

VETROTIME

JUBILEUM
60 let sklárny
Kremsmünster

TRH
Duchaplný
požitek

UDRŽITELNOST
Povinnost i volba

**04 | UDRŽITELNOST**

Vetropack jako dodavatel

06 | TRH

Lihoviny

16 | POHLED

Friends of Glass

18 | UMĚNÍ

Umělecké sklo

Milé čtenářky, milí čtenáři,

datum třetího a zároveň posledního vydání časopisu Vetrotime v letošním roce jsme zcela záměrně stanovili na začátek listopadu. Má to své dobré důvody, neboť v tomto měsíci se konají dva důležité veletrhy, kterých se zúčastní několik společností z naší skupiny.

První listopadový veletrh, který navštívíme, je SIMEL v Miláně. Na mezinárodní výstavě vinařských a stáčecích strojů a obalů se poprvé představí naše nejmladší dceřiná společnost, Vetropack Italia S.r.l., která bude vedle vlastní palety výrobků prezentovat také produkty celé skupiny. Budou přitom demonstrovány synergie, jež nyní můžeme díky začlenění této společnosti do naší skupiny využívat.

Jen o několik dní později otevře svoje brány veletrh BrauBeviale v Norimberku. Zde nás bude zastupovat stánek skupiny, kde se představí souhrnné know-how Vetropack. To si nenechte v žádném případě ujít!

Pro oba veletrhy je společné to, že časopis Vetrotime na nich bude k dispozici. Již při prvním prolistování je zřejmé, co je pro nás a naše zákazníky důležité: skleněné obaly, které ukazují svůj obsah v pravém světle, okouzlují a zanechávají dojem. Nezapomínáme přitom ani na naše vlastní záležitosti. Přinášíme například článek o rakouské sklárně v Kremsmünsteru, která v říjnu oslavila své 60leté výročí. Také informujeme o tom, co podnikáme v oblasti udržitelnosti atd.

Milé čtenářky, milí čtenáři, ať už toto vydání časopisu Vetrotime uvidíte náhodou v některém z našich veletržních stánků nebo patříte k pravidelným odběratelům a čtenářům, přeji Vám spoustu zábavy při jeho čtení!

Protože do konce roku zbývá již jen několik týdnů, chtěl bych Vám na tomto místě také poděkovat za dobrou a spolehlivou spolupráci. Přeji Vám a Vaším rodinám klidné svátky a úspěšný start do nového roku.

Srdečně Vás zdraví

Claude R. Cornaz



OBALOVÉ SKLO PRO VŠECHNY SMYSLY

60 let sklárny Kremsmünster

Hlavním mottem oslavy výročí firmy Vetropack, která se konala u příležitosti 60 let existence závodu v Kremsmünsteru, bylo Obalové sklo pro všechny smysly. Jubileum slavil závod Vetropack 2. října společně se zákazníky, partnery, dodavateli a zástupci politické a ekonomické sféry. Zemský hejtman Horního Rakouska, Josef Pühringer, využil této slavnostní chvíle k vyznamenání Johanna Reitera, ředitele Vetropack Rakousko, odznakem za zásluhy Horního Rakouska. 3. října následoval den otevřených dveří. Akci navštívilo přibližně 2500 návštěvníků, což předčilo veškerá očekávání.

V roce 1955 byla ve sklárně v Kremsmünsteru uvedena do provozu první tavicí vana. Byly tak nastaveny základy průmyslové výroby obalového skla. Kremsmünsterská sklárna patří od roku 1993 ke skupině Vetropack. Je to druhý závod Vetropack v Rakousku a odborník skupiny

na barvy. Vyrábí se zde 220 různých skleněných obalů v barvách bílá, primeur, zelená, cuvée a hnědá. Trhy, které závod Kremsmünster zásobuje, se nacházejí v Německu, Itálii, Francii a Švýcarsku. Společně se sesterským závodem v Pöchlarnu vyrábí ročně 1 574 miliard kusů skleněných obalů.



ODPOVĚDNOST

Udržitelnost jako důležité kritérium: Heineken zavazuje své hlavní dodavatele k jejímu dodržování

Velký podíl obalového skla dodává skupina Vetropack do pivního průmyslu. Také společnosti Heineken, třetímu největšímu pivovarskému koncernu na světě. Pro všechny pivovary jsou enormně důležité kvalita a design láhví – v neposlední řadě při brandingu druhů nápojů. Heineken chce přitom vědět, nakolik udržitelným způsobem subdodavatelé pracují.

Pro Vetropack znamená nizozemský pivovarský koncern, který má zastoupení téměř v každém koutě světa, konkrétní tvář – je to Charles Richardson. 38letý Richardson má svoji kancelář v Zoeterwoude, na okraji města Leiden, kde pracuje jako Global Category Leader Glass Packaging v oddělení Global Procurement. Na jeho seznamu je také Vetropack. Spolupráce s tímto key account manažerem je bezproblémová a funguje dobře již celé roky.

Richardson také ví, proč. Existuje hned několik důvodů, proč Heineken považuje firmu Vetropack za atraktivní: „Naší prioritou je spolehlivost. Oceňujeme konstantně dobrou kvalitu výrobků, které Vetropack dodává, a to za rozumnou cenu,“ vysvětluje. Společnost Vetropack kontroluje každý jednotlivý skleněný obal – je to kontrola kvality, která slouží také k ochraně zdraví všech zákazníků a spotřebitelů. Kromě toho je firma se specializací na sklo očividně ve správnou dobu na správném místě. Trhy ve střední a východní Evropě, od Švýcarska až po Ukrajinu, kde má společnost Vetropack své výrobní závody, jsou také důležitými odbytovými trhy pro globálně aktivní nizozemský tradiční pivovar. Společnost Vetropack přitom prodává své produkty nejen na tuzemských trzích, kde má celkem osm svých závodů. Více než 40 % všech vyrobených skleněných obalů připadá na exportní trhy.

