

VETRO TIME

TRH

**Ušľachtilé kvapky v
sklenených fľašiach**

AKTUÁLNE

**Výroba
modrého skla**

ROZHOVOR

Tipy na dobré vedenie

04 PRIŤAHUJE POZORNOSŤ	Rozmanitosť skla
06 TRH	Z vínnej révy do sklenenej fľaše
08 PROJEKT	Modré sklo kam až oko dovidí
10 ROZHOVOR	Dobré vedenie
12 FÊTE DES VIGNERONS	Pocta vinárstvu
14 NOVÝ DESIGN	Pestrofarebnosť v skle
23 ČRIEPKY KULTURY	Farebné umenie

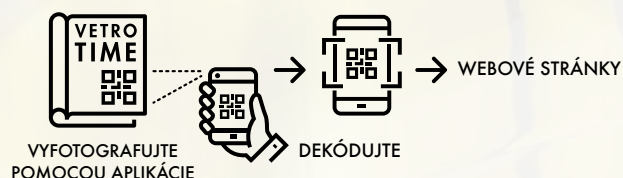
Tiráž

Redakcia a text:
Corporate Communication
Vetropack Holding Ltd, Bülach

Sadzba: Arnold & Braun
Grafik Design, Luzern

Tlač: Tlačiareň Van Druck,
Sedlčany

Papier: Matná krieda, 150 g

Priamy odkaz na Vetrotime: nové QR kódy

Zmeškali ste vydanie Vetrotime?
Prístup k predchádzajúcim
edíciám môžete získať pomocou
nasledujúceho QR kódu:



K titulnému obrázku. Ušľachtilé kvapky by mali byť tiež chránené ušľachtilým obalom. Sklenené fľaše poskytujú optimálnu ochranu pre lahodné víno a dodávajú mu vzrušujúci vzhľad. Rozmanitosť rôznych vín je obrovská - od ľahkých bielych vín, cez jemné rose až po ťažké červené vína. Milovníci vína vedia, že sklenená fľaša sa obzvlášť hodí pre tento mok. Možno sa pozriete na ďalšiu fľašu vína trochu zbližša.



Milé čitateľky, milí čitatelia,

Švajčiarsko oslavuje a my oslavujeme s ním! V lete, konkrétne od 18. júla do 11. augusta, sa bude konať vo Vevey v západnom Švajčiarsku vinársky festival Fête des Vignerons. Festival je výnimočný tým, že sa koná raz za 20 rokov. Vetropack patrí ku sponzorom festivalu. Oficiálne festivalové víno sa podáva v klasickej fľaši Vaudois od firmy Vetropack. Fľaše na víno boli vyrobené v St-Prex, priamo v srdci známych a populárnych švajčiarskych vín (viď. tiež strany 12 a 13 tohto Vetrotime).



Zostaňme ešte pri víne, ktorého rozmanitosť je ohromujúca. Tá sa netýka len vínnej révy, typu pôdy, hrozna, lisovania, skladovania a tak ďalej, ale tiež rôznych sklenených fliaš pre tento ušľachtilý nápoj. Akú farbu môže mať? Aký má mať objem? Na výber je od malej fľaštičky s objemom 0,187 litra až po veľké dvojité magnum (3 litre). Unikátna je sklenená fľaša špeciálneho tvaru a zušľachtenia. Pokiaľ si prečítate článok na stranách 6 a 7, budete ohromení, čo všetko je možné pre výnimočnú prezentáciu. Podobné je to s našim novým designom (strany 14 až 17).

Keď už hovoríme o farbe, Vetropack vyrába nové modré sklo farbením vo vani. Na objednávku zákazníka prefarbila slovenská firma Vetropack Nemšová svoju vaňu na biele sklo. Preto niet divu, že kdekoľvek sa na stranách 8 až 9 pozriete, všade narazíte len na samú modrú.

Zaujímavé sú aj drobné témy v rubrike „Zaujalo nás“ (strany 4 a 5) a „Čriečky z kultúry“ (strana 23). A vedeli ste, že delfín skákavý, ktorý sa tiež nazýva Bottlenose Dolphin, má krátky robustný zobec v tvare fľaše? Alebo že sa prázdne sklenené fľaše dajú použiť ako obruba záhona?

Vážené čitateľky, vážení čitatelia, prajem Vám zábavné čítanie počas veselého farebného jarného obdobia.

Srdečne zdraví

A handwritten signature in blue ink, reading 'J. Reiter'. The signature is fluid and stylized, with a large initial 'J'.

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding AG

ČAROVNÁ ŠTRUKTÚRA

SLÁVNOSTNÝ

Na počesť ryby

Stuhochvost čierny je na portugalskom ostrove Madeira považovaný za pochúťku a každé leto sa v Câmara de Lobos koná festival na jeho počesť. Centrum mesta býva pri tejto príležitosti nádherne a vynaliezavo vyzdobené. Jedna časť bola napríklad venovaná skleneným fľašiam, ktoré odvážne viseli nad hlavami návštevníkov a večer osvetľovali ulice ako lampáše.



OBČERSTVENIE V POHÁRI

Uhnieszený v malej uličke vo východno-chorvátskom meste Osijek je snack bar špajza, kde je väčšina jedál podávaná v sklenených pohároch. Jedlo v pohári si môžete vziať i so sebou. Počas školy majiteľka Martina Završki vždy chodila na obed von. Ale nechcela žiť len na jedle z pekárne, a tak si začala pripravovať jedlo so sebou v zavracích pohároch. Nakoniec otvorila tento snack bar. Hostia môžu svoje použité poháre vrátiť a za každých desať, ktoré prinesú späť, dostanú jeden plný zadarmo. Navyše snack bar používa iba drevené nože, vidličky a papierové tašky. "Chceme, aby naši hostia lepšie pochopili vyváženú výživu a zdravý životný štýl," hovorí Završki.





