

VETROTIME

TRH
Trendy
v lokálních
specialitách

FRIENDS OF GLASS
Kampaň
"Nekonečný oceán"

ROZHOVOR
Pohled do
světa FEVE

04 PŘITAHUJE POZORNOST	Dekorativní sklo
06 NOVINKY	Pozvánka na veletrh
07 TRH	Uvědomělá konzumace jako způsob života
09 ZÁKAZNÍCI	Mléko ve skleněných lahvích se vrací
12 NOVÝ DESIGN	Rozmanitost ve skle
17 ROZHOVOR	Fascinace sklem – Adeline Farrelly
20 FRIENDS OF GLASS	Ochrana oceánů
23 STŘÍPKY KULTURY	Skleněné umělecké dílo

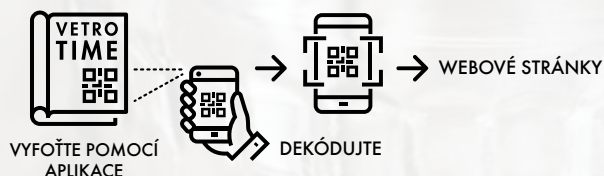
Tiráž

Redakce a text:
Corporate Communication
Vetropack Holding Ltd, Bülach

Sazba: Arnold & Braun
Grafik Design, Luzern

Tisk: Tiskárna Van Druck, Sedlčany

Papír: Matná křída, 150 g

Přímý link na Vetrotime: nové QR kódy

Uteklo Vám některé vydání časopisu Vetrotime? Přístup k předchozím edicím můžete získat pomocí následujícího QR kódu:



Obrázek na obálce: ať už jsou sladké nebo kyselé, ovoce nebo zelenina, vychutnávat si výrobky ze skla je radost, která nikdy nevyjde z módy. Křupavé nakládané okurky, šťavnaté letní kompoty, pikantní chutney, ovocné džemy a aromatické omáčky ... skleněné obaly uchovávají svěžest a chuť potravin. A právě proto se mladý pár na obálce rozhodl pro tuto konkrétní omáčku.



“Skleněné obaly zažívají v Rakousku renesanci.”

Vážení čtenáři,

Sklo je fascinující materiál! A to si nemyslí jen lidé, kteří s ním pracují. Koneckonců, sklo je v módě na celém světě a stalo se synonymem pro sofistikovaný životní styl.

Spotřebitelé si stále více uvědomují, že sklo je nejbezpečnějším obalovým materiálem pro potraviny a nápoje, ať už jde o ochranu jejich zdraví nebo o zachování chuti a nutričních hodnot výrobků. Tento fakt je patrný také z rostoucí popularity místních produktů zabalených ve skle. Chcete-li získat představu o tom, jak široký je tento sortiment, podívejte se na článek „Vědomé stravování jako způsob života“ (strana 7 až 8) a objevte různé příklady regionálních lahůdek.

A co zpráva o tom, jak se v Rakousku vrací mléko ve skle (strana 9)? Skleněné obaly zažívají renesanci. Rakouští maloobchodníci s potravinami již nabízejí malou, vybranou škálu výrobků ve skle a poptávka roste prakticky každý den. V dalším vydání Vetrotime 3 se budeme podrobně zabývat „příběhem úspěchu“, který stojí za tímto trendem a představíme si názory nejen spotřebitelů, maloobchodníků a našich zákazníků, ale také našich odborníků na sklo a externích specialistů.

Co se týká skla, znáte Evropskou federaci výrobců skleněných obalů (FEVE – Fédération Européenne du Verre d'Emballage)? Generální sekretářka Adeline Farrellyová představila časopisu Vetrotime výzvy a cíle, jimž čelí toto průmyslové sdružení sídlící v Bruselu (strana 17 až 19).

Jak vidíte, toto vydání slibuje fascinující čtení. Já sám jsem byl obzvlášť ohromený profesionálními možnostmi zdobení, které nabízí skleněné obaly. Kdo by si pomyslel, že značka obuvi může používat skleněné

lahve k propagaci svých výrobků? Nebo jak efektní může být vystavit historické sodové sifony ze sklárny v Bülachu v masážním salonu. A překvapující je i zdobení regálů v prodejně skandinávského nábytku lahvemi a sklenicemi se širokým ústím.

