

VETROTIME

Inovace

Zelenější způsob jak
si vychutnat pivo

**Greenfield
Boffalora:**
Počátek nové
éry

**Carlsberg
1664 Blanc:**
Více než jen pivo

**Průzkum trhu
potvrzuje:**
Klíčové je pohodlí
uživatelů

4	Focus	Nový výrobní závod v severní Itálii
8	Příběh úspěchu	Proč je Carlsberg 1664 Blanc tak úspěšný
10	Strategie 2030+	Pojďme společně utvářet naši budoucnost
12	Udržitelnost	Výzva, která se týká nás všech
14	Skupina Vetropack	Novinky ze závodů Vetropack
18	Průzkum trhu	Překlenutí mezery mezi pohodlím a nepohodlím
20	Inovace	Lehčená skleněná lahev – milník v udržitelnosti
23	Autorský příspěvek	Zaměřeno na zdraví
25	Nový design	Pro naše zákazníky

Zelenější způsob jak si vychutnat pivo

Po Mohrenbräu Pfiff je nyní i Mohrenbräu Spezial – nejoblíbenější vorarlberské pivo s podílem na trhu přes 30 % – k dispozici v 0,33litrové lahvi z lehčeného skla od Vetropacku. I když váží jen 210 gramů, tato lehčená lahev je podstatně robustnější než běžné sklo. Navíc šetří až 75 procent CO₂ v celém hodnotovém a distribučním řetězci, což je milník v udržitelnosti.



Tiráž

Redakce a text Corporate Communications
Vetropack Holding Ltd, Bülach
Sazba Arnold & Braun Grafik Design, Lucerne
Tisk A. R. Garamond s.r.o.

Milí čtenáři,

celková ekonomická situace je i nadále ovlivňována válkou na Ukrajině a pandemie také ještě neskončila. Bohužel poslední průzkumy v našem závodě v Gostomelu u Kyjeva ukázaly, že v dohledné době nebude možné obnovit výrobu. To znamená, že ve střednědobém horizontu zůstaneme bez kapacity tří pecí, což samozřejmě ovlivní provozní výsledek ve finančním roce 2022.

Za žádných okolností však neopustíme náš závod na Ukrajině, který má dlouhou tradici. Naopak, závod zůstane udržován, dokud nebude poškození opraveno a připraveno na novou výrobu. Na místě je pravidelně přítomen nově vytvořený tým, který sleduje situaci a provádí nezbytnou údržbu a odklízecí práce. Nadále také poskytujeme podporu našim zaměstnancům na Ukrajině, a to prostřednictvím nadace založené speciálně pro tento účel. Bohužel bylo však nevyhnutelné dočasně snížit počet zaměstnanců.

Situace v Itálii je zcela odlišná. Otevření nového závodu v Boffalora sopra Ticino u Milána je netrpělivě očekávanou událostí. Všichni – a nejvíce především místní zaměstnanci – se těšíme na zprovoznění tohoto špičkového závodu Vetropack, který má tak slibné vyhlídky do budoucna. Další pozitivní věcí je zpožděné zvýšení základní úrokové sazby Evropské centrální banky, které by mělo omezit negativní dopady inflace na firmy a soukromé osoby.

Navzdory obtížné situaci – nezapomínejme na potenciální hrozbu energetické krize během letošní zimy – se pevně držíme naší ekonomické strategie a zejména ambiciózních environmentálních cílů, které jsme si stanovili do roku 2030. Sklo je jako udržitelný obalový materiál stále více ve výhodě oproti alternativám. Tento trend potvrdil i vývoj na trhu v posledních letech.

Máme tedy důvody k opatrnému optimismu, přestože celkové politické a ekonomické podmínky jsou i nadále náročné. Přeji vám proto hodně odvahy a síly, a doufám, že se vám toto číslo bude líbit!



Johann Reiter

CEO, Vetropack Group





BLÝSKÁ SE NA LEPŠÍ ČASY

Vetropack staví nový výrobní závod v severní Itálii

Nový závod pro novou éru. Vetropack investuje do nového vlajkového závodu na italském trhu, na kterém působí již mnoho let. Tento špičkový výrobní závod má začít fungovat v roce 2023 v Boffalora sopra Ticino blízko Milána, nedaleko starého závodu. Nové zařízení je navrženo tak, aby zajistilo maximální životaschopnost, flexibilitu a udržitelnost i do budoucna.

Kanál, který otvírá cestu do budoucnosti. Naviglio Grande je kanál, který se vlévá do řeky Ticino, která zase tvoří hranici mezi Lombardií a Piemontem. Od 13. století se kanál používal k přepravě zboží v oblasti rozvíjejícího se průmyslového regionu kolem Milána. Tuto funkci plnil také ve 20. století. Slavnostní položení základů nového závodu skupiny Vetropack se uskutečnilo 25. října 2021. Společnost Vetropack se svými devíti sklárkami s více než 4 000 zaměstnanci je významným dodavatelem vysoce kvalitních skleněných obalů na trhy střední, východní a jižní Evropy. Hlavním zaměřením skupiny je potravinářský a nápojový průmysl – obaly na produkty v sortimentu od olivového oleje, konzervářských výrobků přes ořechovo nugátové pomazánky, šňávy, nealkoholické nápoje až po lihoviny všech druhů. Přičemž na italském trhu hrají klíčovou roli obaly na víno a prosecco.

Vetropack Italia S. r. l. se v roce 2015 stal dceřinou společností skupiny, ale historie výroby skla v závodě v Trezzano sul Naviglio sahá až do roku 1960. Johann Reiter, generální ředitel skupiny Vetropack, vysvětluje: „Poměrně brzy bylo jasné, že starý závod v Trezzano sul Naviglio není z dlouhodobého hlediska dostačující pro plnění cílů naší společnosti. Důležitý italský trh s bohatou kulinářskou tradicí a mnohými světoznámými značkami hraje v naší strategii klíčovou roli. Dále jsou tady také ambiciózní cíle v oblasti kvality a udržitelnosti, kterých chce společnost dosáhnout do roku 2030 – na jedné straně se má výroba stát flexibilnější a individuálnější, na druhé straně by se měly zdroje využívat co nejefektivněji.“



Živý kousek budoucnosti spíše než továrna

Plánovat nové výrobní zařízení se začalo v dostatečném předstihu. Všechny zainteresované strany, včetně italských úřadů, krajinných architektů, architektů, zaměstnanců v Trezzano sul Naviglio a odborníků ze skupiny Vetropack, byly zapojeny do procesu hned v počátečním stádiu, aby vyvinuly výjimečně udržitelný a odolný koncept. Budoucí výrobní závod, který bude postavený na místě bývalé papírny Reno De Medici v souladu se všemi environmentálními požadavky, bude zabírat plochu 347 000 m² včetně přibližně 170 000 m² určených pro výrobní závod jako takový. Investice přesáhly 400 milionů CHF.

Historicky významná budova bude obnovena a opět zpřístupněna veřejnosti jako informační centrum.

Hlavní cesta SP225 má být v průběhu stavebních prací upravena, odlehčit této trase má vybudování odstavných ploch pro osobní i nákladní auta. Další dominantou lokality je park o roz-



loze více než 31 000 m², jde o veřejnou zeleň, která nabízí atraktivní kontrast k modernímu průmyslovému okolí. Všechny stromy vykáčené v průběhu stavebních prací budou znovu vysazeny na jiném místě. Skleněná fasáda také harmonicky zapadá do krajiny – zejména díky decentním zemitým tónům zapadajícím do celého barevného schématu. Střecha objektu je navržena tak, aby bylo možné využívat fotovoltaické systémy na celé její ploše, některé z nich budou dokonce fungovat již od prvního dne.

Všechny tyto prvky ukazují, že udržitelnost má v Boffaloře vysokou prioritu. Nejen z pohledu městského rozvoje, úpravy

krajiny nebo technologie, ale také z pohledu sociálního – všem 301 zaměstnancům ve staré lokalitě v Trezzano sul Naviglio byl nabídnut přesun do nového místa v Boffaloře, která je vzdálená asi 25 kilometrů. Objem výroby na zaměstnance bude podstatně vyšší, díky zvýšené kapacitě dojde také k mírnému nárůstu počtu zaměstnanců. Školení pro nové i stávající zaměstnance, potřebná pro práci v novém výrobním závodě, probíhají již od roku 2020.



