

VETRO TIME

ВЕТРОПАК ІТАЛІЯ
Нова дочірня
компанія

РИНОК
Безалкогольні
напої

МИСТЕЦТВО
Екзотичний
світ скла



03 РОЗШИРЕННЯ	Vetropack в Італії
05 РИНОК	Безалкогольні напої
10 НОВІ ДИЗАЙНИ	Освіжаючий вигляд
16 СВЯТКУВАННЯ	Технічні проекти в Хорватії
18 МИСТЕЦТВО	Витончені скляні моделі

Шановні читачі!

У цьому випуску Vetrotime невидимою лінією проходить питання, на яке дається відповідь як прямо, так і побічно. Ви хочете знати, яке питання я маю на увазі? Добре. Подивіться на обкладинку. Який був би сенс з того, якщо дівчинка не скористалася моментом облизати палець, коли за нею ніхто не спостерігав ?

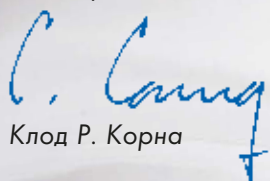
У всьому, що ми робимо навмисне, існує очікування або певне переконання. Якби це було не так, то який сенс робити це? Vetropack вирішив купити склозавод у північній Італії. Наприкінці липня ця покупка набрала юридичної сили, і тепер у нас є сьома дочірня компанія. Ми зробили це тому, що завод у Трецца-но-Сульт-Навільйо прекрасно доповнює нашу групу, збагачує наш асортимент, і тепер ми стали ще ближче до наших клієнтів в Італії. Ви зможете більше дізнатися про наш новий склозавод Vetropack Italia, що протягом наступних місяців буде поступово входити в групу Vetropack.

В 2015 році ми опублікували наш перший Sustainability Report (звіт про стійкий розвиток), про який ми вже коротко інформували вас. Але, який би був сенс всього цього витраченого часу та зусиль щодо публікації, якби, Ви - наші клієнти, постачальники, інвестори - не були зацікавлені в нашому подальшому розвитку? Як, наприклад, два менеджера, керуючих активами, яким надане слово на сторінці 4 цього випуску.

Для чого це українському заводу Vetropack, якби не було можливості повідомити Вас про те, що він цього року одержав відразу дві зірки за кращу упаковку (стор.9)? Подвійну перемогу варто відсвяткувати. Точно так само, як і успішне завершення технічних проектів, що потребували великих затрат (стор.16-17). Тому наш хорватський склозавод також запросив на день відкритих дверей. Адже навіщо святкувати на самоті? Збільшується лише та радість, якою можна поділитися. Це стосується також і захвату від мистецтва виготовлення скляних виробів родиною складувів Блашка (стор.18-19) або від кількості нових пляшок і банок, розроблених спеціально для наших клієнтів, зображення й опис яких також можна знайти в цьому випуску Vetrotime.

Бажаю Вам приємного читання та нових відкриттів – інакше, який у цьому сенс?

З найкращими побажаннями,


Клод Р. Корна



ХАЙ ЖИВЕ ІТАЛІЯ

Vetropack Italia – нове дочірнє підприємство групи Vetropack

У п'ятницю, 5 червня 2015 року, завод Vetropack підписав договір купівлі-продажу склозаводу в Треццано-Сульт-Навільйо поблизу Мілана. Остаточна передача прав власності була здійснена лише через кілька тижнів, 23 липня. Завод, що належав раніше до групи підприємств Bormioli Rocco, був перейменований на Vetropack Italia.

Новий склозавод групи Vetropack у Треццано, Vetropack Italia, знаходиться приблизно в 10 км на захід від центра міста Мілан. Маючи 258 працівників (станом на січень 2015 року), він щорічно виготовляє близько 140 000 тонн склотари, більша частина якої продається на італійському ринку. Підприємство, що спеціалізується на виробництві склотари, виготовляє пляшки та банки з широкою горловиною для харчової продукції та напоїв. Деякі з найблагородніших італійських вин і спиртних напоїв розливаються в його пляшки, точно так само як і пастоподібні маси чи ексклюзивні олії з вишуканими сортами оцту, що користуються любов'ю не тільки серед дітей.

Прекрасне доповнення

Купівля склозаводу в Треццано-Сульт-Навільйо зміцнює позицію групи Vetropack на італійському внутрішньому ринку. В 2014 році група експортувала понад 20% своєї склотари покупцям в Італію. Завдяки новій дочірній компанії Vetropack Italia група Vetropack може значно збільшити свою частку на ринку та продовжити зміцнення своєї позиції на всіх її ринках як продуктивний постачальник склотари, який працює у всій Європі. До того ж асортимент продукції стає ще різноманітнішим та здобуває додаткову елегантність та італійський відтінок. «Власний завод у країні, в якій ми протягом багатьох десятиліть є партнером у харчовій промисловості та

промисловості напоїв, продукція якого користується попитом, є ідеальним доповненням до нашої групи, - з упевненістю говорить Клод Р. Корна. - Тепер ми маємо можливість далі розвиватися в регіоні, з яким дуже добре знайомі. Це піде на користь як нашим нинішнім клієнтам, так і тим, які, завдяки нашому новому заводу в Треццано-Сульт-Навільйо, зможуть зарахувати себе до кола наших клієнтів, або тим, кого ще потрібно зацікавити».



