

VETROTIME

РИНОК
Рожеві вина

ОПИТУВАННЯ
Клієнти про
Ветропак

МИСТЕЦТВО
Нове життя скляних пляшок

03 РИНОК	Літо в склі
06 ПОКУПЦІ	З відкритими картами
09 НАГОРОДИ	Призова упаковка
12 НОВІ ДИЗАЙНИ	Для задоволення та вгамування спраги
18 ТЕХНОЛОГІЇ	Швидка і автоматична передача даних
22 МИСТЕЦТВО	Фінська художня переробка



Дорогі читачі!

Біле вино – це те, що ми п'ємо перед тим, як подадуть червоне вино. Якщо тільки ми не їмо рибу, то тоді схилиємося до білого вина. Але якщо говорити чесно, то ці правила вже давно не виконуються. Тепер ми просто насолоджуємося приємним смаком. Літнім спекотним днем та чудовим теплим вечором ми надаємо перевагу легким освіжаючим напоям. Зокрема, холодна мінеральна вода, хмільне пиво та ігристі рожеві вина є одними з найбільш популярних напоїв, які супроводжують зустрічі друзів в саду або на балконі. Мені подобається тримати в руках охолоджену пляшку зі скла. Це – майже ритуал, який починається з відкриття пляшки, повільного і обережного, якщо це пляшка вина, і більш швидкого, якщо це пляшка з пивом, але завжди з очікуванням гучного хлопка, який відбувається при видаленні пробки або кронен-ковпачка. До того ж слід сказати, що найбільш популярними літніми напоями стають рожеві вина. Статистика продажів показує, що в даний час кожна десята пляшка випитого вина містить рожеве вино. Багато з цих вин розлиті в пляшки, виготовлені компаніями групи Ветропак. Добірку деяких з таких пляшок ви знайдете на наступних сторінках цього видання журналу Vetrotime.

В цьому році в ряді місць ми провели опитування клієнтів. Нам дуже важливо знати, що наші клієнти думають про нас, і що, на їхню думку, ми робимо добре, а що – ні. Думки наших клієнтів служать нам орієнтиром для поліпшення нашої роботи. В цьому відношенні, мене особливо приємно вразило, що наш новий веб-сайт виявився популярним, і що наш електронний каталог активно використовується.

Особливо мені хотілося б скористатися можливістю і повідомити вам про торгову ярмарку SIMEI@drintec, яка буде проходити з 11 по 15 вересня в Мюнхені. Це – одна з провідних виставок технологій виробництва вина. Група Ветропак вперше візьме участь в цьому промисловому ярмарку з багаторічною історією. Цього разу, замість Італії, як це було в попередні роки, ярмарок буде проводитися в Німеччині. Наші спеціалісти з радістю зустрінуть вас на нашому стенді № 437 в залі C2. І, можливо, тут також буде надана можливість відзначити закінчення літа, що минає келихом рожевого, білого або червоного вина.

З найкращими побажаннями,


Claude R. Cornaz



РОЖЕВІ ВИНА

Літо в склі

Пляшки з безбарвного скла ідеально виділяють яскраві відтінки рожевого вина з усіма їх різними нюансами. У той же час, скло захищає ці делікатні сорти літніх вин і надає їм вражаючий зовнішній вигляд – неважливо використовується таке вино як аперитив або як освіжаючий супровід до страв.

Літні температури підвищуються, а разом з ними зростає бажання випити рожевого вина, популярність якого продовжує зростати по всій Європі. У кожній країні, в якій знаходяться підприємства групи Ветропак, витонченість вина з рожевим забарвленням починає сприйматися як сенсація серед фруктових ароматів. У світі майже кожна десята пляшка випитого вина містила саме рожеве вино. Близько 80% рожевих вин надходить з Франції, Іспанії, США та Італії. Всього двадцять років тому таку ситуацію важко навіть було припустити, і дуже мало виноробів мали в асортименті своїх вин рожеве вино. Вважалося (внаслідок упере-

дженого ставлення), що це вино не має відмітної ознаки і має споживатися тільки від випадку до випадку.

Ароматне, освіжаюче, з широкою гамою колірних відтінків

Літні вина, які демонструють червоний колір з усіма відтінками і нюансами зазвичай продаються в пляшках з безбарвного скла. Безбарвне скло ідеально відповідає забарвленню цих вин: помаранчево-рожевому, абрикосовому, мідному та рожевому. Використовуються пляшки найрізноманітніших форм. Не існує типової пляшки для

рожевого вина. Популярністю користуються форми пляшок для бордо, рейнського або бургундського вина з гвинтовим ковпачком. Піністі рожеві вина також виблискують у всій красі в витончених пляшках для ігристих вин з натуральними пробками.

Хочете замовити пляшку, розроблену спеціально з урахуванням ваших побажань? Тоді ви звернулися за потрібною

адресою, в компанію Ветропак. Наші фахівці проведуть замовників по всьому шляху, від ідеї продукту та його розробки до готової винної пляшки. Перші рішення приймаються з використанням докладних тривимірних ескізів, і тільки потім дизайн уточнюється і починається виробництво взірців. Якісний дизайн (обраний матеріал, вигляд пляшки та які відчуття виникають, коли береш її в руки) надає кожному рожевому вину щось своє, специфічне.

Як виготовляється рожеве вино

Рожеві вина віджимаються з червоних і синіх сортів винограду. Колір рожевого вина відповідає сорту винограду і використовуваному методу виробництва. Зазвичай береться тільки що зібраний виноград, він завантажується у винний прес та акуратно віджимається. Потім виноград і отриманий сік залишаються на певний період часу. Якщо скористатися технічним терміном, то ця суміш називається



сусло. Під час цього процесу колірні пігменти поступово виділяються з шкірки і розчиняються. Чим довше триває цей процес, тим інтенсивніше буде колір рожевого вина. Не кожен сорт винограду віддає однакову кількість кольорових пігментів. Процес "saignée" (термін взятий з французької мови, він означає "кровопускання") дозволяє отримувати більш інтенсивні відтінки. Після декількох годин або днів без пресування відбирається невелика кількість соку з чану для ферментації червоного вина і додатково ферментується, поки не стане рожевим. Частина суслу, що залишилася, стає червоним вином.

Літній напій

Рожевим вином можна також насолоджуватися і в напів-рідкому вигляді – рожеве вино з льодом (або скорочено

"Фрозе") – це модний напій літа 2017 року. Рожеве вино заморожується і змішується з фруктами до отримання суміші, охолодженої до температури льоду. Різновид цього напою готується змішуванням заморожених фруктів з рожевим вином. Фрозе може подаватися як прекрасний пінистий фруктовий десерт. Але як аперитив або вина під основні страви краще використовувати рожеве вино в чистому вигляді.





ОПИТУВАННЯ КЛІЄНТІВ

З відкритими картами

Навесні компанії Ветропак в Хорватії, Швейцарії, Австрії та в обраних країнах експорту – таких як Німеччина, Франція та Угорщина – провели опитування щодо задоволеності споживачів.

Метою кожного опитування є визначення власного рейтингу. У прагненні до постійного поліпшення співпраці з клієнтами для підприємства важливо знати, як його сприймають, і з'ясувати, де можливі заходи щодо поліпшення співпраці.

Коефіцієнт відгуку склав більше 70% у всіх залучених країнах – це доволі високий показник, який підкреслює інформативність таких досліджень. Опитування проводилися в підрозділах підприємства в Швейцарії, Австрії і країнах експорту в режимі онлайн і в Хорватії по телефону (за допомогою CATI, метод інтерв'ювання за допомогою комп'ютера).

