

VETROTIME

Sklenené obaly
Vysoká miera akceptácie

Müller + Krempel
Tradície
a inovácie

Fókus
Senzorické
technológie a sklo



4	Eye-catching	Diverzita v skle
6	Životné prostredie	Inovatívne a udržateľné
9	Fókus	Sklo sa stáva atraktívnym obalom
14	Müller + Krempel	Cena za chatbot
18	Multi-trip	Nový trend na trhu s limonádou
20	Nový dizajn	Výrazné farby skla
23	Čriepky kultúry	Múzeum skla Ebeltoft

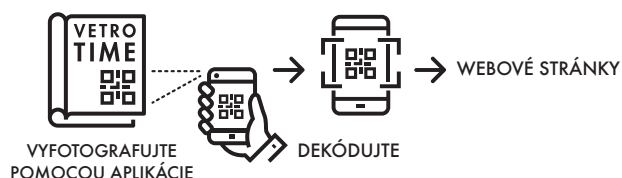
Tiráž

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:



Fókus: Keď ide o víno, vizuálny a hmatový zážitok sú rovnako dôležité ako vôňa a chuť. Obal hrá významnú úlohu pri hodnotení vína. To je dôvod, prečo výrobcovia používajú sklenené fľaše a etikety na vytvorenie predstavy o tom, čo sa nachádza vnútri. Je to oveľa viac než len ochrana kvalitného obsahu.



Vážení čitatelia,

hovorí sa, že nutnosť je matkou vynálezu, pretože náročné situácie často vedú k neobvyklým nápadom a riešeniam, ktoré by boli za normálnych okolností nepredstaviteľné. V tomto vydaní Vetrotime vám ukážeme niekoľko príkladov.

Ešte pred niekoľkými týždňami, na začiatku koronavírusovej krízy, bol skutočný nedostatok dezinfekčných prostriedkov. Niektorí z našich zákazníkov preto upravili svoju výrobu, aby uspokojili obrovský dopyt. Vyrábali vlastné dezinfekčné prostriedky a plnili ich do sklenených fliaš Vetropack. Viac sa dozviete na strane 5. Ak zostaneme pri rovnakej téme, určite sa nezapudnite pozrieť aj na stranu 4, kde nájdete sklenenú repliku koronavírusu. Kto by si pomyslel, že tento hrozivý vírus môže vyzeráť tak krásne?

Toto vydanie časopisu Vetrotime je zamerané na zmyslové aspekty a sklo (strany 9 až 13). Naše zmyslové orgány, hlavne ústa a nos, vnímajú všetko prostredníctvom chute a vône. Aby sa zaistilo, že sa pôvodné vône a chuť vecí nezmenia, mnoho odborníkov siaha po sklenených obaloch. Spomínaný článok uvádza okrem iného pohľad degustátora vody alebo parfuméra.



Títo odborníci však nie sú jedinými fanúšikmi skla. Veľa spotrebiteľov považuje sklenené obaly za tie najekologickejšie. To dokazujú najnovšie údaje, ktoré vyplynuli z nedávneho prieskumu medzi spotrebiteľmi zadaného Európskou federáciou obalového skla a hnutím Friends of Glass. Hlavné výsledky prieskumu nájdete na stranách 16 a 17. Prieskum tiež ukázal, že smerujeme k obehovej ekonomike. A to je dôležité, ak chceme dosiahnuť naše európske ciele udržateľnosti.

Okrem toho prinášame aj vlastné správy. Naša chorvátska dcérska spoločnosť Vetropack Straža tento rok oslavuje 160. narodeniny (strana 19). Spoločnosť sa môže pochváliť bohatou históriou. Gratulácie sú určite na mieste.

Chcel by som vám popriať úspešné leto a príjemnú zábavu pri čítaní o najnovšom dianí, ktoré vám prináša časopis Vetrotime.

S priateľským pozdravom

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

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding Ltd.

Eye-catching



Umelecké

Sklenené záhrady vo Frauenau

Eischova sklárň v Dolnom Bavorsku je ideálnym štartovacím bodom pri návšteve sklenených záhrad vo Frauenau – prvom svetovom parku sklenených sôch. Záhrady v centre Frauenau ukrývajú 28 veľkých sklenených sôch vytvorených medzinárodnými sklárskymi umelcami. V nainštalovaných audio stánkoch si môžete vypočuť príbeh každej sklenenej sochy a jej autora. Trojkilometrová okružná cesta je otvorená celý rok a prístupná aj ľuďom so zdravotnými ťažkosťami.

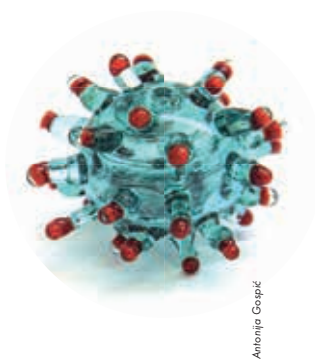
Ak máte možnosť, oplatí sa pozrieť si aj neďaleké múzeum skla. Prevedie svojich návštevníkov po ceste kultúrnej histórie skla, od jeho počiatkov v Mezopotámii až do dnešných dní.

Všestranné

Krásna replika zo skla

Po rokoch experimentov s rôznymi materiálmi, umelkyňa Antonija Gospić našla najkreatívnejšiu inšpiráciu v skle. Dnes usporadúva kurzy fúkania skla a vyrába krásne miniatúry a šperky v múzeu starovekého skla v Zadare v Chorvátsku. Umelkyňa zareagovala na aktuálnu pandémiu

a vyrobila perfektnú sklenenú repliku koronavírusu. Vďaka transparentnosti skla a žiarivým farbám, notoricky známy koronavírus vyzerá dokonca krásne a atraktívne.



Antonija Gospić

Prevenčia

Nevyhnutnosť je matkou vynálezov

Začiatkom koronavírusovej krízy rýchlo stúpol dopyt po dezinfekčných prostriedkoch. Vo viacerých krajinách zaznamenali nedostatok etanolu – alkoholu, ktorý tvorí základ pre mnohé dezinfekčné prostriedky. Vynálezavé firmy presmerovali svoje úsilie do výroby dezinfekčných prostriedkov, z ktorých sú niektoré balené do fliaš Vetropacku.

Príkladom je aj Slovinsko. Rozmach pandémie spôsobil kritický nedostatok dezinfekčných prostriedkov, o čom svedčili prázdne police supermarketov. Fructal, spoločnosť sídliaca v slovinskom meste Ajdovščina, ktorá vyrába radu nealkoholických nápojov, detské príkrmy, ovocné tyčinky a destiláty, sa rozhodla riešiť tento problém.

Nakoľko základom niektorých výrobkov Fructalu je etanol, substancia potrebná aj na výrobu dezinfekčných prostriedkov, spoločnosť najskôr oslovila vedenie mesta Ajdovščina. Dodávky etanolu boli venované Slovinskej agentúre pre štátne hmotné rezervy. No bežní ľudia sa naďalej neboli schopní dostať k novým dezinfekčným prostriedkom, pretože sklenené fľaše boli tiež nedostatkovým tovarom. Fructal sa rozhodol plniť svoj produkt do litrových fliaš vyrobených v závode Vetropack Straža. Tieto fľaše sú už dostupné pre zákazníkov na trhu.

Česká republika a Slovensko tiež museli siahnuť po rýchlych a netradičných riešeniach, aby si poradili s enormne rastúcim dopytom po dezinfekčných prostriedkoch. Niekoľkí zákazníci Vetropacku flexibilne zareagovali na situáciu s nedostatkom dodávok a rozhodli sa prispôsobiť výrobné systémy tak, aby mohli vyrábať práve dezinfekciu.

Pre výrobu dezinfekcie sa rozhodli napríklad aj slovenské firmy St. Nicolaus, a. s. a Prelika, a. s. Prešov. V Českej republike sa jedná o spoločnosti Stock Plzeň-Božkov a Rudolf Jelínek. Všetky spomenuté firmy majú spoločný cieľ – dodať na trh dezinfekciu, každá však postupuje trochu inak. Stock Plzeň-Božkov a Prelika, a. s. Prešov vyrábajú priamo dezinfekčný prostriedok. Firma Rudolf Jelínek spotrebiteľom ponúka konzumný lieh, ktorý môžu použiť k výrobe základnej dezinfekcie. Firma St. Nicolaus, a. s. ponúka ako čistý lieh, tak aj dezinfekčný roztok na báze liehu.



Preukázateľné benefity, ktoré sklo ponúka, sa ukázali užitočné aj pri balení dezinfekčných prostriedkov. Sklo je absolútne nepriepustné a nemá žiadny vplyv na svoj obsah. To zabezpečí, aby si dezinfekčný roztok v takomto obale zachoval svoj účinok.

