

VETROTIME

NOVINKA

Správa o trvalej
udržateľnosti 2014

TRH

Z prameňa
do fľaše

TECHNIKA

Pre životné
prostredie
a sklo



04 | TRH

Elixír života

12 | TRVALÁ UDRŽATEĽNOSŤ

Priekopníčka v recyklácii skla

14 | NOVÝ DIZAJN

Pestrá zmes nápojov

22 | UMENIE

Staroveké sklo zo St-Prex

Milé čitateľky, milí čitatelia,

jeden z nosných článkov tohto vydania Vetrotime sa venuje téme voda. Tá je nielen obľúbeným nápojom na uhasenie smädu, ale aj zdrojom života v tom najužšom zmysle slova (viac na stranách 4 až 6). Bez vody niet života. Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj (OECD) odhaduje, že spotreba vody u ľudí sa za roky 2 000 až 2 050 takmer zdvojnásobí. Treba uznať, že „balená voda“ predstavuje len malú časť celkovej spotreby. Napriek tomu by sme s niečím, čo je na našej planéte také cenné, malo narábať s tým najväčším rešpektom. K tomu pre mňa patrí aj druh balenia. A čo zodpovedá prírodnému produktu, akým voda je, lepšie než sklo?

Ten, kto sa zamýšľa nad vodou a jej významom pre ľudstvo, zvieratá a rastliny, skôr či neskôr skončí pri téme trvalej udržateľnosti. V tejto súvislosti by som rád spomenul jednu vec. Spoločnosť Vetropack totiž po prvý raz v histórii vydala správu o trvalej udržateľnosti. Naším heslom je trvalý rozvoj na každej úrovni. Začínajúc vedením firmy, cez ľudskú stránku, teda zamestnancov, dodávateľov a zákazníkov, až po naše výrobky a životné prostredie.

„Preberáme zodpovednosť.“ Uskutočňovanie tejto vízie, spracovanej už v našom firemnom filme, je viditeľné a citelné aj v našej správe o udržateľnosti. Keďže preberáme zodpovednosť za to, čo robíme, bolo pre nás dôležité zostaviť správu podľa štandardov GRI „G4“. GRI je skratkou pre neziskovú organizáciu Global Reporting Initiative. Táto organizácia a jej smernice sú vo svete uznávané a zvyšujú transparentnosť a možnosť porovnania. V ďalších vydaniach časopisu Vetrotime budeme vždy niečo citovať z našej správy. V tomto vydaní začíname pod titulom „Vetropack v skratke“, čo je krátky ilustrovaný popis našej skupiny. Na strane 12/13 nájdete informačnú grafiku „Obalové sklo – od zhodnocovania použitého skla až po recyklovateľný prémiový výrobok“. Zdá sa Vám to povedomé? Malo by, pretože naša spoločnosť i výroba skla boli udržateľné vždy. Ešte by som chcel podotknúť, že záujemcovia, ktorí by si už teraz chceli prečítať správu o zabezpečení udržateľnosti celú, ju nájdú na našich webových stránkach alebo si ju môžu objednať v tlačenej verzii.

Rád by som vás ešte upozornil na reportáž z akcie Vetrotalk, ktorá sa konala uplynulú jeseň vo Viedni (strana 20 a 21). Na tomto podujatí sa diskutovalo o možnostiach a výzvach skla ako obalového materiálu. A ak sa chystáte v najbližších týždňoch do Ženevy, odporúčam Vám navštíviť Musée Ariana (strana 22 a 23). Koná sa tam výstava „historického“ sklárskeho umenia zo sklárne v St-Prex.

Prajem Vám teda pohodu pri čítaní nášho časopisu. Nájdete v ňom veľa nových informácií!

So srdečným pozdravom


Claude R. Cornaz

2985
zamestnancov

603,7 mil.
obrat v CHF

Vetropack v skratke

8
pobočiek v Európe

*Preberáme
zodpovednosť za našich
zákazníkov, za kvalitu
našich výrobkov a za
životné prostredie.*

Pöchlarn
Vetropack Austria GmbH

Kyjev
Vetropack Moravia Glass, a.s.

Bülach
Vetropack Holding AG

Gostomel
JSC Vetropack Gostomel

St-Prex
Vetropack AG

Nemšová
Vetropack Nemšová s.r.o.

Kremsmünster
Vetropack Austria GmbH

Hum na Sutli
Vetropack Straža d.d.

> 2500
rôznych sklených obalov

60%
využitie použitého skla
vo výrobe

4,55 mld.
kusov obalového skla ročne



QR kód vás privedie k firemnému filmu Preberáme zodpovednosť.



MINERÁLNA VODA

Voda – elixír života

Voda je životne dôležitá, zdravá a chutná. Nič nechráni túto drahocennú tekutinu spoľahlivejšie než ušľachtilá fľaša zo skla. Tvar a farba skleného obalu majú takmer nekonečné možnosti.

71 % našej planéty je pokrytých vodou. 97,4 % z toho je slaná voda, 2,6 % ľadovce a sneh. Podiel sladkej vody je len 0,3 %. Ale nielen Zem je planétou vody, taktiež človek potrebuje pre svoj život vodu. Obsah vody v ľudskom tele závisí od jeho veku: u novorodencov predstavuje voda 70 až 80 % telesnej hmotnosti. U človeka, ktorý je starší než 85 rokov, je to už len 45 až 50 %. Podiel vody v ľudskom tele v priebehu života neustále klesá.

Ľudský metabolizmus je odkázaný na vodu. Voda reguluje krvný obeh, trávenie, rozpúšťa soli a minerálne látky, doprava živín a odpadové látky. Voda navyše pomáha regulovať teplotu ľudského organizmu. Pre zdravého dospelého

človeka preto orientačne platí: 1 ml tekutiny na 1 kcal. Pri 2 500 kcal je to 2,5 litra. Ako minimálne množstvo sa odporúča vypiť vo forme nápojov 1,5 litra vody za deň.

Balená voda

Voda je veľmi rozmanitá. Jej mnohotvárnosť nie je len otázkou chuti, ale taktiež definície. Nie každá voda, ktorá sa plní do fliaš, sa smie nazývať minerálna voda.

Prírodná minerálna voda sa vyznačuje svojím konštantným obsahom charakteristických obsiahnutých látok. Pochádza z podzemnej zásoby vody, chránenej pred akýmkoľvek znečistením. Na svojej ceste vrstvami hornín sa obohacuje

o rôzne minerály a stopové prvky a získava tak svoju typickú chuť. Rovnako ako v prípade vína používame v tejto súvislosti termín „terroir“. Tento pojem znamená súhrn klimatických podmienok a vlastností pôdy. Spektrum chutí, ktoré tým je možné dosiahnuť, je pozoruhodné. Siahla od sladkej až po slanú, od kovovej až po mäkkú chuť. Prírodná minerálna voda sa musí stáčať pri prameni a nesmie sa meniť jej charakteristické zloženie.

Pramenitá voda síce taktiež pochádza z podzemných zásob vody, nepotrebuje však žiadne úradné schválenie. Stáča sa priamo pri prameni. Do pramenitej vody ani do prírodnej minerálnej vody sa nesmú pridávať žiadne chemické látky, prídavné minerálne látky alebo iné druhy vody.

Stolová voda sa vyrába z pitnej vody, pramenitej vody alebo prírodnej minerálnej vody. Musí spĺňať požiadavky nariadení o pitnej vode a smie sa obohacovať o rôzne prísady (morskú vodu, soľanku, minerálne látky, kyselinu uhličitú). Liečivá voda má veľmi vysoký podiel minerálov a má liečivý a preventívny účinok. Podlieha zákonu o liečivách.