Spolehlivost, kvalita, cenová struktura a zeměpisná poloha – to jsou

kombinace, které rozhodují o spolupráci firmy Heineken se společností Vetropack. Švýcarská skupina Vetropack patří k nejdůležitějším dodavatelům firmy Heineken, od pěstitelů obilí v Africe až po výrobce láhví ve všech velkostech a barvách.

„Očekáváme od našich dodavatelů, že přispívají k udržitelnému rozvoji.“

Charles Richardson skutečně vítá, že společnost Vetropack začala podávat zprávy o udržitelnosti svého podnikání. Přestože vzájemný informační tok byl dosud

velmi dobrý. „Máme z toho velkou radost. Pro každý podnik je důležité, aby si uvědomoval, v jakém prostředí a s jakými dopady na životní prostředí a společnost funguje a působí. A to tím spíše,“ říká manažer „že sklářský průmysl je branže velmi náročná na spotřebu energie.“ Společnost Heineken si sama stanovila jako prioritu udržitelnost a vyvíjí řešení pro její zlepšení v dodavatelském řetězci. To vítají v neposlední řadě také investoři.

Společnost Heineken provádí v kooperaci s organizací EcoVadis posuzování dodavatelů pro identifikaci mezer a publikovala také vlastní etický kodex pro subdodavatele. Více než 40 000 podniků po celém světě tento kodex podepsalo: tím mimo jiné zajišťují integritu a zavazují se k dodržování určitého standardu



Vítá vlastní posouzení dodavatelů ohledně udržitelnosti: Charles Richardson, Global Category Leader Glass Packaging v oddělení Global Procurement firmy Heineken

udržitelosti, například ohledně lidských práv nebo ochrany životního prostředí. Také společnost Vetropack podporuje tyto snahy. Pravidla jsou jasná. „Náš kodex pro dodavatele stanovuje, co očekáváme od našich dodavatelů při řízení ochrany životního prostředí a personálu. Každé porušení bereme proto velmi vážně a případně také ukončíme obchodní vztah,” vysvětluje Richardson.

Jako globální hráč chce Heineken v každém případě uplatnit svůj vliv a motivovat subdodavatele k podporování kladného vývoje společnosti.



STRUČNĚ

Výrobky a služby společnosti Vetropack

- Obalové sklo
- Design obalů
- Technická podpora analýzy obalů
- Podpora plnicí a uzavírací techniky
- Poradenství v oboru marketingu
- Zušlechťování skla



LIHOVINY

Spirituální požitek ve skleněné láhvi

Destilování alkoholu nejsou žádná kouzla a čáry, ale poctivé rukodělné řemeslo. Díky této dovednosti vznikají silné lihoviny, jejichž autentická chuť zaujme nespočetné požitkáře. A nic nechrání tento specifický charakter lépe než láhve ze skla.

Název lihovina – můžeme se také setkat s nespisovným výrazem „špiritus“ – je odvozen od slova líh. Líh se latinsky řekne spiritus a znamená také duch. Jaký duch působí při destilaci na chuťové buňky, to prozrazují základní ingredience. Nejčastěji se používají ovoce, obilí a brambory, dále pak cukrová třtina, bylinky a koření. Uplatní se také kořeny a hlízy. Lihoviny se však smí nazývat destilátem jen tehdy, pokud mají obsah alkoholu minimálně 15 % (směrnice EU).

Originální – včetně skleněného obalu

Ačkoliv je u každé lihoviny, stejně jako u všech ostatních nápojů, tím nejdůležitějším obsah, tedy chuť a kvalita, je to obal, který upoutá první pohled a může dokonce rozhodnout o koupi výrobku. Není tedy divu, že známé značky a malé tradiční podniky kladou velký důraz na pěkný a umělecký design láhve. Současným trendem jsou individuální skleněné láhve na lihoviny vyrobené na zakázku. Originální produkty mají být také autenticky a unikátně zabalené.

U vodky, která je v současnosti v kurzu na všech trzích, na nichž působí společnost Vetropack, se to řeší takto. „Firma navrhne pro každou značku vodky vlastní design,“ zní vysvětlení Global Spirits Holding se sídlem na Ukrajině. „Výjimečnost, od přísad až po příběh produktu, je dnes nezbytná pro úspěšný prodej značkového výrobku,“ říká Harold Burstein, majitel společnosti STROH Austria. Doplnující argument uvádí Oliver Matter, majitel zážitkového lihovaru Kallnach ve Švýcarsku: „Stále více se hledají alternativní produkty k velkým značkám. Stejně tak roste poptávka po kvalitativně náročných produktech.“

Ušlechtilé je ještě ušlechtilější

Ve všech sklárnách skupiny Vetropack se vedle standardních láhví vyrábí také individuálně navržené láhve na přání zákazníka, u nichž je garantována odlišnost a rozpoznatelnost. Nezávisle na tvaru a barvě zušlechťuje Vetropack skleněné láhve reliéfy nebo prémiovými efekty, kterých lze dosáhnout odlišnými etiketami, lakováním, sítotiskem nebo sleeve etiketami. Také u formy jsou k dispozici různé možnosti: kulatý, oválný, hranatý nebo dokonce trojúhelníkový tvar. Láhve jsou opatřeny převáž-



ně šroubovými uzávěry. „Spotřebitelé kladou důraz na vizuální dojem. Design se zdá být dokonce důležitějším, než samotný obsah,” doplňuje Martin Spurný, výkonný ředitel firmy OLD HEROLD s.r.o., který má přitom na mysli především spotřebitele, kteří si produkt kupují poprvé a dosud neznají chuť jeho obsahu.

