

VETRO TIME

**Skleněné obaly
Vysoká míra akceptace**

**Müller + Krempel
Tradice
a inovace**

**Fokus
Senzorické
technologie a sklo**



4	Eye-catcher	Rozmanitost skla
6	Životní prostředí	Inovativní a udržitelné
9	Fokus	Sklo se stává stále atraktivnějším obalem
14	Müller + Krempel	Ocenění za chatbot
18	Vratné lahve	Nový trend na trhu s limonádou
20	Nový design	Výrazné tvary skla
23	Střípky kultury	Muzeum skla Ebeltoft

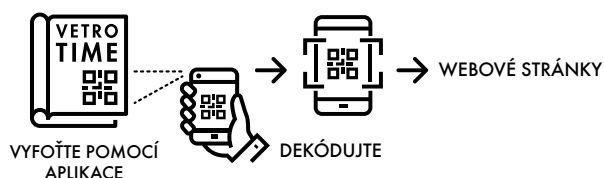
Tiráž

Redakce a text:
Corporate Communication
Vetropack Holding Ltd, Bülach

Sazba: Arnold & Braun
Grafik Design, Luzern

Tisk: Tiskárna Šikovné ruče, s.r.o.

Papír: Matná křída, 130 g

Přímý link na Vetrotime: nové QR kódy

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



Na titulním obrázku: Když jde o víno, hrají zrak a hmat stejně důležitou roli jako čich a chuť. Obal je totiž nedílnou součástí hodnocení vína. Proto výrobci používají skleněné lahve a etikety, aby přitáhli pozornost k tomu, co se nachází uvnitř. Skleněný obal je tedy mnohem víc než jen ochrana kvalitního obsahu.



Vážení čtenáři,

říká se, že nutnost je matkou vynálezu, protože obtížné situace často vedou k neobvyklým nápadům a řešením, které by byly za normálních okolností nepředstavitelné. V tomto vydání Vetrotime vám ukážeme několik příkladů.

Ještě před několika týdny, na začátku koronavirové krize, byl skutečný nedostatek dezinfekčních prostředků. Někteří z našich zákazníků proto upravili svou výrobu, aby uspokojili obrovskou poptávku. Vyráběli vlastní dezinfekční prostředky a plnili je do skleněných lahví Vetropack. Více se dozvíte na straně 5. Pokud zůstaneme u stejného tématu, určitě se nezapomeňte podívat také na stranu 4, kde najdete skleněnou repliku koronaviru. Kdo by si pomyslel, že tento hrozivý virus může vypadat tak krásně?

Toto vydání časopisu Vetrotime je zaměřeno na smyslové aspekty a sklo (strany 9 až 13). Naše smyslové orgány, zejména ústa a nos, vnímají všechno přes chutě a vůně. Aby se zajistilo, že se původní vůně a chuť věcí nezmění, sahá mnoho odborníků po skleněných obalech. Zmíněný článek uvádí mimo jiné pohled degustátora vody nebo parfuméra.



Tito odborníci však nejsou jediní fanoušci skla. Mnoho spotřebitelů považuje skleněné obaly za ty nejekologičtější. To dokládají nejnovější údaje, které vyplynuly z nedávného průzkumu mezi spotřebiteli zadaného Evropskou federací obalového skla a hnutím Friends of Glass. Hlavní výsledky průzkumu najdete na stranách 16 a 17. Průzkum také ukázal, že směřujeme k oběhové ekonomice. A to je důležité, pokud chceme dosáhnout našich evropských cílů udržitelnosti.

Mimo to přinášíme také naše vlastní zprávy. Naše chorvatská dceřiná společnost Vetropack Straža letos slaví 160. narozeniny (strana 19). Společnost se může pochlubit bohatou historií. Gratulace jsou určitě na místě.

Chtěl bych vám popřát úspěšné léto a příjemnou zábavu u čtení o nejnovějším dění, které vám přináší časopis Vetrotime.

S přátelským pozdravem

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

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding Ltd

Eye-catcher



Umělecké

Skleněné zahrady ve Frauenau

Eischova sklárna v Dolním Bavorsku je ideálním startovacím místem pro návštěvu skleněných zahrad ve Frauenau – prvního parku skleněných soch na světě. Zahrady v centru Frauenau ukrývají 28 velkých skleněných soch, které vytvořili mezinárodní sklářští umělci. V nainstalovaných audio stáncích si můžete poslechnout příběh každé skleněné sochy a jejího autora. Tříkilometrová okružní cesta je otevřená po celý rok a přístupná také lidem se zdravotním postižením.

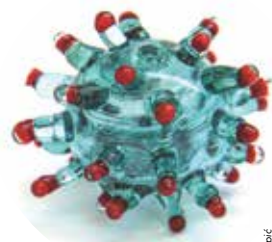
Pokud máte možnost, určitě se vyplatí navštívit také nedaleké muzeum skla. To návštěvníkům nabízí historii skla od jeho počátků v Mezopotámii až po současnost.

Univerzální

Krásná replika ze skla

Po letech experimentů s různými materiály našla umělkyně Antonija Gospić největší inspiraci ve skle. Dnes pořádá kurzy foukání skla a vyrábí krásné miniatury a šperky v muzeu starověkého skla v Zadaru v Chorvatsku. Umělkyně zareagovala na aktuální pandemii

a vyrobila perfektní skleněnou repliku koronaviru. Díky průhlednosti skla a zářivým barvám vypadá notoricky známý koronavirus dokonce krásně a atraktivně.



Antonija Gospić

Prevence

Nutnost je matkou vynálezu

Na začátku koronavirové krize vzrostla velmi rychle poptávka po dezinfekčních prostředcích. Ve více zemích byl zaznamenán nedostatek etanolu – alkoholu, který tvoří základ mnoha dezinfekčních prostředků. Vynálezavé firmy proto přesměrovaly svoje úsilí na výrobu dezinfekčních prostředků, z nichž jsou některé baleny do lahví Vetropack.

Příkladem je i Slovinsko. Rozšíření pandemie způsobilo kritický nedostatek dezinfekčních prostředků, o čemž svědčily prázdné police v supermarketech. Fructal, společnost sídlící ve slovinském městě Ajdovščina, která vyrábí řadu nealkoholických nápojů, dětské příkrmy, ovocné tyčinky nebo destiláty, se rozhodla tento problém řešit.

Vzhledem k tomu, že základem některých výrobků společnosti Fructal je etanol, látka potřebná také pro výrobu dezinfekčních prostředků, oslovila společnost nejdříve vedení města Ajdovščina. Dodávky etanolu byly věnovány Slovinské agentuře státních hmotných rezerv. Běžní občané se však nadále nebyli schopni dostat k novým dezinfekčním prostředkům, protože i skleněné lahve byly nedostatkovým zbožím. Proto se společnost Fructal rozhodla plnit svůj produkt do litrových lahví vyrobených v závodě Vetropack Straža. A tyto lahve jsou na trhu již dostupné.

Česká republika a Slovensko také musely sáhnout po rychlých a netradičních řešeních, aby si poradily s enormně rostoucí poptávkou po dezinfekčních prostředcích. Několik zákazníků Vetropacku flexibilně zareagovalo na situaci

a rozhodlo se přizpůsobit výrobu tak, aby bylo možné vyrábět právě dezinfekci.

Pro výrobu dezinfekce se rozhodly například slovenské firmy St. Nicolaus, a. s., a Prelika, a. s., Prešov. V České republice se jednalo o společnost RUDOLF JELÍNEK. Všechny zmíněné firmy měly společný cíl – dodat na trh dezinfekci – každá však postupovala trochu jinak. Prelika, a. s., Prešov začala vyrábět přímo dezinfekční prostředek. Firma RUDOLF JELÍNEK spotřebitelům nabízela konzumní líh, který mohli použít k výrobě základní dezinfekce. Firma



St. Nicolaus, a. s., nabízela jak čistý líh, tak dezinfekční roztok na bázi lihu.

