punionica mineralne vode Knjaz Miloš iz Srbije ove je godine predstavila ne jednu, već dvije novine: istoimena voda Knjaz Miloš i Aqua Viva pojavljuju se u novom staklenom ruhu.

Zahtjevan i kvalitetan dizajn zelene boce za mineralnu vodu Knjaz Miloš od sedam i pol decilitara postiže svoj efekt zahvaljujući jasnim linijama koje dodatno pojačava srebrno-crveno-zelena etiketa. Udio kalcija i magnezija savršeno je uravnotežen tako da je voda omiljena među ljubiteljima vrlo gaziranih pića. Knjaz Miloš postao je sinonim za mineralnu vodu. U tom smislu i nova staklena boca nastupa samosvjesno i postojano – sasvim u skladu s bogatom povijesti kuće Knjaz Miloš koja se spominje na etiketi i zahvaljujući popularnosti među potrošačima.

Čista priroda

Voda Aqua Viva čista je priroda. Potječe s Bukulje, vulkanske planine u Srbiji, a njen izvor dubok 500 metara štite slojevi gline i granita.

Na prvi pogled ne čini se da je nova boca od bijelog stakla s navojnim zatvaračem uistinu sadržaja od jedne litre. Utisnuti valoviti pojas uzdiže se iznad elegantnoga donjeg dijela, a zatim se energično širi i ulijeva u blago opsežniji, elegantan cilindar s minimalnim suženjem za omotnu etiketu. Na boci se – oscilirajući između plave i srebrne boje – nazire stilizirani brdski krajolik i usred njega Bukulja. Usredotočimo li se samo na siluetu, oblik boce koji se prvo sužava, a potom širi, ostavlja dojam stijene koja izvire iz vode. A to je upravo željena asocijacija.

Obje boce proizvodi Vetropackova staklana u Humu na Sutli.





SIMBOLIČNO

Jedinstveni merlot u Vetropackovu staklu

Krovno udruženje Ticinowine potvrdilo je svoja predviđanja o ukusu potrošača kad je u suradnji s Coopom realiziralo vinski projekt povodom otvaranja Gotardskog tunela. Fine vinske kapljice proizvedene za tu prigodu punile su se u Vetropackove boce.

Početkom lipnja 2016. Švicarska je proslavila otvaranje najdužega željezničkog tunela u svijetu – Gotardskoga baznog tunela, dugog 57,1 m. Na svečanost je pristiglo više od 80 tisuća posjetitelja iz svih dijelova Švicarske i inozemstva.

Ova jedinstvena građevina zaslužila je svoje jedinstveno službeno vino. Stoga je, pod pokroviteljstvom krovnog udruženja Ticinowine i u skladu s krilaticom "Merlot per la porta del Ticino" (Merlot za ticinska vrata), deset ticinskih vinarija udružilo svoje bobice u merlot i bianco di merlot koje puni vinarija Coop.

Ta dva vina ne potječu, dakle, iz jedne jedine vinarije, već odražavaju čitav ticinski terroir. Oba vina proizvedena su od probranih bobica deset proizvođača te time simbolično predstavljaju ukupnu proizvodnju ticinskih vinara.

Boce bordeaux europea od 0,75 litara u cuvée boji proizvodi Vetropackova staklana u St-Prexu. Etiketa na jubilarnim bocama, djelo studija Gottschalk+Ash International iz Züricha, poziva kupce da dođu u Ticin i profitiraju od skraćanja udaljenosti koje je omogućio tunel. Njena crvena i plava boja u skladu su s ticinskim grbom.



KAMPANJE

O nagradama i bocama koje govore

Od 2008. projektom Friends of Glass aktivno se promovira staklo. U njihovoj najnovijoj kampanji, bocama koje govore pokušava se na šaljiv način potrošačima približiti recikliranje stakla. Lanjska kampanja #MapYourTaste nedavno je dobila nagradu European Association Award u kategoriji društvenih medija.



Od 2008. projektom Friends of Glass aktivno se promovira staklo. U njihovoj najnovijoj kampanji, bocama koje govore pokušava se na šaljiv način potrošačima približiti recikliranje stakla. Lanjska kampanja #MapYourTaste nedavno je dobila nagradu European Association Award u kategoriji društvenih medija.