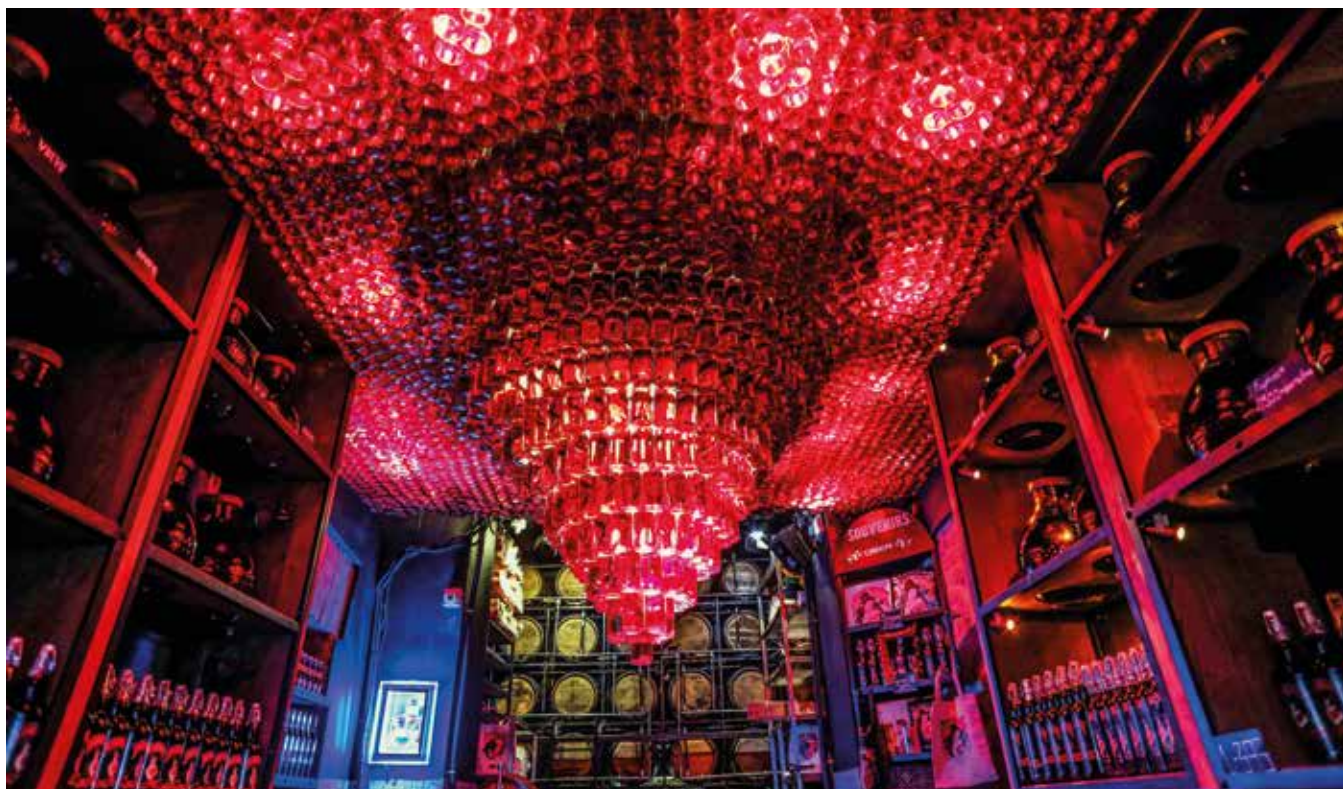


Další vydání připravujeme již na listopadu, protože začíná veletrh BrauBeviale v Norimberku. Těšíme se na Vás v našem veletržním stánku, kde budete mít toto nové vydání samozřejmě k dispozici. Ale nemějte strach, pokud to nestihnete, časopis Vám bude zaslán poštou.

S přátelským pozdravem

Johann Reiter
CEO

OKOUZLUJÍCÍ STRUKTURA



LAHVE NA TŘEŠŇOVÝ LIKÉR ZAPLNILY OBLOHU

Milovníci sladkých třešňových likérů si přijdou na své v baru Pyana Vyshnya (Opilá višň) na Ukrajině. Nabízí tady pouze jeden nápoj – třešňový likér. Největším lákadlem je však "obloha z lahví s likérem", kterou ve skutečnosti tvoří dva lustry vytvořené ze 4 500 naplněných skleněných lahví, více než 2 000 kusů má každý z nich. Aby byl efekt dokonalý, byl likér nahrazen speciální červenou kapalinou. Z čeho se tato kapalina vyrábí, zůstává tajemstvím.

OBALOVÝ MATERIÁL

Neodolatelné potěšení

Obchody, které prodávají produkty v "nezabaleném" stavu, jsou stále populárnější. Výrobků vystaveným v nádobách se širokým ústím se dá jen stěží odolat. Sušené ovoce a ořechy se prodávají v obchodě v blízkosti české sklárny Vetropack.

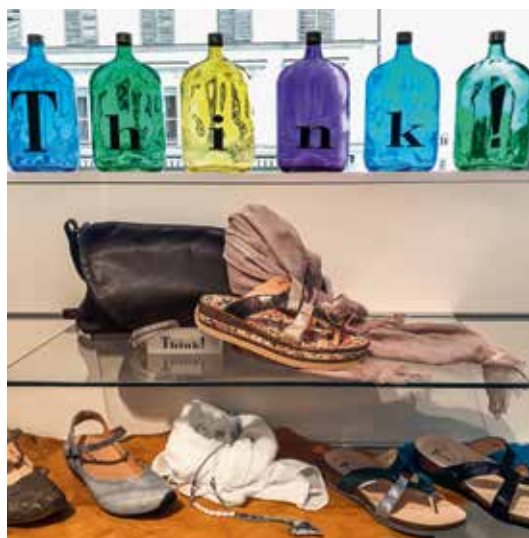


Dekorace z hlubin historie

Cenné prázdné skleněné láhve zdobí okno masážního studia v Curychu ve Švýcarsku. Když se podíváte pozorněji, rozeznáte sifóny na sodu vyrobené sklárnou Vetropack v Bülachu. První člověk, který začal do vody přidávat oxid uhličitý, byl britský vědec Joseph Priestley v roce 1767. Kromě uhašení žízně má perlivá soda další příznivý vedlejší účinek: oxid uhličitý může zabít bakterie. Joseph Priestley ho objevil v době, kdy řádily různé



nemoci a epidemie, za což byl odměněn prestižní vědeckou cenou – Copleyho medailí. Byl to však benediktinský kněz z Maďarska, Anyos Jedlik, který přišel s myšlenkou plnění vody do sifónů. Chtěl využívat perlivou vodu jako prostředek, který se snadno vyrábí, na léčbu pacientů trpících cholerou.



SVĚTELNÝ POUTAČ

V prodejně obuvi v malém rakouském městě Helfau-Uttendorf má známá obuvnická značka okouzlující dekoraci ve výloze: šest barevných lahví s logem značky, které jsou dobře rozeznatelné i z dálky. Pohodlné a kvalitní boty jsou dobré pro vaše nohy, které chrání den po dni a starají se o ně. Stejně jako skleněné láhve jsou dobré pro potraviny, které udržují v bezpečí.

Vše seřazeno

Při nedávné návštěvě obchodu s nábytkem si redakční tým Vetrotime všiml řady skleněných lahví umístěných na horních regálech. Tato elegantně vyhlížející dekorace může být použita jako inspirace pro vaše vlastní "čtyři stěny", protože skleněné láhve dodají jakékoliv místnosti nádech krásy.





PŘESTAVBA

Vana na bílé sklo s další výrobní linkou

Vana na bílou sklovinu ve Vetropacku Nemšová prošla v dubnu letošního roku kompletní přestavbou po deseti letech provozu. Nejmodernější vana byla doplněna o další (čtvrtý) tvarovací stroj s výrobní linkou.

S temperováním vany a všech čtyř feedrů bílé skloviny se v Nemšové díky úspěšně ukončeným fázím projektu začalo o den dříve, než bylo původně plánováno. Vana byla slavnostně otevřena dva týdny předtím ve společnosti pozvaných hostů, generálního ředitele společnosti Johanna Reitera a ostatních pracovníků.

Tato komplexní rekonstrukce poskytla příležitost realizovat nejenom nezbytnou opravu, ale také zvýšit kapacitu tavi-

cího agregátu. Kromě toho se ve všeobecnosti snížily emise výfukových plynů a spotřeba energie. Na nejmodernější vanu byl připojen nový sklářský stroj se čtvrtou linkou, což je pro slovenský závod Vetropack velmi významná a perspektivní investice.

Kromě zmodernizované sklářské vany na bílé sklo je ve slovenském závodě Vetropack již instalována vana na výrobu obalů ze zeleného skla.