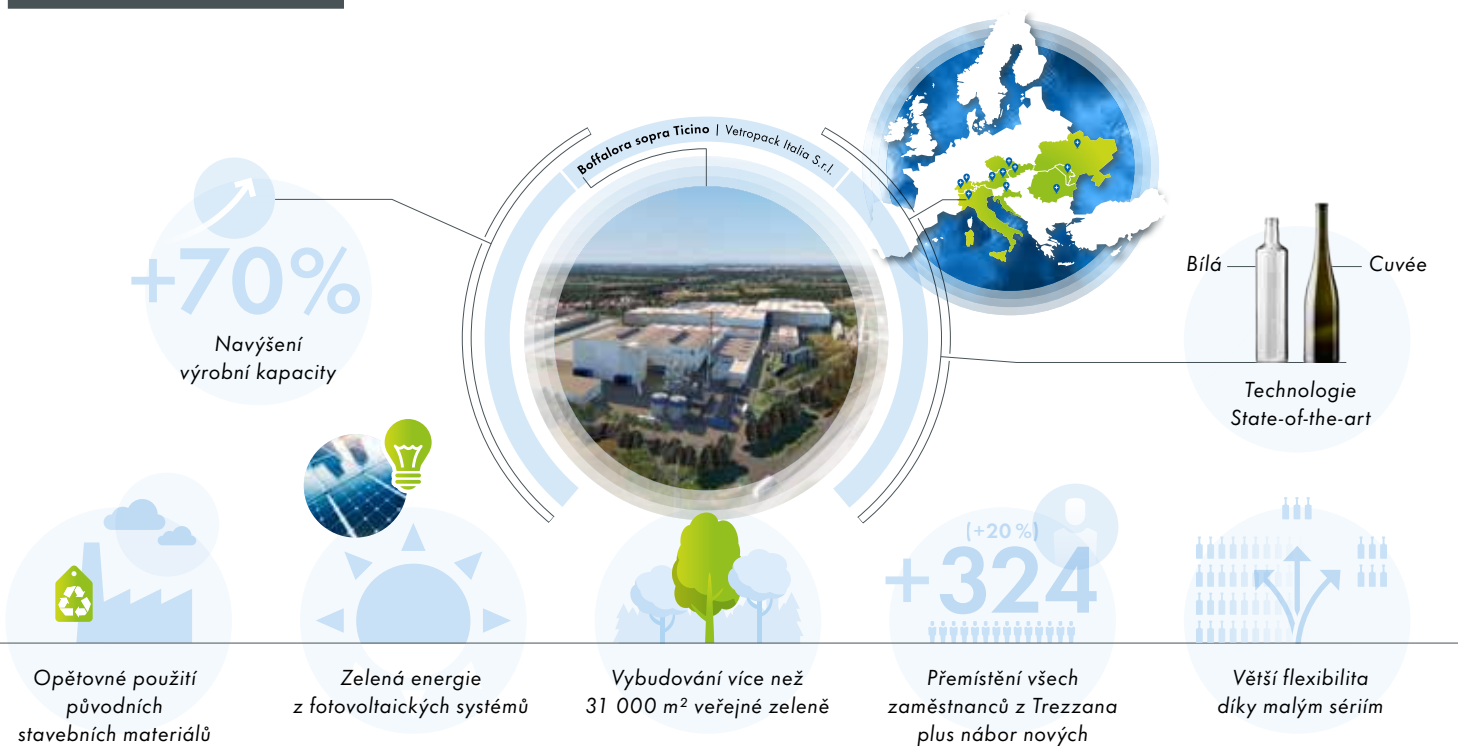
Více za méně – Průmysl 4.0

A jak se bude v novém závodě vyrábět sklo? Vetropack zde využije výhody smart factory při zachování vědomostí, zkušeností a kreativity lidí. Všechny procesy výroby skla jsou založené na odborných znalostech zaměstnanců skupiny Vetropack, a jsou v nich zakomponované nejmodernější technologie. Filozofie společnosti Vetropack „bezpečnost na prvním místě“ se důsledně uplatňuje a design pracovišť zahrnuje nejnovější poznatky ergonomického výzkumu. Produkty v bílé i cuvée barvě budou vyráběny na místě a produktivita na tunu skla se podstatně zvýší také díky nejmodernějšímu výrobnímu zařízení. Stejně jako v původní sklárně budou také v Boffaloře v počáteční fázi uvedeny do provozu dvě vany. Celá infrastruktura je však již navržena na rozšíření výrobní kapacity, protože

se očekává pozitivní vývoj trhu jednak v Itálii, ale i mimo ni. Už při provozu těchto dvou van se kapacita výroby zvýší přibližně o 70 procent.

„Boffalora se také stane jedním z nejlépe vybavených závodů v rámci skupiny Vetropack,“ říká Christoph Burgermeister, projektový manažer společnosti Vetropack. „S moderním závodem a procesy budeme moci v nové sklárně vyrábět flexibilněji. To nám umožní lépe uspokojit rostoucí poptávku po obalech vysoké kvality – včetně objednávek na menší množství nebo polospeciální výrobky.“ Jedním z mimořádných prvků je plně automatizovaný sklad, ve kterém autonomní vozidla bezpečně přepravují hotové lahve a konzervy z výrobní linky do skladu, a potom na nakládací rampu bez jakéhokoli lidského zásahu!

Boffalora v kostce





Vetropack je průkopníkem v udržitelnosti

Nejvyšší prioritou skupiny Vetropack je, aby byl nový závod šetrný k životnímu prostředí a efektivně využíval zdroje. Sklo je jedním z nejudržitelnějších obalových materiálů, protože je 100% recyklovatelné – a dá se recyklovat donekonečna. Jako jeden z průkopníků recyklace začal Vetropack se sběrem použitého skla ve Švýcarsku již v roce 1970. V současnosti je podíl opětovně použitého skla ve skupině Vetropack přibližně 55 % a cílem je do roku 2030 překročit 70 %.

Opatření na zvýšení udržitelnosti:

- Sanace kontaminovaného průmyslového areálu
- Opětovné použití materiálu z demolic původních budov a instalací
- Nízké emise hluku přes den i v noci
- Energeticky efektivní procesy a výrobní zařízení i využití odpadního tepla
- Výroba zelené elektřiny z fotovoltaických systémů
- Snížení emisí díky nejnovějším filtračním systémům (prach a NO_x)
- Nízká spotřeba vody zajištěná použitím systému s uzavřeným okruhem

Zaměřeno na zaměstnance

Jmenuji se Alessandro Mantovan a pracuji na studeném provozu ve společnosti Vetropack Italia. Do společnosti Vetropack jsem nastoupil v únoru 2020 a sklo mě stále fascinuje stejně jako v den, kdy jsem začal pracovat v závodě v Trezzanu.

Po získání magisterského titulu v oboru materiálového inženýrství na Polytechnické univerzitě v Miláně jsem pracoval v automobilovém průmyslu a také v potravinářském a nápojovém sektoru – vždy ve výrobě. Ve srovnání s těmito odvětvími mám pocit, že průmysl obalového skla obecně – a společnost Vetropack zvláště – zahrnuje komplex průmyslových výrobních metod, které jsou velmi specifické a složité a vyžadují vysokou míru odpovědnosti.

Je ohromující si uvědomit, jak se ve skutečnosti vyrábí kuchyňské předměty každodenní potřeby, a to pomocí van, IS strojů a dalšího zařízení. Když přemýšlím o sklenicích

a lahvích, které vyrábíme, nebo o procesech, za které jsme zodpovědní, mám pocit, že hrajeme svou roli při vytváření udržitelnějšího světa, a zároveň věnujeme plnou pozornost kvalitě.

Těším se, až začnu pracovat v našem novém domově, v závodě v Boffaloře!



VÍC NEŽ JENOM PIVO

Proč je 1664 Blanc tak úspěšný – a jakou roli hraje jeho slavná modrá lahev

Carlsberg uvedl na trh své pivo 1664 Blanc jako mezinárodní značku v roce 2016. Od té doby nikdy nepřestala růst. Není pochyb o tom, že jedním z faktorů tohoto úspěchu je výrazná modrá lahev – dodávaná společností Vetropack.



Carlsberg patří mezi největší světové pivovarnické skupiny. Tato dánská společnost, založená v roce 1847, sídlí v Kodani, ale vždy mířila za hranice své domovské země. Jeho první zahraniční prodeje se uskutečnily v Edinburghu (Skotsko) již v roce 1868 a Britské společenství národů bylo pro Carlsberg po celé 20. století také hlavním trhem. Když se Carlsberg v roce 1970 sloučil se svým hlavním dánským konkurentem Tuborgem, bylo ještě jasnější, že tento úspěšný příběh bude nejen pokračovat, ale také růst!

Dnes má Carlsberg značky a pivovary téměř všude na světě. Carlsberg je i nadále světovým průkopníkem s více než 40 000 zaměstnanci, objemem výroby 142 milionů hektolitrů (2021) a příjmy přesahujícími 60 miliard DKK (2021, což odpovídá přibližně 8 miliardám EUR). Populární mezinárodní

značky zahrnují Somersby, Tuborg, Grimbergen, 1664 Blanc a – samozřejmě – samotný Carlsberg. Skupina také vlastní mnoho místních značek včetně Kronenbourg ve Francii a Feldschlösschen ve Švýcarsku, stejně jako Holsten, Wernesgrüner a Lübzer v Německu. Portfolio Carlsbergu zahrnuje celkem více než 500 regionálních piv a skupina působí na mnoha asijských a dalších zámořských trzích.

Světové pivní trendy a skleněné obaly

V posledních dvou desetiletích došlo k posunu v celosvětové spotřebě piva: objevilo se rozmanité spektrum chutí, které zpochybnilo tradiční receptury, s jasným trendem směrem k nealkoholickým, míchaným a speciálním pivům. Jako součást své reakce na tyto změny uvedl Carlsberg na trh 1664 Blanc, prémiové pšeničné pivo pocházející z Francie, které vyjadřuje

francouzský životní styl a savoir-vivre jako mezinárodní značku v prémiovém segmentu. 1664 Blanc je lehké a osvěžující pšeničné pivo s vrstveným chuťovým profilem, které se již objevilo na více než 40 trzích po celém světě.

Nikola Maravić nastoupil před deseti lety do Carlsbergu a poslední tři roky byl globálním marketingovým ředitelem značky 1664 Blanc. Hlásí: „Tento rok byla ve Francii uvedena na trh nová, zcela nealkoholická varianta 1664 Blanc, která bude brzy dostupná na klíčových trzích v Evropě a Asii. Každá nová varianta slouží hlavně k posílení základního návrhu 1664 Blanc – což je mimochodem pravděpodobně jediná pivní značka na světě, která má jako název rok původu.“ Jedním z klíčových atributů, díky kterým 1664 Blanc vyniká

„Vetropack je vždy připraven podpořit nás při řízení inovace a zákaznický orientované iniciativy.“

Nikola Maravić

na polici, je modrá lahev. „Svým speciálním tvarem inspirovaným Eiffelovou věží a jedinečnou modrou barvou lahev dokonale ztělesňuje prémiovou identitu roku 1664,“ zdůrazňuje Maravić. „Modrá je barva, která znamená důvěru, loajalitu a stabilitu – ale také hloubku, moudrost a upřímnost. Je to jedna z našich ingrediencí pro úspěšnou značku – ideálně doplňuje recepturu a francouzský životní styl elegance a radosti ze života.“

Partnerství za účelem poskytování udržitelné přidané hodnoty

„Společnost Vetropack je vždy připravena nás podpořit v inovacích a iniciativách orientovaných na zákazníka,“ poznamenává Maravić.