Prošle su godine prijatelji stakla zajedno s renomiranim stručnjacima za okus osmislili kulinarsku kartu Europe koja se temelji na kampanji #MapYourTaste. Više od 29 tisuća potrošača sudjelovalo je putem online ankete u određivanju

prepoznatljivog okusa vlastite zemlje. Bio je to apsolutni uspjeh! Jednak onom koji je kampanja postigla na dodjeli nagrada International & European Association Award, osvojivši prvo mjesto u kategoriji društvenih medija.

No ne može se živjeti na račun stare slave pa je početkom 2016. započeta nova kampanja – Endless Lives od Glass. Tema ove kampanje je, kao što se može naslutiti iz njenog naziva, beskonačan život stakla – prikazan na poučan i zabavan način. U brojnim europskim supermarketima skrive-

QR kod vodi
vas do najboljih
videozapisa
kampanje.



nom su kamerom snimani videozapisi u kojima se staklena boca s police izravno obraća kupcima i uvlači ih u razgovor. Tako je nastalo šest videozapisa koji se mogu pogledati na internetskoj stranici Friends of Glass i društvenim mrežama. Oni pokazuju da se staklo može bezbroj puta reciklirati i pretvarati u nove boce i staklenke. Bocama su glasove posudili poznati europski komičari i glumci: u njemačkoj verziji Kaya Yanar, u francuskoj Christophe Beaugrand, a u talijanskoj Diego Abatantuono.

Kampanja se temeljila na rezultatima neovisne ankete koju je Research Institute Respondi po nalogu Friends of Glass proveo u čitavoj Europi. Prema toj studiji, 94 posto ispitanih Europljana reciklira ambalažu, a 82 posto navelo je da uvijek reciklira staklenu ambalažu. Stariji ljudi svjesniji su ekološke važnosti ambalaže koja se može reciklirati nego mladi.

Rezultati ankete iz zemalja u kojima se nalaze Vetropackove staklene

	Švicarska	Austrija	Češka	Slovačka	Hrvatska	Italija
Opća stopa recikliranja	99,6 %	99,1 %	94,6 %	96,2 %	97,8 %	99,0 %
Recikliranje stakla	93,1 %	89,9 %	79,1 %	75,3 %	67,3 %	90,8 %





SVEŠTRANOST

Neobični stakleni predmeti i zanimljivosti o staklu

Primjena stakla je raznovrsna – čini se da gotovo nema granica. Od stakla se izrađuju namještaj, društvene igre poput šaha i mlina, tanjuri, šalice, čaše, boce i staklenke. Pa čak i slike i mozaici – ali ni to nije sve.

U ljetnom izdanju Vetrotimea predstavljamo zanimljivosti o staklu. Možda će vas štošta iznenaditi kao što je iznenadilo i uredništvo Vetrotimea.

Arhitektura i staklene boce

Priznajemo da je austrijski umjetnik Friedensreich Hundertwasser svojim viđenjem arhitekture visoko postavio letvicu. On je svjesno oblikovao neravnine, njegovim građevinama svojstveni su oblici bez kutova i rubova te nekonvencionalni građevinski materijali poput staklenih boca. Zidovi zgrada u koje svjetlost ne ulazi kroz prozore, već kroz šarene staklene boce mogu se pronaći u cijelom svijetu: Hundertwasserov WC u Kawakawi na Novom Zelandu, Hundertwasserove kuće u Beču i Magdeburgu te švicarska natkrivena tržnica u Altenrheinu.

Nešto manje umjetno, ali znatno krhkije djeluju brojne staklene kuće čiji su zidovi izgrađeni isključivo od staklenih boca. Jedna od njih nalazi se na rtu Egmont na otocima Princa Edwarda. Izgrađena je osamdesetih godina, a za njenu gradnju bilo je potrebno prikupiti i isprazniti više od 20 tisuća boca. Ta nenastanjena kuća dio je muzeja u sklopu kojeg su i taverna i kapelica – također izgrađene

od šarenih staklenih boca. Prospektom muzeja posjetitelji se pozivaju da dožive jedinstvenu simfoniju boja svjetlosti u unutrašnjosti prostorija.

