

# VETROTIME

РИНОК  
Особливі  
місцеві  
продукти

ДРУЗІ СКЛА  
Кампанія  
«Безмежний океан»

ІНТЕРВ'Ю  
Погляд у  
світ FEVE



|                              |                                     |
|------------------------------|-------------------------------------|
| <b>04   ВРАЖАЮЧЕ</b>         | Декоративне скло                    |
| <b>06   АКТУАЛЬНО</b>        | Презентація виставки                |
| <b>07   РИНОК</b>            | Свідоме харчування, як стиль життя  |
| <b>09   ПОКУПЦІ</b>          | Повернення молока в скляних пляшках |
| <b>12   НОВІ ДИЗАЙНИ</b>     | Скляне розмаїття                    |
| <b>17   ІНТЕРВ'Ю</b>         | Скло зачаровує – Аделіне Фарреллі   |
| <b>20   FRIENDS OF GLASS</b> | Для захисту морів                   |
| <b>23   МИСТЕЦТВО</b>        | Витвори зі скла                     |

**Вихідні дані видання**

Редагування і текст:  
Corporate Communication  
Vetropack Holding AG

Оформлення: Arnold & Braun  
Grafik Design

Друк: ТОВ "Альфа Груп-Україна"

Папір: Sappi Europe  
(Фінляндія/Австрія) - "Prima"

**Прямий зв'язок з журналом Vetrotime: нові QR-коди**

Ви пропустили один з випусків журналу Vetrotime? За допомогою наступного QR-коду Ви зможете вибрати попередні випуски журналу:

**Зображення на обкладинці.**

Солодкі чи кислі, фрукти чи овочі: продукти харчування у скляній тарі завжди сезонні. Це, зокрема, хрусткі мариновані огірочки, солодкі літні компоти, пряні гострі соуси, фруктові конфітюри та ароматні соуси... Скляна упаковка зберігає свіжість і смак свого вмісту. Саме тому молода пара на титульній сторінці вирішила придбати цей італійський соус.



## «Скляна упаковка переживає своє велике відродження в Австрії.»

### Шановні читачі!

Скло – це матеріал, що дуже зачаровує! У цьому переконані не тільки «Скляні», тобто ті люди, що працюють з цим матеріалом. Бо скло у тренді у всьому світі, воно стало "витонченим стилем життя" та "прозорим задоволенням".

Все більше споживачів знають, що скло є найнадійнішою тарою для напоїв та продуктів харчування, коли мова йде про їх здоров'я чи про насолоду та поживну цінність. Це виявляється також у великій популярності запакованої у скло місцевої продукції. А наскільки широкий спектр продукції, показано у статті "Свідоме харчування як стиль життя" (сторінки 7-8) і дозволяє при цьому відкрити для себе деякі місцеві делікатеси.

Чи згадайте про повернення молока у скляних пляшках в Австрії (див. сторінку 9). Повернення скляної упаковки переживає своє велике відродження. В австрійській торгівлі продовольчими товарами вже є невеличкий вишуканий асортимент. І попит зростає щодня. У наступному виданні, Vetrotime 3 ми опублікуємо поглиблену інформацію про "Історію успіху" цього вдосконалення, а також про різних споживачів, про торгівлю, про наших клієнтів та наших спеціалістів у галузі скла, а також про позаштатних експертів.

До речі, стосовно скла, чи знайома Вам Європейська асоціація виробників склотари FEVE? Її Генеральний секретар, Аделіне Фарреллі спілкувалася з редакцією Vetrotime про завдання та цілі галузевого об'єднання, яке знаходиться у Брюсселі (сторінки 17-19).

Шановні читачі, Ви бачите, що читання обіцяє бути захоплюючим. Передусім, я був вражений можливістю створення професійного декору, що пропонує скляна тара. Хто б подумав, що скляні пляшки рекламувати-

муть взуттєвий бренд, а чи масажний салон з «історичними» сифонами для содової зі склозаводу у Бюлах, а також скандинавський Дім меблів оформить пляшками і скляними банками свої полиці.



Наступне видання вийде вже у листопаді, буде присвячене спеціалізованій виставці-ярмарку BrauBeviale у Нюрнберзі, Німеччина. Ви маєте можливість відвідати наш виставковий стенд і відразу ж почитати Vetrotime. Але не бійтеся, якщо у Вас не має для цього часу, Ви отримаєте журнал також поштою.

З найкращими побажаннями,

  
Йоханн Райтер,  
CEO



# ПРИГОЛОМШЛИВО



## НЕБО З ПЛЯШОК ІЗ ВИШНЕВИМ ЛІКЕРОМ

Любителям солодкого вишневого лікеру відвідування українського бару "П'яна Вишня" виправдовує свої витрати. Бо у закладі подається тільки один єдиний напій: вишневий лікер. Проте тутешнім гвіздком програми є "люстра з пляшок з-під лікеру". Із 4500 наповнених пляшок зробили дві люстри, у кожній з яких понад 2000 пляшок. А щоб блиск фарби удався більш діамантовим, лікер замінили спеціальною червоною рідиною. Що саме це за рідина, залишається таємницею.

### ПАКУВАЛЬНИЙ МАТЕРІАЛ

#### Задоволення, від якого не можна відмовитись

Магазини, де товар продається неупакованим, стають все популярнішими. Продукція, розміщена у скляних банках з широкою шийкою, виглядає так нарядно, що від неї важко відмовитись, і насамперед тому, що вона така солодка. Зображені тут солодощі продаються в магазині зважувального товару, розташованого поблизу чеського заводу Ветропак.