„Jejich práce je vysoce spolehlivá a profesionální a podporují

nás také na naší cestě k udržitelnosti – neustálým snižováním uhlíkové stopy našich lahví.“

Společnost Carlsberg jako zásadní součást své obchodní strategie posouvá udržitelnost ve svých provozech kupředu – její program „Společně k NULE“ se zaměřuje na čtyři jasné cíle: nulovou uhlíkovou stopu, nulové plýtvání vodou, nulové nezodpovědné pití a nula nehod. Vetropack přirozeně pokračuje v podobné strategii – takže obě společnosti mohou



úzce spolupracovat a zaujmout společný přístup, který využije potenciál k podpoře udržitelnosti. Příklady této spolupráce zahrnují propojené obchodní procesy a dodávky řízení řetězce, lehčí obaly a také nové materiály a technologie.



Nikola Maravić
globální marketingový ředitel
pro 1664 Blanc

AKTUÁLNÍ PROJEKTY

Míříme k roku 2030

Už v roce 2019 spustil Vetropack rozsáhlý transformační proces. Na základě pěti strategických iniciativ se soustřeďuje na dosažení dvou cílů: na jedné straně využijeme další potenciál růstu v našem existujícím podnikání, na druhé straně vyvineme nové obchodní modely, aby Vetropack zůstal v dlouhodobém horizontu silným hráčem na trhu a sehrával klíčovou roli při formování budoucnosti sklářského průmyslu.

Růst hodnoty v St-Prex (CH)
 Studie ukazuje názory spotřebitelů na balení nápojů

18

Jednoznačně udržitelné Kremsmünster (AT)
 Využití sluneční energie pro naše potřeby

17

Rozšíření působnosti Boffalora (IT)
 Vetropack buduje nový výrobní závod

4



Od té doby jsme definovali konkrétní projekty pro všech pět strategických iniciativ. Například jsme získali sklárnu v Moldavské republice, abychom posílili naše podnikání ve střední a východní Evropě („Rozšíření působnosti“); zreorganizovali jsme oblast technologie a výroby jako ústřední hnací mechanismus inovací, včetně Inovačního centra v závodě Pöchlarn v Rakousku („Podpora inovací“); a centralizovali jsme a digitalizovali sérii obchodních procesů, jako je plánování nákupu a výroby („Lídr v oblasti kvality“). O některých dalších projektech, na kterých pracujeme, si můžete přečíst v tomto časopise. Pandemie koronaviru, která se v posledních dvou letech pro-

hnala světem, samozřejmě nezanechala Vetropack bez újmy, takže v některých oblastech jsme museli akceptovat zpoždění. Kromě toho je tady ruská agrese proti Ukrajině, která neovlivňuje pouze naše místní zaměstnance, ale ovlivňuje i skupinu Vetropack jako celek.

I přesto naše nová strategie v těchto krizových letech ve zkoušce obstála. Náš obchodní model se opět ukazuje jako robustní a odolný. Zároveň naše vyspělá firemní kultura dává společnosti Vetropack agilnost, kterou potřebujeme, abychom mohli flexibilně a obezřetně reagovat na neočekávané výzvy.



Ne všechno se řídí z centrály

Rozhodně není nutné, aby centrála byla jediným zdrojem impulzů pro změny: v procesu zřizování naší nové italské pobočky jsme se záměrně rozhodli najít pracovníka pro udržitelnost skupiny Vetropack v Boffaloře sopra Ticino.

Od dubna 2022 hraje Nicolas Lootens klíčový úkol při řízení vývoje našeho „jasně udržitelného“ strategického pilíře: právě

14

Rozšíření působnosti v Chişinău (MD)

Na správné cestě k úspěšné integraci –
nový závod Vetropack

16

Podpora inovací v Nemšové (SK)

Přestavba
recyklační linky

20

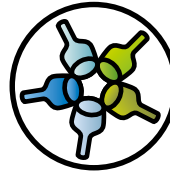
Podpora inovací v Pöchlarnu (AT)

Odlehčená skleněná lahev
snižuje emise CO₂

v tak energeticky náročném odvětví, jakým je sklářský průmysl, je ekologie rozhodujícím faktorem.

Jako průkopníci máme v úmyslu hrát rozhodující roli při transformaci sklářského průmyslu; paralelně pracujeme na neustálém snižování ekologické stopy všech našich obchodních činností a zlepšení recyklace v hodnotovém řetězci.

Strategické iniciativy



Rozšíření působnosti

Jako základ svojí strategie pokračuje Vetropack v upevňování dominantních pozic na domácích trzích. Přibližuje se k zákazníkům a rozvíjí postavení špičkového partnera a poskytovatele komplexních služeb. Zaměřuje se také na expanzi na vybrané trhy.



Růst hodnoty

Vetropack rozšiřuje své pole působnosti vstupem do nových obchodních sektorů v rámci hodnotového řetězce skleněných obalů. Zaměřuje se na nové služby, které logicky rozšiřují naše stávající odborné znalosti, což umožňuje společnosti pokračovat v posilování vztahů se zákazníky.



Podpora inovací

Vetropack chce udávat trendy v odvětví skleněných obalů, a proto proaktivně posouvá inovace vpřed. To platí pro postupné inovace na jedné straně – na druhé straně se zaměřujeme na inovace výrobků a trhu spolu s úplně novými obchodními modely.



Jednoznačně udržitelné

Vetropack prosazuje holistický přístup k trvalé udržitelnosti, který se opírá o dva základní kameny: neustálé snižování environmentální stopy a zlepšování recyklace v hodnotovém řetězci (nevratná a vratná lahev), zatímco se zajišťuje přístup ke klíčovým zdrojům (hlavně střepům).



Lídr v oblasti kvality

Všechno, co Vetropack dělá, směřuje k optimální podpoře strategie na úrovni skupiny. To zahrnuje holistický přístup „provozní dokonalosti“, jako i koordinované struktury a procesy v prodeji, marketingu, technologii a výrobě. Zaměřujeme se na lepší využití příležitostí, které nabízí digitalizace v rámci celé skupiny a staví Vetropack do pozice preferovaného zaměstnavatele.

VÝZVA, KTERÁ SE TÝKÁ NÁS VŠECH

Slovo udržitelnost dnes zná každý – ale co tento pojem znamená pro Vetropack jako společnost?

Nicolas Lootens je od dubna 2022 manažerem pro udržitelnost ve skupině Vetropack. Ve své práci čerpá z mnohaletých odborných zkušeností z oblasti zdraví, bezpečnosti, životního prostředí a řízení udržitelnosti. Tyto zkušenosti získal u různých globálních korporací. Environmentální povědomí je jeho nejvyšší prioritou také v soukromém životě.



Naše Strategie 2030 stanovuje ambiciózní cíle udržitelnosti. Na globální úrovni se udržitelnost v rámci skupiny Vetropack řídí cíli definovanými ve Strategii 2030.

Stanovili jsme si tyto cíle:

- snížíme naši uhlíkovou stopu o dalších 30 % (ve srovnání s rokem 2019)
- zvýšíme podíl střepečů (recyklovaného skla) ve výrobě na 70 % (v současnosti 55 %)
- do roku 2025 budeme využívat 100 % zelené energie
- zavedeme klimaticky neutrální logistiku – od dodavatelů do Vetropacku a následně k zákazníkům

„Toto jsou ambiciózní cíle. Abychom jich dosáhli, definovali jsme si konkrétní akční plány a zavádíme účinná opatření. A protože chceme tento proces ještě více urychlit, tyto akční plány v současné době přezkoumáváme. Důležité je nezapomínat na to, že udržitelnost není jen o ekologii, ale má také ekonomický a sociální rozměr.“

Udržitelnost ve třech rozměrech

Ekonomická udržitelnost zahrnuje především kontinuitu a transparentnost v podnikání, dobré vztahy se všemi zúčastněnými stranami a samozřejmě výzkum a vývoj na podporu inovací. Sociální rozměr udržitelnosti úzce souvisí s cíli udržitelného rozvoje Organizace spojených národů. Ty pokrývají témata, jako je zdraví a bezpečnost, rovnost žen a mužů, diverzita a inkluze, jinými slovy téměř vše, co dělá společnost, jako je Vetropack, dobrým zaměstnavatelem!

„Je důležité zdůraznit, že s našimi aktivitami v oblasti udržitelnosti ve Vetropacku nezačínáme od nuly. Od 90. let jsme již například snížili naše emise skleníkových plynů o 74 %,“ poznamenává Lootens. „A co víc, máme obrovský potenciál,

pokud jde o obnovitelné zdroje, protože máme k dispozici velké plochy. Je samozřejmé, že dalším klíčovým faktorem jsou technologické inovace.“

Kvantifikace snížení naší uhlíkové stopy

Společnost Vetropack se nedávno připojila k iniciativě 'Supplier Leadership on Climate Transition'. Tento program sdružuje mnoho předních světových značek v oblasti potravinářského a nápojového průmyslu s cílem pokračovat ve snižování emisí.

