

VETROTIME

TRH
Růžová vína

PRŮZKUM
Co si myslí
zákazníci
o Vetropacku

UMĚNÍ
Nový začátek pro skleněné láhve

03 TRH	Léto jedině se sklem
06 ZÁKAZNÍCI	S odkrytými kartami
09 OCENĚNÍ	Oceněné obaly
12 NOVÝ DESIGN	Pro uhašení žízně a pro potěšení
18 TECHNOLOGIE	Rychlý a automatický přenos dat
22 UMĚNÍ	Finská upcyclace



Vážení čtenáři,

bílé víno pijeme obvykle před tím, než se začne podávat červené víno. Pokud ovšem nebudeme jíst ryby, pak zůstáváme u vína bílého. Upřímně řečeno, tato pravidla se už nějakou dobu nepoužívají. Dnes je možné všechno a jednoduše pijeme to, co nám chutná. V horkých letních dnech a při nádherných letních večerech upřednostňujeme lehké, osvěžující nápoje. Studená minerální voda, orosené pivo a především rosé jsou těmi nejoblíbenějšími nápoji, které zpříjemňují posezení ve společnosti, ať už na zahradě nebo třeba na balkoně. Mám rád ten pocit, když v ruce držím vychlazenou skleněnou láhev. Je to téměř rituál, který začíná otevřením láhve. Pomalu a pečlivě, pokud jde o láhev na víno, a poněkud rychleji, pokud jde o pivo. Ale vždy v očekávání hlasitého příjemného „mlasknutí“, které zazní, když se odstraní zátky nebo korunkový uzávěr. Mimochodem, rosé víno se stalo jedním z nejoblíbenějších letních nápojů. Aktuální statistiky prodeje ukazují, že každá desátá láhev vína, kterou vypijeme, je naplněna právě růžovým vínem. Mnohé z nich vyrábí Vetropack. Výběr z těchto lahví najdete na následujících stránkách časopisu Vetrotime.

V letošním roce jsme provedli zákaznický průzkum na několika místech. Je pro nás velmi důležité, co si o nás myslí naši zákazníci, co podle nich děláme dobře, a naopak ne tak dobře. Názor zákazníků nám slouží jako vodítko pro zlepšení ve všech oblastech. V této souvislosti jsem byl zvláště nadšený, že se naše nové webové stránky osvědčily a online katalog je aktivně využíván.

Rád bych ve svém úvodníku využil příležitosti a upozornil na veletrh, kde bude vystavovat i Vetropack: SIMEI@drinktec v Mnichově. Koná se od 11. do 15. září a je jedním z nejvýznamnějších veletrhů věnovaných vinařské technologii. Společnost Vetropack se na tomto veletrhu, který bude letos v Německu namísto tradiční Itálie, představí vůbec poprvé. Naši zaměstnanci Vás s potěšením přivítají na stánku číslo 437 v hale C2. A možná bude také chvilka na připítek k oslavě konce léta. Ať už to bude sklenice rosé, bílého nebo červeného vína.

Se srdečným pozdravem,


Claude R. Cornaz



ROSÉ VÍNA

Léto jedině se sklem

Číré skleněné láhve perfektně zdůrazňují jasné odlesky světle červené barvy rosé ve všech jejích různých odstínech. Sklo zároveň chrání tato jemná letní vína a dává jim působivý vzhled – ať už si rosé vychutnáme jako aperitiv nebo jako osvěžující doplněk k jídlu.

Letní teploty rostou, stejně jako touha po růžových vínech, jejichž popularita se v Evropě stále zvyšuje. V každé zemi, kde sídlí společnost Vetropack, je tato růžově zbarvená delikatesa vonící po ovoci naprostou senzací. Téměř každá desátá láhev vína, která se na světě vypije, je právě rosé. Přibližně 80 % růžových vín pochází z Francie, Španělska, USA a Itálie. Ještě před dvaceti lety to bylo těžko představitelné, ale jen velmi málo vinařů mělo rosé ve své nabídce. Bylo totiž vzhledem

k předsudkům považováno za víno bez charakteru, které se pije spíše jakoby mimochodem.

Ovocné, svěží a krásně zbarvené

Letní vína, která září jasně červenou barvou ve všech jejích jemných odstínech, jsou zpravidla ve skleněných lahvích. Číré sklo je ideální pro lososově růžové, meruňkové, měděné nebo růžové barvy. Tvary lahví jsou velmi rozmanité. Typická láhev

pro rosé však neexistuje. Oblíbené jsou modely Bordeaux, Rheinwein nebo Burgundy se šroubovacími uzávěry. Růžová vína s bublinkami opravdu září ve skvostných lahvích určených pro šumivá vína, které mají korkové uzávěry.

Líbil by se Vám zákaznický model navržený speciálně pro Vás? Pak je Vetropack ta správná volba. Naši specialisté

doprovázejí zákazníky od prvotního nápadu produktu přes jeho vývoj až po hotovou vinnou láhev. První rozhodnutí určují podrobné 3D nákresy, návrh je pak vylepšen a nakonec je na řadě výroba vzorku. Dobrý design, tedy jak skleněný obal vypadá, jak padne do ruky, jaký byl zvolen materiál – to vše dohromady dává každému rosé vínu něco velmi speciálního.

Jak se rosé vyrábí

Růžová vína jsou lisována z červených nebo modrých odrůd hroznů. Barva rosé odpovídá druhu použitého hroznu a typu výrobního postupu. Hrozny jsou po sklizení plněny do lisu na víno a jemně lisovány. Pak se hrozny i šťáva nechávají po určitou dobu ležet. Barevné pigmenty ze slupek se během tohoto procesu neustále macerují. Čím déle tento proces trvá,



tím tmavší je barva rosé. Ne každý druh hroznů poskytuje stejné množství barevného pigmentu. Saignée proces (termín, který pochází z francouzštiny) znamená vlastně „krvácení“ a vytvoří tmavší odstín. Bez lisování je po několika hodinách nebo dnech odčerpáno malé množství nadbytečné šťávy z kvasné nádrže s červeným vínem a pak dále kvasí, aby se z něj stalo rosé. Ze zbytku pak bude červené víno.

Letní nápoj

Rosé si můžete vychutnat také v polotekuté podobě: „frosé“ je trendy drink pro léto 2017. Rosé se zmrazí a potom smíchá s ovocem v mixéru, aby se dosáhlo ledově studené pochoutky.

Další varianta je směs mraženého ovoce s rosé. „Frosé“ se může podávat jako příjemný ovocný a perlivý dezert. Jako aperitiv nebo víno podávané k hlavnímu jídlu je rosé nejlepší ve své čisté podobě.





