

VETROTIME

Bülach
Best Medium
Workplaces™

Udržitelnost
Nový symbol na
skleněných obalech

Fokus
Letní senzace

4	Zaujalo nás	Rozmanitost ve skle
6	Certifikace	Best Medium Workplaces™
8	Fokus	Letní senzace
14	Udržitelnost	Inovativně a udržitelně
16	Trh	VIP Glass vstupuje do nové fáze
18	Nový design	Zářivé barvy skla
23	Střípky kultury	Oficiální uznání



Zmeškali jste vydání Vetrotime?
Předchozí čísla najdete pomocí
tohoto QR kódu.

Tiráž

Redakce a text

Sazba

Tisk

Corporate Communications
Vetropack Holding Ltd, Bülach
Arnold & Braun Grafik, Luzern
Tiskárna Šikovné ruce, s.r.o.

Fokus: Léto nám přináší radost do života. Užíváme si teplé dny a trávíme čas venku. Během letních aktivit je sklo naším stálým společníkem. Široké spektrum barev, které lze najít ve skleněných obalech, připomíná barvy duhy po letní bouři. Nejpůsobivější jsou však praktické výhody skla – skleněné obaly zachovávají všechny původní chutě a originální vůně jídla a pití.



Vážení čtenáři,



léto je tady a konečně se můžeme znovu setkávat s našimi přáteli, rodinami a kolegy, ať už ve stinné zahradě, na pohodovém pikniku nebo za teplých letních večerů. Ať už jdeme kamkoliv, určitě si opět užíváme možnost potkávat se osobně. Online schůzky jsou fantastickým nástrojem, ale nemůžeme si při nich fuknout skleničkami a pronášet přípitky. Pojďme si tedy vynahradiť ztracený čas, smát se a bavit se, jak nejvíc můžeme. Skleněné výrobky od společnosti Vetropack, které lze pro tyto příležitosti použít, jsou vyráběny v mnoha barvách (strana 8 až 12). Naše procesy barvení umožňují nabídnout perfektní řešení pro každou příležitost. Nové designy (strany 18 až 21) tuto rozmanitost ještě zvýrazňují.

Otázka životního prostředí je pro všechny zúčastněné strany stále významnější. Udržitelnost hraje ve sklářském průmyslu již dlouho důležitou roli, což dokazuje opatření, jakým je například zavedení nového symbolu na skleněných obalech evropským průmyslem obalového skla. Charakteristický znak symbolizuje ekologické a zdravotní přínosy skleněných obalů (strana 13). Vetropack je aktivním partnerem v této iniciativě a jako společnost se snaží co nejvíce minimalizovat dopad výroby skla na životní prostředí. Vysoký podíl použitého recyklovaného skla je nezbytný pro zajištění výroby skla šetrného k životnímu prostředí (strana 14 a 15). Dále se očekává, že implementace nového softwaru pro záznam všech energetických toků nám pomůže ve střednědobém horizontu snížit naši spotřebu energie (strana 17).

Jsem nesmírně hrdý na naši pobočku ve švýcarském Bülachu, která byla označena jako Best Medium Workplace™ (strana 6 a 7). Vzájemná důvěra nám dobře sloužila po celou dobu koronavirové krize, je to cenný základní kámen našeho podnikání. Toto ocenění je pro mě výzvou k tomu, aby všechny naše závody byly ohodnoceny stejným způsobem.

Přeji vám osvěžující léto a doufám, že vám přinese toto číslo časopisu Vetrotime inspirativní čtení.

Se srdečným pozdravem

Johann Reiter

CEO Vetropack Holding Ltd



*Adaptace: pohled na instalaci,
Even the Trees Bleed,
Museum on the Seam,
Jerusalem, Israel, 2019*

Město se setkává s přírodou



Naoko Ito je japonská umělkyně žijící v New Yorku, která se zabývá sochařstvím, instalací, fotografií a videem. Její díla jsou vystavována ve Spojených státech i v zahraničí.

Projekt „Urban Nature“ je inspirován vztahem mezi člověkem a přírodou. Umělkyně rozřezala větve stromu na několik kusů a umístila je do skleněných nádob. Strom je tak znovu oživen skrze sklo. Použití těchto dvou elementů symbolizuje napětí mezi přírodou a kulturou. „Ve svých uměleckých

dílech dokumentuji současnou scénu a zkoumám, jak dosáhnout situací, ve kterých lze pozorovat citlivý vztah mezi přírodou a tím, co je v naší společnosti vytvořeno člověkem, změnit uspořádání konvenčních myšlenek a pravidel, zpochybnit racionální kategorizaci a vytvořit tak svěží estetiku. Mojí vášní je vytvářet prostředí s využitím specifických vlastností materiálů k předání filozofických poznatků.“

Výstava k výročí

Živé umění

Na oslavu 40 let od svého prvního otevření hostí Vitromusée Romont výstavu nazvanou „Un art vivant“, která si klade za cíl uctít nejen historii samotného muzea, ale také malíře skla a současné umělce, kteří se podílejí na formování světa švýcarského sklářského umění. Přes výběr uměleckých děl, přípravných kreseb, fotografií, historických dokumentů a ústních zpráv prozkoumává dílo klíčových osobností švýcarského sklářského umění v průběhu 20. a 21. století.

S řadou grafických prvků, skleněných oken, skleněných dlaždic a videoinstalací nabízí Vitromusée Romont široký přehled současného umění vitráže. Výstava potrvá do 3. října 2021. Další informace naleznete na adrese www.vitromusee.ch/en.

Yoki, Atelier Michel Eltschinger,
“Saint Georges”, 1981, dalle de verre
stained glass and concrete, Vitromusée
Romont, darovaný asociací
Semper Fidelis.



Muzeum Louvre

Transparentní architektura

Muzeum Louvre je umístěno v nádherném paláci Louvre, který byl kdysi domovem francouzských králů a který se nachází přímo v srdci Paříže. Je to největší a nejnavštěvovanější muzeum na světě. Od svého otevření v roce 1793 se sbírka muzea rozrostla a zahrnuje více než 380 000 artefaktů, z nichž je vystaveno asi 35 000. Skleněná pyramida na vnitřním nádvoří Louvru byla postavena v letech 1985 až 1989 a slouží jako hlavní

vchod do muzea. Čínsko-americký architekt Ieoh Ming Pei byl přímo osloven, aby navrhl tuto strukturu, kterou tvoří 603 diamantových a 70 trojúhelníkových skleněných částí. Pyramida je vysoká 21,65 metrů, široká 35,42 metrů a váží kolem 180 tun. Sama o sobě se stala turistickou atrakcí a je stejně oblíbená u Pařížanů jako u zahraničních návštěvníků.