Prokazatelné benefity, které sklo nabízí, se ukázaly jako užitečné také při balení dezinfekčních prostředků. Sklo je absolutně nepropustné a nemá žádný vliv na svůj obsah. To zajišťuje, že si dezinfekční roztok zachová svoji účinnost.

Trvale udržitelné výrobky, energetická účinnost a obnovitelná energie, minimalizace emisí CO₂, snížení odpadu, spotřeba vody



Vzhledem k tomu, že výroba skla je poměrně energeticky náročný proces, je zvýšení energetické účinnosti velmi důležitou prioritou společnosti Vetropack. Vedení na nejvyšší úrovni zajišťuje, aby se zavedla do praxe opatření na snížení spotřeby energie, a tím také emisí CO₂ v rámci celé společnosti. Kromě toho společnost Vetropack spojila síly s ostatními výrobci obalového skla z IPGR a aktivně se podílí na dalším rozvoji procesu výroby skla udržitelným způsobem.

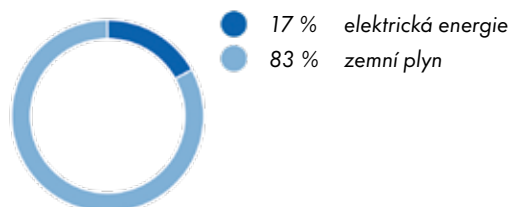
Sklo je trvale udržitelný obalový materiál, který je vyrobený z přírodních surovin a je optimálně recyklovatelný. Podnikání šetrné k životnímu prostředí je proto pevnou součástí obchodní filozofie a hlavního podnikání skupiny. Společnost usiluje snižovat každý rok svou environmentální stopu, protože zákazníci a spotřebitelé očekávají stále větší transparentnost pokud jde o dopad na životní prostředí a možnost sledování pohybu skleněných obalů. Sklářský průmysl, který může významně přispět k energetické účinnosti a ochraně klimatu, je kvůli své značné spotřebě energie také vystavený zvyšujícímu se regulačnímu tlaku.

Mezi relevantní parametry environmentální stopy výroby skla patří technologie výroby, spotřeba energie, hmotnost skleněných výrobků, podíl skleněných stěrů, vzdálenost a způsob dopravy. Společnost Vetropack proto neustále pracuje na zvyšování energetické účinnosti výrobních kroků, zvyšování podílu stěrů a snižování hmotnosti skleněných obalů bez toho, aniž by se tím snížila kvalita a bezpečnost výrobků. Společnost Vetropack věnuje pozornost také snižování spotřeby vody a tvorbě co nejmenšího množství odpadu.

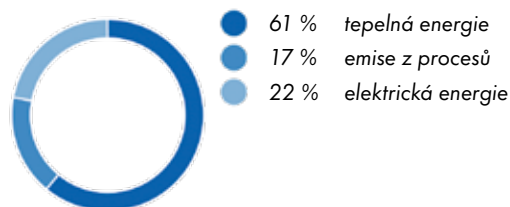
Vetropack pracuje na různých úrovních, aby naplnil toto úsilí. Společnost podporuje inovace šetrné k životnímu prostředí prostřednictvím interních skupin odborníků, investuje do nových technologií, shromažďuje environmentální údaje v rámci celé skupiny a je zapojená do mezinárodních organizací. Vetropack prostřednictvím své angažovanosti v IPGR podporuje výzkum technologií šetrných k životnímu prostředí, jako je CO₂ neutrální výroba skla, které by se mohlo dosáhnout

pomocí obnovitelné elektrické energie použité na roztavení skleněných stěrů a dalších surovin. Další iniciativy se zabývají přístupy ke zvýšení míry sběru použitého skla s cílem zvýšit podíl stěrů ve výrobě.

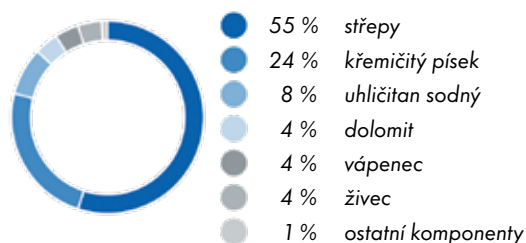
Celková spotřeba energie (GWh)



Emise skleníkových plynů podle zdroje (t CO₂e)



Mix přírodních surovin a stěrů



Zvyšování energetické účinnosti výroby skla

Výroba skla je spojená se značnou spotřebou energie, především při provozu sklářských van. Proto jsou opatření na zvýšení efektivity benefitem nejen pro životní prostředí, ale také pro konečný produkt. Největší vliv na snížení specifické spotřeby energie má oprava nebo výstavba nové vany. Při každé renovaci se společnost Vetropack snaží dosáhnout dvou věcí: zvýšit účinnost většinou o 10 až 15 % a prodloužit životnost. To zaručuje, že investiční projekty společnosti Vetropack vždy zahrnují nejmodernější technologie.

V roce 2019 společnost zrekonstruovala sklářské vany v Nemšové (Slovensko) a v Gostomelu (Ukrajina). Měrná



spotřeba energie obou van se snížila, což vedlo ke snížení emisí CO₂.

Údaje z generálních oprav van

Tavicí vany v Nemšové a Gostomelu

	Před rekonstrukcí	Po rekonstrukci	Zlepšení (%)
Maximální kapacita (t/den)	640	680	+6
Spotřeba energie (GJ/t)	4.25	3.56	-16
Plocha tavení (m ²)	223	234	+5
Počet předpecí	6	6	-
Průměrné NO _x emise (mg/Nm ³)	2 200	1 450	-34

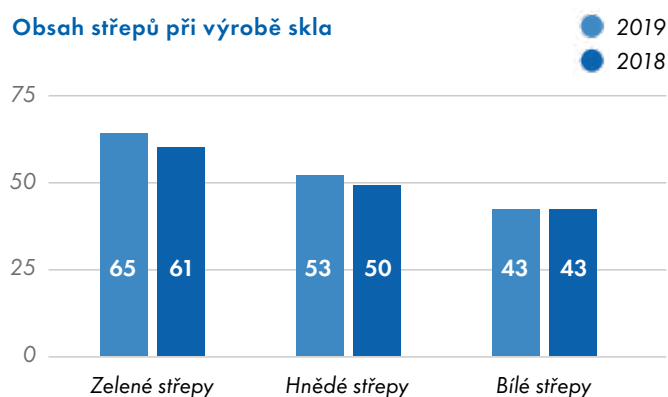
Optimalizace využívání surovin

Vysoký obsah střepů je klíčem k výrobě skla šetrnému k životnímu prostředí. Podíl použitého skla představuje v některých závodech až 80 % zpracovaných surovin. V roce 2019 byl průměrný podíl střepů za všechny závody 55 %. Vetropack

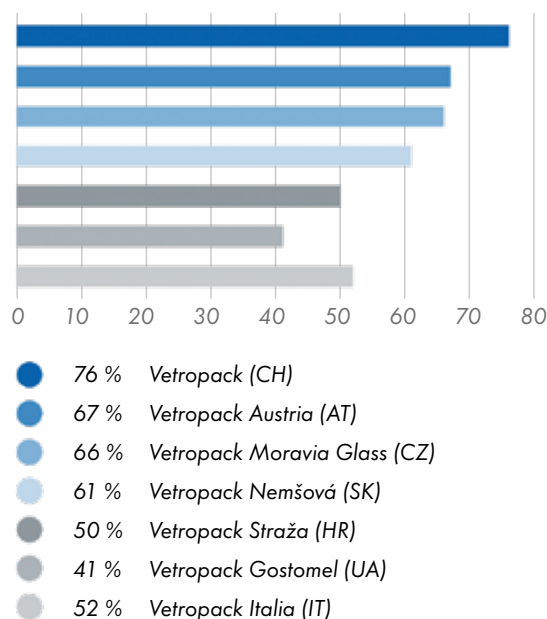
se zaměřuje na opatření, která zvyšují míru sběru, protože dostupnost vysoce kvalitních střepů zůstává pro skupinu klíčovou otázkou.