КЕРІВНИК ФОНДУ

Високі оцінки за успішне керівництво

Відносини побудовані на довірі: Женевський кантональний банк (Banque Cantonale de Geneve) інвестує в компанію Vetropack з 2008 року. Стабільність, збалансовані бухгалтерські звіти, внутрішньо скоординована модель бізнесу та корпоративна стратегія, націлена на тривалу перспективу, виявляють переконливий вплив на керуючих фондами банку. Саме тому вони й надалі будуть продовжувати співробітництво з компанією Vetropack.

Для керуючих активами Аннік Бауд-Вудтлі та Лоурен Броссі із Женевського кантонального банку стабільність є ключовим чинником. Потреба в інвестиціях постійно зростає, більше того, постійно зростає вплив нефінансових показників економічної діяльності на ринкову вартість. З точки зору банку, рішення групи Vetropack про включення у звіти про свою діяльність показників стійкого розвитку відповідно до міжнародних стандартів GRI (Глобальної ініціативи щодо звітності) є правильним вибором. «Ми цінуємо, коли компанії додатково займаються управлінням ризиками, невід'ємних від діяльності компанії, в соціальній та екологічній сферах», - пояснює Броссі. Керуючі фондами також позитивно оцінюють і стратегію ділової етики, розроблену та впроваджену цією спеціалізованою міжнародною групою виробників склотари.

Група Vetropack є компанією сімейного типу, яка у четвертому поколінні не має жодних заборгованостей, і у випадку виникнення яких-небудь сумнівів це дозволяє їй діяти з позиції сили та впливати на інвесторів, які визнають, що компанія Vetropack зайняла міцне й постійне місце серед провідних виробників Європи в умовах висококонкурентного ринку. У фондах банку, призначених для S&M Caps (компанії з малою та середньою капіталізацією на ринку), група Vetropack також одержує високі оцінки за свою продукцію: скло. Це пов'язане з тим, що скло може повторно перероблятися практично необмежену кількість разів без погіршення його якості. Воно є екологічно чистим пакувальним матеріалом, який виго-

товлений із легкодоступних вихідних матеріалів і має численні переваги перед ПЕТ: скло нейтральне за своїми органолептичними характеристиками, непроникне та не взаємодіє з вмістом упаковки.

Женевський кантональний банк використовує численні й різноманітні аналітичні критерії при формуванні глобальної оцінки діяльності тієї або іншої компанії. Група Vetropack завжди одержує високі оцінки.

У 2012 році на презентації аудиторської компанії Ernst & Young «Підприємець року», на якій голові правління групи Vetropack Клоду Р. Корні був вручений приз у категорії «Сімейний бізнес», компанія Vetropack також була оцінена як «надзвичайно привабливий об'єкт» для інвесторів та аналітиків.

Комунікація між Женевою та Бюлахом, де розміщений головний офіс Vetropack Holding, також гідний наслідування. «Ми надаємо величезного значення безпосередньому спілкуванню, і керівництво групи завжди доступне для нас», - говорить Аннік Бауд-Вудтлі. Проте, якби банк мав одне побажання, то це було б наступне: група Vetropack може докласти ще більших зусиль до поширення показників своєї діяльності в області стійкого розвитку за межами компанії. Адже це буде позитивно впливати як на репутацію компанії, так і на рішення інвесторів.



Аннік Бауд-Вудтлі
Віце-президент з управління активами,
Женевський кантональний банк



Лоурен Броссі
Заступник віце-президента з управління
активами, Женевський кантональний банк

ВИСОКОКОНКУРЕНТНИЙ РИНОК

Безалкогольні напої

Безалкогольним напоям доводиться зараз нелегко. Тенденція до здорового харчування охопила весь світ. Однак ці напої добре пристосувалися до викликаних часом змін. І неможливо уявити собі більш різноманітну смакову палітру та більш різноманітні види упаковки.



Наріжний камінь у сьогоднішню промисловість безалкогольних напоїв заклав німецький ювелір Якоб Швеппе у 1783 році в Женеві, Швейцарія. Він першим виготовляв у великих кількостях мінеральну воду, насичену вуглекислотою, яка і досі є складовою більшості безалкогольних напоїв.

Безалкогольні напої - це прохолодні напої на основі води із такими домішками, як вуглекислота, мінеральні речовини, вітаміни,



фруктовий концентрат, цукор, ароматизатори або замінники цукру. Ці напої розділені на чотири категорії: напої з фруктовими соками, мінеральна вода з фруктовими добавками, лимонади та газовані напої.

Становище безалкогольних напоїв складне. Адже завжди говорять про те, що не можна пити їх дуже багато, бо вони містять величезну кількість цукру. Однак навряд чи хтось випиває по кілька літрів солодких напоїв на день. Але цукор - не єдина причина втрат на ринку безалкогольних напоїв. Успішно розвивається сегмент води та безалкогольних напоїв на основі пива. Також попит серед споживачів має сидр і змішані напої на основі пива. Крім



цього, додаткового збитку завдає сегменту погана погода в літню пору. Однак це не є причиною для прикросів. Тому що на міжнародному рівні посилюється тенденція до використання скла. До того ж виробники безалкогольних напоїв звертають посилену увагу на те, щоб зробити свої марки автентичними та підкреслити оригінальні цінності бренду. Для цього прекрасно підходить скло. У гігієнічній та надійній упаковці вміст залишається свіжим і протягом тривалого часу зберігає натуральний смак.

Від білого до чорного

Для безалкогольних напоїв Vetropack пропонує різноманітну палітру пляшок одноразового та багаторазового використання. При цьому в усіх країнах, у яких Vetropack виготовляє та експортує продукцію, переважає безкольорове скло. Однак на ринку є пляшки із зеленого та коричневого скла. Нестандартними є чорні пляшки для безалкогольних напоїв, які зовсім недавно хорватський завод Vetropack додав до свого асортименту за замовленням клієнта.

