

VETROTIME

Bülach
Best Medium
Workplaces™

Udržateľnosť
Nový znak pre sklo

Fókus
Letná sviežosť

4	Zaujalo nás	Rozmanitosť v skle
6	Certifikácia	Best Medium Workplaces™
8	Fókus	Letná sviežosť
14	Udržateľnosť	Zníženie emisií CO2
16	Trh	VIP Glass vstupuje do ďalšej fázy
18	Nový dizajn	Žiarivé farby skla
23	Čriepky kultúry	Oficiálne uznanie



Zmeškali ste vydanie Vetrotime?
Predchádzajúce čísla nájdete
pomocou QR kódu vedľa.

Tiráž

Redakcia a text

Corporate Communications

Vetropack Holding Ltd, Bülach

Sadzba

Arnold & Braun Grafik Design, Luzern

Tlač

Tlačiareň Van Druck, Sedlčany

Fókus: Leto znamená radosť v živote. Užívame si teplé dni a trávime čas vonku. Počas našich letných aktivít je sklo naším stálym spoločníkom. Široké spektrum farieb dostupných v sklenených obaloch pripomína rôzne farby dúhy počas letnej búrky. Najpôsobivejšou kvalitou sú však praktické výhody skla - sklenené obaly uchovávajú všetky prírodné chute a originálne vône jedla a nápojov.



Vážení čitatelia,



leto je tu a konečne sa môžeme znovu stretnúť s našimi priateľmi, rodinami a kolegami, či už v chládku na záhrade, na príjemnom pikniku alebo počas teplých letných večerov. Nech už ideme kamkoľvek, opäť si užívame osobné stretnutia. Online schôdzky sú fantastický nástroj, ale nemôžeme si štrngnúť pohármi a prednášať prípitky. Poďme si teda vynahradiť stratený čas, smiať sa a zabávať sa, ako môžeme. Sklenené výrobky spoločnosti Vetropack je možné vyrobiť v mnohých farbách (strany 8 až 12). Naše procesy farbenia znamenajú, že môžeme ponúknuť perfektné riešenie pre každú príležitosť. Nové dizajny (strany 18 až 21) túto rozmanitosť skutočne predvádzajú.

Otázka životného prostredia je pre všetky zúčastnené strany stále dôležitejšia. Udržateľnosť hrá v sklárskom priemysle už dlho dôležitú úlohu, ako ukazujú opatrenia, napríklad zavedenie nového znaku skla pre európsky priemysel obalového skla. Tento charakteristický znak podčiarkuje ekologické a zdravotné prínosy sklenených obalov (strana 13). Vetropack je aktívnym partnerom v tejto iniciatíve a ako spoločnosť sa snažíme čo najviac minimalizovať dopad výroby skla na životné prostredie. Vysoký podiel použitého recyklovaného skla je nevyhnutný pre zabezpečenie výroby skla šetrného k životnému prostrediu (strany 14 až 15). Očakáva sa tiež, že implementácia nového software pre záznam všetkých našich energetických tokov nám pomôže v strednodobom horizonte znížiť spotrebu energie (strana 17).

Som nesmierne hrdý na našu pobočku vo švajčiarskom Bülachu, ktorá bola vymenovaná za najlepšie miesto pre prácu TM (strany 6 a 7). Vzájomná dôvera nám dobre slúžila po celú dobu koronavírusovej krízy. Je to cenný základný kameň nášho podnikania a toto ocenenie pre mňa znamená podnet k tomu, aby aj naše ostatné spoločnosti dosiahli toto uznanie.

Prajem vám osviežujúce leto a dúfam, že vám toto číslo časopisu Vetrotime poskytne inšpiratívne čítanie.

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'J. Reiter'.

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding AG



*Adaptation:
Installation view,
Even the Trees Bleed,
Museum on the Seam,
Jerusalem, Israel, 2019*

Mesto sa stretáva s prírodou



Naoko Ito je japonská umelkyňa pôsobiaca v New Yorku, ktorá pracuje v oblasti sochárstva, inštalácií, fotografie a videa. Jej práce boli vystavované v Spojených štátoch i v zahraničí.

Projekt „Urban Nature“ je inšpirovaný vzťahom medzi človekom a prírodou. Umelkyňa rozrezala vetvy stromu na niekoľko kusov a umiestnila ich do sklenených nádob. Strom je tak rekonštruovaný cez sklo. Použitie týchto dvoch prvkov symbolizuje napätie medzi prírodou a kultúrou. „Vo svojich

umeleckých dielach dokumentujem súčasnú scénu a skúmam, ako dosiahnuť situácie, kedy je možné pozorovať chýlostivý vzťah medzi prírodou a tým, čo je v našej spoločnosti vytvorené človekom, zmeniť usporiadanie konvenčných myšlienok a pravidiel, spochybniť racionálnu kategorizáciu a vymyslieť sviežu estetiku. Vytváranie prostredia s využitím špecifických vlastností materiálu za účelom sprostredkovania filozofických náhľadov je mojou vášňou.“

Výstava pri príležitosti výročia

Živé umenie

Pri príležitosti oslavy 40 rokov od svojho prvého otvorenia usporadúva Vitromusée Romont výstavu pod názvom „Un art vivant“, ktorej cieľom je nielen uctiť si históriu samotného múzea, ale aj maliarov skla a súčasných umelcov, ktorí sa podieľali na formovaní sveta švajčiarskeho sklárskeho umenia. Výberom umeleckých diel, prípravných kresieb, fotografií, historických dokumentov a osobných výpovedí výstava ponúka prieskum umeleckej tvorby kľúčových osobností švajčiarskeho sklárskeho umenia v priebehu 20. a 21. storočia.

Yoki, Atelier Michel Eltschinger,
“Saint Georges”, 1981, dalle de verre
maľované sklo a betón,
Vitromusée Romont, sponzorované
Asociáciou Semper Fidelis



S množstvom grafických prvkov, sklenených okien, sklenených dlaždíc a video-inštalácií poskytuje Vitromusée Romont široký panoramatický prehľad súčasného umenia vitráží. Výstava potrvá do 3. októbra 2021. Ďalšie informácie nájdete na adrese www.vitromusee.ch/en.



Múzeum Louvre

Transparentná architektúra

Múzeum Louvre sídli v nádhernom paláci Louvre, ktorý bol kedysi domovom francúzskych kráľov, priamo v srdci Paríža. Je to najväčšie a najnavštevovanejšie múzeum na svete. Od svojho otvorenia v roku 1793 sa zbierka múzea rozrástla a zahrňuje viac než 380 000 predmetov, z ktorých je vystavených asi 35 000. Sklenená pyramída na vnútornom nádvorí Louvru bola postavená v rokoch 1985 až 1989 a slúži ako hlavný vchod do

múzea. Čínsko-americký architekt Ieoh Ming Pei dostal priamu zákazku na návrh tejto štruktúry, ktorú tvorí 603 diamantových a 70 trojuholníkových sklenených segmentov. Pyramída je vysoká 21,65 metrov, široká 35,42 metrov a váži okolo 180 ton. V súčasnosti sa sama stala turistickou atrakciou a je rovnako obľúbená u Parížanov ako u iných návštevníkov.

Fikcia a potešenie

Magická kombinácia

Librottiglia je myšlienka vytvorená a realizovaná agentúrou Reserve Innovation v Miláne, ktorá sa zaoberá dizajnom obalov: malá knižka tu funguje ako štítok na fľaši vína. Inovatívne spojenie vína a čítania bolo zahájené spoločne s vinárstvom Piedmontese Matteo Correggia. Súčasťou tohto partnerstva je dnes aj Fattoria di Petrognano in Chianti a vinárstvo Di Lenardo v srdci Friuli Venezia Giulia.