Trvalo udržateľné výroby, energetická účinnosť a obnoviteľná energia, minimalizácia emisií CO₂, zníženie odpadu, spotreba vody



Nakoľko výroba skla je pomerne energeticky náročná, zvýšenie energetickej účinnosti je veľmi dôležitou prioritou spoločnosti Vetropack. Vedenie na najvyššej úrovni zabezpečuje, aby sa zaviedli do praxe opatrenia na zníženie spotreby energie, a tým aj emisie CO₂ v rámci celej spoločnosti. Okrem toho spoločnosť Vetropack spája sily s ostatnými výrobcami obalového skla z IPGR a aktívne sa podieľa na ďalšom rozvoji procesu výroby skla udržateľným spôsobom.

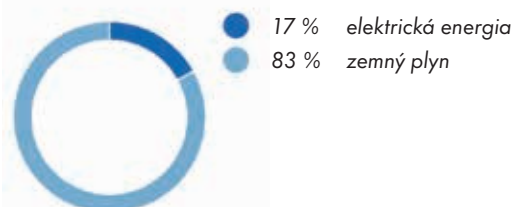
Sklo je trvalo udržateľný obalový materiál, ktorý je vyrobený z prírodných surovín a je optimálne recyklovateľný. Podnikanie šetrné k životnému prostrediu je preto pevnou súčasťou obchodnej filozofie a hlavného podnikania skupiny. Spoločnosť sa usiluje každoročne znižovať svoju environmentálnu stopu, pretože zákazníci a spotrebitelia čoraz viac očakávajú transparentnosť, pokiaľ ide o vplyv na životné prostredie a možnosť sledovania pohybu sklenených obalov. Sklársky priemysel, ktorý môže významne prispieť k energetickej účinnosti a ochrane klímy, je kvôli svojej značnej spotrebe energie tiež vystavený zvyšujúcemu sa regulačnému tlaku.

Medzi relevantné parametre environmentálnej stopy výroby skla patrí technológia výroby, spotreba energie, hmotnosť sklenených výrobkov, podiel sklenených črepov, vzdialenosť a spôsob dopravy. Spoločnosť Vetropack preto neustále pracuje na zvyšovaní energetickej účinnosti výrobných krokov, zvyšovaní podielu črepov a znižovaním hmotnosti sklenených obalov bez toho, aby tým znižovala kvalitu a bezpečnosť výrobkov. Spoločnosť Vetropack venuje pozornosť aj znižovaniu spotreby vody a tvorbe čo najmenšieho množstva odpadu.

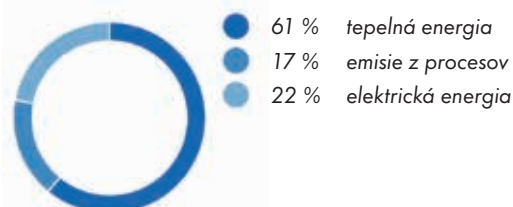
Vetropack pracuje na rôznych úrovniach, aby naplnil toto úsilie. Spoločnosť podporuje inovácie šetrné k životnému prostrediu prostredníctvom interných skupín odborníkov, investuje do nových technológií, zhromažďuje environmentálne údaje v rámci celej skupiny a je zapojená do medzinárodných organizácií. Vetropack prostredníctvom angažovanosti v IPGR podporuje výskum technológií šetrných k

životnému prostrediu, ako je CO₂ neutrálna výroba skla, ktorá by sa mohla dosiahnuť pomocou obnoviteľnej elektrickej energie použitej na roztavenie sklenených črepov a ďalších surovín. Ďalšie iniciatívy sa zaoberajú prístupmi na zvýšenie miery zberu použitého skla s cieľom zvýšiť podiel črepov vo výrobe.

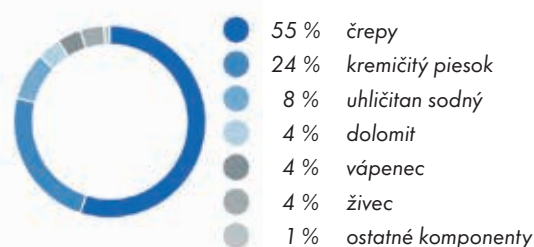
Celková spotreba energie (GWh)



Emisie skleníkových plynov podľa zdroja (t CO₂e)



Mix prírodných surovín a črepov



Zvyšovanie energetickej účinnosti výroby skla

Výroba skla je spojená so značnou spotrebou energie, predovšetkým pri prevádzke sklárskych vaní. Preto sú opatrenia na zvýšenie efektívnosti benefitom nielen pre životné prostredie, ale aj pre konečný výsledok. Najväčší vplyv na zníženie špecifickej spotreby energie má oprava alebo výstavba novej vane. Pri každej renovácii sa spoločnosť Vetropack usiluje dosiahnuť dve veci: zvýšenie účinnosti zvyčajne o 10 až 15% a dlhšiu životnosť. To zaručuje, že investičné projekty spoločnosti Vetropack vždy zahŕňajú najmodernejšie technológie.

V roku 2019 spoločnosť zrekonštruovala sklárske vane v Nemšovej (Slovensko) a v Gostomeli (Ukrajina). Merná



spotreba energie oboch vaní sa znížila, čo viedlo k zníženiu emisií CO₂.

Údaje z generálnych opráv vaní

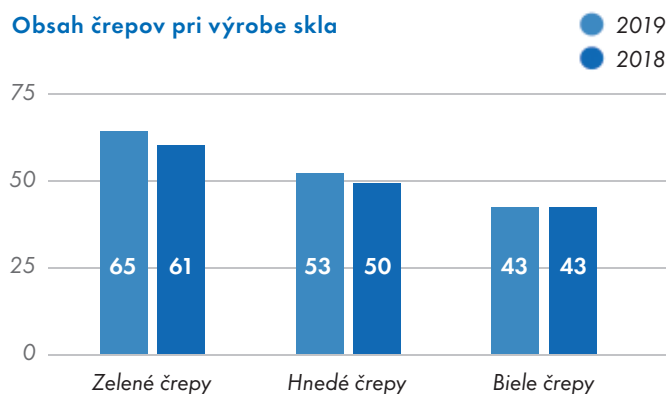
Taviace vane v Nemšovej a Gostomeli

	Pred rekonštrukciou	Po rekonštrukcii	Zlepšenie (%)
Maximálna kapacita (t/deň)	640	680	+6
Spotreba energie (GJ/t)	4.25	3.56	-16
Plocha tavenia (m ²)	223	234	+5
Počet predpečí	6	6	-
Priemerné NO _x emisie (mg/Nm ³)	2 200	1 450	-34

Optimalizácia využívania surovín

Vysoký obsah črepov je kľúčom k výrobe skla šetrnej k životnému prostrediu. Podiel použitého skla predstavuje v niektorých závodoch až 80% spracovaných surovín. V roku 2019 bol priemerný podiel črepov za všetky závody 55%.

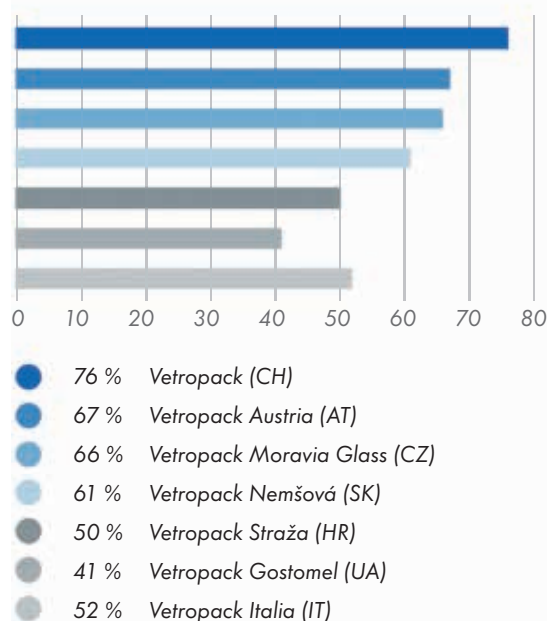
Obsah črepov pri výrobe skla



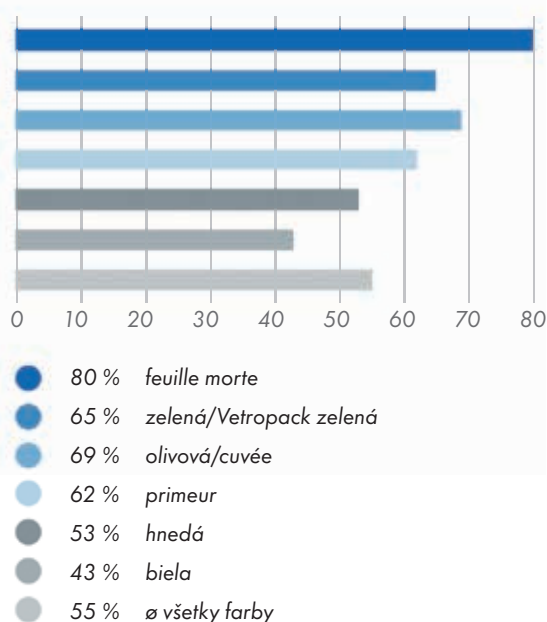
Vetropack sa zameriava na opatrenia, ktoré zvyšujú mieru zberu, pretože dostupnosť vysoko kvalitného použitého skla zostáva pre skupinu kľúčovou otázkou.