ZÁKAZNICKÝ PRŮZKUM

S odkrytými kartami

Na jaře provedly jednotlivé společnosti skupiny Vetropack průzkum spokojenosti zákazníků v Chorvatsku, Švýcarsku, Rakousku a vybraných exportních zemích – například v Německu, Francii a Maďarsku. Kromě velmi pozitivní zpětné vazby se vyrýsovaly i oblasti, ve kterých stále existuje potenciál pro zlepšení.

Cílem každého našeho zákaznického průzkumu je zjistit, jak si vlastně stojíme. V úsilí o neustálé zlepšování spolupráce se zákazníky je důležité, aby každá společnost přesně věděla, jak je vnímána, a dokázala zjistit, kde je prostor pro zlepšení.

Návratnost zákaznického průzkumu, který Vetropack zadal, byla ve všech zemích velmi vysoká. Každá z nich dosáhla více než 70 %, což potvrzuje dobrou vypovídající hodnotu průzkumu. Průzkumy byly provedeny on-line v obchodních oblastech Švýcarsko, Rakousko a export západ, stejně jako v obchodní oblasti Chorvatsko (pomocí metody CATI, počítačová dotazovací metoda).

Vysoká spokojenost

Celková spokojenost je mimořádně velká. Ve Švýcarsku zůstala ve srovnání s průzkumem před třemi lety spokojenost s Vetropackem stejně vysoká. V Rakousku a také v exportních zemích je stále velmi dobrá, i když není tak přesvědčivá jako v roce 2014. V obchodní oblasti Chorvatsko, do které patří zákazníci ze Slovinska, Srbska, Bosny a Hercegoviny, Černé Hory a Makedonie, se spokojenost

mírně zvýšila. Mimořádně ceněn je osobní přístup pracovníků Vetropacku: „Jsem spokojen s know-how a odbornými znalostmi, které Vetropack ztělesňuje,” uvedl jeden ze zákazníků. Stejně zdůrazňována je dobrá úroveň obchodního kontaktu s Vetropackem, založená na důvěře, profesionalitě a partnerství.

Prostor pro zlepšení

I když je hodnocení Vetropacku pozitivní, vždy se dá něco zlepšovat. Zákazníci někdy chtějí více flexibilní přístup ke svým požadavkům. Klienti, kteří v nedávné době uplatňovali reklamace, kritizují jak kvalitu výrobků, tak přepravní obaly. K výraznému zlepšení však došlo u doby odezvy na reklamace. I když jsou reklamace vždy nepříjemné, zákazníci, kterých se tato věc týká, oceňují, že společnost Vetropack reaguje transparentně, spravedlivě a rychle. Zákazníci si přejí menší výrobní řady a širší sortiment. Jen ve výjimečných případech se vyskytuje nespokojenost s platebními podmínkami a částečně s nepružnou výrobou.

Vetropack bere tyto požadavky zákazníků velmi vážně. Právě jejich potřeby totiž pomohou ještě více řešit cílená

opatření. Nutností je zaměřit větší pozornost na stávající služby. Pokud například není požadovaný výrobek ze standardního sortimentu, odborníci společnosti Vetropack mohou zvážit vývoj vlastního speciálního obalového modelu. Možnosti jsou téměř neomezené.

Některé služby jsou u zákazníků méně oblíbené, než v posledním průzkumu. Na prvním místě zůstává stejně jako dříve společné plánování potřeb, následované vývojem jednotlivých skleněných obalů. Poskytovaná

poradenská služba je však využívána mnohem méně. Zde platí, že je nutné zjistit důvody tohoto vývoje, a na tom již pracuje tým společnosti Vetropack.

Velmi dobře jsou využívány nové internetové stránky i nový on-line katalog, obzvláště elektronický katalog má pro zákazníky vysokou prioritu a stal se nepostradatelnou součástí dnešního světa.

RECYKLACE

Partnerská konference v Saint-Prex

Partnerská konference o recyklaci se koná každé dva roky a pořádá ji Peter Reimann, ředitel oddělení recyklace společnosti Vetropack Švýcarsko. Tentokrát se jednalo o zvláštní příležitost, šlo totiž o Peterovu poslední partnerskou konferenci, protože odchází na konci roku do důchodu. Na akci, která se konala ve švýcarském závodě Vetropack v Saint-Prex, dorazilo zhruba 60 hostů.

Tématem partnerské konference, pořádané na začátku června, byla Recyklace skla – cyklus, který funguje. Po krátkém ohlédnutí za historií sklárny v Saint-Prex, kterého se ujal Philippe Clerc, ředitel závodu Vetropack v Saint-Prex, oznámila ředitelka prodeje Vetropacku Švýcarsko Christine Arnet výsledky za předchozí rok. Spojila informace s tématem konference a jasně ukázala, jak i švýcarský závod Vetropacku snižuje množství skleníkových plynů a emise CO₂ díky využití hodnotného recyklovaného skla jako druhotné



suroviny. Marc Kuster, nástupce Petera Reimanna, byl na konferenci také. Navázal první kontakty s budoucími partnery a kolegy a využil příležitosti, aby se více seznámil s danou problematikou. Účastníci konference získali zkušenosti z první ruky o tom, jak se vyrábějí skleněné obaly přímo při prohlídce sklárny – od zpracování střeňů přes tavení a tvarování skla až po hotový výrobek na jednotlivých paletách.

GLASS PACK

Nový veletrh v Itálii

Veletrh GLASS PACK se poprvé konal 8. června v Pordenone, 60 km od italských Benátek. Vetropack Itálie se zúčastnil s vlastním stánkem.



Návštěvníci veletrhu GLASS PACK měli příležitost seznámit se s výrobky od 65 vystavovatelů, a to nejen na jednotlivých stáncích, ale také na speciální výstavní ploše, kde společnost Vetropack Itálie a ostatní vystavovatelé předvedli své výrobky v tom nejlepším světle na samostatném pódiu. Souběžně s přehlídkou produktů a služeb se konala řada workshopů a konferencí. Například jednotlivé společnosti byly představeny v rámci prezentace, kterou Marcello Montisci, ředitel marketingu, prodeje a plánování výroby ve společnosti Vetropack Holding, využil jako příležitost představit skupinu Vetropack a její vývoj. Zdůraznil zejména význam italského trhu a podnikatelského prostředí.

GLASS PACK je nový italský veletrh, který je zaměřený na průmysl obalového skla jako na celek. Různé společnosti ukázaly nepřebernou řadu svých výrobků a služeb – od designu přes dekorace a výrobu až po různé druhy obalů.

FEST.A CROPAK

Standardní láhve pro craft beer oživil nápad

Úspěšný nápad zajímavě pojmenovat a navrhnout etikety změnil standardní láhev na obalovou hvězdu. Řada řemeslných piv společnosti Pivovara Medvedgrad ze Záhřebu získala cenu za inovativní design v chorvatské soutěži Cropak.

