

VETROTIME

РИНОК
Оцет та олія

ДОСЛІДЖЕННЯ
Вплив світла
на якість вина

МИСТЕЦТВО
Скло навколо нас

03 РИНОК	Оцет та олія
06 СТІЙКІСТЬ	Економіка замкнутого циклу
10 НОВИЙ ДИЗАЙН	Скляна демонстрація
16 ДОСЛІДЖЕННЯ	Вплив світла на якість вина
18 МИСТЕЦТВО	Світ музеїв

Шановні читачі,

здається, що рік тільки розпочався, але ось третина 2016 року пройшла. Час летить, і вже минув майже рік з моменту приєднання Ветропак Італії до складу нашої групи. Відтоді вона стала невід'ємною частиною нашого холдингу, а фактично ви переконалися в цьому на сторінках 3 – 5 цього випуску Vetrotime. І все ж, неможливо описувати пляшки для оцту та рослинних олій, щоб не згадати aceto balsamico та olio di olive: два найвизначніших італійських продукти зі скла. Хоча на дійсності, оливкова олія виготовляється в величезних об'ємах в Іспанії, а найбільше споживає її Греція. Однак Ветропак Італія виробляє не лише пляшки для олії та оцту. В доповнення до стандартних ємностей для вина, міцних напоїв та продуктів харчування, вона також має в асортименті ексклюзивні скляні вироби для визнаних компаній, які відомі далеко за межами Італії.



На даний момент група працює над завершальним етапом інтеграції нового італійського підприємства, адже купівля компанії – це лише початок. Для того, щоб гармонізувати всі процеси, стандарти та методи, необхідний час.

Це те, чого нас добре навчив Ветропак Гостомель. Цього року наш український склозавод святкує десятиріччя в складі групи Ветропак. Детальніше про те, які зміни відбулися протягом останньої декади, ви зможете прочитати на сторінках 8 та 9. Ми насправді пишаємося тим, наскільки компанія розвинулася, досягла високої продуктивності та міцної позиції на ринку, незважаючи на політичну нестабільність та тривалу фінансову й економічну кризи.

Завершальні дві сторінки цього випуску Vetrotime присвячені музеям скла, і хтозна, можливо ви захочете здійснити одну чи навіть дві екскурсії до цих місць? Скло – надзвичайний матеріал, який зачарував людей навічно – чи то дорогоцінні ємності стародавніх часів, чи то безцінні витвори мистецтва, чи то безпечне для здоров'я упакування.

З найкращими побажаннями,


Claude R. Cornaz

ОЦЕТ ТА ОЛІЯ

Витончені приправи

Оцет і олія – необхідні інгредієнти на будь-якій кухні; вони поліпшують і підвищують якість страв, додають легкий аромат і присмак. У скляних пляшках вони мають привабливий вигляд, коли знаходяться на полицях супермаркету або на обідньому столі. Група Ветропак випускає скляну упаковку будь-яких форм і розмірів для цих витончених приправ.

Оливкова олія з тонким ароматом лимона освіжає смак салатів. Якщо ж Ви віддаєте перевагу пікантному присмаку, спробуйте додати горіхову олію. Загалом, існує дуже багато різновидів олії та оцту. Усі ці приправи мають спільну якість: вони здатні поліпшувати та підвищувати якість страв. І саме тому варто приділяти особливу увагу зберіганню цих приправ. Мають вони делікатний аромат або гострий і різкий запах, немає нічого кращого ніж скляна упаковка.

На ринку існує тенденція до використання компактнішої упаковки з меншим об'ємом, зокрема, у все більшій кількості продаються посудини ємністю 0,5 літра. Проте, пляшки ємністю 0,75 л і 1 л залишаються популярними в супермаркетах. Серед покупців зростає попит на високоякісну упаковку з індивідуально підбраною формою, яка виділить вишукані види оцту й олії серед конкуруючих продуктів. Обидва види приправ упаковуються у пляшечки з коричневого, зеленого або безбарвного скла і, зазвичай, закриваються корком, що закручується.

До асортименту продукції групи Ветропак входять як стандартні пляшки, так і моделі, виготовлені на замовлення, у яких форма пляшки варіюється від круглої до прямокутної й навіть восьмикутної. Обмеження на різноманіття форм відсутні. Горла пляшок можуть бути довгими й короткими, плечики можуть бути заокругленими, квадратними або плавно переходити у корпус пляшки. Більшість пляшок для оцту й олії відрізняються етикетками.

Найпопулярніші олії

Родини в Чехії та Словаччині, в основному, готують їжу із використанням соняшникової олії, а оливкова й рапсова олії за популярністю опинилися на другому і третьому місцях. Екзотичніші приправи використовуються мало. Органічні продукти й торгові марки не дуже великих компаній користуються надзвичайно високим попитом у Європі. Істотний вплив має регіональний фактор, особливо у випадку спеціальних олій, наприклад, штирійська гарбузова олія, яка надходить з Австрії. Якщо говорити про олію, то в країнах, у



ЧИ ЗНАЄТЕ ВИ?

Чи знаєте Ви, що ополіскування ротової порожнини олією (процедура, також відома як "олійна витяжка") сприяє її очищенню? Цей метод прийшов з України. Його було представлено на зустрічі Всеукраїнської асоціації онкологів і бактеріологів у середині 1980-х років. Регулярне застосування олійної витяжки допомагає підтримувати організм здоровим й запобігати виникненню захворювань. Усе, що для цього потрібно, так це взяти трішки олії та використувати її як звичайний засіб для полоскання ротової порожнини. Ця процедура також запобігає кровотечі ясен.



яких представлена група Ветропак, дуже популярною є соняшникова олія. Також серед популярних і рапсова, оливкова олія. Україна – найбільший у світі виробник соняшникової олії, тому не дивно, що на цей вид олії в країні відводиться дві третини внутрішнього ринку олії. Однак в Італії все по-іншому – італійці настільки люблять оливкову олію, що обсяг її внутрішнього виробництва не може задовольнити споживчого попиту. Фактично, найбільшим у світі виробником оливкової олії є Іспанія, хоча в країні щорічне споживання на душу населення менше, ніж в Італії. Якщо говорити про споживання, то світовий рекорд утримує Греція – у рік на людину припадає 20 кг спожитої олії.

Оцет – час від часу

Окрім додавання до страв, оцет відіграє важливу роль у консервуванні овочів. Найпоширенішими видами оцту є винний оцет (з білого винограду) і трав'яний оцет. У Середні віки трав'яний оцет також використовувався з медичною метою, а в XIX столітті розводився водою для приготування освіжаючого напою.