Ať už je to vodka, whisky, likér, kořalka nebo ovocná pálenka – lihoviny se téměř vždy prodávají v lahvích z čirého skla. Barevné skleněné láhve jsou výjimkou, oslovují však především mladou generaci, která dává přednost spíše svěžímu designu před tradicí. Barevný efekt je často zajištěn zušlechťením, a ne samotným sklem: sleeve etikety nebo celoplošné barevné povrchové úpravy dodávají čirému sklu barevný až pestrobarevný nádech. Na druhé straně zaujme průzračnost skla, protože zdůrazňuje především čistotu lihoviny nebo vyzdvihuje její jantarové třpytivé odlesky.

Přesvědčivé argumenty

Spektrum velikostí, které Vetropack nabízí, sahá od 0,1litrových až po 1litrové láhve. Obzvláště oblíbené jsou u spotřebitelů 0,5l a 0,7l obaly a menší objemy jako 0,2; 0,25 nebo 0,35 litru.

Láhve na lihoviny jsou jen výjimečně z vylehčeného skla. Naopak, tradici mají těžké láhve, protože spotřebitelé oceňují v této skupině výrobků „robustní“ obaly. Masivní láhev, spočívající těžce v ruce, symbolizuje kvalitní obsah.

Spotřeba a trh – stručný přehled

Většina lihovin se vypije v Rusku, v roce 2013 připadalo na osobu cca 16,5 litru. Bosna a Hercegovina s 1,4 l a Turecko s 0,8 l roční spotřeby na osobu se nacházejí na druhém konci žebříčku. Země, v nichž společnost Vetropack vyrábí obalové sklo, se umístily uprostřed: Itálie (2,1), Švýcarsko (2,9), Chorvatsko (3,6), Rakousko (3,7), Česká republika (6,1), Slovensko (8,3) a Ukrajina (9,3).

Ukrajinská vodka je známá po celém světě a proslavila se svou dobrou kvalitou a chutí. Lihoviny jsou na Ukrajině nejoblíbenější. Na Slovensku jsou vedle vodky na vrcholu žebříčku také borovička a ovocné destiláty. „Obliba tradičních domácích produktů stále roste,” říká Martin Spurný. Od roku 2012 stagnuje spotřeba alkoholu v Chorvatsku. Zhruba čtvrtina všech lihovin na trhu jsou hořké likéry, následují vínovice, vodka, další likéry, whisky a kořalky. Klasické ovocné pálenky se pijí ve Švýcarsku méně než dříve. Poptávka roste po ginu, whisky, rumu a vermutu. Jiný obrázek najdeme v České republice. Lihoviny zde mají vedle piva a vína své pevné místo.



Nejznámější lihovinou je bylinný likér Becherovka. V Itálii je vedle vodky velmi oblíbený rum, zejména v koktejlech podávaných jako aperitiv. Spotřeba zde rovněž klesá. „V Evropě obecně převládá zdrženlivá poptávka po lihovinách. Především díky různým iniciativám pro odpovědné užívání alkoholu a kvůli opakovaným zvýšením spotřební daně,“ říká Harold Burstein.

Koktejlové kreace

Lihoviny se s oblibou používají také pro míchané nápoje. Mezinárodní koktejlová scéna zažívá momentálně renesanci. „Je patrný jednoznačný trend směřující ke špičkové kvalitě. Koktejl je totiž individuálním znakem kvality barmana nebo baru,“ říká Harold Burstein. Barmani míchají své koktejly spíše s lihovinami s nižším obsahem alkoholu, jako je bitter nebo vermut.

TRADICE A EXOTIKA

Nové lihoviny z Ukrajiny

Spotřebitelé na Ukrajině najdou v regálech s lihovinami dvě novinky. 0,5l láhev vodky Mjakuš má nezaměnitelný tradiční ukrajinský charakter a styl. Stejný objem má likér Salute Limoncello s exotickým aroma. Obě láhve z čirého skla vyrábí Vetropack Gostomel.

Někteří lidé si po dobrém jídle dávají sklenku vodky nebo likéru. Výběr lihovin na Ukrajině se rozšiřuje o dva vysokoprocentní produkty. V řaděném či neřaděném stavu, před jídlem nebo po jídle – tyto produkty nadchnou milovníky lihovin.

Tradice

Chléb je již od starověku symbolem moudrosti, plodnosti, práce a pohostinnosti. To vše se odráží v charakteru

Ukrajiny. A to chce obchodní firma ALKOLINE prezentovat ve svém novém výrobku. Ukrajinská sklárna Vetropack Gostomel začlenila tyto čtyři pojmy do skleněného obalu. Jednoduchou manipulaci zajišťuje ústí pro korkový uzávěr. Čiré sklo a jemné linie dodávají 0,5l láhvi transparentnost a lehkost. Etikety rovněž provedené v tradičním stylu podtrhují národní charakter Ukrajiny.