Високий показник задоволеності

Рівень загального задоволення виявився надзвичайно високим. У Швейцарії задоволеність компанією Ветропак залишається незмінно високою. В Австрії та країнах експорту як і раніше дуже хорошою, навіть якщо не такою високою, як в 2014 році. У підрозділі в Хорватії, для якого було опитано також клієнтів з Словенії, Сербії, Боснії і Герцеговині, Чорногорії та Македонії,

задоволеність дещо зросла. Як завжди, особливо цінуються персональне обслуговування співробітниками: "Я задоволений інноваціями та досвідом, які втілює в собі Ветропак", – повідомив один з клієнтів. Так само високо була оцінена сповнена довіри, професійна і партнерська ділова основа співпраці з Ветропак.

Потенціал для поліпшення

Але якою високою не була б оцінка компанії Ветропак, меж досконалості немає. Клієнтам хотілося б частково ще більш гнучкого підходу до їх побажань. Ті клієнти, у яких був привід для рекламації, критикують якість продукції та упаковку для її транспортування. Можливо значно поліпшити час реагування на рекламації. Але якими б прикрими не були рекламації для клієнтів, вони завжди цінують те, що Ветропак прозоро, швидко, чесно і коректно реагує на них. Частково бажані також більш дрібні серії виробництва продукції та асортимент, орієнтований на окремих клієнтів. У деяких випадках клієнти не задоволені умовами оплати і частково негнучким виробництвом.

Ветропак дуже серйозно ставиться до побажань клієнтів. Цілеспрямовані заходи допоможуть ще більше зосередитися на вимогах клієнтів. Сюди ж відноситься більш серйозне ставлення до надання вже напрацьованих послуг. Оскільки, якщо, наприклад, в стандартному асортименті немає бажаної продукції, разом з фахівцями Ветропак можливо розробити власний, ексклюзивний проект. Можливості майже безмежні.

Деякими послугами клієнти користуються рідше, ніж це було при останньому опитуванні. На першому місці, як і раніше, стоїть спільне планування потреб з

подальшою розробкою індивідуальної скляної упаковки. Пропоноване крім цього консалтингове обслуговування використовується значно менше. Тому слід шукати відправні точки для його розвитку. Команда Ветропак вже займається цим питанням.

Дуже добре використовується також новий веб-сайт і електронний каталог, який високо оцінений клієнтами, і сьогодні від нього відмовлятися не можна.

ПЕРЕРОВКА

Партнерська конференція в Сен-Пре

Партнерська конференція з вторинної переробки скла проводиться раз на два роки. Її організацією займався Пітер Рейманн (Peter Reimann), керівник відділу вторинної переробки компанії Ветропак Швейцарія. Цього разу був особливий привід, пов'язаний з тим, що ця партнерська конференція була останньою для Пітера, оскільки наприкінці року він йде на пенсію. На заході, який проводився на швейцарському заводі групи Ветропак в Сен-Пре, взяли участь близько 60 гостей.

Партнерська конференція, що проходила на початку червня, була присвячена темі "Переробка скла – цикл, що працює". Після короткого виступу Філіппа Клерка (директор з виробництва VPS) про історію цього скляного заводу, Крістін Арнет (директор з продаж Ветропак Швейцарія), ознайомила гостей з показниками продажів за минулий рік. Вона пов'язала ці дані з темою конференції та чітко продемонструвала, наскільки швейцарський завод групи



Ветропак зменшив викиди CO₂ та парникових газів, завдяки використанню корисного переробленого скла в якості додаткової сировини. На заході також був присутній Марк Кюстер (Marc Kuster), наступник Пітера Рейманна. Він встановив початкові контакти з майбутніми партнерами та колегами, скориставшись можливістю ближче познайомитися з цією темою. Під час екскурсії по склозаводу відвідувачі з перших рук отримали практичні знання про виробництво скляної тари: від обробки склобою до плавлення й формування скляних виробів до готової продукції на піддонах.

GLASS PACK

Нова виставка в Італії

Торговий ярмарок GLASS PACK вперше відбувся 8 червня в Порденоне, в 60 кілометрах від Венеції, Італія. У ньому взяв участь склозавод Ветропак Італія зі своїм окремим стендом.



Відвідувачі ярмарки GLASS PACK мали можливість ознайомитися з продукцією, наданою 65 учасниками, і не лише на кожному індивідуальному стенді, але також і на окремій виробничій площадці. Італійський завод групи Ветропак та інші учасники виставки представили на показ свою продукцію в найбільш вигідному для них вигляді на окремих платформах. В рамках виставки для гостей також проходили різноманітні семінари та конференції. Наприклад, окремі компанії були представлені в презентації, яку Марчелло Монтіші (директор з маркетингу, продажу і планування виробництва VPH) використовував як можливість, щоб представити групу Ветропак та процеси її розвитку. Він наголосив на важливості ринку та бізнес-середовища Італії.

GLASS PACK – це нова виставка в Італії, яка націлена на всю галузь виробництва скляної тари. Різні компанії представили повний асортимент своєї продукції і послуг: від створення дизайну, оформлення і виробництва, та до різних видів упаковки.

FEST.A CROPAK

Креативне використання стандартних пляшок для крафтового пива

Успішне створення концепції торговельної марки, включаючи вибір назви та розробка дизайну етикетки, перетворює стандартну пляшку в зірку упаковки. Підбірка сортів авторського пива, завареного в пивоварні "Pivovara Medvedgrad" в Загребі, отримала приз за свій інноваційний дизайн на хорватській виставці CropaK.

Найкращі і найбільш вдалі зразки упаковки на хорватському ринку щороку демонструються на ярмарку промислової упаковки CropaK. В цьому році вперше була також представлена категорія "Крафтові пивоварні". Приз, наданий компанією Ветропак Стража, був вручений пивоварні "Pivovara Medvedgrad", що розташована в Загребі.

З 2013 року ця пивоварня вже розливає свої авторські сорти пива в одноразові пляшки з коричневого скла, що

випускаються хорватським заводом групи Ветропак. Так само, як і багато інших пивоварень. Однак спеціальний дизайн етикетки і вибір назви сортів авторського пива цієї пивоварні зробили їх унікальними, перетворюючи кожен погляд на пляшки в безцінний досвід.

Відповідальними за дизайн етикеток є Андреа Кнапіч (Andrea Knarić), Томіслав Томіч (Tomislav Tomić) і Ведран Клеменс (Vedran Klemens). Три художника ідеально допов-



нують один одного, однак, в художньому відношенні залишаються незалежними. Андреа Клапіч має багатий досвід виконання графічних робіт і веб-дизайну. Томіслав Томіч широко відомий як ілюстратор книг, а Ведран Клеменс є визнаним ілюстратором і графічним дизайнером. У своїх етикетках художнє тріо розповідає історії, про які в Загребі говорять уже багато десятиліть.

Наприклад, індійський світлий ель називається "Шахрай" (по-хорватськи "Fakin"). "Fakin" дуже локальне прізвище, яке використовується в Загребі і Істрії. Інше пиво називається "Бальтазар" в честь персонажа мультфільму професора Бальтазара, який полегшував життя своїм знайомим своїми дивними винаходами. "Відьма з Гріч" (по-хорватськи

"Grička vještica") – назва іншого пива, яку можна зустріти на етикетці. Назва "Гріч" також має коріння в одному з районів Загреба.