POZVÁNKA

Přijďte se podívat na BrauBeviale

Skupina Vetropack se zúčastní veletrhu BrauBeviale v německém Norimberku od 13. do 15. listopadu 2018 s velkým výstavním stánkem. Přijďte a navštivte nás a my Vám rádi ukážeme širokou škálu našich výrobků.



Od 13. do 15. listopadu se sejdou odborníci na nápoje z celého světa v německém městě Norimberk.

BrauBeviale se uskuteční opět po dvou letech. Motto letošního veletrhu je 'Stimulovat a inspirovat'. A to je přesně to, o co se snaží skupina Vetropack, která bude mít v Norimberku vlastní velký stánek. Přijďte se podívat na různorodý sortiment nabízených obalů a navštivte nás na stánku 319 v hale 4A.

BrauBeviale2018

MÍSTNÍ SPECIALITY

Jíst s rozmyslem jako způsob života

Regionální produkce je posledním výkřikem módy. Spotřebitelé chtějí vědět, odkud jejich jídlo pochází a jak bylo vyrobeno. Pro stále více lidí je zdravé a společensky uvědomělé stravování součástí životního stylu. Do toho velmi dobře zapadá sklo jako obalový materiál. Je inertní, zdravé a průhledné.



Regionální, sezónní, zdravé. Spotřebitelé přikládají stále větší váhu zdravé a vyvážené stravě. A stejně vysokou prioritu u nich má kvalita, čerstvost a chuť produktů, které jedí. A právě tam se dokonale hodí skleněné obaly, protože všechny ty vynikající vlastnosti potravin ve skle vydrží déle.

Škála regionálních potravin a nápojů, které jsou ve všech zemích, kde má Vetropack výrobní závody, baleny ve skle, je široká a rozmanitá. Zvědavost zákazníků vzbuzují ve skle balené známé speciality i místní lahůdky, které ještě čekají na objevení. K takovým produktům patří nejen jídlo, ale i nápoje a omáčky. Zákazníci si mohou vybírat z velmi rozmanité škály produktů, od tradičních láhví v našem

standardním sortimentu až po nápadné modely na zakázku, které dokonale vyniknou na pozadí výrobků konkurence. V nabídce jsou láhve s dlouhým hrdlem i v kratším provedení, s embosovanou pečetí či reliéfem, s klasickou papírovou nebo se stylovou průhlednou etiketou – Vetropack se zákazníky pečlivě pracuje na vytvoření přesně takového skleněného obalu, jaký požadují.

Region ve skle

K výrobkům, které na trh přicházejí ve skle, patří čatni, omáčky, byliny a koření, hořčice, paštiky, mléčné výrobky, nakládaná zelenina a hotová jídla. Jako jejich doplněk nebo jen pro uhašení žízně jsou do skleněných láhví Vetro-



pack plněny regionální džusy, cidery, sirupy, piva, jablečná vína či alkohol, jakož i všechny druhy oleje a octa.

Spotřebitelé jsou ochotni zaplatit za regionální produkty víc, a to proto, že produkt patří do regionu, že chtějí podporovat místní hospodářství nebo kvůli zkrácené dovozní vzdálenosti. Regionální vztahy a blízkost výrobce dávají spotřebitelům jistotu a vytvářejí pocit důvěry. Jak již bylo uvedeno, zákazníci chtějí vědět, odkud jejich potraviny a nápoje pocházejí a jak byly vyrobeny. Dalším aspektem, který je dnes stále důležitější, je životní prostředí. Pokud kupujete regionální a sezónní potraviny, nejenže je vaše

strava pestrá a chutná, ale také aktivně chráníte životní prostředí.

Průhledné obaly

Vetropack vyrábí malé sklenice se širokým ústím, středně velké nádoby, ale i ohromné zavařovačky. Většina sklenic se širokým ústím se vyrábí z průhledného skla, a proto je jejich náplň velmi dobře vidět. Spotřebitelé hledají transparentnost u produktu jako celku, takže obsah a obal jsou v harmonii. Výrobky, ať standardní nebo zakázkové, mohou být okrouhlé, čtvercové, víceboké, ozdobené reliéfem nebo úplně hladké.





MLÉČNÉ VÝROBKY

Mléko ve skleněných lahvích se vrací

V dubnu se do rakouských supermarketů vrátily mléčné výrobky ve skle. Mlékárna Berglandmilch, která je na trhu ve vedoucí pozici, se vrátila k balení mléka a jogurtů do skla – přesněji do průhledných sklenic od společnosti Vetropack Rakousko.

Vzpomínáte si na ten pocit, když pijete sklenici studeného mléka nalitého ze skleněné láhve? Je to něco, co jsme dříve považovali za samozřejmost, ale dnes je to vzácností. Nyní se však Ti z nás, kteří milují mléčné výrobky prodávané ve skle, mohou radovat, protože jsou zpět v módě. Od letošního jara rakouská nejmodernější mlékárna Berglandmilch balí své výrobky do průhledných skleněných lahví o objemu 1 litr a sklenic na 450 g jogurtu vyrobených společností Vetropack Rakousko. Oba dva obaly jsou nevratné.

Popularita mléčných výrobků ve skle

Spořřebitelský průzkum provedený před dvěma lety Evropskou federací výrobců skleněných obalů (FEVE) jasně ukazuje, že spotřebitelé by rádi viděli více mléčných výrobků balených ve skle. V Evropě je za více nabízených skleněných obalů

přes 50 % respondentů, v Rakousku až 64 %. Společnost Berglandmilch reagovala na tuto poptávku tím, že dodala své top značky "Schärdinger Berghof" a "Tirol Milch" do rakouských supermarketů ve skleněných obalech. Tento krok již vyvolal pozitivní zpětnou vazbu od zákazníků, pokud jde o udržitelnost a chuť výrobků. Maloobchodní řetězec REWE také uvedl mléko v nových skleněných lahvích Vetropack s vlastní značkou "Ja!Natürlich" a dále Hofer se značkou "Zurück zum Ursprung". Kromě mléka nabízí společnost Spar ve skleněných obalech i jogurty "Natur pur".

Začátek nové éry

Mléko ve skleněných lahvích je v uvedených supermarketech skutečným hitem, přičemž poptávka daleko přesahuje očekávání. V příštím čísle Vetrotime prozkoumáme tento úspěch hlouběji.