Бальзамічний оцет популярний не лише як заправка для салатів. Полуниці, замариновані в бальзамічному оцті і подані разом із ванільним морозивом й дрібно порізаним свіжим листям м'яти, мають неперевершений смак. Таким самим делікатесом є мус із чорного шоколаду з бальзамічною приправою, приготованою із



бальзамічного оцту, цедри апельсина й оливкової олії. Для тих, хто віддає перевагу пікантній їжі, варто взяти шматочок свіжого пармезану та краплю кисло-солодкого бальзамічного оцту й насолодитися комбінацією смаків.

Корисні для здоров'я жири

Якій олії віддати перевагу на власній кухні – питання смаку. Інша справа, коли Ви хочете, щоб олія сприяла зміцненню Вашого здоров'я, і в той же час хочете насолодитися дивовижними стравами. Наприклад, оливкова, рапсова й горіхова олії позитивно впливають на вміст цукру та холестерину в крові, а також на рівень кров'яного тиску. Зазвичай, олія містить значну частку ненасичених жирних кислот і внаслідок цього вони

дуже корисні для організму людини. Ненасичені жирні кислоти належать до класу корисних для здоров'я жирів і є основним будівельним матеріалом для клітин і нервової системи. Відомими жирними кислотами такого типу є омега-3 і омега-6. Жирні кислоти омега-3 містяться в рапсовій, горіховій і лляній, а кислоти типу омега-6 – у соняшниковій, сафлоровій і соєвій оліях. Приготування їжі з використанням різних олій не лише вносить кулінарне розмаїття в повсякденне життя, але також і позитивно впливає на здоров'я.

ЗДОРОВ'Я І ДОВКІЛЛЯ

Економіка замкнутого циклу

Мета стійкої економіки замкнутого циклу полягає в тому, щоб повторно інтегрувати сировинні матеріали, необхідні для виробництва, і повернути їх назад до виробничого процесу після закінчення життєвого циклу продукту. Для скла, наприклад, це реалізується шляхом утилізації. Одним із ключових елементів економіки замкнутого циклу, який виявиться корисним і у майбутньому, є сучасна система управління хімічними ризиками.

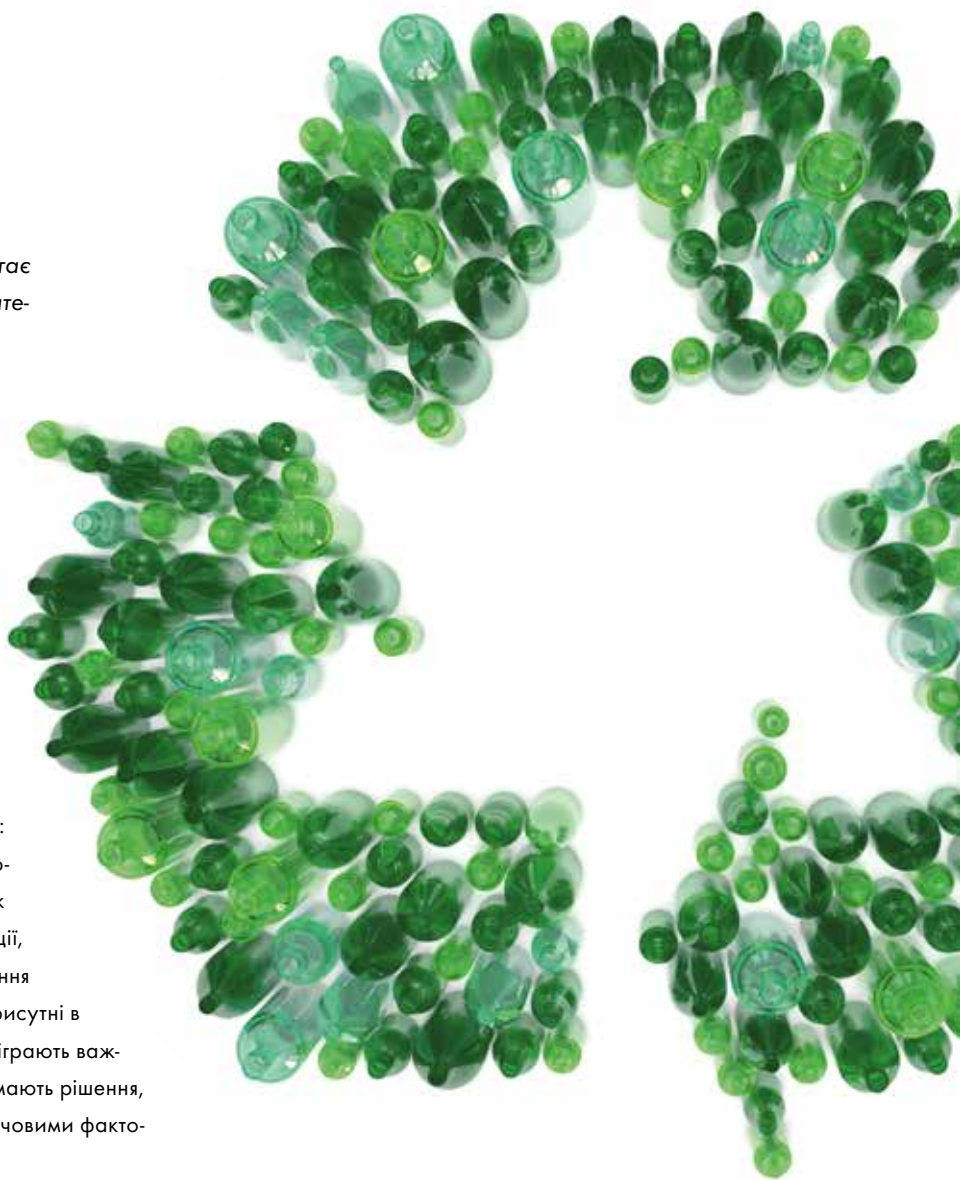
Охорона здоров'я й захист довкілля давно перестали бути темами, що цікаві лише для вузького кола фахівців. Зараз ці проблеми привертають загальну увагу. Споживачі демонструють постійно зростаючий інтерес до таких питань як, наприклад: із чого виготовлена продукція, як і де вона була зроблена, і в чому цінність популярних торгових марок і компанії. За наявності доступної онлайн інформації, потенційні покупці можуть знайти відповіді на питання типу: які потенційно небезпечні хімічні речовини присутні в упаковці продукту. Тому прозорість і відкритість відіграють важливу та постійно зростаючу роль, коли люди приймають рішення, пов'язані з покупками, і тому вони можуть бути ключовими факторами, що впливають на комерційний успіх.