I přesto, že míra recyklace je ve Švýcarsku a Rakousku velmi vysoká, stále se ukazuje, že na mnoha místech se dostatečné množství střepů jeví jako problém. Problémem není jen dodávka - v budoucnosti se musí zlepšit také kvalita střepů, aby se vyráběly skleněné obaly na úrovni odpovídající požadovaným standardům. Míra cíleného sběru skla v EU je zaměřená na zvýšení objemu použitého skla vstupujícího do procesu recyklace. Zvýšení dodávek vysoce kvalitních střepů by umožnilo navýšit jejich podíl ve výrobě, čímž by se konečné výrobky staly ještě udržitelnějšími. Je však potřebné zjistit, zda a jak rychle jsou členské státy EU schopny dosáhnout vyšších cílů v oblasti sběru. Pokrok v tomto ohledu závisí do značné míry na vnitrostátních právních předpisech, na což společnost Vetropack nemá prakticky žádný vliv.

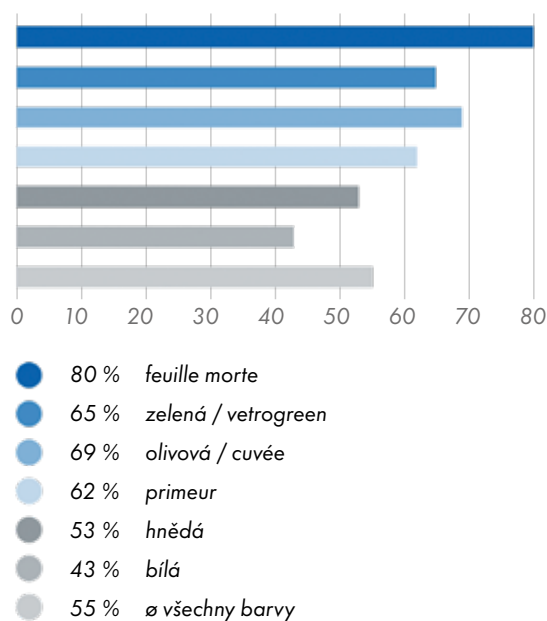
Obsah střepů při výrobě skla



Podíl střepů ve výrobě
(podle společností ve skupině)



Podíl střepů ve výrobě
(podle barvy skla)



Společnost Vetropack se v rámci své výroby snaží být co nejšetrnější k životnímu prostředí a šetrné využívání přírodních zdrojů se stalo hlavní zásadou její korporátní strategie.

Velké množství energie potřebné k procesu výroby skla představuje osobní výzvu, kterou společnost Vetropack řeší neustálou modernizací svých výrobních zařízení a zavedením systému energetického managementu.

Postoj vedení společnosti Vetropack

Systém hospodaření s energiemi vyvinutý speciálně pro společnost Vetropack měří spotřebu energie všech zařízení na výrobu skla a umožňuje ji spravovat a identifikovat potenciální zlepšení. Systém byl testován během tříleté testovací fáze v Chorvatsku, což znamená, že první výsledky už byly získané v závodě ve Straži. Zavedením systému energetického managementu ve všech závodech Vetropack v následujícím roce dále rozšíří svoje měření spotřeby energie, aby v budoucnosti v celé skupině implementoval ještě účinnější opatření na úsporu energie.

Dalším důležitým způsobem ochrany přírodních zdrojů je snížení hmotnosti skleněných obalů. Výrobní procesy už ve velké míře šetří vodní zdroje, protože voda se používá při výrobě skla jen ke chlazení a její spotřeba je regulována v systému s uzavřeným cyklem. Vetropack se také snaží produkovat co nejmenší množství odpadu. Odpad, který vzniká, je především výsledkem zpracování použitého skla, a to v důsledku skutečnosti, že se stále nachází ve sběrných nádobách na použité sklo velké množství cizích materiálů.

Skupina odborníků v oblasti životního prostředí je zodpovědná za koordinaci a monitorování všech činností týkajících se životního prostředí. Tato skupina připravuje a vydává závazné směrnice a minimální požadavky na základě podnikové strategie a politiky udržitelnosti společnosti Vetropack a cílů environmentálního managementu skupiny vzhledem ke spotřebě energie a vody, emisí a objemu odpadu.

Tento článek je převzatý z první integrované výroční zprávy skupiny Vetropack. Za fiskální rok 2019 byla zpráva o udržitelnosti poprvé začleněna do výroční zprávy a uveřejněna pouze online.

**Online zpráva skupiny
Vetropack Group 2019**





Sklo a senzorický proces

Sklo se stává stále atraktivnějším obalem

Lidské smyslové orgány jsou extrémně citlivé a jsou schopné rozlišovat vůně a chutě individuálně. Senzorický proces zahrnuje použití smyslových orgánů k rozeznání charakteristik něčeho tak výjimečného, jako je víno. Samozřejmě vizuální a hmatové odlišnosti výrobku sehrávají také významnou úlohu a ovlivňují naše psychické i fyzické prožitky. To je důvod, proč vinná lahev vyrobená ze skla představuje mnohem více než „jen“ nádobu na uchování výjimečného obsahu.

„Ovocné, intenzivní a komplexní, s jemnou vůní ostružin a pražení, evokující vzpomínky na sladké dřevo a tmavou čokoládu. Chuť plná a výrazná. Ovocné, hladké a elegantní, plné tělo se zralými, skvěle integrovanými taniny.“

Smyslné a svádivé popisy vín znějí většinou podobně lákavě. Kromě etikety je první dojem z vína u zákazníka ovlivněn také tvarem a barvou lahve, ve které je víno nabízeno. Avšak mohou znalci skvělých vín skutečně důvěřovat



těmto jemným odlišnostem? Jsou sladění s pěstiteli a výrobci vín a dokážou odlišit všechna aroma přírody nacházející se ve víně? Odpověď zní „zřídka“, protože lidský čich je velmi individuální. Dokonce i představa nepříjemného pachu nebo chuti je závislá na dané osobě a je tedy velmi osobní záležitostí.

Během sensorického procesu přebírají smyslové orgány informace odděleně od sebe přes nezávislé smyslové kanály, aby je potom zkombinovaly do jednoho uceleného obrazu. Není vůbec překvapením, že nos hraje klíčovou úlohu při ochutnávání vína, je to ten nejcitlivější smyslový orgán – a nejen na rozlišování specifických vůní, které dokáže vnímat jednotlivě. Je napojený na mozek. Vůně jsou odesílány přímo do limbického systému, který je zodpovědný za emoce a do hipokampu, který je zodpovědný za paměť.