Projekt, ktorý kombinuje ochutnávku vynikajúcich vín s krátkymi a vzrušujúcimi príbehmi, bol predstavený v roku 2016 počas Vinitaly, medzinárodného vinárskeho salónu vo Verone, a získal niekoľko národných i medzinárodných ocenení.





Best Medium
Workplaces™

Great
Place
To
Work®

SCHWEIZ
2021

Bülach

Best Medium Workplaces™ 2021

Závod Vetropack v Bülachu vo Švajčiarsku bol označený ako Best Medium Workplace™. Toto ocenenie svedčí o podnikovej kultúre v zmysle dôvery medzi zamestnancami a manažérmi a o skutočnosti, že zamestnanci pracujú pre Vetropack radi.

Great Place to Work® zhromažďuje údaje za účelom merania podnikovej kultúry v organizáciách už viac ako 20 rokov. Pracovisko Vetropack v Bülachu vo Švajčiarsku bolo ocenené už v roku 2020 ako Great Place to Work®. Toto ocenenie bolo započítané k takzvanému Trust Index™, čo je špeciálne navrhnutý anonymný prieskum medzi všetkými zamestnancami až po úroveň manažmentu, rovnako ako prieskum medzi členmi manažmentu Culture Audit™.

Organizácie, ktoré chcú byť certifikované ako najlepšie pracoviská vo Švajčiarsku, musia spĺňať určité minimálne požiadavky v rámci nástroja Culture Audit™. Závod Vetropack v Bülachu vo Švajčiarsku, ktorý sa zúčastnil prvýkrát, splnil všetky kritériá a obsadil deviate miesto v kategórii stredných spoločností (50 až 249 zamestnancov). Zoznam najlepších zamestnávateľov je každoročne zverejňovaný.

„Ocenenie je venované všetkým zamestnancom v závode v Bülachu a bude motiváciou pre všetky ostatné spoločnosti, aby tiež získali tento titul.“

Johann Reiter, CEO Vetropack

Vzájomná dôvera a splnomocnenie

O podnikaní s výbornou pracovnou kultúrou môžeme hovoriť v prípade, ak zamestnanci dôverujú svojim manažérom, sú hrdí na svoju prácu a vychutnávajú si prácu so svojimi kolegami. Best Workplace™ znamená, že vieme zabezpečiť prostredie, ktoré pomáha zamestnancom využiť svoj potenciál v dlhodobom horizonte. To je založené hlavne na vysokej úrovni dôvery, ktorá sa dosahuje prostredníctvom reprezentovania správnych hodnôt a vodcovských kvalít. Každá organizácia môže uchopiť tieto aspekty spôsobom, ktorý uzná za vhodný.

Splnomocnenie znamená, že manažment dôveruje svojim zamestnancom bez toho, aby musel ich prácu sledovať spoza ramena. Best Workplaces™ vedia, ako zaujať najlepšie talenty, zamestnať ich, zároveň rozvíjať ich zručnosti a podporiť ich zmysel pre prevzatie zodpovednosti. Dôležitá je aj rovnováha medzi prácou

a súkromným životom. Tú je možné dosiahnuť prostredníctvom flexibilných pracovných hodín. Zamestnanci môžu byť úspešní len v takej práci, kde sú úspešne uspokojené potreby oboch strán.

Prístup zameraný na ľudí

Pre Nuna Cunhu, Chief HR Officer vo Vetropacku Holding Ltd, sú ľudia najvyššou prioritou. „Je radosť pracovať v prostredí, kde si ľudia vzájomne pomáhajú. Tímová práca nie je len prázdne slovo vo Vetropacku, ale je realitou.

Vetropack je rodinné podnikanie a rodinnú atmosféru je cítiť naprieč celou spoločnosťou.“

Korporátne kultúra Vetropacku sa neustále vyvíja. Nuno Cunha poznamenáva, že megatrend digitalizácie je mŕľníkom aj pre Vetropack. „Investujeme do nových systémov a nástrojov za účelom redukcie zložitosti a administratívnej záťaže spojených s procesmi. Naším zamestnancom ponúkame interné školenia, aby porozumeli a využili možnosti, ktoré tieto zmeny ponúkajú.“

Rozhovor s Dr. Marcelom Oertigom

Marcel Oertig je predseda predstavenstva a partner spoločnosti Avenir Group, poprednej spoločnosti zaoberajúcej sa poradenstvom a službami vo Švajčiarsku.



stávajúci i budúci zamestnanci získajú dôležité informácie o spôsobe, akým spoločnosť pristupuje k vedeniu a tímovej práci.

... a čo nábor?

Certifikácia je viditeľná v kľúčových bodoch procesu náboru (napríklad na webových stránkach alebo v podpisoch e-mailov náborových pracovníkov), takže potenciálni zamestnanci získajú zo spoločnosti pozitívny dojem. Je však dôležité pamätať na ďalšie zdroje informácií, ako sú správy z médií a kanály sociálnych sietí. Certifikácia je dôveryhodná, len ak sú informácie konzistentné i v iných zdrojoch.

Spoločnosť Great Place to Work® označila závod Vetropack v Bülachu za najlepšie pracovisko strednej veľkosti pre rok 2021. Aké dôležité sú takéto ocenenia z vášho pohľadu?

Nie je to certifikácia, ktorá je dôležitá. Ide o to, že spoločnosť sa zaujíma o názory svojich zamestnancov a investuje do ich blahobytu. Certifikácia to komunikuje navonok.

Ako podporuje pozitívny imidž podniku?

Uznanie za skvelé miesto pre prácu je dôkazom výnimočnej kultúry pracoviska spoločnosti Vetropack. To znamená, že

Je pre stávajúcich zamestnancov rozdiel v tom, či má alebo nemá spoločnosť certifikáciu?

Skôr než sa jednoducho spoliehať na certifikáciu, kľúčové je brať do úvahy výsledky, identifikovať silné a slabé stránky a potom riešiť oblasti pre zlepšenie. Pri uskutočňovaní prieskumu medzi zamestnancami sme videli, že miera účasti a zhodnotenie prieskumu nedosiahli na najvyššej úrovni v spoločnosti najlepšie výsledky, ale skôr v tých oblastiach, kde sa riešia potenciálne nedostatky. To znamená, že zamestnanci majú pocit, že sú vypočutí a prieskum sa stáva nástrojom spätnej väzby.

Prekypujúce farbami

Letné pôžitky



Letná sezóna zvyšuje našu chuť do života. Užívame si slnečné dni a teplé večery a tešíme sa z rôznych farieb dúhy počas letného dažďa. Širokú škálu farieb nájdete aj vo svete skla.

V lete sú rastliny v plnom kvete. Vlčie maky a slnečnice rozjasňujú polia. Motýle poletujú nad živými letnými lúkami. Naše oči sa tešia z množstva farieb.