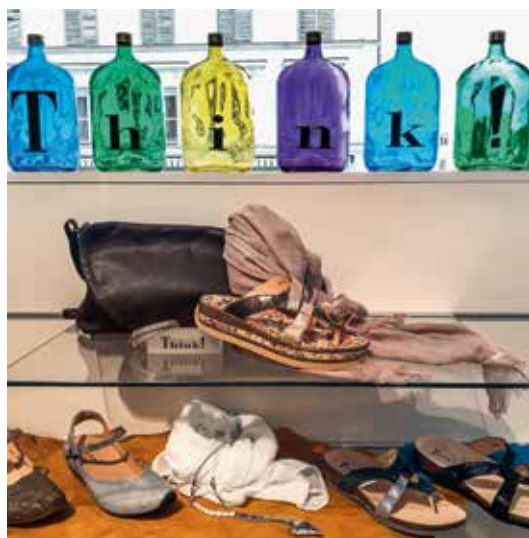


## Декор з багатим історичним минулим

Будучи безцінним матеріалом, порожні скляні пляшки прикрашають вітрину одного масажного салону у Цюриху, Швейцарія. Якщо придивитися краще, то можна впізнати сифонні пляшки для содової, які компанія Ветропак колись виробляла на склозаводі у м. Бюлах. У 1767 році, вперше, англійський вчений Джозеф Прістлі змішує воду з вугільною кислотою. Шипучий напій, що добре втамовує спрагу, має ще і геніальний супроводжувальний ефект: вугільна



кислота може знищувати мікроби. За цей винахід у часи вирування епідемії англієць отримав престижну відзнаку за наукові досягнення – медаль Коплі. Проте у сифони вода була розлита тільки завдяки угорському монаху-бенедиктинцю Аньошу Йедліку, який за допомогою газованої води, що дуже просто виготовлялась, хотів вилікувати хворих на холеру.



## ЯСКРАВИЙ ПРЕДМЕТ РЕКЛАМИ

У магазині взуття, який знаходиться в маленькому містечку Гельфау-Уттендорфі, що в Австрії, відомий взуттєвий бренд має незвичайний декор. Шість яскравих кольорових скляних пляшок з логотипом бренду, які розташовані на вітрині, видно ще здалеку. Якісне і комфортне взуття це не тільки зручне для ніг, воно також захищає і оберігає ноги день за днем. Так само, як і скляні пляшки свій вміст.

## Розташовані рядком між меблями

Нещодавно редакція журналу Vetrotime, прогулюючись по меблевому магазину, побачила на верхніх полицях розташовані у рядок скляні пляшки. Те, що в магазині виглядає так витончено, прикрашає також і власні чотири стіни: застосовані для декору скляні пляшки мають блискучий вигляд у кожному приміщенні.







РЕМОНТ ПЕЧІ

## Скловарна піч для безбарвного скла з додатковою лінією

У квітні, майже після 10 років експлуатації, була модернізована скловарна піч для виробництва безбарвного скла Ветропак Немшова. Додатково оновлена піч була обладнана четвертою новою машинолінією.

На один день раніше, ніж було заплановано завершилися успішні ремонтні роботи скловарної печі для виробництва безбарвного скла Ветропак Немшова. А два з половиною тижні до того піч була урочисто відкрита Йоханном Райтером, CEO компанії, у присутності гостей та великої кількості співробітників.

Завдяки комплексній реконструкції можна було провести не тільки класичні роботи з технічного обслуговування, але і збільшити виробничу потужність скловарної печі. Крім

того, принципово було знижено викиди у повітря відпрацьованих газів та енергоспоживання. Сучасна скловарна піч отримала також додаткову машинолінію. Для словацького заводу групи Ветропак ця, орієнтована на майбутнє, інвестиція має велике значення.

На додаток до модернізованої печі для безбарвного скла, Ветропак Немшова також оснащений пічкою для виробництва зелених скляних контейнерів.

АНОНС

## Завітайте до нас на BrauBeviale

На спеціалізованій виставці BrauBeviale, яка відбудеться з 13-го по 15-те листопада 2018 року у Нюрнберзі, Німеччина, група Ветропак буде представлена на великому виставковому стенді. Завітайте до нас, ми з радістю продемонструємо Вам широкий асортимент нашої продукції.



Міжнародні фахівці з технології виробництва і пакування готових напоїв знову з 13-го по 15-те листопада заглянуть до Нюрнберга, Німеччина. Саме тут вже вкотре відбудеться виставка BrauBeviale. Девізом цьогорічної виставки є "Спону-кати та надихати". Цього прагне і група компаній Ветропак, яка представить у Нюрнберзі свій великий груповий стенд. Переконайтесь особисто у різноманітності асортименту нашої тари, завітавши до нашого стенду 319, у павільйоні 4А.

**BrauBeviale2018**

## ОСОБЛИВІ МІСЦЕВІ ПРОДУКТИ

## Свідоме харчування, як стиль життя

В тренді регіональна продукція. Споживачі хочуть знати, звідки харчові продукти та як вони виготовляються. Сьогодні стилем життя для все більшої кількості людей стає свідоме і корисне для здоров'я харчування. А скло, як пакувальний матеріал, саме для цього і призначене. Воно інертне, безпечне для здоров'я та прозоре.



З регіонів, сезонно, з користю для здоров'я. Все більше значення споживачі надають здоровому, збалансованому харчуванню. Але так само головними є якість, свіжість та смак окремого продукту. І тут склотара влучає "у саме яблучко". Тому що всі ці корисні властивості зберігаються у скляній тарі протягом довгого часу.

Спектр запакованих у склотару місцевих продуктів харчування та напоїв у всіх країнах, де є виробничі підрозділи Ветропак, дуже широкий і різноманітний. Відомі національні страви, а також місцеві делікатеси, які ще доведеться відкрити, особливо інтригують, будучи запакованими у скло.

До цих продуктів відносяться не тільки продукти харчування, але також і напої або соуси. Клієнтам на вибір пропонується різноманітний асортимент продукції: від класичних скляних пляшок зі стандартного асортименту і до яскравих індивідуальних моделей, які зі знанням справи здобули конкуренту перевагу. Чи це пляшки з довгою шийкою, чи їх коротша версія, з тисненням, рельєфами, класичною паперовою етикеткою, чи з непомітним прозорим варіантом – Ветропак ретельно розроблює з клієнтами бажані варіанти скляної тари.