Beletrie a potěšení

Magická kombinace

Librottiglia je myšlenka vytvořená a realizovaná agenturou Reserve Innovation v Miláně, která se zabývá designem obalů. Jde o malou knihu fungující zároveň jako etiketa na láhvi vína. Inovativní spojení vína a čtení bylo zahájeno ve spolupráci s vinařstvím Piedmontese Matteo Correggia. Součástí tohoto partnerství je dnes také Fattoria di Petrognano v Chianti a vinařství Di Lenardo v srdci Friuli Venezia Giulia.

Projekt, který kombinuje ochutnávku vynikajících vín s krátkými a vzrušujícími příběhy, byl představen v roce 2016 během Vinitaly, mezinárodního vinařského salonu ve Veroně a získal několik národních i mezinárodních ocenění.





Bülach

Best Medium Workplaces™ 2021

Závod Vetropack v Bülachu ve Švýcarsku byl vyhodnocen jako Best Medium Workplace™. Toto ocenění svědčí o kultuře důvěry mezi zaměstnanci a manažery a o tom, že zaměstnanci pracují pro Vetropack rádi.

Great Place to Work® shromažďuje data pro měření kultury na pracovištích v organizacích již více než 20 let. Pracoviště Vetropack v Bülachu ve Švýcarsku bylo již v roce 2020 oceněno jako Great Place to Work®. Toto ocenění vychází z tzv. Trust Indexu™, speciálně navrženého anonymního průzkumu zahrnujícího všechny zaměstnance až do úrovně managementu, stejně jako z tzv. Culture Audit™ – průzkumu v rámci managementu.

Organizace, které chtějí být certifikovány jako nejlepší pracoviště ve Švýcarsku, musí splňovat určité minimální požadavky v rámci nástroje Culture Audit™. Závod Vetropack v Bülachu ve Švýcarsku, který se účastnil poprvé, splnil tato kritéria a umístil se na devátém místě v kategorii středních společností (50 až 249 zaměstnanců). Seznam nejlepších zaměstnavatelů je zveřejňován každoročně.

Vzájemná důvěra a posílení pravomocí

O firmě lze říct, že má vynikající pracovní kulturu, když za-

městnanci důvěřují svým manažerům, jsou hrdí na svou práci a rádi pracují se svými kolegy. Best Medium Workplace™ ví, jak podporovat prostředí, které zaměstnancům pomáhá dlouhodobě zdokonalovat jejich potenciál. Základem je vysoká úroveň důvěry, které je dosaženo zosobněním hodnot a vůdčích kvalit. Každá organizace může tyto aspekty utvářet, jak nejlépe uzná za vhodné.

*„Ocenění je věnováno
všem zaměstnancům v závodě
v Bülachu a bude výzvou pro
všechny ostatní společnosti,
aby ocenění také dosáhly.“*

Johann Reiter, CEO Vetropack

Posílení pravomocí znamená, že vedení důvěřuje svým zaměstnancům a že se jim nemusí při práci dívat přes rameno. Best Medium Workplaces™ umí přilákat ty nejlepší talenty a zapojit je do práce, zároveň zvyšuje jejich dovednosti a podporuje pocit osobní odpo-

vědnosti. Rovnováha mezi pracovním a soukromým životem je však také nezbytná. Té je dosaženo pomocí flexibilní pracovní doby. Zaměstnanci jsou v práci úspěšní tehdy, pokud jsou uspokojeny potřeby v obou těchto oblastech.

Přístup zaměřený na lidi

Nuno Cunha, Chief HR Officer ve společnosti Vetropack

Holding Ltd, zdůrazňuje, že lidé jsou nejvyšší prioritou. „Je radost pracovat v prostředí, kde si lidé navzájem pomáhají. Týmová práce není ve Vetropacku jen prázdným módním slovem, je to realita. Vetropack je rodinný podnik a pocit rodiny je skutečně hmatatelný v celé společnosti.“

Firemní kultura se ve společnosti Vetropack neustále vyvíjí. Nuno Cunha poznamenává, že digitalizační megatrend

je milníkem také pro Vetropack. „Investujeme do nových systémů a nástrojů zaměřených na zjednodušení a snížení administrativní zátěže spojené s našimi procesy. Naším zaměstnancům nabízíme interní školení, aby pochopili a využili možnosti, které tyto změny nabízejí.“

Rozhovor s Dr Marcelem Oertigem

Marcel Oertig je předsedou představenstva a partnerem ve společnosti Avenir Group, přední společnosti zabývající se poradenstvím a službami v oblasti lidských zdrojů ve Švýcarsku.



Společnost Great Place to Work® označila závod Vetropack v Bülachu jako Best Medium Workplace™ pro rok 2021. Jak důležitá jsou taková ocenění z vašeho pohledu?

Certifikace jako taková není důležitá. Důležitá je skutečnost, že společnost se zajímá o názory svých zaměstnanců a investuje do jejich blahobytu. Certifikace to pouze externě komunikuje.

Jak tato ocenění podporují pozitivní image podniku?

Ocenění Great Place to Work® je důkazem výjimečné kultury na pracovišti ve společnosti Vetropack. Toto ocenění poskytuje stávajícím i budoucím zaměstnancům důležité informace o způsobu, jakým společnost přistupuje k vedení zaměstnanců a týmové práci.

... a co nábor?

Certifikace je viditelná v klíčových bodech procesu náboru (například na webových stránkách nebo v podpisech e-mailů náborářů), takže potenciální zaměstnanci získají ze společnosti pozitivní dojem. Je však důležité pamatovat na další zdroje informací, jako jsou zprávy z médií a kanály sociálních médií. Certifikace je důvěryhodná pouze pokud jsou informace konzistentní i z jiných zdrojů.

Je pro stávající zaměstnance rozdíl v tom, zda má společnost certifikaci či nikoli?

Spíše než se jednoduše spoléhat na certifikaci, je klíčové vzít v úvahu výsledky, identifikovat silné a slabé stránky a poté řešit oblasti, které nabízejí prostor pro zlepšení. Při provádění průzkumů mezi zaměstnanci jsme viděli, že míra účasti a ohodnocení průzkumů nejsou na nejvyšší úrovni ve společnostech s nejlepšími výsledky, ale spíše v těch, kde jsou řešeny potenciální nedostatky. To znamená, že zaměstnanci mají pocit, že jsou slyšeni, což umožňuje průzkumu, aby se stal vlastním nástrojem zpětné vazby.



Překypující barvami Letní senzace

Období léta nám přidává chuť do života. Užíváme si slunečné dny, teplé večery a těšíme se z různých barev ukazujících se v duhách během letního deště. Širokou škálu barev najdete také ve světě skla.

V létě jsou rostliny v plném květu. Vlčí máky a chrypy rozveselují pole. Motýli se třepetají nad vibrujícími letními loukami. Naše oči se radují ze spousty barev.