Počas letných mesiacov máme tendenciu tráviť veľa času vonku. Stretávame sa s priateľmi pri poháriku alebo cez víkend na pikniku. Pri týchto letných aktivitách je sklo našim stálym spoločníkom. Koniec koncov, v porovnaní s inými obalovými materiálmi, sa sklo môže pochváliť významnými výhodami, pokiaľ ide o bezpečnosť potravín a kvalitu výrobkov. Napríklad sklo je úplne nepriepustné a inertné. Sklenené obaly sú „neaktívne“, čo znamená, že nereagujú na svoje okolie. Sklo je tiež bez zápachu a bez chuti, takže v sklenených obaloch zostáva zachovaná prirodzená chuť a originálna vôňa potravín a nápojov. Pre spotrebiteľov ohľaduplných k životnému prostrediu je teraz sklo uprednostňovanou voľbou vďaka svojej veľmi dobrej recyklovateľnosti.

Okrem týchto praktických výhod priťahuje sklo aj naše zmysly. Dobré víno v tmavo sfarbenej fľaši na víno upúta našu pozornosť rovnako ako osviežujúca limonáda v čirej sklenenej fľaši a prebudí naše očakávanie blížiaceho sa pôžitku.



Catering pre takmer každú požiadavku

Svet skla Vetropack je farebný. V prípade potravín zákazníci často uprednostňujú obaly z číreho skla, ktoré dovoľia farbe svojho obsahu čo najlepšie vyniknúť. Vďaka rôznym farbiacim postupom je však Vetropack schopný ponúknuť širokú škálu odtieňov. Zákazníci si môžu vybrať medzi ôsmimi štandardnými farbami vyrobenými pri procese farbenia vo vani: číra, primeur, zelená, zelená Vetropack, olivová, feuille-morte, cuvée a hnedá.



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



Dobre chránené

Farba skla má vplyv nielen na estetiku balenia, ale aj na jeho funkčnosť. Napríklad niektoré výrobky potrebujú väčšiu ochranu pred slnečným žiarením, a preto vyžadujú tmavší odtieň skla. Bez ohľadu na okolitú teplotu môže svetlo spôsobiť zmeny farby, stratu vitamínov alebo zmenu chuti a tiež znížiť trvanlivosť obsahu. Zatiaľ čo rozsah žiarenia, ktorý je kritický pre potraviny a nápoje, sa u jednotlivých produktov líši, väčšina produktov trpí najviac pod vplyvom svetla v oblasti UV žiarenia s vysokou energiou. Priepustnosť svetla u rôznych farieb skla je

preto obzvlášť dôležitým faktorom. Vetropack dokáže splniť takmer každú požiadavku, i keď ide o špeciálne požiadavky na farby.

Všimli ste si, že sa červené víno len zriedka predáva v čírej sklenenej fľaši? Táto farba skla sa zdá byť vyhradená pre biele a ružové vína, čo naznačuje, že ochrana hodnotného obsahu nie je jediným rozhodujúcim faktorom pri výbere farby fľaše. Kľúčovú úlohu hrajú aj zvyky. Len veľmi málo výrobcov ponúka svoje červené vína vo fľašiach z číreho skla, čím nám umožňujú vidieť tmavočervenú farbu vína skôr, ako je fľaša otvorená a dekantovaná.





Vetropack zelená

I keď je to už dávno, čo sa v Bülachu prestalo vyrábať sklo, stále zostáva legendou. Počas druhej svetovej vojny bol konzervový pohár s uzáverom a tesniacim krúžkom ideálnym spôsobom, ako uchovať čerstvé sezónne produkty, a tak skladovať naliehavo potrebné zásoby na dlhé zimy. Za skutočnosť, že sklárne v Bülachu počas vojnových rokov nikdy nezažila finančné problémy, vďaka Bülach sklu. Kvalita týchto nádob bola sama o sebe svedectvom a legendárne zelené zafarbenie fliaš im dodalo vysokú hodnotu. Hodnoty predaja prudko vzrástli a vysoký dopyt dokonca viedol k nedostatku zaváraninových pohárov.



Až do roku 1972 zostalo toto konzervové sklo najznámejším značkovým výrobkom sklárne Bülach. Pri propagácii povedomia o značke hrala významnú úlohu zelená Vetropack farba. Tento špecifický odtieň zelenej bol vytvorený použitím kremenného piesku pri výrobe. Zelená Vetropack je stále jednou zo štandardných farieb Vetropack, ktoré sa dodnes používajú.

Prvý dojem spotrebiteľa je ovplyvnený nielen tvarom fľaše a etiketou, ale aj farbou. Výrobcovia sú si toho vedomí a zámerne sa snažia dosiahnuť vysoké hodnoty rozpoznávania pomocou konkrétneho odtieňa skla. Ako sa teda sklo farbí, aby sa vyprodukoval požadovaný odtieň?



Vaňa alebo farbenie vo feedri

Sklo sa farbí buď vo vani, alebo neskôr vo výrobnom procese vo feedri. Aby bolo možné pružnejšie reagovať na

priania zákazníkov a zaistiť širokú škálu farieb, používajú sa rôzne postupy farbenia. Vetropack ponúka obe možnosti.



Plná vaňa skla bola prvýkrát v histórii spoločnosti zafarbená na modrú v sklárni Vetropack Nemšová.

Pri tradičnom postupe farbenia vo vani sa farbiace zložky primiešavajú do roztavenej sklenenej hmoty, ktorú tvorí kremičitý piesok, uhličitán sodný, vápenec, dolomit a recyklované sklo. V závislosti od farby môže podiel použitého skla dosiahnuť až 90 %.

Vysoká flexibilita

Na rozdiel od farbenia obsahu celej vane zahŕňa postup farbenia vo feedri zavádzanie farbiacich prísad do podávača, prírodného potrubia do sklárskeho stroja, pričom sklo je už pripravené vo vani. Táto metóda farbenia umožňuje relatívne rýchlo prepnúť na inú farbu, a je preto vhodná pre malé a stredné veľkosti šarží. Pri vhodnom nastavení je možné s farbiacim podávačom vyrobiť na každej výrobnej linke vane inú farbu skla.

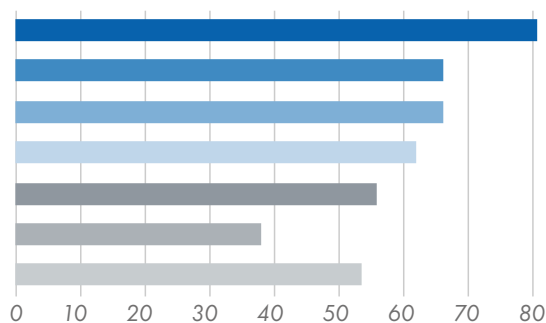
Vďaka zelenému sklu je to jednoduché

Na výrobu skla šetrného k životnému prostrediu je nevyhnutný vysoký podiel recyklovaného použitého skla. V spoločnosti Vetropack predstavuje podiel použitého skla v niektorých prevádzkach až 80 % spracovaných surovín. V roku 2020 činil podiel použitého skla v celej skupine 53 %. Dostupnosť vysoko-kvalitného použitého skla však zostáva veľkou výzvou. Vetropack preto podporuje opatrenia, ktoré zvyšujú mieru zberu.

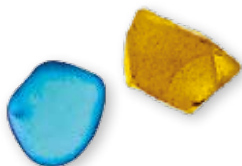
Dokonalé oddelenie rôznych farieb použitého skla pri likvidácii prázdnych sklenených obalov pomáha udržiavať čo najvyšší podiel použitého skla pri výrobe nových sklenených obalov. Fľaše, ktorých farba je ťažko identifikovateľná, patria do recyklačných nádob so zeleným sklom. Je to preto, že zelené sklo je s najväčšou pravdepodobnosťou schopné tolerovať nesprávne farby bez vplyvu na farbu nových sklenených obalov počas výroby.