Для великої й малої спраги

Об'єм пляшок варіюється від 0,2 літра до типової для безалкогольних напоїв місткості 0,33 літра. Виняток становлять напої на основі фруктових соків, популярною для яких є місткість до 0,75 літра.

Здоров'я

Тим часом здорове харчування та здоровий спосіб життя міцно вкоренилися в нашому суспільстві. Це не пройшло безслідно й

для галузі напоїв. Професіонали терпляче працюють над новими методами підсолоджування, наприклад, за допомогою стевії. Солодкі напої, що містять екстракт цієї рослини, що походить із Південної Америки, вже можна придбати на ринку. Поряд з цим усе ще користуються попитом безалкогольні напої з додаванням мікроелементів таких, як залізо, магній або вітаміни. Точно так само як інновації напоїв без цукру або з натуральним кофеїном, наприклад, з гуараною. Популярними є і низькокалорійні напої.

Смаки

Споживачі позитивно сприймають свої улюблені напої з новим смаком. За останні роки на полицях з'явилося безліч інноваційних напоїв - один кращий від іншого. Виробники продовжують використовувати цей рецепт успіху та дедалі більше покладаються на думку споживачів, особливо, коли мова йде про вибір нового смаку. Дехто, наприклад, виготовляє два варіанти одного напою, і лише потім, найпопулярніший з них, включає до свого асортименту. Розробники інтенсивно працюють над тим, щоб спробувати сезонні смаки і вигадати нові формули з вуглекислотою. Скло як пакувальний матеріал є газонепроникним. Таким чином, безалкогольні напої дуже довго зберігають вуглекислоту, що міститься в них. Для того щоб вміст мав належний вигляд і смак, потрібна відповідна упаковка. Vetropack виготовляє і стандартні моделі, і спеціальні на замовлення клієнтів.

Гастрономія

Склотара для безалкогольних напоїв використовується головним чином у гастрономії. На гарно сервірованому столі в ресторані

ці солодкі напої для вгамування спраги блискуче позують в «скляному одязі». І йдеться насамперед про тару багаторазового використання. На противагу цьому, в супермаркетах переважають інші пакувальні матеріали, насамперед ПЕТ пляшки. Трохи інша ситуація у спеціалізованій торгівлі напоями, де улюблені продукти все частіше з'являються у скляних пляшках.

Легке скло

Поряд із уже згаданим аспектом, що стосується здоров'я, в нашому суспільстві міцно закріпилося також свідоме ставлення до довкілля. І скло, як пакувальний матеріал, має з цього лише користь. Його можна переробляти знову й знову без втрати якості. До того ж хитромудрі методи виготовлення дозволяють полегшувати вагу склотари без шкоди для надійності та якості! Полегшене скло зменшує споживання сировини та викиди CO₂, через що легкі пляшки стають популярними в безалкогольній промисловості.



ФАКТОР ЯКОСТІ

Упаковка та пробка

Європейські виробники вина закривають свої шляхетні напої в основному гвинтовими ковпачками або ж класичними корковими пробками. Vetropack пропонує обидва варіанти та ще багато інших. Повністю автоматизовані лінії контролю та лабораторні випробування забезпечують найвищу якість винних пляшок.

Досить важко було б перевозити не закриту пляшку вина додому. У вас би скрізь з'явилися винні плями, що спричиняють багато турбот, або від вишуканого напою взагалі нічого не залишилося б. Таким чином, гармонійна злагодженість склотари з пробкою є дуже важливою і вирішальною в питанні якості. Фахівці Vetropack розробили для кожної форми пляшки та для бажаної пробки відповідну горловину. Співпраця з провідними виробниками пробок гарантує найвищу точність і герметичність закупорювання, а також вкрай важливу перевагу в нових розробках.



Висока якість завдяки безперервному контролю

Винні пляшки групи Vetropack постійно перебувають під контролем. Тому вони мають значну перевагу в якості. Повністю автоматизовані перевірки рівності ущільнюючої поверхні, плоско-паралельності горловини й основи, а також внутрішньої форми горловини є стандартом. Вони підкреслюють те, що заводи Vetropack з великою старанністю виготовляють винні пляшки з горловиною типу BVS (спеціальний тип вінчика пляшки для гвинтового ковпачка). Перевірки дають можливість безпроблемного використання розливних трубок під час наливу. Крім цього, Vetropack виготовляє горловину з середнім діаметром 25,5 міліметрів. Це забезпечує найкраще відкриття гвинтового ковпачка. До того ж, всі винні пляшки піддаються додатковим лабораторним випробуванням: стандартом є перевірка гарячого та холодного зміцнення, контроль на опір внутрішньому тиску та термостійкість, а також випробування на опір удару. Наші клієнти, які хочуть провести необхідні для них тести пляшки, можуть зробити це в будь-який час.

**Горловина типу BVS і коркові пробки**

У Хорватії, наприклад, майже 33% винних пляшок мають ковпачок типу BVS, який сконструювали у Швейцарії. Такі горловини вимагають бездоганної рівномірності. Тільки в такий спосіб забезпечується якість вмісту. Приблизно половину пляшок ємністю 0,75 літра та 1 літр хорватський завод Vetropack продає в Словенію. Четверта частина всіх пляшок знаходиться в обороті на внутрішньому ринку. У пляшки типу BVS розливаються зазвичай якісні вина. На всій європейській території все більше посилюється тенденція до використання горловин типу BVS. Однак, виробники вин високої якості продовжують закривати пляшки класичними корковими пробками.