Souhra mezi smyslovými vjemy formuje celkový dojem

Výzkumníci z oblasti degustací se stále více zabývají otázkou, jak různé smyslové vjemy jako vůně, chuť nebo dokonce barva a zvuk fungují navzájem, když si vychutnáme dobré víno, a jak jsou zpracovávány do celkového

dojmu, když k němu přivoníme nebo ho ochutnáváme. Zkoumají, které fyziologické projevy provází aktivování zkušenosti, která vznikla při pití vína a co se děje, když víno voní nečekaně v porovnání s popisem na etiketě. Nepříjemný „korkový“ pach obvykle maskuje dokonce více vůní a dojmů, které je potřebné identifikovat a pojmenovat. Přiznáváme, že je složité pro běžného člověka definovat tyto nepříjemné pachy. Přesto mohou být různé pachové vjemy klasifikovány terminologií,

která patří k chuti. Musíme však připomenout, že se na lidské smysly nedá stoprocentně spolehnout. Výborným příkladem je studie, v níž bylo bílé víno přibarvené na červené a chybně identifikováno jako červené víno dokonce i experty na víno.

„Sycená minerální voda ze skleněné a plastové lahve má různou chuť. Skleněná lahev je lepší pro zachování původního množství oxidu uhličitého a tím i chuti vody.“

Arno Steguweit
Německý degustátor vody

Dokonce i voda má mnoho příchutí

Drobné rozdíly ve vůni a chuti jsou lehce rozeznatelné také ve vodě. Podle Arna Steguweita, prvního evropského degustátora vody, to má několik důvodů. Minerály obsažené ve vodě mají různé příchutě: kyselou, slanou nebo hořkou. Je to hlavně kompozice těchto minerálů, která dává vodě její příchutě. Oxid uhličitý má také svůj vliv. Menší množství oxidu uhličitého dovolí minerálním látkám vyniknout





výrazněji. Je to proto, že oxid uhličitý stimuluje chuťové pohárky na jazyku tak výrazně, že jiné chutě, ať už sladké nebo hořké, není možné tak snadno vnímat. Také obaly jsou dalším faktorem, který významně ovlivňuje chuť vody. Minerální voda z PET lahví se chuťově odlišuje od stejné vody podávané ve skleněné lahvi. To se děje proto, že méně oxidu uhličitého unikne při otevření lahve. Díky tomu je původní chuť lépe chráněná.

Pití očima

Když se jedná o víno, obal hraje důležitou úlohu, a to z více důvodů. V centru senzorické hédonické odpovědi (hédonický = z řeckého touha a radost) vzniká otázka, jak vytvořit výrobek, který bude co nejatraktivnější pro zákazníka. Zrak a hmat jsou v tomto směru také důležité, podobně jako chuť a vůně, proto nesmíme zapomínat na obal.

První dojem se počítá, a proto výrobci používají skleněné lahve a etikety k vytvoření představy o tom, co se nachází uvnitř. Tvar ilustruje charakter vína nebo nám připomíná region, kde se víno vyrábí. Příkladem je lahev Bordeaux, která se velmi odlišuje od lahve Burgunder. Další zajímavostí je, že červené víno se málokdy objeví v čiré lahvi. Tato barva lahve je běžná u bílých nebo růžových vín. A příčinou není jen fakt, že tmavé sklo chrání svůj obsah před negativními účinky slunečních paprsků. Jde tedy jednoduše o zvyk? Čirá lahev nabízí přímý pohled na sytou červenou barvu vína ještě dřív, než lahev otevřeme a víno nalejeme. Zatím pouze málo výrobců používá tuto možnost, jak ukázat víno v jeho přirozené barvě.

Virtuálně nekonečný sortiment tvarů a barev

Lidstvo používá skleněné obaly po tisíce let. Skleněné nádoby používali už starověcí Římané. Teprve po průmyslové revoluci na začátku 19. století se plnění vína a destilátů stalo běžnou praktikou. Dnes už je víno v lahvi samozřejmostí a je jedním z hlavních segmentů Vetropacku. Sklo nemá limity v oblasti tvaru, velikosti a barvy. Souhra různých designových možností skleněných lahví je to, co dělá ze skla unikát. Například embossy dodávají sklu nezaměnitelný vzhled,





papírové etikety vytvářejí specifický dojem a transparentní etikety znamenají moderní prvek. Barvy, tvary a hmatově zajímavé prvky jsou tím prvním, co nám umožní vychutnat si zážitek z kvality a hodnoty vína, které se nachází uvnitř lahve.

Chuť – nic víc, nic méně

Stejně důležité jako vizuální stránka vína, je i uchování kvality obsahu, a to díky skleněnému obalu. Skleněné lahve poskytují úžasné výhody, nejen pro vodu, ale také pro víno nebo destiláty. Jsou chuťově neutrální, ale ovlivňují to, jak vnímáme obsah lahve. Chuť a vlastnosti kvalitních nápojů zůstávají ve skle nezměněné po dlouhou dobu. Nic nepronikne přes sklo z vnějšího prostředí do výrobku, stejně tak nic neuteče ven. Skleněný obal je jako trezor, který chrání svůj hodnotný obsah a uchovává ho nezměněný po dlouhou dobu.

Skleněné flakony – trezor



Lidé se snažili zachytit krásné vůně po tisíce let a používali je při výrobě nových parfémů. V dnešní době, stejně jako tehdy, jsou tyto vůně inspirovány přírodou a obvykle extrahovány z rostlin. Je celkem přirozené představit si práci parfuméra jako něco vznešeného. Jaká vzrušující představa vidět místnost plnou skleněných lahvíček naplněných

**„Nic na světě neoživí minulost
tak jako vůně.“**

Eugenie Marlitt (1825-1887)
Spisovatelka

vůněmi, jejichž esence se smíchají ve flakoncích...voilà, budoucí světoznámý luxusní parfém je na světě. Určitě to však není tak jednoduché, jako to na první pohled vypadá. I když dnešní parfumér už nepotřebuje tolik kreativního myšlení, protože větší část potřebné práce probíhá v jednoduché laboratoři.

Část umění výroby parfému spočívá v uchování vůně, aby neunikla tak jako v přírodě. Z tohoto důvodu je nutné vybrat správný obal. První parfémy byly téměř vždy prodávány ve skleněných flakonech, protože vlastnosti skla plní po-



vzácných vůní



žadavky na vysokou kvalitu. Sklo brání vnějším pachům proniknout dovnitř a vůni parfému uniknout ven.

Stejně jako u vína a destilátů je díky možnostem tvarů a barev materiálu sklo nenahraditelné i při výrobě parfémů. Design flakonu vyzdvihuje osobitost vůně, komunikuje jeho charakter, upozorňuje na jeho smyslnost a hlavní myšlenku obsahu, prozrazuje něco o osobnosti a životním stylu jeho nositele. Prozrazuje to, co nevidíte, dává možnost zachytit to, čeho se nemůžete dotknout.



Otázky na parfuméra Andrease Wilhelma

Jaké schopnosti potřebuje parfumér ke své práci?

Dobrou představivost, tvořivost a jemný smysl pro vůně, aby si dokázal jednotlivé vůně zapamatovat. Protože parfuméri přičichnou k výrobku až na konci!

Jak se učíte rozeznávat vůně srdcem?

Pomáhá mi hodně cviku, přičichávám k vůním každý den a snažím si je zapamatovat. Ukládám si je do sítě podobné pavučině tak, aby se na sebe napojovaly.

Proč je sklo ještě i dnes považováno za ideální obal na parfém?

Sklo je inertní, nereaguje s parfémem a jeho váha vytváří dojem vysoké hodnoty.

Jste jako parfumér zapojený do procesu navrhování skleněného flakonu?

Ano, spolupracujeme také s designéry skla. Obvykle však svěříme tuto práci do rukou zákazníka. Pouze stojíme nablízku a podporujeme ho. Já jsem samozřejmě expertem na obsah flakonu.