SPONZORSTVÍ

Soutěž domácích pivovarů

Vetropack Švýcarsko poskytl pivní lahve ze standardního sortimentu pro soutěž "Beer Contest" pořádanou společností Brau- und Rauchshop GmbH. Soutěž byla otevřena každému, kdo má vaření piva jako svůj koníček.



Letošní soutěž piv v Densbürenu ve Švýcarsku se ukázala jako velmi populární, přihlásilo se 263 piv ve 20 kategoriích. Dvanáct odborníků na pivo mělo plné ruce práce

s hodnocením různých vzorků z domácích pivovarů. Kategorie byly následující: "Amber and Märzen beer", "Belgian strong ales" a "Saison and white beer". Vítěz poslední jmenované kategorie, který pocházel od "Pivních partyzánů" z Prattelnu ve Švýcarsku, byl také korunován jako nejlepší pivo ze všech. Byla to třetí pivní soutěž a degustátoři neměli snadný úkol. Koneckonců, švýcarská pivní scéna se v posledních letech rozrůstala velmi rozmanitě a kromě nesčetných malých pivovarů, které jsou nyní v provozu, existuje mnoho domácích pivovarníků, kteří jsou nadšeni do vaření piva.

Společnost Brau- und Rauchshop GmbH je internetový obchod, který prodává zařízení pro amatérské i profesionální pivovary, včetně lahví na pivo o objemu 0,33 l ze standardního portfolia Vetropacku Švýcarsko.





UKRAJINSKÉ OCENĚNÍ

Oceněná láhev z bílého skla

Vetropack Gostomel vyhrál svou 14. ukrajinskou obalovou hvězdu s 0,4 litrovou lahví na minerální vodu VODA UA. Tato národní obalová soutěž se konala v dubnu v Kyjevě již po dvacáté.

Připadají Vám skleněné láhve na minerální vodu VODA UA známé? Může být, jelikož jsme tyto nové skleněné láhve od firmy Vetropack Gostomel představovali ve Vetrotime přesně před rokem. Ukrajinské ocenění Hvězda balení za rok 2018 proto přišlo jako dárek k narozeninám. Je to 14. hvězda pro ukrajinský závod Vetropack. Vetropack Gostomel není jen vzácně úspěšný v národních obalových soutěžích.

Embos vlčího máku se vine průhlednou stěnou láhve. To podtrhuje přírodní kvalitu minerální vody, která je plněna do láhve o objemu 0,4 l. Osvěžující nápoj s drahocennými minerály a stopovými prvky pochází z pramenů v centrální Ukrajině.

OSVĚŽUJÍCÍ

Ovocné nealkoholické nápoje

Ukrajinský závod Vetropack vyrábí zelené skleněné láhve pro milovníky nápoje Millino, známého a oblíbeného po celé Ukrajině. Tento osvěžující nápoj má jemnou chuť ovoce a bylin.

Je v horkém letním dnu něco lepšího než osvěžující nápoj s příjemným dotekem sladkosti? To je to, čím Millino perfektně uhasí žízeň. Tento nealkoholický nápoj se prodává v ukrajinských supermarketech ve skleněných lahvích od společnosti Vetropack Gostomel o objemu 0,5 litru. Skleněný obal ze zeleného skla se šroubovacím uzávěrem je součástí standardního sortimentu. Barevná etiketa zobrazující ovoce a byliny, ze kterých byl nápoj vyroben, je stejně zářivá jako samotná nevratná lahev.

Osvěžující nápoj, který obsahuje cukrový sirup a křišťálově čistou vodu, se může pochlubit různými příchutěmi: od broskve, ostružin, borůvek až po více tradiční citronovou příchutí. Vybrat si může každý podle vlastní chuti. Nealkoholické nápoje Millino jsou lehce syčené a mají jedinečnou jemnou chuť.



PLNÉ KONTRASTŮ

Městské pivo

Společnost Vetropack Rakousko vyrábí nové lahve ze zeleného skla pro Ottakringer Sechzehn a Ottakringer Helles. Každá z těchto nevratných lahví s korunkovým uzávěrem obsahuje 0,33 litru nápoje z nejstaršího vídeňského pivovaru.

Přitažlivá, nápadná, odvážná. I takto se dá popsat nová zelená skleněná lahev vyrobená firmou Vetropack Rakousko pro Ottakringer Sechzehn. Jméno „Ottakringer“, které pochází z názvu 16. okresu (Ottakring) hlavního města Rakouska, je vyryto přes ramena lahve. Dalším charakteristickým znakem je motiv chmele ve světle žluté barvě. Tato barva se dále objevuje na korunkovém uzávěru a nápisu. Nevratná lahev o objemu 0,33 l je k dispozici buď ve variantě se sítotiskem, nebo s tradiční papírovou etiketou, která je také v zeleném a žlutém tónu.

Ottakringer Sechzehn a Ottakringer Helles jsou obě světlá piva. Ať už jde o party po práci, noc v klubu nebo malé setkání přátel - fanoušci těchto městských nápojů vyrobených z chmele si je mohou vychutnat, kdekoliv chtějí.



Hledáte skleněné obaly na potraviny nebo nápoje?
V našem online katalogu najdete více než 900 položek. Použijte tento QR kód!

PŘÍRODNÍ

Nový design po 22 letech

Dvacet dva let po svém uvedení na trh dostala láhev Vella glass nový design, který ji dělá ještě elegantnější. Chorvatská sklárna Vetropack v Hum na Sutli vyrábí tyrkysové láhve na španělskou minerální vodu ve třech různých velikostech.

Modrá barva má uklidňující účinky a připomíná vodu. A tento jemný nápoj získal osvěžující nové skleněné obaly právě v této barvě. Vetropack Straža vyrábí tyrkysové skleněné láhve pro španělskou minerální vodu Font Vella ve třech velikostech: 0,33 litru, 0,5 litru a 1 litru. Šroubovací uzávěr a jednoduchá etiketa jsou v tmavším odstínu modré. V oblasti těla od zaoblených ramen směrem dolů se nachází specifický embos, který vytváří dojem, jako by po láhvi tekla voda. Nic nepřipomíná předchozí průhlednou láhev s dlouhým hrdlem a korunkovým uzávěrem.

Skleněné láhve jsou vyráběny výhradně pro cateringový průmysl. Navzdory jejich jednoduchosti a přirozenému vzhledu jistě vyniknou, protože se po 22 letech chlubí zcela novým designem.



KLASIKA

Jednoduchý a harmonický design

Vetropack Švýcarsko vyrábí skleněné cuvée lahve na víno Fin Bec. Jednoduchá lahev o objemu 0,75 litru perfektně ladí s nenápadnou etiketou.