Podiel črepov vo výrobe 2020
(podľa farby skla)



- 81 % *feuille-morte*
- 66 % *zelená/Vetropack zelená*
- 66 % *olivová/cuvée*
- 62 % *primeur*
- 56 % *hnedá*
- 38 % *biela*
- 53 % *ø všetky farby*





Prírodný upcycling

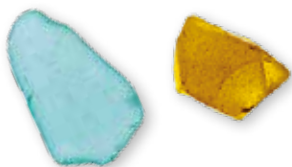


Presne povedané, morské sklo je predovšetkým odpadový produkt. Pojem „morské sklo“ označuje použité sklo, ktoré bolo zvetrané v mori alebo na pláži neustálym kontaktom s morskou vodou, kameňmi a pieskom. Počas tohto procesu sa ostré hrany použitého skla brúsia a obvykle lesklý povrch získava saténový ráz. Dosiahnutie optimálnych výsledkov zvyčajne trvá najmenej 20 až 30 rokov.

Morské sklo zvyčajne pochádza zo sklenených obalov, ktoré boli zlikvidované v mori. Nachádzajú sa teda v blízkosti hlavných prepravných ciest alebo na plážach, kde bol v minulosti nedbanlivo odstraňovaný odpad. Z toho dôvodu je ďalším pojmom pre tieto farebné pútače zraku výraz „plážové sklo“. Nakoľko veľká časť tohto zvetraného použitého skla pochádza z vyhodenej fľaš na pivo alebo vodu, najčastejšie sa vyskytujú v zelenej, hnedej a čirej farbe. Iné farby sú oveľa vzácnejšie.

Použité plážové sklo sa stalo obľúbeným zberateľským artiklom. Niekedy sa spracováva do šperkov alebo umeleckých diel. Vzhľadom k prísnejším medzinárodným predpisom o životnom prostredí sú však nálezy morského skla stále vzácnejšie. Jeho neutíchajúca popularita v súčasnosti prilákala aj falšovateľov, ktorí v rotujúcom bubne spracovávajú použité sklo s brusivom a potom ich ponúkajú na predaj.

Najznámejšími náleziskami morského skla sú – ako už napovedá názov – Glass Beach v americkom štáte Kalifornia alebo pláž s rovnakým názvom na havajskom ostrove Kauai. Morské sklo však nájdete aj na plážach v severnom Nemecku.



Rozhovor s Ann-Christin Wimber, zberateľkou morského skla

Aké schopnosti sú nevyhnutné pre zber morského skla?

Láska k vode a schopnosť nechať na chvíľu unášať vaše myšlienky. Zbieranie skla pre mňa nie je len o hľadaní. Pomaly sa prechádzajte po pláži s pohľadom upretým na zem a sústreďte sa len na možné nálezy - je to fantastický spôsob, ako spomaliť svoje životné tempo.

Morské sklo je v skutočnosti len odpad, ale v určitých farebných odtieňoch sa môže ukázať cennejšie než jantárové. Prečo?

Cenné je možno nevhodné slovo. Je to jednoducho tak, že niektoré farby sú vzácnejšie než iné, pretože sklenené predmety, z ktorých pochádzajú, boli ťažšie dostupné. Ich výroba bola často drahšia - napríklad červené sklo. Preto sú červené a oranžové fragmenty alebo niektoré odtiene modrého skla vzácne a medzi zberateľmi sa predávajú za vysoké ceny.

Prísnejšie zákony na ochranu životného prostredia a vyššia miera recyklácie skla - sú to požehnania alebo kliatba pre zberateľov morského skla?

Prísnejšie zákony na ochranu životného prostredia sú dobrá vec, a takisto aj vyššia miera recyklácie. To však stále viac znižuje šancu nájsť morské sklo, pretože do mora je vyhodených menej sklenených predmetov.



Ann-Christin Wimber z Barsbeku pri Kieli (Nemecko) je nezávislá novinárka, autorka a blogerka. Vydala knihu o svojom obľúbenom koníčku: „Meerglas - suchen, finden, bestimmen: Strandscherbenfunde an Nord- und Ostsee“ („Morské sklo - hľadanie, nálezy, identifikácia: nálezy plážového skla zo Severného a Baltského mora“).



Európsky priemysel obalového skla

Nový znak pre sklo podporuje udržateľnosť

Európsky priemysel obalového skla vytvoril nový znak, ktorého cieľom je zdôrazniť zdravotné a ekologické výhody sklenených obalov. Vetropack sa tejto iniciatívy aktívne zúčastňuje.

Dopad obalov používaných na potraviny a nápoje na životné prostredie je významným faktorom pri rozhodovaní spotrebiteľov o tom, či tieto výrobky kúpiť. To je dôvod, prečo si dvaja z piatich Európanov volia sklo, ktoré sa jednoduchšie recykluje, spomedzi rôznych obalových materiálov. Tieto zistenia sú výsledkom spotrebiteľského prieskumu uskutočneného európskym sklárskym priemyslom v roku 2020.

Zdravie a ochrana životného prostredia

Nový charakteristický znak, rozoznateľný symbol zdravia a udržateľnosti, je navrhnutý za účelom zobrazenia na obaloch potravín a nápojov, a je ideálnym vizuálnym prostriedkom, ktorým môžu značkové spoločnosti preukázať svoj

záväzok k zvýšeniu povedomia o udržateľnosti. Pečať kvality bola vyvinutá v spolupráci s dizajnérmi a spotrebiteľmi, ktorí sa spoločne dohodli na finálnej podobe loga. Každý prvok dizajnu symbolizuje pozitívne vlastnosti skla: využívanie zdrojov ako súčasť obehového hospodárstva, príležitosti k recyklácii, schopnosť materiálu chrániť a udržiavať kvalitu produktu a jeho zdravotné prínosy pre ľudí, ktorí ho používajú. To znamená, že výber skla je aktívnym rozhodnutím v prospech udržateľnej budúcnosti.

Podpísaním bezplatnej licenčnej zmluvy s Európskou federáciou obalového skla (Feve) sa spoločnosti, ktoré sa zúčastňujú tejto iniciatívy, stanú súčasťou hodnotnej siete partnerov a prijímajú zjavný záväzok k podpore udržateľnosti.



Zvyšovanie povedomia

Značka je navrhnutá tak, aby spotrebiteľom pripomenula, čo majú na skle radi a ako jednoducho sa recykluje.



Sklo je prírodné.

Sklo je jednoduché a neznečisťuje životné prostredie: je vyrobené z prírodných surovín.



Sklo je donekonečna recyklovateľné.

Sklo je stopercentne a donekonečna recyklovateľné a je možné ho znovu a znovu recyklovať bez akejkoľvek straty kvality.



Sklo zachováva kvalitu produktu.

Sklo je inertné a pôsobí ako bezpečná bariéra proti vonkajším vplyvom. Chráni nielen kvalitu produktu, ale aj zdravie ľudí, ktorí ho používajú.



Sklo je starostlivé.

Vybrať si sklo znamená chrániť zdravie prírodného prostredia i nás samotných.

Inovatívne a udržateľne

Do roku 2030 je plánované zníženie emisií CO₂ o 30 %



Vetropack sa zaväzuje udržiavať čo najmenší dopad výroby skla na životné prostredie a odpovedajúcim spôsobom šetrí prírodné zdroje. Na jednej strane je nevyhnutné, aby sa sklo stalo produktom, ktorý je udržateľnejší než iné obalové materiály. Na druhej strane je dôležitý minimálny dopad na životné prostredie, pretože stále viac zúčastnených strán sa teraz zameriava na otázky životného prostredia.

