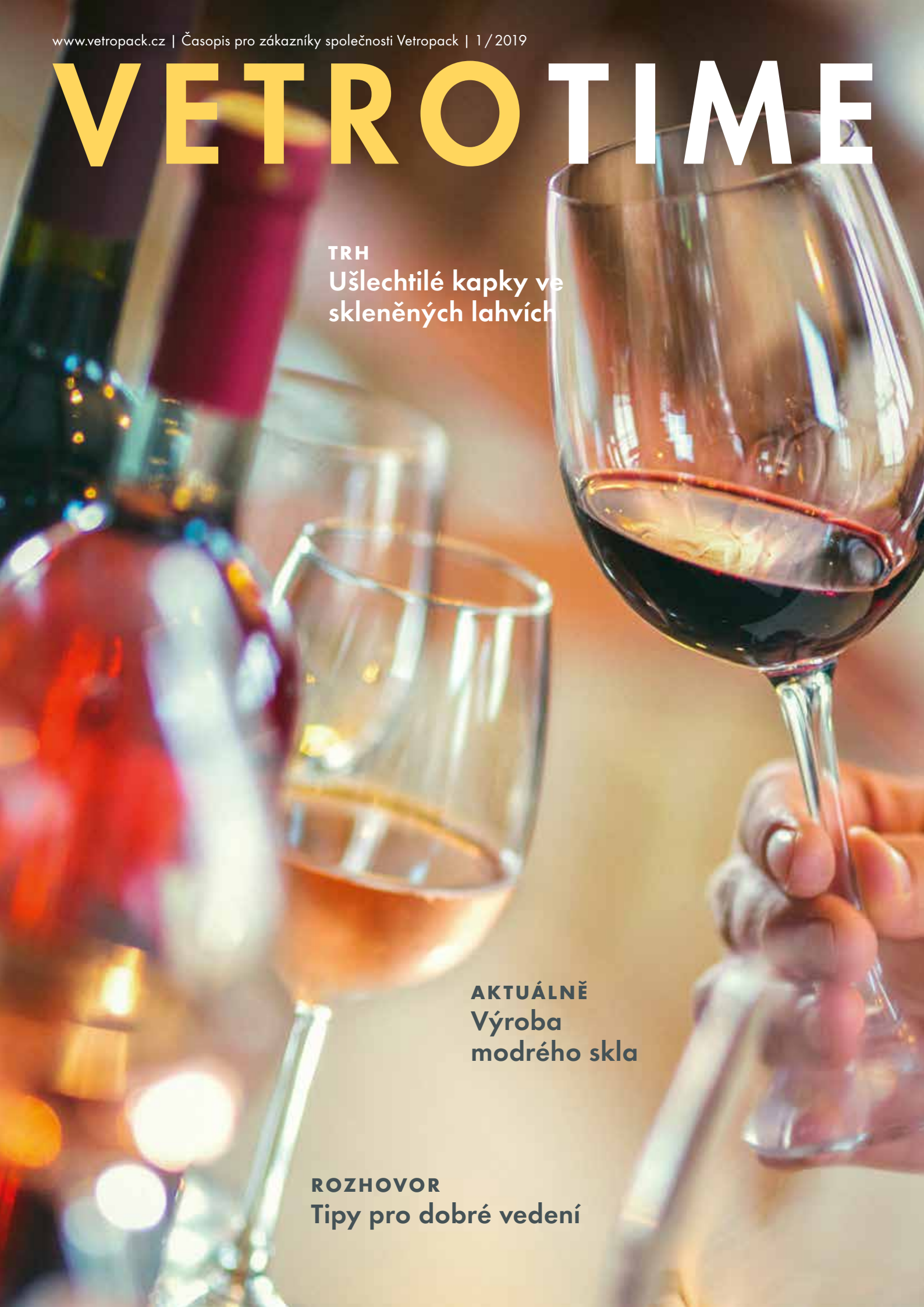
www.vetropack.cz | Časopis pro zákazníky společnosti Vetropack | 1/2019

VETROTIME



TRH
Ušlechtilé kapky ve skleněných lahvích

AKTUÁLNĚ
Výroba modrého skla

ROZHOVOR
Tipy pro dobré vedení

04 | PŘITAHUJE POZORNOST Rozmanitost skla

06 | TRH Z vinné révy do skleněné láhve

08 | PROJEKT Modré sklo kam až oko dohlédne

10 | ROZHOVOR Dobré vedení

12 | FÊTE DES VIGNERONS Pocta vinařství

14 | NOVÝ DESIGN Pestrobarevnost ve skle

23 | STŘÍPKY KULTURY Barevné umění

Tiráž

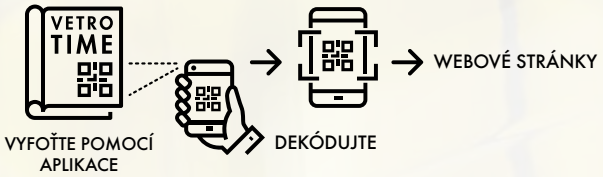
Redakce a text:
Corporate Communication
Vetropack Holding Ltd, Bülach

Sazba: Arnold & Braun
Grafik Design, Luzern

Tisk: Tiskárna Van Druck, Sedlčany

Papír: Matná křída, 150 g

Přímý link na Vetrotime: nové QR kódy



Uteklo Vám některé vydání časopisu Vetrotime? Přístup k předchozím edicím můžete získat pomocí následujícího QR kódu:

K titulnímu obrázku. Ušlechtilé kapky by měly být také chráněny ušlechtilým obalem. Skleněné lahve poskytují optimální ochranu pro lahodné víno a dávají jim vzrušující vzhled. Rozmanitost různých vín je obrovská - od lehkých bílých vín, přes jemné rose až po těžká červená vína. Milovníci vína vědí, že vína ze skleněných lahví jsou zvláště dobrá. Možná se podíváte na další láhev vína trochu blíž.