Mjakuš znamená teplo a lásku k vlasti. Vodka je k dostání ve třech různých druzích. Tradiční verze má jemnou a čistou chuť. Vodka Mjakuš žito je vyrobena podle unikátního receptu se žitnými keksy, kmínem a koprem. Vodka Home voní po květech. Vyznačuje se příjemným měkkým aroma lipových květů a šípků.

... nebo exotika

Ovocnou chuť má lihovina Limoncello. Ukrajinská interpretace oblíbeného italského likéru je Salute Limoncello. Jak již říká název, je základem limoncello. Tento citronový likér se vyrábí v Neapolském zálivu, na pobřeží Amalfi a na Sicílii. V likéru Salute Limoncello jsou obsaženy všechny přísady z jihu země – likér má citronové aroma a bohatou, harmonickou příchutí citrusů.

Design 0,5l láhve navrhli odborníci na obalové sklo závodu Vetropack Gostomel speciálně pro produkty s exkluzivní příchutí a atraktivní barvou. Tento lahodný zlatavý mok tak upoutá pozornost již v regálu. Čirá láhev na první pohled trochu připomíná hrušku. Podlouhlé tělo elegantně přechází do oblasti hrdla. To je opět opatřeno ústím typu guala speciálně navr-

ženým pro lihoviny. Zakřivené linie zdůrazňují širokou dolní oblast láhve.

Likér Niva z vinařství Tajrov se vyrábí s příchutěmi liči, mandle a jahody. Můžete si jej také nalít do kávy nebo horké čokolády, smíchat s Coca-Colou nebo si jej jednoduše vychutnat samotný s ledem.



CHMEL A TEQUILA

Moderní pivo

Dolnorakouský pivovar Wieselburg vaří nové pivo Desperados. Vetropack Rakousko vyrábí 0,33l láhve pro moderní ležák s příchutí tequily.

Desperados je značka mezinárodního koncernu Heineken. Od nedávné doby vaří toto moderní pivo dolnorakouský pivovar Wieselburg. Skupina Vetropack má v Rakousku závod se silnou pozicí, proto se stal ideální volbou jako dodavatel skleněných láhví na pivo. Od srpna 2015 dodává Vetropack Rakousko 0,33l láhve do Wieselburgu. Láhev z čirého skla s ústím pro korunkový uzávěr má dlouhé hrdlo i dlouhé tělo. Design láhve s výrazným nápisem je zejména mezi pivními značkami velmi dobře identifikovatelný na první pohled.

Pivo oslovuje mladou generaci. Středem zájmu výrobce jsou také živá vystoupení, například party promotion, akce v klubech a na diskotékách či sponzorování známých festivalů. Desperados má za cíl dostat se do povědomí spotřebitelů jako divoká a horká značka.

ELEGANTNÍ ŠUMIVÉ VÍNO

Moderní obal na šumivá vína

Vetropack Gostomel vyrábí nové 0,75litrové láhve na známé šumivé víno Marengo. Elegantní a půvabný tvar láhve odlišuje produkt od ostatních nápojů v regálech supermarketů. Je téměř nemožné mu odolat.

Šumivé víno Marengo skupiny BAYADERA pochází z velké vinařské oblasti o rozloze 2,5 tisíce hektarů. Perlivý obsah vzniká z nejlepších evropských odrůd hroznů. Muškátové hrozny zušlechťují směs polosladkého a polosuchého šumivého vína. Marengo se vyrábí klasickou francouzskou metodou Charmat. Nejlepší směsi šumivého vína se dosáhne, pokud víno zrání v uzavřených tancích. Během procesu zrání tak lze dobře kontrolovat kvalitu vína.

Design navrhlo britské designérské studio Lewis Moberly, které určuje trendy v evropském průmyslovém designu a pracuje pro značky jako Baileys nebo Moët & Chandon. Ukrajinský závod Vetropack v Gostomelu vyrábí tyto skleněné láhve s nápadným tvarem. Působí elegantně i exkluzivně. Vznešená olivová barva a luxusní design šumivého vína, které se vyrábí na pobřeží Černého moře na Ukrajině, si během krátké doby získaly srdce spotřebitelů.



ZLATÁ PREZENTACE

Nová Baltika

Nemůžete se už dočkat, aby byl konečně pátek a vy si po dlouhém pracovním týdnu mohli společně s přáteli dát pivo? V tom případě přichází právě včas nový chmelový nápoj firmy Carlsberg Ukrajina, Baltika Razlivnoye Myagkoe. Skleněné láhve na toto pivo vyrábí Vetropack Gostomel.

Baltika Razlivnoye Myagkoe je lehké sudové pivo s osvěžující chutí. Za to vděčí speciální receptuře a výrobě. Díky použití nejlepšího chmele a technologii studené filtrace je Baltika exkluzivním pivem.

Tato tekutá novinka se stáčí do 0,44l láhví z čirého skla vyráběných v ukrajinském závodě skupiny Vetropack. Odborníci na obalové sklo v Gostomelu vytvořili láhev, kterou spotřebitelé mohou otevřít ručně pouhým otočením korunkového uzávěru. Díky technologii úzkohrdlý lisofuk váží láhev na pivo s hrdlem opatřeným páskou a korunkovým uzávěrem twist-off pouhých 280 g. Zaoblená ramena, gravírovaný symbol oblíbené prémiové značky Baltika, který se třpytí uprostřed láhve, a jantarový obsah dodávají pivu zlatavě zářivý lesk. Vychutnání si piva u baru nebo v hospodě již nic nestojí v cestě.