Ще одна тенденція – зростаюче занепокоєння впливом споживання на довкілля. Найчастіше основний акцент робиться на упаковці харчових продуктів, хоча її вплив – і з урахуванням самого продукту – практично не дуже великий. Для ринку Швейцарії оцінки показують, що сама по собі упаковка надає лише один відсоток від загального впливу харчових продуктів на довкілля. Проте дії, спрямовані на зниження її впливу на довкілля, є важливими та правильними. Те ж саме стосується й оптимізації аспектів, пов'язаних із впливом упаковки харчових продуктів на здоров'я людей, оскільки вони стають усе проблематичнішими в контексті стійкої економіки замкнутого циклу. Ідея такої оптимізації полягає в тому, щоб працювати з матеріалами, що допускають багаторазове повторне використання. Оскільки масштаби пов'язаних із цим охоплюють кілька десятиліть, не завжди можна передбачити застосування конкретного матеріалу згодом. З огляду на це, найефективнішим підходом буде безкомпромісне ставлення до хімічних речовин і виключення, насамперед, засто-

сування будь-яких відомих речовин як потенційно небезпечних в упаковці харчових продуктів. У протилежному випадку, з часом вони можуть спричинити проблеми в економіці замкнутого циклу.

Стале використання ресурсів

Ендокринні дезінтегратори (гормонально активні хімічні речовини), канцерогенні речовини, які можуть викликати рак, і комбінований вплив сумішей таких хімічних речовин асоціюються з підвищеними ризиками для здоров'я людей. Це стосується і впливу деяких хімічних речовин у період внутрішньоутробного розвитку. Це складна проблема. Питання полягає не лише в хімічних ризиках і довготривалому впливі хімічних речовин на здоров'я людини, але також і в нагальній необхідності використання ресурсів дійсно стійким чином, а саме: безпечно повторне використання матеріалів, без будь-яких загрозливих



НЕКОМЕРЦІЙНА ОРГАНІЗАЦІЯ

"Форум по упаковці для харчових продуктів" (FPF) був заснований у Цюріху в 2012 р. Основну увагу організація приділяє науковим принципам вибору матеріалів, що контактують із харчовими продуктами, і їхнього впливу на здоров'я людей внаслідок щоденного надходження хімічних речовин у людський організм через їжу. Форум FPF – це незалежна, наукова організація, яка надає різним зацікавленим сторонам високоякісну та підтверджену фактами інформацію.

для здоров'я хімічних речовин, навіть з упаковки харчових продуктів. Таким чином, зрозуміло, що якщо в економіці замкнутого циклу до управління хімічними ризиками використовуватиметься підхід "бізнес – як зазвичай", то це призводитиме до проблем, пов'язаних із хімічними речовинами, шкідливими для здоров'я людей. Відповідно до принципів сталого розвитку ми повинні використовувати наявні знання так, щоб зберегти здоров'я та якість життя наступних поколінь. Це, насамперед, стосується виведення з обігу речовин, які створюють проблеми. Для цього необхідно переосмислити нинішні підходи. Такий процес переосмислення вже почався серед споживачів, які відповідально ставляться до проблем, пов'язаних зі здоров'ям людей і станом довкілля, що створює на ринку ідеальну нішу для нових продуктів, які готують ґрунт для стабільного споживання.

Оцінка ризиків, пов'язаних із хімічними речовинами

Нинішній підхід для оцінки ризику, пов'язаного зі шкідливими хімічними речовинами, заснований на двох чинниках. Перший чинник – потенційна небезпека, яку представляє речовина. Цей чинник доводить, наскільки токсичною є речовина, який вплив вона має, і за яких концентрацій виявляються результати такого впливу. Другий чинник – потенційний вплив речовини. Цей фактор показує, яка кількість хімічної речовини переноситься з упаковки в запаковані продукти, і як багато таких харчових продуктів у кінцевому підсумку споживають люди.

Нові виклики

Раніше, зазвичай вважалося, що ризики, пов'язані з хімічними речовинами, можна легко контролювати доти, поки рівні впливу деяких потенційно шкідливих речовин не перевищують допустимі межі. Однак зараз нові результати наукових досліджень усе більше ставлять під сумнів поширену думку, що "отрута визначається дозою", особливо у випадках, пов'язаних із постійним впливом деяких речовин. Якщо говорити конкретніше, то ендокринні дезінтегратори є саме такими хімічними речовинами, які викликають шкідливі наслідки навіть за низьких доз, хоча при вищих концентраціях ці наслідки можуть і не проявлятися. Тому

зв'язок дози й наслідків її впливу не монотонний для гормонально активних речовин. У галузі ендокринології цей факт був давно відомий. Однак, та обставина, що цей принцип також застосовується й до деяких синтетичних хімічних речовин, є відносно недавнім відкриттям, і до цього часу вона ще не враховується при оцінці ризиків впливу хімічних речовин, що містяться в упаковці харчових продуктів.

Після скандалу, пов'язаного з талідомідом, у 1960-х рр., стало визнаним фактом, що внутрішньоутробна стадія розвитку є періодом з надзвичайно високою чутливістю до дії хімічних речовин. Було встановлено, що хімічні сполуки можуть проникати через плаценту й шкідливо впливати на розвиток плоду, навіть якщо їхня кількість надзвичайно маленька. Крім наркотиків, алкоголю й тютюнового диму це також застосовується і для промислових хімічних речовин. Однак досі відсутні систематичні дані такого впливу на розвиток плоду для багатьох речовин, присутніх в упаковці харчових продуктів.

Термін "токсичність суміші" належить до комбінованого впливу речовин, кількість яких, узятих окремо, знаходиться нижче рівня, за яким вони могли б викликати певні наслідки. Проте разом вони можуть викликати певні наслідки як у період внутрішньоутробного розвитку, так і на подальших стадіях життєвого циклу. В упаковці харчових продуктів міститься понад 15 000 різних хімічних речовин, і люди піддаються щоденному впливу багатьох із них під час прийому їжі. Існує величезна кількість можливих комбінацій цих речовин, і ці комбінації неможливо регулювати, якщо використовувати сучасні методи. Тому першим логічним кроком має бути виключення речовин, які відомі вже як небезпечні.



Доктор Джейн Мунке,
"Форум по упаковці для харчових продуктів", Цюріх

з 2.5% до **65%**Освоєння ринку упакування тихих
та ігристих вин – з 2,5% до 65%
частки ринку

Складське зберігання

Будівництво критого складу
готової продукції – 9 180 кв.м.