Voda a prísady

Do kategórie limonád spadajú stále obľúbenejšie „aromatizované“ minerálne vody, ktoré sú obohatené o prírodné aromatické látky. Najväčšej obľube sa teší citrónová a broskyňová príchuť, za nimi nasleduje pomaranč a hruška. Ak sa navyše prisladia fruktózou, cukrom alebo umelými sladidlami, potom hovoríme o osviežujúcich nápojoch „near water drinks“.

Veľký smäd najlepšie uhasí voda

V celej Európe stále rastie konzumácia vody na osobu. Tento trend je spojený so zároveň rastúcim povedomím o zdraví a zdravom životnom štýle. V Nemecku výrazne stúpila spotreba minerálnej a liečivej vody na osobu: v roku 1970 to bolo 12,5 litra a v roku 2014 143,5 litra, teda viac než desaťnásobne. Podobné je to v Rakúsku: v roku 1970 to bolo 6 litrov a o 43 rokov neskôr 91,7 litra. Taktiež Švajčiarsko patrí s ročnou spotrebou cca 125 litrov minerálnej vody na osobu k popredným konzumentom. Na Slovensku vypije každá osoba v priemere 72 litrov vody. V Českej republike naopak konzumácia minerálnej vody klesá, je približne 63 litrov na osobu. Najmenšia spotreba, 41 litrov na osobu, je na Ukrajine. Nie je možné si nevšimnúť, že stále obľúbenejšia je



„neperlivá“ a mierne sytená voda, zatiaľ čo spotreba vody silno sytenej kyselinou uhličitou je na ústupe.

Aká voda to smie byť?

Priemerne mineralizovaná minerálna voda obsahuje cca 400 miligramov minerálnych látok, vysoko mineralizovaná voda má cca šesťkrát vyšší obsah, 2 400 miligramov. To sú množstvá, ktoré je možné pri správnej výžive bez problémov prijímať v potravinách. Inými slovami: zo zdravotného hľadiska je otázka, akú minerálnu alebo pramenitú vodu pijeme, zanedbateľná. Dôležité však je prijímať dostatočné množstvo tekutín. Všetko ostatné je záležitosťou chuti.

Hlavne, že je to v skle ...

... myslia si mnohí spotrebiteľia, pretože sklo* považujú za „najzdravší“ a najbezpečnejší obal pre nápoje a potraviny. Sklo je obalový materiál, ktorý pôsobí ako prírodná a nepreniknuteľná bariéra: nereaguje vzájomne s potravinami ani nápojmi. V USA je sklo jediným obalovým materiálom, ktorý

americký Úrad na kontrolu potravín a liečiv (FDA) uznáva ako „GRAS“ (Generally Recognized As Safe), to znamená „všeobecne uznané ako bezpečné“.

Sklené fľaše na vodu – vyrobené v závodoch

Vetropack

Či už ide o štandardnú fľašu, alebo špeciálny obal – Vetropack ponúka dokonalú a pritom ladne tvarovanú ochranu pre akúkoľvek vodu. Sortiment siaha od fľaštičiek s objemom 0,25 l až po jednolitrové fľaše, ktoré sa objavujú na trhu ako jednorazové alebo vratné obaly. Taktiež farebné spektrum je takmer nekonečné: veľmi obľúbené farby sú biela, zelená a modrá vo všetkých odtieňoch. Fľaše v špeciálnych farbách sa vyrábajú v chorvátskom závode Vetropack, tradične sfarbené fľaše, najmä číre a zelené, sú produkované vo všetkých závodoch skupiny Vetropack.

Od nápadu po fľašu na vodu

Perlivá alebo neperlivá voda, to je otázka nielen individuálnej preferencie, ale táto skutočnosť hrá dôležitú rolu taktiež pri navrhovaní fľaše na minerálnu vodu. Minimálnu hrúbku steny totiž určuje vnútorný tlak. Okrem ďalších faktorov je taktiež dôležité, či sa má sklený obal použiť ako jednorazová, alebo vratná fľaša. Zákazníci však nemusia mať žiadne obavy. Odborní poradcovia z firmy Vetropack vyriešia všetky otázky. Vývoj dizajnu prebieha v spoločnosti Vetropack vždy v úzkej spolupráci so zákazníkom a v súlade s jeho potrebami alebo obsahom, ktorý potrebuje zabaliť. To všetko nezávisle od toho, či ide o interné firemné návrhy a nápady zákazníka, alebo externého návrhára. Spoločná koordinácia a výmena skúseností je nutným predpokladom pre úspech na trhu. Podrobné návrhy v 3D optike vrátane uzáveru a etikety uľahčujú prvé rozhodovanie. Modely z dreva alebo akrylu umožňujú ďalšie zdokonaľovanie dizajnu a optimalizáciu etikiet. Výroba skúšobnej vzorky slúži na záver na doladenie obalu pre použitie v plniacom zariadení.

Vedeli ste, že...

na Ukrajine je približne 400 prameňov minerálnej vody? Štvrtina z nich poskytuje vodu na liečbu črevných, obličkových alebo pečenej chorôb. Na Slovensku sa nachádza viac než 1 600 minerálnych prameňov. Do fliaš sa však stáča len voda zo 4 % týchto prameňov.

Vetropack poskytuje svojim zákazníkom poradenstvo a podporu vo všetkých fázach od návrhu cez vývoj skleného obalu v súlade s požiadavkami trhu až po optimalizáciu uzáveru a etikety.

Sieťotlač s etiketou alebo bez etikety

Okrem tvaru a farby obalového skla je veľmi dôležité taktiež jeho zušľachtenie. Vetropack zušľachťuje fľaše na minerálnu vodu individuálnymi reliéfmi alebo prémiovými efektmi, ktoré je možné dosiahnuť rôznym etiketovaním, sieťotlačou alebo ich kombináciou. Komplexné poradenstvo uľahčuje výber a úzka spolupráca s odborníkmi zaručuje najvyššiu kvalitu.

Šesť brilantných farieb pre sieťotlač alebo autentická zlatá či strieborná farba urobia zo skleného obalu dokonalú pastvu pre oči. Vetropack ponúka sieťotlač ako službu „All-in-One“. Sieťotlač nijako neobmedzuje obsah alebo ďalšie balenie, je vhodný pre menšie aj väčšie série a dá sa použiť na jednorazových aj vratných fľašiach.

* Štúdia vykonaná v roku 2014 v 11 krajinách na objednávku Európskeho zväzu obalového skla FEVE jasne ukazuje: európski spotrebitelia (61 %) považujú sklo za zdravotne najbezpečnejší obal.

VÖSLAUER

Sklená fľaša s prepravkou na ceste k úspechu

Od októbra 2014 dostať v rakúskych obchodoch 1-litrové vratné fľaše v praktickej prepravke. Vetro-time sa rozprával s Dr. Alfredom Hudlerom (vpravo), predsedom predstavenstva Vöslauer o sklenom obale a inovácii.

Pán Dr. Hudler, už nejaký čas máte v sortimente 1-litrové vratné fľaše. Čo vás k tomu viedlo?