Na jednu vrtuľu – 199 fliaš

V rámci súťaže preletu ponad hory Simplon, vyhlásenej talianskymi novinami v roku 1910, vzlietol peruánsky Jorge Chavez Dartnell z Ried-Brig vo švajčiarskom Valais. Bolo to prvýkrát, čo niekedy letel ponad Alpy. Počas medzipristátia v talianskom meste Domodossola sa však lietadlo rozpadlo a Chavez zahynul. V roku 2012 inštalovala talianska umelkyňa Enrica Borghi na počesť peruánskeho pilota sochu zo sklenených fliaš v Brigu. Tvar vrtule je presnou reprodukciou originálu. Transparentnosť a krehkosť skla má predstavovať neistotu letu a ľahkosť snov.

ZVIERATÁ

Nos v tvare fľaše

Delfín skákavý získal svoj anglický názov Bottlenose dolphin vďaka tvaru jeho krátkeho ňufáku. Morské cicavce môžu mať v pretiahnutom nose až 80 zubov. Vedci skúmajú komunikáciu medzi delfínmi už desaťročia. Delfíny posielajú správy rôznymi spôsobmi. Vedľa pís-kacích tónov vydávajú tiež vysokofrekvenčné zvuky, ktoré používajú ako echolokáciu. To im pomáha orientovať sa v mori. Zvuková vlna umožní delfínom zistiť, keď sa priblíži korisť. Väčšina zvuku prechádza cez ňufák do vnútorného ucha.



DEKORATÍVNA ZÁHRADA

Okraje záhrady s farebnými sklenenými fľašami môžu byť rovnako dekoratívne ako s použitím kameňov, ako ilustruje tento príklad. Jednoducho vezmite fľaše a upevnite ich do zeme. V závislosti na tekutine, ktorá bola predtým v sklenenej nádobe, stojí za to ich vypláchnuť. V opačnom prípade sa pripravte na armádu nechcených mravcov.



VÍNO

Z révy do fľaše

Vína sú rovnako rozmanité ako nespočetné množstvo rôznych fliaš pre tento ušľachtilý nápoj. Či už chcú zákazníci štandardný model alebo individuálne navrhnutú fľašu, spoločnosť Vetropack ich podporuje a radí im od ich počiatočného nápadu prostredníctvom vývoja sklenených obalov až po odsúhlasenie etikety a uzáveru.

Mnohí z nás si ešte stále pamätajú dlhé a horúce leto 2018 v Európe. Pre niektorých bolo príliš teplé a suché, ale pre iných bolo vynikajúce. Do druhej skupiny patria aj pestovatelia vínnej révy. Hlavným posolstvom ročníka vína z roku 2018 preto je "Bude veľmi dobrý". Suché počasie znamenalo, že sa huby a škodcovia menej rozšírili. Vysoké teploty tiež viedli k vyššiemu obsahu alkoholu a zníženej kyslosti. Pod žiarivým slnkom dozrelo hrozno, aby vytvorilo základ elegantným bielym a červeným vínam, ktoré sa vyznačujú pozoruhodne vysokou kvalitou.

Vysoká kvalita je tiež najvyššou prioritou pre Vetropack, pokiaľ ide o dodávku sklenených fliaš. Iba obaly bezchybnej kvality môžu chrániť svoj drahocenný obsah rovnako bezpečne ako trezor. Skupina Vetropack má v štandardnom sortimente 390 rôznych sklenených obalov. Veľkosti sa líšia od malých 0,187 litrových fliaš až po veľké 3 litrové fľaše. Väčšina štandardných fliaš na víno sa dodáva vo veľkosti 0,75 litra. Čo sa týka farebnosti, v posledných rokoch sa trend vyvíjal smerom ku cuvée a olivovej, zatiaľ čo zelená a farba vetrogreen sú skôr na ústupe. Čo sa týka ľahších vín, je veľký záujem o fľaše z číreho skla.

Vo všeobecnosti hrajú farby veľmi dôležitú úlohu v prezentácii a balení potravín a nápojov. Avšak u sklenených obalov je farba viac než len dôležitý faktor úspešného predaja. Chráni totiž obsah, pretože ak je víno vystavené pôsobeniu silného svetla, môže zmeniť svoju chuť.

Zameranie na individualitu

Stále viac a viac zákazníkov chce pre svoje vína sklenené fľaše na mieru. Ľahko rozpoznateľné sklenené obaly sú dôležité pre to, aby ich vína vyčnievali z radu ostatných nápojov. Vetropack vyhovuje individuálnym požiadavkám a spolupracuje so zákazníkmi pri hľadaní optimálneho obalového riešenia. Špecialisti na sklo majú podrobné vedomosti, získavané počas mnohých rokov, o tom, čo je dôležité pri výrobe fľaše na víno. Narastá tiež trend regionálnych fliaš. Tie majú za cieľ odlíšiť vinohradnícku oblasť od konkurentov alebo vytvoriť regionálnu značku.

Konečné úpravy fliaš na víno

V spoločnosti Vetropack sú tvar, farba a konečná úprava vždy považované za celok. Tento integrovaný prístup je to, čo robí obal jedinečným a ideálne prispôbeným jeho



obsahu. Napríklad dizajn sklenených reliéfov na fľašiach im dáva exkluzivitu, papierové etikety môžu vytvoriť veľmi originálny vzhľad, zatiaľ čo priehľadné etikety vytvárajú modernejší dojem, potlač potom dodáva výrazný konečný akcent.