Hrdlo této tradiční cuvée lahve typu Burgunder navazuje hladce na tělo s embosem „FIN BEC“ a navozuje pocit jedinečnosti. Švýcarská sklárna společnosti Vetropack v St-Prex vyrábí lahve o objemu 0,75 l na korkovou zátku pro klasickou řadu vín vyráběných společností Cave Fin Bec SA.

Vinařství založené ve Valais nabízí širokou škálu různých vín pro znalce, včetně Pinot Noir (na snímku) a Fendant. Výběr uzavírají specializovaná a šumivá vína.





PLNÉ PODNĚTÚ

Pivo pro rafinovaný vkus

Vetropack Italia vyrábí cuvée láhve o objemu 0,75 litru pro italské pivo z pivovaru AnimA v Piemontu. Díky elegantnímu vzhledu dodávají tyto skleněné láhve u pití piva také pocit jedinečnosti.

Láhev vyrobená pro craftové pivo Anastasia z italského pivovaru AnimA se může pochlubit atraktivním a harmonickým celkovým designem. Není nic, co by odvrátilo spotřebitele od skutečné hvězdy přehlídky – skleněná láhev o objemu 0,75 litru a šumivé pivo uvnitř. Tato exkluzivní láhev z italské sklárny Vetropack v Trezzano sul Naviglio má barvu cuvée a je opatřena zátkou z dubového korku, která je na povrchu vyzdobena. Průhledná etiketa v modré a bílé barvě nenápadně zapadá do celkového vzhledu. Kromě etikety je zadní část láhve zdobena embosem „ANIMA“.

Pivo Anastasia od společnosti AnimA je lehký a osvěžující nápoj. Před třemi lety byl pivovar v Piemontu vyhlášen nejlepším v Itálii na Mezinárodní pivní soutěži v New Yorku. Jeho sortiment zahrnuje dalších pět druhů a jeho vášniví pivovarníci nejraději experimentují s novými příchutěmi, což se odráží v plamenném ohnivém motivu loga.

NOVÁ VELIKOST

Italské craftové pivo

Italské „Mastri Birrai Umbri“ je nyní k dispozici v menším balení o objemu 0,3 l. Nové skleněné cuvée lahve vyrábí společnost Vetropack Rakousko, zatímco větší verzi o velikosti 0,75 l vyrábí italský závod Vetropack.

Nová konstrukce skleněných lahví o objemu 0,3 l pro umbrijské pivo „Mastri Birrai Umbri“ má výrazně hladká, zaoblená ramena a její dlouhý krk je zakončen širokým korunkovým ústím. Vyrábí se v rakouské sklárně Vetropack v Kremsmünsteru. Jemnější barvy na etiketě kontrastují s tmavou lahví v barvě cuvée. Žluté a oranžové tóny se odráží také v barvě samotného piva. Například Birra Cotta 21 je lehké, bílé pivo vyrobené ze špaldy s chutí po citronu a letním ovoci. Birra Cotta 68 má oranžovou barvu. Toto nefiltrované sladové pivo má silnou a hořkou chuť.





OVOCNÉ BRANDY

Pro znalce

Palírna Puchheimer v Horním Rakousku vyrábí jemné brandy a likéry s vášní. Výrobu jejich průhledných lahví zajišťuje společnost Vetropack Austria v Pöchlarnu a to rovnou ve třech verzích: 0,5 litru, 0,7 litru a 1 litr.

Společnost Spitz, která je tradičním výrobcem, vyrábí od roku 1857 jemné brandy a likéry z místních plodů. Na konci roku 2017 uvedl tento výrobce potravinářských výrobků na trh novou řadu Puchheimer. Rakouská sklárna společnosti Vetropack v Pöchlarnu úzce spolupracovala s rakouským designérem Johannesem Scheerem, který získal mnoho ocenění, a který vyvinul pro tento sortiment nové lahve z bílého skla. Ramena lahve jsou ozdobena motivem hradu Puchheimer. Jejich kuželovitý tvar dodává celkovému designu lahve auru čistě elegance.

Likér je dostupný v sedmi různých variantách a je vyráběn především za použití ovoce od místních dodavatelů. Výrobky si proto zachovávají chuť svěží louky plné ovocných stromů a čerstvé pramenité vody z alpského podhůří. Skleněné lahve jsou ideální pro ochranu a konzervaci pečlivě destilovaných jemných brandy, protože zajišťují jejich neměnnou chuť.

DEN A NOC

Jemné letní víno

Český závod Vetropack v Kyjově vyrábí lahve z bílého skla pro víno Muse rosé z rumunské vinice Recaş. Při osvětlení coatingu UV světlem prozáří lahev motýli v různých barvách.

Rumunským vinařům v Recaş se povedl tah na branku s vínem Muse rosé, které je na trhu již čtvrtým rokem především v hotelech, restauracích a kavárnách. Nádherná barva nápoje krásně vyniká v bílé skleněné lahvi vyrobené ve společnosti Vetropack Moravia Glass. Standardní lahev o objemu 0,75 litru je upravena metodou „coating“. Pod UV světlem v klubech a barech mění jemné květinové vzory barvu: v denní verzi září žlutě, zatímco v nočním světle přechází modrá do růžové. Kromě jejich barevného rozdílu se obě verze snadno rozlišují motivem Slunce a Měsíce.

Recaş je jednou z největších vinic v Rumunsku s nabídkou 65 různých tichých a šumivých vín. Ať už jde o cenově dostupná vína nebo prémiové produkty, vinice uspokojí všechny chutě.





NADNÁRODNÍ

Ve tvaru kapky vody

Díky vodě Saint John's je srbský nápojový trh bohatší o další minerální vodu. Značka Saint John's patří švýcarské společnosti Aquawell Group AG. Firma Vetropack Straža vyrábí pro tuto značku láhve o objemu 0,33 litru a 1 litru.

Příhodně a v souladu se svým obsahem je průhledná skleněná láhev tvarovaná jako kapka vody. Návrh láhve pro tento nápoj bohatý na minerály je ambiciózní a přitom jemný. Transparentní „sleeve“, který končí až u korunkového uzávěru, působí živě, ale přesto diskrétně.

Zdroj minerální vody a plnicí linka na vodu Saint John's jsou v srbském městě Kosjerić. Tato minerální voda tady má dlouhou tradici. V městských archivech se poprvé objevuje již v letech 1300 až 1450 zdroj „Banjica“, odkud pochází voda Saint John's. Minerální voda Saint John's obsahuje optimální poměr minerálů a vyvážené množství vápníku a hořčíku. Tyto dva základní minerály zajišťují několik důležitých funkcí v lidském těle. Například hořčík uvolňuje svaly.