Nejlepší a nejúspěšnější obal na chorvatském trhu se každoročně prezentuje na veletrhu obalů Cropak. V letošním roce se také poprvé hodnotila kategorie řemeslných pivovarů a cena, kterou věnoval Vetropack Straža, putovala do záhřebské firmy Pivovara Medvedgrad.

Tento pivovar kromě jiného plnil své pivo do nevratných lahví jantarové barvy vyráběných v chorvatském závodě

Vetropack už od roku 2013. Stejně jako mnoho jiných pivovarů. Ale zajímavá etiketa a vtipné pojmenování piv je to, co dělá tento produkt jedinečným a každý pohled na něj změnil ve skutečný zážitek.

Za návrhy nápaditých etiket stojí Andrea Knapić, Tomislav Tomić a Vedran Klemens. Tři umělci se navzájem dokonale doplňují, ale přitom jsou svým projevem jedineční. Andrea



Knapić má bohaté zkušenosti s grafickým a webovým designem, Tomislav Tomić je známý knižní ilustrátor a Vedran Klemens je renomovaný ilustrátor a grafik. Etikety tohoto uměleckého tria vyprávějí příběhy, které se v Záhřebu tradují po mnoho desetiletí.

Například indická světlá piva se nazývají Rascal (Fakin v chorvatštině). Fakin je místní název používaný v Záhřebu a na Istrii. Další pivo se jmenuje Baltazar podle kreslené postavičky profesora Balihazara, který svým přátelům ulehčuje život díky podivným vynálezům. Čarodějka Grič (Grička vještice v chorvatštině) je dalším jménem uvedeným na pivní etiketě, jméno Grič má své kořeny také v jedné ze záhřebských čtvrtí.



Dekoratивní etikety jsou vyrobeny z barevně potištěného papíru a zahalují celé tělo láhve. Jsou doplněny páskem na hrdlo láhve, kde je zobrazeno logo pivovaru. Tento pásek je navržený jednotně pro všechny láhve v této řadě.

Slavnostní předání cen se konalo 25. května na výstavě Cropak. Tihomir Premužak, ředitel Vetropacku Straža, ocenil vítěze kategorie řemeslných pivovarů plastikou Cropak. Manažer pro inovace v Pivovara Medvedgrad, Petar Nauković, přijal cenu se slovy: „Toto ocenění je pro nás velkou poctou, protože všechny nominované obaly byly prvotřídní a zajímavé. Všichni víme, jak důležitá je prezentace výrobků, a proto jsme tak hrdí, že naše obaly na craft beer byly vybrány jako nejlepší ze všech. Význam trhu s řemeslnými pivy neustále roste a nebude dlouho trvat, než se v tomto segmentu objeví další inovace. A to platí jak pro balení, tak pro kvalitu. Jsme velmi rádi, že se nás tato výzva týká.“

UKRAJINSKÁ OBALOVÁ HVĚZDA

Nová barva získala Gostomelu další hvězdu



Na předávání cen Ukrajinské obalové hvězdy 2017 získal Vetropack Gostomel svou 13. hvězdu. V této národní obalové soutěži byla láhev o objemu 0,75 litru vyrobená pro víno Vardiani přesvědčivým vítězem.

Porota si zamilovala lahev Bordoless light 750 ml ze standardního sortimentu pro její nízkou hmotnost a také kvůli barvě cuvée, která je pro Vetropack Gostomel novou barvou. Ukrajinský závod Vetropack používá pro tuto nevratnou láhev proces dvakrát fuk. Díky této technologii váží pouze 400 gramů, čímž je o 40 procent lehčí než standardní láhve na víno. Vylehčené sklo také snižuje náklady a emise CO₂. Láhve s tenkými stěnami jsou stejně pevné a stabilní jako těžší skleněné obaly.

Novou inovací a druhým důvodem vítězství v soutěži je nová barva cuvée. Ta lépe chrání drahocenný obsah před negativním účinkem denního světla. Porota zdůraznila zejména tento aspekt. Lehká skleněná láhev s korkovým uzávěrem, která je k dostání také v bílé, jantarové, zelené a olivové barvě, patří mezi nejoblíbenější láhve na víno na ukrajinském trhu.

Vetropack Gostomel se zúčastnil soutěže Ukrajinská obalová hvězda již po devatenácté. Slavnostní předávání cen se uskutečnilo v rámci výstavy Pack-Expo v Kyjevě letos v březnu.

FRIENDS OF GLASS

„Nekonečný život skla“ – nejlepší mediální

Hnutí Friends of Glass vedlo kampaň Endless Lives of Glass převážně přes sociální média. Propagace byla tak úspěšná, že kampaň získala ocenění International & European Association Award v kategorii Sociální média.

Vzpomínáte si ještě na mluvící láhve od Friends of Glass? Kampaň Nekonečný život skla, která začala přibližně před rokem, se zabývá otázkou recyklace skla humorným a informativním způsobem. Video byla pořízena v různých evropských supermarketech za pomoci skrytých kamer. Skleněná láhev na polici mluvila přímo s jednotlivými zákazníky a zapojila je do rozhovoru o nekonečné životnosti skla. Upovídané láhve vysvětlují ohromeným zákazníkům, že sklo může být opakovaně recyklováno, aby se z něj vyráběly nové láhve a sklenice.

Stejně jako kampaň #MapYourTaste před dvěma lety, tak také Nekonečný život skla byl v sociálních médiích velmi úspěšný a získal cenu International & European Association Award v kategorii Sociální média.



Best Social Media Campaign
www.associationawards.org



UDRŽITELNÉ

Lehký skleněný obal chrání životní prostředí

Vinice Schwertführer 47er byla na vinařské výstavě Dolního Rakouska vybrána jako Vinice roku. Cenu v podobě 10 000 udržitelných vinných láhví „Nachhaltig-Austria-Weinflasche“ vyrobených společností Vetropack Austria předala Raiffeisen Ware Austria.

Obchody Raiffeisen mají udržitelné láhve na víno už více než rok. Nabízejí širokou škálu produktů a služeb v oblasti zemědělství, zemědělské techniky, energetiky, stavebních materiálů a v sektoru domácnosti a zahrady. RWA Raiffeisen Ware Austria vyvinula lehkou skleněnou láhev vyrobenou až z 80 % z recyklovaného skla ve spolupráci s Vetropackem Austria.

Prohlášení o životním prostředí a místních produktech

Plněním svých produktů do láhve vyrobené udržitelným způsobem vinaři a další výrobci nápojů jasně deklarují, že se starají o životní prostředí a místní výrobky. Lehké skleněné obaly lze snadno rozpoznat podle nápisu „Nachhaltig Austria“ („udržitelné Rakousko“), který je vyražený na dnu láhve. K dostání jsou jako láhev Bordeaux v olivové a primeur barvě (350 g) a model Rheinwein v barvě cuvée (410 g).