Декоративні етикетки виготовляються з кольорового паперу та охоплюють весь корпус пляшки. Етикетки доповнюються комірцем навколо горлечка, на якому зображений логотип пивоварні, і дизайн якої однотипний для всіх пляшок в даній серії.

Церемонія вручення призів відбувалася 25 травня на виставці Croyak. Тихомир Премужак, генеральний директор компанії Ветропак Стража, вручив переможцю в категорії "Крафтові пивоварні" статуетку Croyak. Менеджер з інновацій пивоварні Pivovara Medvedgrad Петар Науковіч (Petar Nauković) прийняв її зі словами. "Ця нагорода є для нас великою честю, оскільки всі кандидати були цікавими і першокласними. Ми всі знаємо, наскільки важлива презентація продукту, і тому дуже пишаємося тим, що упаковка нашого авторського пива отримала нагороду, як найкраща з усіх упаковок. Значення ринку крафтового пива постійно росте і не доведеться довго чекати, коли в цьому сегменті з'являться нові інновації. Це відноситься як до упаковки, так і до якості. І ми будемо раді прийняти цей виклик".



ЗІРКА УКРАЇНСЬКОЇ УПАКОВКИ

Новий колір здобуває Гостомелью ще одну зірку



В цьому році на церемонії вручення нагород конкурсу "Зірка української упаковки" Ветропак Гостомель отримав 13-ту зірку. Пляшка ємністю 0,75 літра, виготовлена для вина "Vardiani", стала беззаперечним переможцем цього національного конкурсу упаковки.

Журі відзначило винну пляшку Bordoless light 750 ml зі стандартного асортименту за легку вагу, а також за колір "кюве" – новий колір для українського заводу групи Ветропак. Для виготовлення таких одноразових пляшок використовується процес подвійного видування. Завдяки такій технології виробництва, вага пляшки становить всього 400 грам, що на 40 відсотків легше в порівнянні зі стандартними винними пляшками. Крім іншого, при виробництві полегшеного скла скорочуються витрати і викиди CO₂. При цьому, тонкостінні пляшки мають таку ж міцність і стійкість, як і важчі скляні контейнери.

Іншим нововведенням, і другим фактором перемоги, виявився новий колір "кюве". Такий колір ще краще захищає дорогий вміст пляшки від негативного впливу денного світла. Журі особливо підкреслило цей аспект. Легка скляна пляшка з корковою пробкою також пропонується в безбарвному варіанті, коричневому, зеленому і оливковому кольорах, і є однією з найпопулярніших винних пляшок на українському ринку.

Ветропак Гостомель в 19-й раз брав участь в конкурсі "Зірка української упаковки". Церемонія нагородження відбулася на виставці "Pack-Expo" в Києві, в березні цього року.

FRIENDS OF GLASS

"Endless Lives of Glass" – найкраща кампанія в соціальних мережах 2017 року

Організація "Friends of Glass" ("Друзі скла") провела кампанію "Endless Lives of Glass" ("Нескінченне життя скла") в основному в межах соціальних медіа. Кампанія була настільки успішною, що отримала "Нагороду міжнародної та європейської асоціації" в категорії соціальних мереж.

Можливо, ви пам'ятаєте "балакучі" пляшки від організації "Друзі скла". Кампанія "Endless Lives of Glass", запущена близько року тому, вирішує питання переробки скла в гумористичному і інформативному вигляді. В рамках кампанії, в різних європейських супермаркетах були зроблені відеоролики з використанням прихованих камер. Наприклад, скляна пляшка на полиці "говорить" безпосередньо з окремими покупцями та включає їх в розмову про нескінченне життя скла. "Балакучі" пляшки пояснюють збентеженим покупцям, що скло можна нескінченно переробляти для виготовлення нових пляшок і банок.

Подібно кампанії "#MapYourTaste", що була проведена два роки тому, кампанія "Endless Lives of Glass" мала великий успіх та отримала "Нагороду міжнародної та європейської асоціації" в категорії соціальних мереж.



Best Social Media Campaign
www.associationawards.org



СТАЛИЙ РОЗВИТОК

Полегшене скло захищає навколишнє середовище

На святі Lower Austrian Weingala (свято вина в Нижній Австрії) титул "Weingut des Jahres" ("Виноградник року") було надано виноградарю Schwertführer 47er. В якості нагороди компанія Raiffeisen Ware Austria передала 10 000 винних пляшок типу "Nachhaltig-Austria-Weinflasche", виготовлених Ветропак Австрія за принципом сталого економічного розвитку.

У розрахунок на врожайний рік оптові магазини Raiffeisen підтримували на своїх складах запас винних пляшок, виготовлених по економічно стійкій технології. Ці магазини пропонують широкий асортимент виробів і послуг для ведення фермерського господарства в таких секторах як аграрна технологія, енергозабезпечення, будівельні матеріали, продукція для дому та садівництва. У партнерстві з Ветропак Австрія компанія RWA Raiffeisen Ware Austria розробила полегшену скляну тару, яка на 80% складається з переробленого скла.

Заява про ставлення до навколишнього середовища та продукції місцевого виробництва

Наповнюючи своєю продукцією пляшки, виготовлених за принципом сталого економічного розвитку, винороба та інші виробники напоїв дають чітко зрозуміти, що вони піклуються про навколишнє середовище і місцеву продукцію. Легку тару можна без зусиль визначити по тисненому напису "Nachhaltig Austria" ("економічно стійка Австрія") на основі пляшки. Винні пляшки типу "Бордо" оливко-

вого та світло-зеленого кольорів (350 грам), а також пляшки під рейнське вино в кольорі "кюве" (410 грам). Всі три види пляшки мають гвинтовий ковпачок Bague Vin Suisse (BVS).

Призер

У 2016 році пляшка "Nachhaltig-Austria-Weinflasche" була висунута на номінацію австрійської національної премії "Smart Packaging" ("Розумна упаковка"), яку Ветропак Австрія з вдячністю прийняла разом з компанією RWA. Компанія також отримала нагороду за захист навколишнього середовища "Green Packaging Star Award" ("Зірка екологічно чистої упаковки").



На святі вина в Нижній Австрії виноградар Schwertführer 47er був титулований як "Виноградник року" і отримав спеціальний приз від компанії RWA у вигляді 10 000 пляшок "Nachhaltig-Austria-Weinflasche", що забезпечило йому гарну підготовку до наступного сезону. Австрійський завод групи Ветропак представляв Франц Рознер (Franz Rosner), менеджер з продажу сегменту вина, іристого вина та алкогольних напоїв.

ЯКІСТЬ ПРЕМІУМ

Елегантний лагер

Ветропак Гостомель випускає нові пляшки із зеленого скла для пива "Ciuc" від компанії Heineken Romania. Напій продається в пляшках двох розмірів: ємністю 0,33 і 0,5 літра.

З весни цього року український завод групи Ветропак виготовляє нові пляшки із зеленого скла для компанії Heineken Romania. Пляшки ємністю 0,33 і 0,5 літра мають традиційний дизайн з подовженим горлечком і плавно округленими плечами, що переходять в елегантний корпус. Великими літерами спереду викарбувано напис "Якість Преміум, виготовляється в Румунії з 1974 року". Пляшка ємністю 0,33 літра має ковпачок твіст-оф, а пляшка 0,5 літра – простий кронен-ковпачок.

Широко відоме світле пиво зварено пивоварнею Меркурій-Чук (Miercurea Ciuc), однією з чотирьох в Румунії, що належать компанії Heineken Romania. У повній відповідності з дизайном для цього пива також використовуються традиційні інгредієнти: вода, ячмінь, солод і хміль.