Hoci miera recyklácie vo Švajčiarsku a Rakúsku je veľmi vysoká, stále sa ukazuje, že na mnohých miestach sa dostatočné množstvo črepov javí ako problém. Problémom nie je len dodávka - v budúcnosti sa musí zlepšiť aj kvalita črepov, aby sa vyrábali sklenené obaly na úrovni zodpovedajúcej požadovaným štandardom. Miera cieleného zberu skla v EÚ je zameraná na zvýšenie objemu použitého skla vstupujúceho do procesu recyklácie. Zvýšením dodávok vysokokvalitných črepov by sa umožnilo navýšenie ich podielu vo výrobe, čím by sa konečné výrobky stali ešte udržateľnejšími. Zostáva však zistiť, či a ako rýchlo členské štáty EÚ dosahujú vyššie ciele v oblasti zberu. Pokrok v tomto ohľade závisí do značnej miery od vnútroštátnych právnych predpisov, na čo spoločnosť Vetropack nemá prakticky žiadny vplyv.

Podiel črepov vo výrobe
(podľa spoločnosti v skupine)



Podiel črepov vo výrobe
(podľa farby skla)



Tento článok je prevzatý z prvej integrovanej výročnej správy skupiny Vetropack. Za fiškálny rok 2019 bola správa o udržateľnosti prvýkrát začlenená do výročnej správy a uverejnená iba online.

Spoločnosť Vetropack sa pri svojej výrobe snaží byť čo najšetrnejšia k životnému prostrediu a šetrné využívanie prírodných zdrojov sa stalo hlavnou zásadou jej korporátnej stratégie. Najdôležitejšie je, že veľké množstvo energie potrebnej v procese výroby skla predstavuje osobitnú výzvu, ktorú spoločnosť Vetropack rieši neustálou modernizáciou svojich výrobných zariadení a zavedením systému riadenia energie.

Postoj vedenia spoločnosti Vetropack

Systém hospodárenia s energiou vyvinutý špeciálne pre spoločnosť Vetropack meria spotrebu energie všetkých zariadení na výrobu skla a umožňuje jej spravovanie a identifikáciu potenciálnych zlepšení. Systém bol testovaný v trojročnej testovacej fáze v Chorvátsku, čo znamená, že prvé výsledky už boli získané v závode v Straži. Zavedením systému energetického manažmentu vo všetkých závodoch, Vetropack v nasledujúcom roku ďalej rozšíri svoje meranie spotreby energie, aby v budúcnosti v celej skupine implementoval ešte účinnejšie opatrenia na úsporu energie.

Ďalším dôležitým spôsobom ochrany prírodných zdrojov je zníženie hmotnosti sklenených obalov. Výrobné procesy už vo veľkej miere šetria vodné zdroje, pretože voda sa používa pri výrobe skla iba na chladenie a jej spotreba je regulovaná v systéme s uzavretým cyklom. Vetropack sa tiež snaží produkovať čo najmenšie množstvo odpadu. Takýto odpad, ktorý vzniká, je predovšetkým výsledkom spracovania použitého skla, a to v dôsledku skutočnosti, že veľké množstvo cudzích materiálov sa stále ukladá do zberných nádob na použité sklo.

Skupina odborníkov v oblasti životného prostredia na úrovni skupiny je zodpovedná za koordináciu a monitorovanie všetkých činností týkajúcich sa životného prostredia. Táto skupina vyvíja a vydáva záväzné smernice a minimálne požiadavky na základe podnikovej stratégie a politiky udržateľnosti spoločnosti Vetropack a cieľov environmentálneho manažmentu skupiny vzhľadom na spotrebu energie a vody, emisie a objem odpadu.

Online správa skupiny
Vetropack Group 2019





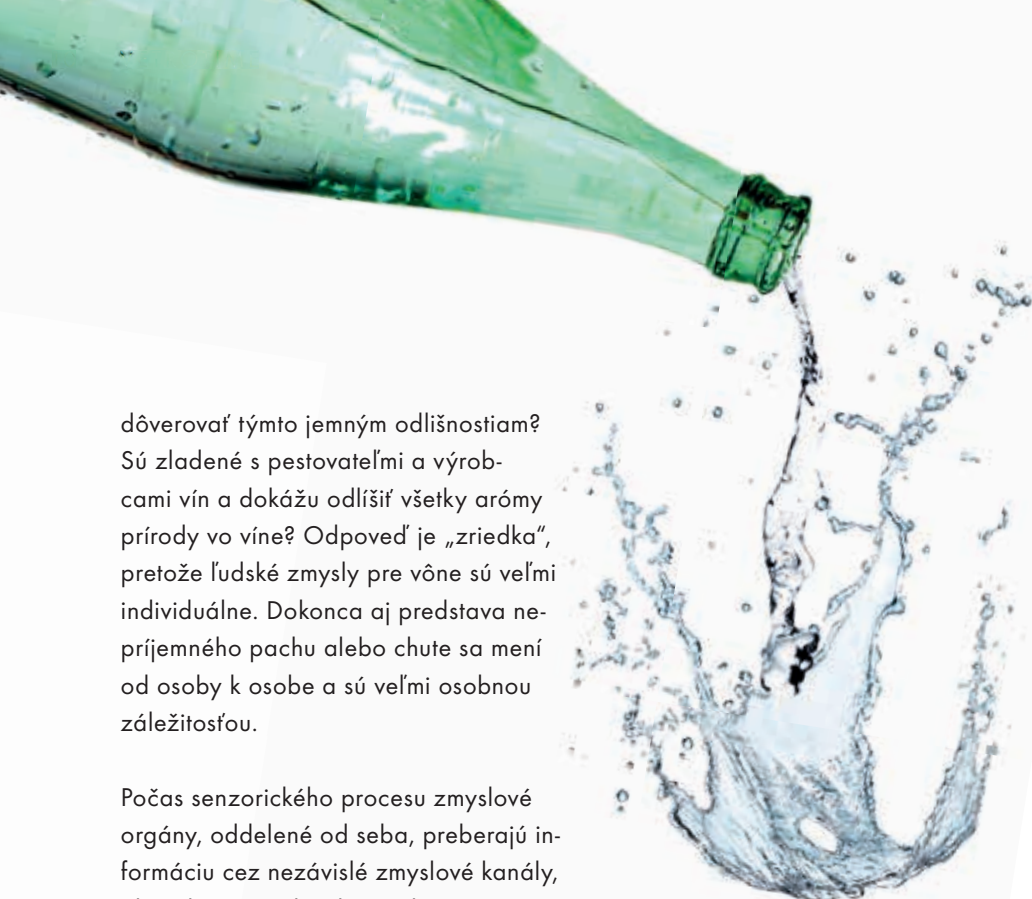
Sklo a senzorický proces

Sklo sa stáva atraktívnym obalom

Ludské zmyslové orgány sú extrémne citlivé a sú schopné rozlíšiť vône a chute individuálne. Senzorický proces zahŕňa použitie zmyslových orgánov na rozoznanie charakteristík niečoho, ako je napríklad víno. Samozrejme, vizuálne a hmatové odlišnosti výrobku takisto zohrávajú významnú úlohu a ovplyvňujú našu hedonickú odpoveď. To je dôvod, prečo vínová fľaša vyrobená zo skla znamená oveľa viac než „len“ nádoba na uchovanie výnimočného obsahu.

„Ovocné, intenzívne a komplexné, s jemnou arómou černíc a praženia, zanecháva spomienky na sladké drevko a tmavú čokoládu. Chuť: plná a výrazná. Ovocné, hladké a elegantné; plné telo so zrelými, perfektne integrovanými

tanínmi“. Zmyselne zvädzajúce opisy vín zvyčajne znejú podobne lákavo. Okrem etikety, prvý dojem z vína pre zákazníka je ovplyvnený tvarom a farbou fľaše, v ktorej sa ponúka. Ale môžu znalci týchto skvelých vín skutočne



dôverovať týmto jemným odlišnostiam? Sú zladené s pestovateľmi a výrobami vín a dokážu odlišiť všetky arómy prírody vo víne? Odpoveď je „zriedka“, pretože ľudské zmysly pre vône sú veľmi individuálne. Dokonca aj predstava nepríjemnéhoachu alebo chute sa mení od osoby k osobe a sú veľmi osobnou záležitosťou.