Оптимізація витрат

Зменшення питомих витрат на
варку скла на 32%

Виробнича потужність

Збільшення – з 590 тонн до 820 тонн
скломаси на добу

Український ринок

Збереження та збільшення частки на українському
ринку скловиробників – з 22% до 32%

Асортиментний ряд

Розширення асортиментного ряду –
з 107 до 425 артикулів

Упакування

Встановлення автоматизованих ліній
пакування на всіх виробничих ділянках

Експортні продажі

Розвиток експортної частки
продажів – з 5% до 30%

Частка склобою

Збільшення частки склобою при виробництві
кольорового скла – з 42% до 60%

Стандарт безпеки харчових продуктів

Отримання Сертифікату на відповідність Стандарту
безпеки харчових продуктів FSSC 22000

Річний обсяг виробництва

Збільшення річного обсягу продукції – з 233 млн
до 590 млн пляшок

оливковий



«сухий лист»



кюве

Нові кольори

Розширення стандартної кольорової гамми скла новими
відтінками: оливковий, «сухий лист», кюве

Нові технології

Впровадження нових технологій виробництва – трикрапельна
СФМ, метод вузькогогорлого пресо-видування (NNPB),
метод пресо-видування (PB)



СВЯТКУЮЧИ ДЕСЯТИРІЧЧЯ

Ветропак Гостомель святкує десятиріччя

Гостомельський Склозавод приєднався до групи Ветропак у 2006 р. Чимало змінилося з того часу, тому далі короткий огляд минулих десяти років.

2006 рік став наріжним каменем в історії склозаводу в Гостомелі, оскільки саме тоді був зроблений рішучий крок у напрямку його майбутнього, як члена європейської групи, що спеціалізується на виготовленні скляної упаковки для індустрії напоїв та продуктів харчування.

Екологічне виробництво скла в Гостомелі

Міцність, непроникність, гігієнічність і натуральність – ці властивості скла роблять його таким матеріалом для упаковки, з яким досі не може зрівнятися жоден інший матеріал. Крім того, скло володіє ще однією важливою властивістю: його можна переробляти. Щороку український склозавод збільшує кількість склобою, який використовується у виробництві скляних виробів, економлячи таким чином як енергію, так і ресурси. Склобій у складі шихти для виробництва коричневого скла досягає 61%, а для безкольорового – 31%. Спеціалісти склозаводу щодня виготовляють 380 тонн зеленого, 220 тонн коричневого і 220 тонн безкольорового скла. Піч для варіння зеленого скла, яку здали в експлуатацію в 2007 р., найбільша в групі Ветропак, її добова максимальна продуктивність складає 380 тонн.

Для виробництва скла необхідні високі температури діапазоном 1600 градусів за шкалою Цельсія, і це означає, що потрібна велика кількість енергії. Тому важливим аспектом для Ветропак є планування і здійснення діяльності таким чином, щоб забезпе-

чувався захист довкілля, і такий підхід знаходить відображення в інвестиціях групи.

Технологія вузькогогорлого пресовидудання була запущена на українському заводі Ветропак у 2010 р. Цей виробничий метод дає можливість виготовляти скляну тару, яка на 30% легша і має більш тонкі стінки, але без втрати будь-яких властивостей, що забезпечують її стабільність і високу якість. У наступному році була введена в дію дванадцятисекційна трикрапельна склоформуюча машина, яка може використовуватися для одночасного формування 36 скляних ємностей.

Зазираючи у майбутнє

Незважаючи на фінансову кризу, нестабільну політичну ситуацію та військові дії в Україні, компанія з головним офісом неподалік Києва утримує за собою 32% ринку скловиробництва. У компанії працюють 650 осіб, які щодня випускають близько двох мільйонів одиниць скляної тари, що приблизно відповідає 18% загального обсягу виробництва групи Ветропак.

Як уже згадувалося раніше, значний прогрес був досягнутий в Україні за такими напрямками, як вторинна переробка та використання склобою. І на це є вагомі причини, оскільки кожні 10% склобою дають економію 3% енергії і зниження викидів CO₂ на 7%. Один мільйон одиниць скляної тари, спрямованих на вторинну переробку, економить 250 тонн кварцового піску, який, окрім склобою, є основним сировинним матеріалом для виробництва. Таким чином, забезпечуються широкі можливості збереження природних ресурсних матеріалів для майбутніх поколінь.



БАГАТИЙ НА ТРАДИЦІЇ

Червоне ігристе

«Новий Світ» - відоме ігристе вино, яке раніше виготовлялося на Кримському півострові, тепер з'явилося в дещо оновленому вигляді, завдяки оливковим пляшкам виробництва Ветропак Гостомель.

Одна річ, яка з самого першого ковтка привертає увагу до ігристого вина «Новий Світ» - це тонке поєднання ароматів чорної смородини, чорносливу та фіалки. Іскристе червоне вино з рубіновим відтінком на основі суміші сортів винограду Каберне-Совіньйон, Сапераві та Мерло розливається в елегантні скляні пляшки оливкового кольору, які виготовляє український завод Ветропак. Стандартні пляшки ємністю 750 мілілітрів ідеально поєднують та втілюють багату традицію заводу шампанських вин «Новий Світ».

Попри те, що розлив шампанського віднедавна проводиться на потужностях Харківського заводу шампанських вин в Україні, рецептура виготовлення та основна сировина не втратили свого оригінального походження.

Сенсація у склі

Найбільший виробник спецій у Хорватії компанія "Šafram", упаковує свої спеції у скляну тару, виготовлену компанією Ветропак Стража.

У Хорватії назва родинної компанії "Šafram" є синонімом чудового меленого червоного перцю, що випускається цим підприємством та який представлений на ринку у двох видах: солодкий перець і гострий перець. Крім цього, компанія, створена в 1991 р., на основі традиційного продукту в асортимент своєї продукції також включає інші суміші спецій разом із висушеними фруктами й овочами. Нещодавно популярні спеції компанії Šafram почали продаватися в скляній упаковці по 0,12 л, що виготовляються заводом групи Ветропак у Хорватії. Ці контейнери з безбарвного скла випускаються з простою кришкою, пристосованою або для звичайного змішування, або для розмелювання прянощів. Однак технічна проблема під час розробки цих ємностей полягала в тому, щоб спроектувати в них таке горлечко, при якому у процесі розмелювання спеції млинок і контейнер становили б одне ціле, і не розпадалися.



ЕНЕРГЕТИЧНІ НАПОЇ

Корисні продукти у безпечній упаковці

Компанія Ветропак Австрія виготовляє скляні пляшки для напою на імбирній основі IngwerTRINK компанії Kloster Kitchen, а також для фруктових соків і фруктових коктейлів, що випускаються компанією SanLucar. Ці освіжаючі напої упаковуються в безпечну для здоров'я тару, яка зберігає їхній вишуканий аромат і цінні компоненти.