## Весь регіон у скляній банці

У склотару запаковані, наприклад, гострий соус чатні, інші соуси, приправи, гірчиця, паштети, молочні продукти,





консервовані овочі або також готові страви. Як супровід до цієї їжі, або просто для втамування спраги у скляні пляшки фірми Ветропак розфасовуються місцеві соки, сидр, сироп, пиво, фруктові-ягідні соки, або спиртні напої. Так само, як і різні оцти та рослинні олії.

За місцеві продукти споживачі готові платити більше. Причинами для цього є близькість до продукту або до місцевості, підтримка регіонального господарства, а також короткі транспортні шляхи. Таке відношення до регіону та близькість до виробника дають споживачам надійність та довіру. Тому що, як було вже згадано раніше, покупці хочуть знати, звідки приходять харчові продукти та напої і як вони виготовляються. Наступний аспект, який сьогодні все частіше і частіше займає центральне місце, стосується екології. Якщо

купляти місцеві і сезонні продукти, то харчування буде не тільки збалансованим і смачним, але це сприяє також збереженню екології.

### Прозора тара

Ветропак виробляє скляну тару від крихітних скляних баночок, потім середніх розмірів і до великих скляних банок для консервації. Більшість скляних банок виготовляється з безбарвного скла. Це надає чудову можливість бачити те, що містить тара. Це і є "прозорість", яку споживачі бажають бачити у всьому продукті – тут вміст і упаковка гармонійні у своєму симбіозі. Як стандартні, так і індивідуальні моделі можуть бути круглими, прямокутними або багатограними, рельєфно прикрашені або гладкі.







## МОЛОЧНІ ПРОДУКТИ

## Повернення молока у скляні пляшки

З квітня молочні продукти на прилавках австрійських супермаркетів переживають своє відродження. Оскільки лідер австрійського ринку молочної продукції компанія Berglandmilch знову упаковує молоко та йогурт у склотару. А саме у скляні пляшки та баночки з безбарвного скла від компанії Ветропак Австрія.

Чи пам'ятаєте Ви, як це пити холодне молоко, налите зі скляної пляшки? Те, що ми звикли вважати само собою зрозумілим, але в наші дні це рідкість. І все ж поціновувачі молочних продуктів у склотарі можуть з полегшенням зітхнути, оскільки вони знову знаходяться у тренді. Лідер австрійського ринку молочної продукції компанія Berglandmilch з весни цього року запаковує свою продукцію у 1-літрові скляні пляшки та 545-мілілітрові банки для йогуртів виробництва Ветропак Австрія. Обидва види склотари - одноразового використання.

### Популярність молочних продуктів у склі

Опитування споживачів, проведене два роки тому Європейською асоціацією виробників склотари (FEVE) ясно показує, що споживачі мають бажання купувати більше молочних продуктів у скляній тарі. Середній показник по всій Європі становить понад 50%, у Австрії 64% респон-

дентів заявляють, що хотіли б побачити більше упаковки із скла. На цей попит відреагувала компанія Berglandmilch, постачаючи свої провідні бренди "Schärdinger Berghof" та "Tirol Milch" у австрійські супермаркети у скляній тарі. Вже навіть надійшли перші позитивні відгуки від споживачів про екологічність та якість смаку продуктів. Роздрібні мережі REWE з власною маркою "Ja! Natürlich" і Hofer з "Zurück zum Ursprung" також випустили молоко в скляних пляшках виробництва Ветропак. На додаток до молока, супермаркет Spar також пропонує з йогурт "Natur Pur" в скляній тарі.

### Початок нової глави

Молоко у скляних пляшках, що продається у вищезазначених супермаркетах, користується підвищеним попитом! Попит далеко перевершує очікування. У наступних номерах журналу Vetrotime редакція більш поглиблено розповість про цю історію успіху.

## СПОНСОРСТВО

## Змагання домашніх пивоварів

У якості спонсорської підтримки, Ветропак Швейцарія надав у розпорядження компанії Brau- und Rauchshop GmbH для її участі в конкурсі "Beer Contest", цілу палету пивних пляшок з довгою шийкою зі свого стандартного асортименту. В конкурсі може приймати участь кожний, хто займається пивоварінням у свій вільний час.



Цього року на пивному конкурсі у Денсбюрен, Швейцарія був дуже великий наплив бажаючих: на конкурс подано 263 видів пива у 20 категоріях. На дегустації і оцінюванні

пива броварів-аматорів, були "по горло" зайняті трохи більше дюжини професійних експертів. Зокрема були наявні такі категорії, як "Бурштинове та березневе пиво", "Бельгійські міцні пива" або "Saison und Wit" ("Сезон дотепності"). Останнє пиво є також найкращим із всіх категорій і виготовляється Спілкою "Beer Guerrillas" ("Пивний партизан") у м. Праттельн, Швейцарія. Не легко давались рішення професійному журі на третьому конкурсі. Бо за останні роки швейцарська "броварна сцена" дуже вдосконалилась і поряд з численними дрібними броварнями з'явилося дуже багато любительських броварів, які з любов'ю варять своє пиво вдома.

Brau- und Rauchshop GmbH це інтернет-магазин, який продає устаткування, як для броварів-аматорів, так і для професіоналів. Серед товарів також і 0,33-літрові пивні пляшки зі стандартного асортименту продукції фірми Ветропак Швейцарія.







#### УКРАЇНЬСЬКА ПРЕМІЯ ЗА УПАКОВКУ

## Відзначена пляшка з безбарвного скла

0,4-літрова пляшка для мінеральної води VODA UA від Ветропак Гостомель отримала 14-ту Зірку на конкурсі "Українська зірка упаковки". Цей національний конкурс упаковки відбувся 20-тий раз у квітні у Києві.

Вам скляна пляшка для мінеральної води VODA UA здається знайомою? Може бути. Тому, що точно рік тому у номері Vetrotime повідомлялось про цю нову пляшку з безбарвного скла від Ветропак Гостомель. Можна сказати так, що перемога на конкурсі "Українська зірка упаковки 2018" була їй подарунком на День народження. Тим самим український завод групи Ветропак отримав свою 14-ту Зірку. Майже

жодна призова церемонія цього національного конкурсу не проходить без успіху Ветропак Гостомель.