Більшість пляшок зі швейцарськими винами оснащені гвинтовими ковпачками. В Австрії багато високоякісних вин теж розливаються в такі скляні пляшки. Подібна картина спостерігається в Словаччині та Чехії. В Україні виробники вина вибирають горловину під коркову пробку. Вина вищої якості закриваються і звичайними корковими пробками, і корками з кришечкою. Окремі країни, в які здійснює експорт український завод, що знаходиться в Гостомелі, бажають пляшки з горловинами типу BVS. Однак вони становлять лише невелику частину продукції.

Розмаїтість горловин

Vetropack пропонує пляшки з широким спектром варіантів горловин, наприклад, звичайний корковий вінчик та для корку з кришечкою, гвинтовий вінчик або під кроненпробку. Залежно від уподобань споживачів та ринку, Vetropack може забезпечити пляшками з усіма видами горлечка.



НАГОРОДЖЕНІ

Один конкурс – дві зірки

Нагородження українського конкурсу «Packaging Stars 2015» відбулось у квітні під час проведення виставки «Pack-Expo» в Києві. Відразу дві з чотирнадцяти нагород відійшли заводу Ветропак у Гостомелі.

В межах 17-го конкурсу на кращу упаковку в Україні, завод Ветропак у Гостомелі завоював десяту та одинадцяту нагороди підряд. Перемогу отримали дві досить несхожі одна на одну пляшки з безкольорового скла.

500-мілілітрова пляшка ТМ «Волошкове поле» виготовлена методом пресо-видування (Press and Blow), завдяки чому розподіл скла є рівномірним, а форма - витонченою. Пляшка з легкого скла важить 290 грамів та є ідеальною для молочних продуктів таких, як йогурт, кефір чи молоко.

Друга нагороджена пляшка - «KIM Champagne 750ml» виготовлена методом подвійного видування (Blow-Blow) під замовлення ТОВ «КИМ». Випукла форма та довге горлечко надають їй ексклюзивного вигляду. До того ж спірально-подібне гравіювання, яке огортає всю поверхню, надає скляній упаковці для ігристого вина особливої вишуканості.



«КОРОЛЬ ПИВА»

BUD – квінтесенція американського пива

Для королівського вмісту потрібна королівська упаковка. З початку травня місяця вона виготовляється на заводі Ветропак у Гостомелі.

Цієї весни Ветропак Гостомельський Склозавод розпочав виробництво нових пляшок 0,75 літра для провідного українського виробника пива: компанії САН ІнБев Україна. До її продуктової лінійки входить всесвітньовідомий американський бренд Budweiser, також відомий в Європі як BUD, який був створений ще у 1876 році майстром пивоваріння Адольфусом Бушем. Це ароматне, з легкою гірчинкою світле пиво виконане в суто американському стилі.

Фахівці заводу Ветропак в Гостомелі створили пляшку з величчям, королівським та імпульсним дизайном, що вдало поєднується з девізом BUD: «Король пива». Особливістю пляшки є бурштиновий кольором та вигравіювана на плечах емблема легендарного виробника.



СТАРІ ТРАДИЦІЇ В НОВОМУ ВИГЛЯДІ

Львівська пивоварня святкує 300-річчя

На честь 300-річного ювілею заснування Львівської пивоварні, що на заході України, Carlsberg Ukraine запустив спеціальний дизайн пляшки для відомого пива «Львівське 1715». Зелені пляшки для цього напою випускаються на заводі Ветропак в Гостомелі.

Наразі Львівська Пивоварня є частиною компанії Carlsberg Ukraine, але заснованою вона була рівно 300 років тому, що робить її найстарішою пивоварнею в Україні. Щоб відзначити цю подію, спеціалісти Carlsberg Ukraine розробили нову версію традиційної пляшки для популярного українського пива «Львівське 1715». На заводі Ветропак в Гостомелі було поставлено завдання реалізувати цей дизайн в дійсність. Нова 0.45-літрова пляшка зеленого кольору має чітко виражене гравіювання лева – символу міста Львова, яке по праву вважається «пивною столицею» України і також відоме як «місто Лева». Протягом трьох століть від заснування пивоварні, пляшки пива Львівського відображають зміни в залежності від епохи. Додатково, на яскравій етикетці нової пляшки любителі пива зможуть більше дізнатися про історію Львівської пивоварні. Таким чином, «Львівське 1715» не лише втамовує спрагу, а й вітає з 300-річчям найстарішу пивоварню в Україні.

СТАРІ СПОГАДИ

Пляшка у стилі ретро

Стандартна пляшка, розроблена в 80-их роках для Destillerie Old Herold, з'являється в новому вигляді.

Спиртогорілчаний завод Old Herold відомий завдяки ялівцевому джину Juniperus Borovicka, який з кінця 20 століття експортувався у різні країни Європи та Америки і належить до найстаріших у Словаччині міцних напоїв. Починаючи з 1905 року, джин виготовляли у Тренчині, приблизно за 18 км від Vetropack Nemšová, тому він відомий також під назвою Trenčiner Juniperus Borovicka.