Počas senzorického procesu zmyslové orgány, oddelené od seba, preberajú informáciu cez nezávislé zmyslové kanály, aby ich potom skombinovali do jedného uceleného obrazu. Nie je vôbec prekvapením, že nos hrá kľúčovú úlohu pri ochutnávaní vína: je to ten najcitlivejší zmyslový orgán – a nielen na rozlišovanie špecifických vôní; dokonca ich dokáže vnímať jednotlivo. Je napojený na mozog. Vône sú odosielané priamo do limbického systému, ktorý je zodpovedný za emócie, a do hipokampu, ktorý je zodpovedný za pamäť.

Súhra medzi zmyslovými vnemami formuje celkový dojem

Výskumníci v oblasti degustácií sa čím ďalej, tým viac zaoberajú otázkou, ako rôzne zmyslové vnemy, ako vôňa,

„Sýtená minerálna voda zo sklenenej a plastovej fľaše chutia odlišne. Sklenená fľaša je lepšia na zachovanie pôvodného obsahu kyslíčnika uhličitého a tým aj chuti vody.“

Arno Steguweit
Nemecký degustátor vody

chuť alebo dokonca farba a zvuk, fungujú navzájom, keď si vychutnávame dobré víno a ako sú spracovávané do celkového dojmu, keď ho ovoniavame, ochutnávame a prehltáme. Skúmajú, ktoré fyziologické prejavy sprevádzajú skúsenosť z pitia vína a čo sa deje, ak víno vonia nečakane v porovnaní s popisom na etikete. Nepříjemný „korový“ pach zvyčajne maskuje dokonca viac vôní a dojmov, ktoré je potrebné identifikovať a pomenovať. Priznávame, pre bežného človeka je zložitý dôkladne definovať tieto „nepříjemné pachy“. Napriek tomu, rôzne pachové vnemy môžu byť klasifikované v používanej terminológii chutí. Musíme však pripomenúť, že na ľudské zmysly sa nemožno na sto percent spoliehať. Výborným príkladom toho je štúdia, kde biele

víno prifarbené na červeno bolo chybné identifikované ako červené víno dokonca expertmi na víno.

Dokonca aj voda má veľa príchutí

Drobné rozdiely v pachu a chuti sú ľahko rozoznateľné aj vo vode. Podľa Arna Steguweita, prvého európskeho degustátora vody, to má niekoľko dôvodov. Minerály obsiahnuté vo vode majú rôzne príchute: kyslú, slanú alebo horkú. Je





to hlavne kompozícia týchto minerálov, ktorá dáva vode jej príchuť. Kyslíčnik uhličitý má tiež svoj vplyv. Menej kyslíčnika uhličitého dovolí minerálnym príchuťiam vyniknúť výraznejšie. Pretože kyslíčnik uhličitý stimuluje chuťové poháriky na jazyku tak veľmi, že iné chute, či už sladké alebo horké, nie je možné tak ľahko vnímať. Napriek tomu, obaly sú ďalším faktorom, ktorý významne ovplyvňuje chuť vody. Minerálna voda z PET fľaše sa chuťovo odlišuje od tej istej vody podávané v sklenenej fľaši. To sa deje preto, že menej kyslíčnika uhličitého môže uniknúť pri otvorení fľaše. Tak je pôvodná chuť lepšie chránená.

Pitie očami

Keď sa jedná o víno, obal hrá dôležitú úlohu, a to z viacerých dôvodov. V srdci senzorickej hedonickej odpovede (hedonický = z gréckeho túžba a radosť) vzniká otázka,

ako vytvoriť výrobok, aby bol čo najatraktívnejší pre zákazníka. Vizualný a hmatový aspekt sú tiež v tomto smere dôležité, podobne ako chuť a vôňa. I keď náš zmysel pre vôňu je nástrojom vychutnávania vína, nesmieme zabúdať na obal. Prvý dojem sa ráta, a preto sa výrobcovia snažia použiť sklenené fľaše a etikety na vytvorenie predstavy o tom, čo sa nachádza vnútri. Tvar ilustruje charakter vína alebo nám pripomína región, kde sa víno vyrába. Príkladom je fľaša Bordeaux, ktorá sa veľmi odlišuje od fľaše na Burgundy. Ďalšou zaujímavosťou je, že červené víno sa málokedy objaví v čírej fľaši. Táto farba fľaše je bežná pri bielych alebo rosé vínach. Príčinou nie je len fakt, že tmavé sklo chráni svoj obsah pred negatívnymi účinkami slnečných lúčov. Ide teda jednoducho o zvyk? Číra fľaša ponúka priamy pohľad na sýtu červenú farbu vína ešte skôr, ako sa fľaša otvorí a preleje. Zatiaľ veľmi málo výrobcov už používa túto dizajnovú možnosť - ukázať svoje víno v jeho prirodzenej farbe.

Virtuálne nekonečný sortiment tvarov a farieb

Ľudstvo používa sklenené obaly po tisíce rokov. Sklenené nádoby používali už starovekí Rimanovia. No až po priemyselnej revolúcii v začiatkoch 19. storočia sa plnenie vína a destilátov stalo





bežnou praktikou. Dnes je už víno vo fľaši samozrejmosťou a je jedným z hlavných segmentov Vetropacku. Neexistujú žiadne limity v oblastiach tvaru, veľkosti a farby sklenených fliaš. Súhra rôznych dizajnových možností, ktoré sklo ponúka, je to, čo robí zo skla unikát. Napríklad reliéfy dodávajú sklu nezameniteľný vzhľad, zatiaľ čo papierové etikety vytvárajú špecifický dojem a transparentné etikety znamenajú moderný prvok. Farby, tvary a hmatovo zaujímavé povrchy sú prvými elementmi, ktoré nám umožnia vychutnať si zážitok z kvality a hodnoty vína, ktoré je vnútri.

Chuť – o nič viac a o nič menej

Práve tak dôležité ako vizuálne hodnotenie vína, samozrejme, je uchovanie kvality obsahu vďaka sklenenému obalu. Sklenené fľaše ponúkajú úžasné výhody – nielen pre vodu, ale aj pre víno alebo destiláty: sú úplne neutrálnej chuti a dostávajú pod kontrolu to, akým spôsobom vnímame obsah fľaše. Chuť a vlastnosti kvalitných nápojov ostávajú nezmenené v skle po dlhý čas. Nič neprenikne cez sklo z vonkajšieho prostredia a nevnikne dovnútra výrobku touto cestou, takisto nič nevytečie. Sklenený obal je ako trezor, ktorý chráni svoj hodnotný obsah a uchováva ho nezmenený po dlhý čas.

Sklenené flakóny – trezor



Ľudia sa snažili zachytiť krásne vône po tisícky rokov a používali ich pri výrobe nových parfumov. V dnešných časoch, ako aj vtedy, tieto vône boli inšpirované prírodou a ich originálne arómy boli zvyčajne extrahované z rastlín. Je jednoduché predstaviť si prácu parfuméra ako niečo vznešené: aká vzrušujúca predstava, vidieť miestnosť plnú

**„Nič na svete neoživi
minulosť
tak ako vôňa.“**

Eugenie Marlitt (1825-1887)
Spisovateľka

sklenených fľašiek plných vôní, ktorých esencie sú miešané vo flakónoch a, voilà, vzniká budúci svetoznámy luxusný parfum. Určite to však nie je také jednoduché, ako to vyzerá. I keď dnešná parfuméria nepotrebuje kreatívne mysle, väčšia časť potrebnej práce sa uskutočňuje v jednoduchom laboratóriu.

Časť umenia výroby parfumy spočíva v uchovaní vône, aby neunikla tak ako v prírode. To je hlavný dôvod nevyhnutnosti voľby správneho obalu. Prvé parfumy boli takmer vždy predávané v sklenených flakónoch, pretože vlastnosti skla plnia požiadavky na vysokú kvalitu. Sklo bráni vonkajším pachom preniknúť dnu a vôni parfumy uniknúť von.



vzácných vôní



Presne ako pri víne a destilátoch, možnosti dizajnu, ktoré sklo ponúka v oblasti tvaru a farby materiálu, ho robí nenahraditeľným aj v parfumérii. Osobitosť vône je zdvihnutá dizajnom flakónu: komunikuje jeho charakter, upozorňuje na jeho zmyselnosť a hlavnú myšlienku obsahu, prezrádza niečo o osobnosti a životnom štýle jeho nositeľa. Prezrádza to, čo nevidíte, a dáva možnosť zachytiť to, čoho sa nemôžete dotknúť.



Otázky pre parfuméra Andreasa Wilhelma:

Aké schopnosti potrebuje parfumér k práci?

Dobrá predstavivosť, tvorivosť a jemný zmysel pre vône, aby si mohol zapamätať surové vône. Pretože parfuméri ovoniavajú výrobok až na konci!

Ako sa učíte rozoznávať vône srdcom?

Pomáha mi veľa cviku, ovoniavam vône každý deň a snažím sa zapamätať si ich. Vložím ich do siete podobnej tej pavúčej tak, aby sa na seba napájali.