Vetropack tiež ponúka rôzne typy ústí pre sklenené fľaše – patria sem ústie pre korkový uzáver, uzáver s korkovým povrchom, závitové ústie a BVS závitový uzáver pre vínové fľaše. Správne ústie fľaše je treba zvoliť tak, aby vyhovoval preferenciám spotrebiteľov a trhu. V 80-tych rokoch spoločnosť Vetropack úzko spolupracovala s výrobcami uzáverov a vybranými významnými zákazníkmi na vývoji BVS (Bague Vin Suisse alebo uzáver švajčiarskeho typu) vo Švajčiarsku. Uzáver švajčiarskeho typu však musel prekonať dve prekážky - technológiu a estetiku. Okrem toho sa neustále zhoršovala kvalita korku a strácala na dôveryhodnosti. Tým sa pôvodne znevýhodnený typ ústia rýchlo vydal na cestu k úspechu a teraz je dôležitou súčasťou ponuky balenia, rovnako ako ostatné uzávery.

Oblasti pestovania

Taliansko je jedným z hlavných producentov vína v Európe. Vínná réva sa pestuje vo všetkých častiach krajiny a každý región sa vyznačuje špeciálnymi vínami. Vo Švajčiarsku sa vinárske oblasti nachádzajú od Valais v západnom

Švajčiarsku až po niektoré nemecky hovoriace kantóny. Juh Švajčiarska je dobre známy svojimi výraznými červenými vínami. V Rakúsku prevládajú priaznivé klimatické podmienky predovšetkým na východe krajiny, v štátoch Dolného Rakúska, Burgenlandu, Štajerska a Viedne. Menšie množstvo vína sa však vyrába aj v Korutánsku, Hornom Rakúsku, Salzburgu, Tirolsku a Vorarlbersku. Najznámejšie vinárske oblasti v Chorvátsku sú vo východnom a strednom Chorvátsku a v oblasti Jadranu. Najväčšia a najvýznamnejšia oblasť vína v Českej republike je na južnej Morave, v regióne českého závodu Vetropack. V subkontinentálnom podnebí, s teplými alebo horúcimi letami a dosť chladnými zimami, sa viniču nádherne darí. Ďalšia vinárska oblasť sa rozprestiera cez región Čiech. Slovenské vína tiež pochádzajú z dvoch častí krajiny, a to z juhu a zo západu. Rovnako ako vo väčšine krajín, kde má Vetropack svoje sklárne, na Ukrajine je tiež dlhá tradícia pestovania vinnej révy. Medzi najznámejšie regióny patrí juh, Besarábia, Zakarpatská oblasť a Krymský polostrov.

Spotrebitelia majú takmer neobmedzený výber rôznych vín. Niektorí ľudia radi zostávajú pri vyskúšaných a overených favoritoch, zatiaľ čo iní radi skúšajú nové vína.



Modrá farba

Na tonu skloviny je potrebný asi kilogram kobaltu. Z tohto kovu sa získava modrá farba, ktorá je známa ako kobaltová modrá. Roku 1802 vyvinul francúzsky chemik Louis Jacques Thénard priemyselný výrobný postup ako extrahovať modré pigmenty. Kobalt sa spolu s lítiom používa hlavne na výrobu autobatérií.

ZÁKAZNICKÝ PROJEKT

Modré sklo, kam až oko dovidí

Obaly z modrého skla vyrába Vetropack už dlho. Viac ako 10 rokov vznikajú v chorvátskom závode v Hume na Sutli rozmanité modré fľaše feedrovou metódou. Prvýkrát v histórii však bola celá taviaca vaňa Vetropacku prefarbená na modro, konkrétne v slovenskej sklárni Vetropack v Nemšovej. Projekt si vyžadoval do detailu prepracované a rýchle rozhodnutia.

Nezáleží na tom, či ide o pivo, ovocné šťavy, víno, šampanské alebo minerálnu vodu - modré sklenené obaly prepožičiavajú všetkým nápojom výnimočný vzhľad. Zvláštnosťou je, že pre túto výrobu bola prefarbená vaňa na číre sklo, v ktorej sa doteraz vyrábali poháre a fľaše technológiami press-and-blow a blow-and-blow. Navyiac v rámci kompletnej rekonštrukcie taviacej vane bolo potrebné existujúce sklárske stroje upraviť aj na technologiu neck press-and-blow.

Farbenie vo vani

Proces farbenia skloviny je tiež nový. Vetropack Straža vyrábala modré sklenené fľaše metódou farbenia vo feedri. Pri tomto variante sa farba primiešava do feedra v pracovnej časti. Vďaka tejto technike sa dá na jednej výro-

nej linke taviacej vane vyrobiť iná farba. V slovenskom závode Vetropack sa realizuje farbenie vo vani. Pri tomto tradičnom postupe sa farbí na modro roztavená sklovina v celej vani. Aj keď v Nemšovej je všetko zariadené pre výrobu modrých fliaš, chorvátsky závod Vetropack zostáva naďalej k dispozícii ako náhradné riešenie.

Zabezpečenie tejto výroby patrí ku komplexným projektom skupiny Vetropack. Z dôvodu časového obmedzenia sa od všetkých zúčastnených vyžadovalo dokonalé a komplexné naplánovanie výrobných liniek, nakoľko počas výroby modrého skla nemohla slovenská sklárňa vyrábať žiadne poháre či fľaše v čírej sklovine. Koordináciu projektu prevzal p. Robert Bestro, vedúci predaja pohárov a fliaš z exportu, ktorý má detailný prehľad

o sklárskej výrobe od technológie cez obalové materiály až po kvalitu a logistiku. „To že som bol takpovediac informačným uzlom, bolo logické rozhodnutie“, hovorí p. Bestro. Vie, aké výzvy taký dôležitý projekt so sebou prináša a premýšľa komplexne. Ak sa napríklad vynorili problémy, bolo nutné ich vyriešiť rýchlo, keďže prvá kampan modrého skla trvala až 75 dní.