Дизайн оригінальної 700-мілілітрової пляшки Walker походить з 1980-х років. Зараз доповнюють палітру півлітрової пляшки та пляшка місткістю 0,7 літра. Ці стандартні безкольорові пляшки для Old Herold виробляє завод Vetropack у Немшова. Новий лімітований випуск ретро-дизайну пляшки, що вийшов з коротким горлом, закругленими плечиками та новою вінтажною етикеткою, пробуджує спогади про «добрі старі часи». Маркетингова кампанія цього напою включає такі заходи, як вечори танців в стилі свінг, поїздки в вінтажних автомобілях та спеціальні випуски газет.





ОСВІЖАЮЧА ДІЯ

Чорний тонік

У спекотні літні дні з'являється сильне бажання стрибнути в прохолодну воду або освіжитися прохолодним напоєм. А якщо спробувати новий тонік Cockta black tonic? Завод Vetropack Straza у Хорватії виготовляє чорні скляні пляшки для цього напою.

Освіжаючий напій Cockta походить із колишньої Югославії й користується великою любов'ю в молодих людей. Винахідник Емерік Зелінка створив новий напій із суміші граната, вітаміну С, різних трав і карамелізованого цукру. Це було народженням напою Cockta. І навіть сьогодні таємниця смаку цього напою полягає в комбінації суміші трав з гранатом, лимоном й апельсином.

Споживачі з Хорватії, Сербії та Словенії можуть знайти нову версію Cockta black tonic вже на полицях супермаркетів. Основу рецептури створює оригінальний напій Cockta, до якого додаються ще гіркий тонік та кофеїн. Чорні скляні пляшки виготовляє хорватський склозавод Vetropack у Хум-на-Сутлі. Відмінними ознаками шляхетності пляшки є довгий тонкий корпус і коротка шийка. Прості й чіткі лінії підкреслюють елегантність. Завдяки зручному дизайну пляшки та місткості в 0,25 літра, цей напій – ідеальний для того, щоб освіжитися в дорозі.

АРОМАТИ З ПРИВІТНИМИ ОБЛИЧЧЯМИ

Натхнення для маленьких гурманів

Млинки для прянощів супроводжують сніданок, обід і десерт дітей та, привносячи ігрові елементи, підвищують задоволення від спецій.

Завод Vetropack Austria виготовляє скляні посудини до млинків для прянощів, що спонукають насамперед дітей до готування та поліпшення смаку їжі. На вибір пропонуються тигр, заєць і хамелеон - або всі три! Прозорі скляні посудини відрізняються такими ознаками, як круглий корпус, довга шийка та широка основа. Млинок конструювався австрійським виробником кришок JOMA спеціально для компанії KOTÁNYI, насадки у вигляді тварин, зі схваленої для дітей пластмаси, купувалися через агенцію «Die Werbemittler». Як тільки вони одягаються, скляний посуд Vetropack перетворюється в трьох героїв. В животі тигра знаходиться суміш прянощів із томатними шматочками для додавання до рису, картоплі або макаронних виробів. А під час сніданку ідеальним супутником за столом є заєць: його бісквітні крихти найкраще підходять для фруктів або м'яса. І нарешті, хамелеон з шоколадними кульками для десертів: морозива, ванільного крему або йогурту.

Млинки для прянощів були розроблені компанією KOTÁNYI. Австрійський торговець прянощами з 1881 року надихає людей

готувати та насолоджуватися їжею з додаванням спецій і трав з усього світу. Тепер асортимент компанії KOTÁNYI сягає близько 4500 продуктів, що продаються в 20 країнах світу і відповідають особливим вимогам, смакам та звичкам різних націй та культур.





ІГРИСТЕ Й ЧАРІВНЕ

Елегантне Просекко

Нові пляшки для Просекко кольору кюве виготовляються заводом Vetropack Straža.

Довге горлечко надає пляшці елегантності та гармонійно сполучається з дещо масивнішим корпусом, що є типовою ознакою пляшок для ігристих вин. Такий стандартний дизайн пляшки придатний насамперед для Просекко, однак використовується й для інших ігристих вин, виготовлених за методом Шарма. Процес виготовлення за методом Шарма є італійським винаходом і застосовується там найчастіше. У Франції італійська назва «метод Шарма-Мартінотті» відома як «методологія Шарма». Але по обидві сторони кордону, процес йде однаково: вино бродить в бочках або посудинах із високоякісної сталі, а не в окремих пляшках, як при виготовленні шампанського. Багато сортів винограду, включаючи ті, які призначені для Просекко, особливо добре підходять для цього типу бродіння в бочках і наступного, безперервного процесу розливу під високим тиском.

ДЛЯ ЗМІШУВАННЯ

Різноманітний сироп

Два кольори пляшок, два заводи Vetropack, 14 смакових напрямків і багато можливостей для використання: все це відрізняє сироп JOHN'S від інших.

Сироп JOHN'S представлений у прозорих і зелених пляшках ємністю 0,7 літра з кришечкою, що загвинчується. Пляшки з прозорого скла виготовляє австрійський завод у Кремс-мюнстері, що і зробив їхній дизайн. Злегка змінена версія зеленої пляшки виробляється заводом Vetropack у Сен-Пре. Плечики пляшки трохи ширші, ніж її основа і надають їй незвичайної форми, яку дуже зручно тримати в руці. Посередині пляшки знаходиться вигравіюване листя рослин, що утворює логотип, у результаті чого підкреслюється унікальний дизайн пляшки.