Všechny tři jsou vybaveny šroubovacím uzávěrem Bague Vin Suisse (BVS).

Ocenění

V roce 2016 byla Nachhaltig-Austria-Weinflasche vyznamenána nominací na národní cenu Smart Packaging, kterou společnost Vetropack společně s RWA s radostí přijala. Láhev získala také prestižní ocenění Green Packaging Star Award za přínos pro životní prostředí.



Během dolnorakouské vinařské výstavy byla vinice Schwertführer 47er oceněna jako Vinice roku a obdržela speciální cenu od RWA – 10 000 lahví Nachhaltig-Austria-Weinflasche, díky čemuž byla dobře vybavena pro nadcházející sezónu. Vetropack Austria zastupoval na výstavě Franz Rosner, obchodní ředitel pro víno, šumivé víno a lihoviny.

PRÉMIOVÁ KVALITA

Stylový ležák

Ukrajinský závod Vetropack vyrábí nové láhve ze zeleného skla pro pivo Ciuc společnosti Heineken Romania. Nápoj je k dispozici ve dvou velikostech: 0,33 a 0,5 litru.

Společnost Heineken Romania uvedla na jaře na trh skleněné láhve Vetropacku Gostomel. Láhve o objemu 0,33 a 0,5 litru se pyšní tradičním designem s dlouhým hrdlem a jemně zaoblenými rameny, která volně přecházejí do elegantního těla. Nápis „Prémiová kvalita vyráběná v Rumunsku od roku 1974“ je vyryt velkými písmeny na přední straně láhve. Láhev o objemu 0,33 l má šroubovací korunkový uzávěr a láhev o objemu 0,5 litru má jednoduchý korunkový uzávěr.

Známý ležák vaří Miercurea Ciuc, jeden ze čtyř pivovarů společnosti Heineken Romania. Stejně jako design, tak také přísady ležáku jsou tradiční: voda, slad z ječmene a chmel.



SVOBODOMYSLNÁ DUŠE

Destilace na nejvyšší úrovni

Jemné ovocné destiláty z lihovaru Freihof se prodávají ve skleněných lahvích společnosti Vetropack Austria. Ovoce pochází z regionu Vorarlberg v Rakousku, který se může pochlubit několika nejlepšími pěstitelskými oblastmi v Evropě. To dává pálenkám obzvláště intenzivní chuť.

Silná ovocná pálenka z lihovaru Freihof se pyšně předvádí ve vysokých, štíhlých, skleněných lahvích vyráběných v rakouském závodě Vetropack v Pöchlarnu. Nad jednoduchými etiketami na lahvích o objemu 0,5 litru a 1 litru je vyrytý reliéf Freihof 1885. To byl rok, kdy byla založena tato lihovarnická společnost ve Vorarlbersku. Obě lahve (0,5 l i 1 l) jsou vyšperkovány stejným elegantním sněhově bílým šroubovacím uzávěrem.

Pálenky jsou destilovány tradičním způsobem z ovoce, které roste především v mírném podnebí údolí řeky Rýna v tomto regionu. Řada Freihof 1885 byla vyvinuta v loňském roce a nabízí osm různých příchutí: od typické Williamsovy hrušky až po hořec a čerstvý a ovocný červený pomeranč. Tyto lihoviny, které jsou destilovány výhradně z ovoce a bobulí bez přísad nebo dochucovadel, chutnají stejně dobře a čistě v podobě long drinků či koktejlů.



ČOKOLÁDA

Sladké pokušení

Tradiční vídeňská společnost STAUD'S kombinuje ovoce a kávu s čokoládou. Vetropack Austria v Pöchlarnu vyrábí průhledné sklenice o objemu 0,12 l pro tyto trendy výrobky.

Osmiboká sklenice s černým víčkem, nesoucí ochrannou známku, je typická pro produkty společnosti STAUD'S z Vídně, mezinárodně proslulého výrobce sladkých lahůdek.

Vetropack Austria vyrábí čiré skleněné nádoby obsahující 37 až 580 ml exkluzivních specialit STAUD'S. Ve skleněných obalech z Vetropacku je nyní k dispozici více než 220 různých druhů sladkých a pikantních lahůdek. Ve svých nejnovějších produktech spojuje STAUD'S ovoce a kávu s čokoládovými pomazánkami Grand Cru od firmy Felchlin, tradičního výrobce čokolády Swiss Grand Cru. Výrazná sklenice o objemu 0,12 litru vyrobená v rakouském závodě Vetropack v Pöchlarnu nabízí velmi zvláštní dotekový zážitek, i když ji berete z police. Černé víčko a stejně tmavě zbarvená etiketa navíc zaujmou už na první pohled elegantním vzhledem.

Nové sladké pokušení přichází ve čtyřech různých variantách: malina, višně, banán a káva. Ať už je natřete na chléb nebo použijete jako pověstnou závěrečnou tečku na dezert, vysoce kvalitní přísady zajišťují exkluzivní čokoládový zážitek.



AUTENTICKÝ

Vyrobeno z čistého sladu

Vetropack Straža v Chorvatsku vyrábí nové zelené skleněné lahve pro pivo Laško z pivovaru Pivovarna Laško Union. Tradiční recept, který používá čistý slad, vytváří intenzivní hořkou chuť tohoto slovinského piva.

Slovinský pivovar Heinekenu Pivovarna Laško Union prodává své nepasterizované pivo Laško v nových skleněných lahvích sklárny Vetropack Straža. Zelená láhev o objemu 0,5 litru vychází ze standardní euro láhve na pivo. Nová verze má mírně štíhlejší tělo a je o něco vyšší. Vratná láhev s korunkovým uzávěrem má působivý jemný design. Bílé písmo, které je aplikováno na láhev rakouskou společností Print Glass Kurt Mayer pomocí technologie sítotisku, nebrání tomu, abyste zřetelně viděli na obsah láhve.

Pivo se vaří dle tradičního receptu založeného na použití čistého sladu, což mu dodává chuť čerstvého chmele a skutečnou hořkost, která charakterizuje slovinské pivo.





BOHATÁ TRADICE

Sklo, víno a rock 'n' roll

Skvostné kapky z Valais ve Švýcarsku v ušlechtilé skleněné láhvi ze závodu v St-Prex společnosti Vetropack. Jedná se o víno Petite Arvine z výběru Chris Slade z vinice de Bernunes.