Andreas Wilhelm (43) pracuje jako parfumér už více než 20 let. V roce 2018 vyhrál první cenu „Duftstars“ ve Švýcarsku a pozná svým srdcem na 10 000 vůní.



Obal

TSÜRI SAUCE lahev z Bülachu

Od roku 2016 vkládá restaurátér a šéfkuchař Christian Heusser, který působí v Zürichu, své srdce i duši do jedinečných omáček na grilování značky TSÜRI SAUCE. Na trhu jsou již čtyři varianty. Tyto omáčky jsou vyráběny výhradně ručně, plněny do skleněných lahví od společnosti Müller + Krempel a očíslovány.



záměr. Nyní jsou k dispozici čtyři různé příchutě, které se odlišují pikantností. Čtvrtá Tsüri omáčka se liší od ostatních také tím, že jde o první BBQ omáčku navrženou jako doplněk k jídlům z mořských plodů.

Při výrobě omáček kladé Christian Heusser důraz na spolupráci se společnostmi z regionu. Toto řešení je nejen udržitelnější, ale také dodává produktu velkou přidanou hodnotu. Všechny

Omáčka Tsüri odráží krásu města Zürich ve všech jeho aspektech, je rozmanitá jako lidé a kreativní jako městská restaurační scéna. Je jednoduše potěšením, stejně jako život v Zürichu. Za omáčkami Tsüri stojí kreativní mysl jejího vynálezce Christiana Heussera, který nasbíral jako šéfkuchař mnoho zkušeností, do kterých se počítá i příprava omáček. Nyní je majitelem kavárny Café des Fleurs ve Wangen bei Dübendorf a se svým týmem v Bachenbülachu vyrábí omáčky Tsüri.

Čtyři příchutě

První ze čtyř omáček byla vytvořena v roce 2016, avšak nestalo se to za jednu noc. Recept na omáčku byl pečlivě vytvářen a neustále zdokonalován. Původně byla omáčka určena na hamburgery v Café des Fleurs. Vášně, která přípravy provázela, se nakonec změnila na podnikatelský

„Máme rádi dobrou kvalitu, a to platí i pro náš výběr obalů. Skleněná lahev s hliníkovým uzávěrem je plně recyklovatelná.“

Christian Heusser
Majitel a zakladatel TSÜRI Group GmbH

omáčky jsou vyráběny výlučně ručně a jsou pečlivě plněny do lahví a očíslovány podle příchutě.

Skleněná lahev je známkou kvality

Pro Christiana Heussera je důležité, aby jeho výrobky

dobře chutnaly a nepoškozovaly životní prostředí.

Z tohoto důvodu padla volba na skleněnou lahev opatřenou hliníkovým uzávěrem, která je plně recyklovatelná. Skleněné lahve, které se používají pro všechny čtyři omáčky Tsüri, jsou od společnosti Müller + Krempel z Bülachu, která je autorem designu těchto skleněných obalů ve stylu lahve na lihoviny. Dobrá kvalita je podstatou každého komponentu tohoto výrobku, takže použití skleněných lahví u omáček Tsüri dávalo absolutní smysl. Christian Heusser je přesvědčený, že sklo je mnohem příjemnější na dotyk a zpětná vazba od zákazníků to potvrzuje.

Ocenění

Müller + Krempel slaví bronzový triumf

Společnost Müller + Krempel Ltd získala tento rok cenu kvality SAP 2020 v kategorii „Inovace“. Tuto cenu získala za implementaci řešení „chatbot“, které zjednodušuje komunikaci se zákazníky a ulehčuje práci administrativním pracovníkům.

Společnost SAP Switzerland každoročně uděluje ceny SAP Quality Awards, a to v různých kategoriích. Ceny jsou udělovány zákazníkům, kteří se odlišují svojí vynikající prací při plánování a realizaci projektů. Společnost Müller + Krempel byla oceněna bronzovou cenou v kategorii „Inovace“ za nově zavedené řešení chatbot.

Ve společnosti Müller + Krempel se tento software používá na rychlé a jednoduché poskytování informací zákazníkům o jejich objednávkách, čímž se významně snižuje zátěž administrativních pracovníků, kteří by jinak museli podrobně vyhledávat informace. Zákazníci nyní mohou sledovat

proces doručení svých objednávek sami a už nemusí ztrácet čas čekáním na vyřízení svého telefonátu. Zpětná vazba od zákazníků je také pozitivní a zaměstnanci společnosti Müller + Krempel se nyní mohou více soustředit na své klíčové zodpovědnosti. Zavedení chatbotu už vedlo k 70% poklesu počtu telefonátů od zákazníků.

„Ocenění SAP je vítaným uznáním tohoto projektu i skutečnosti, že byl tak úspěšně implementován. To pro nás znamená ještě více.“

Mark Isler, generální ředitel společnosti Müller + Krempel Ltd.



Díky nově implementovanému řešení chatbot se mohou Mark Isler a jeho tým více věnovat svým hlavním povinnostem.

Dalšími aspekty projektu byla automatizace procesu balení a přepravy, která zvýšila kvalitu a efektivnost. Společnost Müller + Krempel také považovala za důležité zajistit pracovní místa zaměstnancům se zdravotním postižením. Proto se dbalo na to, aby technické pomůcky byly lehce srozumitelné a měly jednoduché použití. Společnost

Müller + Krempel bere velmi vážně společenskou zodpovědnost a také aktivně propaguje rovnováhu mezi pracovním a soukromým životem tím, že nabízí pracovní místa na zkrácený pracovní úvazek. Společnost Müller + Krempel implementovala projekt SAP

do dvou měsíců, čímž zdůraznila svůj závazek k přístupu orientovanému na zákazníka. Implementace chatbotu znamenala důležitý krok v procesu digitální transformace. I v krátkém časovém úseku umožnily nové prvky dosáhnout společnosti značných úspor.

Müller + Krempel vyrábí obaly od roku 1920

Společnost Müller + Krempel Ltd. (M + K) je předním poskytovatelem služeb v oblasti balení pro potravinářský, farmaceutický a kosmetický průmysl. Jako servisní partner pro průmysl, maloobchod a obchod společnost M + K umožňuje dostupnost dodávek v jakémkoliv objemu. Nabízí atraktivní ceny a široký sortiment. Společnost založená v roce 1920 je součástí skupiny Vetropack Group od roku 1959 a nyní zaměstnává 14 zaměstnanců ve svých dvou závodech v Bülachu a St-Prex.

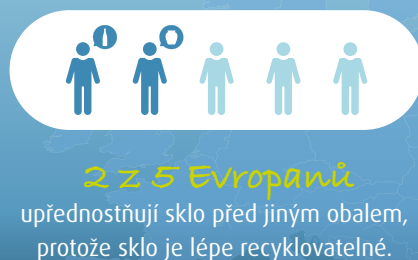


Evropský spotřebitelský průzkum

Skleněné obaly: první volba environmentálně uvědomělého zákazníka

Nejnovější průzkumy zástupců evropského sklářského průmyslu ukazují, že povědomí o recyklaci a dopadech obalů na životní prostředí v rostoucí míře ovlivňují každodenní nákupní chování, až 90 % účastníků průzkumu tvrdí, že by doporučilo sklo jako nejlepší obalový materiál svým přátelům a rodině – což je o 11 % více než v roce 2016.

Hnutí Friends of Glass a zástupci Evropské federace obalového skla (FEVE) uskutečnili spotřebitelský průzkum, kterého se zúčastnilo 10 000 spotřebitelů z 13 evropských zemí. Průzkum odhalil, že lidé nakupují víc skla než v minulosti: polovina spotřebitelů nakupuje víc výrobků ve skleněných obalech v porovnání s obdobím před třemi lety.