Prečo sa sklo ešte aj dnes považuje za ideálny obal na parfumy?

Sklo je inertné – nereaguje s parfumom a jeho váha vytvára dojem vysokej hodnoty.

Ste ako parfumér zapojený do procesu navrhovania skleneného flakónu?

Áno, spolupracujeme aj s dizajnérmi skla. Zvyčajne však zveríme túto prácu do rúk zákazníka. Len stojíme nablízku a podporujeme ho. Ja som samozrejme expertom na obsah flakónu.



Andreas Wilhelm (43) pracuje ako parfumér už viac ako 20 rokov. V roku 2018 vyhral prvú cenu „Duftstars“ vo Švajčiarsku a pozná svojím srdcom 10 000 vôní.



Obal

TSÜRI SAUCE fľaša z Bülachu

Od roku 2016, reštaurátor a šéfkuchár Christian Heusser, ktorý pôsobí v Zürichu, vkladá svoje srdce a dušu do jedinečných omáčok na grilovanie pod značkou TSÜRI SAUCE. Na trhu sú už štyri rôzne príchute. Tieto omáčky sa vyrábajú výhradne ručne, plnia sa do sklenených fliaš od Müller + Krempel a očísľujú sa.



na podnikateľský nápad. Teraz sú k dispozícii štyri rôzne príchute, ktoré sa líšia z hľadiska pikantnosti. Štvrtá Tsüri omáčka sa odlišuje od ostatných, pretože je to prvá BBQ omáčka navrhnutá ako doplnok k jedlám z morských plodov.

Pre Christiana Heussera je počas výroby veľmi dôležitá úzka spolupráca so spoločnosťami z miestneho regiónu. Nielen, že je to udržateľnejšie, ale tiež to dodáva produktu veľkú

pridanú hodnotu. Všetky omáčky sa vyrábajú výlučne ručne a sú starostlivo plnené do fliaš a očísľované podľa príchute.

Sklenená fľaša: známka kvality

Pre Christiana Heussera je prioritou, aby jeho výrobky dobre chutili a nepoškodzovali životné prostredie. Sklenená fľaša, vybavená hliníkovým uzáverom, je úplne recyklovateľná. Sklenené fľaše, ktoré sa používajú pre všetky štyri omáčky Tsüri, sú od spoločnosti Müller + Krempel v Bülachu, ktorá vlastní dizajn sklenených obalov v štýle fliaš na liehoviny a sú pre ňu vyrábané v malých sériách v Španielsku. Dobrá kvalita je podstatou každého aspektu tohto výrobku, takže použitie sklenených fliaš na balenie omáčok Tsüri dávalo absolútny zmysel. Christian Heusser je presvedčený, že sklo je oveľa príjemnejšie na dotyk a spätná väzba od zákazníkov to potvrdzuje.

Omáčka Tsüri odráža krásu mesta Zürich vo všetkých jeho aspektoch: je rozmanitá ako ľudia, kreatívna ako mestská reštauračná scéna a je jedno-ducho potešením, rovnako ako život v Zürichu. Za omáčkami Tsüri je kreatívna myseľ vynálezcu Christiana Heussera, ktorý má ako šéfkuchár dlhoročné osobné skúsenosti s „oháňaním sa panvicou“, vrátane príprav omáčok. Teraz je majiteľom kaviarne Café des Fleurs vo Wangen bei Dübendorf a so svojím tímom v Bachenbülachu vyrába omáčky Tsüri.

„Máme radi dobrú kvalitu, a to platí aj pre náš výber obalov. Sklenená fľaša s hliníkovým uzáverom je úplne recyklovateľná.“

Christian Heusser
Majiteľ a zakladateľ TSÜRI Group GmbH

Štyri príchute

Prvá zo štyroch omáčok bola vytvorená v roku 2016, hoci sa to nestalo za jednu noc. Recept na omáčku bol starostlivo formulovaný, neustále zdokonaľovaný a pôvodne používaný na výrobu omáčky pre ručne vyrábané hamburgery v Café des Fleurs. To podnietilo vášeň, ktorá sa zmenila

Ocenenie

Müller + Krempel slávi triumf s bronzovou medailou za projekt

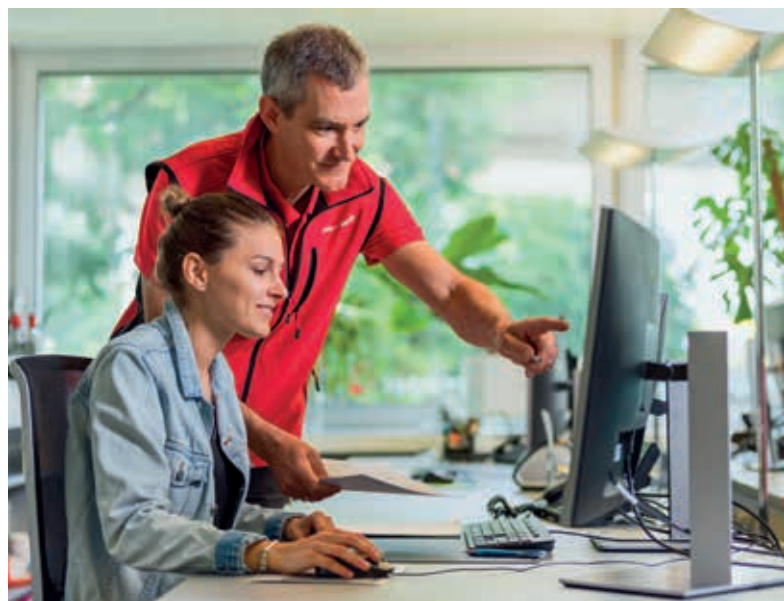
Spoločnosť Müller + Krempel LTD tento rok získala cenu kvality SAP 2020 v kategórii „Inovácia“. Túto cenu získala za implementáciu chatbot riešenia, ktoré zjednodušuje komunikáciu so zákazníkmi a uľahčuje prácu administratívnym pracovníkom.

Spoločnosť SAP Switzerland každoročne udeľuje ceny SAP Quality Awards v rôznych kategóriách. Ceny sú udeľované zákazníkovi, ktorí sa odlišujú svojou vynikajúcou prácou pri plánovaní a realizácii projektov. Spoločnosť Müller + Krempel bola ocenená bronzovou cenou v kategórii „Inovácia“ za novoza-

vedené riešenie chatbot. V spoločnosti Müller + Krempel sa tento softvér používa na rýchle a ľahké poskytovanie informácií zákazníkovi o ich objednávkach a na odbremenenie administratívnych pracovníkov, ktorí by inak museli podrobne vyhľadávať informácie. Zákazníci teraz môžu sledovať proces doručovania svojich objednávok sami a už nemusia strácať čas čakaním na vybavenie svojho telefonátu. Spätná väzba od zákazníkov je rovnako pozitívna a zamestnanci spoločnosti Müller + Krempel sa teraz môžu viac sústrediť na svoje kľúčové zodpovednosti. Zavedenie chatbotu už viedlo k 70 % poklesu počtu telefonátov od zákazníkov.

„Ocenenie SAP je vítaným uznaním tohto projektu a skutočnosť, že bol tak úspešne implementovaný, pre nás znamená ešte viac.“

Mark Isler, generálny riaditeľ spoločnosti Müller + Krempel Ltd



Vďaka novoimplementovanému riešeniu chatbot sa Mark Isler a jeho tím môžu venovať viac svojim hlavným povinnostiam.

Ďalšími aspektmi projektu bola automatizácia procesu balenia a prepravy, ktorá úspešne zvýšila kvalitu a efektívnosť. Spoločnosť Müller + Krempel taktiež považovala za dôležité zabezpečiť pracovné miesta zamestnancov so zdravotným postihnutím napriek posunu k digitalizácii.

Preto sa dbalo na to, aby technické pomôcky boli ľahko zrozumiteľné a mali jednoduché použitie. Spoločnosť Müller + Krempel berie sociálnu zodpovednosť veľmi vážne a tiež aktívne propaguje rovnováhu medzi pracovným a súkromným životom tým, že ponúka

pracovné miesta na skrátený pracovný úväzok. Spoločnosť Müller + Krempel implementovala projekt SAP do dvoch mesiacov, čím zdôraznila svoj záväzok k prístupu orientovanému na zákazníka. Implementácia chatbotu znamenala dôležitý krok v procese digitálnej transformácie. Aj v krátkom časovom úseku nové prvky umožnili spoločnosti dosiahnuť značné úspory.

Müller + Krempel – výroba obalov od roku 1920

Spoločnosť Müller + Krempel Ltd (M + K) je popredným poskytovateľom služieb v oblasti balenia pre potravinársky, farmaceutický a kozmetický priemysel. Ako servisný partner pre priemysel, maloobchod a obchod sa spoločnosť M + K zameriava na poskytovanie vysokej dostupnosti dodávok pre akýkoľvek objem objednávok, spolu s atraktívnymi cenami a širokým sortimentom. Spoločnosť založená v roku 1920 je súčasťou skupiny Vetropack Group od roku 1959 a teraz zamestnáva 14 zamestnancov vo svojich dvoch závodoch v Bülachu a St-Prex.