Імбир застосовується як спеція, або, завдяки своїм лікувальним властивостям, як ароматизована домішка у порошки каррі,

наприклад, для захисту від застуди. Поціновувачі імбиру та інших прянощів тепер можуть спробувати їх у вигляді енергетичного

напою, який випускається компанією Kloster Kitchen Öko Fairtrade GmbH, яка знаходиться в містечку Кюдрфен, Швейцарія. Основа напою "IngwerTRINK" – це старий монастирський рецепт. Пляшку для цього енергетичного напою виготовляє компанія Ветропак Австрія.



0,25-літрова пляшка типу «Бордо» із зеленого скла входить у стандартний асортимент продукції. Колір скла в поєднанні з привабливою етикеткою, надрукованою методом шовкотрафаретного друку компанією Printglass, надає упаковці цього напою вишуканий і гармонійний вигляд. Продукт із шматочками свіжого імбиру та сиропу агави доповнюється сріблястою гвинтовою кришечкою.

Фруктові соки та фруктові суміші, що випускаються компанією SanLucar "Fruit to go" GmbH з міста Ебрайхсдорф, Нижня Австрія,



також забезпечують організмові фруктову та освіжаючу підтримку. Безкольорові пляшки ємністю 0,25 та 0,65 літри, що використовуються для цих напоїв (також виготовляються компанією Ветропак Австрія), мають характерний циліндричний корпус, а закриваються вони зручним гвинтовим ковпачком. Елегантний

вигляд етикетки на пляшці і яскраво забарвлений напій всередині розраховані на те, щоб у людей виникло бажання скуштувати високоякісний продукт. Виготовлені зі скла пляшки ідеально забезпечують збереження вітамінів, запахів і кольору цих багатих на вітаміни фруктових і овочевих напоїв. Компанія SanLucar – це міжнародна компанія, з головним офісом у Валенсії, Іспанія, й дочірніми компаніями у Німеччині та Австрії, яка спеціалізується на обробці фруктів та овочів.

ОБМЕЖЕНИЙ ВИПУСК

Подвійна упаковка

Наприкінці 2015 р. пивоварня Pilsner Urquell Brewery разом із чеським дизайнером створили спеціальну подарункову упаковку для свого пива Pilsner Urquell. Завод Ветропак Моравія виготовляє пляшки із зеленого скла для цього напою.

Подарункова упаковка дуже популярна та створює додаткову вартість продукту. Наприкінці 2015 р. пивоварня Pilsner Urquell скористалася цією нагодою та випустила на ринок спеціальну упаковку для пива, що забезпечує подвійний захист її хмільної продукції.

Пляшки із зеленого скла місткістю 1 літр із бугельним корком виготовляються на чеському заводі групи Ветропак у Кйові. Модель упаковки з обмеженим випуском було розроблено відомим дизайнером виробів зі скла Роні Плеслом (Rony Plesl). Дизайн моделі тісно пов'язаний із дизайном класичних півлітрових скляних пляшок для пива Pilsner, на яких також є емблема Плесла. Що відрізняє цю зелену пляшку від інших упаковок для світлого пива, так це чітко виражене продовгувате горло. На одному боці знаходяться викарбовані літери "Pilsner Urquell", а нижню частину корпусу прикрашено округленими контурами. Загальне враження преміум якості посилюється подарунковою коробкою, на якій зображено пляшку, що знаходиться всередині.





БАГАТА НА МАГНІЙ

Оповита легендами

Згідно легенди, до появи на землі першого джерела мінеральної води Donat Mg доклав зусиль Пегас, крилатий кінь з грецької міфології. Пляшки із зеленого скла, що використовуються для цієї багатої на магній мінеральної води, випускаються заводом групи Ветропак у Хорватії.

Одного разу Пегас пролітав над Словенією і настільки був вражений ландшафтом внизу, що спустився, щоб роздивитися його краще, доторкнувся до землі і тим самим змістив шари землі на поверхні, створивши, таким чином, джерело з корисною, збагаченою магнієм мінеральною водою, відомою як "Donat Mg".

У 2013 р. дизайнерське агентство PointBleu, Іспанія, Барселона, отримало замовлення на оновлення упаковки для торгової марки "Donat Mg". Мета полягала в тому, щоб надати упакуванню вигляд, який би нагадував лікарську пляшку, тобто щоб вона відрізнялася від традиційної, поширеної концепції пляшки для мінеральної води. Проект виявився успішним і в 2016 р. Ветропак Стража в Хум-на-Сутлі почала виробництво нових пляшок із зеленого скла для цієї легендарної води. Дизайн корпусу цієї пляшки ємністю 0,75 літра дуже простий і класичний, з короткою шийкою, яка закривається гвинтовою кришечкою.

ВРАЖАЮЧИЙ НАПІЙ

Лайм та м'ята

Прозорі скляні пляшки, виготовлені на заводі Ветропак в Гостомелі, демонструють яскраві кольори настоянок Villa Bianca прекрасного виконання. Ці ароматні напої чудово доповнюють асортимент продукції компанії.

Вся справа в міксі складових компонентів, і ніщо не демонструє цього краще, ніж ТМ Villa Bianca, настоянки від української компанії «Оболонь». Ці алкогольні напої виготовляються з купажу настоїв пряних і ароматичних трав, фруктових-ягідних соків та цукрового сиропу. Зараз лінійка Villa Bianca об'єднує три види настоянок: традиційні смаки вишні та сливи, а також коктейльне поєднання лайму та м'яти.

Для цих настоянок Ветропак Гостомель виготовляє півлітрові пляшки з безкольорового скла, видовжений корпус та шия пляшки з вінчиком під кришечку, що закручується, надають продукту простий, класично елегантний вигляд. Ці легкі солодкі смаки із нотками фруктів, ягід та цитрусових приносять свіжу хвилю українському ринку настоянок. А також додають особливу родзинку коктейлям або стравам.





НЕВЕЛИКА, АЛЕ ІДЕАЛЬНА ФОРМА

Ідеальне доповнення до піци

Український ринок вина вітає нове поповнення - прекрасне вино в невеликій, ідеально підібраній за формою упаковці; вино, яке чудово підходить до піци. Вино "Pizzavino" випускається компанією Котнар і продається в 0,375-літрових пляшках, що виготовляються на Ветропак Гостомель.

Піца – одна з найбільш улюблених страв людей, а вино "Pizzavino" ідеально підходить до цієї італійської їжі. Ви надаєте перевагу червоним або білим винам, це – питання смаку, а вино «Pizzavino» продається в обох різновидах: сухе або напівсухе вино Traminer (Трамінер) із м'яким сортовим ароматом і сухе або напівсухе Мерло із фруктовим присмаком червоної смородини.