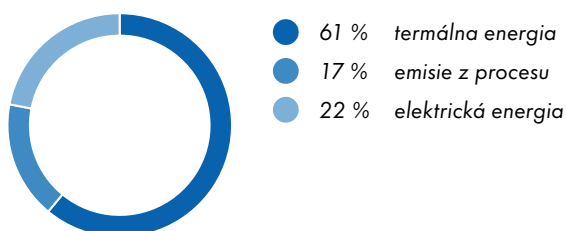
Politický tlak vyvíjaný v energeticky náročných priemyselných odvetviach rastie a politici a záujmové skupiny požadujú prijatie účinných opatrení na zníženie emisií CO₂.

V rámci novej stratégie preto spoločnosť Vetropack formulovala cieľ stať sa lídrom v celom odvetví, pokiaľ ide o výrobu šetrnú k životnému prostrediu. Pod nadpisom „Jasne udržateľné“ stanovil Vetropack príslušné kľúčové údaje a krátkodobé, strednodobé a dlhodobé ciele. Hlavným kľúčovým ukazovateľom sú emisie CO₂ na tonu výro-

beného skla. Pre tento ukazovateľ definoval Vetropack cieľ na rok 2030, ktorým je zníženie emisií o 30 % v porovnaní s rokom 2019.

V sklárskom priemysle majú do značnej miery vplyv na životné prostredie a prírodné zdroje energeticky náročné procesy tavenia. V dodávateľskom reťazci ovplyvňuje energetickú účinnosť predovšetkým spracovanie surovín a obalových materiálov a preprava surovín a hotových výrobkov. Spoločnosť Vetropack sa preto zameriava na zvýšenie energetickej účinnosti svojich vaní a zvýšenie podielu použitého skla vo výrobe. Ďalším dôležitým spôsobom zachovania prírodných zdrojov sú ľahšie sklenené nádoby. V rámci technológie VIP Glass je vyvíjané úsilie o zníženie ich hmotnosti (pozri stranu 16).

Emisie skleníkových plynov podľa zdroja (t CO₂e)



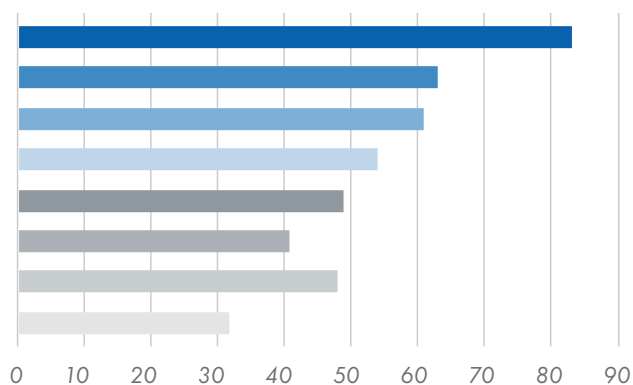
Optimalizácia využitia surovín

Pre výrobu skla šetrného k životnému prostrediu je zásadný vysoký podiel recyklovaného skla. V spoločnosti Vetropack

predstavuje podiel použitého skla v niektorých prevádzkach až 80 % spracovaných surovín. V celej skupine činil podiel použitého skla v roku 2020 53 %. Vetropack si stanovil cieľ dosiahnuť podiel použitého skla 70 % do roku 2030. Dostupnosť vysoko kvalitného použitého skla však zostáva veľkou výzvou. V mnohých krajinách je miera zberu omnoho nižšia než napríklad vo Švajčiarsku a Rakúsku. Kvalita použitého skla môže viesť aj k problémom, ak je znečistené cudzími látkami, napríklad keramikou. Vetropack preto podporuje opatrenia, ktoré zvyšujú mieru zberu.

Podiel použitého skla na výrobe v roku 2020

(podľa spoločností skupiny)



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

Prístup k riadeniu

Informácie o ekologickej stope použitých sklenených obalov sú pre významných zákazníkov stále dôležitejšie. Špecializovaná skupina pre životné prostredie je na úrovni skupiny zodpovedná za koordináciu a monitorovanie všetkých činností súvisiacich so životným prostredím v spoločnosti Vetropack. Táto skupina vyvíja a vydáva záväzné pokyny a minimálne požiadavky na základe podnikovej stratégie

a politiky udržateľnosti spoločnosti Vetropack a cieľov skupiny v oblasti životného prostredia (s ohľadom na spotrebu energie a vody, emisie a objem odpadu). Vo vykazovanom roku bola napríklad renovovaná vaňa v Straži (Chorvátsko). Pretože najnovšie technologické znalosti sú začlenené do procesu plánovania každej opravy vane alebo nového projektu výstavby, bola merná spotreba energie vane znížená o 14 %.



Vetropack úzko spolupracuje so svojimi dodávateľmi na zabezpečení priebežného, nákladovo efektívneho a spoľahlivého nákupu výrobných zariadení a surovín. Stratégia viacerých dodávateľov spoločnosti Vetropack znižuje riziko prerušenia výroby sklenených obalov a tiež pomáha zaistiť spoľahlivé dodávky produktov. Ak sa chcete dozvedieť viac, prečítajte si článok o zvýšení efektivity a znížení nákladov na strane 17.

Tento článok je prevzatý z prvej integrovanej výročnej správy skupiny Vetropack.

**Online správa skupiny
Vetropack 2020**





TRH

Vetropack Improved Performance Glass vstupuje do novej fázy

Zameranie sa na presadzovanie inovácií je súčasťou Stratégie 2030 skupiny Vetropack. Otvorená inovačná stratégia sa okrem iného zameriava na ďalší rozvoj technológie VIP Glass z pilotného procesu do plne industrializovaného procesu.

Inovačné centrum skupiny Vetropack, ktoré sa nachádza v rakúskom závode v meste Pöchlarn, je prejavom strategického úsilia v oblasti inovácií. Jedným z dôvodov, prečo sa toto centrum nachádza v Rakúsku, je skutočnosť, že tu bola v minulom roku uvedená na trh prvá vratná fľaša na svete, vyrobená z odľahčeného skla. Johann Eggerth, generálny riaditeľ spoločnosti Vetropack Austria, je vedúcim inovačného centra a Daniel Egger je od roku 2019 zodpovedný za divíziu VIP Glass. Pre rok 2020 bol stanovený cieľ vytvoriť štruktúrované procesy v divízii VIP Glass a prostredníctvom silného tímu zaistiť schopnosť závodu dodávať prvému pilotnému zákazníkovi, ktorým bol pivovar Mohrenbrauerei v Dornbirne.

V roku 2020 bolo vytvrdených približne 1,2 milióna hneďých fliaš Mohrenbräu s objemom 330 ml. Zákazník je

„V poslednom období sa sústredíme na ďalší vývoj technológie VIP Glass s cieľom zlepšiť výkonnosť produktu. Teraz intenzívne pracujeme na inštalácii Siemens Energy Manager Pro, certifikovaného riešenia pre optimalizované a ekonomické riadenie energie v divízii VIP Glass. Okrem toho vyvíjame stratégiu „go-to-market“ pre VIP Glass a rozširujeme produktové portfólio. Naším cieľom je pokračovať v plne industrializovanom procese VIP Glass. Preto sú to vzrušujúce časy.“

Daniel Egger, vedúci divízie VIP Glass

s fľašami VIP Glass veľmi spokojný. Okrem spoločnosti Vetropack Straža uspel ďalší závod, Kremsmünster v Rakúsku, splnil predpoklady na výrobu surových fliaš určených na vytvrdzovanie v procese VIP Glass. V Kremsmünsteri sa uskutočnila prvá výrobná kampaň na surové fľaše VIP Glass. Bez problémov bolo možné vyrobiť a vytvrdiť približne 500 000 fliaš veľmi vysokej kvality.