Samotný trh. Urobili sme rozsiahle štúdie a zistili sme, že 52 % spotrebiteľov by rado nakupovalo minerálku v sklených vratných fľašiach, ale ponuku v obchodoch nepovažuje za dostatočne atraktívnu. Okrem toho aj ďalší prieskum trhu z roku 2012 jasne ukázal, že 41 % opýtaných nekupuje vratné fľaše, pretože sú ťažké na prenášanie. Jednoducho povedané to znamená, že spotrebiteľia síce uvažujú ekologicky a s ohľadom na trvalú udržateľnosť. Ale na to, aby tak aj konali, potrebujú adekvátnu ponuku. Ponuku, ktorá spája povedomie o ochrane prírody a trvalej udržateľnosti s pohodlím. Tak, ako to robí nová vratná fľaša Vöslauer. Spotrebiteľia tak majú teraz možnosť voľby, ktorá im dlho chýbala.

Ako prijali túto inováciu obchody a spotrebiteľia?

Zavedenie novej jednolitrovej vratnej fľaše zo skla nadšene vítajú tak osoby významné pre utváranie verejnej mienky v oblasti životného prostredia ako aj obchodní partneri a hlavne spotrebiteľia.

Ako by ste doterajší vývoj na trhu posúdili?

Produkt sme zaviedli začiatkom októbra 2014 a dosiahli celoplošné zásobovanie týmito sklenými vratnými fľašami. Hoci sme s prvými výsledkami veľmi spokojní, vieme, že potrvá dlhšie, kým sa potenciál sklených vratných fľaš v prepravke plne rozvinie.

Áké máte očakávania od tejto jednolitrovej vratnej fľaše?

Som presvedčený, že zavedenie tohto produktu dodá rakúskemu trhu s vratnými obalmi dlhodobý impulz.





110 ROKOV VODY HENNIEZ

Moderný a hladký tvar

Firma Henniez obmenila kompletný rad jednolitrových fliaš. Fľaše z číreho skla švajčiarskeho dodávateľa minerálnej vody žiaria v novom dizajne. Vyrába ich rakúsky závod Vetropack v Kremsmünstri.

Pred 110 rokmi sa začali plniť prvé fľaše minerálnou vodou Henniez. Táto udalosť znamenala počiatok úspešnej kariéry. Vtedy si mohli zákazníci kúpiť minerálnu vodu ako liečivý prostriedok v lekárni. Po druhej svetovej vojne a s následným hospodárskym rozmachom sa minerálna voda stala bežným nápojom na všedné dni. Henniez bola prvá minerálna voda, ktorá sa predávala po celom Švajčiarsku. Tradičný nápoj zo západného Švajčiarska teraz žiari v novom šate.

Fľaša z číreho skla je ľahšia než jej predchodkyňa a váži iba 580 gramov. To prináša úsporu zdrojov nielen vo výrobe, ale taktiež pri preprave. Fľaše sa totiž neprepravujú nákladnými vozidlami, ale po železnici, čo zaisťuje zníženie emisií CO₂. Celkovo to znamená úsporu 215 dodávok nákladnými vozidlami. Firma Henniez vymenila všetky jednolitrové sklené fľaše. To je 5,5 milióna fliaš.

Fľaše so závitovým uzáverom vyrába sklárne Vetropack Austria v Kremsmünstri. Nový dizajn sa vyznačuje modernými a hladkými líniami. Henniez dostať ako perlivú či neperlivú vodu, alebo aromatizovanú vodu s ovocnými príchuťami.

Krištáľovo čistá voda preteká sedem až desať rokov podzemnou krajinou, než sa vo forme prameňa objaví na zemskej povrchu. Pramene Henniez poskytujú za minútu 700 litrov tej najčistejšej vody plnej minerálnych látok a stopových prvkov.

GOLD PENTAWARD 2014

Malý gazda

Jogurt malej slovenskej mliekareň Malý gazda získal v októbri uplynulého roka cenu „Gold Pentaward“. Súhra obalu a etikety presvedčila medzinárodnú porotu pri udeľovaní cien v hlavnom meste Japonska Tokio.

Malá rodinná mliekareň vyrába jogurt Malý gazda z nehomogenizovaného kravského mlieka. Tento produkt bol vlni v jeseni vyznamenaný cenou „Gold Pentaward“ pri udeľovaní cien v Tokiu. Sklený obal oceneného výrobku s objemom 215 ml a s ochrannou páskou pre garanciu prvého otvorenia pochádza zo sklárne Vetropack Moravia Glass. Uzáver twist-off je opatrený bezpečnostnou papierovou etiketou. Transparentnú etiketu a konečný dizajn vyvinulo slovenské dizajnové štúdio Pergamen Trnava.



Spomienky na detstvo

Logo s malým chlapcom, ktorý opatrne kŕmi mliekom malé jahňa, pripomína krásne a bezstarostné okamihy z detstva. Zároveň podčiarkuje ručnú prácu a starostlivosť farmy pri spracovaní mlieka. Zo symbiózy číreho skla a priehľadnej potlače vznikol nezameniteľný prvok, ktorý upúta na prvý pohľad. Jogurt s viečkom twist-off si možno vychutnať

s ovocnými príchuťami jahody, čučoriedky, černice a maliny – alebo tiež jednoducho ako prírodný jogurt. Ten, kto preferuje kakao, môže ochutnať mliečny produkt s príchuťou krémovej mliečnej čokolády. V ponuke nechýba dokonca ani príchuť kávy.

Pentawards je celosvetová súťaž v oblasti obalového dizajnu vo všetkých jeho formách. Ceny udeľuje medzinárodná porota každoročne od roku 2007.

BEZPEČNOSŤ POTRAVIN

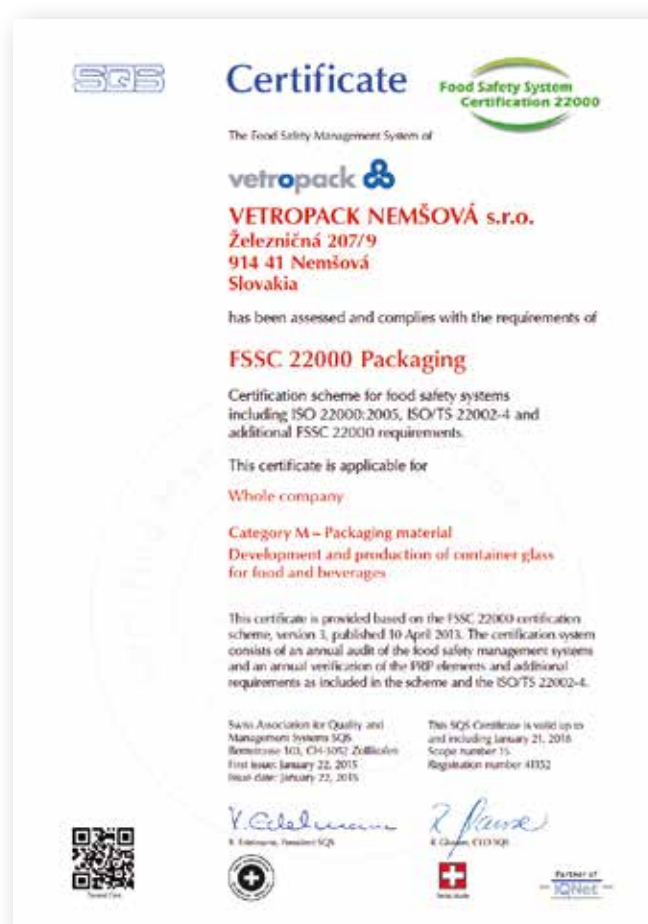
Certifikácia FSSC 22000

Slovenský závod skupiny Vetropack v Nemšovej sa stal ďalším držiteľom certifikátu popri závodoch v chorvátskom Hume na Sutli a v rakúskom Pöchlarni. V roku 2015 a neskôr budú nasledovať zvyšné závody.