„Udržitelnost vždy začíná malými krůčky. Každý může přispět k větší udržitelnosti ve svém každodenním životě – v práci i jinde.“

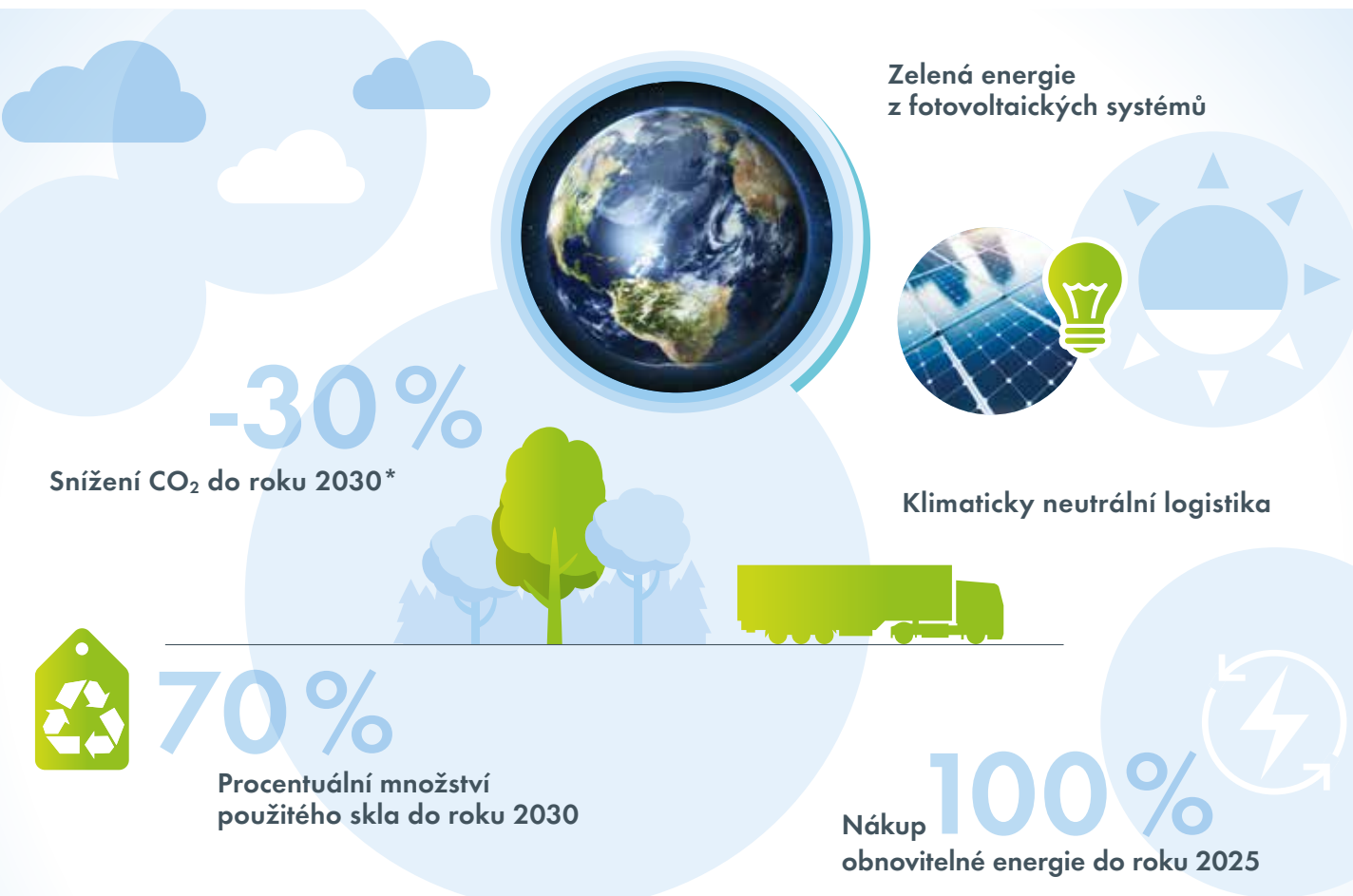
Nicolas Lootens

Členové programu jsou povinni přesně měřit a hlásit své emise. Také se od nich očekává, že budou vzdělávat své dodavatele v oblasti snižování emisí v rámci celého hodnotového řetězce. Pro měření pokroku společnosti Vetropack v dosahování cílů udržitelnosti je obzvláště důležitý jeden ukazatel, a to emise CO₂ na tunu vyrobeného skla.



Nicolas Lootens
manažer pro udržitelnost
skupiny Vetropack

V současnosti je toto číslo 0,436 tuny CO₂ na tunu skla, do roku 2030 by to mělo být až 0,3 tuny CO₂. Závěrem Lootens dodává: „Když se podíváme ještě dále do budoucnosti, mluvíme o uhlíkové neutralitě do roku 2050. To by však vyžadovalo, abychom zemní plyn jako zdroj energie pro proces tavení skla nahradili vodíkem nebo elektřinou. Teoreticky je to možné, ale v praxi máme před sebou ještě dlouhou cestu.“



*v porovnání s rokem 2019



VETROPACK CHIŞINĂU

Na cestě k úspěšné integraci – nový závod skupiny Vetropack

Vetropack Holding Ltd získal koncem roku 2020 moldavské společnosti Glass Container Company S. A. a Glass Container Prim S. A. V rámci integrace do skupiny byly tyto společnosti sloučeny, přejmenovány a od března 2022 fungují jako Vetropack Chişinău.

V Kişiněvě, hlavním městě Moldavska, má Vetropack Chişinău přibližně 500 zaměstnanců, kteří ročně vyrobí více než 112 000 tun skleněných obalů pro potravinářský a nápojový průmysl. V roce 2019 Vetropack Chişinău, v tuto dobu sdružující dvě společnosti, které před fúzí obchodovaly pod různými názvy, vykázal obrát přibližně 40 milionů EUR a vyrobil 100 000 tun skleněných obalů. Vetropack aktivně působí v regionu už desetiletí a integraci nového závodu pokračuje v upevňování vlastní pozice na trhu ve střední a východní Evropě.

Blíže k zákazníkům díky kompletnímu servisu

„Součástí naší integrační strategie je začlenit akvizice do skupiny při zachování jejich lokálního charakteru a identity,“ vysvětluje výkonný ředitel společnosti Vetropack Johann Reiter. „Akvizicí a integrací společnosti, nyní známé jako Vetropack Chişinău, důsledně naplňujeme strategii naší skupiny – přiblížit se našim zákazníkům jako poskytovatel komplexních služeb a dosáhnout dalšího růstu na našich trzích.“

Společnost, která dnes obchoduje pod názvem Vetropack Chişinău, byla založená v roce 1995 v Moldavsku jako odpověď na rostoucí poptávku regionálních výrobců vína, kteří cítili potřebu dalšího lokálního výrobce kvalitních skleněných obalů. Vinařský průmysl v Moldavsku dokázal v posledních letech výrazně zvýšit svůj vývoz do Evropy. Do roku 2021 byly v závodu v Kişiněvě uvedeny do provozu dvě vany s celkem šesti

výrobními linkami, díky tomu se v roce 2021 zvýšila výrobní kapacita o 12 000 tun skla.

Vetropack Chişinău vyrábí široké portfolio skleněných obalů pro potravinářský a nápojový průmysl. Patří sem skleněné lahve různých tvarů, které plní mnoho různých funkcí, dále i sklenice se širokým hrdlem. Prodávají se nejen na rostoucím domácím trhu, ale i na více než 20 exportních trzích. Asi 60 procent místní výroby se vyváží na trhy v regionu, přičemž drtivá většina jde do Rumunska.



Vážné škody v ukrajinském výrobním závodě

Ukrajinský výrobní závod skupiny Vetropack v Gostomelu u Kyjeva byl vážně poškozen během vojenských zásahů. Okamžité obnovení výroby tak není možné.

Skupina Vetropack začala z bezpečnostních důvodů odstavovat ukrajinský závod již v počáteční fázi a tak zabránila ztrátám na životech mezi našimi kolegy. Vzhledem k těmto událostem byli všichni zaměstnanci dočasně uvolněni z práce s plnou mzdou.

Místo bylo v mezičase zajištěno a byla provedena prvotní obhlídka, avšak na podrobné vyhodnocení vojenských škod se ještě čeká.

Výrobní zařízení bylo vážně poškozeno a celková situace v regionu je stále ovlivněna vojenskými akcemi, z tohoto důvodu nebude možné obnovit provoz ani v delším časovém

horizontu. Tyto důvody přinutily skupinu Vetropack zrušit dvě třetiny z přibližně 600 pracovních míst v závodě.

Skupina Vetropack je nadále přesvědčená o potenciálu závodu a neplánuje ho trvale uzavřít. Hlavní tým v čele s generálním ředitelem v současnosti pokračuje v prošetřování situace na místě. Dělají první kroky k přípravě na případnou opravu a rekonstrukci výrobního zařízení. Obzvláště důležitou součástí jejich práce je zajištění skleněných obalů a surovin skladovaných na místě.

'na kole do práce' pro Ukrajinu



bike to work je kampaň po celém Švýcarsku, která je zaměřená na podporu zdraví zaměstnanců ve firmách. Každý rok jezdí během května a června přes 70 000 zaměstnanců na kole do práce. **bike to work** pomáhá přibližně 2 400 společnostem posílit týmového ducha a kondici jejich zaměstnanců a zároveň prokázat svůj závazek k udržitelné mobilitě. Zaměstnanci společnosti Vetropack Holding Ltd v Bülachu šlapali do pedálů nejen pro své vlastní zdraví, pro snížení emisí CO₂ a zajištění dobrého umístění svému týmu, ale také proto, aby projevíli podporu svým kolegům na Ukrajině. Společnost Vetropack totiž oznámila, že je připravena věnovat 1 CHF za každý ujetý kilometr. Za 621 dní tak 28 zaměstnanců najelo přes 9 600 km, což přineslo 10 000 CHF!

Nadace Vetropack Gostomel: Vetropack založil nadaci, jejímž cílem je poskytovat podporu kolegům na Ukrajině. Každý může přispět a přímo podpořit naše zaměstnance postižené krizí na Ukrajině. Chcete-li si přečíst více, použijte tento QR kód:





VETROPACK NEMŠOVÁ

Rekonstrukce recyklační linky v Nemšové

Ve sklářském průmyslu sílí tlaky na neustálé zvyšování používání skleněných střepek, proto sklárna průběžně modernizuje výrobní technologie.