Během letních měsíců trávíme hodně času venku. Setkáváme se s přáteli na skleničku nebo o víkendech na pikniku. Během těchto letních aktivit je sklo naším stálým společníkem. Koneckonců, ve srovnání s jinými obalovými materiály se sklo může pochlubit významnými výhodami, týkajícími se bezpečnosti potravin a neměnné kvality výrobků. Sklo je například zcela nepropustné a inertní. Skleněné obaly jsou „neaktivní“, což znamená, že nereagují se svým okolím. Ve skleněných obalech zůstává zachována přirozená chuť a originální vůně potravin a nápojů. Pro spotřebitele ohleduplné k životnímu prostředí je nyní sklo preferovanou možností díky své velmi vysoké recyklovatelnosti.

Kromě těchto praktických výhod působí sklo také na naše smysly. Dobré víno v tmavé lahvi upoutá naši pozornost stejně jako osvěžující limonáda v bílé skleněné lahvi a probudí naše očekávání blížícího se požitku.



Splnění prakticky všech požadavků

Svět skla společnosti Vetropack je barevný. V případě potravin zákazníci často upřednostňují obaly z bílého skla, které nechají nejlépe vyniknout barvu jejich obsahu. Díky různým barvicím postupům je Vetropack schopen nabídnout širokou škálu odstínů. Zákazníci si mohou vybrat mezi osmi standardními barvami vyráběnými procesem barvení ve vaně: bílou, primeur, zelenou, vetrogreen, olivovou, feuille-morte, cuvée a hnědou.



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



Dobře chráněné

Barva skla má vliv nejen na estetiku balení, ale také na jeho funkčnost. Některé výrobky například potřebují větší ochranu před slunečním zářením, a proto vyžadují tmavší odstín skla. Bez ohledu na okolní teplotu může světlo způsobit změny barvy, ztrátu vitamínů nebo změnu chutí a také snížit trvanlivost obsahu. Zatímco rozsahy záření, které jsou kritické pro potraviny a nápoje, se u jednotlivých produktů liší, trpí většina produktů nejvíce pod vlivem vysokého UV záření. Obzvláště důležitým faktorem je

proto propustnost světla u jednotlivých barev skla. Vetropack dokáže splnit téměř jakýkoliv požadavek týkající se barev.

Všimli jste si, že červené víno se zřídka prodává v čiré bílé skleněné lahvi? Tato barva skla se zdá být vyhrazena pro bílá nebo růžová vína, což ukazuje, že ochrana hodnotného obsahu není jediným rozhodujícím faktorem při výběru barvy lahve. Klíčovou roli hrají také zvyklosti. Jen velmi málo výrobců nabízí svá červená vína v lahvích z bílého skla, které nám umožňují vidět tmavě červenou barvu vína předtím, než je lahev otevřena a dekantována.





Vetrogreen

Přesto, že se sklo v Bülachu přestalo vyrábět před dlouhou dobou, stále zůstává legendárním. Během druhé světové války byla konzervová sklenice s uzávěrem a těsnicím kroužkem ideálním způsobem, jak uchovat čerstvé sezónní produkty a následně skladovat potřebné zásoby na dlouhé zimy. Za to, že sklárna v Bülachu během válečných let nikdy nezažila finanční potíže, vděčí Bülach sklu. Kvalita těchto konzervových sklenic byla sama o sobě důkazem a legendární zelené zbarvení jim navíc přidalo hodnotu nezaměnitelnosti. Prodej prudce vzrostl

a vysoká poptávka dokonce vedla k nedostatku zavařovacích sklenic.

Až do roku 1972 bylo toto konzervové sklo nejznámějším značkovým výrobkem sklárny v Bülachu. Charakteristická zelená barva – vetrogreen – hrála významnou roli v podpoře povědomí o značce. Tento specifický odstín zelené byl vytvořen díky použití křemenného písku při výrobě. Vetrogreen je jednou ze standardních barev společnosti Vetropack, která se používá dodnes.



První dojem spotřebitele je ovlivněn nejen tvarem lahve a etiketou, ale také barvou. Výrobci si to uvědomují a záměrně se snaží dosáhnout vysoké rozpoznatelnosti pomocí konkrétního odstínu skla. Ale jak je sklo barveno, aby vznikl požadovaný tón?



Barvení ve vaně nebo ve feederu

Sklo je barveno buď ve vaně nebo později během výrobního procesu ve feederu. Různé postupy barvení se pou-

žívají proto, aby bylo možné pružněji reagovat na přání zákazníků a zajistit širokou škálu barev. Vetropack nabízí



Celá vana plná skla byla poprvé v historii společnosti obarvena na modrou ve sklárně Vetropack Nemšová.

oba tyto postupy. Během tradiční metody barvení ve vaně se barvicí složky přimíchávají do roztavené skleněné hmoty, kterou tvoří křemičitý písek, soda, vápenec, dolomit a recyklované sklo. V závislosti na barvě může podíl použitého skla dosáhnout až 90 %.

Vysoká flexibilita

Spíše než barvení obsahu celé vany je používán postup barvení ve feederu, pro který je typické zavádění barvicích přísad do podavače přírodního potrubí u sklářského stroje v momentě, kdy sklo opouští vanu. Tato metoda barvení umožňuje relativně rychlou změnu na jinou barvu, a proto je vhodná pro malé a střední výrobní dávky. Při vhodném nastavení je možné s barevným podavačem vyrábět na každé výrobní lince vany jinou barvu skla.

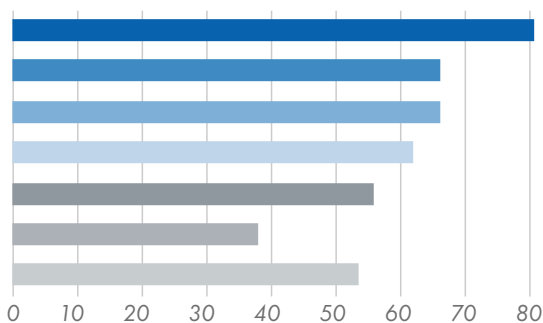
Se zeleným sklem je to jednoduché

Pro výrobu skla šetrného k životnímu prostředí je nezbytný vysoký podíl recyklovaného skla. Ve společnosti Vetropack představuje podíl použitého skla v některých závodech až 80 % zpracovávaných surovin. Napříč skupinou činil v roce 2020 podíl použitého skla 53 %. Dostupnost vysoce kvalitního použitého skla zůstává velkou výzvou. Z tohoto důvodu podporuje společnost Vetropack opatření, která zvyšují míru sběru.

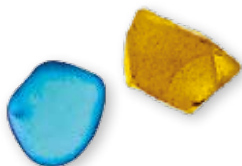
Dokonalé třídění různých barev použitého skla při likvidaci prázdných skleněných obalů pomáhá udržovat co nejvyšší poměr použitého skla při výrobě nových skleněných obalů. Lahve, jejichž barva je těžko identifikovatelná, patří do zeleného kontejneru na sklo. Je to proto, že zelené sklo nejlépe toleruje jiné barvy, aniž by jejich použití mělo vliv na barvu nových skleněných obalů během výroby.