"Preberáme zodpovednosť"

Hneď od začiatku si všetci pracovníci uvedomovali, že táto výzva je pre nich zároveň veľkou šancou dostať



závod v Nemšovej na významnú pozíciu v rámci skupiny. "Bola to plodná spolupráca všetkých kolegov, ktorí sa zapojili do projektu s veľkým oduševnením a elánom. Každý premýšľal, ako veci zlepšiť, zjednodušiť a urobiť efektívnejšie. Celkom v zmysle preberania zodpovednosti", hovorí p. Bestro.

Vynikajúca kvalita

Čo sa týka kvality sklenených obalov, Vetropack úzko spolupracoval so zodpovednými manažérmi na strane zákazníkov. Výmena informácií prebiehala denne a každý vedel o jednotlivých krokoch a rozhodnutiach. Už prvé testy ukázali výborné výsledky: fľaše boli naozaj vysoko kvalitné! A vlna úspechu pokračovala až do konca prvej kampane modrého skla v rovnakom štýle.



DOBRÉ VEDENIE

Ľudia sú skutočne dobrí len vtedy, keď môžu v plnej miere realizovať svoje záujmy a uplatňovať svoje schopnosti

Medzinárodne úspešný podnikateľ a kouč Dr. Manfred Winterheller hovoril v decembri 2018 na internom stretnutí Vetropacku o tom, čo tvorí dobré vedenie. V interview pre Vetrotime dáva rady súčasným a budúcim vedúcim pracovníkom.



Vo svojom príspevku počas interného stretnutia vedenia Vetropacku ste hovorili o rovnováhe medzi kritikou a pochvalou, ktorú musí dobré vedenie ovládať. Čo robí dobré vedenie dobrým?

Dobré vedenie rozvíja človeka k tomu, aby našiel a realizoval svoj vnútorný potenciál. Má to veľa spoločného s dôverou. Vodcovské osobnosti dôverujú svojmu tímu. Svedomito vyberú ľudí a nechajú ich pracovať. Tým pracovníci rastú a preberajú nové úlohy, ktoré šéfovi či šéfke uľahčia prácu. To vedie k obojstranne uspokojivej situácii, z ktorej profitujú obe strany. Vedúci pracovníci získajú o niečo viac času, aby mohli vytvárať stratégiu a starať sa o ľudí. Pracovníci spoznajú svoje schopnosti, získajú sebadôveru a vyrovnanosť.

Prezradíte nám najdôležitejšie tipy pre dobré vedenie?

Skutočne dôležité je len toto: Urobte si denne čas na ľudí, počúvajte a chváľte ich, čím docielite pochopenie a dôveru.

Má sa vedenie po rokoch meniť? Riadi sa dnes rovnako ako napríklad pred 15 rokmi?

Dobré vedenie sa nemení. Ale priemerné alebo úplne zlé vedenie má dnes oveľa rýchlejšie a oveľa tvrdsie následky. Teda priemerní šéfovia sa rozhodne musia ďalej cielene rozvíjať.

Čo je najväčšou chybou, ktorú dnes môže človek urobiť?

Nikomu neveriť a radšej si všetko urobiť sám, aby to bolo urobené dobre.

Je vedenie jednostranný proces, alebo hrá tím rozhodujúcu úlohu?

To je veľmi dôležitá otázka. Každý šéf, každá šéfka sú závislí na kvalite tímu. Preto je treba ako prvú otázku vyriešiť: Kto sa hodí do tímu? Ak hovoríme o futbale, je nám to všetkým úplne jasné. Zdá sa však, že pre každodennú prácu to neplatí. To je omyl. Ľudia sú skutočne dobrí iba tam, kde môžu robiť to, čo im je vlastné, čo oslovuje ich záujmy a schopnosti.

Ako sa pripravujete na vystúpenia pred publikom?

Mám prípravný brífing, v ktorom spoznám aktuálne výzvy zákazníka. Z toho potom vyplynie červená niť, ktorú až kontaktom s poslucháčmi vyplním konkrétnymi detailami. Po mnohoročných skúsenostiach so stovkami tisíc poslucháčov z celého sveta sa nepotrebujem pripravovať viac do detailu. Tréning je všetko.



Máte vlastný spôsob, ktorý rozvíja Winterhellerovu metódu. Môžete ho krátko popísať?

Mimoriadne výkony a udalosti boli, ako sa zdá, po tisícročia privilégiom mimoriadne talentovaných ľudí. V posledných desaťročiach ale pribúdajú dôkazy, že mimoriadne výkony nie sú v žiadnom prípade výsledkom mimoriadnych schopností. Naopak. Sú dostupné každému mužovi a žene, ak pristupujú k svojim úlohám s určitým vnútorným postojom. Tento vnútorný postoj treba poslucháčov učiť, čo je cieľom Winterhellerovej metódy. Hodnota vnútorného nastavenia sa nedá ničím nahradiť.

Vychádzate z toho, že sa na túto hodnotu vo svete obchodu nekladie dostatočný dôraz. Ako možno teda toto vnútorné nastavenie konkrétne aktivovať?

Naša celá kultúra je orientovaná smerom von. Človek premýšľa v krátkodobom horizonte, všetko musí ísť rýchlo a okamžite prinášať zisk. V skutočnosti sú však rozhodnutia idúce do hĺbky spojené s výdržou a vytrvalosťou, dôležitou hnacou silou pre úspech. To platí ako pre súkromný život, tak aj pre svet obchodu. Existujú mikrozranenia, ktoré vedú k zlomeniu kostí, teda veľmi malé narušenia funkcie, ktoré časom zničia štruktúru. To isté platí pre naše vzťahy, ktoré tiež rozbíja dennodenný zárodok ľahostajnosti, alebo ktoré sa dennodenným pozitívnym konaním posilňujú. V obchodnom svete je plno nenápadných prejavov neúcty, ktoré oslabujú lojalitu a zbavujú ľudí odvahy. Prejavy neúcty a správanie bez rešpektu zničia viac vzbudenej nádeje než zdanlivo oveľa významnejší konkurenčný boj. Ide teda o to, aby sa zmenilo vnútorné nastavenie. Nastavenia sú nákazlivé a malá skupina ľudí môže spôsobiť veľa, či už v pozitívnom alebo negatívnom zmysle.