Сироп JOHN'S - більше ніж «просто» сироп. 14 різних смаків можуть використовуватися різноманітними способами для задоволення всіх настроїв та побажань. Наприклад, для обіду як тонізуючий безалкогольний напій, у другій половині дня до кави чи чаю або до коктейлю ввечері. Три смаки: лимонна маса, цитрусовий сік та сік лайма - прекрасно підходять для приготування змішаних напоїв. Ці інгредієнти продаються в зелених пляшках. Асортимент сиропу тепер розширився від одного (бузкового) до одинадцяти. Скляні пляшки, що використовуються для всіх сиропів, підкреслюють розмаїття цих існуючих природних рідин.





БЕЗПЕЧНО Й ПРИРОДНО

Тільки найкраще для матері та дитини

Завод Ветропак у Гостомелі виготовляє 200-мілілітрову пляшку з прозорого скла для дитячого харчування. Ці легкі пляшечки в класичному оформленні виготовляються за методом пресовидування й важать всього 160 грамів.

Пляшечки для дитячого харчування ТМ «Яготинське для дітей» мають безліч переваг, чим і вирізняються з-поміж інших. Виготовлені з безкольорового скла, вони ідеально підходять для упаковки натуральних та поживних продуктів таких, як молоко. Адже скло - гігієнічне, непроникне і не впливає на смак, а саме так зберігаються та захищаються властивості вмісту пляшечки. Таким чином, скляна пляшка є найбільш безпечним та екологічно чистим пакувальним матеріалом для дитячого харчування.

Відповідно до дослідження, проведеного інститутом Usama Institut (німецьким інститутом ринкових та соціальних досліджень), 77% європейських матерів віддали перевагу дитячому харчуванню в скляній упаковці. Додатковою перевагою слугує герметична, гвинтова кришечка, що гарантує простоту в поводженні: батьки можуть легко відкривати й знову щільно закривати пляшечку, щоб зберігати молочні продукти свіжими.





EXPO MILANO

Скляні скульптури

На всесвітній виставці в Мілані, у Швейцарському павільйоні, можна оглянути чудові скляні фігури. Саме для цього два виробники склотари, Vetropack та O-I, надали 4000 пляшок.

У 2015 році всесвітня виставка проводиться у Мілані, Італія. 116 країн представляють свій внесок у розробки під девізом «Нагодувати планету. Енергія для життя». Представлено такі країни, в яких є підприємства Vetropack: Швейцарія, Австрія, Словаччина, Чехія та Італія.

Виставка Expo Milano спонукає відвідувачів до роздумів про харчування та його вплив. У результаті споживання продуктів харчування й напоїв автоматично з'являються відходи у вигляді упаковок. Однак склотара - це щось інше, ніж відходи. Після використання вона стає високоякісною вторинною сировиною для скляної промисловості. Група підприємств Vetropack – першопроходець у вторинній переробці скла. Для виготовлення пляшок із прозорого та коричневого скла використовується до 60% уже використаних пляшок. А при виготовленні пляшок із зеленого скла ця частка становить навіть 100%. Повторне використання скла значно поліпшує баланс у довіллі. Кожні 10% уже використаних пляшок дають економію енергії в розмірі 3% і знижують викиди CO₂ на 7%.

У швейцарському павільйоні в Мілані в межах виставлених містом і кантоном Цюрих, а також фірмою Zürich Tourismus, експонатів можна оглянути декоративні скульптури зі склотари. Цюрихська виставка має справу з такими темами, як вода, інноваційні підприємства та ідеї в сфері продуктів харчування, а також мистецький напрямок DADA. Щоб проілюструвати ці теми, Vetropack надав у розпорядження 2100 коричневих, зелених і безкольорових пляшок. Із них утворилися морква та

слово DADA. Після виставки букви зі скла піддадуться вторинній переробці на місці. Морквою можна буде помилуватися трохи довше на підприємствах Vetropack у Швейцарії та Австрії.

Австрія, показуючи посаджений ліс, висвітлює тему «Повітря». «breathe.austria» («дихати.австрія») перетворює відвідування колишнього промислового кварталу в Мілані на справжню подію.

Словаччина показує «Світ у кишені». Розробники хочуть пояснити, що у невеликій країні є все, що лише можна побажати. Між іншим перед павільйоном є затишне місце, де можна підзарядити акумулятори або мобільні телефони.

Чехія представляє «Лабораторію життя», де можна більше дізнатися про багаті традиції сільського господарства та ґрунтовні дослідження в галузі біохімії та нанотехнологій, що стосуються довкілля, здоров'я людей і тварин, безпеки продуктів харчування.

Італія прагне показати себе як країна, в якій є благодатний ґрунт для проектів і талантів, і гарні можливості для їхнього розвитку. Це висвітлюється у темі «Виховання в Італії».

Expo Milano 2015

Всесвітня виставка в Мілані триватиме ще до 31 жовтня 2015 року, а швейцарські експонати будуть виставлені до 12 вересня 2015 року.

МІЖНАРОДНИЙ ОБМІН

В гості до Молдови

У травні завод Ветропак Гостомель, Україна, взяв участь у 20-й виставці PACKAGING. DEPOT в Кишиневі (Молдова). У виставковому центрі MOLDEXPO відбулись три паралельні заходи на тему «Харчові продукти та напої», «Харчові технології» та «Упаковка».

PACKAGING. DEPOT – єдина в Молдові виставка сировини та технологій для виробництва харчових продуктів та пакувальних матеріалів. Вона сприяє обміну між виробниками, роздрібними торговцями, постачальниками та потенційними партнерами. Учасниками стали понад 120 підприємств з Молдови, Білорусії, Франції, Італії, Польщі, Румунії, Росії та України.