Пляшки об'ємом 0,375 л із прозорого безбарвного скла або скла оливкового забарвлення виготовляються на українському заводі Ветропак у Гостомелі. Їхній легкий і компактний дизайн ідеально підходить для виїзду за місто на цілий день або приємного відпочинку поблизу води. І Вам навіть не потрібно переїматися тим, щоб не забути штопор, оскільки ці пляшки закриваються гвинтовими кришечками.

ВИТОНЧЕНІСТЬ В "КЮВЕ"

Біле вино з Італії

Сімейна компанія Sartarelli розливає свої вина у пляшки зі скла кольору "кюве", яке виготовляється компанією Ветропак Італія. Виноград для цих вин вирощується на найстаріших полях цієї виноробні.

Господарство "Vinicola Sartarelli" давно зробило своїм пріоритетом дбайливе та відповідальне оброблення землі. Виноградна лоза росте на висоті 350 м над рівнем моря, і виноградники займають площу понад 55 гектарів. Складні пляшки кольору "кюве" для білих вин виготовляє Ветропак Італія. Це – класичні пляшки Renapa, батьківщиною яких є Ельзас. Складні майстри зробили ще більш привабливим елегантний мінімалістський дизайн пляшки, викарбувавши на її плечики літеру "S".

Вино трьох різних видів продається в 0,75-літрових пляшках. "Tralvio" – дещо підсолоджене вино, "Classico" – характеризується слабким гірким присмаком, який нагадує смак стиглого мигдалю, а вишукане вино "Balciana" має свіжий аромат цитрусових фруктів.



ПОКЛИК ГІР

Сучасний швейцарський дизайн

Новий дизайн упаковки для освіжаючого напою Rivella навіяний давньою традицією бренду та новою інтерпретацією сучасної Швейцарії. Складні пляшки ємністю 0,33 літри виробляються спеціально для індустрії громадського харчування.

Швейцарський напій Rivella одержав зовсім новий вигляд у весняному розпалі. На відміну від попередньої версії з вигнутими контурами, нові пляшки мають особливі діагональні лінії. Їхнє хрестоподібне з'єднання символізує швейцарські гори, і ця тема повторюється знову на етикетці. Щоб гарантувати гармонійність поєднання пляшки та етикетки, розміщення етикетки на поверхню під час виробництва проводиться дуже ретельно. Нові ємності об'ємом 0,33 літри оснащені кроненкорками, як і їхні попередники. Завдання щодо розробки повністю нового вигляду для цього бренду було поставлене всесвітньо відомому дизайнеру із західної Швейцарії - Іву Бехар (Yves Béhar).

Напої "Rivella Red" та "Rivella Blue", які складають основу бренду Rivella, упаковані в коричневі скляні пляшки. Напій "Rivella Green", який минулого року був представлений в зелених пляшках, як лімітований випуск, зараз перейменований на "Rivella Green Tea" та представлений в прозорих пляшках. Складні ємності для всіх трьох смаків виготовляються виключно для індустрії громадського харчування.



МОНАСТИРСЬКЕ ПИВО

Пивоваріння традиційним способом

Пивоварня в монастирі Фішинген виготовляє власне пиво майже два роки. Пляшки із зеленого та коричневого скла для цього пива виробляються на заводах групи Ветропак у Хорватії, Австрії та Швейцарії.

Невеличка пивоварня в монастирі Фішинген у швейцарському кантоні Тургау виготовляє високоякісні, розраховані на гурманів сорти пива під назвою "PILGRIM" (Пілігрим), продажі якого забезпечують значну частину коштів, що витрачаються на обслуговування монастирських будівель.

Сорти пива Craft Beer і Abbey Beer розливаються в пляшки Ветропак, які надходять зі склозаводів у Хум-на-Сутлі, Пьохларн і Сен-Пре. Перший сорт пива продається або в пляшці з довгим горлом з коричневого скла об'ємом 0,75 л, або в пляшці стилю "Гамбрінус" ємністю 0,33 л. Обидва типи пляшок закриваються кроненкорком. Пиво Abbey Beer, також відоме як "Bière d'Abbaye" або "Bière de Trappiste" продається у винних пляшках із зеленого скла ємністю 0,75 та 0,37 літри. Завдяки високому вмісту алкоголю, 11,5%, пиво добре зберігається. Продаж пива у пляшках для ігристого вина йде на користь як зовнішньому вигляду, так і вмісту продукту.

Крім цих двох сортів пива монастирська пивоварня також виготовляє сезонні сорти пива для кожного сезону, які, як і всі інші сорти пива, варяться за старими рецептами у відкритих чанах. Нині традиційне аеробне бродіння можна знайти лише в декількох, переважно невеликих пивоварнях.



НАТУРАЛЬНО МУТНЕ

Легендарне пиво

Для своєї нової серії продукції швейцарська пивоварня Adler у місті Шванден, кантон Гларус, запозичила назву зі світу легенд. "Vrenelisgärtli" – це пшеничне пиво з натуральною замутненістю з ароматом фруктів. Пляшки із коричневого скла виготовляються на склозаводі групи Ветропак у Кремс-мюнстері.

Альпійські мандрівники знайомі з Vrenelisgärtli ("Маленький сад Верени") – це дуже красива гірська вершина у горах Гларус. Згідно з легендою, одного разу маленька Верена потрапила тут у снігопад. Сніг був настільки глибоким, що маленька дівчинка не змогла з нього вибратися. Нова серія продукції пивоварні Adler Bräu випускається з етикеткою "Saagehafts usem Glarnerland" ("Продукт із легенд, виготовлено в Гларусі") як нагадування про цю історію.

Ветропак Австрія виготовляє витончені пляшки з коричневого скла з горлом під кроненкорк. На етикетці зображена Верена, яка спить в своєму саду. Пляшка містить 0,29 л напою, виготовленого із використанням натурально замутненого хмелю. Це і є бельгійське пиво Witbier (пшеничне пиво). Дріжджі верхнього бродиння надають йому фруктовий аромат, який також посилюється насінням коріандру, висушеною шкіркою гіркого апельсина Кюрасао та вівсом.



ОСВІЖАЮЧИЙ

Смак дитинства

Італійський завод групи Ветропак у Треццано-Сул-Навільйо виготовляє пляшки з безкольорового скла для безалкогольних напоїв Baladin, у тому числі і для імбирного напою Baladin Ginger, оранжевого забарвлення.

Незважаючи на назву, напій Baladin Ginger фактично зовсім не містить імбиру. Цей безалкогольний напій виготовляється із води, тростинного цукру, лимонного соку, вуглекислого газу і настоянки трав з цедри гіркого та солодкого апельсина, прянощів і ванілі. Ця суміш ідеально освіжає як сама по собі, так і в поєднанні зі шматочками апельсина або з алкогольними напоями.