Milé čtenářky, milí čtenáři,

Švýcarsko slaví a my slavíme s ním! V létě, konkrétně od 18. července do 11. srpna, se koná ve Vevey v západním Švýcarsku vinařský festival Fête des Vignerons. Festival je výjimečný tím, že se koná pouze jednou za 20 let. Vetropack patří ke sponzorům: oficiální festivalové víno se podává v klasické láhvi Vaudois od firmy Vetropack. Láhve na víno byly vyrobeny ve St-Prexu, přímo v srdci známých a populárních švýcarských vín (viz také strany 12 a 13 těchto Vetrotime).

Zůstaňme u vína, jehož rozmanitost je ohromující. Ta se netýká pouze vinné révy, typu půdy, hroznů, lisování, skladování a tak dále, nýbrž také různých skleněných láhví pro tento ušlechtilý nápoj. Jakou barvu může mít? Kolik litrů může pojmout? Na výběr je od malé lahvičky s objemem 0,187 litru až po velké dvojité magnum (3 litry). Unikátní je skleněná láhev speciálního tvaru a zušlechtění. Pokud si přečtete článek na stranách 6 a 7, budete ohromeni, co všechno je možné pro výjimečnou prezentaci. Podobně se to má s naším novým designem (strany 14 až 17).

Když už mluvíme o barvě, Vetropack vyrábí nové modré sklo barvením ve vaně. Na objednávku zákazníka zbarvila slovenská firma Vetropack Nemšová svou vanu na bílé sklo. Proto není divu, že kamkoliv se na stranách 8 až 9 podíváte, všude narazíte jen na samou modrou.

Obzvlášť zajímavá byla drobná témata v rubrice „Zaujalo nás" (strany 4 a 5) a „Střípky z kultury" (strana 23). A věděli jste, že delfín skákavý, který se také nazývá Bottlenose Dolphin, má nos ve tvaru láhve? Nebo že se prázdné skleněné láhve hodí jak obruba záhonu?

Vážené čtenářky, vážení čtenáři, přeji vám zábavné čtení v barevně veselé jarní době.

Srdečně zdraví

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding AG

OKOUZLUJÍCÍ STRUKTURA

SLAVNOSTNÍ

Na počest ryby

Tkaničnice tmavá je na portugalském ostrově Madeira považována za pochoutku, a každé léto se v Câmara de Lobos koná festival na její počest. Centrum města bývá k této příležitosti nádherně a vynalézavě vyzdobené. Jedna část byla například věnována skleněným lahvím, které odvážně visely nad hlavami návštěvníků a večer osvětlovaly ulice.

OBČERSTVENÍ VE SKLENICI

Uhnízděný v malé uličce ve východo-chorvatském městě Osijek je snack bar Špajz, kde je většina jídel podávána ve skleněných pohárech. Jídlo si můžete ve sklenici vzít i sebou. Během školy majitelka Martina Završki vždy chodila na oběd ven. Ale nechtěla jen žít na jídle z pekárny, a tak si začala připravovat jídlo s sebou v zavařovacích sklenicích. Nakonec otevřela tento snack bar. Hosté mohou vrátit své použité sklenice a za každých deset, které přinesou zpět, dostanou jeden plný zdarma. Navíc snack bar používá pouze dřevěné nože, vidličky a papírové tašky. „Chceme, aby naši hosté lépe pochopili vyváženou výživu a zdravý životní styl," říká Završki.

Na jednu vrtuli – 199 lahví

V roce 1910 vzlétl peruánský Jorge Chavez Dartnell z Ried-Brig ve švýcarském Valaisu k přeletu přes hory Simplon v rámci soutěže vyhlášené italskými novinami. Bylo to poprvé, co někdy letěl v Alpách. Během mezipřistání v italském městě Domodossola se však letoun rozpadl a Chávez se zabil. V roce 2012 instalovala italská umělkyně Enrica Borghi na počest peruánského pilota sochu ze skleněných lahví v Brigu. Tvar vrtule je přesnou reprodukcí originálu letadla. Průhlednost a křehkost skla má představovat nejistotu letu a lehkost snů.

ZVÍŘATA

Nos ve tvaru lahve

Delfín skákavý získal svůj anglický název Bottlenose dolphin díky tvaru jeho krátkého čenichu. Mořští savci mohou mít v protáhlém nose až 80 zubů. Vědci zkoumají komunikaci mezi delfíny již desetiletí. Delfíni posílají zprávy různými způsoby. Vedle pískacích tónů vydávají také vysokofrekvenční zvuky, které používají jako echolokace. To jim pomáhá orientovat se v moři. Zvuková vlna umožní delfínům zjistit, když se přiblíží kořist. Většina zvuku prochází přes čenich do vnitřního ucha.

DEKORATIVNÍ ZAHRADA

Okraje zahrady s barevnými skleněnými lahvemi mohou být stejně dekorativní jako s použitím kamenů, jak ilustruje tento příklad. Jednoduše vezměte lahve a upevněte je do země. V závislosti na tekutině, která byla předtím ve skleněné nádobě, je stojí za to vypláchnout. Jinak se připravte na armádu nechtěných mravenců.

VÍNO

Z révy do lahve

Vína jsou stejně rozmanitá jako nespočet různých lahví pro tento ušlechtilý nápoj. Ať už zákazníci chtějí standardní model nebo individuálně navrženou lahev, společnost Vetropack je podporuje a radí jim od jejich počátečního nápadu prostřednictvím vývoje skleněných obalů až po odsouhlasení etikety a zátky.

Mnozí z nás si stále ještě pamatují dlouhé a horké léto 2018 v Evropě. Pro některé bylo příliš teplé a suché, ale pro jiné bylo perfektní. Do druhé skupiny patří vinná réva. Hlavním poselstvím tohoto ročníku vína z roku 2018 proto je „Bude velmi dobrý". Suché počasí znamenalo, že se houby a škůdci méně rozšířili. Vysoké teploty také vedly k vyššímu obsahu alkoholu a snížené kyselosti. Pod oslňujícím sluncem dozrály hrozny, aby vytvořily základ elegantním bílým a červeným vínům, která se vyznačují pozoruhodně vysokou kvalitou.