V priebehu výroby bol v horúcej prevádzke v Kremsmünsteri testovaný laser, ktorý na fľaše aplikuje dátový matricový kód. Je to potrebné preto, aby bolo možné v budúcnosti zaručiť úplnú sledovateľnosť fliaš VIP Glass.

Samostatný projekt sa zameriava na vývoj kompletného riešenia spätnej vysledovateľnosti týchto ľahkých sklenených fliaš. Výsledné zistenia je možné použiť ako schému pre celú skupinu.

Zameranie sa na energiu

Zvýšenie účinnosti a úspora nákladov

Nástroj Energy Manager Pro, ktorý spoločnosť Siemens vyvinula špeciálne pre spoločnosť Vetropack, umožní v budúcnosti jasne zaznamenávať, harmonizovať a porovnávať všetky energetické toky v každom závode skupiny Vetropack.

Výroba skla je energeticky náročný proces, v ktorom vane pracujú pri teplote okolo 1 600 °C. Kurt Hagenberger, vedúci nákupu pre energiu spoločnosti Vetropack, hovorí: „Spotreba energie je pre nás hlavným nákladovým faktorom. Je to niečo, čo zjavne chceme znížiť - a práve to nám umožní systém riadenia energie.“ Ulrich Ruberg, vedúci podnikového obstarávania, dodáva: „Softvér na správu čistej energie existuje už nejaký čas, ale uplatňujeme integrovaný prístup. Chceme byť schopní prepojiť údaje z trhu, implementovať našu stratégiu obstarávania a vedieť, aké sú naše náklady v reálnom čase - a potrebujeme plne automatizovaný systém auditu.“ V súčasnosti existuje iba jeden softvér, ktorý umožňuje dosiahnuť všetky tieto ciele - Energy Manager Pro, ktorý spoločnosť Siemens ďalej vyvinula špeciálne pre spoločnosť Vetropack.

Merače sa napájajú na databázu

Energy Manager Pro je základná gigantická databáza. Jeho merače merajú spotrebu energie a hodnoty sú komplexne analyzované. Ako hovorí Kurt Hagenberger: „Pri výrobe používame merače elektriny, plynu, stlačeného vzduchu alebo vody. Potom namerané hodnoty analyzujeme vo vzťahu, okrem iného, k objemu výroby, čo nám umožňuje vypočítať referenčnú hodnotu pre efektívnu spotrebu energie a náklady.“ Ulrich Ruberg je presvedčený, že vo svete, ktorý sa stáva čoraz zložitejším, je potrebné, aby sa oddelenia spojili bližšie, aby čo najlepšie využili príležitosti na optimalizáciu: „Kvôli zvýšeniu množstva energie generovanej obnoviteľnými zdrojmi energie napríklad náklady na energiu kolíšu po celý deň. Iba nástroje, ako napríklad Energy Manager Pro, nám umožňujú reagovať a spolu so všetkými oddeleniami zabezpečiť optimalizáciu. Prvýkrát sme všetky naše údaje sústredili do jedného nástroja,“ hovorí Ruberg.

Všetky závody pripojené do roku 2023

Nástroj bol prvýkrát implementovaný pred rokom a pol



v závode Straža v Chorvátsku. „Momentálne sme vo fáze optimalizácie a tento nástroj funguje hladko,“ hovorí Kurt Hagenberger. Spoločnosť Energy Manager Pro bola následne predstavená v spoločnosti Vetropack Austria a v sklárňach so sídlom v Českej republike a na Slovensku sa začne používať neskôr v tomto roku. Nástroj bude uvedený do všetkých prevádzok do roku 2023.

Z jeho účinkov však už možno vyvodíť závery. Slovom Kurta Hagenbergera: „Tento nástroj nás robí energeticky efektívnejšími a aktívne podporuje náš nákup energie. Nestálosť trhov znamená, že je pre nás nanejdôležitejšie mať dobrý online prístup k trhovým údajom.“

Ulrich Ruberg dodáva: „Potenciál optimalizácie existuje všade, kde sa spotrebuje energia. Naše zameranie je sústredené na získanie presnej analýzy spotreby energie pre naše vane a ďalších odberateľov energie na dolnom toku. Na základe tejto analýzy potom spustíme simulácie opatrení na optimalizáciu nákladov.“ Tento nástroj umožňuje používateľom nielen merať spotrebu energie vo vaniach, ale tiež spúšťať simulácie opatrení na zníženie nákladov. Ruberg pokračuje: „Po zavedení opatrení na zvýšenie efektívnosti tento nástroj veľmi ľahko sleduje ich efektívnosť a schopnosť znižovať náklady. Energy Manager Pro je nepostrádateľný nástroj na optimalizáciu nákladov a podporuje nás pri plnení nášho záväzku efektívne využívať energetické zdroje.“



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



Nadčasový

La dolce vita po premene

Disaronno®, značka najobľúbenejšieho talianskeho likéru na svete, uviedla na trh produkt Disaronno Velvet s cieľom potešiť svojich fanúšikov. Elegantný obal pre hladký krémový likér vyrába spoločnosť Vetropack Italia v Trezzane sul Naviglio neďaleko Milána.

Nový výrobok je ideálny pre milovníkov intenzívne aromatizovaných krémových likérov. Výrazná chuť najpopulárnejšieho talianskeho likéru na svete je obohatená o nečakané nuansy. Disaronno Velvet, prekvapivo jemný na podnebí, inteligentne a harmonicky spája nezameniteľný charakter Disaronno Originale, ktorý vďaka svojmu zamatovému tónu zanechal trvalý dojem po celé generácie.

Kultová fľaša s objemom 750 ml so „štvorcovým viečkom“ dostala nový vzhľad s veľmi elegantným a moderným bielym vzhľadom. Kombinácia nadčasovej elegancie s „la dolce vita“ je zjavná aj v reklame na Disaronno Velvet, ktorá vyšla v roku 2021 pretvorením klasickej reklamy značky. „Disaronno Velvet“ získal na talianskom trhu cenu za inováciu „Produkt roka 2021“ pre nové liehoviny. Kľúčovú úlohu na tomto úspechu zohral nový dizajn od spoločnosti Vetropack Italia.



Ušľachtilá

Získajte to najlepšie

Podľa legendy pramenitá voda z podzemného jazera v regióne Podolia na Ukrajine kedysi uzdravila chorú dcéru poľského šľachtica. Jej meno, Regina, sa stalo značkou minerálnej vody pochádzajúcej z tohto jazera. Vetropack Gostomel pridáva tejto vysoko-kvalitnej pramenitej vode novú hodnotu vďaka novej sklenej fľaši.

Regina – tento nesýtený prírodný produkt je kráľovnou ukrajinských stolových vôd. Až do roku 1917 a do pádu európskej aristokracie bola Regina dodávaná na stoly cisárov a vyvázaná do zahraničia do Rakúska-Uhorska, Rumunska, Nemecka, Poľska a Francúzska. I keď jej zámožní spotrebitelia sa od tej doby zmenili, voda si zachovala svoje ušľachtilé vlastnosti a pomáha udržiavať dobré zdravie rovnako ako kedykoľvek predtým.