Čo hovoríte kritikom, ktorí sa na Vašu metódu pozerajú skepticky?

Existuje mnoho ciest a pohľadov na každú tému našej doby. Existuje nespočetné množstvo ľudí, ktorí sú vďaka mojej metóde úspešní. Ale sú aj takí, ktorí to vidia úplne inak a sú tiež úspešní. Musíme sa pre niečo rozhodnúť, to je ten podstatný bod. Musíme v niečo veriť a to potom s veľkou rozhodnosťou presadzovať. Najmenej úspešní sú ľudia, ktorí prebiehajú od jednej metódy k druhej a nadbiehajú všetkým módnym trendom a popravde nikdy nič skutočne nedotiahnu dôsledne do konca.

Ste často na cestách a odovzdávate vo svojich referátoch tipy, podnety a nové spôsoby pohľadu. Kde a ako hľadáte svoje vnútorné nastavenie, pokoj a idey pre ďalšie prezentácie?

Učím sa veľa od ľudí, ktorí na mňa robia dojem a ktorých môžem vďaka svojmu povolaniu spoznať. Mnohí z nich sú známe osobnosti, mnohí sú úplne neznámi, a predsa dokázali niečo výnimočné. Pociťujem ako dar, že sa takýmto spôsobom dozviem niečo nové a že sa môžem ďalej rozvíjať. Pritom pomáhám ľuďom odkryť a rozvinúť ich potenciál. Je to porovnateľné s úlohou manažéra a zakaždým ma to naplní obrovskou radosťou.

Dr. Manfred Winterheller

Prednášajúci, podnikateľ, kouč a autor

Vzdelanie: Štúdium podnikovej ekonomiky v Grazi, Rakúsko

Profesijná kariéra: Audítor a daňový poradca, zakladateľ spoločnosti Winterheller softvér, prednášajúci na tému manažment a vedenie metódou Winterheller, hosťujúci profesor na Dunajskej univerzite v Kremse, Rakúsko

FÊTE DES VIGNERONS

Pocta vinárstvu

V lete roku 2019 vo Vevey, francúzskej časti Švajčiarska, prebehne špeciálna akcia - Fête des Vignerons. Spoločnosť Vetropack je partnerom a sponzorom tejto oslavy, ktorá sa koná iba raz za 20 rokov. Oficiálnu fľašu vína vyrába švajčiarska továrňňa Vetropack v St-Prex.

Fête des Vignerons je jedinečná oslava, ktorá sa koná len raz za generáciu. V tomto roku bude táto slávnosť najväčšia vo svojej histórii a Vetropack sa stal jej hrdým sponzorom.

Nikdy predtým spoločnosť Vetropack nepodporovala takú veľkú udalosť, ktorá sa týka kultúry vinárstva. Oficiálnou fľašou vína tejto udalosti sa stala klasická fľaša Vaudois. Je vyrábaná firmou Vetropack Švajčiarsko v St-Prex, blízko miesta konania akcie vo Vevey. Vetropack pre tento festival sponzoruje poháre na víno a minerálnu vodu.

Fête des Vignerons, ktorá sa koná od 18. júla do 11. augusta 2019, bola zaradená na zoznam UNESCO o nehmotnom kultúrnom dedičstve v roku 2016. Od 18. storočia je táto udalosť odovzdávaná z generácie na generáciu. Kombinuje tradície so súčasným programom a je pevne zakorenená v oblasti okolo viníc Lavaux. Vinárske terasy Lavaux sú od roku 2007 tiež zapísané na zozname svetového dedičstva UNESCO.

V centre celého diania stojí viac ako 1 000 metrov štvorcových veľká hlavná aréna, ktorá má 20 000 miest. Tam sa koná oficiálne predstavenie, ktoré predstavuje rok v živote vinice. Zobrazuje práce vo vinici, spoločenské stretnutia, ale aj všeobecnejšie témy, ako sú napríklad ročné obdobia.



Fête des 20 Vignerons 19

Du 18 juillet
au 11 août 2019

Vevey
Suisse



fetedesvignerons.ch



ELEGANTNÝ

Zmes tradičného a moderného

Pri Augustiniánskom kláštore v mestečku Šardice na južnej Morave vyrábajú víno už od polovice 18. storočia. Český závod Vetropack v Kyjove vyrába sklenené fľaše s objemom 0,75 litra pre víno "Augustiniánsky Sklep".

Víno "Augustiniánsky Sklep" sa vo fľaši z bieleho skla krásne vyníma. Čisté línie prepracovanej sklenenej fľaše s objemom 0,75 litra sú jednoduché a očarujúce. Rovnako pekný je aj dizajn s reliéfom nad elegantnou etiketou. Je inšpirovaná budovou, kde sa vyrába augustiniánske víno. Všetko zvyrazňuje elegantné písmo názvu Augustiniánsky Sklep.

NEOKLAS Šardice a.s. vinársky podnik bol založený v roku 1995. Vinári v tomto moravskom regióne pokračujú v storočnej tradícii pestovania a výroby vína, pretože víno sa prvýkrát vyrábalo pri Augustiniánskom kláštore v Šardiciach už v polovici 18. storočia. Vinárstvo neustále modernizuje svoje výrobné metódy a zároveň zostáva verné tradičnému spôsobu pestovania viniča.

PREHLIADKA CHUTÍ

Tradičná pálenka

Vetropack Rakúsko vyrába novú fľašu s objemom 0,7 litra z číreho skla v sklárni v Pöchlarne pre hornorakúskeho výrobcu liehovín Emil-Spirituosen. Táto nová fľaša výborne prezentuje celý rad rôznych druhov páleniek.