NOSTALGIE

Vzpomínky na dětství

Celé generace Rakušanů vyrostly na limonádě Schartner Bombe. Rakouský závod Vetropack v Pöchlarnu vyrábí novou edici této nostalgické láhve ze zeleného skla.

V roce 1926 byl v hornorakouské obci Scharten objeven pramen, z něhož pili lázeňští hosté. Tato čistá pramenitá voda však nechutnala nijak výjimečně. Proto tuto vodu smíchal Otto Burger s ovocným sirupem potravinářského podniku Lichtenegger. Experiment se vyplatil a zrodila se dodnes známá limonáda Schartner Bombe.

Zelená skleněná láhev je 16,5 cm vysoká a má průměr 6,5 cm. Jejím charakteristickým znakem je však markantní břicho, které dokáže pojmout přesně 0,25 l nápoje. Protože v Evropě se limonády většinou stáčí do 0,33l láhví, zaujme Schartner Bombe v neposlední řadě právě svým odlišným objemem. Tuto limonádu najdeme převážně v gastronomii. Rakouský závod Vetropack v Pöchlarnu vyrábí od nedávna novou edici nostalgické limonády, na které vyrostly celé generace Rakušanů.



SENZAČNÍ PREZENTACE JAKO VE FILMU

Pramenitá minerální voda

35 let šuměla minerální voda Sarajevski kiseljak ve skleněných láhvích s ústím na korunkový uzávěr. Zelené láhve z chorvatského závodu Vetropack v Humu na Sutli však nyní zdobí šroubové uzávěry.

Koncern Agrokor provedl u láhví na minerální vodu Sarajevski kiseljak kompletní změnu. Láhve ze zeleného skla s ústím pro korunkový uzávěr jsou již minulostí. Nové láhve jsou sice také ze zeleného skla, ale mají ústí na šroubový uzávěr. Zatímco dříve byla oblast ramen zdůrazněna hranou, dnes je zaoblená a plynule přechází do dolní části těla láhve.

1l a 0,25l láhve se vyrábějí ve sklárně Vetropack Straža. Inovovaný model pro zákazníky splňuje současné normy z oblasti gastronomie. Tato láhev ztělesňuje moderní styl i tradici a zajišťuje na každém stole senzační prezentaci jako ve filmu. Hlavním představitelem reklamy na minerální vodu ze Sarajeva je totiž slavný chorvatský filmový, televizní a divadelní herec Rade Šerbedžija. Mezinárodní věhlas si tento zakladatel Divadla Odyseus získal mimo jiné díky svým vedlejším rolím ve filmech Mission: Impossible II a Harry Potter a relikvie smrti.





NOVÝ PŘÍRŮSTEK

Pro malou i velkou žízeň

Minerální voda SilberQuelle je v gastronomické oblasti bohatší o další velikost. Jednolitrovou láhev vyrábí Vetropack Rakousko.

Rodina skleněných láhví na minerální vodu SilberQuelle se rozrostla. Od července 2015 vyrábí závod Vetropack Rakousko v Pöchlarnu pro gastronomii také jednolitrovou láhev. Zhruba před dvěma lety vyvinuli odborníci na sklo pro SilberQuelle nový design láhve z čirého skla. Má vysoký pas, což usnadňuje nalévání. Vratná láhev je nyní k dispozici ve třech velikostech 0,33 l; 0,75 l a 1 l.

SINJSKA ALKA

Burgundská láhev k jubileu

Před 300 lety zvítězila lidová domobrana 15 000 mužů během benátsko-rakouské války s Tureckem nad osmanskou armádou. Od té doby se tato událost každý rok slaví pořádáním jezdecké slavnosti. K jubilejnímu výročí vyrobil závod Vetropack Straža burgundskou láhev s narozeninovou etiketou.

Každý rok v srpnu se v chorvatském městě Sinj nedaleko Splitu koná jezdecká slavnost na počest vítězství nad osmanskou armádou v 18. století. Turecké vojsko obléhalo město během benátsko-rakouské války s Tureckem. Jezdecký turnaj i národní slavnost jsou známé pod názvem „Sinjska alka“. Sinjska alka patří k chorvatskému kulturnímu dědictví a v roce 2010 byla prohlášena za nemotné světové kulturní dědictví UNESCO.

K letošnímu 300letému jubileu vyrobil chorvatský závod Vetropack burgundskou láhev se speciálním znakem alky. Skleněná láhev olivové barvy pochází ze standardního sortimentu závodu Vetropack Straža. Gravura znázorňuje jezdce na koni s kopím a nápis „Spolek rytířů Alka Sinj 1715“. Černobílou etiketu s obrázkem jezdce v sedle navrhnul Nenad Dogan z designerského studia Dogan v Záhřebu. V hladké skleněné láhvi je ušlechtilé červené víno vinaře Antuna Plančice, jehož vinařství se nachází na Hvaru.



SAMETOVĚ HEBKÉ

Oblíbené omáčky

Majonéza a tatarská omáčka téměř neodmyslitelně patří k některým českým jídlům. 400ml sklenici na tyto omáčky vyrábí Vetropack Rakousko. Sleeve etiketa obaluje sklenici z čirého skla a strhává pozornost na produkt v prodejních regálech.

Češi milují tradiční majonézu a tatarskou omáčku, a to zejména se svým oblíbeným jídlem, smaženým sýrem. Oba produkty se v kombinaci s dalšími přísadami, kořením a hořčicí, skvěle hodí také ke zjemnění salátových dressingů, pomazánek nebo ke grilovaným pokrmům. Majonéza se navíc často používá na dekoraci různých jídel.

