

Komunikat prasowy

Vetropack prezentuje rozwiązania w zakresie opakowań wielokrotnego użytku i widoczności marki na targach BrauBeviale 2026

Bülach, 25 września 2026 r. – Podczas tegorocznych targów BrauBeviale w Norymberdze firma Vetropack zaprezentuje szeroką gamę rozwiązań opakowaniowych, które pozwalają producentom napojów połączyć zrównoważony rozwój, funkcjonalność i wyróżnienie marki. W ofercie znajdują się zarówno lekkie butelki szklane wielokrotnego użytku, jak i szeroki wybór kolorów, kształtów i dekoracji, które pomagają markom wyróżnić się na półkach sklepowych – zgodnie z mottem targów: „All Beverages. One Future.”

Odwiedzający zainteresowani rozwiązaniami wielokrotnego użytku mogą dowiedzieć się więcej o termicznie wzmocnionej, lekkiej butelce standardowej [Rezon](#) na stoisku firmy Vetropack. Butelka ta, ważąca nawet o 30 procent mniej niż tradycyjne butelki wielokrotnego użytku, jednocześnie charakteryzuje się wysoką wytrzymałością i długą żywotnością. Wymienione połączenie cech spotkało się z pozytywnym odbiorem na rynku. „Mniejsza waga butelki pozwala oszczędzać surowce, obniża koszty transportu i przyczynia się do zmniejszenia emisji CO₂. Dotychczasowe doświadczenia rynkowe pokazują, że popyt na lekkie butelki zwrotne rośnie zarówno wśród producentów napojów, jak i wśród konsumentów” – powiedziała Ina Graggaber, dyrektor ds. sprzedaży w Grupie Vetropack.

Vetropack zaprezentuje również, w jaki sposób opakowania szklane mogą czerpać korzyści z rozwiązań cyfrowych. We współpracy z Coca-Cola Europacific Partners Deutschland oraz start-upem Myneral Labs firma Vetropack opracowała rozwiązanie, które nadaje każdej szklanej butelce wielokrotnego użytku indywidualny identyfikator cyfrowy. Projekt ten został wyróżniony niemiecką nagrodą [German Packaging Award 2026](#) w kategorii „Cyfryzacja”.

Opakowania szklane jako narzędzie wyróżnienia marki

Ponadto firma Vetropack zaprezentuje podczas targów BrauBeviale, w jaki sposób opakowania szklane mogą pomóc produktom wyróżnić się na półkach supermarketów. Producentom napojów, którzy chcą zwiększyć widoczność swoich produktów w punktach sprzedaży, firma Vetropack oferuje szeroką gamę standardowych i [niestandardowych kolorów](#) – od delikatnej miętowej zieleni po wyraziste odcienie niebieskiego. Ofertę uzupełnia białe szkło z [dodatkową ochroną przed promieniowaniem UV](#), a także niestandardowe, [nieokrągłe kształty pojemników](#). Wszystkie te cechy razem tworzą opakowanie, które łączy funkcjonalność z charakterystycznym wzornictwem, zwiększa rozpoznawalność marki i zapewnia produktom wyjątkową obecność na półce.

„Opakowania szklane nie tylko chronią produkt, ale także przekazują tożsamość marki. Odpowiednie połączenie kształtu, koloru i wykończenia sprawia, że opakowania szklane stają się

potężnym narzędziem komunikacji. Umożliwiają one producentom napojów odpowiednie wyeksponowanie swoich produktów w punkcie sprzedaży oraz podkreślenie tożsamości marki” – powiedziała Ina Graggaber.

Grupa Vetropack zaprezentuje swoją ofertę w dniach 10–12 listopada 2026 r. na targach BrauBeviale, na stoisku 339 w hali 7A.

		Zdjęcie 1: Mniejsza waga, niższa emisja, długotrwała wydajność: butelka zwrotna Rezon firmy Vetropack pokazuje, w jaki sposób innowacyjne opakowania szklane mogą wspierać większą zrównoważoność w całym łańcuchu wartości.
		Zdjęcie 2: Wielokrotnie nagradzana innowacja: rozwiązanie opracowane przez Vetropack, Coca-Cola Europacific Partners Germany i Myneral Labs nadaje każdej szklanej butelce wielokrotnego użytku własną, unikalny identyfikatorcyfrowy.
		Zdjęcie 3: Odpowiednie połączenie kształtu, koloru i wykończenia sprawia, że opakowania szklane stają się potężnym narzędziem komunikacji. Niebieskie opakowania szklane Grandala firmy Vetropack pomagają wyróżnić markę, jednocześnie nadając jej poczucie wyrafinowanej jakości.

	Zdjęcie 4: Od subtelnej miętowej zieleni po przyciągające wzrok odcienie niebieskiego: szeroka gama kolorów oraz indywidualnie dostosowane rozwiązania w zakresie opakowań szklanych firmy Vetropack pomagają produktom zyskać większą widoczność w punkcie sprzedaży.
	Zdjęcie 5: Pietra Limoncella to owocowe piwo pszeniczne z Korsyki, które pojawiło się na rynku w 2025 roku. Butelki Limoncella z krzemienia, produkowane przez firmę Vetropack, łączą w sobie ochronę przed promieniowaniem UV z wysoką jakością estetyczną. Przeczytaj całą historię sukcesu tutaj.

O Grupie Vetropack

Grupa Vetropack należy do czołowych europejskich producentów opakowań szklanych dla przemysłu spożywczego i napojowego, zatrudnia 3 532 pracowników i osiągnęła w 2025 r. sprzedaż netto w wysokości 778,9 mln CHF. Vetropack posiada najnowocześniejsze zakłady produkcyjne, a także biura sprzedaży i dystrybucji w Szwajcarii, Austrii, Czechach, Chorwacji, Słowacji, na Ukrainie, we Włoszech, w Republice Mołdawii i Rumunii.

Dzięki naszej działalności umożliwiamy ludziom delektowanie się żywnością i napojami w najbardziej elegancki, najbezpieczniejszy i najbardziej odpowiedzialny sposób. Wynika to z faktu, że szkło jest zrównoważonym rozwiązaniem opakowaniowym – oraz idealnym materiałem zapewniającym bezpieczne pakowanie żywności. Dzięki naszemu holistycznemu podejściu „Service plus+” pomagamy naszym klientom optymalizować ich łańcuchy wartości i gwarantujemy bezpieczeństwo konsumentów. W tym celu dążymy do budowania bliskich i długotrwałych relacji. Kierując się świadomością odpowiedzialności za środowisko i efektywnością kosztową, dążymy do minimalizacji naszego śladu węglowego w całym łańcuchu dostaw i angażujemy się w recykling jako klucz do optymalizacji cyklu życia produktów.

Więcej informacji:

Sabrina Oberholzer
Kierownik ds. komunikacji zewnętrznej
Vetropack Holding AG
Schützenmattstrasse 48
CH-8180 Bülach

Telefon: +41 44 863 33 62

E-mail: sabrina.oberholzer@vetropack.com

www.vetropack.com