Odborníci na sklo z rakúskeho závodu spoločnosti Vetropack v Pöchlarne úzko spolupracovali s pálenicou Emil Stegmüller pri návrhu novej fľaše na destiláty so skrutkovacím uzáverom a objemom 0,7 litra. Logo "emil", ktoré je napísané malými písmenami okolo dna a štyrikrát sa objavuje aj v dolnej časti fľaše, okamžite upúta Vašu pozornosť. Od ramien až po hrdlo fľaše sa týčia horské vrcholy, ktoré dodávajú dotykový vnem horám vyobrazeným na etikete.

Nová 0,7 litrová fľaša emil-Spirituosen je dostupná s náplňami rôznych príchuť a možno ju nájsť len na pultoch maloobchodného sektora. Rodinná firma destiluje liehoviny tradičným spôsobom a dodáva konečným produktom moderný vzhľad už 150 rokov.



Hľadáte sklenené obaly na jedlo alebo nápoje? V našom online katalógu nájdete viac ako 900 položiek. Použite tento QR kód!



ÚŽASNÁ

Jednoduchá krása

Talianska továreň Vetropack vyrába fľašu s objemom 0,75 litra vo farbe cuvée na červené víno stupor Bolgheri DOC. Jednoduchý elegantný dizajn skleneného obalu výborne ladí so svetom divov, ktorý je zobrazený na etikete.

Talianske víno stupor Bolgheri DOC zreje asi 10 mesiacov v dubových sudoch a následne sa plní do sklenených fliaš s objemom 0,75 litra vyrobených vo Vetropacku Italia. Fľaša vo farbe cuvée je hladká a elegantná. Na spodnej strane ju zdobí nápis CAMPO ALLE COMETE. Meno pripomína čarovný a imaginárny svet, vzdialený od hektického každodenného života.

Štylizovanú verziu púpavy vo forme piktogramu, ktorá vystupuje z povrchu fľaše navrhol taliansky ilustrátor Nicoletta Ceccoli. Púpava je tak tiež znázornená na lesklej striebornej fólii na modrom pozadí a vyjadruje sofistikovanosť a jedinečnosť, ktoré odrážajú štýl vína z vinárstva Feudo San Gregorio.

BYLINNÝ LIKÉR

České korene

Český bylinný likér Becherovka Original je známy a obľúbený ďaleko za hranicami Českej republiky. Vetropack Nemšová vyrába nové, moderné sklenené fľaše v charakteristickom zelenom odtieni.

Dizajn sklenených fliaš pre populárnu Becherovku Original je nezameniteľný. Zelená sklenená fľaša bola vyvinutá v spolupráci s dizajnérmi z prestížnej projekčnej kancelárie Cole Porter Bell v Londýne v Anglicku v spolupráci s odborníkmi zo slovenského závodu Vetropack Nemšová. Nový dizajn je modernejší a súčasný, jeho cieľom je zvýšiť atraktivitu bylinných likérov pre mladých ľudí. Likér sa vyrába z približne 20 rôznych bylín a korenín. Dodáva sa s uzáverom odolným proti krádeži a je k dispozícii aj vo fľašiach s objemom 0,35 l.

Becherovku založila v roku 1807 slávna rodina Becher v Karlových Varoch. Iniciály Jana Bechera sú dokonca vyryté na charakteristicky plochej sklenenej fľaši a jeho podpis je na etikete. Horkosladká Becherovka Original môže byť podávaná ako aperitív alebo digestív prípadne v osviežujúcom kokteile.



OCENENÝ PRVOU CENOU

Výberové hrozno

Suché šumivé víno DUBL ESSE je vyrobené z najkvalitnejšieho hrozna Greco z juhu Talianska. Talianska sklárňa Vetropack vyrába pre toto víno sklenené fľaše vo farbe cuvée.

Jednoduchý dizajn robí 0,75 litrovú sklenenú fľašu na talianske šumivé víno DUBL ESSE úplne výnimočnou. Spoločnosť Vetropack Italia ju vyrába v sklárni v Trezzano sul Naviglio. Tri zelené pásiky rôznej šírky okolo fľaše pôsobia jednoducho ale elegantne. Pásiky sú odkazom na pápežskú tiáru, korunu, ktorú pápež nosí vždy pri slávnostných príležitostiach. Radu DUBL ESSE navrhol taliansky dizajnér Fabio Novembre. "Ikony svätých skrášlili moje detstvo a zaplnili moju myseľ," hovorí Novembre, ktorý získal za túto fľašu zlatú medailu v medzinárodnej súťaži obalov na veľtrhu Vinitaly.



SLADKÝ

Med z Chorvátska

Dve číre nádoby so širokým ústím, ktoré vyrába Vetropack Straža, sú vyhradené len pre med z Chorvátska. Každý pohár musí byť oficiálne registrovaný a musí mať označenie chorvátskej včelárskej federácie.

Vetropack Straža vyrába pre chorvátsku včelársku federáciu poháre so širokým ústím v dvoch veľkostiach: 720 mililitrov a 580 mililitrov. Ďalšie dve (menšie) veľkosti sú vo vývoji. Návrh bol jednoduchý, s malým motívom plástu vyrytým na prednej strane.

Sklenené poháre z číreho skla môžu byť naplnené len medom, ktorý spĺňa normy kvality chorvátskeho nariadenia o mede. Okrem iného, med musí pochádzať zo samotného Chorvátska a musí niesť vlastnú značku producenta. V roku 2018 bol 7. december vyhlásený za Deň medu v školách. V tento deň sa oslavuje Deň svätého Ambroza, patróna včelárov a tiež Medzinárodný deň medu. Všetky deti, ktoré práve začali chodiť v Chorvátsku do školy, dostali pohárik medu.