Безкольорові пляшки місткістю 250 мілілітрів для цього напою виготовляються компанією Ветропак Італія. У них на корпусі вигравіюваний логотип і назва "Baladin", а закриваються кронекорком.

Ідея щодо випуску безалкогольних напоїв Baladin полягала в тому, щоб нагадати смаки та відчуття дитинства, проведеного в Італії. Додатково до напою Ginger продаються напої Cedrata (лимон), Spuma Nera (апельсин і мирта), Melazen (яблуко та імбир) та Кола.



дослідження

Вплив світла на якість вина

Дослідження, проведені в лабораторії технології й аналізу вина Загребського університету, доводять, що вибір кольору пляшки грає важливу та визначальну роль для якості вина у процесі його зберігання. Тому винороби повинні ретельно обирати вид пляшки, яка використовуватиметься для їхніх неперевершених напоїв, особливо, якщо необхідні пляшки для білих вин. Ці дослідження проводилися спільно з компанією Ветропак Стража.

Із моменту надходження вина на ринок його якість залежить від умов зберігання. Світло впливає на формування смаку й запаху вина, а інтенсивний вплив світла може змінити його первинний аромат. Це явище, яке фахівці називають "goût de lumière" або "засвічення", призводить до формування смаку, схожого зі смаком цвітної капусти.

Традиційно, біле вино зберігається у пляшках з безбарвного прозорого або дещо пофарбованого скла, а червоне вино зазвичай зустрічається у пляшках зеленого або темного кольору скла. Ця система знайома практично всім покупцям, проте, чи справді вона є правильним способом збереження якості вина?

Спільними зусиллями факультету харчових технологій і біотехнологій Загребського університету та хорватського заводу групи Ветропак у місті Хум-на-Сутлі було проведено дослідження цієї проблеми. Мета проекту – вивчення впливу кольору скла пляшки (безколіорового, оливкового, "кюве") на якість вина при його опроміненні світлом. У пляшки зі скла зазначених кольорів розливали білі й червоні вина, які згодом закупорювалися гвинтовим корком, а потім настоювалися протягом року при інтенсивному світлі та у темряві. Перевірки якості проводилися кожні шість місяців. Учені аналізували зміни у вмісті поліфенольних антиоксидантів (корисних для здоров'я речовин, присутніх у вині), а також

зміни кольору й аромату вина. Було проведено дослідження із визначення смакових якостей, щоб оцінити сенсорні характеристики.

Чуттєве біле вино

Дослідження довели, що під час зберігання під впливом інтенсивного світла, колір пляшки істотно впливає на якість вина. У той час, як пляшки кольору "кюве" забезпечували практично однаковий із пляшками темніших кольорів рівень захисту, пляшки оливкового кольору (у тому числі й безколіорові) не підтвердили ефективність захисту білого вина від негативного впливу світла.

Червоне вино реагує інакше

У той час результати для червоного вина довели протилежне: незважаючи на вплив світла, червоне вино виявилось ефективно захищеним як у пляшках кольору "кюве", так і в пляшках оливкового кольору, порівняно з вином у контрольних пляшках, що зберігалися в темному місці.

Насамкінець зазначимо, що якість білих і червоних вин може суттєво змінюватися залежно від умов освітлення й кольору пляшок, у яких зберігаються вина. Або, інакше кажучи, вино у пляшках світлого забарвлення повинно або швидко вживатися, або зберігатися в темному місці.





ТОРГОВІ ЯРМАРКИ

Демонстрація зі скла

Група Ветропак взяла участь у трьох важливих торгових ярмарках: на BrauBeviale в Нюрнберзі, Німеччина, група представила скляну тару, яка випускається всіма її дочірніми компаніями; на ярмарку SIMEI в Мілані вперше була представлена Ветропак Італія в якості однієї з компаній групи Ветропак; і ярмарок Agrovina в Мартінії, західна Швейцарія, дав можливість представити асортимент продукції, який пропонує Ветропак Швейцарія.



На ярмарку SIMEI в Італії

На торговому ярмарку SIMEI в Мілані група Ветропак вперше мала свій стенд. Компанія, що останньою увійшла до складу групи, Ветропак Італія, представила свою власну продукцію, а також скляну упаковку, яка була виготовлена іншими заводами групи. Ярмарок SIMEI – це міжнародна виставка обладнання для виноробства та виноградарства. Цього року на захід, що проводився в чотирьох виставкових залах, зібралися 700 експонентів з 27 різних країн. Стенд Ветропак привернув увагу численних покупців і відвідувачів. На ньому була представлена інформація про різноманітний асортимент продукції, який пропонує компанія Ветропак Італія.

На ярмарку BrauBeviale у Німеччині

Три дні інтенсивних заходів, що проводилися у межах торгового ярмарку, понад 37 000 відвідувачів і майже 1100 експонентів – ось остаточні показники BrauBeviale 2015, який відбувся в листопаді минулого року в Нюрнберзі. Група Ветропак завжди мала великий стенд на виставці BrauBeviale, де представлялася скляна упаковка, що випускається всіма заводами групи, і демонструвався весь асортимент продукції Ветропак.

Спеціальні сорти пива, які виокремлюються за тими чи іншими ознаками, постачаються у характерних пляшках, які відрізняються від звичайних і дають широкі можливості для їхнього маркування індивідуальними торговими марками. Ця головна тенденція творчого підходу до культури виробництва і споживання пива була відображена у власній експозиції групи Ветропак на BrauBeviale. Що робить скло чудовим матеріалом? Це – широкі можливості дизайну, які пропонує цей матеріал, і фактично безмежна універсальність. Важливим чинником є те, що форма, колір, оздоблення та призначення поєднуються в одне гармонійне ціле, і це було чітко продемонстровано відвідувачам торгового ярмарку. Крім цього, BrauBeviale дав можливість представити нову фірмову брошуру "Послуги Service plus+", у якій чітко й зрозуміло розглядається широка номенклатура послуг, які пропонує Ветропак. До брошури включені комплексні рекомендації від формування ідеї до готового продукту, а також оцінки його життєвого циклу та вибору оптимізованих рішень по упаковці, розрахованих на економію транспортних витрат під час доставки товару замовникам.