Podíl střepů ve výrobě 2020
(podle barvy skla)



- 81 % *feuille-morte*
- 66 % *zelená / vetrogreen*
- 66 % *olivová / cuvée*
- 62 % *primeur*
- 56 % *hnědá*
- 38 % *bílá*
- 53 % *ø všechny barvy*





Přirozená upcyclace

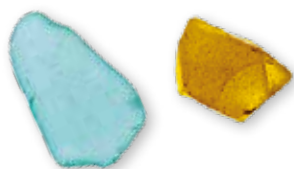


Přesně řečeno, mořské sklo je pouze odpadní produkt. Pojem „mořské sklo“ označuje použité sklo, které změnilo svou podobu v moři nebo na pláži díky neustálému kontaktu s mořskou vodou, kameny a pískem. Během tohoto procesu se ostré hrany použitého skla obrousí a obvyklý lesklý povrch získá saténový vzhled. Dosažení optimálních výsledků obecně trvá nejméně 20 až 30 let.

Mořské sklo obvykle pochází ze skleněných obalů, které byly vhozeny do moře. Nachází se tedy poblíž hlavních přepravních cest nebo na plážích, kde byl v minulosti nedbale likvidován odpad. Z tohoto důvodu se mu také říká „plážové sklo“. Jelikož velká část tohoto zvětralého použitého skla pochází z odhozených lahví na pivo nebo vodu, nejčastěji se vyskytují barvy zelená, hnědá a bílá. Ostatní barvy se objevují zřídka.

Použité plážové sklo se stalo oblíbeným sběratelským kouskem. Někdy se zpracovává do šperků nebo uměleckých děl. Vzhledem k přísnějším mezinárodním předpisům týkajících se životního prostředí jsou však nálezy mořského skla stále vzácnější. Jeho neklesající popularita nyní přilákala i padělatele, kteří v rotujícím bubnu zpracovávají použité sklo s brusivem a poté jej uvádějí do prodeje.

Nejznámějšími nalezišti mořského skla jsou, jak již název napovídá, „Skleněná pláž“ v americkém státě Kalifornie nebo stejnojmenná pláž na havajském ostrově Kauai. Mořské sklo však najdete také na plážích v severním Německu.



Rozhovor s Ann-Christin Wimber, sběratelkou mořského skla

Jaké dovednosti jsou nutné pro sběr mořského skla?

Láska k vodě a schopnost nechat své myšlenky na chvíli jen tak plynout. Sbíráni skla pro mě není jen o hledání. Pomalu se procházet po pláži s pohledem upřeným na zem a soustředit se pouze na možné nálezy – to je fantastický způsob, jak zpomalit své životní tempo.

Mořské sklo je ve skutečnosti jen odpad, ale v určitých barevných odstínech může být cennější než jantar. Proč?

Cenné je možná špatný výraz. Je to tak, že některé barvy jsou vzácnější než jiné, protože skleněné předměty, ze kterých pocházejí, byly méně dostupné. Jejich výroba byla často dražší – například červené sklo. Proto jsou červené a oranžové fragmenty nebo některé odstíny modrého skla vzácné a mezi sběrateli se prodávají za vysoké ceny.

Přísnější zákony na ochranu životního prostředí a vyšší míra recyklace skla jsou spíše požehnáním nebo prokletím pro sběratele mořského skla?

Přísnější zákony na ochranu životního prostředí jsou dobrá věc, stejně jako vyšší míra recyklace. Nicméně snižují šance na nalezení mořského skla, protože v moři je likvidováno méně skleněných předmětů.



Ann-Christin Wimber z Barsbeku u Kielu (Německo) je nezávislá novinářka, autorka a bloggerka. Vydala knihu o svém oblíbeném koníčku: „Meerglas – suchen, finden, bestimmen: Strand-scherbenfunde an Nord und Ostsee.“ („Mořské sklo – hledání, nacházení, určování: nálezy plážového skla u Severního a Baltského moře“)



Evropský průmysl obalového skla

Nový symbol na skleněných obalech podporuje udržitelnost

Evropský průmysl obalového skla vytvořil nový symbol, jehož cílem je zdůraznit zdravotní a ekologické výhody skleněných obalů. Skupina Vetropack se této iniciativy aktivně účastní.

Dopad obalů použitých u potravin a nápojů na životní prostředí je významným faktorem při rozhodování spotřebitelů o tom, zda dané výrobky zakoupit. Z tohoto důvodu dva z pěti Evropanů volí sklo, které se recykluje snáze než jiné obalové materiály. Tato zjištění vyplývají ze spotřebitelského průzkumu provedeného evropským sklářským průmyslem v roce 2020.

Zdraví a ochrana životního prostředí

Nový znak symbolizující zdraví a udržitelnost je navržen tak, aby byl zobrazen na obalech potravin a nápojů a byl ideálním vizuálním prostředkem, prostřednictvím kterého mohou jednotliví výrobci prokázat svůj závazek ke zvýšení

udržitelnosti. Tato pečť kvality byla vyvinuta ve spolupráci s designéry a spotřebiteli, kteří se společně shodli na její finální podobě. Každý prvek znaku symbolizuje některou z pozitivních vlastností skla: využívání zdrojů jako součást oběhového hospodářství, možnost recyklace, schopnost materiálu chránit a udržovat kvalitu produktu a jeho zdravotní přínosy pro spotřebitele. To vše znamená, že výběr skleněného obalu je aktivním rozhodnutím ve prospěch udržitelné budoucnosti.

Podepsáním bezplatné licenční smlouvy s Evropskou federací obalového skla (Feve) se společnosti stanou součástí hodnotové sítě partnerů a přijmou viditelný závazek k podpoře udržitelnosti.



Zvyšování povědomí

Znak je navržen tak, aby spotřebitelům připomněl, co mají na skle rádi a jak snadno se recykluje.



Sklo je přírodní.

Sklo je přirozené a neznečišťuje životní prostředí: je vyrobeno ze surovin, které pocházejí z přírody.



Sklo je donekonečna recyklovatelné.

Sklo je stoprocentně a neomezeně recyklovatelné. Lze jej recyklovat znovu a znovu bez jakékoliv ztráty kvality.



Sklo zachovává kvalitu produktu.

Sklo je inertní a působí jako bezpečná bariéra proti vnějším vlivům. Chrání nejen kvalitu produktu, ale také zdraví spotřebitelů.



Sklo je pečující.

Výběrem skleněného obalu chráníme životní prostředí i zdraví nás samotných.

Inovativně a udržitelně

Do roku 2030 je plánováno snížení emisí CO₂ o 30 %



Vetropack se zavazuje udržovat co nejmenší dopad výroby skla na životní prostředí a odpovídajícím způsobem šetřit přírodní zdroje. Na jedné straně je to nezbytné proto, aby se sklo stalo produktem, který je udržitelnější než jiné obalové materiály. Na straně druhé je minimální dopad na životní prostředí důležitý z toho důvodu, že se nyní stále více zainteresovaných stran zaměřuje na otázky týkající se životního prostředí.