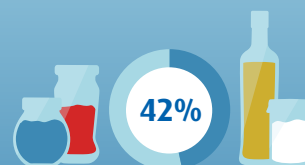


Výsledky jsou ovlivněny výjimečnou recyklovatelností skla a rostoucím povědomím o jeho environmentálních výhodách mezi spotřebiteli, a to díky rozsáhlé síti lokálních recyklačních zařízení a skutečnosti, že sklo je vyrobené z použitého skla a přírodních surovin (písku, sody a vápence), a že je 100procentně a donekonečna recyklovatelné v lokálním uzavřeném systému, který z něj vytváří

zdroj pro novou výrobu. Ve skutečnosti si až 40 % spotřebitelů aktivně vybírá sklo mezi jinými obalovými materiály právě proto, že je lépe recyklovatelné než kterýkoliv jiný obal.

Na udržitelnosti záleží

Podle průzkumu je dopad obalů na životní prostředí také důležitým aspektem při nákupu potravin a nápojů, přičemž většina spotřebitelů (75 %) je značně znepokojena vyhazováním obalů na potraviny, dokonce jeden ze tří respondentů považuje potřebu omezit jejich použití za nejdůležitější zásadu. Zároveň 46 % Evropanů uvedlo, že výrazně snížili spotřebu plastů z důvodu zamezení znečištění životního prostředí.



42 % Evropanů
si myslí, že sklo je nejlepší způsob, jak se vyhnout
plýtvání potravinami.

Sklo je obecně považováno za environmentálně nejvhodnější obal: není divu, že se nachází na nejvyšší příčce v žebříčku řešení kontaminace a zátěže pro životní prostředí, hlavně pokud jde o omezení plýtvání potravinami (sklo vyhodnotilo 42 % respondentů jako nejlepší materiál ve své třídě), snižování obalového odpadu a řešení klimatické změny (48 % respondentů).

Výsledky také ukazují, že převážná většina spotřebitelů třídí skleněné obaly: 84 % Evropanů třídí svoje sklo, 80 % správně odděluje víčka a uzávěry. Nejvhodnějším způsobem

sobem zbavování se použitého skla v Evropě je využití místních kontejnerů na sklo.

Všechna tato čísla znamenají správný krok Evropy směrem k oběhové ekonomice a dosažení důležitých cílů udržitelnosti, jako je skutečná míra recyklace 70 % do roku 2025 a 75 % do roku 2030 v rámci celé Evropy.



„Tavicí vana budoucnosti“

Členové Evropské federace obalového skla (FEVE), včetně skupiny Vetropack, spojili své síly, aby vybudovali první velkou hybridní elektrickou tavicí vanu na světě, která nahrazuje současnou energii z fosilních paliv zelenou energií na 80 %, čímž snižuje emise CO₂ o 50 %. Tato převratná hybridní technologie je důležitým mezníkem při směřování průmyslu k dosažení klimatické neutrality. Emise CO₂ už byly výrazně sníženy díky zpracovávání recyklovaného skla.

20 skláren bude financovat pilotní projekt a Ardagh Group, druhý největší světový výrobce skleněných obalů, už potvrdil, že má zájem vybudovat navrženou vanu v Německu. Ta by měla být funkční a připravená na testování ve skutečných podmínkách (cílem je dosáhnout kapacity více než 300 tun skla denně) do roku 2022, pokud se podaří splnit potřebná technická a tržní kritéria. Výsledky testování by se měly objevit v roce 2023. Členové se společně ucházejí o podporu z fondů EU (ETS) v roce 2020.

Feve

Evropská federace obalového skla je sdružením evropských výrobců skleněných obalů určených pro potraviny, nápoje, kosmetické a farmaceutické výrobky. Jeho členové vyrábějí více než 80 miliard skleněných obalů ročně. Se svými 160 výrobními závody ve 23 evropských zemích je sklářský sektor klíčovým ekonomickým partnerem v Evropě, který vytváří 125 000 pracovních míst napříč celým dodavatelským řetězcem.



Vratné lahve

LIMÖ ve vratné skleněné lahvi

Sklo je vhodné jak pro jednocestné, tak i vratné obaly. Vratný obal lze použít mnohokrát a na konci jeho životního cyklu je možné jej opět roztavit a zpracovat na nové lahve bez ztráty kvality.

V sortimentu nealkoholických nápojů v rakouských maloobchodech s potravinami dosud dominovaly jednocestné lahve. Společnost Egger Getränke GmbH se sídlem v Unterradlbergu v Dolním Rakousku, zavádí pro značku „Limö“ novou vratnou litrovou skleněnou lahev. Startuje tím nový trend, který rozšiřuje sortiment nealkoholických nápojů směrem ke spotřebitelům, kteří chtějí šetřit životní prostředí. Vetropack Austria vyrábí atraktivní lahve z bílého skla ve svém závodě v Pöchlarnu.

Vetrotime se zeptal Martina Forstera, generálního ředitele společnosti Egger Getränke GmbH, na jeho první zkušenosti s novými obaly.

Vaše firma se velkou investicí do nové linky na plnění skla v závodě v St. Pölten vydává na neprozkoumanou cestu. Proč jste se nakonec rozhodli pro sklo?



Martin Forster, generální ředitel společnosti Egger Getränke GmbH, s novou litrovou skleněnou lahví Limö

Chceme pomoci návratu ke sklu. V 80. letech činil podíl vratných skleněných lahví v Rakousku 80 procent, a my bychom se rádi k tomuto číslu vrátili.

Egger Getränke je hrdým rodinným podnikem, který myslí na budoucí generace, a nejen na krátkodobé účetní závěrky. Výsledkem je, že dokážeme vnímat celkový obraz a naplňovat naši společenskou odpovědnost. Změna klimatu právě probíhá a naším úkolem je působit proti ní v duchu inovací a podnikatelské odvahy. Příkladem je naše nedávná investice ve výši 25 milionů EUR do jedné z nejmodernějších linek na plnění skla v Evropě. Toto téma bereme vážně.

Jaké příležitosti vám nová linka na plnění skleněných lahví nabízí?

Nová linka nám umožňuje plnit širokou škálu velikostí a tvarů skleněných lahví. Zařízení je skutečným esem, které nám umožňuje plnit lahve od objemu 0,2 l až po 1 litr. Dále poskytuje využití všech druhů sekundárních obalů, od vratných krabic po pevný karton, a následně použití lepicích etiket. K dispozici je více než 300 různých kombinací. Maximální výkon tohoto zařízení je až 30 000 lahví za hodinu. Závod je stoprocentně uhlíkově neutrální, stejně jako veškerá produkce v Egger Getränke. Použitá technologie navíc umožňuje oproti běžným výrobním zařízením spotřebovávat o 25 procent méně energie a o 50 procent méně vody.

Vaše firma je synonymem inovativních produktů a řešení na míru. Nové skleněné vratné lahve jsou na trhu od poloviny března. Jak se líbí nový skleněný obal Radlberger Limö zákazníkům?