Ústrednými bodmi certifikačného auditu boli vývoj a výroba obalového skla. „Dôkladne sme sa na certifikáciu pripravili a neponechali nič náhode,“ vysvetľuje Svatopluk Kudláč, riaditeľ riadenia kvality závodov Vetropack Nemšová a Vetropack Moravia Glass, „pretože medzinárodne uznávaný štandard pre potravinársky a obalový priemysel má pre spoločnosť Vetropack ako primárneho výrobcu obalov prioritný význam.“ Zamestnanci, ktorí zodpovedali za certifikáciu v slovenskej sklárni, ocenili, že mohli čerpať zo skúseností ďalších závodov Vetropack. To je výhoda, z ktorej môžu profitovať závody skupiny – a tým aj zákazníci.

Audit úspešne ukončený a čo ďalej?

Certifikát FSSC 22000 je iba začiatok. Teraz nasleduje druhý, tiež náročný krok projektu: systém sa musí priebežne kontrolovať a zlepšovať. Lebo až každodenná konfrontácia s problémami vedie ku kontinuálnym zlepšovacím opatreniam vo všetkých oblastiach.



OPRAVA VANE V SKLÁRNI VETROPACK MORAVIA GLASS

Najmodernejšia technika pre výrobu bezfarebného skla

Skláreň Vetropack Moravia Glass má od novembra 2014 novú U-plamennú vaňu na bezfarebné sklo. Táto znižuje energetickú spotrebu a emisie CO₂ zhruba o 20 %. Závod Vetropack inštaloval súčasne ako novinku dve špičkové moderné výrobné linky s 12 stanicami.

Taviace vane na sklo sa dostávajú na koniec svojej životnosti spravidla po desiatich rokoch. Dovtedy sa bez prestávky používajú 24 hodín denne, sedem dní v týždni a 365 dní v roku. Tavia sklo zo sklárskeho kmeňa a črepov. V prípade vane na bezfarebné sklo v spoločnosti Vetropack Moravia Glass to nebolo inak. Avšak s tým rozdielom, že jej používanie bolo vďaka priebežnej revízii dokonca výrazne dlhšie. V minulom septembri však začala jej rozsiahla modernizácia. A zariadenie tak opäť zodpovedá aktuálnej úrovni špičkovej techniky.

Pôvodná vaňa bola nahradená modernou, energeticky účinnou U-plamennou vaňou a má taviacu plochu cca 133 m² a denný taviaci výkon 350 ton. Prestavba trvala tri mesiace. Aby nedochádzalo k problémom s dodávkami, vyrobili sa potrebné fľaše dopredu a boli plne využité skladové zásoby. Počas opravy sa spracovalo viac než 5 000 ton žiaruvzdorného materiálu a viac než 500 ton ocele.

V prvom rade sa muselo vypustiť roztavené sklo, ktoré sa ešte nachádzalo vo vani, a potom sa vaňa vychladila. Keď bola nová regeneratívna U-plamenná vaňa dokončená, začala sa pomaly opätovne zahrievať na takmer 1 600 °C. Odborníci nazývajú tento proces „temperovaním“. Prvý cyklus tavenia prebehol so sklenými črepmi. O niečo neskôr sa pridala sklársky kmeň, pozostávajúci z kremenného piesku, vápna, sódy, dolomitu a živca.

Paralelne s projektom vane prebiehala inštalácia dvoch špičkových moderných výrobných liniek s 12 stanicami. Každá z nich je schopná vyrábať fľaše technológiou dvojkvapky a/alebo trojkvapky. Náročnú modernizáciu zavŕšila výmena chladiacich pecí a paletizačného zariadenia.



ZARIADENIE NA ČISTENIE SPALÍN

Z lásky k životnému prostrediu

Od začiatku roku 2015 sú dve z troch vaní závodu Vetropack Straža prepojené s novým zariadením na čistenie spalín. Tretia sa pripojí po turnusovej revízii vane. Plánovanie a realizácia tohto ekologického projektu trvala zhruba dva roky.



V malej chorvátskej obci Hum na Sutli sa usadilo dosť veľa firiem. Skláreň tu existuje od roku 1860 a od roku 1996 patrí do skupiny Vetropack. Podnik sa radí k najväčším zamestnávateľom v regióne a dbá na trvale udržateľný rozvoj. Príkladom sú práce na inštalácii nového zariadenia na čistenie spalín začaté v máji 2014. Ide o najväčší ekologický projekt v histórii chorvátskeho závodu Vetropack. Zariadenie zaisťuje, aby životné prostredie bolo zaťažované menším množstvom prachu a škodlivých látok. Vyprodukovaná tepelná energia sa pritom používa na vykurovanie kancelárskej budovy a závodu.

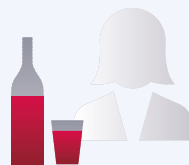
Impozantný komín

Zariadenie na čistenie spalín má tepelný výmenník, systém na meranie spalín, kotolňu a dva elektrostatické filtre – jeden pre vaňu na číre sklo a jeden pre dve zostávajúce vane, ktoré vyrábajú farebné sklo. Pýchou zariadenia je 75 metrov vysoký a približne 56 ton ťažký komín. Skladá sa zo štyroch jednotlivých oceľových dielov a nahrádza doterajšie tri komíny. Montáž trvala štyri dni. Časti komína boli na seba opatrne a s maximálnou presnosťou poskladané špeciálnymi žeriavmi. Inštaláciu a uvedenie filtračného zariadenia do prevádzky zaistila talianska dcérska spoločnosť nemeckej firmy GEA.

Dve vane sú k zariadeniu už pripojené. Tretia bude nasledovať po dokončení začatej revízie vane. Toto filtračné zariadenie firmy Vetropack Straža spĺňa požiadavky smernice EÚ o emisiách pre sklársky priemysel.



Vetropack prináša ekonomickú, ekologickú aj spoločenskú pridanú hodnotu.



Spotrebitelia

Vychutnať si produkt – a čo ďalej?

Vratný cyklus a opätovné využitie

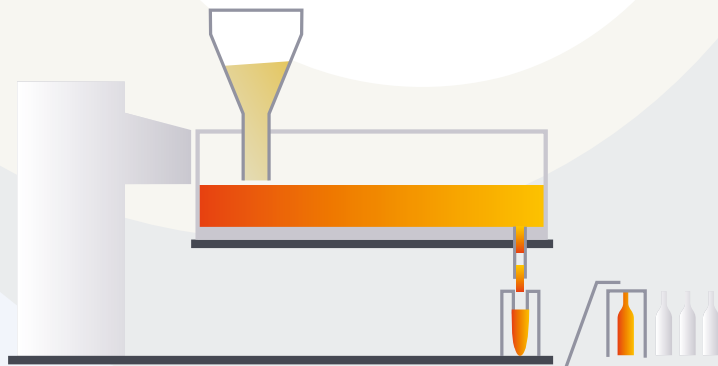
V závislosti od druhu obalu – jednorazový alebo vratný obal – sa použité sklo vracia späť do obchodu alebo prostredníctvom zberných kontajnerov do recyklačného zariadenia. Odtiaľ sa sklo opäť dostane do sklárni, kde vo forme črepov slúži na výrobu nového obalového skla.