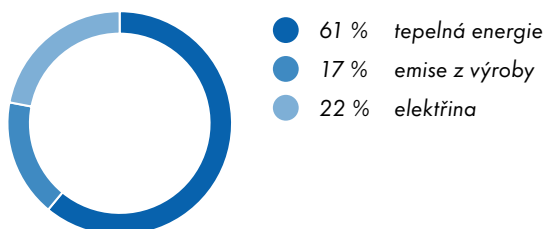
Politický tlak projevující se v energeticky náročných průmyslových odvětvích roste a politici i zájmové skupiny požadují přijetí účinných opatření vedoucích ke snížení emisí CO₂.

Pokud jde o výrobu šetrnou k životnímu prostředí, dala si společnost Vetropack v rámci nové strategie za cíl stát se lídrem v celém odvětví. Pod heslem „Jasně udržitelné“ stanovil Vetropack klíčové hodnoty a krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé cíle. Hlavním ukazatelem je množství emisí CO₂ na tunu vyrobeného skla. Cílem společnosti Ve-

tropack pro rok 2030 je snížení hodnoty tohoto ukazatele o 30 % ve srovnání s rokem 2019.

Ve sklářském průmyslu mají dopad na životní prostředí a přírodní zdroje zejména energeticky náročné procesy tavení. V dodavatelském řetězci ovlivňuje energetickou účinnost především zpracování surovin a obalových materiálů a přeprava surovin a hotových výrobků. Společnost Vetropack se proto zaměřuje na zvýšení energetické účinnosti svých van a zvýšení podílu použitého skla ve výrobě. Další možností, jak šetřit přírodní zdroje, je vyrábět lehčí skleněné obaly. V rámci technologie VIP Glass je usilováno o snížení jejich hmotnosti (viz strana 16).

Emise skleníkových plynů podle zdroje (t CO₂e)

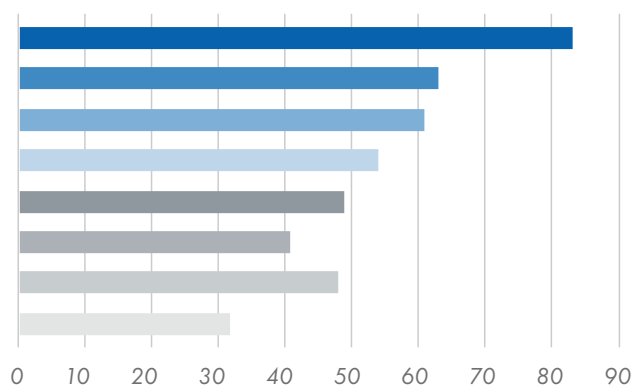


Optimalizace využití surovin

Pro výrobu skla šetrnou k životnímu prostředí je zásadní vysoký podíl recyklovaného skla. V některých závodech

společnosti Vetropack představuje podíl použitého skla až 80 % ze zpracovávaných surovin. Podíl použitého skla v celé skupině činil v minulém roce 53 %. Vetropack si stanovil cíl dosáhnout do roku 2030 podílu použitého skla 70 %. Avšak dostupnost vysoce kvalitního použitého skla zůstává velkou výzvou. Například míra sběru je v mnoha zemích nižší než ve Švýcarsku a Rakousku. Kvalita použitého skla může také vést k problémům, pokud je snížena znečištěním cizorodými látkami, například keramikou. Vetropack proto podporuje opatření, která zvyšují míru sběru.

Podíl použitého skla při výrobě v roce 2020
(podle společností skupiny)



- 82 % Vetropack (CH)
- 62 % Vetropack Austria (AT)
- 60 % Vetropack Moravia Glass (CZ)
- 53 % Vetropack Nemšová (SK)
- 48 % Vetropack Straža (HR)
- 40 % Vetropack Gostomel (UA)
- 47 % Vetropack Italia (IT)
- 31 % Vetropack Moldova (MD)

Přístup k řízení

Informace o ekologické stopě skleněných obalů se stává pro většinu zákazníků stále důležitější. Tým zabývající se životním prostředím na úrovni skupiny je odpovědný za koordinaci a monitorování všech činností souvisejících se životním prostředím ve společnosti Vetropack. Tento tým vypracovává a vydává závazné pokyny a minimální požadavky na základě podnikové strategie a politiky udržitelnosti společnosti

Vetropack a cílů skupiny v oblasti životního prostředí (s ohledem na spotřebu energie a vody, emise a objem odpadu). Ve vykazovaném roce byla například renovována vana ve Straži (Chorvatsko). Protože jsou nejnovější technologické znalosti začleněny do plánování opravy každé vany nebo nového projektu výstavby, byla měrná spotřeba energie vany snížena o 14 %.



Vetropack úzce spolupracuje se svými dodavateli na zajištění průběžného, nákladově efektivního a spolehlivého nákupu výrobních zařízení a surovin. Strategie společnosti Vetropack založená na odběru od více dodavatelů snižuje riziko přerušení výroby skleněných obalů a také pomáhá zajistit spolehlivé dodávky produktů. Chcete-li se dozvědět více, přečtěte si článek o zvýšení efektivity a snížení nákladů na straně 17.

Tento článek je převzat z první integrované výroční zprávy skupiny Vetropack.

**Online zpráva skupiny
Vetropack 2020**





Trh

Vetropack Improved Performance Glass vstupuje do nové fáze

Zaměření se na prosazování inovací je součástí Strategie 2030 skupiny Vetropack. Otevřená inovační strategie se mimo jiné zaměřuje na další rozvoj technologie VIP Glass, a to z pilotního procesu do plně industrializovaného procesu.

Inovační centrum skupiny Vetropack, které se nachází v rakouském závodě v Pöchlarnu, je projevem strategického úsilí v oblasti inovací. Jedním z důvodů, proč se toto centrum nachází v Rakousku, je skutečnost, že zde byla v loňském roce uvedena na trh první vratná lahev na světě vyrobená z vylehčeného skla (VIP Glass). Vedoucím inovačního centra je Johann Eggerth, generální ředitel společnosti Vetropack Austria. Za divizi VIP Glass je od roku 2019 odpovědný Daniel Egger.

Pro rok 2020 byl stanoven cíl vytvořit strukturované procesy v divizi VIP Glass a prostřednictvím silného týmu zajistit dodávky prvním pilotnímu zákazníkovi, kterým byl pivovar Mohrenbrauerei v Dornbirnu.