Hudba AC/DC je hlasitá a okázalá, zatímco vinná láhev v barvě cuvée ze standardní řady Vetropack Švýcarsko je skromná a jemná. Jediná věc, která zdobí přední stranu láhve o objemu 0,75 litru, je červený blesk a podpis bubeníka AC/DC ve stříbrné barvě. Skromnost láhve dává o to větší prostor jejímu luxusnímu obsahu – vínu Petite Arvine. Je vylisováno ze staré odrůdy vinné révy, která má ve Valais bohatou tradici. Přírodní korkový uzávěr vhodně doplňuje celkový působivý vzhled.

Jako součást „otevřených vinných sklepů“ ve Valais představil v květnu víno Nicolas Zufferey z vinic de Bernunes a Chris Slade. Návštěvníci si kromě vína vychutnali i hudební vstupy bubeníka.

ROZMANITÉ

Od ovocného po hořké

Pivovar Dr. Gab's sídlí v západním Švýcarsku se může chlubit svým cidrem a pivem ve skleněných lahvích od Vetropacku Švýcarsko. Oba nápoje jsou k dispozici v lahvích o objemu 0,33 litru.

Zelená skleněná láhev ve tvaru jablka, alespoň tedy její tělo, je v souladu s tématem cider. Dřevěnou stopku představuje hrdlo láhve. Osvěžující nápoj v láhvi o objemu 0,33 l je vyroben výhradně ze švýcarských jablek. Čerstvé a jiskřivé, etiketa také září zelenou barvou.

Vetropack Švýcarsko vyrábí láhve nejen na cider, ale i na chmelové nápoje Dr. Gab's s korunkovým uzávěrem. Pivní znalci si mohou vybrat mezi čtyřmi sezónními pivy nebo šesti tradičními, jako je Tempête nebo Chameau. Na jedné straně elegantní cuvée láhve je vyryté logo DR. GAB'S, které spolehlivě přitáhne pohled spotřebitele. Od lehkých ovocných piv přes hořký Pale Ale až po černé pivo, vyrábí pivovar dokonalý nápoj z ječmene, který uspokojí každou chuť. Všechna piva procházejí stejným fermentačním procesem, který probíhá v láhvi a kterým přirozeně vzniká kysličník uhličitý. Výsledkem je nefiltrované pivo, které je čím dál tím lepší.





PŘÍRODNĚ ZAMLŽENÉ

Belgicko-švýcarská záležitost

Nápadité pivo L'Echappée je výsledkem náhodného setkání švýcarského obchodníka a dvou Belgičanů. Slámově zbarvené pivo nabízené vinicí Rouvinez je k dostání ve skleněných lahvích vyráběných ukrajinským závodem Vetropack.

Nová skleněná láhev o objemu 0,375 litru z Vetropacku Gostomel, určená pro pivo L'Echappée vyráběné vinicemi Rouvinez ve Valais ve Švýcarsku, je nejzajímavější z hlediska designu. Jednoduché tělo hladce přechází do oblasti hrdla, což prodlužuje láhev jako nataženou nit. Žlutý korunkový uzávěr nabízí silný kontrast k tmavě jantarové barvě láhve. Jednoduchá etiketa halí hrdlo láhve jako ležérní šátek umělců.

Nejbláznivější inovace v 70leté historii vinice vznikla v Belgii, kde se Frédéric Rouvinez, zodpovědný za řízení rodinné firmy, setkal na výletě se dvěma mladými pivovarníky z Liège. Výsledkem setkání je nefiltrované belgické světlé pivo s tajnou kvasnicovou směsí z Belgie a vodou ze švýcarských Alp. Mezi další přísady patří pražený a karamelizovaný slad z ječmene, pšeničný slad a chmel.

ZATŘEPAT

Zdravé nápoje na dosah

Lidé, kteří žijí aktivně a zaměřují se na svoje zdraví, jsou nadšení z nových nápojových obalů ze skla. Chorvatský závod Vetropack vyrábí skleněnou láhev o objemu 0,65 litru jako skleněný shaker.

Ti, kdo mají rádi domácí mléčné koktejly nebo smoothies, nyní mohou využívat na cestách praktický skleněný shaker vyrobený firmou Vetropack Straža. Tvarovaná láhev o objemu 0,65 litru umožňuje snadno míchat nápoje. Tato volba je ideální, pokud nemáte doma moc času na přípravu nápoje. Jednoduše si ho můžete namíchat venku. Silikonové proužky obepínají skleněnou láhev a poskytují jí ochranu, což znamená, že ji můžete s důvěrou používat při sportovních aktivitách. Vyryté měřítko vám pomůže snadno určit správné množství ingrediencí. Tento exkluzivní produkt, který se hodí jako vynikající dárek, distribuuje slovinská společnost GlassShaker d.o.o. Skleněný shaker lze ušít na míru, a to gravírováním požadovaného textu na silikonové kroužky.

Sklo chrání obsah před vnějšími vlivy, což znamená, že chuť a vitaminy zůstávají po dlouhou dobu neporušené. A to je rozhodně silný argument pro zdravé nápoje.



PŘEPYCHOVÁ

Luxusní voda

Slovenský závod společnosti Vetropack vyrábí láhve z čirého skla pro výtečnou rumunskou pramenitou vodu AUR'A. Nápoj vylepšený koloidním zlatem a stříbrem je k dispozici ve dvou objemech.

Designéři ze sklárny Vetropack v Nemšové vytvořili láhve z čirého skla pro pramenitou vodu AUR'A z Banátských hor v Rumunsku ve velikostech 0,75 a 0,33 litru. Úzká, vysoká a jednoduchá láhev má velmi hladký povrch a výraznou oblast ramen. Průhledná etiketa zobrazuje tekoucí vodu a logo AUR'A, což je žena s dlouhými vlasy, které splývají přes ramena a proměňují se ve vlny.

Pramenitá voda se může pochlubit vysokou hodnotu pH a obsahuje koloidní částice zlata a stříbra, které jsou mimořádně dobré pro zdraví spotřebitelů. Dobrá zpráva je, že už se chystá i láhev o objemu 0,5 litru. Luxusní voda je ve skleněné láhvi dokonale chráněná a neztrácí tak žádnou ze svých cenných ingrediencí.



OCHRANA PROTI UV ZÁŘENÍ

Příjemně štiplavé osvěžení

Nová chmelová limonáda HOPS pivovaru Zipf, který patří rakouskému svazu pivovarů Brau Union Österreich, je dobře chráněna před účinky světla. Láhev z čirého skla z Vetropacku Straža je výjimečná díky integrované ochraně proti UV záření.

Se svým nejnovějším pivním produktem HOPS hornorakouský pivovar Zipfer v souladu se současnými trendy potvrdil, že pivo nemusí být vždy alkoholické. Pivo bez alkoholu se stává čím dál tím oblíbenější. Firma Vetropack Straža vyrábí bílé skleněné láhve o objemu 0,33 litru. Tato láhev se může pochlubit integrovanou ochranou proti UV záření – komponenty pro odchylování světla jsou přidány do taveniny až ve feederu (předpecí). Zajímavé logo pivovaru Zipfer je vyraženo na rameni láhve, zatímco základna je zdobena nápisem Brauerei Zipf. V závodě Vetropack v Kremsmünsteru je vyráběna i jantarová láhev o objemu 0,33 litru.