По стінці скляної пляшки здійснено гравюру в'юнокої макової квітки. Це підкреслює природність мінеральної води у 0,4-літровій пляшці. Освіжаючий напій, який містить цінні мінерали та мікроелементи, походить з джерел Центральної України.

## ОСВІЖАЮЧІ

## Фруктові безалкогольні напої

Український завод групи Vetropack виготовляє пляшки з зеленого скла для добре відомого та улюбленого в Україні безалкогольного напою "Міліно". Цей освіжаючий напій має характерний м'який аромат фруктів, ягід та трав.

Чи можете ви в жаркий літний день уявити собі щось краще, ніж освіжаючий напій з приємним, трохи солодким смаком? Саме цей смак робить "Міліно" ідеальним напоєм для втамування спраги. Цей безалкогольний напій продається в супермаркетах України у скляних пляшках ємністю 0,5 літра, виготовлених Ветропак Гостомель. Пляшка з легкого зеленого скла з гвинтовою кришкою входить до складу стандартного асортименту. Яскрава кольорова етикетка, на якій зображені фрукти та трави, що використовуються для ароматизації напою, відразу впадає у вічі, як і сама пляшка одноразового використання.

Цей освіжаючий напій, що містить натуральний цукровий сироп та кристально-чисту воду, виготовляється з широкою гамою ароматів: від персика, смородини, барбарису та тархуну до більш традиційного аромату лимона. Ви завжди знайдете саме те, що вам потрібно. "Міліно" – це слабогазовані безалкогольні напої, що мають особливий м'який смак та аромат.



## БАГАТЕ НА КОНТРАСТИ

## Урбаністичне пиво

Ветропак Австрія виробляє нові зелені скляні пляшки для пивних сортів Ottakringer Sechzehn та Ottakringer Helles. 0,33 літра напою з найстарішої Віденської броварні вміщується в одноразову пляшку, що закупорюється корончатим ковпачком.

Помітна, яскрава, із завершеною формою. Саме така нова пляшка із зеленого скла від Ветропак Австрія для пива Ottakringer Sechzehn. У зоні плечиків виразно красується напис Ottakringer, ця назва походить від назви 16-го муніципального округу австрійської столиці (Ottakring). Також кидається у вічі шишка хмелю флуоресцентного жовтого кольору, нанесена за допомогою шовково-трафаретного друку. Кришку та напис було вирішено виконати такого ж кольору. 0,33-літрова пляшка одноразового використання продається як із шовково-трафаретним друком, так і у варіанті з класичною паперовою етикеткою – так само у зелених та жовтих тонах.

Ottakringer Sechzehn та Ottakringer Helles – це березневі сорти пива, які скорочено називаються «березневе». «Березневе» назване на честь однойменного місяця. Тому, що раніше це світле пиво варилось здебільшого саме тоді. Чи у компанії після роботи, чи ввечері у клубі, чи у тісному колі друзів – любителі цього урбаністичного напою на хмелю дозволяють собі насолодитися ним скрізь, де їм до вподоби.



Ви шукаєте скляну тару для продуктів або напоїв? У нашому онлайн-каталозі Ви знайдете понад 900 виробів. Просто використайте цей QR-код!



## ПРИРОДНО

## Новий дизайн після 22 років

Через 22 років після свого випуску скляна пляшка для води Font Vella отримує свій новий дизайн, щоб надати ще більше елегантності та неповторності. Хорватський завод групи Ветропак, що в Хум-на-Сутлі випускає пляшки бірюзового кольору трьох розмірів для іспанської мінеральної води.

Блакитний колір діє заспокійливо та нагадує воду. Тому саме цей цінний напій отримав нову, освіжаючу скляну тару. Ветропак Стража виробляє скляні пляшки бірюзового кольору для іспанської мінеральної води Font Vella у трьох розмірах: 0,33 л, 0,5 л та 1 літр. У темних кольорах залишились тільки кришка та лаконічна етикетка довкола пляшки. Частина пляшки від покатих плечиків до середини має рельєфні подовжні лінії так, начебто зверху донизу пляшки струмує вода. І більше вже нічого не нагадує пляшку з безбарвного скла та довгою шийкою та корончатим ковпачком.

Скляні пляшки виготовляються виключно для гастрономічної індустрії. Проте, не вважаючи на свою простоту та природність, вони там все ж таки звернуть на себе увагу. Бо тепер, 22 роки опісля, вони отримали новий дизайн.



## КЛАСИЧНИЙ

## Простий та гармонійний дизайн

Ветропак Швейцарія виготовляє скляні пляшки в кольорі "кюве" для класичних вин Fin Bec. Проста ємність місткістю 0,75 літра ідеально поєднується з такою ж простою етикеткою.

Горлечко цієї традиційної пляшки "кюве" плавно переходить у корпус з вигравіюваними буквами "FIN BEC", що надають пляшці витонченого завершеного вигляду. Швейцарський завод групи Ветропак у Сен-Пре виготовляє 0,75-літрові пляшки з корковою пробкою для класичної колекції вин, що виробляються компанією Cave Fin Bec SA.

Виноробні з Вале пропонують широкий асортимент різних вин для знавців, включно зі зображенням тут Pinot Noir, а також Fendant. Завершують можливості вибору вина і спеціальні та ігісті вина.





## ЗАХОПЛЮЮЧЕ

## Пиво для вишуканих смаків

Ветропак Італія виготовляє 0,75-літрові пляшки, у кольорі кюве, тепер і для італійського пива п'ємонтської броварні AnimA. Завдяки елегантним скляним пляшкам відтепер споживання пива стане шляхетним.