„Nyní se soustředíme na další vývoj technologie VIP Glass s cílem zlepšit výkonnost produktu. Také intenzivně pracujeme na instalaci Siemens Energy Manager Pro, certifikovaného řešení pro optimalizované a ekonomické řízení energie v divizi VIP Glass. Kromě toho připravujeme strategii „go-to-market“ pro VIP Glass a rozšiřujeme produktové portfolio. Naším cílem je pokračovat v plně industrializovaném procesu VIP Glass. Je to velmi vzrušující období.“

Daniel Egger, vedoucí divize VIP Glass

V roce 2020 bylo vytvrzeno přibližně 1,2 milionu hnědých 330ml lahví Mohrenbräu. Zákazník je s lahvemi VIP Glass velmi spokojen. Kromě společnosti Vetropack Straža uspěl

i další závod, a to Kremsmünster, který může také vyrábět lahve metodou VIP Glass. V červenci 2020 se v Kremsmünsteru uskutečnila první výrobní kampaň lahví VIP Glass. Bez problémů bylo možné vyrobit a vytvrdit přibližně 500 000 lahví velmi vysoké kvality.

V průběhu výroby byl na horkém provozu v Kremsmünsteru testován také laser, který na lahve aplikuje datový maticový kód. A to proto, aby bylo možné v budoucnu zaručit úplnou zpětnou vysledovatelnost lahví VIP

Glass. Samostatný projekt se zaměřuje na vývoj kompletního řešení zpětné vysledovatelnosti těchto lehkých skleněných lahví. Výsledná zjištění bude možné použít v rámci celé skupiny.

Zaměřeno na energii

Zvýšení účinnosti a snížení nákladů

Nástroj *Energy Manager Pro*, který společnost Siemens vyvinula speciálně pro společnost Vetropack, umožní v budoucnu jasně zaznamenávat, harmonizovat a porovnávat všechny energetické toky v každém závodě skupiny Vetropack.

Výroba skla je energeticky náročný proces, kdy vany pracují při teplotě kolem 1 600 °C. Kurt Hagenberger, Leadbuyer pro energie ve společnosti Vetropack, říká: „Spotřeba energie je pro nás hlavní nákladovou položkou. Je to něco, co samozřejmě chceme omezit, a právě to nám umožní systém řízení energie.“ Ulrich Ruberg, vedoucí korporátního nákupu, dodává: „Software pro správu čisté energie existuje už nějakou dobu, ale my uplatňujeme integrovaný přístup. Chceme být schopni propojit údaje o trhu, implementovat naši strategii nákupu a vědět, jaké jsou naše náklady v reálném čase, proto potřebujeme plně automatizovaný systém auditu.“ V současné době existuje pouze jeden software, který umožňuje dosáhnout všech těchto cílů – *Energy Manager Pro*, který společnost Siemens vyvinula speciálně pro Vetropack.

Měřiče zasílají data do databáze

Energy Manager Pro je v zásadě obrovská databáze. Jeho měřiče měří spotřebu energie a odečty jsou komplexně analyzovány. Jak říká Kurt Hagenberger: „Ve výrobě používáme měřiče elektřiny, plynu, stlačeného vzduchu nebo vody. Poté naměřené hodnoty vztahujeme mimo jiné k objemům výroby, což nám umožňuje vypočítat měřítko pro efektivní spotřebu energie a náklady.“ Ulrich Ruberg je přesvědčen, že ve světě, který se stále více komplikuje, je třeba, aby se jednotlivé části linek více propojily, aby se co nejlépe využila příležitost k optimalizaci. „Kvůli nárůstu množství energie generované obnovitelnými zdroji například náklady na energii kolísají po celý den. Pouze nástroje, jako je *Energy Manager Pro*, nám umožňují reagovat a společně s jednotlivými částmi linky zajistit optimalizaci. Poprvé jsme všechna naše data soustředili do jednoho nástroje,“ říká Ruberg.

Připojení všech závodů do roku 2023

Nástroj byl poprvé implementován před rokem a půl v závodě Vetropack Straža v Chorvatsku. „Momentálně jsme



ve fázi optimalizace a nástroj běží hladce,“ říká Kurt Hagenberger. *Energy Manager Pro* byl následně představen ve společnosti Vetropack Austria a ve sklárnách se sídlem v České republice a na Slovensku se začne používat později v tomto roce. Nástroj bude uveden do všech závodů v průběhu roku 2023.

Z jeho fungování již můžeme vyvodit závěry. Slovy Kurta Hagenbergera: „Tento nástroj nás činí energeticky efektivnější a aktivně podporuje náš nákup energie. Nestálost trhů znamená, že je pro nás nanejvýš důležité mít dobrý online přístup k tržním datům.“ Ulrich Ruberg dodává: „Potenciál optimalizace existuje všude, kde se spotřebovává energie. Zaměřujeme se na získání přesné analýzy spotřeby energie pro naše vany a další následné spotřebitele energie. Na základě této analýzy pak spustíme simulace opatření k optimalizaci nákladů.“ Tento nástroj umožňuje uživatelům nejen měřit spotřebu energie pro jednotlivé vany, ale také spouštět simulace opatření ke snížení nákladů. Ruberg pokračuje: „Jakmile budou zavedena opatření ke zvýšení efektivity, bude díky tomuto nástroji velmi snadné sledovat jejich účinnost a schopnost snižovat náklady. *Energy Manager Pro* je nepostradatelným nástrojem pro optimalizaci nákladů a podporuje nás při plnění našeho závazku efektivně využívat energetické zdroje.“



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



Nadčasový

La dolce vita po proměně

Disaronno®, ve světě nejoblíbenější italský likér, chce potěšit své stoupence uvedením nového produktu Disaronno Velvet na trh. Elegantní obal pro jemný krémový likér vyrábí společnost Vetropack Italia v Trezzano sul Naviglio nedaleko Milána.

Nový produkt je ideální pro milovníky intenzivně aromatisovaných krémových likérů. Výrazná chuť nejoblíbenějšího italského likéru je obohacena o nečekané nuance. Disaronno Velvet je překvapivě jemný na patře, chytře a harmonicky navazuje na nezapomenutelnou chuť Disaronno Originale, který díky své sametové jemnosti zanechal po generace trvalý dojem.

Kultovní lahev o objemu 750 ml se čtverhranným víčkem získala nový, velmi elegantní, moderní a zcela bílý vzhled. Kombinace nadčasové elegance s „la dolce vita“ je patrná i v reklamě na Disaronno Velvet, která vyšla v roce 2021 jako přepracování klasické reklamy značky. Disaronno Velvet získal na italském trhu cenu „Produkt roku 2021“ za inovaci pro nové lihoviny. Klíčovou roli v tomto úspěchu sehrál nový design vytvořený společností Vetropack Italia.



Vznešená

Získejte to nejlepší

Podle jedné z legend kdysi uzdravila pramenitá voda z podzemního jezera nacházejícího se v oblasti Podolia na Ukrajině nemocnou dceru polského šlechtice. Její jméno Regina se stalo značkou minerální vody, která právě z tohoto jezera pochází. Vetropack Gostomel přidává této vysoce kvalitní pramenité vodě hodnotu navíc v podobě nové skleněné lahve.