Незважаючи на невелику територію, Молдова відноситься до найвизначніших виноробних регіонів Східної Європи. Країна має понад 140 виноробних господарств, чисельні виноградники та винні підвали і пропонує багатий спектр червоного, білого та ігристого вин.

Український завод Ветропак представив широкий вибір своїх товарів: пляшки для вина та шампанського, пляшки з широким горлечком для молочних продуктів та соків, а також банки для консервування фруктів та овочів.



ВІСТАВКА В ШВЕЙЦАРІЇ

Це не пляшка!

До 25 жовтня 2015 року в Музеї вина та виноробства у м. Сієрре, кантон Вале, що на заході Швейцарії, буде проходити виставка скляних виробів. Різноманітність виставки вражає: тут можна побачити дивовижні предмети, які виходять далеко за межі нашого уявлення про звичне використання скла в повсякденному житті. Vetropack надав фінансову підтримку музею та пляшки на виставку.

Музей вина та виноробства був заснований на початку 90-х років з метою задокументувати історію вина, виноградарства та виноробства у швейцарському кантоні Вале. Тепер у м. Сієрре можна відвідати виставку «Це не пляшка!». На ній представлена велика різноманітність сучасних інтерпретацій скляних пляшок та виробів зі скла, яка змушує замислитись. Ідея полягає в тому, що людина дивиться та вивчає предмет, який спростовується текстовим елементом. Так, головне припущення - «те, що ми бачимо, це не те, що ми думаємо, що ми бачимо» переноситься на об'єкт скляної посудини. Назва виставки навіяна роботою бельгійського художника Рене Магрітта, картиною «Віроломство образів». Знамениті слова, зображені на картині, «Сесі н'єст пас уне ріре» («Це не трубка»), ставлять під сумнів зв'язок між об'єктом, його статусом та способом його зображення.

**Інформація для відвідувачів**

Музей вина та виноробства, кантон Вале, вул. Св. Катерини 6, CH-3960 Сієрре
Графік роботи: середа – п'ятниця 14.00 – 18.00, субота - неділя 11.00 – 18.00

подія

Увінчане успіхом завершення двох технічних проектів

Vetropack Straža в Хорватії запросив покупців, постачальників та політиків, щоб разом відсвяткувати ремонт печі для коричневого скла та встановлення системи очистки відпрацьованих газів. Понад 200 гостей відгукнулись на запрошення та взяли участь у цьому заході.

29 травня 2015 року Vetropack Straža з 200 запрошеними гостями відсвяткувала завершення двох великих проектів. Почесним гостем була президент Хорватії Колінда Грабар-Китарович. У своїй промові вона описала Vetropack Straža як найкращий приклад ефективного ведення бізнесу. Голова адміністрації регіону приєднався до цих слів: «Vetropack Straža є найуспішнішим підприємством регіону. Якби Хорватія мала ще 10-20 таких підприємств, то наша економіка розвивалася б набагато краще».



Тихомир Премужак, керівник Vetropack Straža, наголосив на надзвичайно важливій ролі обох проектних груп: по ремонту печі та інсталяції системи очистки відпрацьованих газів. Ефективна та професійна реалізація проектів стала можливою завдяки їхній працьовитості та відданості. До того ж пан Премужак подякував усім покупцям та діловим партнерам за їхню багаторічну співпрацю.

Свято проходило під знаком скла: від декорацій столів до подарунків гостям та музичного супроводу спеціальними музичними інструментами під назвою «пляшкофон», який складався з пляшок найрізноманітніших розмірів та форм.



Ремонт печі

Команда Веліміра Мркуса, технічного директора Vetropack Straža, 67 днів працювала над ремонтом печі для коричневого скла. Метою цього було зробити піч більш енергоефективною, скоротити викиди парникових газів і збільшити гнучкість в потужності печі, яка в номінальному вираженні зараз становить 250 тонн на добу.

Система очистки відпрацьованих газів

Встановлення системи очистки відпрацьованих газів досі є найбільшим екологічним проектом на хорватському заводі Vetropack. Всі три скловарні печі з'єднані з системою, таким чином у докільця потрапляє значно менше пилу та шкідливих речовин. Встановлення нової очисної системи дає можливість Vetropack Straža виконувати директиву ЄС щодо норм викидів відпрацьованих газів для скляної промисловості.



ДЕНЬ ВІДКРИТИХ ДВЕРЕЙ

Визначний день для Vetropack Straža

30 травня 2015 року Vetropack Straža мала дві гарні причини для святкування: успішний ремонт печі та встановлення системи очистки відпрацьованих газів. Двері заводу були відкриті для людей упродовж всього дня.

Під девізом «Vetropack Straža для Хум-на-Сутлі – Хум-на-Сутлі для Vetropack Straža» стартувала програма: виступали школярі селища, грав духовий оркестр з невеликим хором, розважаючи відвідувачів улюбленими піснями та всім відомою класикою. Тихомир Премужак, керівник Vetropack Straža, подякував нинішнім та колишнім працівникам за їхню роботу та вклад у розвиток хорватського заводу. Він наголосив, що особливо пишається успішною інсталяцією системи очистки відпрацьованих газів: «Із завершенням цієї інсталяції, ми закінчили наші проекти з охорони навколишнього середовища. Звичайно, ми будемо дотримуватись правил захисту навколишнього середовища та розвиватись у цьому напрямі, тому що ми можемо і повинні вдосконалюватися постійно».