Obalové sklo –
od zhodnotenia
použitého skla až po
recyklovateľný prémiový
produkt

Prísun použitého skla a surovín

Primárny zdroj poskytuje príroda, lebo najdôležitejšie suroviny na výrobu skla – kremičitý piesok, vápno, sóda, dolomit a živec – sa v nej vyskytujú prakticky v neobmedzenom množstve. Prostredníctvom zberných kontajnerov a zariadení na úpravu starého skla sa pritom použité sklené obaly dostanú do sklárni, kde vo forme črepov slúžia na výrobu nového obalového skla.



Proces tavenia a formovania

Suroviny sa spoločne s roztriedeným sklom roztavia v peci pri teplote cca 1 600 °C na tekuté sklo. Z hustej sklenej taveniny sa odstrihnú žeravé kvapky skla, ktoré sa potom v prvej fáze predbežne vytvarujú a v druhej fáze vyfúknu do konečného tvaru obalového skla.

Vetropack – priekopník v recyklácii skla



Plniarne a obchod

Odberateľom obalového skla sú výrobcovia nápojov a potravín. Vetropack pozná ich potreby a poskytuje im poradenstvo v otázkach stáčacej a plniacej techniky. Návrhári spoločne so zákazníkom vytvárajú na prianie individuálne sklené obaly. Obchod dáva svoje výrobky do obehu v jednorazových alebo vratných obaloch.



Zdravie, ekológia, chuť a dizajn – pri všetkých týchto kritériách bodujú sklené obaly. A ešte jedna výhoda zvyšuje atraktivitu skla: dá sa takmer nekonečne recyklovať. Preto spoločnosť Vetropack vo Švajčiarsku ako absolútny priekopník začala sklo recyklovať už v 70. rokoch 20. storočia. Skupina Vetropack v súčasnosti zbiera staré sklo vo všetkých krajinách, v ktorých prevádzkuje sklárne, a to sama alebo v spolupráci s účelovými zväzmi, a privádza ho na recykláciu. Na výrobu číreho a hnedého skla je možné použiť až 60 % a na výrobu nového zeleného skla dokonca až 100 % skla použitého. Rozhodujúca je kvalita triedeného skla a jeho úprava.

Použitím sklených črepov je možné navyše výrazne znížiť spotrebu energie pri tavení: na každých 10 % starého skla sa usporia 3 % energie a 7 % emisií CO₂. Na dosiahnutie optimálnej výroby nového skla však musí mať staré sklo v zberných kontajneroch konštantnú požadovanú kvalitu. Pozor! Do kontajnerov patrí výhradne obalové sklo, ako fľaše z nápojov a konzervové poháre – bez uzáverov. Vedomé zaobchádzanie so surovinami na výrobu skla je navyše pre udržateľnú výrobu rovnako dôležité ako účinné stroje a optimálne procesy.

Výrobou obalového skla vytvára Vetropack pridanú hodnotu na všetkých troch úrovniach udržateľnosti: pre ekonomiku, spoločnosť a v prospech životného prostredia.



Balenie a expedícia

Naskladané na paletách a zatavené vo fólii: tak sa obalové sklo dodáva k výrobcovi nápojov a potravín na plnenie. Kompletizácia skladových a prepravných jednotiek prebieha v podstate automaticky. Spoločnosť Vetropack má osvedčenú logistiku s veľkými skladovacími plochami a halami.

Kontrola kvality

Ešte žeravé fľaše sa riadne chladia v chladiacom tuneli. To je dôležitý proces, lebo príliš rýchle ochladzovanie môže viesť k prútiu materiálu. Potom sa každý sklený obal opticky a mechanicky skontroluje. Odobrané vzorky sa podrobia ďalším kontrolám v laboratóriu.





PRICHÁDZA JAR

Keď sa všetko zelená

Rivella, švajčiarsky národný nápoj, sa hlási k svojej farbe: obľúbenú zelenú Rivellu dostať teraz – nomen est omen – v limitovanej edícii v zelenej sklenej fľaši namiesto hnedej.

Zelená Rivella predviedla pri uvedení na trh impozantný štart. V roku 1999 sa cez Švajčiarsko preválila ohromná zelená vlna: všetci prepadli tomuto nápoju s výťažkami zeleného čaju! Šestnásť rokov sa tento nápoj plnil do hnedých fliaš. V limitovanej jednoročnej edícii na rok 2015 sa teraz zelená Rivella s novou receptúrou predáva v zelených sklených fľašiach. Fľaše vyrába Vetropack Austria v Kremsmünstri. Model s objemom 0,33 l je už dávno známy.

Nápoj na báze mliečneho séra má pre mnohých labužníkov v zahraničí neobvyklú chuť. Vo Švajčiarsku sa naopak stala Rivella národným nápojom a oficiálne patrí k jeho kulinárskemu dedičstvu. Červená Rivella bola prvým nápojom tejto značky a je doteraz najžiadanejším a v supermarketoch najpredávanejším perlivým nápojom z produkcie Rivella.

KVALITNÝ VINNÝ DESTILÁT

Tradičný dizajn znovu ožíva

Kvapky ušľachtilého moku v elegantnom obale. To je prvotriedne brandy Palatín. Destilát v jantárovom odtieni obklopuje číra sklená fľaša zo slovenského závodu Vetropack.

Sklený obal z čírej skloviny uzatvorený prírodným korkom je jednoduchý a elegantný. Zámerne tu neboli použité žiadne ozdoby a gravúry, takže hlavnú pozornosť upúta ochranný prúžok ako záruka prvého otvorenia. Elegantly vyzerá taktiež etiketa v červenom a zlatom farebnom vyhotovení. Jantárovo sfarbený destilát presvedčuje svojou jemnou chuťou aj vôňou a harmonicky završuje celkový dojem.

Brandy Palatín vyrába Malokarpatská vinohradnícka spoločnosť, a. s. na Slovensku. Fľaše s objemom 0,7 l pochádzajú zo závodu Vetropack Nemšová. Exkluzívny vinný destilát sa skladuje v 300-litrových dubových sudoch aspoň päť rokov, a až potom sa plní do sklených fliaš.





AKO DOMA UVARENÉ

Plná chuť v baňatej fľaši

Laško Special je exkluzívny, individuálny a hlási sa k trendovej skupine „craft beer“. Baňaté fľaše v odtieni cuvée vyrába závod Vetropack Straža. Na trhu sú rôzne príchute a na svoje si príde každý milovník piva.

Skupina Pivovarna Laško je najväčším zákazníkom spoločnosti Vetropack v Slovinsku. Skupina sa skladá z pivovarov Pivovarna Laško a Pivovarna Union. Pivovarna Laško predáva špeciálne pivo Laško Special s korunkovým uzáverom. Rovnako ako všetky piva pivovaru Laško, aj Special sa vyrába z vynikajúcich surovín. Vďaka výrobe malých sérií sa individuálny craft beer stáva exkluzívnym nápojom.

Spojenie klasiky a elegantných trendov zaujme aj menej skúsených konzumentov. Malá bruchatá sklená fľaša v odtieni cuvée z výroby sklárne Vetropack Straža na seba púta všetku pozornosť. Na etikete je uvedené sériové číslo a číslo fľaše. Navrhla ju slovinská dizajnová agentúra Atelje Balant.

Laško Special sa pije z pohárov v tvare tulipánu. Zvláštna chuť v nich zostáva zachovaná až do posledného dúška. Zlatistý mok existuje v rôznych variantoch. Stripis je napríklad silné tmavé pivo s mierne horkou chuťou, ktoré je medzi priaznivcami piva považované za koňak medzi pivami. Skôr horké tóny ponúka tiež ležiak Golding. Ďalším pivom je ležiak Citra, ktorý očarí vôňou citrusových plodov a manga. Je to svetlé, osviežujúce pivo s jemnou mladinou. Na svoje si skrátka príde každý jazýček.