Přírodní voda Regina je královnou mezi ukrajinskými stolními vodami. Až do roku 1917, do pádu evropské aristokracie, byla Regina dodávána na stoly císařů a vyvážena do zahraničí – do Rakouska-Uherska, Rumunska, Německa, Polska a Francie. I když její původní spotřebitelé již vymizeli, zachovala si voda své ušlechtilé vlastnosti a pomáhá udržovat dobré zdraví, stejně jako v dřívějších dobách.

Regina je nyní k dispozici v jedinečných výrazných litrových a 0,5litrových lahvích vyrobených ze zeleného skla. U dna lahve je embos vlnovky, jde o zakřivené logo podobné chemickému symbolu pro stříbro, což není náhoda. Voda bohatá na minerály obsahuje nejen stopové prvky sodíku, vápníku a hořčíku, ale také stříbro. Tento drahý kov má antivirové účinky a posiluje imunitní systém. Estetické požadavky nejsou jediným důvodem, proč je lahev vyrobená ze skla. Volba tohoto materiálu zaručuje, že si zdraví prospěšná voda zachová své kvality i při dlouhodobém skladování.



Průkopníci

Nová kapitola

Hvězdní rakouští vinaři Markus Huber a Lenz Moser přijali výzvu psát průkopnickou kapitolu v historii rakouského vína. Vetropack Austria pomohl těmto dvěma dát jejich vzrušujícímu projektu jedinečný vzhled, a to díky zbrusu novému designu lahvi.

Odrůda Veltlínské zelené je chloubou rakouských vinařů, která se prodává a je oblíbená především v německy mluvících oblastech. Lenz Moser a Markus Huber, dva specialisté na Veltlínské zelené rakouského vinařského průmyslu, věří, že tento skrytý klenot je připraven získat širokou mezinárodní fanouškovskou základnu a dosáhnout statusu globálního kultu. Pod značkou Lenzmark – New Chapter spojili oba vinaři své bohaté zkušenosti s cílem přetlumočit chuť Veltlínské zelené a zároveň vyvinout moderní styl – Veltliner 2.0, zaměřený jak na zkušené znalce, tak na mladé náročné cílové skupiny.

Proto bylo zásadní, aby měl produkt neobvyklý design. Důmyslný vzhled kónické lahve na víno o objemu 0,75 litru v barvě cuvée dává týmu vše, co chtěl. Složitý reliéf na ramenech, značka Lenzmark v dolní části lahve a třídičná papírová etiketa na přední straně ztělesňují nový styl tohoto velmi speciálního vína.

Prestižní

Předávání tradic

Vinice Henri Badoux dopřála své symbolické ještěrce elegantní aktualizaci. Nová olivově zbarvená edice lahvi je vyráběna sklárnou Vetropack v St-Prex a bílá verze sklárnou Vetropack Austria.

Henri Badoux založil vinici, která nese jeho jméno, v roce 1908. Od tohoto roku se rodinný podnik neustále rozrůstal. Dnes zahrnuje 55 hektarů vinic a vyrábí víno přibližně ze 100 hektarů. Jméno Henri Badoux nelze oddělit od ještěrky, která zdobí etikety jeho vín již více než století.

V roce 2021 prošla vinice rebrandingovou kampaní. Bílé a červené víno se nyní dostává do regálů v 0,7litrových lahvích olivové barvy, zatímco růžové víno je plněno do bílého skla. Kultovní ještěrka je na lahvích vína z nové kolekce zdůrazněna střízlivým a elegantním způsobem, což představuje spojení mezi tradicí a moderním světem. Znak odkazuje na ekosystém Chablais, který je zohledňován i nízkou hmotností lahvi. Díky svému vysokému ústí je vrchní část korku dobře viditelná a samozřejmě také ozdobená ještěrkou.



Majestátnost

Krása a požitek

Přímočará elegance – přesně tak lze popsat Vinjak 5 V.S.O.P., produkt vyráběný srbským vinařstvím Rubin, stejně jako jeho obal. Nápadné černé lahve jsou vyráběny společností Vetropack Straža.

Vinařství Rubin s 10 000 hektary vinné révy v 19 lokalitách je největším srbským producentem vín a lihovin. Vinařství je proslulé prvotřídními víny, vysoce ceněnými na celém Balkáně i mimo něj, ale také svou vynikající brandy. Vinjak 5 V.S.O.P. významně přispěl k dobré pověsti lihovin vinařství Rubin. Vyrábí se z pečlivě vybraných destilovaných vín a zraje nejméně pět let v dubovém sudu o objemu 500 litrů. Světlé a tmavé kontrasty jeho jantarové barvy spolu s načervenalým leskem a vysoce komplexním aroma s tóny vanilky, švestky, kávy a koření z něj činí krále srbských brandy.

Ke vznešenému produktu patří jen ten nejlepší obal - elegantní, tmavé a těžké lahve od společnosti Vetropack Straža nepotřebují žádné ozdoby. Na konci dne je Vinjak 5 V.S.O.P. nepřikrášleným požitkem. Oko je přitahováno k jedinému kusu dekorace - lahvi v cuvée barvě o objemu 700 ml, která je před naplněním doplněna zlatým sítotiskem.



Nezapomenutelný

Nový vzhled

Vetropack Austria vyvinul novou lahev pro tradiční hořký nápoj Leibwächter rakouské skupiny Schlumberger Group v designu, který nezapomenutelně vyzdvihuje to, co činí likér skutečně jedinečným.

Kočí byl vždy důvěryhodným společníkem a strážcem svých cestujících. Čekal venku v dešti a větru se svými koňmi a příležitostně si užíval zaslouženého doušku Leibwächter, likéru vyrobeného z různých druhů bylin. Hořkosladký bylinný destilát je dodnes populární, konzumuje se buď jako osvěžující aperitiv, nebo je smíchán s pomerančovým džusem, limonádou Bitter Lemon nebo colou, aby vznikl osvěžující koktejl.

Tradici elixíru, s jeho jemnou sladkostí, která přivádí nádherné bylinné tóny k obzvláště dobrému výsledku, nyní vystihuje nápadná lahev, a to díky novému designu 0,5litrové zelené skleněné lahve vytvořené v rakouské sklárně Vetropack Pöchlarn. Boky obdélníkové lahve jsou bohatě zdobeny embosy některých z 58 bylin nacházejících se uvnitř lahve. Rok 1873, kdy byl nápoj poprvé vytvořen, je vyryt v dolní části lahve. Vysoce kvalitní tištěná etiketa bezpečně zapadá do speciálně vytvořených prohlubní.



Nejnovější výrobky



Bez hranic

Tradice a udržitelnost

Tradiční česká značka Pilsner Urquell uvádí na trh novou vratnou lahev, čímž posiluje svůj závazek k udržitelnosti. Elegantní lahev s výrazným embosem je vyráběna společností Vetropack Moravia Glass.