Staklene suze koje ne teku

Staklene suze postale su svjetski poznate na dva posve različita načina: s jedne strane, zahvaljujući američkom dadaistu i fotografu Manu Rayu, čije je pravo ime Emmanuel Rudnitzky, a s druge strane, jednoj fizičkoj pojavi. Počnimo od fotografa. Man Ray bio je majstor nadrealnog otuđenja. Njegova djela uvijek su pomalo zagonetna. Stekao je slavu, između ostalog, svojom fotografijom pod nazivom "Suze" koja je nastala oko 1930. godine. Ona prikazuje izražajne oči jedne lijepe žene koja ne pokazuje osjećaje i "roni" umjetno drapirane suze od stakla.

Bolonjske staklene suze – poznate i kao vražje suze, batavske kapi ili kapi princa Ruperta – još su izražajnije od slika Mana Raya. Nastaju zagrijavanjem stakla koje potom u kapima pada u posudu s vodom. Površina stakla se stvrdnjava i zatvara u unutrašnjosti još tekuće staklo. Postupnim hlađenjem izvana prema unutra nastaju velike mehaničke napetosti. Suze mogu bez problema izdržati ravnomjerna

opterećenja, ali najmanje oštećenje površine dovoljno je da se uništi krhka ravnoteža i da se suze rasprsnu u sitne komadiće.

Staklene suze bile su poznate u meklenburškim staklanama već oko 1625. Godine 1642. reinventirane su u Bolonji zajedno s bolonjskom bocom koja se ponaša slično njima. Tom okruglastom bocom debelih stijenki, koja više sliči staklenom klipu, mogu se bez problema zabijati čavli u komad drva. Ali čim čavao upadne u bocu, ona eksplodira. Vrh čavla ošteti površinu i oslobađa snažnu napetost pod kojom se boca nalazi.

Staklena voda u medicini i vračanju

Ostanimo u srednjem vijeku. Tada se staklo upotrebljavalo i kao lijek. Staklena voda dobivala se natapanjem staklenog praha – dobivenog od staklenih suza – vodom. Usitnjeno i mljeveno staklo pomiješano s ukusnim jelom navodno se upotrebljavalo kako bi prijevremeno skratilo život lakovjernih muškarcima koje su začarale vještice.

Staklena voda i vodeno staklo u kemiji

Staklena voda neuobičajeno je stanje vode koje nastaje pri temperaturama od oko minus 200 Celzijevih stupnjeva i visokom tlaku, a vodeno staklo je pak naziv za alkalne silikate koji su topivi u vodi. Taj amorfni, neprozirni spoj može biti krut, tekući ili koloidan. Vodeno staklo može se primjenjivati na razne načine: kao ljepilo, vezivo, sredstvo za izbjeljivanje u papirnoj industriji, za zaštitu od korozije ili izolaciju zidova. Prije nego što su izumljeni hladnjaci, vodeno staklo koristilo se i u kuhinji. Kako bi jaja ostala dulje svježja, konzervirala bi se u vodenom staklu. Otopina alkalnih silikata miješala bi se s vodom (u omjeru 1:9) i tukla metlicom za snijeg. Čim bi smjesa postala napola kruta, u nju bi se stavljala jaja. Vodeno staklo zatvaralo bi pore jaja i tako produljivalo njihov rok trajanja.

Stakleni nakit iz Jablonca

U češkom gradiću Jablonec nad Nisou sredinom 19. stoljeća nastalo je udruženje malih i srednjih poduzetnika koji su se specijalizirali za proizvodnju modnog nakita i sitne robe od stakla. Puhane staklene perle i izbrušeni stakleni gumbi bili su apsolutne uspješnice. U tom je kraju i Daniel

Swarovski 1895. postavio kamen temeljac za svoju svjetski poznatu tvrtku. Stakleni nakit iz Jablonca svoj je procvat doživio prije Drugoga svjetskog rata, nakon čega su tvrtke nacionalizirane. Godine 1989. društveni odnosi su se promijenili i ponovno privatizirane tvrtke nadovezale su se na dvadesete godine kao razdoblje najveće slave.

Stakleni nakit u jablonečkom stilu vrijedne su ruke izrađivale i u današnjoj Vetropackovoj tvornici u Kremšmünsteru, i to prije nego što je započela industrijska proizvodnja stakla 1955. godine.



Bild: dawanda.com/shop/jungferzart



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 44 392 41 43
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