Situaci jí však komplikovalo zrušení kontejnerů na třídění skla podle barev. „Smíchané hnědé, zelené a bílé střepek nejsou vhodné pro tavení bílé skloviny a linka fungující od roku 2008 nebyla schopná dostatečně bílé střepek z mixu vytřídit,“ vysvětluje Ján Kebísek, vedoucí provozu přípravy skloviny. „Proto jsme se rozhodli linku na úpravu střepek rekonstruovat s cílem navýšit její kapacitu a maximalizovat výnos bílých střepek.“

Modernizace linky ušetří asi 4 000 tun základních surovin měsíčně

Kapacita linky se zvýšila o 50 % a ročně bude zpracovávat cca 140 000 tun odpadního skla. Jan Kebísek vypočítává, že měsíčně sklárna ušetří zhruba 4 100 tun primárních surovin a sníží uvolňování CO₂ o 550 tun. Na každých deset procent střepek, které se přidají do vsádky, se ušetří asi tři procenta energie a sedm procent oxidu uhličitého. Nemšovská sklárna je schopna touto investicí přispět ke snížení zátěže životního

prostředí a jako jediný zpracovatel pokrýt současné a budoucí potřeby Slovenské republiky v oblasti recyklace obalového skla.

Pro dosažení maximálního třídění bílých střepek bylo nutné instalovat sušičku střepek, za kterou je instalována jednotka určená ke strhávání papírových etiket. Takto upravené střepek postupují ke stávajícím optickým separátorům, kde jsou odstraněny nežádoucí přísady, jako je porcelán, keramika, sklokeramika a další nežádoucí části. Protože je však spolu s těmito nežádoucími přísadami vyloučeno i použitelné sklo, putuje tento odpad do přestavěného optického třídíče, kde je z tohoto proudu vyloučeno ještě použitelné sklo. Nyní je do linky navíc zařazena nová třídící jednotka od společnosti Binder, která dočistí bílé střepek, a ještě z nich vytřídí zbylou sklokeramiku a olovnaté sklo. Na konci celé linky přibyl i další dopravní pás, aby bylo možné dostat současně

oba barevné proudy (bílé i smíšené střepy) do skladovacích sil.

Sklo je jediný materiál, který je možné recyklovat donekonečna bez ztráty kvality. Vždy může být přeměněno na nové, stejně bezpečné balení potravin a nápojů. Je ideálně vyrobeno až z 95 procent použitého skla. Proto je velmi důležité zajistit vysokou kvalitu ošetřených střepů.

Dvojitě výročí

Vetropack Nemšová, s.r.o., jediný výrobce skleněných obalů na potraviny a nápoje na Slovensku, si na podzim 2022 připomíná významné výročí. Vetropack Nemšová slaví 120 let od založení sklárny a 20 let od vstupu do mezinárodní skupiny Vetropack.

120 VETROPACK
NEMŠOVÁ
1902 · 2002 · 2022

VETROPACK KREMSMÜNSTER

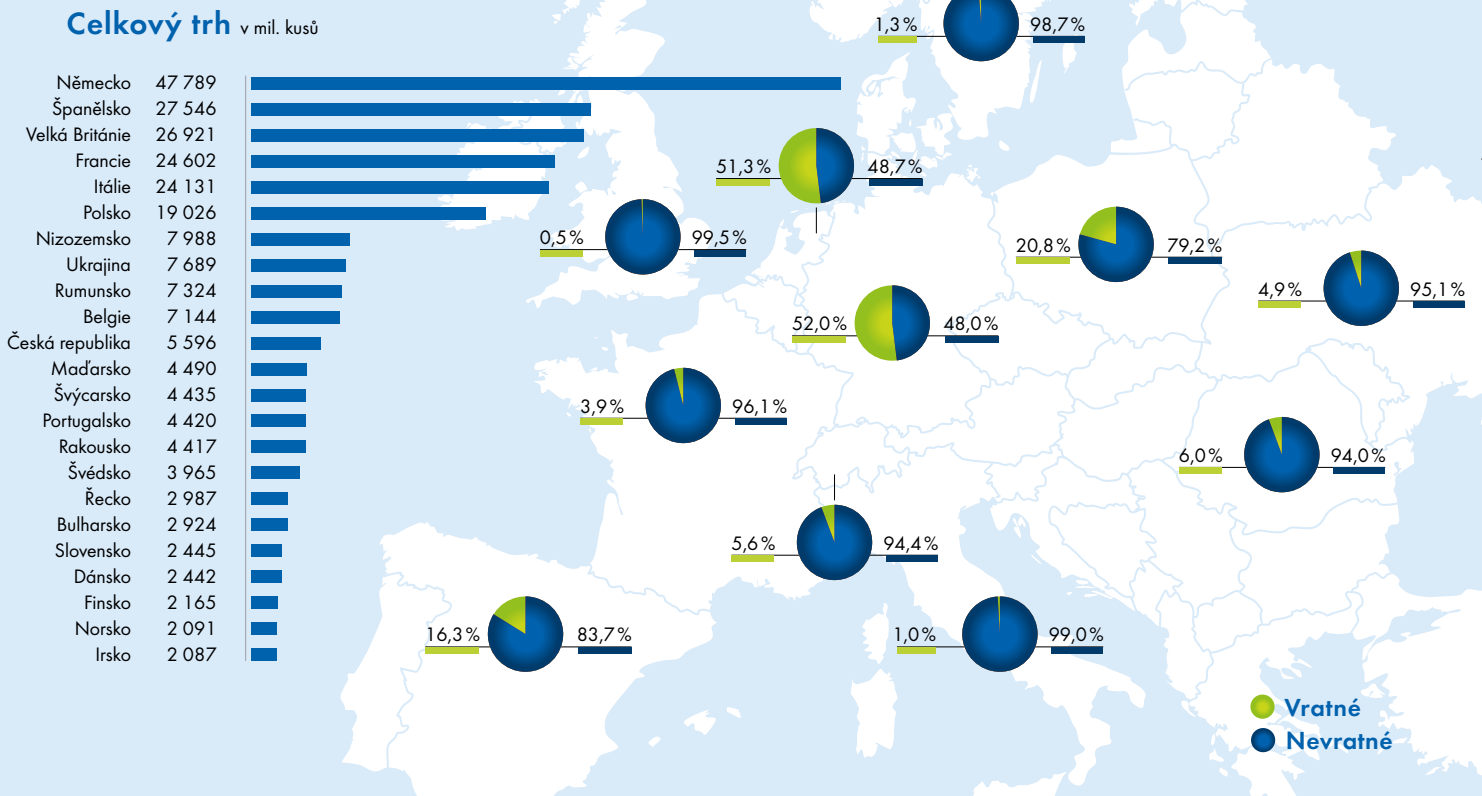
Jednoznačně udržitelné: využíváme sluneční energii pro sebe

V závodě Vetropack v Kremsmünsteru je v současné době instalováno rozsáhlé fotovoltaické zařízení. Díky tomuto víceetapovému projektu budeme moci efektivně využít naše střešní plochy a sílu slunce.



Efektivní využití střešních ploch, výroba solární energie a zároveň úspora CO₂: to vše získá ve spolupráci s VERBUND (přední rakouská energetická společnost) závod Vetropack v Kremsmünsteru v Rakousku. První fáze tohoto víceetapového projektu už dostala zelenou. Po dokončení prací v srpnu

2022 bude elektrárna vyrábět solární energii odpovídající roční spotřebě asi 400 domácností. Energie se bude využívat přímo v závodě v Kremsmünsteru, aby byla výroba skla ještě udržitelnější.



PŘEKLENUTÍ MEZERY MEZI NEPOHODLÍM A POHODLÍM

Průzkum ve Švýcarsku odhalil, jak vnímají spotřebitelé obaly nápojů – a Vetropack již reaguje na výsledky

Jak spotřebitelé nakupují nápoje? Které faktory ovlivňují jejich každodenní rozhodování? A jak se dívají na různé druhy obalů?

Hlubková studie ukázala, že koncoví spotřebitelé hodnotí své pohodlí velmi vysoko, a to představuje pro Vetropack výzvu. Naši odpovědi je vylepšená technologie, díky níž je sklo lehké a zároveň odolné.

Pokud jde o spotřebu nápojů, každý trh je jiný. Podíl skleněných lahví, PET lahví a plechovek se může značně lišit v důsledku mnoha faktorů, jako jsou spotřebitelské zvyklosti, předpisy o zálohách, dostupnost v obchodech a v neposlední řadě existence (či neexistence) systému vratných lahví. To jsou jen některé z parametrů, které je třeba vzít v úvahu při posuzování šance získání podílu na trhu. Jedním ze způsobů, jak lze tohoto cíle dosáhnout, je zavedení nové metody balení, která jednak optimalizuje procesy v rámci hodnotového řetězce, ale také zvyšuje udržitelnost. Určité množství obecných znalostí týkajících se spotřebitelských preferencí a trendů je již k dispozici, ale podrobný průzkum je jediný způsob, jak získat faktické poznatky zaměřené na konkrétní trh.

Tento fakt přiměl společnost Vetropack k zadání takové studie ve Švýcarsku. Cílem studie bylo lépe porozumět postojům a chování lidí v oblasti spotřeby nápojů (piva a nealkoholických nápojů), se zaměřením na vliv obalů, a to zejména (vratných) skleněných lahví. Prvním krokem průzkumu bylo rozlišení uživatelských skupin. Zde hraje roli mnoho faktorů, včetně věku, povědomí o životním prostředí, výše příjmů nebo místa bydliště. Jeden rozlišující faktor se však ukazuje jako nejdůležitější.

Téměř v každé zemi na světě (a Švýcarsko není výjimkou) existuje významný rozdíl mezi lidmi s (více) městským životním stylem na jedné straně a lidmi s (více) venkovským způsobem života na straně druhé. Studie označuje tyto protichůdné švýcarské spotřebitelské skupiny jako „urbanisty“ a „tradicionalisty“.

Proč a jak jsou návyky spotřebitelů ovlivněny tím, kde lidé žijí?

Typičtí tradicionalisté tráví více času doma, mají více úložného prostoru a pravidelněji využívají auta, zvláště když jdou nakupovat. Urbanisté mají spontánnější životní styl a obvykle

nakupují v menším množství, částečně i proto, že jejich nosné a skladovací kapacity jsou omezené. Jak tyto aspekty ovlivňují spotřebitelské vnímání nápojových obalů a související vzorce chování?