Пляшка для італійського крафтового пива Anastasia, від дрібного виробника броварні AnimA, переконує своїм співзвучним сукупним дизайном. Споживача ніщо не може відвернути від виконавиці головної ролі: 0,75-літрової скляної пляшки з пінистим пивом. Ексклюзивна пляшка від італійського заводу групи Ветропак, що у Треццано-сульт-Навільо, виконана в кольорі кюве з краями вінчика, який так кокетливо увінчує дубова пробка. Прозора етикетка блакитно-білого кольору своєю стриманістю добре пасує до загального вигляду. А на зворотному боці окрім етикетки є ще й вигравіюваний товарний знак ANIMA.

Пиво AnimA-Anastasia – це світлий освіжаючий напій. Три роки тому, на міжнародному конкурсі пива у Нью-Йорку броварня здобула титул «Краща броварня» Італії. У асортименті броварів з П'ємонту є ще п'ять сортів. З великою пристрастю вони майстерно створювали нові сорти пива, що відобразилося також у логотипі у вигляді палахкотливого вогню.

## НОВИЙ РОЗМІР

## Італійське крафтове пиво

Пиво "Mastri Birrai Umbri" з Італії тепер можна придбати у новій меншій пляшці об'ємом 0,3 літри. Ветропак Австрія виробляє скляні пляшки у кольорі кюве. Більшу версію пляшки вмістом 0,75 літрів виготовляє італійський завод групи Ветропак.

Нова скляна пляшка для умбрійського пива "Mastri Birrai Umbri" виділяється своїми пом'якшеними, закругленими плечиками. Довга шийка 0,3-літрової пляшки закінчується горловиною, як у пляшки для шампанського. Ця тара виготовляється на австрійському заводі Ветропак у Кремс-мюнстері. Для контрасту з темним кольором кюве, на етикетці використані світлі кольори. Жовтий та помаранчевий відображаються і у кольорі пива. Наприклад, Birra Cotta 21 – світле пиво, що має смак лимону та літніх фруктів. А Birra Cotta 68 навпаки помаранчеве. Це нефільтроване міцне пиво з насиченим і терпким ароматом.







#### ФРУКТОВЕ БРЕНДІ

## Для поціновувачів

Лікero-горілочний завод Ruchheimer, що у Верхній Австрії, із натхненням виготовляє високоякісні сорти бренді та шнапсу. Ветропак Австрія виготовляє безбарвні пляшки для спиртних напоїв вмістом 0,5,- та 0,7- літра і 1 літр.

Багате на традиції підприємство Spitz з 1857 року випускає з місцевих фруктів бренді та шнапси високої якості. В кінці 2017 року цей виробник продуктів харчування випустив на ринок нову продуктову лінію високоякісного бренді Ruchheimer. Для цього австрійський завод групи Ветропак у Пьохларні разом із багаторазово відзначеним австрійським дизайнером Йоханнесом Шеер розробили нові пляшки з безбарвного скла. Пухгаймський замок декорує вигнуту лінію зони плечиків цієї пляшки. Незвичайні плечики і конічна форма надають виробу особливого елегантного характеру.

Міцний напій у семи різних сортів і виробляється переважно з використанням фруктів від місцевих постачальників. Соковиті луги з їх плодовими деревами та свіжа джерельна вода з передгір'я Альп наповнюють продукцію. Високоякісний бренді, що отримується у результаті витратного процесу дистиляції, добре захищений та зберігається у скляних пляшках, як у сейфі, для збереження букету ароматів.

#### ДЕНЬ І НІЧ

## Ніжне літнє вино

Чеський завод групи Ветропак у Кийові виготовляє пляшки з безбарвного скла для трояндового вина Muse румунського виноробного господарства Recaş. У сяйві ультрафіолету різнокольоровими фарбами висвічують символи на рукавній етикетці.

Румунське виноробне господарство Recaş досягло успіху завдяки трояндовому вину Muse. Вже чотири роки воно на ринку, передусім у готелях, ресторанах та кафе. Ніжний колір напою дуже ефектно виглядає у безбарвній скляній пляшці від Ветропак Моравія. 0,75-літрова пляшка зі стандартного асортименту покрита матовою рукавною етикеткою. У сяйві ультрафіолету клубів та барів різними кольорами переливаються ніжні пелюстки квіток на рукавній етикетці: Вдень вони світяться жовтим кольором, а вночі – блакитно-рожевим. Обидва варіанти кольорів на рукавній етикетці можна також добре відрізнити на сонці або при місячному сяйві.

Виноробне господарство Recaş належить до найбільших у Румунії та налічує у своєму асортименті 65 різних вин та ігристих вин. Від недорогих продуктів до продуктів преміум класу - родовий маєток покриває бажане «рідинне» супроводження на будь який смак.





**ОДНАКОВА У ВСІХ КРАЇНАХ**

## Форма краплі води

Сербський ринок напоїв став багатшим на одну мінеральну воду – Saint John's швейцарської компанії Aquawell Group. Пляшки вмістом 0,33-літра та 1 літр виготовляє Ветропак Стража.

Пляшка з безбарвного має форму краплі води, що дуже підходить для мінеральної води. Дизайн пляшки для цього багатого на мінерали напою вимогливий, але й стриманий. Так само з розмахом, але делікатно оформлена прозора рукавна етикетка, яка покриває пляшку з корончатою кришкою.

Джерело мінеральної води Saint John's знаходяться у сербському місті Косьєрич. У цій місцевості мінеральна вода має давню традицію. У місцевому архіві вже у період між 1300 та 1450 роками згадується джерело з назвою «Banjica». Мінеральна вода Saint John's має оптимальний склад мінералів і збалансовану концентрацію калію та магнію. Ці два суттєві мінерали мають різні важливі функції в організмі людини. Так, наприклад, магній розслаблює м'язи.



За Вашим бажанням ми можемо створити та виготовити досконалу за своєю формою скляну тару персонально для Вас: кольорову та витончену – вибір за Вами.



## СКЛОТАРНА ПРОМИСЛОВІСТЬ

## «Скло – це матеріал, що неймовірно захоплює»

Аделіне Фарреллі (АФ) працює генеральним секретарем у Європейській асоціації виробників склотари FEVE. Vetrotime поспілкувався з ірландкою про її роботу на рівні асоціації, про завдання склотарної галузі та про матеріал – скло.