Šest různých druhů chmele zdokonaluje nápoje HOPS. Jemné a přitom štiplavé chmelové příchutě, ovocná citronová šňáva a sřik nealkoholického piva Zipfer zasáhnou na ta pravá místa chuťových pohárků dospělých konzumentů. Chmelový nápoj na zahnání žízně není tak sladký jako jiné limonády.



EKO-PRÉMIOVÝ

Přírodní uvnitř – perfektní na pohled

Morshinska, přírodní diamant Ukrajinských Karpat a oblíbená minerální voda Ukrajinců, představila nový design skleněné láhve. Za výrobou této novinky stojí Vetropack Gostomel.

Příroda vytvořila dokonalý obsah, lidé zase ideální tvar a výsledkem synergie je vysoce kvalitní produkt. O výrobu nové láhve se postaral ukrajinský závod společnosti Vetropack. Morshinska Premium je k dispozici ve třech velikostech: 0,33; 0,5 a 0,75 litru. Díky dlouhému hrdlu s elegantními a čistými liniemi, které jemně splývají do těla láhve, působí výrobek z čirého skla vysoce harmonickým dojmem. Láhev uzavírá zelené nebo stříbrné šroubovací víčko podle toho, zda jde o perlivou či neperlivou variantu. Třešinkou na dortu je elegantní a decentní etiketa.

Uvedení nové prémiové láhve Morshinska na trh spustilo ekologické iniciativy, které apelují na Ukrajince, aby se vydali směrem k zodpovědnému a zdravému životnímu stylu. Tento přírodní výrobek má být inspirací jak pro běžné spotřebitele, tak i pro výrobce ekologických produktů, pro eko-bloggery a veřejné činitele.



PICK-ME-UP

Požitek z kávy

Společnost Vetropack Nemšová vyvinula svěží design skleněných obalů pro novou řadu produktů INTENSE Elite Coffee. Pick-me-up izraelské společnosti má výraznou intenzivní espresso chuť.

Elite Coffee patří k předním značkám kávy v Izraeli. Sklářští specialisté ve slovenském závodě Vetropack vyvinuli svěží design skleněných obalů pro novou řadu výrobků INTENSE. Bílá sklenice se šroubovacím uzávěrem je jednoduchá, ale hravá. Tělo se zužuje od širokých ramen až ke dnu sklenice, kde se opět rozšiřuje, aby bylo v souladu s rameny. Barevné pojetí víčka a etikety dává kávě ucelený vzhled.

Jedinečná kombinace mražením vysušené kávy a čerstvě praženého espressa ve sklenici o objemu 0,566 litru beze zbytku uplatní svoje přednosti. Elite Coffee patří firmě Strauss Coffee B.V., která působí ve více než 20 zemích. Tato společnost získala před pěti lety Norddeutsche Kaffeewerke GmbH, německou firmu, která vyrábí tuto novou kávu.



SIMEI@DRINKTEC

Vzrušující vyhlídky

Veletřh SIMEI@drinktec se letos uskuteční v německém Mnichově od 11. do 15. září. Skupina Vetropack se představí ve velkém stánku, kde bude prezentovat svůj rozsáhlý sortiment všech svých závodů.

SIMEI se koná v Miláně od roku 1963 a je považován za přední světový veletrh technologií pro vinařský průmysl. Pro tento rok se stane součástí veletrhu drinktec pro nápojový průmysl a průmysl liquid-food, který otevírá své brány každé čtyři roky v Mnichově. Protože SIMEI se koná každé dva roky, bude se od tohoto okamžiku střídat místo konání, a to mezi Milánem a Mnichovem.

Ve svém stánku představí skupina Vetropack celou škálu skleněných lahví pro víno. Od nejrůznějších standardních

modelů až po zákaznické modely nabízené jednotlivými závody. Návštěvníci tak získají podrobný přehled o výrobě skleněných obalů na nápoje. Kromě lahví na tiché a šumivé víno bude Vetropack samozřejmě také prezentovat mnoho dalších skleněných obalů pro nápoje a potraviny. Navštivte nás v hale C2, na stánku číslo 437 a dovolte našim výrobkům, aby si Vás získaly.



ELEKTRONICKÁ VÝMĚNA DAT

Rychlý a automatický přenos dat

Vetropack Austria je prvním dodavatelem výrobce potravin a nápojů Spitz v Rakousku, který zpracovává objednávky výhradně pomocí automatické výměny dat.

Výrobce potravin a nápojů Spitz používá pro své výrobky skleněné obaly od Vetropacku Austria. Více než rok si obě společnosti vyměňují data elektronicky prostřednictvím EDI, což znamená elektronická výměna dat. Doposud je Vetropack jediným dodavatelem, který komunikuje se Spitzem výlučně elektronicky. Pokud se jedná o standardní objednávku, od objednávky samotné až po dodávku, pak probíhá obchodní proces automaticky a rychle díky aplikačním programům obou společností. Jakmile však dojde na nestandardní dodací termíny nebo například neobvyklé množství, pak je nutný osobní kontakt, jehož výsledkem jsou změny v systému.

Po zadání objednávky jsou generovány všechny relevantní informace o doručení a Spitz obdrží kód (sériový přepravní

kód), který je také vytištěn na štítcích palet. Tento čárový kód lze použít k jasné identifikaci palety a rychlému zpětnému dohledání výroby v případě reklamace.

**EDI nám umožňuje
pracovat ještě
efektivněji**

Vetrotime se zeptal manažera logistiky společnosti Spitz, pana Güntera Heimbuchnera, na zkušenosti s elektronickou výměnou dat.



Jaké výhody Vám nabízí elektronická výměna dat?

Přechodem na EDI odpadá zasílání objednávek prostřednictvím e-mailu a vzhledem k vysokému počtu objednávek značně klesly administrativní náklady. Kontrola potvrzení objednávek již v případě standardních objednávek není nutná. Také se urychlil proces přijímání zboží, protože data mohou být přenášena přímo do systému a nemusí být zadávána ručně.

Jak EDI prospívá Vaší společnosti s ohledem na zpětnou sledovatelnost vašeho zboží?

Po uložení objednávky zadáváme do našeho systému všechny relevantní informace od společnosti Vetropack Austria, což znamená, že skutečně není nutné dodatečné ruční doplňování. Takže zde hraje významnou roli i časový faktor, který je výrazně snížen díky EDI.