Regina je dostupná v 1-litrových a 0,5-litrových fľašiach zo zeleného skla, jedná sa o jedinečné a charakteristické obaly. Na spodnej časti fľaše sa vynímajú vlnovka a zakrivené logo podobné chemickému symbolu pre striebro. Nie je to náhoda – voda bohatá na minerály obsahuje nielen stopové prvky sodíka, vápnika, horčíka, ale aj striebro. Drahý kov má antivírusové vlastnosti a posilňuje imunitný systém. Fľaša je vyrobená zo skla nielen z estetických dôvodov – táto voľba materiálu zaručuje, že zdravá voda si zachová svoje kvality i pri dlhodobom skladovaní.



Priekopníci

Nová kapitola

Slávni rakúski vinári Markus Huber a Lenz Moser prijali výzvu napísať novú priekopnícku kapitolu v histórii rakúskeho vína. Vetropack Austria pomohol tejto dvojici dať ich vzrušujúcemu projektu jedinečný vzhľad s úplne novým dizajnom fliaš.

Odroda Veltlínske zelené je pýchou rakúskej vinárskej krajiny, predáva sa a chutí predovšetkým v nemecky hovoriacich oblastiach. Lenz Moser a Markus Huber, dvaja špecialisti na vetltlín zo združenia Rakúskeho vinárskeho priemyslu, veria, že tento skrytý klenot hrozna je pripravený získať širokú medzinárodnú fanúšikovskú základňu a dosiahnuť globálny status kultu. Pod značkou Lenzmark – New Chapter spojili obaja vinári svoje bohaté skúsenosti s cieľom reprezentovať chuť Veltlínskeho zeleného a vyvinúť moderný štýl – povedzme Veltliner 2.0 – zameraný ako na skúsených znalcov, tak aj na mladé náročné cieľové skupiny.

Preto bolo zásadné, aby produkt dostal neobvyklý dizajn fľaše. Komplexný vzhľad kónickej fľaše na víno s objemom 0,75 litra farby cuvée poskytuje tímu všetko, čo chceli. Zložitý sklenený reliéf na ramene, značka Lenzmark vyrytá na základni a trojdielna papierová etiketa na prednej strane stelesňujú nový štýl tohto veľmi zvláštneho vína.

Prestížne

Odovzdávanie tradícií

Vinárstvo Henri Badoux vytvorilo novú elegantnú aktualizáciu svojho symbolu jašterice. Nová olivovo sfarbená edícia fliaš sa vyrába v sklárni Vetropack v St-Prex a biela verzia v sklárni Vetropack Austria.

Henri Badoux založil v roku 1908 vinicu, ktorá nesie jeho meno. Odvtedy sa rodinný podnik neustále rozrastal. Dnes zahŕňa 55 hektárov viníc a vyrába víno z úrody zo 100 hektárov. Meno Henri Badoux je neoddeliteľné od jašteričky, ktorá zdobí etikety jeho fliaš vína už viac ako storočie.

V roku 2021 prešli vinice rebrandingovou kampaňou. Biele a červené víno sa teraz dodáva do regálov v olivovo sfarbenej 0,7-litrovej fľaši, zatiaľ čo ružové sa plní do číreho skla. Ikonická jašterička je na fľašiach v novej kolekcii vín zdôraznená triezvym a elegantným štýlom – ako prepojenie tradície a moderného sveta. Znak je dôležitým prvkom ekosystému Chablais, na tento ekologický faktor dodatočne reflektuje nízka váha fliaš. Vďaka svojmu vysokému korkovému uzáveru je vrchná časť korku jasne viditeľná a, samozrejme, ozdobená jaštericou.



Majestátnosť

Krása a pôžitok

Priamočiara elegancia – takto môžete opísať brandy Vinjak 5 V.S.O.P. vyrobenú srbským vinárstvom Rubin, rovnako aj jej obal. Nápadné čierne fľaše sa vyrábajú v spoločnosti Vetropack Straža.

Vinárstvo Rubin, s 10 000 hektármi viniča na 19 miestach, je najväčším srbským producentom vín a liehovín. Vinárstvo je známe svojimi prvotriednymi vínami, vysoko-cenenými na celom Balkáne i mimo neho, ale aj svojou vynikajúcou brandy. Vinjak 5 V.S.O.P. významne prispela k dobrej povesti liehovín vinárstva Rubin. Vyrába sa z poctivo vybraných destilovaných vín a zreje najmenej päť rokov v dubovom sude s objemom 500 litrov. Svetlo-tmavé kontrasty jeho jantárovej farby spolu s červenkastým leskom a vysoko-komplexnými arómami s tónmi vanilky, slivky, kávy a korenia z nej robia kráľovnú srbských brandy.

K takému vznešenému produktu patria len tie najlepšie obaly – elegantné, tmavé a ťažké fľaše od spoločnosti Vetropack Straža. Nepotrebujú žiadne ozdoby. Na konci dňa je Vinjak 5 V.S.O.P. o neprikrášľovanom pôžitku. Týmto spôsobom je oko priťahované k jedinému kusu dekorácie – fľaša cuvée s objemom 700 ml je pred naplnením ozdobená zlatou sieťotlačou.



Nezabudnuteľný

Nový vzhľad

Vetropack Austria vytvoril novú fľašu na tradičný horký nápoj Leibwächter od rakúskej skupiny Schlumberger Group s dizajnom, ktorý nezabudnuteľne predvádza to, vďaka čomu je likér skutočne jedinečný.

Kočíš bol vždy dôveryhodným spoločníkom a strážcom svojich cestujúcich. Čakával vonku v daždi a vetre so svojimi koňmi a občas si doprial zaslúžený dúšok Leibwächter, likéru vyrobeného z rôznych bylín. Horko-sladký bylinný destilát je populárny dodnes, užíva sa ako posilňujúci aperitív alebo ako osviežujúci kokteil namiešaný s pomarančovým džúsom, citrónom alebo kolou.

Tradícia elixíru, s jeho jemnou sladkosťou, ktorá necháva vyniknúť slávne bylinkové tóny, je teraz zladená s výnimočnou fľašou. Nový dizajn 0,5-litrovej zelenej sklenej fľaše bol vytvorený v rakúskom závode Vetropack v meste Pöchlarn. Hranaté boky fľaše sú bohato zdobené sklenenými reliéfmi niektorých z 58 bylín, ktoré sú súčasťou likéru. Rok 1873, kedy bol nápoj prvýkrát vyrobený, je vyrytý na spodnej časti fľaše. Kvalitná potlačená etiketa bezpečne zapadá do špeciálne navrhnutých priehlbín na povrchu.



Na prvý pohľad:
najnovšie výrobky



Bez hraníc

Tradície a udržateľnosť

Tradičná česká značka Pilsner Urquell uvádza na trh novú vratnú fľašu, čím posilňuje svoj záväzok k udržateľnosti. Elegantná fľaša s výrazným embosom je vyrábaná spoločnosťou Vetropack Moravia Glass.

Sklo je vhodné pre jednorazové aj vratné fľaše. Vratná fľaša môže byť opakovane použitá viac než 40-krát. Vo svetle diskusie zaoberajúcej sa dopadom obalov na životné prostredie rastie dopyt po vratných sklenených fľašiach.

Vetropack sa snaží vyrábať svoje obaly čo najekologickejšie. Napríklad použitie recyklovaného skla a vratných obalov sa systematicky zvyšuje, za účelom ušetrenia čo najviac prírodných zdrojov.