Vysoká kvalita je také nejvyšší prioritou pro Vetropack, pokud jde o dodávku skleněných lahví. Pouze nádoby bezvadné kvality mohou chránit svůj drahocenný obsah stejně bezpečně jako trezor. Skupina Vetropack má ve standardním sortimentu 390 různých skleněných obalů. Velikosti se liší od malých 0,187 litrových lahví až po velké 3 litrové lahve. Většina standardních lahví na víno se dodává ve velikosti 0,75 litru. Co se týče barevnosti, v posledních letech se trend vyvíjel směrem ke cuvée a olivové, zatímco zelená a barva vetrogreen jsou spíše na ústupu. Co se týče lehčích vín, je velká poptávka po bílé barvě. Barvy hrají velmi důležitou roli v prezentaci a balení potravin a nápojů obecně. Avšak u skleněných obalů je barva více než jen důležitý faktor úspěšného prodeje. Chrání totiž obsah, protože pokud je víno vystaveno silnému světlu, může změnit svou chuť.

Zaměření na individualitu

Stále více a více zákazníků chce pro svá vína skleněné lahve na míru. Snadno rozeznatelné skleněné obaly jsou důležité pro to, aby jejich vína vyčnívala z řady dalších nápojů. Vetropack vyhovuje individuálním požadavkům a spolupracuje se zákazníky při hledání optimálního obalového řešení. Specialisté na sklo mají podrobné znalosti, získávané po mnoho let o tom, co se důležité při výrobě lahve na víno. Stoupá také trend regionálních lahví. Ty mají za cíl odlišit jednu vinařskou oblast od konkurentů nebo vytvořit regionální značku.

Konečné úpravy lahví na víno

Ve společnosti Vetropack jsou tvar, barva a konečná úprava vždy považovány za celek. Tento integrovaný přístup je to, co dělá obal jedinečným a přizpůsobeným ideálně jeho

obsahu. Například design skleněných reliéfů na lahvích jim dává exkluzivitu, papírové etikety mohou vytvořit velmi zvláštní vzhled, zatímco průhledné etikety poskytují modernější dojem, potisk pak dodává výrazný konečný akcent.

Vetropack také nabízí různé typy ústí pro skleněné lahve - mezi ně patří ústí pro korkový uzávěr, uzávěr s korkovým povrchem, šroubovací ústí a BVS šroubovací uzávěr pro vinné lahve. Správné ústí láhve je potřeba zvolit tak, aby vyhovoval preferencím spotřebitelů a trhu. V 80. letech společnost Vetropack úzce spolupracovala s výrobci uzávěrů a vybranými významnými zákazníky na vývoji BVS (Bague Vin Suisse nebo uzávěr švýcarského typu) ve Švýcarsku. Uzávěr švýcarského typu však musel překonat dvě překážky - technologii a estetiku. Kromě toho se neustále zhoršovala kvalita korku a ztrácela na důvěryhodnosti. Tím se původně znevýhodněný typ ústí brzy vydal na cestu k úspěchu a nyní je nepostradatelnou součástí nabídky balení, stejně jako ostatní uzávěry.

Oblasti pěstování

Itálie je jednou z hlavních zemí produkujících víno v Evropě. Vinná réva se pěstuje ve všech částech země a každý region se vyznačuje speciálními víny. Ve Švýcarsku se vinařské oblasti nacházejí od Valais v západním Švýcarsku až po některé německy mluvící kantony. Jih Švýcarska je dobře známý pro svá výrazná červená vína. V Rakousku převládají příznivé klimatické podmínky především na východě, ve státech Dolního Rakouska, Burgenlandu, Štýrska a Vídně. Menší množství vína se však vyrábí také v Korutanech, Horním Rakousku, Salzbursku, Tyrolsku a Vorarlbersku. Nejznámější vinařské oblasti v Chorvatsku jsou ve východním a středním Chorvatsku a v oblasti Jadranu. Největší a nejvýznamnější oblast vína v České republice je na jižní Moravě, v regionu českého závodu Vetropack. V subkontinentálním podnebí, s teplými nebo horkými léty a docela chladnými zimami, se révě nádherně daří. Další vinařská oblast se rozprostírá přes region Čech. Slovenská vína také pocházejí ze dvou částí země, a to na jihu a na západě. Stejně jako ve většině zemí, kde má Vetropack své sklárny, na Ukrajině je také dlouhá tradice pěstování vinné révy. Mezi nejznámější oblasti patří jih, Bessarabia, Zakarpatsko a Krymský poloostrov.

Spotřebitelé mají téměř neomezený výběr různých vín. Někteří lidé rádi zůstávají u vyzkoušených a prověřených favoritů, zatímco jiní rádi zkoušejí nová vína.

Barva modrá

Na tunu sklotvorné taveniny je potřeba kilogram kobaltu. Z tohoto kovu se získává modrá barva, která je známá jako kobaltová modř. Roku 1802 vyvinul francouzský chemik Louis Jacques Thénard průmyslový výrobní postup jak extrahovat modré pigmenty. Kobalt se vedle lithia používá hlavně na výrobu autobaterií.

ZÁKAZNICKÝ PROJEKT

Modré sklo, kam až oko dohlédne

Nádoby z modrého skla vyrábí Vetropack už dlouho. Více než 10 let vznikají v chorvatském závodě v Humu na Sutli rozmanité modré láhve feederovou metodou. Poprvé v historii však byla celá tavicí vana Vetropack zbarvena do modra, a to sice ve slovenské sklárně Vetropack v Nemšové. Projekt podpořilo perfektní detailní plánování a rychlé řešení komplikací.

Nezáleží na tom, zda jde o pivo, ovocné šťávy, vína, šampaňské nebo minerální vodu - modré skleněné nádoby propůjčují všem nápojům výjimečný vzhled. Až dosud vyráběl Vetropack modré skleněné lahve v chorvatském závodě v Humu na Sutli. V rámci nové kampaně pro různé zákazníky vyrábí nyní Vetropack tyto lahve v Nemšové.