Zde můžeme zmínit jedno obecné tvrzení, lidé jednoznačně vnímají skleněné lahve jako nápojový obal nejvyšší kvality. Nápoje ze skleněných lahví chutnají čerstvě, zůstávají déle studené a sklo nemá negativní vliv na chuť, na rozdíl od PET lahví a plechovek. Sklo je také vnímáno jako hygieničtější, udržitelnější a prémiovější. Poslední zmíněný atribut je zvláště důležitý pro konzumaci na společenských akcích, jako jsou večírky a různá setkání. Tradicionalisté i urbanisté však zmiňují i některé nevýhody. Sklo vnímají jako méně pohodlné kvůli jeho váze a riziku rozbití a také proto, že některé skleněné lahve se nedají znovu uzavřít.

Podrobná analýza výsledků průzkumu ukazuje, že urbanisté přikládají větší význam pohodlí. Na druhou stranu tradicionalisté jsou sklu otevřenější, protože se méně zajímají o přepravu a skladování.

Průzkum také ukázal, že starší generace si ve Švýcarsku stále pamatuje vratné lahve jako rozumný systém, zejména z hlediska udržitelnosti, i když se od rozsáhlého používání takových systémů v 70. letech minulého století upustilo. Respondenti překvapivě nebyli schopni identifikovat obecnou ekologickou výhodu skla. Obaly všech typů jsou obvykle odesílány k recyklaci, takže účastníkům nebylo zřejmé, že (vratné) sklo je ekologičtější než PET nebo plechovky. K tomuto závěru dospěli až poté, co se nad otázkou zamysleli. To ukazuje, že udržitelnost je považována za méně relevantní, než by se dalo očekávat, vzhledem k tomu, že jde o tak prominentní téma v médiích a společnosti obecně.

Překlenutí mezery mezi nepohodlím a pohodlím: sklo může být lehké i robustní

Vetropack jako průmyslový inovátor nedávno vyvinul nový typ skla, který je nejen lehký, ale i robustní. Úspěšný pilotní projekt proběhl v Rakousku (více informací najdete v článku pivovaru Mohrenbrauerei) a cílem je nyní zacetit mezeru mezi vratným sklem a ostatními typy nápojových obalů (PET lahve, plechovky a lahve na jedno použití), které dominují švýcarskému trhu.

Studie jasně ukázala, že skleněné obaly skrývají významný potenciál, zejména v segmentu piva, kde je sklo nejrozšířenějším druhem balení. Tradicionalisté, kteří jsou obecně otevření skleněným a vratným lahvím, by ocenili nižší hmotnost a zvýšenou robustnost. Také urbanisté by asi byli ochotnější nakoupit.

Netřeba dodávat, že jedním z klíčových faktorů úspěchu je možnost vrátit použité lahve téměř kdekoli. To je důvod, proč jsou maloobchodníci tak důležitým článkem v distribučním řetězci. Začít by mohli například nabídkou speciálních piv v nových vylepšených skleněných lahvích jako základ pro znovuzavedení systému vratných lahví. Poté by mohli systém postupně rozšiřovat o další piva a nealkoholické nápoje, a tím využít udržitelnosti tak, že svým zákazníkům nabídnou ekologičtější způsob, jak si vychutnat své oblíbené nápoje. Nižší hmotnost a vyšší stabilita jsou další faktory, které přinášejí výhody pro stáčírný nápojů. Lehčí lahve snižují námahu a spotřebu energie a jejich robustnost pomáhá snižovat míru rozbití po celou dobu životnosti.

Evan Williams, obchodní ředitel společnosti Vetropack,

„Tato studie potvrdila vylepšené výkonnostní vlastnosti technologie skla Vetropack jako krok vpřed k vratným systémům...“

Evan Williams

na závěr shrnuje: „Tato studie potvrdila vylepšené výkonnostní vlastnosti technologie skla Vetropack jako krok vpřed k vratným systémům. Ve Švýcarsku už vratné sklo v segmentu HORECA máme a zavedla ho i řada prodejců. Další úsilí bude zapotřebí k zapojení a vzdělávání různých zúčastněných stran, abychom mohli změnit spotřebitelské návyky a překonat specifické vstupní bariéry v místě nákupu. Výhody udržitelnosti jsou četné a zřejmé. Udržitelnost je však pro značku spíše emocionálním argumentem a musí být podpořena hmatatelnými výhodami pohodlí, zejména v městských oblastech.“

ZELENĚJŠÍ ZPŮSOB JAK SI VYCHUTNAT PIVO

Pivovar Mohrenbrauerei ve Vorarlbersku (Rakousko) snižuje emise CO₂ zavedením lehčených skleněných lahví od společnosti Vetropack pro další pivo ze svého sortimentu

Naše robustní, lehčená vratná lahev vzbudila v tomto koutě Rakouska senzaci. Mohrenbräu Spezial je nyní po Mohrenbräu Pfiff druhým pivem z tohoto pivovaru v praktické a výjimečně udržitelné 0,33litrové lehčené skleněné lahvi od společnosti Vetropack. Tato lahev snižuje uhlíkovou stopu až o 25 procent.



Vychutnávat si širokou škálu inovativních piv patří k životu v rakouské spolkové zemi Vorarlbersko. Piva jsou zde poněkud silnější než například v nedalekém regionu Allgäu a je zde široká škála sezónních a inovativních piv, která nabízejí speciální chuťové zážitky. Za to vděčí také pivovaru Mohrenbrauerei založenému Johannem Mohrem v Dornbirnu v roce 1763. V 19. století přešel pivovar do vlastnictví rodiny Huber a dodnes má úzké vazby s lidmi a regionem. Podíl na trhu o velikosti 53 procent vysílá jasnou zprávu a mnoho obyvatel z Vorarlberska zůstává věrných svému oblíbenému pivu i dlouho poté, co opustili region.

Povědomí o tradici spojené s inovací

Andreas Linder, vedoucí marketingu v pivovaru Mohrenbrauerei, uvádí: „Považujeme se za pivovar, který je inovativní a udržitelný. Svou práci samozřejmě děláme s profesionalitou a vášní a k tématu piva přistupujeme celostně. To zahrnuje dialog s našimi zákazníky, rozmanitou nabídku pro-

duktů, servis a odbornost produktů, pravidelnou údržbu a modernizaci výrobního závodu a výdejního zařízení – seznam by mohl pokračovat.“ Návštěvníkům pivovaru Mohrenbrauerei nabízíme svět plný zážitků, zúčastnit se mohou semináře o vaření piva nebo se stát pivním somelierem a ochutnat piva všech stylů, která jinde téměř nenajdete. V posledních dvou letech přidal pivovar do svého sortimentu ležák a pšeničné pivo, které zahrnuje i trendy odrůdy jako Pale Ale, Radler Grapefruit



Andreas Linder
vedoucí marketingu
Mohrenbrauerei

a řadu místních specialit. Vedle těchto druhů nabízí pivovar každou sezónu asi šest inovativních piv, která vaří jen v malém množství (kolem 200 až 600 lahví), takže jsou velmi žádaným artiklem mezi sběrateli. Například v letní sezóně 2022 vzniklo nové pivo Mojito, které otevřelo dosud neznámý svět chutí.

Nejprodávanější pivo nyní k dispozici ve vratné lehčené skleněné lahvi

S podílem na trhu přesahujícím 30 procent je pivovar díky pevnému postavení Mohrenbräu Spezial lídrem v tomto segmentu. Od roku 2022 je toto pivo k dostání také v lehčené skleněné lahvi od společnosti Vetropack o objemu 0,33l. Při výrobě této vratné lahve, která váží pouhých 210 gramů (místo 300 gramů), je použit speciální proces tvrzení. U tepelně tvrzeného sklo potom dochází k menšímu opotřebení kontaktních ploch (odírání). Jsou to již tři roky, co pivovar Mohrenbrauerei začala používat lehčené skleněné lahve od společnosti Vetropack pro svá piva Pfiff „March Beer“ a Radler. Díky tomu se snížil objem, který je třeba přesunout z bodu A do bodu B, o 1 000 tun ročně, což snižuje náklady na logistiku. „A pro pivo Mohrenbräu Spezial budou úspory mnohonásobně větší,“ s potěšením podotýká Linder. „To skvěle zapadá do naší image inovativního a udržitelného pivovaru, který si cení a podporuje sociální solidaritu. Jako další příklad můžeme uvést, že všechny naše energetické požadavky jsme schopni

„Tehdy byl pivovar Mohrenbrauerei jediným pivovarem v Rakousku, který byl ochoten zapojit se do experimentu s lehčeným sklem. Tím jsme skutečně předběhli dobu.“

Andreas Linder

pokryt pomocí zelené energie.“ Celkové emise CO₂ na lahev jsou sníženy nejméně o jednu čtvrtinu ve srovnání s běžnou 0,33litrovou vratnou lahví.

Průkopník v oblasti udržitelnosti

Další výhodou je, že přepravy s lahvemi z lehčeného skla jsou nižší, takže lze na paletu naskládat šest přepravků na sebe, místo pěti jako dříve. Celkově se tedy jedná o významný krok na cestě k větší udržitelnosti. A historie této cesty sahá daleko do minulosti. První jednání mezi společností Vetropack a pivovarem Mohrenbrauerei proběhla již v roce 1998. „Tehdy byl pivovar Mohrenbrauerei jediným pivovarem v Rakousku, který byl ochoten zapojit se do experimentu s lehčeným sklem. Tím jsme skutečně předběhli dobu, protože



změna obalu tohoto druhu by neměla být podceněna. Zahrnuje podrobné testy produktu – jaký je pocit z lahve, jak se v ní pivo chová, jak vypadá etiketa a podobně. Potom je třeba proces koordinovat se všemi zúčastněnými stranami a také je tu technická přestavba stáčíren. Nakonec však o úspěchu produktu rozhoduje trh a koncoví zákazníci. Bez nadsázky lze říci, že na začátku jsme se setkali s jistou skepsí. Po dlouhou dobu totiž neměla otázka udržitelnosti priority, kterou má nyní. Naštěstí se věci změnila a dnes je udržitelnost důležitá pro mnoho zákazníků, někteří ji dokonce cíleně vyhledávají.“

Vratná lahev od společnosti Vetropack na pivo Mohrenbräu Spezial o objemu 0,33l přichází tedy přesně v pravý čas. Nabízí vhodnější způsob, jak zlepšit klimatickou stopu a učinit toto pivo udržitelnějším. Ale to není všechno. V době, kdy celková spotřeba piva na celém světě klesá, otevírá si pivovar Mohrenbrauerei přístup k novým cílovým skupinám, například lidem, kteří věnují zvláštní pozornost životnímu prostředí nebo těm, kteří mají omezenou možnost přepravy více věcí nebo preferují menší množství.