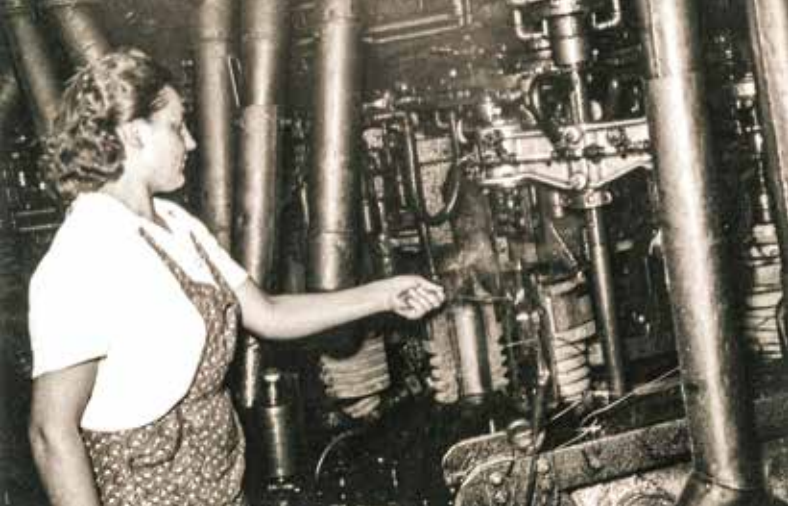
Jak již víme, spotřebitelé na tyto nové obaly reagují velmi dobře. 91 procent spotřebitelů si skutečně myslí, že vratné sklo je nejekologičtější obalem. Přičemž skleněná lahev není nová. Začínáme přesně tam, kde nápojový průmysl skončil na konci 90. let. Nakládání s vratnými lahvemi a přepravkami není nic nového, totéž se děje s pívem a minerální vodou.

Pro výrobu vratné litrové skleněné lahve jste si vybrali společnost Vetropack Austria. Proč?

Jako výrobce potravin si ceníme profesionálních a udržitelně zaměřených dodavatelů, na které se můžeme 100% spolehnout ve všech oblastech našeho partnerství. Vetropack je pro nás tento typ partnera, a to již po mnoho let. Znalosti Vetropacku a desetiletí zkušeností s výrobou skleněných obalů hovoří také v jeho prospěch.

Geografická blízkost našemu závodu v Unterradlbergu pro nás byla, spolu s otázkami spojenými s kvalitou a bezpečností, jedním z rozhodujících faktorů. Vozit vratné skleněné lahve z větší dálky pro nás nemá smysl.

Děkujeme za rozhovor.



Výročí

160 let sklářské výroby v Hum na Sutli

Vetropack Straža oslavuje 160. výročí. V roce 1860 postavil bavorský průmyslník Michael von Poschinger malou sklárnu v Hum na Sutli a pojmenoval ji podle země, na které se nacházela – „Straža“. Továrna má bohatou historii, pojďme se za ní ohlédnout.

Historie Vetropacku Straža je příběhem lidí, kteří se spojili díky společné vášni pro sklo. Sklářské řemeslo předávaly generace sklářských mistrů svým dětem a vnoučatům. I když práce ve sklárně byla vždy náročná, nadšení pro sklo mezi obyvateli Straže stále přetrvává.

Místo výroby nebylo vybráno náhodně. Rozhodujícím faktorem byla jeho blízkost k prameni minerální vody v Rogaška Slatina, což byl první zákazník sklárny. V průběhu posledních 160 let prošla továrna několika turbulentními obdobími. Ty nejvýznamnější změny se však odehrály po dobu posledních třech desetiletí - rozpad Jugoslávie, nezávislost Chorvatska, občanská válka, privatizace a také změny vlastnictví. Díky dobrému strategickému vedení se podařilo Straži tyto náročné časy přežít.

Nejvýznamnějším mezníkem v historii sklárny bylo připojení ke skupině Vetropack v roce 1996. Vetropack a rodina Cornazových přinesly nové projekty a investice a dobře organizovaný tým odborníků. Ve Straži našly kolektiv zručných a oddaných lidí připravených učit se a přizpůsobit se.

Vedoucí výroby Josip Šolman (vpravo), který pracuje v závodě 38 let, byl svědkem několika významných momentů. „Výroba skla pro mě byla vždy víc než jen práce.



Byla to moje vášeň, neustálá touha po zlepšování procesů a zkvalitňování výroby. Při pohledu zpět můžu říci, že jsme udělali velký pokrok v oblasti sklářské technologie, zejména po vstupu do skupiny Vetropack. Spolupráce mezi vedením a mladšími zaměstnanci, jakož i požadavky zákazníků, které nám umožňují neustále se zlepšovat, jsou základní a dlouhodobou hnací silou našeho rozvoje.“

Krise způsobená koronavirem přinutila společnost zrušit většinu oslav k výročí sklárny. I přesto se však uskutečnila obnova a přibýlo další vybavení místního Vetroparku, což bylo skvělé překvapení pro děti, které se po dvou měsících izolace vrátily do školy (obrázek vlevo).





Nejnovější výrobky



Čistá

Dar z Karpat

Přírodní minerální voda Karpatska Dzherelna je extrahována z hloubky 90 metrů v nedotknuté přírodě karpatských hor. Z důvodu zachování zdraví prospěšných látek vody sáhl výrobce po ekologicky nejvhodnějším balení – skleněných lahvích prémiové kvality vyrobených ve Vetropacku Gostomel.

Originální lahev o objemu 0,5 l má tvar slzy a překvapuje svou elegantní jednoduchostí. Emboss znázorňuje tvar pohoří a vznášejícího se orla, čímž vyzdvihuje původ minerální vody. Lahev má příjemný design, který má své opodstatnění: silné dno garantuje stabilitu a 100% recyklovatelný materiál představuje postoj výrobce respektujícího životní prostředí.

Výjimečný výrobek Karpatska Dzherelna staví zdraví zákazníka do centra pozornosti. Tato minerální voda je zbavena pevných částic, aniž by došlo ke změně přírodního složení. Tím je zachován základní poměr minerálů a dalších prvků, jako je například vápník. Minerální voda je dostupná v neperlivé a perlivé variantě.

Perlivé

Nadčasový design

Za poslední desetiletí se lahev s motivem kapek vody navržená pro „Fonti S. Bernardo“ stala ikonou. Dnes bílou lahev o objemu 26 cl vyrábí závod Vetropack v Trezzanu sul Naviglio.

Společnost Fonti S. Bernardo byla založena v roce 1926 ve městě Garessio v regionu Piemont (Itálie), aby dodávala nejčistší vodu z nedalekých pramenů na všechny italské stoly. Tato minerální voda pochází z přímořských Alp, nekontaminovaného prostředí v nadmořské výšce 1 300 m. V polovině 90. let navrhl známý designer Giorgetto Giugiaro slavnou lahev „Gocce“, která je dodnes známá po celém světě a charakteristická pro nápoje Acqua S. Bernardo. Je proslulá svou elegancí a distingovaným italským stylem.

S. Bernardo vstoupil do světa sycených nealkoholických nápojů v roce 2017 a 26cl lahev vyráběná z bílého skla ve Vetropacku Italia je určena právě pro tuto řadu nápojů, které jsou charakteristické zářivými barvami, výraznou vůní a nezapomenutelnou chutí. Svěžest je koncept, který vystihuje celou řadu těchto nápojů s úžasnými příchutěmi (limetka a zázvor, citrón a máta, hořký pomeranč a chinin), dále také v tradičnějších variantách: pomeranč, růžový grapefruit, zázvorové pivo, soda a mnoho jiných – všechny určené pro vaše potěšení.



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



Regionální

Lahev na víno pro kanton Bern

Švýcarský závod společnosti Vetropack v St-Prex vyrábí nové vinné lahve v barvě cuvée pro kanton Bern. Lahve o objemu 0,75 litru mohou být plněny pouze vínem, které je vyrobeno v tomto kantonu.

Existuje mnoho způsobů, jak lze nakreslit medvěda. Avšak pokud jde o toho, který je znázorněn na vinné lahvi s ústím určeným pro korkovou zátku, není prostor pro žádný kompromis. A to proto, že zde je vyobrazen slavný bernský medvěd, který zdobí také erb města a kantonu Bern. Vetropack Švýcarsko vyrábí tyto vinné lahve v cuvée barvě. Design této speciální lahve je jednoduchý, ale přitom velmi elegantní.