Zvláštností je, že pro tuto výrobu byla připravena vana na bílé sklo, na které se dosud vyráběly sklenice se širokým hrdlem a skleněné lahve kombinací vyfukovacího a lisovacího postupu nebo tvarováním dvojitým vyfukovacím postupem. Navíc v rámci kompletní revize tavicí vany v posledním roce byly stávající sklářské vyfukovací stroje přestavěny na výrobu lahví s úzkým hrdlem kombinací vyfukovacího a lisovacího postupu.

Barvení ve vaně

Nový je rovněž barvicí proces. Vetropack Straža vyráběl modré skleněné lahve feederovou metodou. U této varianty se barva přimíchává do feederu v předpecí pro předúpravu. Díky této technice se na jedné výrobní lince tavicí vany dá vyrobit jiná barva. Ve slovenském závodě Vetropack se provádí barvení ve vaně. U tohoto tradičního postupu se míchá modrá do roztavené skleněné hmoty. I když v Nemšové je vše zařízeno pro modrou výrobu, chorvatský závod Vetropack je i nadále k dispozici jako podpora.

Zajištění této produkce patří ke komplexním projektům koncernu Vetropack. Na základě úzkého časového rámce to od všech zúčastněných vyžadovalo dokonalé podrobné komplexní plánování. Neboť během produkce modrého skla

nemohl slovenský sklářský závod produkovat žádné sklenice se širokým hrdlem. Koordinaci projektu převzal Robert Bestro, vedoucí prodeje Vetropacku Nemšová. Slováci disponují detailním know how o celé sklářské výrobě - od technologie přes obalové materiály až po kvalitu a logistiku. „Nebyl jsem vedoucím projektu. Že jsem byl takříkajíc středovým bodem, bylo logické a pragmatické rozhodnutí," říká Bestro. Ví, jaké výzvy tak důležitý projekt s sebou nese a přemýšlí komplexně. Jestliže se například vynoří problémy, je nutné je vyřešit rychle. První kampaň modrého skla měla termín přesně 75 dní.

Přebíráme odpovědnost

Pracovníci si od začátku uvědomovali, že tato velká výzva je rovněž velkou šancí pro ně přijmout v rámci koncernu roli předjezdců. Každé oddělení slovenského závodu Vetropack bylo kromě denních prací navíc zahrnuto do tohoto projektu. „Byla to plodná spolupráce všech kolegů, kteří se zapojili s nezměrnou radostí a elánem. Každý přemýšlel, jak věci zdokonalit, zjednodušit a učinit efektivnější. Zcela ve smyslu přebrání zodpovědnosti," říká Bestro.

Vynikající kvalita

Co se týče kvality skleněných nádob, Vetropack úzce spolupracoval s osobami odpovědnými za spokojenost zákazníků. Výměna se konala denně a každý věděl o jednotlivých krocích dle rozhodnutí. Již první dny ukázaly skvělé výsledky: Lahve byly opravdu vysoce kvalitní! A vlna úspěchu pokračovala až do konce první kampaně modrého skla ve stejném stylu.

DOBRÉ VEDENÍ

Lidé jsou skutečně dobří pouze tehdy, pokud mohou v plné míře vykonávat své zájmy a uplatňovat své schopnosti

Mezinárodně úspěšný podnikatel a kouč Dr. Manfred Winterheller hovořil v prosinci 2018 na interní schůzce Vetropacku o tom, co tvoří dobré vedení. V interview pro Vetrotime dává rady současným a budoucím vedoucím pracovníkům.

Ve svém příspěvku na interní schůzce vedení Vetropacku jste hovořil o rovnováze mezi kritikou a pochvalou, kterou musí dobré vedení ovládat. Co dělá dobré vedení?

Dobré vedení rozvíjí člověka k tomu, aby nalezl a realizoval svůj vnitřní potenciál. Má to hodně co dělat s důvěrou. Vůdčí osobnosti důvěřují svému týmu. Svědomitě vyberou lidi a nechají je pak pracovat. Tím pracovníci narůstají a přebírají nové úkoly, které šéfovi či šéfce uleví. To vede k win win situaci, z níž profitují obě strany. Vedoucí pracovníci získají o něco více času, aby mohli zaujímat strategii a starat se o lidi. Pracovníci poznají jejich schopnosti, získají sebedůvěru a vyrovnanost.

Prozradíte nám nejdůležitější tipy pro dobré vedení?

Skutečně důležité je pouze toto: Udělejte si denně čas na lidi, naslouchejte jim a chvalte je, čímž docílíte pochopení a důvěry.

Má se vedení po letech měnit? Vede se dnes stejně jak například před 15 lety?

Dobré vedení se nemění. Ale průměrné nebo zcela špatné vedení má dnes mnohem rychlejší a mnohem tvrdší následky. Tedy průměrní šéfové se rozhodně musí dále cíleně rozvíjet.

Co je největší chybou, kterou dnes může člověk udělat?

Nikomu nevěřit a nejraději si vše udělat sám, aby to bylo uděláno dobře.

Je vedení jednostranný proces, nebo hraje tým také rozhodující roli?

To je velmi důležitá otázka. Každý šéf, každá šéfka jsou závislí na kvalitě týmu. Proto je třeba jako první otázku vyřešit: Kdo se hodí do týmu? To je nám všem zcela jasné, pokud mluvíme o fotbalu. Ale pro vlastní denní práci se zdá, že to neplatí. To je omyl. Lidé jsou skutečně dobří pouze tam, kde mohou dělat to, co je jim vlastní, co oslovuje jejich zájmy a schopnosti.

Jak se připravujete na výstupy před publikem?

Je přípravný brífink, v němž poznám aktuální výzvy zákazníka. Z toho pak vyplyne červená niť, kterou teprve v kontaktu s posluchači vyplním konkrétními detaily. Po mnohaleté zkušenosti se stovkami tisíc posluchačů z celého světa se nepotřebuji připravovat více do detailu. Cvičení je vše.