НАСИЧЕНИЙ СМАК

Дистиляція на вищому рівні

Чудові фруктові коньяки, вироблені на лікєро-горілочному заводі "Freihof", продаються в скляних пляшках від компанії Ветропак Австрія. Фрукти доставляють з регіону Форарльберг в Австрії, де розташовані одні з кращих виноробні райони в Європі. Це надає алкогольному напою особливо насичений смак.

Лікєро-горілочний завод "Freihof" випускає кріплені фруктові коньяки в високих, тонких пляшках із безбарвного скла, виготовлених на австрійському заводі групи Ветропак в місті Пьохларн. Над невгадливо оформленими етикетками на 0,5 і 1-літрових пляшках викарбувано напис "Freihof 1885". Це рік заснування Форарльберзького лікєро-горілочного заводу. Літрові пляшки з гвинтовим ковпачком, як і 0,5-літрові пляшки з корковою пробкою, мають однакове елегантне, білосніжне завершення.

Алкогольні напої дистилюються традиційним способом, використовуючи фрукти, які вирощуються в м'якому кліматі долини Рейну в цьому регіоні. Асортимент серії "Freihof 1885" був розроблений в минулому році і включає в себе вісім різних смаків: від звичайної груші Вільямса до тирлича та соковитого червоного апельсина. Ці коньяки, що дистилюються виключно з фруктів і ягід без добавок або ароматизаторів, мають однаково чудовий смак, а також можуть подаватися у вигляді коктейлів.



ШОКОЛАДНЕ ЗАДОВОЛЕННЯ

Солодка спокуса

У традиційному продукті від віденської компанії "STAUD'S" об'єднані фрукти, кава та шоколад. Австрійський завод групи Ветропак в Пьохларні виготовляє прозорі банки об'ємом 0,12 літра для цих сучасних делікатесів.

Відмінною особливістю торгової марки "STAUD'S", всесвітньо відомого виробника делікатесних продуктів, є восьмикутна баночка з чорною кришкою. Компанія Ветропак Австрія виробляє прозорі скляні банки об'ємом від 37 до 580 мл, які наповнені ексклюзивними продуктами від "STAUD'S". В даний час пропонуються більш 220 різних видів солодких і солоних делікатесів. У своїх останніх творіннях компанія "STAUD'S" збагатила смак фруктів і кави додаванням шоколадного шару "Grand Cru" від компанії "Felchlin", традиційного виробника шоколаду "Swiss Grand Cru". Баночка обсягом 0,12 літра, виготовлена компанією Ветропак Австрія, відрізняється тим, що надає особливі тактильні відчуття при знятті її з полиці. Елегантний зовнішній вигляд завершують чорна кришка і однаково темна етикетка.



Нові солодкі спокуси пропонуються в чотирьох різних варіантах: малина, кисла вишня, банан та кава. Високоякісні інгредієнти, що наносяться на тост або використовуються в якості кінцевого штриха для десерту, створюють вишукане шоколадне задоволення.



АВТЕНТИЧНИЙ

Виготовлено з чистого солоду

Компанія Ветропак Стража випускає нові пляшки із зеленого скла для пива "Laško", від пивоварні "Pivovarna Laško Union". Традиційний рецепт, в якому використовується чистий солод, визначає інтенсивний, гіркий смак цього словенського пива.

Словенська пивоварня "Pivovarna Laško Union", що входить до складу компанії Heineken, реалізує непастеризоване пиво "Laško" в нових скляних пляшках виготовлених хорватським заводом групи Ветропак. В основу зеленої пляшки об'ємом 0,5 літра покладено пивну пляшку з стандартного асортименту. В оновленій версії вона стала трохи тоншою і вищою. Пляшка багаторазового використання з корончатим ковпачком виконана в дивовижно тонкому стилі. Білий текст, що наноситься на пляшки фірмою "Print Glass Kurt Mayer" (Австрія) з використанням технології шовкографії, не є перешкодою, і дозволяє бачити вміст пляшки.

Пиво вариться за традиційним рецептом, з використанням чистого солоду, який надає свіжий смак хмелю і справжню гіркоту, характерну для словенського пива.



СПОВНЕНА ТРАДИЦІЯМИ

Скло, вино і рок-н-рол

Дорогоцінні краплі з кантону Вале, Швейцарія, у витонченій скляній пляшці виробництва Ветропак Швейцарія. Це – вино *Petite Arvine* селекції Кріса Слейда (*Chris Slade*) з виноградника "de Bernunes".

Музика, що виконується групою AC/DC, звучить голосно і нарочито, тоді як винна пляшка кольору "кюве", зі стандартного асортименту продукції скляного заводу Ветропак в Сен-Пре, виглядає скромно і делікатно. Єдине, що впадає в очі на передній поверхні 0,75-літрової пляшки – це червона блискавка і виконаний сріблом підпис барабанщика групи AC/DC. Скромність оформлення пляшки підкреслює цінність вмісту – вина *Petite Arvine*. Це вино віджимається зі старих традиційних сортів винограду, якими так сповнений кантон Вале. Натуральна пробка завершує вражаючий зовнішній вигляд пляшки.

В рамках програми "відкриті винні погребі" в кантоні Вале, Ніколас Зуфереї (представник виноградника "de Bernunes") та Кріс Слейд продемонстрували це вино в травні. Відвідувачі також мали можливість насолоджуватися музичною інтерлюдією барабанщика.

РІЗНОМАНІТНІ

Від солодкого до гіркого

Розташована в Західній Швейцарії пивоварня *Dr. Gab's* вражає своєю продукцією, сидром та пивом, в скляних пляшках, виготовлених компанією Ветропак Швейцарія. Обидва напої продаються в пляшках ємністю 0,33 літра.

Відповідно до теми пляшка з зеленого скла для сидру має форму, близьку до форми яблука, принаймні, це відноситься до її корпусу. А горлечко пляшки нагадує хвостик. Цей освіжаючий напій в 0,33-літровій пляшці виготовляється тільки з яблук, вирощених у Швейцарії. Чітко окреслена етикетка також виконана в зеленому кольорі.

Швейцарський завод групи Ветропак випускає пляшки, як для сидру, так і для хмільного напою пивоварні *Dr. Gab's*, з кронен-ковпачком. Знавці пива можуть зробити вибір з чотирьох сезонних сортів пива або шести традиційних сортів, як, наприклад, "Tempête" або "Chateau". На одній стороні глянцевої пляшки кольору "кюве" витіснено яскравий напис "DR. GAB'S". Пивоварня випускає високоякісні ячмінні напої на будь-який смак, від світлих, фруктових сортів пива і гірких світлих елів до темного пива. Всі напої проходить один і той же процес ферментації, який відбувається в пляшці, і в результаті якого природним чином утворюється вугільна кислота. Результатом є нефільтроване пиво з осадом, властивості якого з часом стають все кращими.





ПРИРОДНО ТЪМЯНИЙ

Швейцарсько-бельгійське явище

Інноваційне пиво "L'Echappée" з'явилося в результаті випадкової зустрічі бізнесмена зі Швейцарії та двох бельгійців. Це пиво солом'яного кольору, виготовлене виноградарником Rouvinez, продається в скляних пляшках, що виробляються на заводі Ветропак Україна в Гостомелі.

Нова 0,375-літрова скляна пляшка від українського заводу групи Ветропак призначена для пива "L'Echappée", виготовленого виноградарником Rouvinez в Вале, Швейцарія. Її дизайн є просто неперевершеним. Простий корпус плавно переходить в горловину, яка подовжує пляшку, а жовтий кронен-ковпачок створює різкий контраст з темно-бурштиновим кольором самої пляшки. Проста етикетка охоплює шийку пляшки так же зухвало, як шарф на шиї богемця.