PANTA RHEI

Nový štandardný model pre pivo

Pre ešte väčší pôžitok z piva ponúka Vetropack novú fľašu z hnedého skla s objemom 0,75 l. Fľaša dopĺňa štandardný sortiment a vyrába ju Vetropack Straža v Chorvátsku. Štandardná a napriek tomu individuálna - zákazník má na výber z dvoch rôznych ústí.

Nová 0,75 l fľaša na pivo je teraz v sortimente ako štandardná fľaša. V súčasnosti sa používa v prvom rade na stáčanie špeciálnych pív. K zákazníkom patrí okrem iného rakúsky pivovar Stieglbrauerei v Salzburgu a pivovar Pietra na Korzike. Okrem objemu, na ktorý ešte nie sú niektorí konzumenti zvyknutí, je nápadný taktiež tvar hrdla a ústie tejto fľaše z hnedého skla. V prípade ústia sú na výber dva rôzne druhy: klasické ústie pre korunkový uzáver a ústie pre korkový uzáver, ktoré umožňuje uzavretie fľaše korkom ako na fľašiach na sekt.

Rakúsky pivovar plní svoje takzvané domáce pívá do tohto neobvyčajného druhu fľaše s ústím pre korunkový uzáver. Jedným

z týchto pív je Tauerngold Gipfelstürmer, špaldové pivo s plnou chuťou, ktoré zaujme svojou svetlo žiarivou oranžovou farbou a príchutou tropického ovocia.

Pivovar Pietra so sídlom na severovýchode Korziky je prvým pivovarom na tomto ostrove, ktorý patrí k Francúzsku. Od roku 1996 sa tu varí pivo z chmeľu a gaštanovej múčky. To pivo dodáva ľahké medové tóny. Svoje pivné špeciality plní pivovar do pivových fliaš s ústím pre korkový uzáver. Atraktívna, prepracovaná sieťotlačová etiketa pochádza od dlhoročného partnera firmy Vetropack pre sieťotlač, firmy Printglass z Rakúska.

FLAŠA NA LIEHOVINY S OPTIMALIZOVANOU HMOTNOSŤOU

Ľahká univerzálna fľaša

Fľaše na liehoviny zo závodu Vetropack Austria pod názvom Rheinwein sú teraz vo verzii s ľahšou hmotnosťou. Elegantná fľaša z číreho skla váži rovných 450 gramov a je tak o 20 % ľahšia než jej predchodkyňa. Vďaka nižšej spotrebe materiálu sa ušetrí významné množstvo emisií CO₂.

Úspora hmotnosti znamená ochranu zdrojov. Výrazne menšia spotreba materiálu vôbec a pritom vysoký podiel recyklovaného materiálu pri výrobe nových odľahčených sklených fliaš prinášajú výrazné úspory emisií CO₂. Na jeden milión vyrobených fliaš pripadá úspora 110 miliónov ton skloviny ako aj 81 ton CO₂. Osvedčené ekologické predpoklady sklených fliaš – ich 100% zhodnotenie a absolútna neutralita voči obsahu – zostávajú v plnej miere zachované taktiež v prípade fliaš z odľahčeného skla.

Rýnska fľaša na liehoviny váži iba 450 gramov a je tak o 20 % ľahšia než jej predchodkyňa. Rovnaké však zostávajú vlastnosti ako objem 0,7 l, pevnosť a stabilita fliaše. Fľaša predstavuje podarenú kombináciu atraktívneho vzhľadu s ekologickými výhodami. Etikety a uzávery navyše nepotrebujú ani napriek nižšiemu množstvu materiálu žiadne úpravy.

Fľaše z číreho skla zo závodu Vetropack Austria sú ideálne pre životné prostredie, pre plniareň aj pre spotrebiteľa.



NÁPADNÉ V REGÁLOCH

Ovocný mok z jačmeňa

Radler Pelforth s príchutťou červeného grapefruitu sa môže so zdvihnutou hlavou zaradiť do predných radov na regáloch s pivným mixom. Široké ramená a nápadný sokel v európskych obchodoch vynikajú.

Pivovar Pelforth bol založený v roku 1914 v severnom Francúzsku neďaleko Lille a dnes už patrí do skupiny Heineken. Chuť grapefruitového radlera Pelforth v kombinácii s arómou sladku je podmanivá. Obal z bezfarebného skla na túto inováciu vyrába Vetropack Austria v Kremsmünstri. Fľaša s objemom 0,25 litra a korunkovým korkovým uzáverom stojí na nápadnom sokli pevne a vyníma sa tak medzi inak útlejšími fľašami s pivnými ochutenými nápojmi. Ďalším charakteristickým znakom sú široké ramená. Oblasť hrdla zdobí logo s pelikánom. Logo pochádza ešte z čias, keď sa pivovar volal Pelican. Meno Pelforth sa skladá zo skratiek Pel (pelikán), for (forte, francúzsky silný) a anglickej koncovky th.

Grapefruit má vysoký podiel vitamínu C a považuje sa za kráľa citrusového ovocia. Ovocná chuť piva sa najlepšie rozvinie, keď je nápoj chladený. A ešte lepšie sa dá vychutnať v kruhu priateľov – po práci na terase alebo cez víkend pri otvorení grilovacej sezóny.





PRÍRODNÝ PRODUKT

Bio slnečnicový olej

Rastlinné oleje sú vynikajúce prírodné produkty. Rovnako exkluzívna je aj fľaša z hnedého skla z ukrajinskej sklárne. V závode Vetropack Gostomel sa fľaše na jedlý olej vyrábali po prvýkrát.

Lahodný rastlinný olej zjemňuje chuť každého jedla. Do tejto kategórie patria aj produkty značky ORGANICO. Firma Casper Ltd vyrába na juhu Ukrajiny jedlé oleje, vrátane slnečnicového, ktorý je u ukrajinských obyvateľov veľmi obľúbený. V ponuke olejov sa nachádza aj olivový, ľanový a horčicový. Rozmanitý výber čoskoro doplní olej tekvicový a sezamový.

Vetropack Gostomel vyrába osemhranné fľaše z hnedého skla. Fľaša so závitovým uzáverom zaujme svojimi hladkými a decentnými tvarmi. Ukrajinský závod skupiny Vetropack predstavuje sklené fľaše na rastlinné oleje po prvýkrát.

Rastlinný olej je výborný prírodný produkt, ktorý sa musí starostlivo uchovávať. Na to je ako obal predurčené sklo, ktoré nijako nemení chuť výrobku. Hlavne vtedy, keď sa zvolí tmavá farba skla. Tu sa potom snúbi estetika s funkčnosťou: čím tmavšia je fľaša, tým lepšia je ochrana obsahu pred svetlom!

PERLIVÉ OSVIEŽENIE

Kvasený jablkový mušt v čírom skle

Rôzne alternatívy piva sa tešia na Slovensku veľkej obľube. Po úspešnej vlne Radlera si podmaňuje domáci trh tekuté jablko. Fľaše z čírej skloviny pre Strongbow Apple Cider vyrába slovenská sklárň Vetropack Nemšová.

Cider Strongbow z Anglicka si je možné kúpiť kdekoľvek na svete. Najnovšie dostať tento trendový nápoj aj na Slovensku. Po boome s nápojmi typu Radler predpokladá slovenský trh rovnako veľký záujem aj o tento alkoholický ovocný nápoj z produkcie skupiny Heineken.