Európsky zákaznícky prieskum

Sklenené obaly: prvotná voľba environmentálne uvedomelého zákazníka

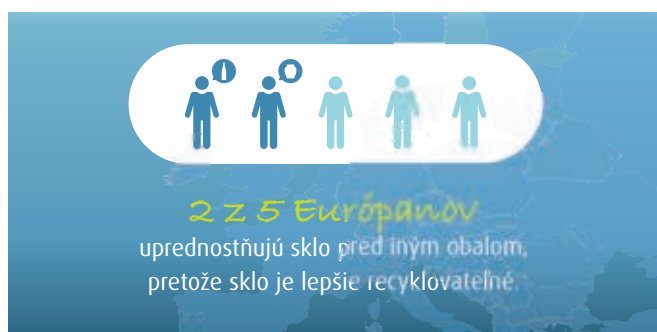
Posledné výsledky od európskeho sklárskeho priemyslu ukazujú, že povedomie o recyklácii a dopadoch na životné prostredie v rastúcej miere ovplyvňuje každodenné nákupné správanie, až 90 % účastníkov prieskumu tvrdí, že by odporúčali sklo ako najlepší obalový materiál svojim priateľom a rodine – čo je o 11 % viac ako v roku 2016.

Friends of Glass a Európska federácia obalového skla (FEVE) uskutočnili zákaznícky prieskum, ktorého sa zúčastnilo 10 000 spotrebiteľov z 13 európskych krajín. Prieskum poukázal na to, že ľudia nakupujú viac skla než v minulosti: polovica spotrebiteľov kupuje viac výrobkov v sklenených obaloch v porovnaní s obdobím pred tromi rokmi.

zdroj pre novú výrobu. V skutočnosti až 40 % všetkých spotrebiteľov si aktívne vyberá sklo spomedzi iných obalových materiálov práve preto, že je lepšie recyklovateľné než ktorýkoľvek iný obal.

Na udržateľnosti záleží

Podľa prieskumu je dopad obalov na životné prostredie rovnako dôležitým ukazovateľom pri nakupovaní potravín a nápojov, s väčšinovým podielom spotrebiteľov (75 %), ktorí neradi vyhadzujú potravinové obaly a jeden z troch respondentov považuje potrebu obmedziť ich použitie ako najdôležitejšiu zásadu. Zároveň 46 % Európanov uviedlo, že výrazne znížili spotrebu plastov z dôvodu zamedzenia znečistenia životného prostredia.



Výsledky sú ovplyvnené výnimočnou recyklovateľnosťou skla a rastúcim povedomím o jeho environmentálnych výhodách medzi spotrebiteľmi: Vďaka rozsiahlej sieti lokálnych recyklačných zariadení a skutočnosti, že sklo je vyrobené z recyklovaného skla a prírodných surovín (piesok, sóda a vápenc), sklo je na 100 % a donekonečna recyklovateľné v lokálnom uzatvorenom systéme, ktorý z neho vytvára



Sklo je vo všeobecnosti považované za environmentálne najvhodnejší obal: je ohromujúce, že sa nachádza na najvyššej priečke v rebríčku riešenia kontaminácie a záfaže pre životné prostredie, hlavne ak ide o obmedzenie vyhadzovania potravín (sklo vyhodnotilo 42 % respondentov ako „najlepší materiál vo svojej triede“), znižovanie obalového odpadu a riešenia klimatickej zmeny (48 % respondentov).

Výsledky tiež ukazujú, že prevažná väčšina spotrebiteľov recykluje sklenené obaly: 84 % Európanov triedi svoje sklo, 80 % správne oddeľuje vrchnáky a uzávery. Najvhodnejším

spôsobom zbavovania sa použitého skla v Európe je použitie miestnych kontajnerov na sklo.

Všetky tieto čísla znamenajú krok Európy správnym smerom k cirkulárnej ekonomike a dosiahnutiu dôležitých cieľov udržateľnosti, ako je skutočná miera recyklácie 70 % do roku 2025 a 75 % do roku 2030 v rámci celej Európy.



„Taviaca vaňa budúcnosti“

Členovia Európskej federácie obalového skla (FEVE), vrátane skupiny Vetropack, spojili svoje sily, aby vybudovali prvú veľkú hybridnú elektrickú taviacu vaňu na svete, ktorá nahradila súčasnú fosílnu energiu zelenou energiou na 80 %, čím znížila emisie CO₂ o 50 %. Táto prevratná hybridná technológia je dôležitým medzníkom v smerovaní priemyslu k dosiahnutiu klimatickej neutrality. Emisie CO₂ už boli výrazne znížené vďaka spracovaniu recyklovaného skla.

20 sklární bude financovať pilotný projekt a Ardagh Group, druhý najväčší svetový výrobca sklenených obalov, už potvrdil, že má záujem vybudovať navrhnutú vaňu v Nemecku. Mala by byť funkčná a pripravená na testovanie v skutočných podmienkach (cieľom je dosiahnutie kapacity viac ako 300 ton skla denne) do roku 2022, ak sa podarí splniť potrebné technické a trhové kritériá. Počiatočné výsledky testovania by sa mali objaviť v roku 2023. Členovia sa spoločne uchádzajú o podporu z fondov EÚ na obchodovanie s emisiami (ETS) v roku 2020.

Feve

Európska federácia obalového skla je združenie európskych výrobcov sklenených obalov určených pre potraviny, nápoje, kozmetické a farmaceutické výrobky. Jej členovia vyrábajú viac ako 80 miliónov sklenených obalov ročne. So svojimi 160 výrobnými závodmi v 23 európskych krajinách, sklársky sektor je kľúčovým ekonomickým partnerom v Európe, ktorý vytvára 125 000 pracovných miest pozdĺž celého dodávateľského reťazca.



Vratné fľaše

LIMÖ vo vratnej fľaši

Sklo je vhodné ako pre jednorazové, tak aj pre vratné obaly. Vratný obal je možné použiť veľakrát a na konci jeho životného cyklu je možné ho opäť roztaviť a spracovať na nové fľaše bez straty kvality.

V sortimente nealkoholických nápojov v rakúskych malo-obchodoch s potravinami doteraz dominovali jednorazové fľaše. Spoločnosť Egger Getränke GmbH, so sídlom v Unterradlbergu v Dolnom Rakúsku, zavádza pre značku „Limö“ novú vratnú litrovú sklenenú fľašu. Začína sa tým nový trend, ktorý rozširuje sortiment nealkoholických nápojov smerom ku spotrebiteľom, ktorí chcú šetriť životné prostredie. Vetropack Austria vyrába atraktívne fľaše z číreho skla vo svojom závode v Pöchlarni.

Vetrotime sa opýtal Martina Forstera, generálneho riaditeľa spoločnosti Egger Getränke GmbH, na jeho prvé skúsenosti s novými obalmi.

Vaša firma sa veľkou investíciou do novej linky na plnenie skla v závode v St. Pölten vydáva na nepreskúmanú cestu. Prečo ste sa nakoniec rozhodli pre sklo?



Martin Forster, generálny riaditeľ spoločnosti Egger Getränke GmbH, s novou litrovou sklenenou fľašou Limö

rieme vážne. Chceme pomôcť návratu ku sklu. V 80. rokoch činil podiel vratných sklenených fliaš v Rakúsku 80 percent a my by sme sa radi k tomuto číslu vrátili.

Egger Getränke je hrdým rodinným podnikom, ktorý myslí na budúce generácie, a nielen na krátkodobé účtovné uzávierky. Výsledkom je, že dokážeme vnímať celkový obraz a naplňovať našu spoločenskú zodpovednosť. Zmena klímy práve prebieha a našou úlohou je pôsobiť proti nej v duchu inovácií a podnikateľskej odvahy. Príkladom je naša nedávna investícia vo výške 25 miliónov EUR do jednej z najmodernejších liniek na plnenie skla

v Európe. Túto tému be-

Aké príležitosti vám nová linka na plnenie sklenených fliaš ponúka?

Nová linka nám umožňuje plniť širokú škálu veľkostí a tvarov sklenených fliaš. Zariadenie je skutočným esom, ktoré nám umožňuje plniť fľaše od objemu 0,2 l až po 1 liter. Ďalej poskytuje využitie všetkých druhov sekundárnych obalov, od vratných krabíc po pevný kartón, a následné použitie lepiacich etikiet. K dispozícii je viac než 300 rôznych kombinácií. Maximálny výkon tohto zariadenia je až 30 000 fliaš za hodinu. Závod je stopercentne uhlíkovo neutrálny, rovnako ako všetka výroba v Egger Getränke. Použitá technológia navyiac umožňuje spotrebovať o 25 percent menej energie a o 50 percent menej vody oproti bežným výrobným zariadeniam.