Máte vlastní způsob, který rozvíjí Winterhellerovu metodu. Můžete jej krátce popsat?

Mimořádné výkony a události byly, jak se zdá, po tisíciletí privilegiem mimořádně talentovaných lidí. V posledních desetiletích se ale množí důkazy, že mimořádné výkony nejsou v žádném případě výsledkem mimořádných schopností. Naopak. Jsou dostupné každému muži a každé ženě, jestliže přistupují ke svým úkolům s určitým vnitřním postojem. Tento vnitřní postoj je třeba u posluchačů školit, což je cílem Winterhellerovy metody. Hodnota vnitřního nastavení se nedá ničím nahradit.

Vycházíte z toho, že tato hodnota přichází ve světě obchodu často zkrátka. Jak lze toto vnitřní nastavení tedy konkrétně aktivovat? A jak to, že přichází zkrátka?

Naše celá kultura je orientovaná vně. Člověk přemýšlí v krátkodobých projektech, vše musí jít rychle a okamžitě přinášet zisk. Ve skutečnosti jsou však rozhodnutí jdoucí do hloubky spojená s výdrží a vytrvalostí důležitou hnací silou pro úspěch. To platí jak pro soukromý život, tak pro svět obchodu. Existují mikrozranění, která vedou ke zlomení kosti, tedy velmi malá narušení funkce, co časem zničí strukturu. Totéž platí pro naše vztahy, které také rozbíjí dennodenní zárodek lhostejnosti, nebo které se dennodenním pozitivním jednáním posilují. V obchodním světě je plno nenápadných projevů neúcty, které oslabují loajalitu a zbavují lidi odvahy. Projevy neúcty a chování bez respektu zničí více vzbuzované naděje než zdánlivě mnohem významnější konkurenční boj. Jde tedy o to, aby se změnilo vnitřní nastavení. Nastavení jsou nakažlivá a malá skupina lidí může způsobit mnohé, ať již v pozitivním nebo negativním smyslu.

Co říkáte kritikům, kteří se na vaši metodu dívají skepticky?

Existuje mnoho cest a pohledů ke každému tématu naší doby. Existuje nespočet lidí, kteří jsou díky mé metodě úspěšní. Ale jsou i tací, kteří to vidí zcela jinak a jsou také úspěšní. Musíme se pro něco rozhodnout, to je ten podstatný bod. Musíme v něco věřit a to pak s velkou rozhodností prosazovat. Nejméně úspěšní jsou lidé, kteří přebíhají od jedné metody k druhé a nadbíhají všem módním trendům a popravdě nikdy nic skutečně nedotáhnou důsledně do konce.

Jste často na cestách a předáváte ve svých referátech tipy, podněty a nové způsoby pohledu. Kde a jak hledáte své vnitřní nastavení, klid a ideje pro další prezentace?

Učím se hodně od lidí, kteří na mě dělají dojem a které mohu díky svému povolání poznat. Mnozí jsou známé osobnosti, mnozí jsou zcela neznámí, a přesto dokázali něco výjimečného. Pociťuji to jako dar, že se tímto způsobem dozvím něco nového a že se mohu dále rozvíjet. Přitom pomáhám lidem odkrýt a rozvinout jejich potenciál. To je srovnatelné s úlohou manažera. To mě pokaždé naplní obrovskou radostí.

Dr. Manfred Winterheller

Přednášející, podnikatel, kouč a autor

Vzdělání: Studium podnikové ekonomiky v Grazu, Rakousko

Profesní kariéra: Auditor a daňový poradce, zakladatel společnosti Winterheller software, přednášející tématu management a vedení metodou Winterheller, hostující profesor na Dunajské univerzitě v Kremsu, Rakousko

FÊTE DES VIGNERONS

Pocta vinařství

V létě roku 2019 ve Vevey, ve francouzské části Švýcarska, proběhne speciální akce - Fête des Vignerons. Společnost Vetropack je partnerem a sponzorem této oslavy, která se uskutečňuje pouze jednou za 20 let. Oficiální lahev vína vyrábí švýcarská továrna Vetropack v St-Prex.

Fête des Vignerons je jedinečná oslava, která se koná jen jednou za generaci. V letošním roce bude tato slavnost největší ve své historii a Vetropack se stal jejím hrdým sponzorem.
Nikdy předtím společnost Vetropack nepodporovala tak velkou událost, která se týká kultury vinařství. Oficiální lahví vína této události se stala klasická lahev Vaudoise. Je vyráběna firmou Vetropack Švýcarsko v St-Prex, poblíž místa konání akce ve Vevey. Vetropack také sponzoruje sklenice na víno a minerální vodu pro festival.

Fête des Vignerons, která se koná od 18. července do 11. srpna 2019, byla zařazena na seznam UNESCO o nehmotném kulturním dědictví v roce 2016. Od 18. století je tato událost předávána z generace na generaci. Kombinuje tradice se současným programem a je pevně zakořeněná v oblasti kolem vinic Lavaux. Vinařské terasy Lavaux jsou od roku 2007 také zapsány na seznamu světového dědictví UNESCO.

V centru celého dění stojí více než 1 000 metrů čtverečních velká hlavní aréna, která má 20 000 míst. Tam se koná oficiální představení, které ukazuje rok v životě vinice. Zobrazuje práce ve vinici, společenská setkání, ale také obecnější témata, jako jsou například roční období.

Fête des 20 Vignerons 19

Du 18 juillet
au 11 août 2019

Vevey
Suisse

fetedesvignerons.ch

BCV
SECURITAS
vaudoise
TISSOT
RTS
24 heures
SWISS

ELEGANTNÍ

Směs tradičního a moderního

U Augustiniánského kláštera v městečku Šardice na jižní Moravě vyrábějí víno už od poloviny 18. století. Český závod Vetropack v Kyjově vyrábí skleněné lahve o obsahu 0,75 litru pro víno „Augustiniánský Sklep".