Na Vaše přání si můžete vyvíjet a vytvářet perfektní skleněné obaly přesně pro Vás.
Barva a vzhled – volba je jen na Vás.

PRŮMYSL OBALOVÉHO SKLA

Sklo je neuvěřitelně fascinující materiál

Adeline Farrelly (AF) je generální tajemnicí Evropské federace výrobců obalového skla FEVE. Vetrotime s ní hovořil o práci na úrovni federace, o výzvách, které před výrobci obalového skla stojí, a o skle jako materiálu.



Zleva doprava: Romeo Pavanello, technický konzultant pro environmentální stopu produktu; Fabrice Rivet, technický ředitel, zodpovědný za všechny vědecké a právní otázky; Adeline Farrelly, generální tajemnice; Laure Vanderbrugge, manažer kanceláře, s celkovou odpovědností za logistiku, účetnictví a administrativu; Michael Delle Selve, senior manažer komunikace, odpovědný za marketing a komunikaci a za celoevropské kampaně Friends of Glass; Jean-Paul Judson, manažer pro veřejné záležitosti, prezentující zájmy výrobců obalového skla evropským institucím, politikům a těm, kdo přijímají politická rozhodnutí.

Jak dlouho pracujete pro FEVE a jak jste k této práci přišla?

AF: Přesně deset let. Pracovala jsem pro různé organizace v Bruselu už od 90. let, takže jsem důvěrně znala to speciální pracovní prostředí tohoto města. Velmi ráda jsem se k FEVE připojila, abych reprezentovala evropskou sklářskou tradici. Sklo je tak významným odvětvím průmyslu, a přesto ho často bereme jako samozřejmost. Tuto dynamiku je třeba změnit.

Jaké byly hlavní problémy posledních let?

AF: Slavný citát pocházející od filozofa Jean-Paula Sartra zní: „Peklo, to jsou ti druzí“. Já bych tak daleko nešla, ale věřím, že naše „inferno“ jsou ostatní materiály. Na trhu obalů je velká konkurence a my musíme být v čele. Náročné je neustále předkládat argumenty, proč je sklo tím nejatraktivnějším obalem na potraviny, nápoje, kosmetiku, parfémy a léky. S výrobci musíme spolupracovat na celoevropském programu propagace skla. To také znamená hlasitě se

našeho odvětví zastávat v Bruselu a úzce spolupracovat s úřady. To je jediný způsob, jak sdílet odborné znalosti a zajistit, aby každý věděl, jak evropská nařízení mohou ovlivnit naše podnikání.

Musí být těžké pracovat na úrovni federace, kde je tolik různých zájmových skupin. Jak se FEVE daří přimět všechny k tomu, aby táhli za jeden provaz?

AF: Spojit všechny dohromady je náročné, ale pro pokrok zcela nezbytné. Je zřejmé, že každý chce to nejlepší a názory se budou různit. Podstatné je dospět mezi členy ke konsensu ohledně toho, co by federace měla dělat. Myslím, že je důležité lidi povzbuzovat, aby vysvětlili, v jaké výsledky doufají, místo toho, aby se soustředili jen na problémy. Za druhé, je třeba lidem nechat jejich ambice. A za třetí, musíme najít řešení společně a společně tvořit. Pro přístup shora dolů tu není místo. Nicméně dobré vedení je nezbytné, bez něj se nikam nedostanete. FEVE má štěstí, že má aktivní a strategické vedení, které nás podněcuje, podporuje a posouvá kupředu. Povzbuzuje nás i členy našich výborů, abychom problémy společně analyzovali a takovým způsobem nacházeli jejich řešení.

Na který projekt jste nejvíce hrdá?

AF: Nejlepší projekty jsou ty úspěšné. Jedním z nich jsou Friends of Glass. Dnes si polovina všech spotřebitelů vybírá víc skleněných obalů než před třemi roky. Osobně jsem pyšná na to, že jsme prošli dvěma procesy restrukturalizace, aniž jsme ztratili ze zřetele náš cíl. To hlavně díky mému týmu. Schopnost týmu spolupracovat a držet spolu je klíčem k úspěchu. Jsem velmi hrdá na tým FEVE, na jeho rozličné schopnosti a na to, že dokáže pracovat pod tlakem. Je velmi uspokojující pracovat s takovými profesionály, zasmát se či poplákat si s nimi a společně si užít chvíle úspěchu.

Jaké problémy na výrobce obalového skla čekají v příštích několika letech?

AF: Když jsem v roce 2008 začala pro FEVE pracovat, bylo nepředstavitelné, že za deset let budou v celé Evropě negativní titulky o plastech. Je zřejmé, že to může být pro

sklo příležitost. Ale také to ukazuje, jak je náš svět nestálý. Musíme dále pracovat na propagaci skla jako toho nejužitečnějšího ze všech obalů. Žádný jiný materiál není inertní, stoprocentně recyklovatelný, znovu použitelný a znovu plnitelný. Sklo je jedinečné!

Také musíme pracovat na energetických zdrojích pro budoucnost. Už se nám podařilo významně snížit emise CO₂ z výroby skla. Také ale musíme uvažovat o roli obnovitelných zdrojů energie ve výrobě; už se tím zabývá pracovní skupina pro inovace.

Jaké cíle má FEVE pro příštích několik let?

AF: Naše odvětví se hlásí k cílům OSN pro udržitelný rozvoj. Tři hlavní cíle pro nadcházející léta jsou vytvořit oběhové hospodářství obalových materiálů tak, aby všechny byly recyklovatelné, znovu použitelné či znovu plnitelné a zároveň bezpečné pro spotřebitele; zintenzívnit spolupráci se spotřebiteli, vlastníky značek a maloobchodníky na rozšíření trhu skleněných obalů; pomáhat našemu odvětví snižovat emise CO₂ z výroby skla a chránit pracovní místa v Evropě.

Co může FEVE udělat pro posílení důvěry spotřebitelů ve sklo?

AF: Spotřebitelé již důvěru ve sklo mají, a velkou! Celých 85 procent z nich by sklo doporučilo svým přátelům. Naše průzkumy ukazují, že spotřebitelé dávají přednost sklu, protože produkty ve skle mají lepší chuť, nedochází k žádné chemické výměně mezi produktem a obalem a že sklo je přímo recyklovatelné na materiál použitelný pro potraviny bez jakékoli ztráty vlastností. Otázkou zůstává, jak posílit důvěru vlastníků značek a maloobchodníků, aby sklo používali ve větší míře. Mnoho spotřebitelů se domnívá, že produktů ve skleněných obalech by se mělo nabízet víc. Musíme zintenzívnit naši snahu zahájit s touto cílovou skupinou dialog.

