

Пресреліз

На BrauBeviale 2026 Vetropack презентує рішення для багаторазової тари та посилення впізнаваності брендів.

Бюлах, 25 вересня 2026 – На цьогорічній виставці BrauBeviale у Нюрнберзі компанія Vetropack представить широкий спектр пакувальних рішень, що допомагають виробникам напоїв поєднувати сталість, функціональність і диференціацію бренду. У портфелі компанії відповідно до теми виставки «All Beverages. One Future.» («Усі напої. Одне майбутнє.») — і легкі багаторазові скляні пляшки, і тара широкого діапазону кольорів, форм та декоративного оздоблення, які створюють нагоду брендам помітно вирізнитися на торгівельній полиці.

Відвідувачі стенда Vetropack зможуть дізнатися більше про [Rezon](#) — стандартну полегшену пляшку з термічно загартованого скла. Завдяки зменшеній на 30% вазі і водночас високим міцності та експлуатаційній витривалості пляшка швидко отримала позитивний відгук партнерів. «Менша вага пляшки дає змогу заощаджувати матеріали, а також скорочувати транспортні витрати та викиди CO₂. Попередній досвід на ринку підтверджує, що легкі багаторазові пляшки стають дедалі більш затребуваними як серед виробників, так і серед споживачів напоїв», — коментує Іна Граггабер, директорка з продажів Vetropack Group.

Vetropack продемонструє додаткові переваги, які скляне опаккування отримує через цифрові інструменти. Спільно з Coca-Cola Europacific Partners Deutschland та стартапом Myneral Labs компанія розробила рішення, що надає кожній багаторазовій скляній пляшці цифрову ідентичність. Цей проєкт був відзначений [Німецькою премією у пакувальній індустрії 2026 року](#) у номінації «Цифровізація».

Скляна тара як інструмент диференціації бренду

Також на виставці BrauBeviale Vetropack демонструватиме можливості скляного опаккування у посиленні диференціації брендів на полицях супермаркетів. Для виробників напоїв, які прагнуть підвищити помітність своєї продукції в місцях продажу, Vetropack пропонує багатий вибір стандартних і [особливих кольорів скла](#) — від ніжних відтінків м'ятно-зеленого до насичених синіх тонів. Пропозицію доповнюють флінтове (прозоре) скло з [додатковим захистом від ультрафіолетового випромінювання](#), а також індивідуальні [некруглі форми ємностей](#). Сукупність цих якостей забезпечує не лише функціональність тари, а й створює впізнаваний дизайн, підсилює сприйняття бренду та надає продукції унікального вигляду.

«Скляне опаккування не лише захищає продукт, а й визначає ідентичність бренду. Правильно підібране поєднання кольорів, форм і декоративного оздоблення дає змогу виробникам напоїв чітко позиціонувати свою продукцію в місцях продажу та підкреслювати індивідуальність бренду», — зазначає Іна Граггабер.

Отже, з 10 по 12 листопада 2026 року Vetropack Group презентуватиме портфоліо своїх рішень на виставці BrauBeviale, павільйон 7А, стенд 339.

Фото

	Зображення 1: Менша вага, триваліший термін служби, нижчий рівень викидів — багаторазова пляшка Rezon від Vetropack — взірець інноваційного скляного пакувального рішення, що сприяє підвищенню сталості усього ланцюга створення вартості.
	Зображення 2: Рішення, розроблене Vetropack спільно з Coca-Cola Europacific Partners Germany та Myneral Labs, надає кожній багаторазовій скляній пляшці унікальну цифрову ідентичність. Ця інновація була відзначена престижною галузевою нагородою.
	Зображення 3: Правильне поєднання кольору, форми та декоративного оздоблення перетворює скляну ємність на ефективний інструмент комунікації бренду. Скляна тара Vetropack у кольорі Grandala Blue забезпечує впізнаваний зовнішній вигляд продукції,

	водночас підкреслюючи її преміальність і високу якість.
	Зображення 4: Від ніжних м'ятно-зелених відтінків до насичених тонів синього: широкий спектр кольорів та індивідуальні рішення зі скляної тари від Vetropack допомагають продукції привертати більше уваги в місцях продажу та ефективно вирізнятися на полиці.
	Зображення 5: Pietra Limoncella – фруктове пшеничне пиво з Корсики з'явилося на ринку у 2025 році. Виготовлені компанією Vetropack пляшки для лімончелло з прозорого скла поєднують ефективний захист від УФ-випромінювання та преміальну естетику. Читайте історію успіху цього проєкту ТУТ.

Про групу компаній Vetropack

Група Vetropack, один із провідних виробників скляної тари для харчової та напоївної промисловості в Європі, із штатом приблизно 3 600 працівників та чистим доходом 842,1 млн швейцарських франків у 2025 році. Vetropack має сучасні виробничі підприємства, а також торгові та дистрибуційні офіси у Швейцарії, Австрії, Чехії, Хорватії, Словаччині, Україні, Італії, Молдові та Румунії.

Діяльність компанії створює змогу безпечного, елегантного та відповідального споживання продуктів харчування й напоїв. Адже скло – це сталий опаківальний матеріал і найкраще рішення для безпечного пакування продуктів. Завдяки нашому комплексному підходу Service-plus ми допомагаємо клієнтам оптимізувати їхні ланцюги доданої вартості та гарантуємо безпеку споживачів. Водночас ми робимо ставку на тривале і плідне партнерство. Наші прагнення до мінімізації вуглецевого сліду на всіх ланках постачання і відданість ідеї рециклінгу як ключа до оптимізації життєвого циклу продукту формують корпоративне бачення екологічної відповідальності та економічної ефективності.

Для додаткової інформації:

Сабріна Оберхольцер
Фахівчиня із зовнішніх комунікацій
Vetropack Holding AG
Schützenmattstrasse 48
CH-8180 Bülach

Телефон: +41 44 863 33 62

Email: sabrina.oberholzer@vetropack.com

www.vetropack.com