Víno „Augustiniánský Sklep" se v této lahvi z bílého skla překrásně vyjímá. Čisté linie přepracované skleněné lahve o objemu 0,75 litru jsou jednoduché a okouzlující. Stejně pěkný je design s reliéfem nad elegantní etiketou. Je inspirována budovou, kde se vyrábí augustiniánské víno. Vše podtrhuje elegantní písmo názvu Augustiniánský Sklep.

NEOKLAS Šardice a.s. vinařský podnik byl založen v roce 1995. Vinaři pokračují v tomto moravském regionu ve stoleté tradici pěstování a výroby vína, protože víno se poprvé vyrábělo u Augustiniánského kláštera v Šardicích již v polovině 18. století. Vinařství neustále modernizuje své výrobní metody a zároveň zůstává věrné tradičnímu způsobu pěstování vinné révy.

PROHLÍDKA CHUTÍ

Tradiční pálenka

Vetropack Rakousko vyrábí novou láhev o objemu 0,7 litru z bílého skla v závodě v Pöchlarnu pro hornorakouského výrobce lihovin emil-Spirituosen. Tato nová láhev skvěle prezentuje celou řadu různých druhů pálenek.

Odborníci na sklo v rakouském závodě společnosti Vetropack v Pöchlarnu při návrhu nové láhve na destiláty se šroubovacím uzávěrem o objemu 0,7 litru úzce spolupracovali s palírnou Emil Stegmüller. Logo „emil", které je napsáno malými písmeny kolem dna se objevuje čtyřikrát v dolní části láhve, okamžitě upoutá vaši pozornost. Od ramen láhve se až po hrdlo tyčí horské vrcholy, které dodávají dotykový vjem horám vytištěným na etiketě.

Nová 0,7 litrová láhev emil-Spirituosen je dostupná naplněná nesčetným množstvím příchutí a lze ji nalézt pouze na pultech maloobchodního sektoru. Rodinná firma destiluje lihoviny tradičním způsobem a dodává konečným produktům moderní vzhled již 150 let.

Hledáte skleněné obaly na potraviny nebo nápoje?
V našem online katalogu najdete více než 900 položek. Použijte tento QR kód!

ÚŽASNÁ

Jednoduchá krása

Italská továrna Vetropack vyrábí lahev s objemem 0,75 litru v barvě cuvée na červené víno Stupore Bolgheri DOC. Jednoduchý elegantní design skleněného obalu skvěle ladí se světem divů, který je zobrazen na etiketě.

Italské víno Stupore Bolgheri DOC zraje asi 10 měsíců v dubových sudech a je následně naplněno do skleněných lahví s objemem 0,75 litru vyrobených ve Vetropacku Italia. Láhev v barvě cuvée je hladká a elegantní. Na spodní straně zdobí lahev nápis CAMPO ALL COMETE. Jméno připomíná kouzelný a imaginární svět, vzdálený od hektického každodenního života.

Stylizovanou verzi pampelišky ve formě piktogramu, která vystupuje z povrchu lahve navrhl italský ilustrátor Nicoletta Ceccoli. Pampeliška je taktéž znázorněna na lesklé stříbrné fólii na modrém pozadí a vyjadřuje sofistikovanost a jedinečnost, které odrážejí styl vína vinařství Feudi San Gregorio.

BYLINNÝ LIKÉR

České kořeny

Český bylinný likér Becherovka Original je známý a oblíbený daleko za hranicemi České republiky. Vetropack Nemšová vyrábí nové, moderní skleněné lahve v charakteristickém zeleném odstínu.

Design skleněných lahví pro populární Becherovka Original je nezaměnitelný. Zelená skleněná lahev byla vyvinuta ve spolupráci s designéry z prestižní projekční kanceláře Coley Porter Bell v Londýně v Anglii ve spolupráci s odborníky ze slovenského závodu Vetropack v Nemšové. Nový design je modernější a současný, jeho cílem je zvýšit atraktivitu bylinných likérů pro mladé lidi. Likér se vyrábí z asi 20 různých bylin a koření. Dodává se s uzávěrem odolným proti krádeži a je k dispozici také v lahvích o objemu 0,35 l.

Becherovka byla založena v roce 1807 slavnou rodinou Becher v Karlových Varech. Iniciály Jana Bechera jsou dokonce vyryty na charakteristické ploché skleněné lahvičce a jeho podpis je na štítku. Hořkosladká Becherovka Original může být podávána jako aperitiv nebo digestiv nebo v osvěžujícím koktejlu.

OCENĚNÝ PRVNÍ CENOU

Výběrové hrozny

Suché šumivé víno DUBL ESSE je vyrobené z nejkvalitnějších hroznů Greco z jihu Itálie. Italská sklárna Vetropack vyrábí pro toto víno skleněné lahve v barvě Cuvée.

Jednoduchý design činí 0,75litrovou skleněnou lahev na italské šumivé víno DUBL ESSE zcela výjimečnou. Společnost Vetropack Italia je vyrábí ve sklárně v Trezzano sul Naviglio. Tři zelené pásky různé šířky kolem lahve jsou také velmi jednoduché a tím elegantní. Pásky jsou odkazem na papežovu tiáru, korunu, kterou papež nosí vždy při slavnostních příležitostech. Řada DUBL ESSE byla navržena italským designérem Fabiem Novembrem. „Ikony svatých zkrášlily mé dětství a zaplnily moji mysl," říká Novembre, který získal za tuto lahev zlatou medaili v mezinárodní soutěži obalů na veletrhu Vinitaly.

© archiv HPS

SLADKÝ

Med z Chorvatska

Dvě čiré nádoby se širokým ústím, které Vetropack Straža vyrábí, jsou vyhrazeny pouze pro med z Chorvatska. Každá sklenice musí být oficiálně registrována a musí mít označení chorvatské včelařské federace.

Vetropack Straža vyrábí pro chorvatskou včelařskou federaci nádoby se širokým ústím ve dvou velikostech: 720 mililitrů a 580 mililitrů. Dvě další (menší) velikosti jsou ve vývoji. Návrh byl jednoduchý, s malým voštinovým motivem vyrytým na přední straně.