Přijde řada i na 0,5litrové lahve?

Andreas Linder dodává: „Ano, byli jsme průkopníky této lehčené skleněné lahve vyrobené společností Vetropack a tento jedinečný status nám bude chybět, protože se tento nový obal na trhu stále více rozšiřuje. Ale výhody jsou jasně viditelné a potenciál je prostě obrovský. Takže jsme hrdí, že jsme v tomto příběhu sehráli svou roli... a kdo ví? Možná brzy nastane čas a na řadu přijdou i 0,5litrové lahve. Přestože se zatím nic konkrétního neplánuje, v zásadě nevidím důvod, proč by tento úspěšný příběh neměl pokračovat.“



HALLMARK

Sklo – donekonečna opakovaně použitelný obalový materiál

Všichni usilujeme o udržitelnější budoucnost. Obyvatelé Evropy se snaží snížit svou ekologickou stopu. Jejich očekávání jsou křišťálově čistá – podniky by měly dělat více, aby jim pomohly činit udržitelnější rozhodnutí...

Sklářský průmysl je dlouhodobě důvěryhodným partnerem, který pomáhá firmám i soukromým osobám tato očekávání plnit. Sklo je recyklovatelné a chrání produkt uvnitř. Máme-li spolupracovat na dosažení udržitelnější budoucnosti, musíme světu připomenout, co na skle miluje, a také roli, kterou může sklo hrát při přeměně této vize budoucnosti ve skutečnost. Z tohoto důvodu vznikl Glass Hallmark – symbol udržitelnosti skla.

Tím, že budete poukazovat na speciální vlastnosti skleněných obalů, můžete zvýšit ekologickou, sociální a ekonomickou udržitelnost celého svého produktového portfolia. Zákazníkům můžete lépe sdělovat, že sklo je donekonečna opakovaně použitelný a znovu zpracovatelný materiál, který lze snadno recyklovat, a také že je to inertní materiál, který chrání výrobek uvnitř a zajišťuje jeho trvanlivost.

Spotřebitelé stále více vnímají udržitelnost a uvědomují si dopady svých vlastních nákupních rozhodnutí. Obaly zůstávají jedním z nejlepších komunikačních kanálů, jak dokazují iniciativy, jako je například logo Fairtrade, které se stalo všeobecně uznávaným.



Zvyšující se povědomí

Značka Hallmark má spotřebitelům připomenout, co na skle milují a jak snadno se recykluje.



Sklo je přírodní.

Sklo je autentické a neznečišťuje životní prostředí. Je vyrobeno ze surovin, které se vyskytují v přírodě.



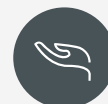
Sklo lze recyklovat donekonečna.

Sklo je 100% opakovaně použitelné a lze jej recyklovat donekonečna bez ztráty kvality.



Sklo zachovává kvalitu produktu.

Sklo je inertní a funguje jako bezpečná bariéra proti vnějším vlivům. Kromě ochrany kvality produktu chrání také zdraví spotřebitelů.



Sklo je pečující.

Tím, že si vybereme sklo, chráníme naše životní prostředí – a tím i naše vlastní zdraví.

STUDIE O MIGRACI CHEMICKÝCH LÁTEK

„Jen špička ledovce“

Obal chrání potraviny před škodlivými vlivy během skladování, přepravy nebo prodeje. Nové studie však ukazují, že výzkum zdravotních rizik, která jsou způsobena migrujícími chemickými látkami, zůstal zatím na velmi základní úrovni. Pokud vůbec. Tato rizika však mohou být mnohem větší, než se dosud předpokládalo.

Všichni víme, že obaly hrají klíčovou roli na našem globalizovaném trhu s potravinami. A v mnoha případech je obal skutečně nepostradatelný, protože umožňuje delší uchování potravin a jejich přepravu na velké vzdálenosti. Stejně tak již delší dobu víme, že obaly mohou být také významným zdrojem chemických látek, které se mohou uvolňovat do potravin.

Účinky těchto látek – známých jako chemikálie ve styku s potravinami (CSP) – byly v posledním půlstoletí předmětem mnoha vědeckých studií. A dokonce existují jasné důkazy, že alespoň malý počet těchto CSP má negativní vliv na lidské zdraví¹.

Zaměřme se na to, jak chemikálie ve styku s potravinami ovlivňují zdraví

Například studie, která byla nedávno publikována evropskými vědci², ukazuje, že minimálně 29 chemických látek – včetně bisfenolů a ftalátů používaných v mnoha typech obalů – představuje významný rizikový faktor ve snížení kvality spermatu a další negativní efekty. Studie ukazuje „znepokojující překročení přípustného kombinovaného vystavení“ různým syntetickým chemikáliím, se kterými lidé přicházejí do styku v každodenním životě z vícero zdrojů, včetně potravinových obalů. Velmi znepokojující je, že u devíti chemikálií detekovaných v moči byla akceptovatelná míra expozice překročena 14krát. U vysoce exponovaných mužů byla hodnota překročena více jak 100krát.

Tyto výsledky jsou alarmující o to více, že dramatický negativní trend týkající se plodnosti je u mužské populace dokumentován již několik desetiletí. Vědci proto vyzývají úřady, aby jednaly rychle a zakázaly zejména bisfenol A (BPA) v materiálech, které přicházejí do styku s potravinami.

Studie odhaluje velké mezery ve znalostech

Nicméně, toto by mohla být jen špička ledovce, jak ukazuje další nedávno publikovaná mezinárodní studie, na které jsem sama aktivně spolupracovala. Cílem této práce bylo vytvořit systematický přehled všech chemických látek, které kdy byly zjištěny v materiálech určených pro styk s potravinami, včetně

jejich obalů. Databáze migrujících a extrahovatelných chemikálií ve styku s potravinami (FCC migex Database) obsahuje informace z celkem 1 210 studií³.

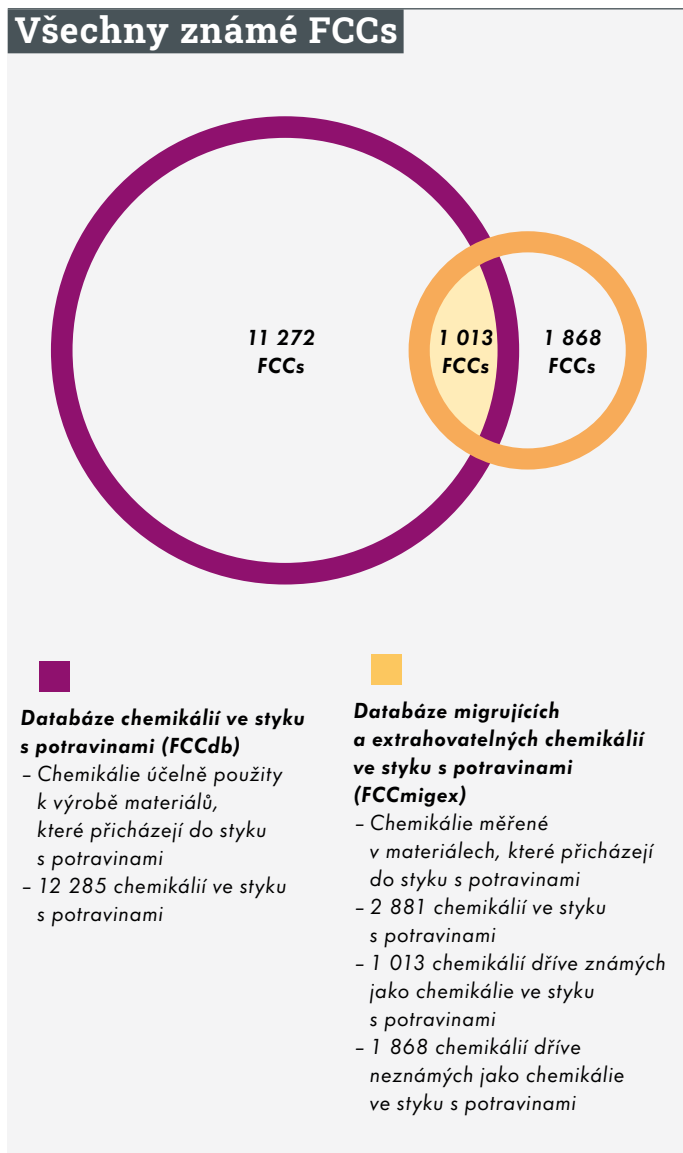
Výsledky jsou ohromující. Zjistili jsme, že celkem bylo doposud zjištěno 2 881 CSP v celkem šesti skupinách materiálů přicházejících do styku s potravinami (MSP) – včetně plastů, papíru a kartonu, kovů, multimateriálů (jako jsou nápojové kartony), skla a keramických materiálů. Nejpřekvapivějším zjištěním však



Autorka článku, Dr. Jane Muncke, je od roku 2012 výkonnou ředitelkou a hlavní vědeckou ředitelkou organizace Food Packaging Forum, což je charitativní nadace v Curychu. Vystudovala Environmentální toxikologii (PhD) a Environmentální vědy (MSc) a má zkušenosti s akademickým výzkumem materiálů přicházejících do styku s potravinami, jako jsou plasty používané při balení.

bylo, že až doposud nebylo asi 65 % těchto chemických látek známých jako látky používané v materiálech, které následně přicházejí do styku s potravinami. Naše výsledky ukazují, že se minimálně 14 153 chemických látek nachází v obalech pro potraviny, ve zpracovatelských zařízeních a skladovacích

nádobách atd. (viz graf níže). Nejnepokojivějším faktem je, že nevíme prakticky nic o způsobu, jakým mnohé z těchto látek ovlivňují lidské zdraví.