Vetropack Rakousko vyrábí sklenice na omáčky s objemem 400 ml. Standardní výrobek se šroubovým uzávěrem je zabalen do sleeve etikety. Sleeve etiketa působí atrak-



tivním a moderním barevným dojmem a navíc využívá celý povrch sklenice k uvedení více informací o produktu. Český výrobce výše uvedených omáček ZÁRUBA FOOD a.s. klade velký důraz na kvalitu svých výrobků a spokojenost zákazníků. Důležitou součástí výroby jsou kvalitní suroviny. Firma používá především kvalitní řepkový olej a vysoký podíl vaječných žloutků. Většinu omáček vyrábí bez použití konzervantů a zahušťovadel.

OVOCNÁ CHUŤ

Vitaminy ve skle

K největším zákazníkům skupiny Vetropack v Polsku patří firma KORKUS. Ta stáčí svoje ovocné šťávy do 0,33l láhví vyrobených v české sklárně Vetropack Moravia Glass. Láhve z čirého skla přesvědčují svým hladkým a jednoduchým tvarem.

Sklenka ovocné šťávy chutná vždycky, ať už při snídani nebo k občerstvení v průběhu dne. Nová skleněná láhev



závodu Vetropack Moravia Glass je pro ovocné šťávy dokonalým obalem. Chrání cenné vitaminy. 0,33l láhev Soczek nahrazuje dosavadní láhev Sok o stejném objemu. Svým designem se podobá láhvi Sok o objemu 0,75 l, kterou firma KORKUS používá v Polsku stejně jako menší láhev z čirého skla. KORKUS patří k největším zákazníkům skupiny Vetropack v Polsku, kde jsou tyto nápoje velmi oblíbené.

Standardní láhev je opatřena uzávěrem twist-off. Ovocná šťáva je k dostání v mnoha druzích: multivitamin, pomeranč, zelené jablko, černý rybíz, maliny, jahody nebo broskve, často v kombinaci s karotkou a jablky. Vedle spotřebitelů v Polsku si tento osvěžující nápoj vychutnávají také konzumenti v Kanadě, Velké Británii, Irsku, Litvě, Lotyšsku, na Slovensku a v Bulharsku.

RIGA FOOD 2015

Mezinárodní zkušenosti

20. mezinárodní obchodní veletrh Riga Food 2015 se konal v září v lotyšském hlavním městě Rize. Společnost Vetropack Gostomel zde prezentovala široký sortiment svých výrobků.

Riga Food je největší potravinářský veletrh v pobaltských zemích. Poskytuje přehled o všeobecném vývoji potravinářské branže, představuje novinky a nabízí návštěvníkům možnost poznat známé a spolehlivé firmy působící v tomto oboru.

Ukrajinský závod Vetropack prezentoval své nové sklenice, inovace láhví na víno a sekt a láhví na známé značky pív a nealkoholických nápojů. V současnosti jsou hlavním trendem jednoduchý a hladký design a obaly z lehkého skla, které šetří náklady a snižují spotřebu energie.

Veletrhu se zúčastnilo více než 680 firem z 37 zemí. Návštěvníci zde mohli ochutnat nové výrobky, sledovat



nebo si také vyzkoušet profesionální vaření, zúčastnit se barmanských soutěží a poznat suroviny pro výrobu obalových materiálů.

ČESKÁ CENA ZA OBAL

Oceněná minerální voda

Český obalový institut SYBA uděluje každý rok tradiční ceny za obal. Ocenění Obal roku zároveň opravňuje k nominaci na WorldStar Awards. K vítězům patří dvě skleněné láhve slovenského závodu Vetropack.

Podle jakých kritérií porota hodnotí inovace obalů, je v podstatě stanoveno pro všechny země jednotně. Tři oblasti, ve kterých by měl dokonalý obal splňovat všechny předpoklady, jsou ochrana, logistika a marketing. Obal roku v České republice byl tedy posuzován také podle těchto bodů. Kromě toho byla další pozornost upřena na udržitelnost a požadavky zákazníků.

Český obalový institut SYBA ocenil v červnu 2015 dvě láhve na minerální vodu ze závodu Vetropack Nemšová. 0,33l láhev na nápoj Sulinka zaujme především svým úzkým dlouhým hrdlem. Při vývoji této láhve hledali odborníci na sklo a designeři harmonii mezi historií a nadčasovou elegancí. Láhev z čirého skla na minerální vodu Rajec má výrazná, a přesto měkce zaoblená ramena. 0,75l láhev



s gravírovaným názvem zajišťuje zdařilou prezentaci nápoje konzumovaného doma nebo v restauraci.

Vítězové – 27 v šesti kategoriích – jsou nyní automaticky nominováni na mezinárodní udílení cen WorldStar Awards, které se bude konat v květnu 2016 v maďarské Budapešti.



PRIX VETROPACK 2015

Sladký pozdní sběr

Oceňování vín je nejen prestižním uznáním pro producenty, ale také vodítkem pro konzumenty při výběru vína. Nejvýznamnějším oceněním mezinárodní nabídky vín na švýcarském trhu je soutěž Internationale Weinprämierung Zürich. Zde se mimo jiné udílí také cena Prix Vetropack.

Milovníci vína znají svoje oblíbené značky. Přesto se na trhu neustále objevují další novinky. Ceny udělené vínům tak mohou být vedle ocenění jednotlivých vinařství také pomůckou pro spotřebitele při výběru vína.