Skleněné poháry z flintového skla mohou být naplněny pouze medem, který splňuje normy kvality chorvatského nařízení o medu. Mimo jiné musí pocházet ze samotného Chorvatska a nést vlastní značku producenta. V roce 2018 byl prohlášen 7. prosinec Dnem medu ve školách. V tomto datu se slaví Den svatého Ambrose, patrona včelařů a také Mezinárodního dne medu. Všechny děti, které právě začaly chodit v Chorvatsku do školy, dostaly sklínku medu.

SILNÝ

Gin s medem

Vetropack Straža vyrábí modré lahve o objemu 0,7 litru pro gin GiniBee vyrobený společností MR SPIRITS d.o.o. ve Slovinsku. Extravagantní design opravdu odlišuje nápoj od ostatních destilátů.

Nejen receptura GiniBee, ale i design modrých skleněných lahví, skrývají mnohá tajemství. Tenký modrý povlak dává skleněné lahvi o objemu 0,7 l velmi výrazný vzhled a luxusní pocit bez ztráty vlastností, díky nimž je sklo jedinečné. Další funkcí je speciální UV tisk, který chrání gin před UV zářením. Štíhlý pas uprostřed lahve je vyzdoben tištěným firemním logem.

Tento jedinečný destilát z jalovcových bobulí má obzvláště sladkou přísadu. Dvanáct procent lesních plodů je před přidáním do ginu namočeno ve slovinském medu. Společnost založil Rado Mulej, který je ve Slovinsku známým hereckým a televizním moderátorem.

Na vlastní přání si můžete vyvíjet a vytvářet perfektní skleněné obaly přesně pro vás. Barva a vzhled – volba je jen na vás.

PRO DĚTI

Učit se o recyklaci zábavnou formou

Cílem tohoto slovenského programu pro základní školy je naučit děti více o skleněných obalech a recyklaci prostřednictvím hry. Byl iniciován výrobcem jogurtů Malý Gazda ve spolupráci se společností Vetropack Nemšová a marketingovou agenturou dobrýBRAND.

Na Slovensku je velice málo programů pro školy, které by učily děti o životním prostředí a co mají dělat, aby ho chránily. Právě tady přichází školský projekt, který představila firma Malý Gazda. Slovenská společnost je známá svými oblíbenými mléčnými výrobky, které se dodávají na trh ve sklenicích se širokým ústím. Když firma Malý Gazda obeznámila s programem manažery společnosti Vetropack Nemšová, okamžitě se pro tento nápad nadchli.

Žákům základní školy Lesnícké v Prešově bylo rozdáno 500 kusů jogurtů v recyklovatelných skleněných obalech vyrobených ve slovenské sklárně Vetropack. Společně s marketingovou agenturou dobrýBRAND byla zorganizovaná soutěž zaměřená na výuku dětí o recyklaci skla prostřednictvím hry. Žáci použili prázdné jogurtové sklenice na výrobu kreativních uměleckých děl, jako například malý stůl s nohama ze skla nebo skleněné figurky.

500 dětí společně se svými učiteli přispělo do soutěže více než 50 jedinečnými kreacemi. Pro porotu nebylo vůbec jednoduché vybrat dvě vítězné třídy.

Nadšení dětí ukázalo, že recyklace skla a sklo všeobecně jsou témata podporující kreativitu. A děti se pro ně umí lehce nadchnout. Tyto poznatky si odnesou s sebou do dalšího života a doufejme, že je odevzdají i další generaci.

ZÁKAZNICKÝ DEN

Ve znamení skla a životního prostředí

Vetropack Nemšová v loňském listopadu zorganizoval setkání se zákazníky v srdci slovenského hlavního města Bratislava. Přátelská atmosféra, kulturní zážitek a příjemná setkání... toto vše jsme chtěli připravit pro naše zákazníky v listopadu na „Setkání 2018". Věříme, že se nám to podařilo a naši hosté se s námi cítili dobře.

Pozvání přijalo deset hlavních zákazníků z různých segmentů domácího trhu. Bylo příjemné pozorovat, že navzdory tomu, že někteří z nich byli konkurenti, mluvili spolu jako dobří přátelé. O to více jsme se přesvědčili, že sklo může sbližovat.

Sklo spojuje nejen obchodní partnery, ale i všechny lidi, kteří nejsou lhostejní k životnímu prostředí a osudu naší planety. O tomto tématu se diskutovalo v reprezentativních prostorách hotelu. V roce 2018 se Vetropack zúčastnil kampaně za čistá moře a oceány „Na zdraví moří a oceánů", která byla spuštěna pod záštitou hnutí Friends of Glass. Moře a oceány jsou ve velkém nebezpečí a je také na výrobcích obalových materiálů, jak se tomuto nebezpečí postaví. Hosté si ještě na památku odnesli fotku z foto koutku, a pak se odebrali do bratislavského Divadla Nová scéna na původní slovenský muzikál Rasputin. Děkujeme všem za společnost, za spolupráci v loňském roce a těšíme se na „Setkání 2019".

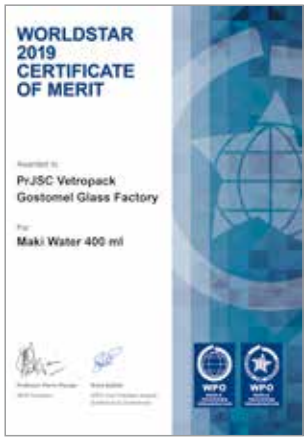
NOMINACE NA WORLDSTAR

Malé lahve v centru pozornosti

0,4 litrová lahev na minerální vodu VODA UA byla nominovaná na cenu „WorldStar" a získala čestné ocenění. Každoročně toto prestižní ocenění uděluje Světová obalová organizace.

Balení, které získalo renomované národní ocenění během předchozího nebo aktuálního roku, může být nominované na ocenění „WorldStar". Vetropack Gostomel využil tuto příležitost a zařadil lahev na minerální vodu VODA UA do užšího výběru. I když se jí nepodařilo dosáhnout na první místo, nominace vedla k zisku čestného uznání.