Nevíme, jak jsou škodlivé, když je denně přijímáme s potravou v malých množstvích, ani to, zda zůstávají trvale v našem těle, nebo jak se vzájemně ovlivňují, když se ve směsích uvolňují z obalů do potravin. Tato skutečnost mě opravdu překvapila, protože jsme předpokládali, že úřady toto bedlivě sledují. Ve skutečnosti tomu tak ale není a chemické látky v obalech potravin jsou z velké části nekontrolované.

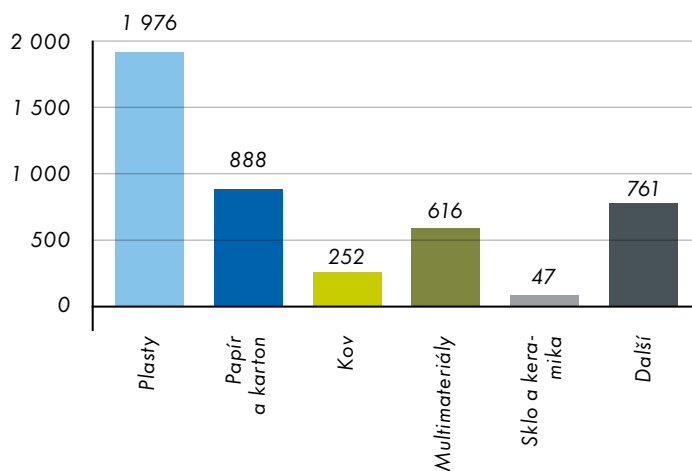
Dalším pozoruhodným aspektem bylo množství CSP napříč různými skupinami materiálů. Není zcela překvapivé, že například velká většina CSP byla detekována v MSP vyrobených

„Sklo a keramika mají zdaleka nejmenší počet naměřených chemických látek určených pro styk s potravinami.“

Jane Muncke

z plastu, zatímco sklo a keramika měly zdaleka nejmenší počet naměřených CSP (viz graf níže). Souvisí to se skutečností, že plasty jsou syntetické látky – to znamená materiály vyrobené člověkem, které se skládají z mnoha různých syntetických chemikálií, z nichž některé jsou ve skutečnosti zcela neznámé. Plasty jsou proto vysoce komplexní materiály. Sklo a keramika jsou oproti tomu velmi jednoduché, jsou vyrobeny z malého množství surovin, takže jsou velmi dobře popsitelné. V těchto materiálech se nevyskytují žádné neznámé látky. Celkově naše výsledky zdůrazňují naléhavou potřebu podrobněji prozkoumat a zdokumentovat účinky CSP. To však mělo být provedeno ještě předtím, než se začaly používat ve velkém měřítku, jako

Zjištěné FCC podle typu materiálu přicházejícího do styku s potravinami



Počet chemických látek zaznamenaných v Databázi migrujících a extrahovatelných chemikálií ve styku s potravinami (FCCmigex), rozdělených podle materiálů. Nejčastější je chemikálie detekována v plastech. V této materiálové skupině bylo dosud naměřeno celkem 1 976 různých chemikálií. Ilustrace: Birgit Geueke z Food Packaging Forum.

je tomu dnes. Jde však o nesmírně časově, materiálově a finančně náročný úkol, a to kvůli velkému množství chemických látek, které vyžadují lepší prozkoumání. Z těchto důvodů je důležité omezit používání CSP a používat pouze materiály, které byly řádně prozkoumány a shledány jako nezávadné. Do této

skupiny patří skleněné a keramické materiály nebo nerezová ocel, jejichž chemické složení je přesně známo a z nichž se do potravin uvolňuje pouze málo chemických látek, pokud vůbec nějaké.



¹ Muncke, J. et al. (2020) „Impacts of food contact chemicals on human health: a consensus statement.“ *Environmental Health* 25(20). (Summary: <https://www.foodpackagingforum.org/news/scientific-consensus-statement-on-food-contact-chemicals-and-human-health>).



² Kortenkamp, A. et al. (2022). „Combined exposures to bisphenols, polychlorinated dioxins, paracetamol, and phthalates as drivers of deteriorating semen quality.“ *Environment International*. DOI: 10.1016/j.envint.2022.107322. (Summary: <https://www.foodpackagingforum.org/news/study-identifies-chemicals-driving-semen-quality-deterioration>)



³ Food Packaging Forum (2022). „FCCmigex Database.“ <https://www.foodpackagingforum.org/fccmigex>

Trezzaano · IT

Z pramenů pohoří Geracesi

Bílá skleněná lahev má pouze jeden dekorativní prvek, a to slovo „Geraci“ vystupující z těla lahve. Jednoduché, praktické a zredukované na to nejpodstatnější. Podlouhlý tvar lahve odráží samotnou povahu vody – autentickou a čistou.



HUM NA SUTLI · HR

Výrobek vyrobený od srdce

Ve spolupráci se Smith Lumen, renomovanou italskou agenturou, byla vyvinuta nová pozice na trhu. Tento sofistikovaný a efektní design v podobě reliéfu pod etiketou byl aplikován na obal odborníky ze společnosti Vetropack.



Nemšová · SK

Pocta slovenské tradici

„Modrotisk“ je na Slovensku obľíbenou barvicí technikou již od počátku 18. století. Tato speciální edice borovičky v zářivě modré lahvi upoutá nejen svou neobvyklou barvou, ale také jasnými liniemi.



Kremsmünster · AT

Italský „dolce vita“

Požadavkem na design lahve bylo spojení tradice a autenticity. To je úspěšně podtrženo reliéfem „Birra Moretti“, který se nachází pod poutavou etiketou.



Kremsmünster · AT

Mocní trpaslíci!

Tato chutná svačina od Berglandmilch se dodává v neobvyklé skleněné nádobě. Pro tyto malé sklenice bylo vyvinuto speciální ústí, které umožňuje použít teplo těsnící uzávěry. Díky vylehčení se také výrazně snížila celková hmotnost obalu.



Kremsmünster · AT

Zcela nový vzhled

Gurktaler, tradiční alpský bylinný likér, ve zcela novém designu. Lahev má nový tvar, který vzdává hold starověké zdi opatství Gurk. Redesign této lahve ukazuje, jak se tradiční a moderní prvky mohou dokonale doplňovat.



Výjimečná elegance

Jemné křivky lahve na šampaňské v kombinaci se štíhlými liniemi lahve na víno. Kreativní design, který hraje na výjimečně elegantní notu, stejně jako nové Organic Rosé Moments z vinařství Markus Huber. Návrh tohoto jedinečného tvaru vytvořila společnost Vetropack Austria.



Lehká, stabilní a odolná

Technologie Echovai představená na veletrhu Drinktec je speciálně navržena, aby splnila tyto požadavky. Znamená skutečný průlom v segmentu vratných lahví. Echovai, stabilní lahve z tvrzeného lehčeného skla, které šetří materiál, byly vyvinuty v Inovačním centru společnosti Vetropack v Pöchlarnu (Rakousko). Nové lahve jsou až o 30 % lehčí než standardní vratné lahve a navíc mají delší životnost a jsou odolnější proti opotřebení.



Chtěli byste tuto novou technologii vyzkoušet?

Pokud ano, objednejte si vzorek e-mailem na: echovai@vetropack.com a užijte si její křišťálově čisté výhody (platí pouze do vyprodání zásob).



ZAŽIJTE VETROPACK!

Veletrhy · Výstavy a akce

Které trendy a výzvy utvářejí budoucnost tohoto odvětví, jak se technologie dále vyvíjejí a které inovace proměňují skleněné obaly? Více se dozvíte na jedné z našich akcí!

Využijte příležitost k osobní diskusi a seznámte se lépe s Vetropackem. Rozšiřte si své odborné znalosti v oboru návště-

vou našich prezentací a výstav, nebo nás navštivte na veletrhu a sami se přesvědčte o našich inovacích. Naši odborníci s vámi rádi naváží dialog, abychom si mohli vyměnit nápady na nový vývoj. Rádi vás přivítáme na některé z mnoha akcí pořádaných skupinou Vetropack, ať už v letošním nebo příštím roce!

	MÍSTO	ZEMĚ	DATUM
HOT HOT HOT. Sklo, keramika a porcelán od A do Z	Praha	Česká republika	14. 04.–02. 10. 2022
Structia: Industrial Installations	Krapina	Chorvatsko	05. 09.–18. 09. 2022
Drinktec: Přední světový veletrh pro průmysl nápojů a tekutých potravin	Mnichov	Německo	12. 09.–16. 09. 2022
Simei: Mezinárodní výstava enologického a stáčecího zařízení	Miláno	Itálie	15.–18. 11. 2022
Výroční konference Swiss Packaging Institute (SVI): Balení potravin budoucnosti	Curych	Švýcarsko	17. 01. 2023
EMPACK: The Future of Packaging	Curych	Švýcarsko	25. 01. 2023
BrauBeviale 2023: Výstava investičního zboží pro nápojový průmysl	Norimberk	Německo	14. 11.–16. 11. 2023

Sledujte nás na LinkedIn

Na našem LinkedIn profilu vám týden co týden přinášíme úspěšné příběhy, příspěvky týkající se naší společnosti nebo pohled do historie společnosti Vetropack. Je to váš zdroj informací z první ruky o našich zaměstnancích, nových nábo-rech nebo podrobnostech o našich akcích. Jednoduše sledujte Vetropack a nikdy nezmeškáte nejnovější zprávy!