Зліва направо: Ромео Паванелло, технічний консультант з питань негативних наслідків дії на екологію (екологічний слід); Фабріце Рівет, технічний директор, відповідальний за всі наукові та правові питання; Аделіне Фарреллі, генеральний секретар; Лауре Вандербругге, офіс-менеджер, піклується про всю логістику, бухгалтерію та адміністративне керівництво; Міхаель Делле Селве, керівник по зв'язкам, відповідає за ринок, а також за обмін інформацією та загальноєвропейську компанію «Друзі скла»; Жан-Поль Юдсон, керівник по зв'язкам з громадськістю, представник інтересів виробників скла в установах ЄС, серед політиків та відповідальних за прийняття політичних рішень.

**Як довго Ви працюєте у FEVE і як це сталося?**

АФ: Рівно 10 років. Таке відчуття, що це було тільки вчора. З 90-х років я працюю у Брюсселі для різних організацій. Я дуже добре знаю специфіку робочої атмосфери цього міста. Я дуже щаслива бути членом FEVE, представляти витoki європейської склотарної промисловості та працювати для реального сектору економіки. Виробництво скла – це важлива галузь промисловості, яка є абсолютно традиційною, але часто вважається природною.

**Які були найбільші проблеми в останні роки?**

АФ: Відома цитата філософа Жан-Поля Сартра говорить: "Пекло – це інші люди". Звичайно, я б не йшла так далеко, але я думаю, що наше "Пекло" – це інші матеріали. За ринок пакування ведуться бої і ми повинні завжди бути попереду. Завданням є продовжувати презентувати скло, як найпривабливіший варіант пакування для харчових продуктів, напоїв, косметичних засобів, парфумів і фарма-

цвітничої продукції. Ми повинні працювати з промисловістю над загальноєвропейською програмою підтримки. Це також означає бути сильним голосом для нашої промисловості у Брюсселі та співпрацю з органами влади. Це єдиний спосіб поділитися досвідом спеціалістів та переконатися, що всі знають, як правила ЄС можуть впливати на наш бізнес.

**Напевно це важко, співпрацювати на рівні асоціації з різними інтересами. Як FEVE вдається, щоб всі переслідували одні й ті ж самі цілі?**

АФ: Зібрати воедино всіх важко, але це важливо для нашого прогресу. Ясно, що всі для себе хочуть тільки кращого і погляди відрізнятимуться. Вирішальним є узгодження між очікуваннями та діями членів асоціації. По-перше, я вважаю важливим заохотити людей викладати результати, на які вони сподіваються, а не просто зосередитись на проблемах. По-друге, потрібно дозволити амбіційність. По-третє, ми повинні знаходити сумісні рішення. Застосування вертикалі влади тут недоречно. Вирішальним є хороше керівництво, без нього нічого не буде. FEVE має активне і стратегічне правління, яке нам кидає виклик, нас підтримує і спонукає до праці. Воно мотивує нас і членів нашої комісії, спільно аналізувати проблеми і випрацювати рішення.

**Яким проектом Ви особливо пишаєтесь?**

АФ: Найкращі проекти - це успішні. Один з таких "Friends of Glass" ("Друзі скла"). Сьогодні один з двох споживачів все частіше обирає скляну упаковку, ніж ще три роки тому. Особисто я пишаюсь, що ми пройшли дві реорганізації, але не втратили свій фокус. І перш за все, це полягає в моїй команді. Здатність команди до співпраці та діяти спільно – це формула щастя. Я дуже пишаюсь FEVE-командою, її багатограними здібностями та здатністю витримувати навантаження. Це таке задоволення, працювати з такими «профі», разом з ними сміятися, плакати та насолоджуватися моментами прориву.

**Які завдання будуть стояти перед склотарною промисловістю в наступні роки?**

АФ: Коли у 2008 році я почала працювати у FEVE, не можна було і уявити, що через десять років заголовки новин європейських видань будуть крутитися навколо негативної дії пластику. Це може бути шансом для скла. Це також

показує, яким мінливим є наш світ. Ми і надалі повинні захищати цю найекологічнішу упаковку. Жоден інший матеріал не є інертним, не підлягає 100-відсотковому рециклюванню, повторному використанню та який можна повторно наповнювати. Скло унікальне у своєму роді!

Ми також повинні розробляти нові джерела енергії для майбутнього. У виробництві склотари ми вже змогли значно скоротити шкідливі викиди у повітря CO<sub>2</sub>. Проте, ми маємо ще поміркувати про роль поновлюваних енергій для виробництва. Цією темою займається робоча група з інновацій.

**Які цілі FEVE у наступному році?**

АФ: Наша промисловість визнає себе причетною та відповідальною щодо цілей екологічності Організації Об'єднаних Націй. Три найважливіші з них на наступні роки є такими: організувати замкнуті цикли для упаковки таким чином, щоб вони всі підлягали рециклюванню, були багаторазового використання або фасування та безпечними для споживачів; посилити співпрацю зі споживачами та дистриб'юторами, щоб збільшити ринок склотари; допомагати нашій промисловості скоротити шкідливі викиди CO<sub>2</sub> під час виробництва склотари та забезпечити робочі місця в Європі.

**Що FEVE може зробити, щоб посилити віру споживачів у скло?**

АФ: Споживачі вже мають велику довіру до скла! 85% рекомендують використовувати скляну тару своїм друзям. Наші опитування показують, що споживачі надають перевагу склу, бо продукти зі скляних упаковок їм смакують більше, між продуктами та упаковкою відсутній оберт хімічних речовин, а також скло придатне для вторинної переробки. Питання полягає у тому, як можна посилити віру у скло власників торговельних марок та роздрібних торговців. Багато споживачів вважають, що вони повинні пропонувати більше продуктів, запакованих у склотару. Ми мусимо посилено шукати діалогу з цією цільовою групою.