Tato skleněná lahev se vyznačuje exkluzivním květinovým designem a je ozdobená vyrytými máky, které zdůrazňují přírodnost minerální vody. Mák je zároveň národním květem Ukrajiny.



PLATFORMA

Láska ke sklu

Platforma „Glass our Friend" byla založena v Chorvatsku před více než deseti lety, aby si žáci v malých městech a obcích uvědomili vliv recyklace na životní prostředí. Společnost Vetropack Straža od počátku podporuje tuto platformu jako jediná sklárna v Chorvatsku.

V rámci chorvatské platformy „Sklo náš přítel" pro žáky probíhá řada workshopů, z nichž jeden zahrnuje ukázky foukání skla. To nikdy nepřestane děti udivovat – stačí se jen podívat do jejich rozzářených očí. Přirozeným způsobem vstřebávají informace o výhodách skla a o důležitosti jeho recyklace. A že si všechno dobře zapamatovaly se ukáže vždy v kvízu, který následuje po ukázkách – děti znají odpovědi do posledního detailu. „Až vyrostu, chci být sklářem," říká jedno z dětí. Mladí zájemci se také na workshopu naučí, jak správně recyklovat sklo.

Při hrách „Dějiny recyklace" a „Velké skleněné dobrodružství" je vždy jisté, že se jedná o hit a děti mohou rozvinout svou představivost. V posledních letech se tyto hry hrály mnohokrát a vždy vyvolaly nadšení a radostná očekávání!

Míra recyklace v Chorvatsku je nízká. To je důvodem, proč se chorvatský závod společnosti Vetropack zapojil také do kampaně „Glass our Friend". Reakce dětí a učitelů je vždy velmi pozitivní a povzbudivá. Zájem dětí o sklo a recyklaci skla naznačuje, že snad tato generace bude mít větší zájem o životní prostředí.

MALÉ VĚCI

Pomáháme měnit naše okolí

Vetropack Moravia Glass sponzoruje projekt „Malé věci kolem nás". Díky finanční podpoře mohou být realizovány nejlepší nápady pro zlepšení nebo formování životního prostředí.

Z celkem 23 návrhů organizací a jednotlivců, které byly předloženy v rámci projektu „Malé věci kolem nás", vybrali zaměstnanci v kyjovském závodě Vetropack deset projektů pro závěrečné kolo. O šesti vítězích rozhodla malá porota složená také ze zaměstnanců sklárny. Každý z těchto vítězných projektů získal 10 000 korun.

Mezi vítězné projekty patří: výroba skleněného úlu pro amatérské včelaře, zajištění nových krojů pro děti ve folklórním souboru, posezení na posvátném místě Végrův kříž, nové skříňky pro dětský klub, workoutové hřiště pro biketrialisty a pozorovací budka pro ptáky v parku.

Bez finanční podpory by mnohé myšlenky nebylo možné realizovat, nebo jen v mnohem menším měřítku. Často jsou to zdánlivě malé věci, které dělají velký rozdíl. Všechny projekty ukazují, že si lidé váží životního prostředí a těší se z toho, že jim pomáhá zpříjemnit život.

STŘÍPKY KULTURY

© The Corning Museum of Glass

CENTRUM SKLÁŘSKÝCH INOVACÍ

Corningovo muzeum skla se nachází v srdci amerického města Corning ve státě New York. Město je také známé jako americké centrum pro sklářské inovace, protože sklářský průmysl je jeho nejsilnějším ekonomickým faktorem. Vedle muzea je také domovem specializovaného výrobce skla Corning Inc. a četnými foukači skla.
V muzeu je vystaveno více než 50 000 skleněných předmětů. Sbírka se skládá ze starobylých egyptských, řeckých, římských, asijských, evropských a amerických uměleckých děl. Vystaveno je i spektrum uměleckých hnutí, které nastoupily koncem 19. století a pokračují dodnes.

Barokní umění vzkříšeno

U obráceného malířství na sklo, které je také známého jako naivní umění, je obraz namalován opačným způsobem na zadní straně skleněné tabule. Nejprve jsou nakresleny obrysy, pak jsou vymalovány, pozadí je vyplněno na samém konci.

Centrum chorvatského naivního umění se nachází v Hlebine, na severu země. Reverzní malba na sklo je součástí chráněného kulturního dědictví Chorvatska. Je také domovem školy naivního umění. Toto umělecké hnutí vzniklo kolem roku 1930, kdy se malíř bez akademického vzdělání snažil naučit skupinu zemědělců malovat. Farmáři byli tak nadšeni, že vzkřísili starou barokní malířskou metodu. Na celém světě je mnoho muzeí a galerií věnovaných naivnímu umění.

© Ivan Generalić, Koprivnica Municipal Museum

4/2019

KONTAKTNÍ ADRESY PRODEJ

Švýcarsko

Telefon +41 44 863 34 34
Fax +41 44 863 34 45
marketing.ch@vetropack.com

Rakousko

Telefon +43 2757 7541
Fax +43 2757 7541 202
marketing.at@vetropack.com

Česká republika

Telefon +420 518 733 111
Fax +420 518 612 519
marketing.cz@vetropack.com

Slovensko

Telefon +421 32 6557 111
Fax +421 32 6589 901
marketing.sk@vetropack.com

Chorvatsko, Slovinsko, Bosna-Hercegovina, Srbsko, Černá Hora, Makedonie

Telefon +385 49 326 326
Fax +385 49 341 154
prodaja@vetropack.com

Ukrajina

Telefon : +380 4439 241 00
Fax +380 4597 311 35
sales.ua@vetropack.com

Itálie

Telefon +39 02 458771
Fax +39 02 45877714
sales.it@vetropack.com

Ostatní země západní Evropy

Telefon +43 7583 5361
Fax +43- 7583 5361 225
export.west-europe@vetropack.com

Ostatní země východní Evropy

Telefon +420 518 744 341
Fax +420 518 612 519
export.cz@vetropack.com

vetropack