K nejdůležitějším akcím ve Švýcarsku patří soutěž Internationale Weinprämierung, organizovaná výstavou vín Expovina, která se každý rok koná v Curychu. Hodnotí se zde jak švýcarská, tak i mezinárodní vína. Nejlepší vína získají jeden ze tří prestižních diplomů: Velký zlatý diplom, Zlatý diplom nebo Stříbrný diplom. Od roku 1997 se přitom udílí také cena Prix Vetropack. Tu letos obdrželo bílé víno 2013 Blanc de Glace AOC VS, sladký pozdní sběr, který zraje v dřevěných sudech, má čerstvé aroma a voní po jemném ovoci a koření. Tento ušlechtilý mok vyrábí vinařství Gregor Kuonen, Caveau de Salquenen, které se nachází v obci Salgesch ve švýcarském kantonu Wallis.

Cenu, symbolizující skleněnou formu, kterou vyrobila společnost Hergiswiler Glas AG, předali vítězi Christine Arnet, vedoucí marketingu a prodeje Vetropack AG, a Jean-Franck Haspel, produktový design Vetropack AG.

Prix Vetropack je oceněním švýcarského bílého nebo červeného vína z hlavní odrůdy. Hlavní bílé odrůdy jsou Chasselas a Müller-Thurgau (Riesling-Silvaner), k červeným odrůdám patří Pinot noir (Rulandské modré), Gamay a Merlot. Nositel ceny může ve spolupráci s týmem společnosti Vetropack vytvořit personalizovanou láhev na víno.



zleva doprava Christine Arnet (Vetropack AG), Larissa Kuonen a Giuseppe Santoro (Gregor Kuonen – Caveau de Salquenen), Jean-Franck Haspel (Vetropack AG)



*Map your taste and be
in with a chance to win!*

Take our quiz, map your taste and win flights and accommodation
to EXPO Milan 2015 or one of five additional prizes from Italy.



TASTE MAP

Objevování různých chutí

Iniciativa Friends of Glass sestavuje při kampani «#MapYourTaste» evropskou mapu chutí. Na vytváření mapy se podíleli renomovaní odborníci. Míč je nyní na straně evropských spotřebitelů.

Každému jídlu můžeme přiřadit specifickou chuť. Základních chutí je pět: slaná, sladká, kyselá, hořká a jemná. Doplnují je pálivá a chladivá chuť.

Hnutí Friends of Glass věnovalo těmto chutím vlastní kvíz s cílem sestavit kulinářskou mapu Evropy. Základ mapy položilo Friends of Glass společně s renomovanými odborníky "na chuť". V online kvízu na www.friendsofglass.com/mapyourtaste lze od konce dubna 2015 pomoci určit nezaměnitelnou chuť vlastní země. Zábavný kvíz pokládá spotřebitelům například otázky, jak začínají svůj den, s jakou přísadou vaří nejraději nebo jaké je jejich nejoblíbenější jídlo.

Chuť na sladké máme v genech

Odborníci na chuť v krátkých videoposelstvích mimo jiné vysvětlují, jak obal působí na svůj obsah nebo v čem jsou skleněné obaly tak zvláštní. Jaká tajemství se skrývají za jednotlivými chutěmi, se dozvědí návštěvníci z malé kulinářské historie. Kyselá chuť podporuje příjem životně důležitých minerálních látek. Naše záliba ve sladkostech je nejen příjemnou radostí, ale mohou za ni také naše geny. Sladká jídla totiž vyvolávají v mozku blažený pocit.

Výsledky kvízu

Dosud vyplnilo kvíz více než 14 000 spotřebitelů. Pro každou evropskou zemi tak pomalu, ale jistě krystalizuje její vlastní chuť. Země jako Španělsko, Itálie, Velká Británie a Francie mají rády sladké. Němci preferují spíše hořkou chuť před umami jemnou.

Jak to vypadá ve Švýcarsku, České republice, na Slovensku a v Chorvatsku, tedy v zemích, kde má Vetropack vedle Itálie a Ukrajiny* výrobní závody? Kromě Itálie dominuje sladká chuť u těchto zemí už jen v Chorvatsku. V Rakousku mají sladká, hořká a pálivá chuť stejnou pozici. Ostatní země dávají přednost chuti umami. Většina spotřebitelů zemí, kde působí Vetropack, začíná svůj den kávou a jako nejoblíbenější jídlo volí těstoviny. Jen Chorvaté zde preferují sladkou chuť a rozhodují se pro koláče a pečivo. U otázky, s jakou přísadou vaří respondenti nejraději, se všude, kromě Itálie, která preferuje čerstvé bylinky, umístilo na vrcholu žebříčku koření.

Odborníci na chuť #MapYourTaste

Andreas Larsson	švédský sommelier vína, oceněný jako nejlepší sommelier na světě
Arno Steguweit	první evropský sommelier vody z Německa
Caroline Furstoss	francouzský sommelier vína 2014
Professor Giorgio Calabrese	italský vědec v oboru výživy
Guillermo Cruz	oceněný jako nejlepší španělský sommelier 2014
Jane Peyton	sommelier piva ve Velké Británii 2014-2015
Christoph Baert	šéfkuchař a viceprezident belgického sdružení Euro-Toques (sdružení evropských kuchařů)

*S výjimkou Švýcarska se kvízu zúčastnily jen země EU.