Це "суперприголомшливе" нововведення в 70-річній історії виноградарника було створено в Бельгії, де під час своєї поїздки Фредерік Роувінець (Frédéric Rouvinez), керівник сімейної компанії, зустрів двох молодих пивоварів з Льєжа. Наслідком цієї зустрічі став нефільтрований бельгійський світлий ель з секретною дріжджовою сумішшю з Бельгії та водою з Швейцарських Альп. У число інших інгредієнтів входять підсмажений і карамельний солод, пшеничний солод і хміль.

СТРУСІТЬ

Корисні напої під рукою

Активні люди і ті, хто піклуються про своє здоров'я, просто в захваті від нових скляних контейнерів для змішування напоїв. Хорватський завод групи Ветропак виготовляє пляшки з безбарвного скла ємністю 0,65 літра для оригінального шейкера.

Відтепер прихильники молочних або фруктових коктейлів можуть взяти з собою в дорогу зручний скляний шейкер, який виготовляє Ветропак Стража. Форма і контури цієї пляшки ємністю 0,65 літра дозволяють без зусиль змішувати напої. Це ідеальний варіант, якщо у вас немає часу на приготування напоїв вдома, оскільки ви зможете також змішати їх, де б ви не були. Силіконові кільця навколо скляного контейнера забезпечують стійкість та міцність, тому його з упевненістю можливо використовувати і під час занять спортом. Вигравірувана вимірювальна шкала допоможе вам без зусиль підібрати потрібну кількість інгредієнтів. Продаж цього оригінального виробу, який може стати відмінним подарунком, здійснює словенська компанія "GlassShaker d.o.o.". Також скляний контейнер можна персоналізувати, вигравіювавши бажаний текст на силіконових кільцях.

Скло захищає вміст від зовнішніх впливів, тому вітаміни і аромат зберігаються протягом тривалого часу. Це дуже важливий аргумент для корисних напоїв.



ЧУДОВА

Розкішна вода

Словацький завод групи Ветропак виготовляє пляшки з безбарвного скла для джерельної води з Румунії, що поставляється компанією AUR'A. Ця визнана нагородами вода, що пройшла колоїдне очищення частинками золота і срібла, продається в пляшках двох розмірів.

Спеціалісти компанії Ветропак Немшова створили пляшки з безбарвного скла двох розмірів: 0,75 літра і 0,33 літра, для джерельної води з гірського масиву Банат в Румунії. Проста, вузька і висока пляшка має абсолютно гладку поверхню і дивовижні плечики. На прозорій етикетці зображені поточна вода і логотип компанії AUR'A – жінка з розпущеним по плечах довгим волоссям, що переходять в хвилі.

Ця джерельна вода має високе значення pH і містить колоїдні частинки золота і срібла, які надзвичайно корисні для здоров'я споживачів. Пляшка ємністю 0,5 літра вже знаходиться на стадії планування. Чудова вода добре захищена в пляшці зі скла, де зберігаються всі її цінні інгредієнти.



ЗАХИСТ ВІД УФ-ВИПРОМІНЮВАННЯ

Гострий освіжаючий

Новий лимонад з хмелю "HOPS" від пивоварні Zipf, що належить австрійському союзу пивоварів Brau Union Österreich, добре захищений від впливу світла. Компанія Ветропак Стража випускає скляні пляшки з безбарвного скла, які виділяються з різноманітності інших пляшок: вони забезпечують захист від УФ-випромінювання.

Випустивши свій новітній сорт пива, "HOPS", на пивоварному заводі Zipfer у Верхній Австрії зрозуміли, що пиво не завжди має бути алкогольним. І цей висновок виявився в точній відповідності з сучасними тенденціями. Напої на основі безалкогольного пива набирають все більшу популярність. Хорватський завод групи Ветропак виробляє пляшки з безбарвного скла ємністю 0,33 літра. Ця пляшка має захист від УФ-випромінювання: компоненти, що відбивають світло, додаються до скляної маси в системі каналу чи фідері. Характерний логотип пивоварного заводу Zipfer наноситься тисненням на плече пляшки, а денце пляшки прикрашається словами "Brauerei Zipf" ("Пивоварня Zipf"). Варіант подібної пляшки ємністю 0,33 літра з коричневого скла також виготовляється на заводі групи Ветропак в Кремсмонстері.

Шість різних сортів хмелю роблять напій "HOPS" більш витонченим. Тонкий, гострий присмак хмелю, ароматний сік лимона і порція безалкогольного пива Zipfer ідеально впливають на смакові рецептори. Цей напій для втамування спраги є менш солодким в порівнянні з іншими видами лимонаду.



ЕКО-ПРЕМІАЛЬНА

Природна всередині – довершена зовні

"Моршинська" – природний «діамант» українських Карпат, улюблена вода українців, презентувала новий дизайн пляшки зі скла. Виготовлення цієї новинки доручено українському заводу групи Ветропак.

Природа створила еталон вмісту, люди приєдналися до створення ідеальної форми, і в результаті синергії отримали преміальний продукт найвищої якості. За виготовлення пляшок нового дизайну відповідає склозавод Ветропак в Гостомелі. "Моршинська Преміум" доступна у трьох розмірах: 0,33, 0,5 та 0,75 літри. Виразні елегантні лінії та видовжене горло, що плавно переходить в корпус, створюють абсолютно гармонійний зовнішній вигляд безкольорової скляної пляшки. Вона доповнена зеленими або червоними гвинтовими кришечками, котрі демонструють відповідність газованій та негазованій воді. Крім того, додатковою прикрасою слугують елегантно-стримані прозорі етикетки.

Спеціально до запуску нової преміальної пляшки "Моршинська" ініціювала еко-премію, призначену об'єднати зусилля активних українців для розвитку еко-напряму в Україні. Маючи на меті надихати людей до свідомого та здорового способу життя, в премії взяли участь виробники екологічної продукції, еко-блогери, громадські діячі та багато інших.



ТОНІЗУЮЧИЙ НАПІЙ

Слабкість до кави

Склозавод Ветропак Немшова створив скляну тару з новим дизайном для асортименту "INTENSE" від ізраїльського бренду Elite Coffee. Цей тонізуючий напій має характерний інтенсивний аромат еспreso.

Elite Coffee є однією з найбільш відомих марок кави в Ізраїлі. Фахівці словацького заводу групи Ветропак розробили дизайн скляних контейнерів для нового асортименту продуктів серії "INTENSE". Безбарвне скло та гвинтова кришка виглядають просто, і в той же час грайливо. Корпус конічно звужується вниз, від широких плечей до денця баночки, де він знову розширюється до розмірів плечей. Поєднання кольорів кришки та етикетки формують гармонійний вигляд баночки з кавою.

Унікальне поєднання сублимованої кави і свіжообсмаженого еспreso дійсно створюють характерний продукт в скляній тарі ємністю 0,566 літра. Бренд Elite Coffee належить компанії Strauss Coffee B.V., яка працює в більш ніж 20 країнах. П'ять років тому компанія придбала німецьку фірму Norddeutsche Kaffeewerke GmbH, яка і випускає цю нову каву.



SIMEI@DRINKTEC

Захоплюючи перспективи

З 11 по 15 вересня в Мюнхені, Німеччина, відбудеться торговий ярмарок SIMEI@drinktec. Група Ветропак прийме в ній участь з великим стендом, на якому буде представлений широкий асортимент продукції, що випускається всіма компаніями, що входять в групу.