SILNÝ

Gin s medom

Vetropack Straža vyrába modré fľaše s objemom 0,7 litra pre gin GiniBee vyrábaný v spoločnosti MR Spirits d.o.o. v Slovinsku. Extravagantný dizajn skutočne odlišuje nápoj od ostatných destilátov.

Nielen receptúra GiniBee, ale aj dizajn modrých sklenených fliaš, skrývajú mnohé tajomstvá. Tenký modrý povlak dáva sklenenej fľaši s objemom 0,7 l veľmi výrazný vzhľad a luxusný pocit bez straty vlastností, vďaka ktorým je sklo výnimočné. Ďalšou funkciou je špeciálna UV potlač, ktorá chráni gin pred UV žiarením. Štíhly pás uprostred fľaše je ozdobený tlačným firemným logom.

Tento jedinečný destilát z plodov borievky má obzvlášť sladkú prísadu. Dvanásť percent lesných plodov je pred pridaním do ginu namočené v slovinskom mede. Spoločnosť založil, známy slovinský herec a televízny moderátor Rado Mulej.



Na Vaše prianie môžete vyvíjať a vyrábať dokonalé sklenené obaly presne pre Vás: farba a vzhľad – voľba je na vás.

PRE DETI

Učiť sa o recyklácii zábavnou formou

Cieľom tohto slovenského programu pre základné školy je naučiť deti viac o sklenených obaloch a recyklácii prostredníctvom hry. Bol iniciovaný výrobcom jogurtov Malý Gazda v spolupráci so spoločnosťou Vetropack Nemšová a marketingovou agentúrou dobrýBRAND.



Na Slovensku je veľmi málo programov pre školy, ktoré by učili deti o životnom prostredí a čo majú robiť, aby ho chránili. Práve tu prichádza školský projekt, ktorý predstavila firma Malý Gazda. Slovenská spoločnosť je známa svojimi obľúbenými mliečnymi výrobkami, ktoré sa dodávajú na trh v pohároch so širokým hrdlom. Keď firma Malý Gazda oboznámila s programom manažérov spoločnosti Vetropack Nemšová, okamžite boli týmto nápadom nadšení.

Žiakom základnej školy Lesníckej v Prešove bolo rozdanych 500 kusov jogurtov v recyklovateľných sklenených obaloch vyrobených v slovenskom závode Vetropack. Spoločne s marketingovou agentúrou dobrýBRAND bola zorganizovaná súťaž zameraná na výučbu detí o recyklácii skla prostredníctvom hry. Žiaci použili prázdne jogurtové poháre na výrobu kreatívnych umeleckých diel, ako napríklad malý stôl so sklenenými nohami alebo sklenené figúrky. 500 detí

spoločne s ich učiteľmi prispeli do súťaže s viac ako 50 jedinečnými kreáciami. Pre porotu nebolo vôbec jednoduché vybrať dve víťazné triedy.

Nadšenie detí ukázalo, že recyklácia skla a sklo vo všeobecnosti sú témy podporujúce kreativitu, pre ktoré sa deti vedia ľahko zanímať. Tieto poznatky si odnesú so sebou do ďalšieho života a dúfajme, že ich odovzdajú aj ďalšej generácii.



ZÁKAZNÍCKÝ DEŇ

V znamení skla a životného prostredia

Vetropack Nemšová v novembri minulého roka zorganizoval stretnutie so zákazníkmi v srdci slovenského hlavného mesta Bratislava. Pozvanie prijalo desať hlavných zákazníkov z rôznych segmentov domáceho trhu. Bolo príjemné pozorovať, že napriek tomu, že niektorí z nich boli konkurenti, hovorili spolu ako dobrí priatelia. O to viac sme sa presvedčili, že sklo môže aj zbližovať.



Sklo spája nielen obchodných partnerov, ale aj všetkých ľudí, ktorí nie sú ľahostajní k životnému prostrediu a osudu našej planéty. V roku 2018 sa Vetropack zúčastnil kampane za čisté moria a oceány "Na zdravie moriam a oceánom", ktorá bola spustená pod záštitou hnutia Friends of Glass. Moria a oceány sú vo veľkom ohrození a je tiež na výrobcov obalových materiálov, ako sa k tomuto nebezpečenstvu postavia.

Hostia si ešte na pamiatku odniesli fotku z foto-kútika, a potom sa odobrali do bratislavského Divadla Nová scéna na pôvodný slovenský muzikál Rasputin. Okrem zážitku z krásnej hudby, tanca a spevu si ešte všetci naši vážení hostia odniesli malý darček zo skla. Ďakujeme všetkým za spoločnosť, za spoluprácu v minulom roku a tešíme sa na "Stretnutie 2019".



NOMINÁCIA NA OCENENIE WORLDSTAR

Malé fľaše v centre pozornosti

VODA UA 0,4 litrová fľaša na minerálnu vodu bola nominovaná na cenu "WorldStar" a získala čestné ocenenie. Toto prestížne ocenenie každoročne udeľuje Svetová obalová organizácia.

Balenie, ktoré získalo renomované národné ocenenie počas predchádzajúceho alebo aktuálneho roka, môže byť nominované na cenu "WorldStar". Vetropack Gostomel využil túto príležitosť a zaradil fľašu na minerálnu vodu VODA UA do užšieho výberu. Aj keď sa jej nepodarilo dosiahnuť na prvé miesto, nominácia viedla k zisku čestného uznania.

Táto sklenená fľaša sa vyznačuje exkluzívnym kvetinovým dizajnom a je ozdobená vyrytými makmi, ktoré zdôrazňujú naturálnosť minerálnej vody. Mak je zároveň národným kvetom Ukrajiny.