Ako východiskový model pre túto fľašu z bezfarebného skla poslúžila fľaša Strongbow Gold 0,33 l. V oblasti hrdla sa vyníma vygravírovaný nápis Strongbow Apple Ciders s emblémom jablka. V dolnej časti skleného obalu vytvarovali sklári miernu priehlbinu. Fľaša tak sadne dobre do ruky a optimálnemu pôžitku pri pití už nič nestojí v ceste.

Výrobca nápoja Cidrerie Stasse z Belgicka plní osviežujúci cider v spolupráci so závozom Heineken Slovensko do fliaš z Vetropacku. Tento jablkový mok dostať v sortách bazový kvet, med, červená repa a zlaté jablko. Inšpirovaný silou a sviežosťou prírody chuť cider ako keby vstúpil do skla rovno z ovocného sadu.





BRAUBEVIALE 2014

Veľtrh piva prilákal zástupy odborníkov

Vlani v novembri sa konal veľtrh BrauBeviale. Tisíce odborníkov prúdili počas troch dní do veľtržného centra v Norimbergu a zoznámili sa tu s metódami a novinkami popredných dodávateľov na svetovom trhu i nových výrobcov vydareného sortimentu nápojov: od vysokokvalitných surovín a náročných technológií cez kreatívne marketingové nápady až po dômyselné sklené obaly. Skupina Vetropack sa zúčastňuje na

tomto medzinárodnom veľtrhu už niekoľko rokov. Hlavnými témami poslednej prezentácie boli odľahčené sklo na pivo a iné nápoje, individuálny dizajn a sklené obaly s pridanou hodnotou získanou vďaka zušľachteniu alebo špeciálnemu sfarbeniu. Pre tieto témy vytlačila spoločnosť Vetropack pri príležitosti veľtrhu novú brožúru Farebné a zušľachtené – sklo v celej svojej kráse, kde sú uvedené základné informácie.

ANKETA PRE ZÁKAZNÍKOV

Partner pod drobnohľadom

V uplynulom roku vykonala spoločnosť Vetropack analýzu spokojnosti zákazníkov. O výsledkoch ankety vo Švajčiarsku, v Rakúsku a iných krajinách západnej európy sme informovali v minulom vydaní Vetrotíme. Teraz nasledujú výsledky z Českej republiky, Chorvátska a Slovenska.

Anketa prístupná on-line pre zákazníkov mala v závode Vetropack Moravia Glass a Vetropack Nemšová 29% odozvu. Závod Vetropack Straža (Chorvátsko) zisťoval výsledky formou telefonickú ankety podľa CATI (rozhovor pomocou počítača). Ankety sa zúčastnili všetci oslovení zákazníci.

Výsledky troch ankiet prinášajú veľmi kladný imidž spoločnosti Vetropack. Celkovú spokojnosť ohodnotili opýtaní zákazníci závodov Vetropack Moravia Glass a Vetropack Nemšová priemernou známku 2,1, pričom 1 znamená na použitej stupnici „mimoriadnu spokojnosť“. Obdobne to vyzeralo v sklárni Vetropack Straža Chorvátsko: závod dosiahol na stupnici 6,3 bodu, pričom najlepšou známku bolo 7 bodov.

Zákazníci oceňovali najmä osobný prístup zamestnancov firmy Vetropack a vysokú kvalitu výrobkov. Zamestnanci sú zároveň vnímaní ako prívetiví a priateľskí. Skvele spĺňajú požiadavky zákazníkov, pokiaľ ide o dôveryhodný obchod, a vykonávajú svoju prácu veľmi profesionálne. Vetropack sa v uplynulých rokoch stal modernejšou a inovatívnejšou firmou.

Potenciál zlepšenia

Anketa taktiež odhalila potenciál zlepšenia. Niektorí zákazníci si prali ešte rýchlejšie reakčné časy. Taktiež by uvítali flexibilitnejšiu výrobu. To by viedlo k ešte lepšej využiteľnosti kapacity. A niektorí sú toho názoru, že Vetropack by často mohol byť nielen o jeden, ale dokonca o dva kroky vopred pred konkurenciou. Ak majú zákazníci u svojich dodávateľov takéto prania, je to jasnou známkou partnerskej spolupráce. A to je veľkým impulzom.



VETROTALK

Megatrendy jasné ako sklo

Nášmu svetu vládnu obrovské megatrendy. Patrí k nim zdravie, ekológia a individualizácia. Andreas Steinle, riaditeľ ústavu Zukunftsinstitut, hovoril v rámci podujatia Vetrotalk o možnostiach, ktoré z týchto megatrendov vyplývajú pre sklo ako obalový materiál.

Megatrendy sú univerzálne dlhodobé vývoje, ktoré postupne a vytrvale formujú náš svet, naše myslenie aj naše konanie. Zanechávajú svoju stopu vo všetkých oblastiach života: v ekonomike aj v sociálnom prostredí. Megatrendy charakterizujú prácu, spotrebu, vzdelávanie aj politiku. Neprehliadnuteľný je predovšetkým vplyv troch megatrendov - zdravie, ekológia a individualizácia - na spotrebiteľské správanie.

Zdravie

Neustále rastie počet spotrebiteľov, ktorí chcú vedieť, odkiaľ pochádzajú výrobky, ktoré konzumujú alebo ktoré si obliekajú, ktoré ich obklopujú a s ktorými sú v každodennom kontakte. A chcú taktiež vedieť, ako sú tieto výrobky zabalené, predovšetkým čo sa týka nápojov a potravín. Potvrdzuje to štúdia zverejnená Európskym zväzom obalového skla FEVE z roku 2014: ľudia sa stále viac zaujímajú o potenciálne zdravotné riziká spôsobené chemickými látkami, ktoré sa môžu dostať do potravín z obalu. Dve tretiny (66 %) európskych spotrebiteľov uvádzajú, že ich táto možnosť znepokojuje.

Zdravotný aspekt má pritom pri rozhodovaní o nákupe ústredný význam. To sa týka obalu rovnako ako obsahu.

Ekológia

Najmenej 5,25 milióna plastových častíc s celkovou hmotnosťou cca 270 000 ton plastového odpadu pláva vo svetových oceánoch a moriach a ohrozuje tak ekosystém. Zistila to medzinárodná skupina výskumníkov pod vedením amerického ekológa Marcusa Eriksona z inštitútu 5 Gyres Institut v Los Angeles. Výskumníci pre svoje výpočty analyzovali dáta z 24 štúdií zahŕňajúcich viac než 1 500 jednotlivých odobraných vzoriek a skúmaní.

Ale nielen v mori, aj vo vnútrozemských vodách sa plastový odpad a najmä plastové mikročastice stávajú očividným problémom. V Ženevskom jazere našli výskumníci z inštitútu ETH Lausanne (EPFL) v roku 2013 podľa svojich vlastných údajov prekvapivo vysoké koncentrácie nepatrných plastových častíc.

Vedomie, že je naše životné prostredie v ohrození, a znečistenie oceánov je len jedným z mnohých ďalších problémov, mobilizuje stále viac ľudí. Ľudia sa stávajú aktívnymi, menia svoj životný štýl a svoje nákupné a spotrebiteľské zvyklosti. Na šírenie svojich posolstiev využívajú moderné elektronické médiá, a tým aj ďalší megatrend, ktorým je prepojenie. K tomu patrí zdieľanie v sociálnych sieťach.