Vaša firma je synonymom inovatívnych produktov a riešení na mieru. Nové sklenené vratné fľaše sú na trhu od polovice marca. Ako sa nový sklenený obal Radlberger Limö páči zákazníkom?

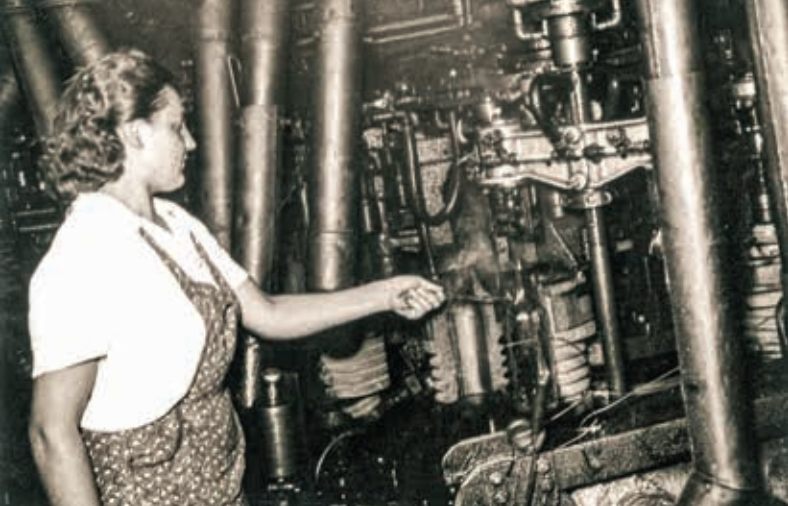
Ako už vieme, spotrebiteľia na tieto nové obaly reagujú veľmi dobre. 91 percent spotrebiteľov si skutočne myslí, že vratné sklo je najekologickejším obalom. Pričom sklenená fľaša nie je nová. Začínáme presne tam, kde nápojový priemysel skončil na konci 90. rokov. Narábanie s vratnými fľašami a prepravkami nie je nič nové, to isté sa deje s pivom a minerálnou vodou.

Na výrobu vratnej litrovej sklenenej fľaše ste si vybrali spoločnosť Vetropack Austria. Prečo?

Ako výrobca potravín si ceníme profesionálnych a udržateľne zameraných dodávateľov, na ktorých sa môžeme stopercentne spoľahnúť vo všetkých oblastiach nášho partnerstva. Vetropack je pre nás tento typ partnera, a to už po mnoho rokov. Znalosti Vetropacku a desaťročia skúseností s výrobou sklenených obalov hovoria tiež v jeho prospech.

Geografická blízkosť k nášmu závodu v Unterradlbergu pre nás bola, spolu s otázkami spojenými s kvalitou a bezpečnosťou, jedným z rozhodujúcich faktorov. Vozíť vratné sklenené fľaše z väčšej diaľky pre nás nemá zmysel.

Ďakujeme za rozhovor.



Výročie

160 rokov sklárskej výroby v Hume na Sutli

Vetropack Straža oslavuje svoje 160. výročie. V roku 1860 postavil bavorský priemyselník Michael von Poschinger malú skláreň v Hume na Sutli a pomenoval ju podľa zeme, na ktorej sa nachádzala - „Straža“. Továrň má bohatú históriu, za ktorou sa môžeme obzrieť.

História Vetropacku Straža je príbehom ľudí, ktorí sa spojili vďaka spoločnej vášni pre sklo. Sklárske remeslo bolo odovzdávané generáciami sklárskych majstrov svojim deťom a vnúčatám. Aj keď práca v sklárni bola vždy náročná, nadšenie pre sklo je medzi obyvateľmi Straže stále neporušené.

Miesto výroby nebolo vybrané náhodne; rozhodujúcim faktorom bola jeho blízkosť k prameňu minerálnej vody v Rogaška Slatina - prvému zákazníkovi spoločnosti. V priebehu posledných 160 rokov prešla továrň niekoľkými turbulentnými obdobiami. Všetky najvýznamnejšie zmeny sa odohrali počas posledných troch desaťročí - rozpad Juhoslávie, nezávislosť Chorvátska, občianska vojna, privatizácia aj zmeny vlastníctva. Vďaka dobrému strategickému riadeniu sa Straži podarilo prežiť tieto náročné časy.

Najvýznamnejším medzníkom v histórii sklárne bolo pripojenie sa k skupine Vetropack v roku 1996. Vetropack a rodina Cornazová priniesla nové projekty a investície a dobre zorganizovaný tím odborníkov. V Straži našli kolektív zručných a oddaných ľudí pripravených učiť sa a adaptovať sa.

Vedúci výroby Josip Šolman (vpravo), ktorý pracuje v závode 38 rokov, bol svedkom niekoľkých významných momentov. „Výroba skla bola pre mňa vždy viac ako len



práca. Bola to moja vášeň, neustála výzva na zlepšenie procesu a produktu. Pri pohľade späť môžem povedať, že sme dosiahli obrovský pokrok v oblasti sklárskej technológie, najmä po vstupe do skupiny Vetropack. Spolupráca medzi vedením a mladšími zamestnancami, ako aj požiadavky zákazníkov, ktoré nám umožňujú neustále zlepšovanie, sú základnou a dlhodobou hnacou silou nášho rozvoja.“

Koronakríza prinútila spoločnosť vzdať sa väčšiny podujatí k výročiu sklárne. Napriek tomu sa uskutočnila obnova a ďalšie vybavenie miestneho Vetroparku - skvelé prekvapenie pre deti, keď sa po dvoch mesiacoch izolácie vrátili do školy (pozri obrázok vľavo).





Čistá

Dar z Karpát

Prírodná minerálna voda Karpatska Dzherelna je extrahovaná z hĺbky 90 metrov v nedotknutej prírode karpatských hôr. Z dôvodu zachovania zdraviu prospešných látok vody, výrobca siahol po ekologicky vhodnom riešení balenia – sklenených fľašiach prémiovej kvality vyrobených vo Vetropacku Gostomel.

Originálna fľaša s objemom 0,5 l má tvar slzy, ktorý ohromuje svojou elegantnou jednoduchosťou. Rytiny na povrchu pripomínajú tvar pohoria a vznášajúceho sa orla, čím vyzdvihujú pôvod minerálnej vody. Fľaša sa teší príjemnému dizajnu aj svojej využiteľnosti: hrubé dno garantuje stabilitu, pričom 100 % recyklovateľný materiál predstavuje rešpektujúci postoj výrobcu k životnému prostrediu.

Výnimočný výrobok Karpatska Dzherelna stavia zdravie zákazníka do centra pozornosti. Táto minerálna voda je filtrovaná od tuhých častíc bez zmeny prírodného zloženia. To ochraňuje základný pomer minerálov a mikroelementov, ako je napríklad vápnik. Minerálna voda je dostupná v tichej a perlivej forme.



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



Perlivé

Nadčasový dizajn

Za posledné desaťročia sa fľaša navrhnutá pre „Fonti S. Bernardo“ s motívom kvapiek vody stala ikonou. Dnes číru fľašu s objemom 26 cl vyrába závod Vetropack v Trezzane sul Naviglio.

Spoločnosť Fonti S. Bernardo bola založená v roku 1926 v Garessio v regióne Piemont (Taliansko), aby prinášala najčistejšiu a najľahšiu vodu z neďalekých prameňov na všetky talianske stoly. Táto minerálna voda pochádza z Prímorských Álp, nekontaminovaného prostredia v nadmorskej výške 1300 m nad morom. V polovici 90. rokov známy dizajnér Giorgetto Giugiaro navrhol pre svoju značku slávnú fľašu „Gocce“, ktorá je dodnes svetoznáma a charakteristická pre nápoje Acqua S. Bernardo. Je vychýrená svojou eleganciou a distingvovaným talianskym štýlom.

S. Bernardo vstúpil do sveta sýtených nealkoholických nápojov v roku 2017 a 26 cl fľaša, vyrábaná v čírom skle vo Vetropacku Italia, je určená pre túto líniu so svojimi žiarivými farbami, silnou arómou a nezabudnuteľnou chuťou. Sviežosť je koncept, ktorý vystihuje celá rada týchto osviežujúcich nápojov s úžasnými príchuťami (limetka a zázvor, citrón a mäta, horký pomaranč a chinín), ako aj v tradičnejších variáciách: pomaranč, ružový grapefruit, zázvorové pivo, sóda a mnoho iných – všetky dostupné pre vaše potešenie.

Na prvý pohľad:
najnovšie výrobky





Regionálny

Fľaša na víno pre Bern

Švajčiarsky závod spoločnosti Vetropack v St-Prex vyrába nové vínové fľaše vo farbe cuvée pre kantón Bern. Fľaše s objemom 0,75 litra sa môžu plniť iba vínom vyrobeným v tomto kantóne.