PLATFORMA

Láska k sklu

Platforma "Glass our Friend" bola založená v Chorvátsku pred viac ako desiatimi rokmi, aby si žiaci v malých mestách a obciach uvedomili vplyv recyklácie na životné prostredie. Spoločnosť Vetropack Straža ako jediná sklárň v Chorvátsku podporuje túto platformu od začiatku.



V rámci chorvátskej platformy "Sklo náš priateľ" pre žiakov prebieha viacero workshopov, z ktorých jeden zahŕňa ukážky fúkania skla. To nikdy neprestane deti udivovať - stačí sa len pozrieť do ich rozžiarených očí. Prirodzeným spôsobom vstrebávajú informácie o výhodách skla a o dôležitosti jeho recyklácie. A že si všetko dobre zapamätali sa ukáže vždy v kvíze, ktorý nasleduje po ukážkach - deti poznajú odpovede do posledného detailu. "Keď vyrastiem, chcem byť sklár," hovorí jedno z detí. Mladí záujemcovia sa na workshope tiež naučia, ako správne recyklovať sklo.

Pri hrách "Dejiny recyklácie" a "Veľké sklenené dobrodružstvo" je vždy isté, že sa jedná o hit a deti môžu rozvinúť svoju predstavivosť. V posledných rokoch sa tieto hry hrali mnohokrát a vždy vyvolali nadšenie a radostné očakávanie.

Miera recyklácie v Chorvátsku je nízka. To je dôvod, prečo sa chorvátsky závod spoločnosti Vetropack zapojil aj

do kampane "Glass our Friend". Reakcia detí a učiteľov je vždy veľmi pozitívna a povzbudivá. Záujem detí o sklo a recyklovanie skla naznačuje, že snád' táto generácia bude mať väčší záujem o životné prostredie.



MALÉ VECI

Pomáhame meniť naše okolie

Vetropack Moravia Glass sponzoruje projekt "Malé veci okolo nás". Vďaka finančnej podpore môžu byť realizované najlepšie nápady pre zlepšenie alebo formovanie životného prostredia.



Z celkového počtu 23 návrhov organizácií a jednotlivcov, ktoré boli predložené v rámci projektu "Malé veci okolo nás", vybrali zamestnanci v Kyjovskom závode Vetropack desať projektov do záverečného kola. O šiestich víťazoch rozhodla porota zložená aj zo zamestnancov sklárne. Každý z týchto víťazných projektov získal 10 000 českých korún.

Medzi víťazné projekty patria: výroba skleneného úľa pre amatérskych včelárov, zabezpečenie nových krojov pre deti vo folklórnom súbore, posedenie na posvätnom mieste Végrův kríž, nové skrinky pre detský klub, workoutové ihrisko pre biketrialistov a pozorovacia búdka pre vtáky v parku.

Bez finančnej podpory by mnohé myšlienky nebolo možné zrealizovať, alebo len v oveľa menšom rozsahu. Často sú to zdanlivo malé veci, ktoré robia veľký rozdiel. Všetky projekty ukazujú, že ľudia si životné prostredie vážia a tešia sa z toho, že im pomáha spríjemniť život.



ČRIEPKY KULTÚRY



© Corningovo múzeum skla

CENTRUM SKLÁRSKÝCH INOVÁCIÍ

Corningovo múzeum skla sa nachádza v srdci amerického mesta Corning v štáte New York. Mesto je tiež známe ako americké centrum pre sklárske inovácie, pretože sklársky priemysel je jeho najsilnejším ekonomickým faktorom. Okrem múzea je tiež domovom špecializovaného výrobcu skla Corning Inc. s početnými fúkačmi skla.

V múzeu je vystavených viac ako 50 000 sklenených predmetov. Zbierka sa skladá zo starobylých egyptských, gréckych, rímskych, ázijských, európskych a amerických umeleckých diel. Vystavené je aj spektrum umeleckých hnutí, ktoré nastúpili koncom 19. storočia a pokračujú dodnes.

Barokové umenie vzkriesené

U obráteného maliarstva na sklo, ktoré je tiež známe ako naivné umenie, je obraz namaľovaný opačným spôsobom na zadnej strane sklenenej tabule. Najprv sú nakreslené obrysy, potom sú vymaľované, pozadie je vyplnené až na samom konci.

Centrum chorvátskeho naivného umenia sa nachádza na severe krajiny v Hlebine. Reverzná maľba na sklo je súčasťou chráneného kultúrneho dedičstva Chorvátska. Je tiež domovom školy naivného umenia. Toto umelecké hnutie vzniklo okolo roku 1930, kedy sa maliar bez akademického vzdelania snažil naučiť maľovať skupinu poľnohospodárov. Farmári boli takí nadšení, že vzkriesili starú barokovú maliarsku metódu. Na celom svete je veľa múzeí a galérií venovaných naivnému umeniu.



© Ivan Generalić, Koprivnica Municipal Museum

**KONTAKTNÉ ADRESY
PREDAJ****Švajčiarsko**

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

Rakúsko

Telefón +43 27 57 75 41
Fax +43 27 57 75 41 202
marketing.at@vetropack.com

Česká republika

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

Slovensko

Telefón +421 32 65 57 111
marketing.sk@vetropack.com

**Chorvátsko, Slovinsko,
Bosna a Hercegovina,
Srbsko, Čierna Hora,
Macedónsko**

Telefón +385 49 32 63 26
Fax +385 49 34 11 54
prodaja@vetropack.com

Ukrajina

Telefón +380 44 39 24 100
Fax +380 45 97 31 135
sales.ua@vetropack.com

Taliansko

Telefón +39 02 45 87 71
Fax +39 02 45 87 77 14
sales.it@vetropack.com

**Ostatné krajiny západnej
Európy**

Telefón +43 75 83 53 61
Fax +43 75 83 53 61 225
export.west-europe@vetropack.com

**Ostatné krajiny východnej
Európy**

Telefón +420 518 733 341
Fax +420 518 612 519
export.cz@vetropack.com