**Як FEVE сприяє проведенню сучасного обговорення проблем з використанням пластику?**

АФ: Важко приймати участь у таких диспутах. Тому що, як правило, вони обмежуються проблематикою, а роль скла не стає предметом обговорення. У нашій останній компа-



нії #CheersToTheOcean (див. стор. 20) ми робимо акцент на перевагах. Ми повинні кооперуватися з виробниками різних пакувальних матеріалів, а також з органами влади, мобілізувати наші зусилля для створення покращених споруд для збирання та переробки відходів по всій Європі і зробити так, щоб екологічні упаковки стали нормою.

#### Які виклики долає галузь для реалізації власних інтересів?

АФ: Комісія робить пропозицію по новому ЄС-регулюванню, а національні уряди та обрані прямим голосуванням члени Європейського парламенту приймають по ньому рішення. Після цього це стає законом. Тому для нас важливо, спочатку переговорити з комісією, а також з іншими важливими сторонами у Брюсселі та неурядовими організаціями. Разом із 15 тис. інших представників інтересів у Брюсселі ми намагаємося привернути увагу урядів та національних спілок.

#### Що Вас зачаровує у матеріалі - скло?

АФ: Воно прекрасне, традиційне та функціональне. Це неймовірно, що скло існує у світі набагато давніше, ніж кожний інший матеріал і сьогодні все також застосовується у тих самих цілях, як це було 3500 років назад. Зачаровує також те, що ми ще довго не будемо знати всіх властивостей скла. І це приголомшливі перспективи!



#### Аделіне Фарреллі генеральний секретар FEVE

**Освіта:** Вивчення політики та іспанської мови, Дублінський університет, Ірландія, сертифікаційний навчальний курс з маркетингу, Ірландський Інститут маркетингу

**Досвід роботи:** 28 років професійного досвіду у Брюсселі для різних приватних та інституційних організацій таких, як Єврокомісія, Європарламент, Deloitte та EuroraBio – Спілки Європейського Союзу для біотехнологічної промисловості, активний член Групи імені графині Маркевич, яка підтримує жінок на виборах до парламенту, член правління CETIE (Міжнародний технічний центр по розливу та належній упаковці), а також Альянсу європейських виробників склотари, де вона також почергово з іншими являється генеральним секретарем. секретарем.

#### FEVE

FEVE, Європейська асоціація виробників склотари – це об'єднання європейських виробників скляної тари та столового посуду зі скла, який виготовляється машинним способом. Об'єднання представляє інтереси склотарної промисловості на міжнародному та європейському рівні. FEVE підтримує діалог з європейськими установами та відомствами з питань довкілля та здоров'я, торгівлі та інших важливих тем. FEVE активно просуває скляну тару на ринок, а також рециркулювання скла і таким чином доповнює діяльність скляної промисловості.



## ЕКОЛОГІЧНІСТЬ

## Для захисту морів



Якщо наше споживання у наступні роки залишиться незмінним, то до 2050 року в океанах буде більше пластмаси, ніж риби. З цієї причини організація "Друзі скла" розпочинає нову кампанію по захисту океанів: вони не повинні "захлинутися" у відходах пластику, а мають нескінченно продовжувати існувати, як "Endless Ocean" ("Безмежний океан").

День за днем ми використовуємо синтетичні матеріали. Велика частина з них осідає у наших морях, річках та океанах. Наприклад, у морі, через течії та вири утворюються велетенські острови з пластикових відходів. Вважається, що по всьому світу існує вже п'ять таких велетенських смітєвих островів: на півночі та півдні Тихого океану, на півночі та півдні Атлантичного океану та в Індійському океані (дивись також на: [5gyres.org](http://5gyres.org)). Науково доведеним є існування островів з пластикових відходів на півночі та півдні Тихого океану та у Північній Атлантиці. Найбільший має площу біля 1,6 мільйонів квадратних кілометрів, що дорівнює 19 територіям Австрії, та щонайменше 79'000 тонам пластику.

З цієї причини "Друзі скла" розпочали кампанію "Безмежний океан", щоб звернути увагу на забруднення світових океанів, морів та річок і проінформувати про екологічність скла. Важливу роль для оточуючого середовища відіграє те, який матеріал упаковки обирають споживачі під час покупок. Якщо хоч один раз на тиждень вони будуть брати додатково одну скляну упаковку, це буде мати позитивний вплив на планету. Тому, що скло не закінчує своє існування у вигляді мікрочастинок в океанах, річках або морях. І тим самим, в кінці кінців, також і у нашому харчовому ланцюзі.

**Скло – це тара, що є екологічно безпечною для моря**  
У березні "Друзі скла" провели загальноєвропейське онлайн-опитування. У ньому прийняло участь 6300 споживачів. Виявилось, що троє з чотирьох опитуваних знають, що склотара є упаковкою, яка екологічно сприятлива для морських водойм. Для 72% опитаних захист морів вже зараз є важливим аспектом їх життя. Це починається з вибору про-

дуктів та їх упаковки під час покупок. 78% людей у Європі заявляють, що вони змінили свою поведінку і значно пильніше слідкують за тим, які наслідки їх повсякденні рішення мають для оточуючого середовища.

Упаковка – це важлива складова частина харчової промисловості та виробництва напоїв. При цьому скло – природний матеріал – відмінно захищає продукти і має багато плюсів щодо екологічної надійності. Так як скло є практично інертним матеріалом, то воно не виділяє у повітря ніяких шкідливих речовин. До того ж його можна без кінця використовувати повторно. У процесі виробництва склотари важливою є застосовувана частка склобою. Бо чим вона більше, тим нижче споживання електроенергії і також викиди у повітря CO<sub>2</sub>.

8 червня, в Всесвітній день океанів, організація "Друзі скла" під час старту кампанії "Безмежний океан" запросили всіх підняти келих за чистоту світових морів. Разом із природоохоронною організацією Surfrider Foundation Europe вони хочуть захистити 300 тисяч квадратних метрів пляжу та звернути увагу всіх на забруднення морів та океанів. Серед іншого, було опубліковано відео, в якому організація "Друзі скла" підіймає келихи за океани разом з датською групою "The Bottle Boys" (що відомі своєю грою на скляних пляшках) та іспанським професійним серфінгістом Арітцом Аранбуру.