Tyto lahve o objemu 0,75 litru mohou být plněny pouze vínem vyrobeným v této oblasti. V kantonu, který je rozdělený mezi dvě vinařská sdružení, pokrývající oblasti jezera Biel a jezera Thun / Bern, se pěstují odrůdy jako Chasselas, Pinot noir a Chardonnay. Tato dvě sdružení zastupují zájmy příslušného regionu.

Rozmanité

Osvěžující a bylinné

Osvěžující bylinné hořké nápoje jsou momentálně velmi oblíbené. Společnost Spar Austria představila dva obzvláště populární druhy sirupů v elegantní bílé lahvi, kterou vyrábí Vetropack Austria.

Hořké nápoje jsou v současné době velmi oblíbené, a to nejen díky rozmanité škále specialit z ginu a oživení oblíbených Long drinků. Už nejsou pouze doplňkem alkoholu, ale je možné pít je samostatně, nebo si je vychutnat v nealkoholickém koktejlu.

V souladu s tímto trendem rozšířil Spar Austria svou řadu sirupů o příchutě „Tonic“ a „Wild Berry“. Štíhlá bílá lahev o objemu 0,5 l, která propůjčuje sirupům prémiový vzhled, byla speciálně vyvinutá pro tyto nové hořké varianty. Díky jemnému zúžení pod rameny padne lahev skvěle do ruky. Vetropack Austria vyrábí tyto lahve ve svém závodě v Pöchlarnu v Dolním Rakousku.

Pokud smícháme Spar Tonic a Wild Berry spolu s minerální vodou, chutnají přesně jako hotové míchané hořké nápoje. Množství sirupu v nápoji lze samozřejmě přizpůsobit individuální chuti.



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

Společné standardy

Kvalita má nejvyšší prioritu – to platí i pro vratné sekundární obaly

Pokud mají být naše skleněné obaly bezpečně a v pořádku doručeny na místo určení, musí být bezpečně zabaleny, a to pomocí palet a plastových proložek, které jsou v perfektním stavu a vhodné pro přepravu. Naším cílem je spolupracovat se zákazníky na zlepšování kvality našich dodávek a zvyšování oboustranné spokojenosti.



lový materiál byl zajištěn, musí společnost Vetropack investovat do své vlastní zásoby palet a proložek a průběžně je nahrazovat. A v tomto duchu plánuje pokračovat.

Tyto investice reflektují závazek společnosti Vetropack týkající se zajištění kvality. Nechceme již akceptovat žádné další zhoršení kvality obalových materiálů, které dostáváme zpět od našich zákazníků. Z tohoto důvodu jsme definovali nová kritéria pro kvalitu vrácených obalů a ta jsme pevně zakotvili do smluv. Tato jasná kritéria tvoří základ pro kontrolu a třídění palet a proložek.

Vetropack vezme zpět mnoho, ale ne všechno

Vetropack samozřejmě přijme obaly, které vykazují obvyklé známky opotřebení, a přijme i některé, které je potřeba opravit nebo zlikvidovat. Ale někde je nutné stanovit hranici. V případě palet je tato hranice

Vlastní zásoba Vetropacku se skládá z 1,1 milionu palet a 6 milionů proložek, které se dostanou do oběhu více než dvakrát za rok a průměrně urazí 500 km během každé své cesty. Počet vrácených obalových materiálů, které musí být vyřazeny, se v poslední době zvyšuje. Veškeré vrácené obaly kontrolujeme, opravujeme, čistíme a v případě potřeby likvidujeme. Protože je veškerá tato činnost velmi nákladná a není v souladu se zásadami udržitelnosti, rozhodl se Vetropack v této oblasti mnohem více spolupracovat se svými zákazníky.

Naše kritéria kvality byla vytesána do kamene

Vetropack se zavazuje používat pouze obalový materiál, který splňuje požadovanou specifikaci a úroveň kvality. Aby byly zajištěny dodávky ve špičkovém stavu a kvalitní oba-

překročena, pokud pět procent vrácených palet potřebuje opravu a dvě procenta musí být zlikvidována. U proložek je dodávka akceptována, pokud obsahuje ne více než tři procenta proložek, které je nutné zlikvidovat. Vetropack již nebude tolerovat žádné nadměrné poškození nebo jakýkoliv obalový materiál, který bude nesprávně vrácen, pokud jde o jeho rozměry, vlastnosti nebo množství. Náklady na likvidaci nebo vrácení tohoto materiálu pak ponese zákazník.

Nové řízení vratných obalů

Nový postup pro řízení vratných obalů je uveden v letáku, který bude včas rozeslán zákazníkům. Všichni - vaše společnost, Vetropack i životní prostředí - těžíme z toho, že se s paletami a plastovými proložkami zachází s náležitou péčí.



Ma Britt Jansson & Pete Humer



Glasmuseet Ebeltoft



Ma Britt Jansson & Pete Humer

Sklářské muzeum Ebeltoft

Čisté tvary a jasné barvy

Sklářské muzeum v dánském městě Ebeltoft nabízí úžasné spojení řemesla a umění. Hlavním cílem sbírky muzea je zvýšit povědomí o současném skle a zajistit mu větší ocenění.

Muzeum zve své návštěvníky na procházku sklářskou historií uplynulých 40 let. Ve světle zaplněných místnostech představuje moderní mezinárodní sklářské umění, přičemž se může pochlubit trvalou sbírkou asi 1 600 objektů. Umělci, kteří jsou osloveni, aby přispěli svým dílem do sbírky, jsou pečlivě vybíráni. Jejich kousky jsou buď muzeu darovány, nebo zapůjčeny, čímž se muzeum Ebeltoft odlišuje od jiných institucí svého druhu. Umělci pravidelně sdílejí svou práci, což umožňuje muzeu sledovat aktuální trendy v oboru a vystavovat nejnovější artefakty. Sbíрка zahrnuje díla od více než 700 umělců.

Kromě udržování stálé sbírky pořádá muzeum každoročně několik mezinárodních výstav, které se zaměřují na jednotlivé umělce nebo skupiny umělců. Tyto výstavy poté často putují na turné po dalších zemích. V minulosti se hlavní výstavy muzea zaměřovaly zejména na práci významných, zavedených a zkušených sklářských umělců. V průběhu let se však situace změnila a pozornost se zaměřila především na mladé, začínající studenty a absolventy, kteří se sklem pracují pouze několik let a často mají spíše experimentální přístup.

Historická promenáda

Malé dánské město Ebeltoft se nachází na poloostrově Djursland v Jutsku, slouží jako rybářský přístav, přístav jachet i turistický cíl. Turisté se rádi procházejí starým městem, které pochází ze 14. století, nebo navštěvují místní sklářské muzeum, jehož pověst přesahuje hranice Dánska. Sklářské muzeum Ebeltoft (Ebeltoft Glasmuseet) vzniklo v budově bývalé celnice v roce 1986. K budově bylo v červnu 2006 přistavěno moderní křídlo navržené dánskými architekty 3XN. Patronkou muzea je královna Margrethe II.



D Á N S K O

Sklářské muzeum Ebeltoft

**Kontakty****Švýcarsko**

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

Rakousko

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

Česká republika

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

Slovensko

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

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

Telefon +385 49 326 326
prodaja@vetropack.com

Ukrajina

Telefon +380 4439 241 00
sales.ua@vetropack.com

Itálie

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

Ostatní země západní Evropy

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

Ostatní země východní Evropy

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