Ярмарок SIMEI проводиться в Мілані, починаючи з 1963 року, він вважається провідним в світі торговим ярмарком за технологіями виноробства. У цьому році він буде частиною виставки drinktec для індустрії напоїв і харчових продуктів, в Мюнхені. Цей ярмарок відкриває свої двері раз на чотири роки. Оскільки SIMEI проводиться раз на два роки, то з нинішнього року він буде поперемінно проходити в Мілані і в Мюнхені. На своєму стенді група Ветропак представить широку експозицію скляних пляшок для вина. Відвідувачі зможуть отримати повне уявлення про виробництво скляної

тари для напоїв, починаючи від різних стандартних моделей і аж до спеціальних моделей, виготовлених з урахуванням побажань клієнтів. Поряд з пляшками для звичайного вина та ігристого вина група Ветропак, звичайно, представить і безліч іншої продукції для упаковки напоїв та харчових продуктів. Відвідайте наш стенд № 437 в залі C2, і широкий асортимент нашої продукції зможе завоювати вашу прихильність і визнання.



ЕЛЕКТРОННИЙ ОБМІН ДАНИМИ

Швидка і автоматична передача даних

Ветропак Австрія першою серед постачальників компанії "Spitz", виробника харчових продуктів і напоїв, перейшла на обробку замовлень з використанням тільки автоматичної обробки даних.

Виробник харчових продуктів і напоїв компанія "Spitz" використовує для своїх продуктів скляну тару, що виготовляє компанія Ветропак Австрія. Протягом майже року ці дві компанії обмінюються даними в електронному вигляді через систему EDI (акронім словосполучення англійською мовою, що означає "електронний обмін даними"). На сьогоднішній день Ветропак – єдиний постачальник, який здійснює весь зв'язок з компанією "Spitz" в електронному вигляді. Від замовлення до доставки, процес комерційної діяльності проводиться в автоматичному режимі з використанням прикладних програм двох компаній за умови, що замовлення є стандартними. Якщо ж, наприклад, використовуються нестандартні дати або кількості, виникає потреба в особистих контактах, після яких в систему будуть вноситися відповідні зміни.

При розміщенні замовлення передається вся відповідна інформація, і компанія "Spitz" отримує код (послідовний код транспортного контейнера), який також друкується на етикетках піддонів. Цей штриховий код може використовуватися для чіткої та швидкої ідентифікації піддону, і в той же

час ефективного відстеження його шляху аж до виробничої дільниці в разі виникнення будь-якої претензії.

"Система EDI дає нам можливість працювати з ще більшою ефективністю"



Журнал Vetrotime поспілкувався з Гюнтером Хеймбукхнером (Günter Heimbuchner), менеджером з матеріально-технічного забезпечення компанії S. Spitz GmbH про його досвід роботи з електронним обміном даними.

Які переваги дає вам електронний обмін даними?

Перехід на систему EDI усунув розсилку замовлень електронною поштою та значно зменшив бюрократичні витрати, з огляду на велику кількість наших замовлень. Наприклад, в разі

замовлення без будь-яких відхилень усувається необхідність проведення контролю за підтвердженням замовлення. Також прискорюється процес приймання продукції, оскільки дані можуть переноситися безпосередньо в систему і повністю відпадає необхідність їх реєстрації вручну.

Які переваги дала вашій компанії система EDI в частині простежуваності ваших товарів?

При розміщенні замовлення ми вводимо всю відповідну інформацію, отриману від Ветропак Австрія в нашу систему, і це означає, що фактично відпадає необхідність подальшого додаткового введення даних в ручному режимі. Таким чином, фактор часу також має велике значення, оскільки при використанні системи EDI затрачений час істотно зменшується.

Якою мірою змінилися методи роботи компанії S. Spitz GmbH з Ветропак Австрія після отримання можливості передавати замовлення по системі електронного обміну даними?

Звичайно, на початкових етапах завжди доводиться стикатися зі збільшеним об'ємом робіт. Також необхідна оптимі-

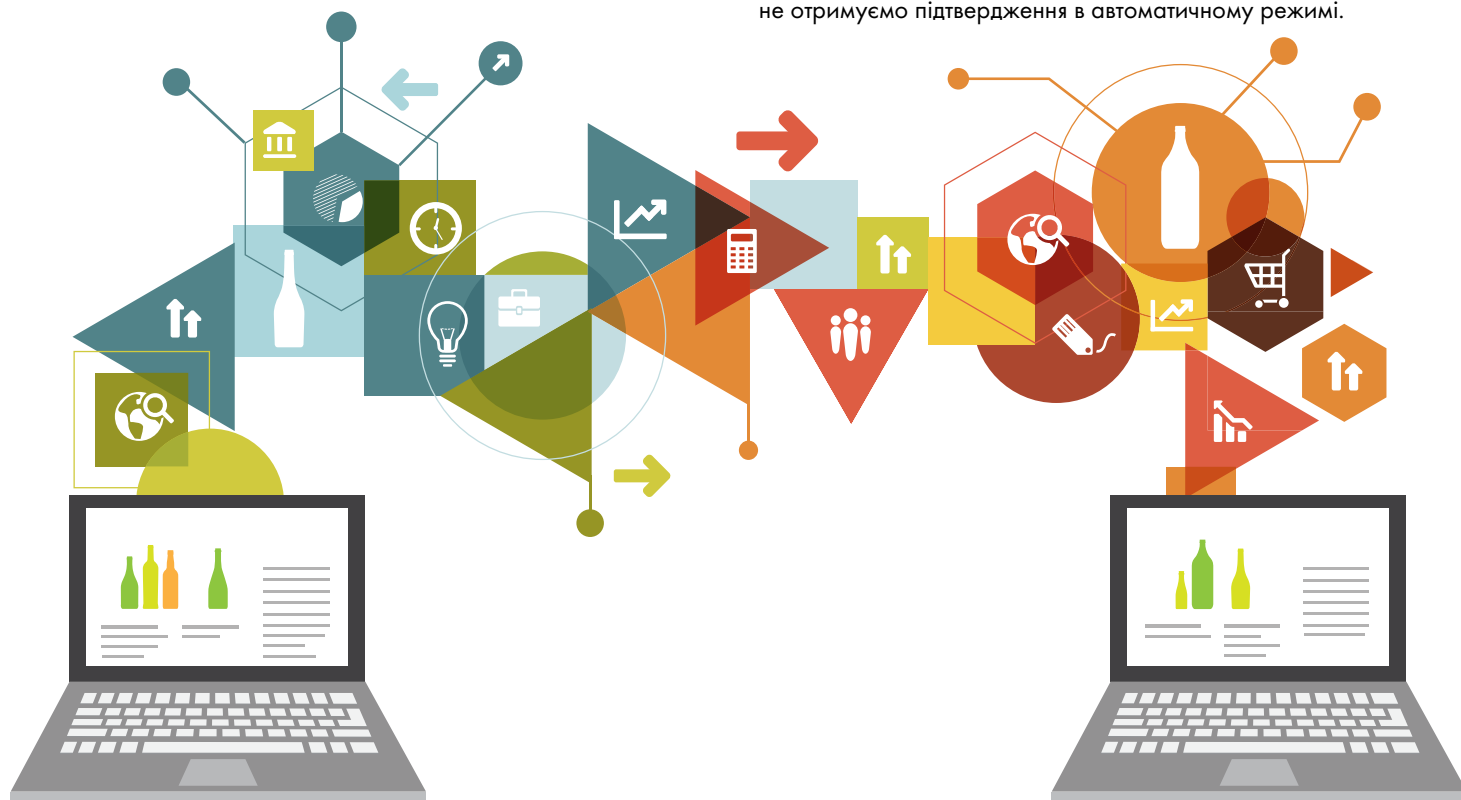
зація внутрішніх вхідних і вихідних процесів. Система EDI працює і допомагає службовцям тільки в запланованому порядку, коли чітко окреслені всі процеси. В даний час система працює стабільно, і ми дуже задоволені її роботою.