Existuje veľa spôsobov, ako nakresliť medveďa. Ale pokiaľ ide o toho, ktorý je vyrytý na vínovej fľaši s vysokým korkovým uzáverom, nie je priestor pre žiadny kompromis. Je to preto, že tu je vyobrazený slávny bernský medveď: čierny medveď tiež zdobí erb mesta a kantónu Bern. Vetropack Švajčiarsko vyrába tieto vínové fľaše v cuvée farbe. Dizajn tejto špeciálnej fľaše je jednoduchý a napriek tomu veľmi elegantný.

Fľaše s objemom 0,75 litra sa môžu plniť iba vínom vyrobeným v miestnej oblasti. Odrody, ktoré zahŕňajú chasselas, pinot noir a chardonnay sa pestujú v kantóne, ktorý je rozdelený medzi dve vinárske združenia - pokrývajúce oblasti jazera Biel a jazera Thun / Bern. Tieto dve združenia zastupujú záujmy príslušného regiónu.



Rozmanité

Osviežujúce a bylinné

Osviežujúce bylinné horké nápoje sú momentálne veľmi obľúbené. Spar Austria predstavila dva zvlášť populárne druhy sirupov v elegantnej čirej fľaši od Vetropacku Austria.

Horké nápoje sú v súčasnosti veľmi obľúbené, aj vďaka rozmanitej škále džinových špecialít spolu s trendom oživenia longdrinkov. Už nie sú len doplnkom alkoholu, ale je možné ich piť čisté alebo si ich vychutnať v nealkoholickom kokteile.

V súlade s týmto trendom Spar Austria rozšíril svoju radu sirupov o príchuť Tonic a Wild Berry. Štíhla číra fľaša s objemom 0,5 l bola špeciálne vyvinutá na tieto nové horké variácie, čím sa dosiahol vzhľad vysokej kvality. Jemné zakrivenie smerom dovnútra pod jej plecami pôsobí na to, ako dobre fľaša sedí vo vašej ruke. Vetropack Austria vyrába tieto fľaše vo svojom závode v meste Pöchlarn v Dolnom Rakúsku.

Ak zmiešame Spar Tonic a Wild Berry s minerálnou vodou, chutia presne ako hotové miešané horké nápoje. Množstvo sirupu v nápoji je, samozrejme, možné prispôbiť vašim individuálnym chuťovým požiadavkám.



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

Spoločné štandardy

Kvalita má najvyššiu prioritu – to platí aj pre vratné sekundárne obaly

Pokiaľ majú byť naše sklenené obaly bezpečné a v poriadku doručené na miesto určenia, musia byť bezpečne zabalené, a to pomocou paliet a plastových preložiek, ktoré sú v perfektnom stave a vhodné na prepravu. Naším cieľom je spolupracovať so zákazníkmi na zlepšovaní kvality našich dodávok a zvyšovaní obojstrannej spokojnosti.



do svojich vlastných zásob paliet a preložiek a priebežne ich nahrádzať. A v tomto duchu plánuje pokračovať.

Tieto investície reflektujú záväzok spoločnosti Vetropack týkajúci sa zabezpečenia kvality. Nechceme už akceptovať žiadne ďalšie zhoršenie kvality obalových materiálov, ktoré dostávame späť od našich zákazníkov. Z tohto dôvodu sme definovali nové kritériá pre kvalitu vrátených obalov a tie sme pevne zakotvili do zmlúv. Tieto jasné kritériá tvoria základ pre kontrolu a triedenie paliet a preložiek.

Vetropack vezme naspäť veľa, ale nie všetko

Vetropack, samozrejme, prijíma obaly, ktoré vykazujú zvyčajné známky opotrebenia, a prijme i niektoré, ktoré je potrebné opraviť alebo zlikvidovať. Ale niekde je nutné stanoviť hranicu. V prípade paliet je táto hranica prekročená, ak päť

Vlastná zásoba Vetropacku sa skladá z 1,1 milióna paliet a 6 miliónov preložiek, ktoré sa dostanú do obehu viac než dvakrát za rok a priemerne prejdú 500 km počas každej svojej cesty. Počet vrátených obalových materiálov, ktoré musia byť vyradené, sa v poslednej dobe zvyšuje. Každý vrátený obal kontrolujeme, opravujeme, čistíme a v prípade potreby likvidujeme. Pretože je každá táto činnosť veľmi nákladná a nie je v súlade so zásadami udržateľnosti, Vetropack sa rozhodol v tejto oblasti oveľa viac spolupracovať so svojimi zákazníkmi.

Naše kritériá kvality boli vytesané do kameňa

Vetropack sa zaväzuje používať len obalový materiál, ktorý spĺňa požadovanú špecifikáciu a úroveň kvality. Aby boli zaistené dodávky v špičkovom stave a zabezpečil sa kvalitný obalový materiál, musí spoločnosť Vetropack investovať

percent vrátených paliet potrebuje opravu a dve percentá musia byť zlikvidované. Pri preložkách je dodávka akceptovaná, ak obsahuje nie viac ako tri percentá preložiek, ktoré je nutné zlikvidovať. Vetropack už nebude tolerovať žiadne nadmerné poškodenia alebo akýkoľvek obalový materiál, ktorý bude nesprávne vrátený, pokiaľ ide o jeho rozmery, vlastnosti alebo množstvo. Náklady na likvidáciu alebo vrátenie tohto materiálu potom poniesie zákazník.

Nové riadenie vrátných obalov

Nový postup pre riadenie vrátných obalov je uvedený v leťáku, ktorý bude včas rozoslaný zákazníkom. Všetci – vaša spoločnosť, Vetropack i životné prostredie – fažíme z toho, že sa s paletami a plastovými preložkami zaobchádza s náležitou starostlivosťou.



Malbritt Jansson & Pete Humer



Glasnuseet Ebeltoft



Malbritt Jansson & Pete Humer

Sklárske múzeum Ebeltoft

Čisté tvary a žiarivé farby

Sklárske múzeum v dánskom meste Ebeltoft ponúka úžasné spojenie remesla a umenia. Hlavným cieľom zbierky múzea je zvýšiť povedomie o súčasnom skle a zaistiť mu väčšie ocenenie.

Múzeum pozýva svojich návštevníkov na prechádzku sklárskou históriou uplynulých 40 rokov. V presvetlených miestnostiach predstavuje moderné medzinárodné sklárske umenie, pričom sa môže pochváliť trvalou zbierkou asi 1 600 objektov. Umelci, ktorí sú oslovení, aby prispeli svojim dielom do zbierky, sú starostlivo vyberaní. Ich diela sú múzeu buď darované alebo zapožičané, čím sa múzeum Ebeltoft odlišuje od iných inštitúcií svojho druhu. Umelci pravidelne zdieľajú svoju prácu, čo umožňuje múzeu sledovať aktuálne trendy v odbore a vystavovať najnovšie artefakty. Zbierka zahŕňa diela od viac ako 700 umelcov.

Okrem udržiavania stálej zbierky usporadúva múzeum každoročne niekoľko medzinárodných výstav, ktoré sa zameriavajú na jednotlivých umelcov alebo skupiny umelcov. Tieto výstavy potom často putujú na turné po ďalších krajinách. V minulosti boli hlavné výstavy múzea zamerané najmä na prácu významných, etablovaných a skúsených sklárskych umelcov. V priebehu rokov sa však situácia zmenila a pozornosť sa zamerala predovšetkým na mladých, začínajúcich

študentov a absolventov, ktorí so sklom pracujú len niekoľko rokov a často majú skôr experimentálny prístup.

Historická promenáda

Malé dánske mesto Ebeltoft sa nachádza na polostrove Djursland v Jutsku, slúži ako rybársky prístav, prístav jacht a turistický cieľ. Turisti sa radi prechádzajú starým mestom, ktoré pochádza zo 14. storočia, alebo navštevujú miestne sklárske múzeum, ktorého povesť presahuje hranice Dánska. Sklárske múzeum Ebeltoft (Ebeltoft Glasmuseet) vzniklo v budove bývalej colnice v roku 1986. K budove bolo v júni 2006 pristavané moderné krídlo navrhnuté dánskymi architektmi 3XN. Patrónkou múzea je kráľovná Margrethe II.



Sklárske múzeum Ebeltoft

D Á Ň S K O

**Kontaktné adresy
predaj****Švajčiarsko**

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

Rakúsko

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

Česká republika

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

Slovensko

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

**Chorvátsko, Slovinsko,
Bosna-Hercegovina,
Srbsko, Čierna Hora,
Macedónsko, Kosovo**

Telefón +385 49 326 326
prodaja@vetropack.com

Ukrajina

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

Taliansko

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

**Ostatné krajiny západnej
Európy**

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

**Ostatné krajiny východnej
Európy**

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