Jak FEVE přispívá k současné debatě o problému plastů?

AF: Účastnit se této debaty je pro nás obtížné. Omezuje se většinou na problém samotný, takže lidé tam o roli skla nemluví. Na výhody skla poukazujeme v naší nejnovější kampani #CheersToTheOcean (viz s. 20). Musíme pracovat

s úřady, vést kampaň za lepší sběrná a recyklační zařízení po celé Evropě a postarat se, aby se udržitelné obaly staly normou.

Jakým obtížím odvětví čelí při prosazování svých zájmů v Bruselu?

AF: Komise navrhuje nové nařízení EU a vlády členských zemí a přímo volení členové Evropského parlamentu o něm hlasují. A pak se stane zákonem. Proto je pro nás důležité jednat především s Komisí a také s ostatními relevantními stranami v Bruselu i s nevládními organizacemi. Společně s 15 000 dalšími představiteli zájmových skupin v Bruselu se snažíme získat pozornost vlád a Evropského parlamentu. Je velmi náročné zařídit, aby váš hlas byl mezi všemi ostatními slyšet.

Co vás na skle jako materiálu fascinuje?

AF: Je krásné, tradiční, funkční. Je neuvěřitelné, že sklo je na světě mnohem déle než jakýkoli jiný materiál a stále se používá k témuž účelu jako před 3 500 lety. A fascinující je i proto, že stále ještě ani zdaleka neznáme všechny jeho vlastnosti. Vyhledky vypadají dobře!



Adeline Farrelly
generální tajemnice FEVE

Vzdělání: studovala politiku a španělštinu na University of Dublin v Irsku, certifikát z marketingu na Marketing Institute of Ireland

Dosavadní kariéra: 28 let profesionálních zkušeností v Bruselu pro různé soukromé a institucionální organizace, jako jsou Evropská komise, Evropský parlament, Deloitte či EuropaBio, což je sdružení EU pro odvětví biotechnologií; aktivní členka Kruhu hraběnky Markievicz, podporující ženy, které si přejí být zvoleny do parlamentu, členka vedení CETIE (mezinárodní technické centrum pro lahvování a podobné balení) a Glass Alliance Europe, kde se s ostatními střídá na pozici generálního tajemníka.

FEVE

FEVE, Evropská federace výrobců obalového skla, je sdružením evropských výrobců skleněných obalů a strojně vyráběného skleněného nádobí. Federace představuje průmysl skleněných obalů na mezinárodní a evropské úrovni a slouží jako fórum pro průzkum běžných otázek. FEVE udržuje dialog s evropskými institucemi a agenturami o environmentálních, obchodních a dalších důležitých otázkách týkajících se průmyslu. Federace podporuje obalové sklo a recyklaci skla, doplňuje činnost sklářského průmyslu na národní úrovni.



UDRŽITELNOST

Ochrana oceánů



Pokud naše spotřebitelské chování zůstane v příštích několika letech stejné, do roku 2050 bude v mořích a oceánech více plastu než ryb. Proto Friends of Glass zahajuje novou kampaň na ochranu oceánů: neměly by se ponořit do plastového odpadu, ale měly by zůstat i nadále „Nekonečným oceánem“.

Plasty používáme každý den a velká část z nich končí v našich oceánech, řekách a jezerech. Proudý a víry v oceánu způsobují například tvorbu obrovských „ostrovů“ z plastu. Odhaduje se, že na celém světě je již pět obrovských hromad odpadů – v severním a jižním Pacifiku, severním a jižním Atlantiku a v Indickém oceánu (viz také: 5gyres.org). Existence plastových odpadů v severním a jižním Pacifiku a v severním Atlantiku byla podpořena vědeckými důkazy. Největší ostrov odpadů má plochu přibližně 1,6 milionu čtverečních kilometrů, což je plocha 19 krát větší než Rakousko a obsahuje nejméně 79 000 tun plastů.

Z tohoto důvodu zahájilo hnutí Friends of Glass svou kampaň „Nekonečný oceán“. Cílem kampaně je zvýšit povědomí o znečištění oceánů, jezer a řek a rozšířit povědomí o ekologických výhodách skla. Obalový materiál, který si zákazníci zvolí při nakupování, má zásadní dopad na životní prostředí. Pokud se rozhodnou pro skleněnou lahev alespoň jednou za týden, bude to mít pro planetu příznivý účinek. Je to proto, že sklo neskončí jako mikročástice v oceánech, řekách a jezerech, což znamená, že se nakonec nedostane do našeho potravinového řetězce.

Sklo – obal přátelský k oceánům

Celoevropský on-line průzkum provedený v březnu, který zahrnoval 6 300 účastníků, ukázal, že tři ze čtyř Evropanů považují sklo za „nejpřátelštější“ druh obalu. 72 % z dotazovaných nyní považuje ochranu oceánů za důležitý aspekt svého životního stylu. Začíná to tím, že si při nákupu

vybírají výrobky podle toho, jak jsou zabaleny. 78 % lidí v Evropě tvrdí, že změnili své chování a věnují mnohem větší pozornost vlivu jejich každodenních rozhodnutí na životní prostředí.

Obaly jsou nedílnou součástí potravinářského a nápojového průmyslu. Jako přírodní materiál je sklo skvělé pro ochranu výrobků a nabízí řadu výhod, pokud jde o udržitelnost. Tím, že je inertní, neuvolňuje žádné škodlivé látky. A co víc, sklo může být recyklováno často a nekonečně. Pokud jde o výrobu skleněných obalů, je důležitý poměr již použitých skleněných obalů – střeptů. Čím je vyšší, tím nižší je spotřeba energie a množství emisí CO₂.

Dne 8. června (Světový den oceánů) vyzvalo hnutí Friends of Glass obyvatele, aby si připili na zdraví našich oceánů, když spustilo kampaň „Nekonečný oceán“. Společně s organizací pro ochranu přírody Surfrider Foundation Europe chce hnutí chránit 300 000 metrů čtverečních pobřeží a upozornit na otázku znečištění oceánů. Jedním z nástrojů, který používají, je video, v němž členové hnutí Friends of Glass spolu s dánskou skupinou „The Bottle Boys“ (známou svou hudbou na skleněné lahve) a španělským profesionálním surfařem Aritzem Aranburu připijí na zdraví oceánů.