Do jaké míry se změnil způsob spolupráce mezi společnostmi Spitz a Vetropack Austria od doby, kdy jste začali předávat objednávky prostřednictvím elektronické výměny dat?

Samozřejmě nejvíce práce je vždy v počáteční fázi. Také je nutná optimalizace vnitřních procesů. EDI funguje a pomáhá zaměstnancům, pouze pokud jsou jasně nastaveny procesy. Systém je nyní stabilní a my jsme s ním velmi spokojeni.

Jaké další kroky jsou naplánovány pro fungování EDI v rámci spolupráce se společností Vetropack Austria?

Dalším krokem je umožnit přijímání a automatické převedení faktur do našeho systému. Stále to děláme tradičním způsobem.

Jak se má dále rozvíjet elektronická výměna? Myslíte, že existuje potenciál pro zlepšení?

Měla by se věnovat větší pozornost řízení ramp. To se týká všech procesů nakládky a vykládky na nakládacích rampách, což může například zkrátit čekací doby na obou koncích. Potvrzení o příjmu zboží by bylo také užitečné, protože v současné době ho nedostáváme automaticky.



VÝTVARNÁ SOUTĚŽ

Jak snadno recyklovat

Letos na jaře vyhlásila kyjovská sklárna Vetropack výtvarnou soutěž pro děti ze základních škol v regionu. Měly za úkol namalovat obrázek, na kterém by ztvárnily svoji představu o recyklaci skla, tedy o tom, v co všechno se může sklo během svého nekonečného života proměnit.



Soutěž organizovaná společností Vetropack Moravia Glass pro žáky základních škol měla velký úspěch. Poštou dorazilo na 150 pestrých barevných dílek. Hlavní idea byla, aby se děti více dozvěděly o recyklaci skla a o jeho opakovaném použití. „Potěšil nás velký zájem, přišly opravdu nádherné obrázky. Byli jsme překvapení, kolik jich bylo a jak byly rozmanité. A tak jsme navíc udělili jednu speciální cenu za nápadité maxi lepenku,“ popisuje průběh soutěže spoluorganizátorka celého projektu a asistentka generálního ředitele Vetropack Moravia Glass Regína Bělohoubková. A její kolegyně, Karolina Bystřická, asistentka marketingové a obchodní ředitelky, doplňuje: „Bylo opravdu těžké vybrat nejkrásnější obrázky. Všechny mají svůj půvab, nejraději bychom odměnili všechny děti.“

Umění výběru

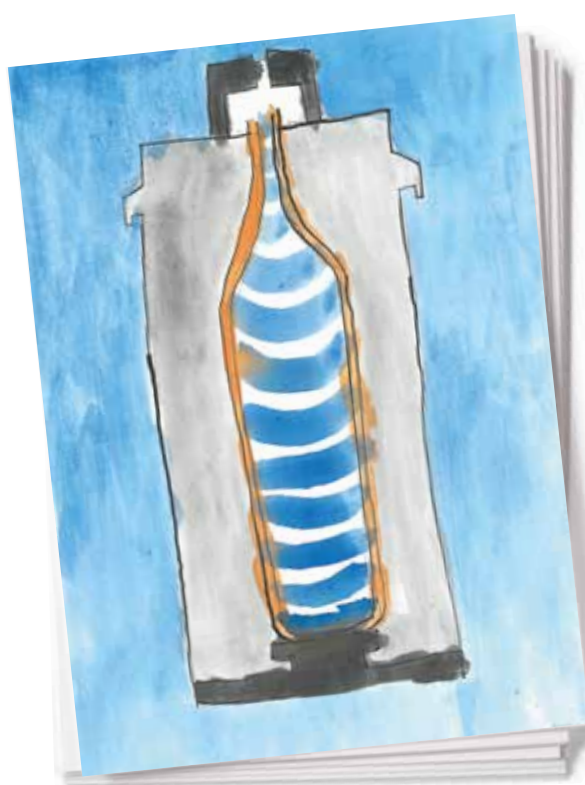
Ruský výtvarník Wladimir Abramuszkin, který žije nedaleko sklárny, se stal hlavním porotcem při výběru nejlepších uměleckých děl: „Hlavním kritériem byla výrazová forma dětského projevu, bylo zajímavé sledovat širokou mozaiku různých pojetí tohoto aktuálního problému,“ vysvětluje, co ho vedlo k výběru vítězných obrázků.

Úspěšní soutěžící byli pozváni na slavnostní vyhlášení přímo do sklárny. Jedním z oceněných dětí se stala i dívka s autistickou poruchou. „Bylo to moc fajn,“ raduje se patnáctiletá

Dáša, „ráda maluju a potěšilo mě, že jsem vyhrála. Budu kreslit dál. Nejradši maluju čerty.“ Její maminka, Zdeňka Ježová, ji s úsměvem doplňuje: „Jsem šťastná, že její obrázek měl úspěch. Určitě ji to bude motivovat k další tvorbě, budu ji v tom podporovat.“

Gregor Gábel, generální ředitel Vetropack Moravia Glass, všem třinácti vítězům poblahopřál a obdaroval je poukázkou na sportovní vybavení. „Je důležité, aby děti věděly, proč je třeba oddělit různé barvy, když třídí sklo. Tímto způsobem chrání přírodu a hrají aktivní roli při ochraně životního prostředí pro budoucí generace. Jsem velmi pyšný na tyto děti,“ řekl. Ze 13 nejkrásnějších děl vznikne kalendář, kdy jeden obrázek ozdobí titulní stranu a zbývajících 12 každý jednotlivý měsíc roku 2018.

Po předání cen a diplomů se děti i jejich rodiče občerstvili a vyrazili na prohlídku přímo do výroby. Malí výherci byli nadšení, ale taky ohromeni, jak hlučno a horko tam bylo.



TVOŘIVOST

GlasSharing inspiruje italské žáky

Italské školy si zjistily vše o tématech soutěže GlasSharing, která se koná už po desáté. Žáci základních a středních škol předložili více než 270 projektů zaměřených na recyklaci skla a sklo jako takové. Slavnostní předávání cen se konalo v prostorách Ministerstva školství v Římě.



Pro desátý ročník soutěže GlasSharing (viz box) měly děti možnost výběru ze tří tematických okruhů, které se staly inspirací pro jejich příspěvky do soutěže: Životní prostředí, sběr a recyklace, Bezpečnost potravin a zdraví a Sklo a jeho význam. Soutěž byla velmi dobře přijata italskými základními a středními školami – soutěžilo více než 270 projektů.

První místo v kategorii základních škol převzala třída 4A ze školy Collodi (město Ceggia, oblast Veneto, severní Itálie) za hru, kterou žáci sami napsali, nazvanou „Pietro – Glass“. Příběh se zabývá tématem opětovného využití skleněných lahví a sklenic tvořivým způsobem, například jejich opětovným použitím ve formě vánočních ozdob.