Sklo je vhodné jak pro jednorázové, tak i vratné lahve. Vratná lahev může být opakovaně použita více než 40krát. Ve světle debaty týkající se dopadu obalů na životní prostředí roste poptávka po vratných skleněných lahvích. Vetropack se snaží vyrábět své obaly co nejekologičtěji. Například použití recyklovaného skla a vratných obalů je systematicky zvyšováno za účelem ušetřit co nejvíce přírodních zdrojů.

Žádné prázdné sliby

Plzeňský Prazdroj udělal další důležitý krok na cestě k udržitelnosti - nová vratná lahev na světoznámé plzeňské pivo s nápadným embosem již nemá hliníkovou fólii na hrdle lahve a plastové etikety byly nahrazeny recyklovatelnými papírovými. Zpráva pro milovníky piva je jasná: „S novou lahví šetříte přírodu i vy.“ Tato změna znamená, že ročně může být ušetřeno přibližně 106 tun odpadu. To jsou jasná fakta.

Embosy na nové lahvi jsou velmi nápadné. Na přední stranu byl přidán nápis „The Original Pilsner“, který zdůrazňuje prvenství tohoto piva v kategorii Pils. Na zadní straně lahve je přepracovaný reliéf pivovarské brány a nápis Pilsner Urquell. Vystouplé prvky nejsou jen dekorací. Představují tradici, kvalitu a místní kořeny produktu. Díky embosům sedne lahev také velmi dobře do ruky, což pivaři jistě ocení.

Korunou vratné lahve je zlatá zátka s embosovaným dřevěným sudem, který je tak typický pro plzeňský pivovar.

Na krčkové etiketě je umístěn erb města Plzně a iniciály P.U. na zeleném štítu. Lahve Pilsner Urquell mají

jednotný design po celém světě. Výrobky společnosti Vetropack jednoduše neznají hranic.





Hans Staud (uprostřed) s jednatelem společnosti Jürgenem Hagenauerem (vlevo) a Stefanem Schauerem

Bohatá tradice

STAUD'S Wien – nejlepší vídeňská pokušení

To, co začalo meruňkovým kompotem a nakládanými okurkami, se stalo pod charismatickým vedením Hanse Stauda velmi uznávanou společností s dlouhou historií. Klasické osmiboké konzervové sklenice sehrály v padesátileté historii vídeňské firmy STAUD'S rozhodující roli a u příležitosti jejího výročí jsou dokonce připomínány známkou ze speciální edice Österreichische Post.

Hans Staud založil společnost STAUD'S Wien v roce 1971 přesně na stejném místě, kde jeho rodina v době rakousko-uherské monarchie v roce 1883 otevřela velkoobchod s ovocem a zeleninou. Sídlo a výrobní zařízení vlastněné společností byly později přemístěny na Hubergasse ve vídeňské čtvrti Ottakring, zde se společnost začala specializovat na zpracování ovoce a zeleniny. Od této doby vyváží džemy, ovocné pomazánky, nakládanou zeleninu a kompoty nejvyšší kvality do všech koutů světa a dělá si dobré jméno od New Yorku po Tokio.

Tajemstvím dlouhodobého úspěchu společnosti jsou vašeň pro řemeslné zpracování, vztah k přírodě spojený se ctížádostí, množství inovativních nápadů a v neposlední řadě obchodní prozíravost. V současné době se v závodě vyrábí více než 230 druhů sladkých a kyselých pochoutek. Firma STAUD'S dovedně kombinuje tradici a moderní přístup. Ručně sbírané ovoce a zelenina vždy splňují nejpřísnější požadavky na čistotu a procházejí náročnými postupy kontroly kvality. Jsou zpracovávány pomocí nejmodernějších zařízení s cílem získat z přírody to nejlepší.

Hans Staud čerpal inspiraci pro osmiboké sklenice – nyní nepostradatelnou součást značky – z osmibokých sklenic na pití, které se dostaly do módy v 80. letech a které jednou jako experiment naplnil okurkami. Díky vzniklému

optického efektu padlo rozhodnutí používat nadále pouze osmiboké zavařovací sklenice. Tyto sklenice naplněné vynikajícími ingrediencemi a opatřeny výraznými černými víčky přispěly k úspěchu doma i v zahraničí.

Oficiální uznání

Österreichische Post AG připomíná 50. výročí společnosti Hanse Stauda speciální „ovocnou“ edicí známek. Na známce je znázorněna klasická zavařovací sklenice STAUD'S obklopená různými druhy ovoce, které jsou ve společnosti zpracovávány.

Vetropack Austria vyrábí kultovní sklenice pro STAUD'S Wien ve svých závodech v Pöchlarnu a Kremsmünsteru. Jedná se o dlouhodobé a úspěšné partnerství, které bude, doufejme, pokračovat také v budoucnu.



© STAUD'S Wien/Sabine Klimpl

Národní uznání

Italská dokonalost

5. února 2021, u příležitosti Světového dne Nutelly® a 75. výročí společnosti Ferrero, vydalo italské ministerstvo hospodářství a financí stříbrnou eurominci raženou státní mincovnou, aby vzdalo hold Nutelle, ikoně italského průmyslu.

Mince je součástí série „Eccellenze Italiane“ (Italská dokonalost) z kolekce Mint 2021 a má nominální hodnotu 5 eur. Umělkyně Annalisa Masini vytvořila tři verze stříbrné mince: bílou, červenou a zelenou, každou v limitované edici 10 000 kusů.

Na přední straně mince je uprostřed vyobrazena tradiční sklenice Nutella® a nápis „Repubblica Italiana“. Na zadní straně je reprodukce továrny v Albě, největší ze skupiny Ferrero v Itálii. Rovněž je zde vyryto jméno autora a rok vydání. Pod hlavním motivem je vyražena hodnota mince a „R“ označující mincovnu v Římě.



Více o vzniku pamětní mince najdete zde

Příběh úspěchu

Společnost Ferrero dosáhla prvních úspěchů krátce po svém založení v roce 1946. Celosvětový průlom však společnost se sídlem v Albě zaznamenala až o téměř 20 let později, poté, co na trh uvedla první sklenice s Nutellou. Produkt se začal vyvážet do zahraničí a postupně se stal skutečnou součástí kulturního dědictví. Jde o nadčasový produkt poháněný vášní, kvalitou, bezpečností potravin, odpovědnou komunikací i neustálými inovacemi. Stručně řečeno, příběh úspěchu ve své třetí generaci, kdy evoluce dokonale kombinuje minulost, přítomnost a budoucnost.



Nejde o první státní vyznamenání úspěšného produktu Nutella. V roce 2014 u příležitosti 50. výročí značky vydalo italské ministerstvo pro hospodářský rozvoj speciální známku v hodnotě 0,70 eur. Známkou byla součástí série „le Eccellenze del sistema produttivo ed economico“ (Dokonalost výroby a ekonomického systému).



**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