Підіймайте й Ви свій келих за світові моря та зробіть свій внесок хештегом #CheersToTheOcean.

Вражаюче відео можна побачити за цим QR-кодом.



## ЗНАЙОМСТВО ЗІ СКЛОМ

## Погляд за куліси

Численні блогери з Австрії прийняли запрошення від організації "Друзі скла" у Австрії і відвідали у липні австрійський завод групи Ветропак. Кулінарним завершенням заходу став "Déjeuner sur l'herbe" ("пікнік") на виноградниках виноробів м. Кремс, розташованих зовсім неподалік. Це був вдалий день, що пройшов під знаком здоров'я, екологічності та дружнього спілкування.



© Волфганг Р. Форст

Споряджені захисними окулярами та накидками, блогери розпочали свою екскурсію по заводу у Пьохларн. Вони старанно збирали свої враження на шляху від плавлення сировини при температурі майже 1600 градусів Цельсія, потім формування рідкого скла і закінчуючи ретельним контролем та палетуванням склотари. Як екологічний пакувальний матеріал зі 100% закритим циклом використання сировини, тема повторного використання є вельми важливою для виробництва скла. І це дуже переконливо наглядно демонструють поставлені відходи скла.

Насолоджуючим завершенням дня знайомства зі склом став пікнік, організований серед виноградної лози винарів містечка Кремс. Після екскурсії здоровий пакувальний матеріал – скло – здійснило сприятливе враження на всі почуття: За довгим, святково накритим столом, гості переконались у перевагах цього матеріалу. Наче сейф, скляна ємність захищає свій вміст, зберігаючи природний смак продуктів, а також через скло нічого не може проникнути всередину. Натуральний смак відображало також і спеціально узгоджене з меню винне супроводження.

## ШКІЛЬНИЙ КОНКУРС

## Головний виконавець – скло

Вже в 11-ий раз школярі Італії присвятили себе темі "Скло та переробка скла". Школярі початкових та середніх класів подали понад 230 проектів. Шкільний проект "Скляне коло" підтримується італійською Спілкою скляної промисловості Assovetro (Національна асоціація виробників скла) та італійським Товариством рециркулювання скла – CoReVe.



Скло є безпечним для здоров'я і захищає оточуюче середовище! Цьогорічний шкільний проект «Скляне коло» у формі гри познайомив італійських школярів з цими безцінними властивостями скла, до яких також належить і безпека харчових продуктів. Після того, як всі разом ближче ознайомилися з повторним використанням скла і його циркуляцією, учасники були запрошені прийняти участь у конкурсі. Школярі могли за власним бажанням обирати, в якій формі вони будуть подавати свої конкурсні роботи: чи то буде відео, чи пісня, чи театральна вистава або журнал – фантазія не обмежувалась.

Єдиною умовою було те, щоб кожна наступна творча робота класів була продовженням попередньої. Як це відбувається і з циркуляцією скла, під час якої з ресурсів завжди створюється нова продукція. Перше місце, з проектом "Тільки скло", в категорії початкової школи посів 4 клас школи імені Джанні Родарі з Вербанії, що в регіоні П'ємонт.

Проект складається з гри в карти по темі "Скло" та знятого власноруч відео на п'ємонтському діалекті.

В категорії середніх класів першу премію отримав 2-ий клас із Сан-Чезаріо-де-Лечче, що на південному сході Італії. Його проект "Скло – добрий друг". Учні середніх класів також зняли коротке відео, в якому скло та всі його властивості відіграють велику роль у вигаданому місті під назвою Країна скла.

"Ми переконані, що в наш час екологічні знання повинні бути центральним навчальним матеріалом у школі", – говорить Марко Равазі, голова секції господарського скла італійської Національної асоціації виробників скла. "Ми хочемо ближче познайомити дітей з різноманітними якостями скла і показати їм, наскільки чудовим є цей матеріал, який на 100 % є рециркуляційним, для оточуючого середовища та здоров'я."



# ФРАГМЕНТИ КУЛЬТУРИ



**ЯБЛУКИ РІЗНИХ СОРТІВ У СКЛЯНИХ БАНКАХ**

## Надкушений фрукт

На виставці "Що їсть Швейцарія?" в музеї краєзнавства у Цюриху відвідувачі мають можливість заглянути в каструлі швейцарців. Тут презентуються незвичайні об'єкти швейцарської гастрономічної культури та здійснені декорації натюрмортів 15-го – 21-го століть. Тут можна однаково захоплюватися, як кулінарними досягненнями, що досягли світової слави,

так і місцевими національними блюдами з різних місцевостей альпійської країни. Серед експонатів також виблискують у скляних широкогорлих банках й 120 сортів яблук. У світі існують тисячі сортів яблук. Найвідомішим родом яблук є культивоване (домашнє) яблуко, яке дуже смакує багатьом людям.

## ВИТВОРИ МИСТЕЦТВА ЗІ СКЛА

Як знак пошани до італійського архітектора та дизайнера Еttore Соттассу (1917-2007) різні музеї у минулому році демонстрували його витвори. У Венеції, Італія, Фонд Джорджіо Чіні вшанував його пам'ять виставкою "Скло" з його захоплюючими витворами зі скла. Відвідувачі могли милуватися понад 220 витворами мистецтва і деякі з них були виставлені вперше. "Витвори зі скла Соттасса – це комплексні організми. І з точки зору дизайну кожний з них має свій власний характер", – так про витвори висловився керуючий музею Лука Массімо Барберо. Цей проект був "стартовим пострілом" нової постійної експозиції міжнародних авторів, які творять зі скла, про них та їхні творіння. Метою цього є показати багатогранні можливості застосування скла та знову перемістити його у центр міжнародної сцени мистецтва.

У 1940-ті роки Еttore Соттасс налагодив тісні ділові зв'язки з відомими майстрами-склодувами з Мурано і у 1948 році, на форумі світового мистецтва венеціанській бієннале показав деякі творіння цієї співпраці.



© Enrico Fiorese



**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 4587714  
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