V kategorii středních škol získala první místo třída 3A ze školy Giovanni (město Maserà, také oblast Veneto). Žáci vytvořili originální puzzle knihu ve třech jazycích s názvem „Sklo“ o nekonečné životnosti skla.

Podpora recyklace

„V letošním ročníku jsme chtěli poukázat na výhody skla jako obalového materiálu,“ říká Marco Ravasi, ředitel oddělení obalového skla v asociaci Assovetro. Prezident sdružení CoReVe Franco Grisan dodává, že je důležité upozornit

mladé lidi na recyklaci a její výhody. Koneckonců, sklo je přírodní materiál a je 100% recyklovatelné. Recyklace také šetří zdroje, zlepšuje ekologickou rovnováhu a šetří energii.

GlasSharing

Italský školní projekt GlasSharing je zaměřený na žáky základních (pouze poslední dva roky) a středních škol. Soutěž je podporována asociací Assovetro (Národní asociace italského sklářského průmyslu) a CoReVe (Consorzio Recupero Vetro, Národní organizace pro recyklaci skla).

NOVÝ ZAČÁTEK

Finská upcyclace

Známé a milované, i daleko za jeho hranicemi, Finsko je místem kreativity, kde se krásný a promyšlený design stal něčím téměř kultovním. To platí i pro finskou sklářskou práci, která je v ideálním případě vhodná pro každodenní použití.



Slova finské sklo a design okamžitě vyvolají představu zvláště vázy od umělce jménem Aalto, známé také jako váza Savoy, a jednoho z nejslavnějších skleněných předmětů na světě. Myšlenka klasické sbírky skleněných váz se zrodila v hlavě architekta a designéra Alvara Aalta a jeho ženy Aino v roce 1936 a od té doby se stala ikonou skandinávského designu. Říká se, že jde o modely finské krajiny: dobře definovatelná, ale rozhodně ne nudná díky četným horám, lesům a jezerům. Váza Aalto byla poprvé představena na výstavě Exposition Internationale v Paříži v roce 1937. Aalto zaměstnal sedm sklářů, kteří pracovali šestnáct hodin, aby vyrobili jen jednu vázu. Tento originální kus si objednala luxusní restaurace Savoy v Helsinkách, právě odtud má váza svoje druhé jméno. Tvar těchto speciálních váz je dodnes velmi populární, mnozí skláři stále vytvářejí variace na slavný originál. V současnosti se jejich barvy pohybují od průzračné, jantarové přes různé odstíny modré a červené až po purpurovou, kouřově šedou a opálovou.

Aalto tak položil základy celosvětové slávy Finska ve sklářském průmyslu. Tapio Wirkkala (1915-1985) oslavil v roce 1951 svůj první velký úspěch v Miláně. Mezi jeho nejzná-

mější návrhy patří skleněná váza inspirovaná tvarem houby – lišky obecné. Později pracoval také pro firmu Rosenthal, která je proslulá výrobou porcelánu.

Stejně jako váza Aalto, mnoho motivů ve finském designu má své kořeny v přírodě. To platí zvláště pro skleněné práce, ideální materiál pro ztvárnění čistoty přírody a jejího množství struktur v originálních podobách. Jukka Isotalo a Jan Torstensson, dva návrháři, kteří patří do nové generace finských sklářů, také přiznávají svůj blízký vztah k přírodě. Oba používají recyklované sklo jako výchozí bod pro své dílo, přeměňují je na nadčasové skleněné předměty, které se pro svoje majitele stávají každodenním potěšením. Materiál pro svoji práci získávají z restaurací nebo od společnosti Alko, státem vlastněného prodejce alkoholu ve Finsku.

Tryskání za studena

Jukka Isotalo, narozený v roce 1962, studoval průmyslový design na Aalto University v Helsinkách a navštěvoval prestižní sklářskou školu švédské sklárny Orrefors. Svůj umělecký úspěch odstartoval, když vytvořil svícny ze starých lahví.



Zpracovává použité sklo řezáním, broušením a pískováním – technikou známou v oboru jako tryskání za studena, která dává použitým skleněným lahvím nový tvar a povrch. Jinými slovy, jsou přeměněny na umělecké dílo se svěžím vzhledem a novým účelem, který je daleko vzdálen od jejich původního použití. Isotalo někdy přidá kontrast k čisté estetice skla přidáním dřevěné základny nebo krytu, když vytváří lampy, misky, brýle a mnoho dalších objektů. Vítězné trofeje, které byly představeny na World Cup Slalom v roce 2009 v severním finském lyžařském středisku Levi, navrhl právě Isotalo, a jak asi správně tušíte, byly vyrobeny z použitých lahví na víno.

Zahřát a upravit

Jan Torstensson, narozený v roce 1953, potkal sklo ve své práci poté, co se tři roky učil na skláře. Díla vznikají zahřátím recyklovaného skla, jeho roztavením a tvarováním do nových předmětů, zatímco je horké. Oblíbenými objekty

umělce jsou vinné láhve a láhve Piccolo a snad nejznámějším dodavatelem jeho surovin je letiště Helsinki-Vantaa. Torstensson dává velký důraz na to, aby při své tvorbě co nejvíce uplatňoval ekologické principy, a proto používá zařízení a pece, které sám vyvinul. V roce 2009 získal cenu za své energeticky úsporné výrobní metody a návrhy ve Finsku.

Ze sklárny do designérské firmy

Finská nejslavnější sklářská společnost Iittala zahájila svou činnost v roce 1881. Firma získala světovou slávu ve třicátých a čtyřicátých letech díky svým návrhářům, jako byli Alvar a Aino Aalto, Kay Franck, Tapio Wirkkala a dosud nejmenovaný Oiva Toikka, abychom jich zmínili alespoň několik. A ačkoli už nezaměstnává své vlastní designéry, představuje Iittala díla renomovaných sklářů, jako jsou právě Jan Torstensson či Jukka Isotalo.

Muzeum skla v německém Frauenau poskytlo fotografie skleněných předmětů, které byly pro tento článek zpřístupněny a upraveny. Umělecké práce Jana Torstenssona a Jukky Isotala byly vystaveny v tomto muzeu v roce 2014.

**KONTAKTNÍ ADRESY
PRODEJ****Švýcarsko**

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

Rakousko

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

Česká republika

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

Slovensko

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

**Chorvatsko, Slovinsko,
Bosna-Hercegovina,
Srbsko, Černá Hora,
Makedonie**

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

Itálie

Telefon +39 02 458771
Fax +39 02 45877714
sales.it@vetropack.com

**Ostatní země západní
Evropy**

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

**Ostatní země východní
Evropy**

Telefon +420 518 744 341
Fax +420 518 612 519
export.cz@vetropack.com