Žiadne prázdne sľuby

Pivovar Plzeňský Prazdroj podniká ďalší dôležitý krok k udržateľnosti: nová vratná fľaša na svetoznáme plzeňské pivo s nápadným reliéfom odstraňuje hliníkovú fóliu na hrdle fľaše, zatiaľ čo plastové etikety sú nahradené recyklovateľnými papierovými. Správa pre milovníkov piva je jasná: „S novými fľašami pomáhate chrániť životné prostredie.“ Táto zmena bude znamenať, že ročne sa môže ušetriť približne 106 ton odpadu. To sú fakty.

Embosy na novej fľaši sú veľmi nápadné. Na prednej strane boli pridané slová „The Original Pilsner“, zdôrazňujúce prednosť tohto piva v kategórii plzeňského typu. Na zadnej strane fľaše je upravený reliéf brány tradičného pivovaru a nápis „Pilsner Urquell“. Vyvýšené prvky nie sú len dekoratívne. Predstavujú tradíciu, kvalitu a miestne korene produktu. Vďaka reliéfom fľaša sedí veľmi dobre v ruke, čo pivári určite ocenia.

Korunou vratnej fľaše je zlatý vrchnák s vyrazeným dreveným sudom – typickým znakom plzeňského pivovaru. Erb mesta Plzeň a iniciály P. U. sú veľmi citlivo umiestnené na zelenom štítku na hrdle.

Fľaše Pilsner Urquell majú jednotný dizajn po celom svete. Výrobky spoločnosti Vetropack jednoducho nepoznajú hranice.





Hans Staud (uprostred) so svojimi konateľmi Jürgenom Hagenauerom (vľavo) a Stefanom Schauerom

Bohatá tradícia

STAUD'S Wien – najlepšie viedenské pokušenia

To, čo sa začalo marhuľovým kompótom a nakladanými uhorkami, sa stalo pod charizmatickým vedením Hansa Stauda veľmi uznávanou a dlho fungujúcou spoločnosťou. Klasické osemhranné poháre na konzervovanie hrali v päťdesiatročnej histórii STAUD'S Wien rozhodujúcu úlohu a v jubilejnom roku spoločnosti sú dokonca pripomínané známkou špeciálnej edície Österreichische Post.

Hans Staud založil spoločnosť STAUD'S Wien v roku 1971 na presne rovnakom mieste, kde jeho rodina v období rakúsko-uhorskej monarchie v roku 1883 otvorila veľko-obchod s ovocím a zeleninou. Sídlo a výrobné zariadenia vlastnené spoločnosťou boli neskôr premiestnené na Hubergasse vo viedenskej štvrti Ottakring, kde sa začala špecializovať na spracovanie ovocia a zeleniny. Od toho obdobia vyvážajú džemy, ovocné nátierky, nakladanú zeleninu a kompóty najvyššej kvality do všetkých kútov sveta, vďaka čomu sú známi od New Yorku po Tokio.

Tajomstvo ich trvalého úspechu spočíva vo vášni pre remeselné umenie a vzťah k prírode spojený s ambíciami, množstvom inovatívnych nápadov a v neposlednej rade výnimočnou obchodnou prezieravosťou. V súčasnej dobe sa na mieste vyrába viac než 230 druhov sladkých a kyslých pochúťok. STAUD'S schopne kombinuje tradíciu a modernosť. Ručne zbierané ovocie a zelenina vždy spĺňajú najprísnejšie požiadavky na čistotu a prechádzajú náročnými postupmi kontroly kvality. Sú spracovávané pomocou najmodernejších zariadení s cieľom získať z prírody to najlepšie.

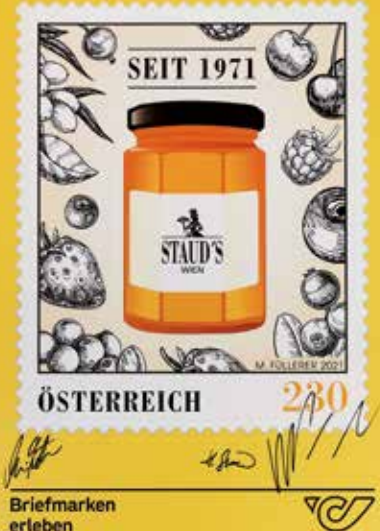
Hans Staud čerpal inšpiráciu pre nadčasové osemhranné poháre, teraz nepostrádateľnú súčasť značky, z osemhranných pohárov na pitie, ktoré prišli do módy v 80. rokoch a ktoré kedysi ako experiment naplnil uhorkami. Očarený

výsledným optickým efektom sa rozhodol odvtedy používať len závaracie poháre tohto typu. Naplnené vynikajúcimi ingredienciami a doplnené výraznými čiernymi viečkami prispeli k úspechu doma i v zahraničí.

Oficiálne uznanie

Österreichische Post AG si pripomína 50. výročie spoločnosti Hansa Stauda pečiatkou „ovocnej“ špeciálnej edície. Dizajn pečiatky ukazuje klasický závarací pohár STAUD'S obklopený rôznymi druhmi ovocia spracovávanými spoločnosťou.

Vetropack Austria vyrába ikonické poháre pre STAUD'S Wien vo svojich továrňach v Pöchlarne a Kremsmünsteri, ide o trvalé a úspešné partnerstvo, ktoré snáď bude pokračovať dlhé roky v budúcnosti.



Národné uznanie

Talianska excelencia

5. februára 2021, pri príležitosti Svetového dňa Nutelly® a 75. výročia Ferrero, vydalo talianske ministerstvo hospodárstva a financií striebornú euromincu razenú štátnou mincovňou, aby vzdala hold Nutelle ako jednej z ikon talianskeho priemyslu.

Minca je súčasťou série „Eccellenze Italiane“ (talianska excelencia) kolekcie Mint 2021 a má nominálnu hodnotu 5 eur. Umelkyňa Annalisa Masini vytvorila tri verzie striebornej mince: bielu, červenú a zelenú, každú v limitovanej edícii 10 000 kusov.

Na prednej strane mince je uprostred vyobrazená tradičná nádoba Nutella® s nápisom „Repubblica italiana“.

Na zadnej strane je reprodukcia továrne v Albe, najväčšej zo skupiny Ferrero v Taliansku. Rovnako je vyryté meno autora a rok vydania. Pod hlavným motívom je vyrytá hodnota mince a „R“, označujúce mincovňu v Ríme.



Viac o vytvorení pamätnej mince

Príbeh úspechu

Ferrero dosiahlo prvé úspechy krátko po založení spoločnosti v roku 1946. Celosvetový prielom pre spoločnosť so sídlom v Albe však prišiel až takmer o 20 rokov neskôr, keď sa na trhu objavili prvé poháre Nutella. Produkt zahájil svoju cestu cez hranice a postupne sa stal skutočným kusom kultúrneho dedičstva, nadčasovým produktom poháňaným vášňou, kvalitou, bezpečnosťou potravín, zodpovednou komunikáciou i neustálymi inováciami. Stručne povedané, príbeh úspechu vo svojej tretej generácii, kde evolúcia dokonale kombinuje minulosť, prítomnosť a budúcnosť.



Nejde o prvé štátne vyznamenanie pre úspešný produkt Nutella. K 50. výročiu značky talianske ministerstvo pre hospodársky rozvoj vydalo v roku 2014 špeciálnu známku v hodnote 0,70 eur. Znáмка bola súčasťou série „le Eccellenze del sistema produttivo ed economico“ (excelencia výroby a ekonomického systému).



**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