На ярмарку Agrovina у Швейцарії

У січні 2016 р. Ветропак Швейцарія взяла участь в торговому ярмарку Agrovina, який проводиться раз на два роки і призначений для фахівців у сфері виноградарства та виноробства. Основний акцент компанії Ветропак на цьому заході зроблений на демонстрації "Послуги Service plus+". Хоча відвідувачі також мали можливість висловити свою думку щодо різного дизайну пляшок, представлених як зразки, включаючи пляшки з легкого скла або пляшки зі спеціальною обробкою, наприклад, з шовкотрафаретним друком. Справжньою сенсацією була гігантська полиця зі зразками, на якій був виставлений весь асортимент продукції Ветропак Швейцарії.



ВАРТІ УВАГИ

Скло навколо нас

Наш редакторський колектив шукає музеї скла, які заслуговують на увагу та відвідування. Ось деякі з них, які ми знайшли в країнах, де є заводи Ветропак. Приєднуйтеся до подорожі за новими відкриттями!

Спочатку музеї вважалися місцем поклоніння музам, богиням – покровителькам мистецтва. Нині музеї не є священними в такому розумінні, однак, вони продовжують залишатися важливими місцями для візуального представлення історії та висвітлення сучасного життя.

Емблема із скла

Із наближенням до Музею Пляшки у Віллізау, Швейцарія, вам відразу впадає в око його вражаюча емблема – пляшка із зеленого скла заввишки 7,5 м. Із травня 2006 року цей музей запрошує відвідувачів ознайомитися із зібраною колекцією, яка налічує близько 35 000 пляшок, від найменших флаконів, що використовуються для зберігання ліків, до гігантських винних пляшок. Колекція музею пропонує знавцеві все, що він може лише побажати, і, поза сумнівом, викличе захоплення у шанувальників скла. У вересні минулого року музей розширив свою експозицію та відповідно відсвяткував цю подію. Керівник музею Зепп Штадельман відомий далеко за межами швейцарського містечка, у якому розташовано музей.

Витоки з античності

В Італії, південній сусідці Швейцарії, розташовано Музей скляного мистецтва Альтаре (Museo dell'Arte Vetraria Altarese), присвячений виробництву скла. Крім експозиції предметів зі скла, що охоплюють часи з 1650 року і донині, в цьому музеї представлено інструменти для виготовлення скляних виробів. У музеї також є спеціальне місце, де продовжують видувати скло старими, традиційними способами. Експозиція музею розміщується в "Villa Rosa", будівлі стилю модерн, яка раніше



була приватною резиденцією. Витоки культури скловаріння в Альтаре, де розташовується музей, беруть початок з найдавніших часів. Крім чудових виробів, відвідувачі можуть ознайомитися з історією скловаріння та виготовлення виробів зі скла в цьому регіоні.

Закоханість у скло

Музей античного скла в місті Задар (Хорватія) також має свою власну складовну майстерню, а ще унікальну колекцію, яка налічує 2000 скляних виробів з античних часів. Експозиції розділені за темами, що охоплюють такі розділи, як технології виготовлення декоративного скла, торгіві шляхи, використання скла в косметичці, фармацевтиці та медицині, застосування скла в побуті та ювелірних виробках. Центральним пунктом у найбільшому виставковому залі є "некрополь", оформлений як місце для ознайомлення з античним склом. До найцінніших раритетів належать скляні урни й інші вироби, які колись відігравали важливу роль у ритуальних церемоніях. Директор музею Іво Фадіч обожнює скло, його любов до цього матеріалу засвідчено скрізь. За фахом археолог, раніше він працював у секції античного скла Археологічного музею міста Задар, у якому, за словами британського кінорежисера Альфреда Хічкока, можна також спостерігати за найкрасивішими в світі заходами сонця.

Художня своєрідність

Скло – це настільки звична частина нашого щоденного життя, що часто ми просто перестаємо помічати його унікальні



якості. Музей «Скляний замок» у Нижній Австрії взяв на себе завдання підготувати та представити цей цінний матеріал у художньому виконанні. У насиченому на деталі музеї відвідувачі з захопленням можуть пірнути в атмосферу та творчий процес виробництва скла. Його слоган – «бачити, відчувати і дивуватися». Значну частину музею присвячено складувальному процесу. Мистецтво видування скла й отримання різних виробів було вперше застосовано на практиці в Римській імперії, а згодом, через декілька століть, відродилося у Венеції. Хоча венеціанці намагалися тримати секрети складувальної майстерності у суворій таємниці, проте з часом ремесло складувальників поширилося і в інших регіонах за межами Альп. Фасад музею виблискує завдяки трьом мільйонам скляних мозаїчних каменів.

Заворожуюча майстерність

Музей скла та ювелірних виробів у Яблонці-над-Нісою був заснований понад 110 років тому. Основна будівля, спроектована у стилі модерн, знаходиться в історичному й культурному серці міста. У "Чарівному саду" музею відвідувачі можуть ознайомитися зі світом богемського скла за минулі сім століть. Як бачимо з назви, вони, поза сумнівом, будуть зачаровані предметами зі скла, які там представлені. Експозиції також доповнюються та збагачуються цитатами з поетичних творів. Ювелірна зона музею представляє зразки ювелірних виробів, виготовлених зі скла й інших матеріалів. Також вона знайомить з історією виготовлення цих прикрас. Скляна промисловість відіграє важливу роль у цьому регіоні з XVII ст., а виробництво прикрас почалося в цьому промисловому місті століттям пізніше.



Палац зі скла

Місто Ледницьке Ровне – це батьківщина Музея скла Словаччини. Він був заснований тут у 1892 році і розташований у маєтку ренесансного стилю, який належить родині колишніх власників заводу. Експозиція зосереджується на історії виробництва скла у Словаччині, і захоплює відвідувачів надзвичайною різноманітністю виробів, датованих ще XVII століттям. Сучасні методи виробництва скла представлені продукцією окремих словацьких скляних заводів. Територія навколо Ледницьке Ровне відома своїми давніми традиціями виробництва скла. А недалеко звідси розташований і словацький завод Ветропак.

Традиції та сучасність Музею скла у Львові

– це перший і єдиний в Україні музей скла. Він був заснований українським художником Андрієм Бокотеем, коли 1992 року у місті проводився Міжнародний симпозіум гутного скла. Мета полягала в тому, щоб показати предмети, створені під час симпозіуму, і ці предмети становили основу найбільшого розділу музею, у якому зараз експонуються понад 300 предметів. Двома іншими напрямками є історична та сучасна концепції виробів зі скла. Історична частина включає пляшки, амфори, каблучки, фрагменти мозаїк з Києва, Тербовлі та Галичини, а також скляні вироби, які датуються XVI і XVII ст. із колекції відомого українського реставратора Петра Лінинського. Експозиції сучасного скла надзвичайно різноманітні, проте всі вони мають

спільну рису – демонструють нові перспективні підходи до цього дивовижного матеріалу та спонукають до роздумів.

**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 44 392 41 43
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