Система очистки відпрацьованих газів скорочує майбутнє навантаження на навколишнє середовище від пилу та шкідливих речовин. Теплова енергія, що вироблятиметься при цьому, буде використовуватись для опалення офісних приміщень та заводу. Ця новація є найбільшим проектом із захисту навколишнього середовища в історії хорватського заводу Vetropack.

Серед 1500 гостей був також мер міста Хум-на-Сутлі та голова адміністрації регіону. Вони привітали Vetropack Straža та її працівників з реалізованими проектами та хорошими результатами праці. Окремо наголосили на тому, яке значення має завод. Відвідувачів приємно вразила сучасна техніка, порядок та чистота на виробничих установках. Особливо вражені сучасними розробками та прогресом були ветерани підприємства, які все своє життя відпрацювали на цьому заводі.

Традиції в Хум-на-Сутлі

Тісний зв'язок із Vetropack Straža та традиціями виробництва скла в Хум-на-Сутлі підтвердили вісім місцевих учнів. Школярі віком від 7 до 10 років разом із батьками та вчителями зібрали понад 4 000 тонн скла, яке передали Vetropack Straža для повторного використання. Тихомир Премужак привітав школярів з цим досягненням та вручив їм подарунок.



ВИТОНЧЕНІ МОДЕЛІ, ВИГОТОВЛЕНІ ЗІ СКЛА

Погляд на екзотичний підводний світ

Більше століття тому зберігання зразків флори та фауни для прийдешніх поколінь було складним завданням. Однак існував один метод зберігання, який використовувався для цієї мети і тоді і зараз: відтворення рослин і тварин у склі. Леопольд і Рудольф Блашка стали відомими завдяки виготовленню таких витончених моделей.



© Museum of Comparative Zoology, Harvard University

Актинія повільно розкривається перед захопленими очима відвідувачів – вона так ретельно виготовлена, що відтворені найдрібніші деталі її форми. Проте, це не справжня актинія, а лише її модель, виготовлена зі скла. Вона була створена Леопольдом (1822-1895) і Рудольфом Блашка (1857-1939), батьком та сином, дуєтом богемських склoduвів, художниками та вченими, які виготовили тисячі скляних моделей морських істот і рослин протягом 1863-1890 років.

Батько і син Блашка були спадковими склoduвими. Перед тим як продовжити справу своїх предків, Леопольд два роки навчався: один рік вчився ювелірній майстерності, а другий рік – на склoduва. Його захоплювало природознавство, сфера знань, якою цікавилися і яка стрімко розвивалася. Наприкінці 1850-х років він почав створювати зі скла моделі екзотичних квітів, використовуючи для своїх робіт ілюстрації із природознавчих книг. Коли невідомий аристократ дізнався про роботи Леопольда, він зробив у нього замовлення на виготовлення 100 скляних моделей своїх орхідей.



© Laurel/Alec



©NHM Wien, Kurt Kracher



© Museum of Comparative Zoology, Harvard University

Деталізовані малюнки

У другій половині 19-го століття у більшій кількості почали будуватися акваріуми та природознавчі музеї, проте методи збереження зразків реальної флори та фауни, продовжували залишатися застарілими. Саме через це Леопольд Блашка отримав додаткові великі замовлення на свої вироби. До того часу, його син Рудольф почав допомагати батькові в роботі. Під час своїх поїздок Рудольф робив численні замальовки і замітки про властивості рослин. Перш ніж створювати моделі у склі, Блашка завжди готували деталізовані ескізи істот. Кожна модель була винятковою і розписаною до найменших дрібниць, вона виготовлялася з численних елементів безбарвного та кольорового скла, які з'єднувалися і сплавлялися з використанням комбінованих методів видувки скла і теплової обробки. Леопольд надавав перевагу великим скляним елементам, а Рудольф годинами займався обробкою найдрібніших деталей.

Світові колекції

Деякі скляні моделі, виготовлені батьком та сином Блашка, продовжують експонуватися для показу, зачаровуючи та захоплюючи сучасних людей. Найбільша колекція робіт Блашка знаходиться у Гарвардському університеті. Її походження може бути прослідковано аж до контрактів Блашка з університетським Ботанічним музеєм, для якого вони виготовили більше 4000 скляних квітів. Батько та син працювали над цим проектом протягом п'яти років, а після смерті батька, Рудольф продовжував виготовляти моделі самостійно ще 41 рік.

Друга найбільша колекція шедеврів Блашка знаходиться у

Музеї природознавства у Відні. Деяку кількість скляних моделей музей передав на певний час у Віденський університет для організації виставки у зв'язку з 650-річним ювілеєм університету. Інші вироби складувів Блашка експонуються у Ботанічному музеї Бостона, у музеї Тюбінгенського університету, у Пізанському університеті та у музеї природознавства в Лондоні.



©NHM Wien, Kurt Kracher



©NHM Wien, Kurt Kracher

КОНТАКТНІ АДРЕСИ**ЗБУТ****Швейцарія**

Телефон +41 44 863 34 34
Факс +41 44 863 34 45
verkauf.ch@vetropack.ch
vente.ch@vetropack.ch

Австрія

Телефон +43 2757 7541
Факс +43 2757 7541 202
verkauf.at@vetropack.at

Чехія

Телефон +420 518 603 111
Факс +420 518 612 519
marketing.cz@vetropack.cz

Словаччина

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

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

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

Україна

Телефон +380 4597 313 44
Факс +380 4597 311 35
sales@vetropack.ua

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@vetropack.at

**Інші країни
Східної Європи**

Телефон +420 518 603 111
Факс +420 518 612 519
export.cz@vetropack.cz