VZKAZ V LÁHVI

Na souši i na vodě



Sklárna Vetropack Straža a hnutí Friends of Glass cestovali toto léto s „Knížní a kulturní lodí“ podél jadranského pobřeží. Návštěvníky potěšily workshopy i dětské divadlo.

Chorvatský závod Vetropack v Humu na Sutli je jediným výrobcem obalového skla v zemi. Stejně jako v loňském roce se společnost Vetropack Straža zúčastnila ekologického projektu „Knížní a kulturní loď“. Kulturní program byl sestaven pro tamní obyvatele, ale také pro turisty. Na ostrovech i ve městech na pobřeží zastavila loď celkem na 15 různých místech.

Velmi úspěšný workshop „Děti jsou přátelé skla“, který probíhal v roce 2014, se konal také letos, a to se stejným úspěchem! Publikum (převážně děti) vidělo, jak se například vyfukují malé skleněné lahvičky. Workshop ukázal, že sklo je nadčasový a nejlepší možný obal pro potraviny a nápoje. Zúčastnilo se ho 5 000 lidí. Na některých místech dokonce již lidé čekali, až zde také letos loď zastaví, aby se znovu mohli workshopu zúčastnit.

Pro radost dětí

V divadelním vystoupení pro děti „Vzkaz v láhvi aneb záhadné zmizení Miss McBottle“ byly hlavními aktéry skleněné láhve. Dvě skvělé mladé herečky loutkového divadla zahrály dětem na souši divadelní hru.

Protože tématem letošní letní tour byl „Vzkaz v láhvi“, byla na lodi vystavena obří skleněná láhev o průměru jeden metr a objemu 500 litrů. Návštěvníci byli vyzváni, aby sepsali poselství světu a vhodili je do láhve. Na konci tour bylo ve skleněné nádobě více než 1 500 vzkazů. Nejoriginálnější nápady budou odměněny drobnou cenou.



UMĚLECKÉ SKLO

Chihulyho sklářské umění

Uprostřed schodiště Univerzity Washington rostou gigantické červeno-žluté sasanky z betonové zdi. Ze stropu hotelu v Las Vegas raší pestrobarevné květy, za nimiž hosté otáčejí hlavy. V Jeruzalémě vyčnívá před Davidovou citadelou do výšky růžová křišťálová hora. Tato umělecká díla mají dvě věci společné: jsou vyrobeny ze skla a jejich autorem je umělec Dale Chihuly.



Dale Chihuly se narodil v roce 1941 ve Washingtonu a v současnosti žije v Seattlu. Během svého studia interiérového návrhářství na washingtonské univerzitě přišel Chihuly poprvé do styku se sklem. Po dokončení školy v roce 1965 zahájil tento Američan první studijní program o skle v zemi na Univerzitě ve Wisconsinu. Na škole Rhode Island School of Design nakonec sám zavedl studium skla a vyučoval jej více než deset let.

Startovní výstřel v Benátkách

Ve sklárně Venini v Muranu u Benátek zahájil Chihuly svoji činnost jako sklář. Práce s roztaveným sklem měla velký vliv na jeho současný způsob práce. Své skleněné umělecké objekty rád umísťuje do volné přírody, do prostředí budov nebo na neočekávaná místa. Typický je pro něj také botanický přístup. Především jeho „mořské tvary“ se velmi blíží mořským rostlinám, mušlím a živočichům. Chihuly k tomu říká: „Pokud se pracuje

s horkým sklem a jeho přirozenými vlastnostmi, vypadá to, jako když pochází z moře.“ Největší inspirací pro něj je vlastní proces vyfukování skla: jednoduchým foukáním vzduchu z plic do sklářské píšťaly vzniká nový tvar.

Rozhodující zlom

V roce 1976 měl tento umělec autonehodu, při níž přišel o zrak v levém oku a utrpěl hluboké řezné rány v obličeji. Tento zlom měl vliv na jeho práci: kvůli svým zraněním se již necítil bezpečně při práci s roztaveným sklem, proto se raději stal vedoucím svého týmu. To mu umožnilo získat široký rozhled a dosáhnout užší spolupráce se svými skláři.

Spojení skla a přírody

Chihulyho umění bylo prezentováno na více než 200 výstavách v muzeích po celém světě a získalo četná ocenění. Obzvláště oblíbené jsou jeho velké architektonické

instalace. Ke křišťálové hoře před Davidovou citadelou v Jeruzalémě například zavítalo více než milion návštěvníků. Také různým výstavám v botanickém prostředí, například „Chihuly Garden and Glass“ v Seattlu je věnována velká pozornost. Chihuly rád spojuje sklo s přírodou. Jako třeba v projektu „Garden Cycle“. Ten vznikl v roce 2001 v Chicagu a pokračoval v Kew, nedaleko Londýna, a v dalších deseti zahradách v USA.

Dalším vrcholem v Chihulyho kariéře je „Chihuly Over Venice“. Dva roky cestoval se svým týmem sklářů do Finska, Irska, Mexika a Itálie. Ve spolupráci s místními skláři experimentoval Chihuly na svěžích a inovativních výtvorech. Vznikla tak nová série skleněných objektů, které se tvarem podobají korunovému lustru, a proto se nazývají „Chandeliers“. V září 1996 byly tyto objekty instalovány celkem na 15 místech v Benátkách a zpřístupněny veřejnosti.





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 +420 518 603 111
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 44 392 41 43
Fax +380 4597 311 35
sales.ua@vetropack.com

Itálie

Telefon +39 02 458771
Fax +39 02 4587714
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 +420 518 603 111
Fax +420 518 612 519
export.cz@vetropack.com