Připojte se také, pozvedněte skleničku světovým oceánům na zdraví a sdílejte svůj příspěvek s hashtagem #CheersToTheOcean.

Na video se můžete podívat pomocí QR kódu.

ZKUŠENOSTI SE SKLEM

Pohled za scénu

Řada blogerů z Rakouska v červenci přijala pozvání rakouské pobočky Friends of Glass na návštěvu sklárny Vetropack v Pöchlarnu. Akci zakončil kulinářský zlatý hřeb: „Déjeuner sur l'herbe“ (oběd v trávě) na vinici v nedaleké Kremži. Ukázalo se, že to byl dobře strávený společenský den věnovaný dobrému zdraví a udržitelnosti.



© Wolfgang R. Furst

Řada blogerů z Rakouska v červenci přijala pozvání rakouské pobočky Friends of Glass na návštěvu sklárny Vetropack v Pöchlarnu. Akci zakončil kulinářský zlatý hřeb: „Déjeuner sur l'herbe“ (oběd v trávě) na vinici v nedaleké Kremži. Ukázalo se, že to byl dobře strávený společenský den věnovaný dobrému zdraví a udržitelnosti. Blogeri vyrazili na prohlídku sklárny v Pöchlarnu vybaveni ochrannými brýlemi a bundami a na vlastní oči viděli tu těžkou práci, která je s výrobním procesem spojena – od tavení suroviny při teplotě zhruba 1 600 °C a lití taveniny do forem až po paletování a provádění pečlivé kontroly skleněných obalů. Jelikož sklo je udržitelný obalový materiál se zcela uzavřenou materiálovou smyčkou, velmi

významnou součástí výroby skla je recyklace. Velmi působivě to demonstrovala právě probíhající dodávka použitého skla do sklárny.

Den věnovaný sklu byl zakončen příjemným a chutným piknikem pod vinnou révou kremžských vinic. Po prohlídce hosté jasně viděli přínos skla jako zdravého obalového materiálu: shromáždění kolem dlouhého krásně ozdobeného stolu oceňovali, jaké výhody sklo nabízí. Sklo funguje jako sejf. Chrání obsah, uchovává přirozenou vůni a chuť potravin, nic se nedostane dovnitř ani ven. Víno speciálně vybrané tak, aby doplňovalo menu, se vyznačovalo stejně čistou chutí jako podávané jídlo.

ŠKOLNÍ SOUTĚŽ

Sklo středobodem pozornosti

Již po jedenácté se italské školy zaměřily na téma recyklace skla, přičemž studenti základních a středních škol přihlásili více než 230 projektů. Školní projekt 'Skleněný kruh' je podporován italskou asociací sklářského průmyslu Assovetro a italskou organizací pro recyklaci skla CoReVe.



Sklo je zdravé a chrání životní prostředí! Letošní školní projekt "Skleněný kruh" se zaměřil na zábavné poučení italských školáků o těchto hodnotných vlastnostech, stejně jako o výhodách skla pro bezpečnost potravin. Po bližším pohledu na recyklaci skla a životní cyklus skla byli všichni studenti vyzváni, aby se zúčastnili soutěže. Záleželo jen na nich, jakou formu si zvolí: buď se rozhodli vyrobit video, píseň, hru nebo časopis, jejich představivosti se nekladly žádné meze.

Jedinou podmínkou bylo, aby třídy vytvořily z prvního díla, dílo druhé – stejně jako v životním cyklu skla, ve kterém jsou staré výrobky používány k výrobě těch nových.

První místo v kategorii základních škol bylo uděleno 4. třídě ze školy Gianni Rodari ve Verbanii v Piemontu za projekt

"Just glass". Ten zahrnuje skleněnou karetní hru a video natočené samotnými dětmi v místním dialektu Piemontese.

Vítězem kategorie středních škol byla 2. třída ze školy San Cesario di Lecce v jihovýchodní Itálii s projektem "Sklo - dobrý přítel". Studenti střední školy vytvořili krátký film se sklem a všemi jeho vlastnostmi, které hrají hlavní roli ve fiktivním městě Glassland.

"Pevně věříme, že environmentální povědomí by mělo být v dnešní době ústředním prvkem učebních osnov", říká Marco Ravasi, vedoucí obalového skla v Assovetro. "Chceme dát dětem bližší představu o různých kvalitách skla a ukázat jim, proč právě tento plně recyklovatelný materiál hraje důležitou roli pro životní prostředí a naše zdraví. "

KULTURNÍ FRAGMENTY

JABLKA VE SKLENICÍCH

Výstava, na které se sbíhají sliny

Výstava s názvem "Co jí Švýcarsko?" v Národním muzeu v Curychu dává návštěvníkům možnost podívat se do švýcarských hrnců. Vystaveny jsou neobvyklé objekty ze švýcarské kulinářské kultury a pečlivě zhotovené fotografie z 15. až 21. století. Výstava představuje gastronomické úspěchy, které získaly

celosvětovou slávu, vedle místních specialit z různých částí této alpské země. Mezi vystavenými položkami je i 120 odrůd jablek v průhledných sklenicích se širokým ústím. Na světě jsou tisíce odrůd jablek. Nejznámější druh, který lidé rádi jedí, je šlechtěné jablko.

© Schweizerisches Nationalmuseum



SKLENĚNÉ UMĚLECKÉ DÍLO

Během uplynulého roku vystavovalo mnoho muzeí díla Ettoreho Sottsass (1917-2007) jako poctu tomuto italskému architektovi a designérovi. V italských Benátkách mu vzdalo hold muzeum Fondazione Giorgio Cini svojí výstavou "The Glass", která je fascinujícím skleněným výtvarným dílem. Návštěvníci mohou vidět více než 220 děl, mnoho z nich je vystavováno poprvé. Skleněné objekty "Sottsass" jsou složité organismy: z hlediska designu má každý svůj vlastní charakter, řekl kurátor výstavy Luca Massimo Barbero. Projekt byl výchozím bodem nové stálé expozice mezinárodních sklářských umělců. Cílem je ukázat množství aplikací skla a vrátit ho zpět do pozornosti mezinárodní umělecké scény.

Během čtyřicátých let vytvořil Ettore Sottsass úzké obchodní vztahy se slavnými skláři Murana a vystavoval vlastní díla vyplývající z této spolupráce na Biennale v Benátkách v roce 1948.



© Enrico Flores

**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