Які наступні кроки ви плануєте для роботи з компанією Ветропак Австрія з використанням системи EDI?

Наступним кроком має стати забезпечення можливості автоматично подавати і передавати рахунки-фактури в рамках нашої системи. На даний момент ми все ще продовжуємо виконувати ці операції звичайним способом.

Яким чином ви плануєте розвивати електронний обмін даними в майбутньому? Чи вважаєте ви, що є можливості для вдосконалення системи?

Слід приділити більше уваги управлінню вантажно-розвантажувальними роботами. Це відноситься до координації всіх процесів навантаження і розвантаження на вантажній платформі, що, наприклад, допоможе зменшити час очікування на обох кінцях транспортного ланцюжка. Також буде корисним і необхідним автоматизувати процес підтвердження отримання продукції, оскільки на даний момент ми не отримуємо підтвердження в автоматичному режимі.



КОНКУРС МАЛЮНКІВ

Переробка стала легкою

Навесні цього року чеський завод групи Ветропак в Києві провів конкурс для учнів місцевої середньої школи. Учні пропонувалися намалювати свої ідеї про переробку скла.



Конкурс, організований компанією Ветропак Моравія для дітей середніх шкіл, мав великий успіх. В цілому було отримано понад 150 різних малюнків. Ідея конкурсу полягала в тому, щоб проінформувати дітей про процеси утилізації та цінності використаного скла. "Ми були дуже раді тому, що було відправлено так багато чудових малюнків. А також здивовані як великій кількості малюнків, так і тим, наскільки вони були різними. Через це ми також передбачили спеціальний приз за творчий альбом ілюстрацій", – повідомила Регіна Белохубкова (Regína Bělohoubková), співорганізатор проекту і помічник генерального директора Ветропак Моравія. Кароліна Бистржіцка (Karolína Bystřická), асистент з продажу та маркетингу, додала: "Так, було дуже складно вибрати кращі малюнки. У кожному був свій шарм, і ми хотіли б нагородити всіх дітей".

Мистецтво відбору

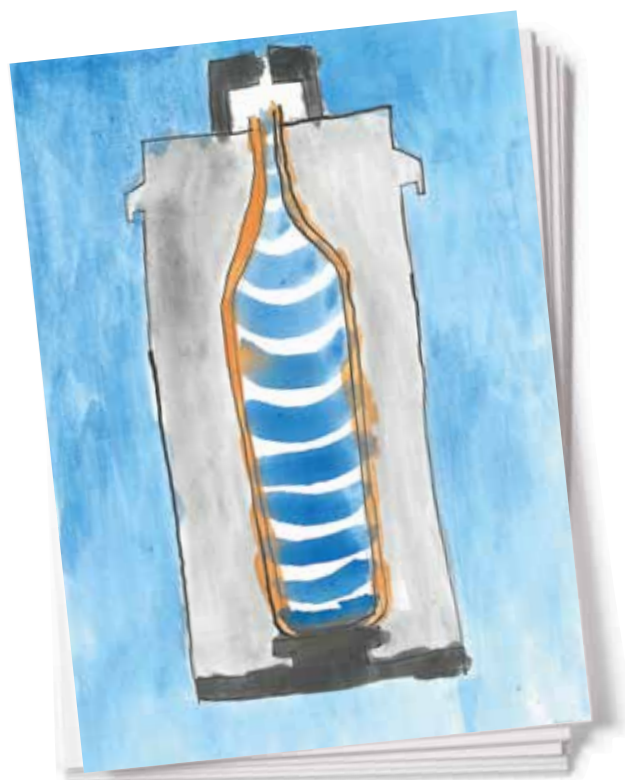
У процесі відбору малюнків брав участь російський художник Володимир Абрамушкін (Wladimir Abramuszkin), який живе поруч зі склозаводом. Свій вибір переможців він пояснив наступним чином: "Я вивчав малюнки з точки зору емоцій, які вони викликають. Діти відрізняються фантастичною уявою. Я був зачарований і зворушений широким спектром різноманітних підходів".

Переможці були запрошені на церемонію вручення призів. Одним з переможців стала 15-річна дівчина Даша Єжова

(Dáša Ježová), з діагнозом аутизм. "Я люблю малювати, і дуже щаслива, що перемогла в конкурсі. Я буду продовжувати малювати, особливо міфічних істот", – заявила вона. Її мати, Зденка Єжова (Zdeňka Ježová), пишається перемогою доньки, повідомила, із сяючою посмішкою на обличчі: "Я дуже рада за свою доньку, і, звичайно, я буду заохочувати її захоплення малюванням".

Грегор Габель, генеральний директор Ветропак Моравія, вручив кожному з 13 переможців ваучер до спортивного магазину. Для календаря були відібрані 13 малюнків: один для титульної сторінки, і по одному на кожен місяць 2018 року "Для дітей важливо знати, чому потрібно відокремлювати різні кольори при вторинній переробці скла. Таким чином, вони зберігають природу та відіграють активну роль у захисті навколишнього середовища для майбутніх поколінь. Я дуже пишаюся дітьми", – сказав він.

Після вручення призів усі переможці були запрошені на невелику вечірку, а потім на коротку екскурсію по склозаводу. Діти були захоплені і вражені тим, як голосно працювало обладнання, а також високою температурою повітря.



КРЕАТИВНІСТЬ

Проект "GlasSharing" надихає італійських учнів

Італійські школи досконально вивчили тему проекту "GlasSharing", взявши в ньому участь вже в десятий раз. Учні початкової та середньої шкіл представили понад 270 робіт, головною темою яких були скло і вторинна переробка. Церемонія нагородження відбулася в будівлі Міністерства освіти в Римі.



Для участі у конкурсі в рамках десятого видання проекту "GlasSharing" учні могли зробити вибір теми з трьох напрямків: "Навколишнє середовище: збирання і переробка", "Безпека харчових продуктів та охорона здоров'я" і "Скло та його значення". Початкова і середня школи в Італії чудово прийняли конкурс – було подано понад 270 робіт.

Перше місце в категорії "Початкова школа" отримав 4А клас зі школи ім. Коллоді в Чеджу, область Венеція (Північна Італія) за п'єсу під назвою "П'єтро – скло", до якої учні самостійно написали сценарій. У п'єсі використовується тема творчого повторного використання пляшок і банок, наприклад, в якості різдвяних прикрас.

У категорії "Середня школа" перше місце зайняв клас 3А зі школи ім. Джованні в Мазері, також в області Венеція. Учні створили оригінальний збірник головоломок на трьох мовах з назвою "Скло" про необмежений термін життя скла.

Заохочення вторинної переробки

"У конкурсі цього року ми хотіли виділити переваги скла як пакувального матеріалу", – каже Марко Равасі (Marco Ravasi), президент відділення скляної тари асоціації

Assovetro. Франко Грісан (Franco Grisan) президент CoReVe, та додає, що важливо познайомити молодь з вторинною переробкою та її перевагами. Зрештою, скло є природною речовиною, яка на 100% піддається переробці. Вторинна переробка також зберігає ресурси, покращує баланс в навколишньому середовищі та економить енергію.