Individualizácia

Život už nebeží lineárne: prináša zvraty, okľuky a nové začiatky. Menia sa tak aj hodnoty. Voľný priestor pre objavovanie a realizáciu vlastného individualizmu je takmer neobmedzený. To vedie k tomu, že ľudia chcú stále viac zdôrazňovať svoju osobnosť. Klasické cieľové skupiny zaniškujú a nahrádzajú sa životnými štýlmi, v ktorých sa združuje individuálne myslenie v duchu aktuálnej doby.

Sklo stavia mosty

Andreas Steinle, riaditeľ ústavu Zukunftsinstitut, predstavil na schôdzke rakúskej iniciatívy Glasforum Österreich možnosti, ktoré prinášajú uvedené trendy pre sklo ako obalový materiál.

Sklo je inertné. Nič sa z neho neuvolňuje. Vďaka tomu je optimálnou ochrannou bariérou, lebo bráni taktiež chemickej výmene medzi obsahom a vonkajším okolím.

Tieto jedinečné vlastnosti skla vytvárajú dôveru – dôveru, v ktorej je veľká emocionálna sila. Nie nadarmo preferuje 77 % európskych rodičov sklo ako obal na uchovávanie detskej výživy. Sklenený materiál je navyše 100% recyklovateľný. Sklo je možné opätovne roztaviť a znovu spracovať.

Sklu sa tak podarilo vybudovať most medzi megatrendmi zdravie a ekológia. Ale ani individualita nevyjde naprázdno. Ako príklad uviedol Andreas Steinle v tejto súvislosti projekt Mestské mlieko z Zürichu. Uprostred Zürichu si môžu ľudia v automate na mlieko kúpiť mlieko vo verejne prístupnom mliekomate. Mlieko si načapujú do sklenených fliaš, ktoré si priniesli so sebou alebo ktoré si môžu kúpiť priamo na mieste. Viac informácií nájdete na adrese: www.stadtmilch.ch.

Vetrotalk

Podujatie Vetrotalk sa konalo na jeseň roku 2014 vo Viedni. Túto akciu organizovala iniciatíva Glasforum Österreich v úzkej spolupráci s firmou Vetropack Austria.

Okrem Andreasa Steinleho z ústavu Zukunftsinstitut bol ako prednášajúci tiež pozvaný Christian Prior, Account Director Weber Shandwick. Prior predstavil štúdiu obalov Európskeho zväzu obalového skla FEVE a Steinle sústredil svoju prezentáciu na megatrendy.



Zľava doprava: Johann Reiter, riaditeľ Vetropack Austria; Silvia Meißl, šéfredaktorka časopisu pre obchodníkov CASH; Andreas Steinle, riaditeľ ústavu Zukunftsinstitut; Christian Prior, Account Director agentúry Weber Shandwick

Budúcnosť v skratke

Ústav Zukunftsinstitut bol založený v Nemecku v roku 1998. Od samého začiatku výrazne formoval výskum trendov a budúcnosti. V súčasnosti je tím ústavu Zukunftsinstitut považovaný za jeden z najplyvnejších think-tankov európskeho výskumu trendov a budúcnosti.

Práca tejto inštitúcie sa zameriava na otázku: Aké zmeny – aké trendy a megatrendy – formujú našu súčasnosť a aké závery z toho je možné vyvodzovať pre budúcnosť spoločnosti, podnikov a kultúry?

Pobočky ústavu Zukunftsinstitut sa nachádzajú vo Frankfurtu, Mníchove a vo Viedni.



ŠPECIÁLNA VÝSTAVA V ŽENEVE

Sklárske umenie zo St-Prex v Musée Ariana

Okrem fliaš a ďalších sklených obalov vyrábala sklárne St-Prex od roku 1928 do roku 1964 taktiež ornamentálne predmety. Tým je teraz venovaná výstava v Musée Ariana v Ženeve, ktorú je možné navštíviť až do 1. novembra 2015.

Obdobie povojnovej krízy po prvej svetovej vojne donútilo vtedajšie vedenie sklárne St-Prex hľadať možnosti diverzifikácie. V roku 1928 bolo založené umelecké oddelenie, ktoré vyrábalo dekoratívne predmety ako vazy, misy, džbány, poháre, šperkovníce alebo dokonca lampy. Umeleckí sklári preniesli v tejto prvej fáze rôzne ľudové motívy na šablóny a aplikovali vzory pomocou striekacej pištole na jednoduché vazy z bieleho matného skla. Okrem týchto trochu gýčovitých pôsobiacich predmetov vznikol taktiež limitovaný počet perleťových váz so zlatým okrajom, z ktorých sa dodnes zachovalo len veľmi málo exemplárov.

Symfónia farieb a tvarov

Od roku 1930 prišli do výroby umelci ako Paul Bonifas a Fernand Giauque a rozšírili výrobný program o vazy nad-

časovej krásy. Tieto vazy, ktorých tvary sa inšpirovali prvkami klasicizmu, sa vyrábali z bieleho, zeleného alebo hnedého skla, zdobili sa práškovým farebným sklom a vypaľovali sa. Vďaka smaltovaniu sa okrem iného vyrábali sklené vazy, ktoré pripomínali kameninu. Dekory, sčasti taktiež vyleptané do skla kyselinou, predstavovali grécko-rímske alebo etruské scény.

Zlato a striebro

Obdobie od roku 1935 do roku 1964 bolo prevažne v znamení váz z číreho a svietivo zeleného skla. Jednotlivé kusy boli dokonca náročnou metódou zušľachťované a predovšetkým zdobené priehľadným modrým smaltovaním. Umeleckí sklári potom naniesli štetcom zlatý alebo strieborný smalt a nechali ho znovu vypáliť do povrchu. Po druhom vypa-



KONTAKTNÉ ADRESY

PREDAJ

Švajčiarsko

Telefón +41 44 863 34 34
Fax +41 44 863 34 45
verkauf.ch@vetropack.ch
vente.ch@vetropack.ch

Rakúsko

Telefón +43 2757 7541
Fax +43 2757 7541 202
verkauf.at@vetropack.at

Česká republika

Telefón +420 518 603 111
Fax +420 518 612 519
marketing.cz@vetropack.cz

Slovensko

Telefón +421 32 6557 111
Fax +421 32 6589 901
odbyt@vetropack.sk

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

Telefón +385 49 326 326
Fax +385 49 341 154
prodaja@vetropack.hr

Ukrajina

Telefón +380 4597 313 44
Fax +380 4597 311 35
sales@vetropack.ua

Ostatné krajiny západnej Európy

Telefón +43 7583 5361
Fax +43 7583 5361 225
export@vetropack.at

Ostatné krajiny východnej Európy

Telefón +420 518 603 111
Fax +420 518 612 519
export.cz@vetropack.cz



ľovaní vznikli v zlatom alebo striebornom povrchu trhlínky, ktoré pripomínajú japonskú techniku raku. Od roku 1938 sa v sklárni St-Prex vyrábalo taktiež čierne sklo a krištáľové sklo.

Musée Ariana

Švajčiarske múzeum keramiky a skla v Ženeve má vo svojej zbierke približne 20 000 predmetov zo siedmich storočí: od roku 1 300 až po súčasnosť. Múzeum patrí v Európe k najvýznamnejším svojho druhu a vo Švajčiarsku je unikátne. Najväčšej obľube sa tešia predovšetkým pravidelné špeciálne výstavy, ku ktorým aktuálne patrí prezentácia sklárskeho umenia zo St-Prex.

Špeciálna výstava potrvá do 1. novembra 2015. Otvorená je denne od 10. do 18. hod.

Adresa: Avenue de la Paix 10, 1202 Genève

Telefón: +41 22 418 54 50