Проект "GlasSharing"

Проект для шкіл в Італії "GlasSharing" розрахований на учнів початкової школи (тільки два останні роки) і середньої школи. Конкурс підтримується асоціацією Assovetro (Національна асоціація скляної промисловості Італії) і CoReVe (Consorzio Recupero Vetro, Національна організація з вторинної переробки скла).

ВІДРОДЖЕННЯ ДО ЖИТТЯ

Фінська художня переробка

Відома і улюблена далеко за своїми межами Фінляндія є "живильним середовищем" для творчого розвитку, в якій красивий і глибоко продуманий дизайн став чимось на зразок культу. Це також відноситься і до фінських виробів зі скла, які ідеально підходять для повсякденного життя.



Слова "фінське скло і фінський дизайн" негайно викликають у нас образи вази Аалто з хвилястими контурами, яка також добре відома як "савойська ваза" і є одним з найбільш відомих у світі творів мистецтва, виконаних зі скла. Класична колекція скляних ваз була оригінальною ідеєю, задуманою в 1936 році архітектором і дизайнером Алваром Аалто (Alvar Aalto) і його дружиною Аїно (Aino). І з того часу вона стала "іконою" скандинавського дизайну. Кажуть, що моделлю для вази послужив ландшафт Фінляндії: добре виражений, але який ніколи не набридає, завдяки незліченним горбам, лісам і озерам. Ваза Аалто була вперше представлена на Всесвітній виставці 1937 року в Парижі. Аалто залучив до роботи сім складувів, які працювали шістнадцять годин над виготовленням всього однієї вази. Оригінальні екземпляри були замовлені відомим своєю розкішшю рестораном "Савой" в Гельсінкі, звідси й друга назва вази. Форма цих особливих ваз залишається надзвичайно популярною аж до сьогодення. В даний час численні виробники скляних виробів випускають різноманітні варіанти оригіналу цієї вази. Зараз, як і тоді, кольорова гамма включає безбарвне скло, бурштинове і різні відтінки синього і червоного аж до фіолетового, димчасто-сіре і матове скло.

Таким чином, Аалто заклав фундамент всесвітньої популярності фінських виробів зі скла. Тапйо Вірккала (Tapio Wirkkala) (1915-1965 рр.) відсвяткував свій перший значний

успіх в Мілані в 1951 році. У число його найбільш відомих робіт по дизайну входить скляна ваза, на створення якої його надихнула форма гриба лисички. Пізніше він також працював на компанію Rosenthal, відому своїми порцеляновими виробами.

Як і у вазі Аалто, у багатьох фінських дизайнерських роботах виявляються коріння, що ідуть з природи. Це особливо характерно для робіт, виконаних в склі, ідеальному матеріалі для відображення чистоти природи і багатства структурних форм в оригінальному стилістичному поданні. Юкка Ісotalo (Jukka Isotalo) і Ян Торстенсон (Jan Torstensson), два дизайнера, що належать до нового покоління фінських художніх майстрів по склу, також підтверджують свій близький зв'язок зі світом природи. Обидва майстри використовують скло вторинної переробки в якості вихідного матеріалу для своїх робіт, трансформуючи його в скляні предмети повсякденного вжитку, які не прив'язані до певного часу і приносять задоволення при використанні. Джерелом вихідного матеріалу для їх робіт служать ресторани або Alko, державна роздрібна мережа продажу алкогольних напоїв в Фінляндії.

"Холодне розрізання"

Юкка Ісotalo народився в 1962 році. Він вивчав промисловий дизайн в Університеті ім. Аалто в Гельсінкі і відвідував престижну школу складувів в шведському Оррефорсе. В ті



дні, коли його успіх як художника тільки-тільки давав паростки, він виготовив канделябр зі старих пляшок. Використані скляні вироби він обробляв методами різання, шліфування і піскоструминного обдування – тобто використовував техніку, яка в галузі відома як "холодне розрізання", і яка надає використаним скляним пляшкам нові форми і створює нові поверхні. Іншими словами, вони трансформуються в твори мистецтва з абсолютно новим видом і новою функцією, яка значно відрізняється від їх первісного використання. Іноді Ісолато вносить певні контрасти в спокійну естетику скла, додаючи дерев'яну основу або кришку, надаючи стильний вигляд лампам, чашам, склянкам і багатьом іншим виробам. Нагороди переможцям, які були вручені на змаганнях на Кубку світу зі слалому в 2009 році на північному фінському лижному курорті Леві були розроблені Ісолато і були виготовлені (як ви вже, напевно, здогадалися) з використаних винних пляшок.

Розігріти і надати нову форму

Ян Торстенсон народився в 1953 році. Роботі зі склом він навчався в умовах виробництва, на трирічних курсах навчання на складува. Його роботи з'являються в процесі повторного розігріву переробленого скла з подальшим витягуванням і

формуванням в нові об'єкти, коли скло все ще знаходиться в нагрітому стані. Його улюбленими об'єктами є пляшки для вина і пляшки розміру "Piccolo" ("маленький розмір"), і, можливо, найбільш відомим його постачальником вихідного матеріалу є аеропорт Гельсінкі "Вартас". Він надає великої ваги тому, щоб його робота завдавала якомога менше шкоди навколишньому середовищу, саме тому він використовує устаткування і печі своєї власної розробки. У 2009 році в Фінляндії він отримав приз за свої енергозберігаючі виробничі методи і дизайнерські роботи.

Від скляного заводу до дизайнерської компанії

Найбільш відома в Фінляндії компанія по дизайну скляних виробів, Iittala, почала свою діяльність як скляний завод в 1861 році. Компанія придбала всесвітню популярність в 1930-х і 49-х роках, завдяки своїм дизайнерам, в число яких входили Алвар і Айно Аалто, Кай Франк (Kay Franck), Тапьо Вірккала і ряд інших, в тому числі не згаданий тут Ойва Тойкка (Oiva Toikka). І хоча в компанії вже не працюють свої дизайнери, вона являє роботи широко відомих майстрів художнього скла. У компанії також можна купити ці роботи, як і роботи Яна Торстенсона і Юккі Ісолато.

Фотографії скляних предметів для цієї статті надав музей скла Frauenau в Німеччині. Роботи Яна Торстенсона і Юккі Ісолато були виставлені в музеї в 2014 році.

**КОНТАКТНІ АДРЕСИ****ЗБУТ****Швейцарія**

Телефон +41 44 863 34 34
Факс +41 44 863 34 45
marketing.ch@vetropack.com

Австрія

Телефон +43 2757 7541
Факс +43 2757 7541 202
marketing.at@vetropack.com

Чехія

Телефон +420 518 733 111
Факс +420 518 612 519
marketing.cz@vetropack.com

Словаччина

Телефон +421 32 6557 111
Факс +421 32 6589 901
marketing.sk@vetropack.com

**Хорватія, Словенія
Боснія-Герцеговина
Сербія, Монтенегро
Македонія**

Телефон +385 49 326 326
Факс +385 49 341 154
prodaja@vetropack.com

Україна

Телефон +380 4439 241 00
Факс +380 4597 311 35
sales.ua@vetropack.com

Італія

Телефон +39 02 458771
Факс +39 02 45877714
sales.it@vetropack.com

**Інші країни
Західної Європи**

Телефон +43 7583 5361
Факс +43 7583 5361 225
export.west-europe@vetropack.com

**Інші країни
Східної Європи**

Телефон +420 518 733 341
Факс +420 518 612 519
export.cz@vetropack.com