

VETRO TIME



Nesporná fakta

Průkopnická technologie zahrnuje tepelné temperování skleněných lahví, díky němuž jsou mimořádně odolné, i když mají nižší hmotnost.

4

Vytrvalost

Důvěra ve vizi se vyplácí

8

Snížení hmotnosti je snadné

Inovativní vratná lahev ztělesňuje
udržitelnou identitu značky

24

Podpora inovací

Společnost Vetropack patří díky
výzkumu mezi tvůrce trendů ve
sklářském průmyslu

16 Naše odpovědnostCíle pro snížení emisí CO₂ předložené SBTi**18 Na kole pro zdraví**

Naše výzva pro zdraví a životní prostředí

19 Výsadba pro budoucnost

Snažíme se neustále snižovat naši ekologickou stopu

20 St-Prex

Na konci června byla zahájena odstávka výroby

22 Stránky plné informací o skle

Moderní design v kombinaci s jednodušší navigací

23 Nasloucháme našim zákazníkům

Zaměřujeme se na potřeby zákazníků

24 Podpora inovací

Díky výzkumu patříme mezi tvůrce trendů ve sklářském průmyslu

28 Ze 120 na 30

Správa časových oken zvyšuje produktivitu

30 Digitální recyklace

Partnerství pomáhají zvýšit míru recyklace

34 Žádné zbytečné pohyby

Chytrá továrna – kratší dodací lhůty a větší průchodnost

36 70 let stará a stále plná síly

Legendární nealkoholický nápoj Cockta slaví 70 let

40 Nefalšovaná

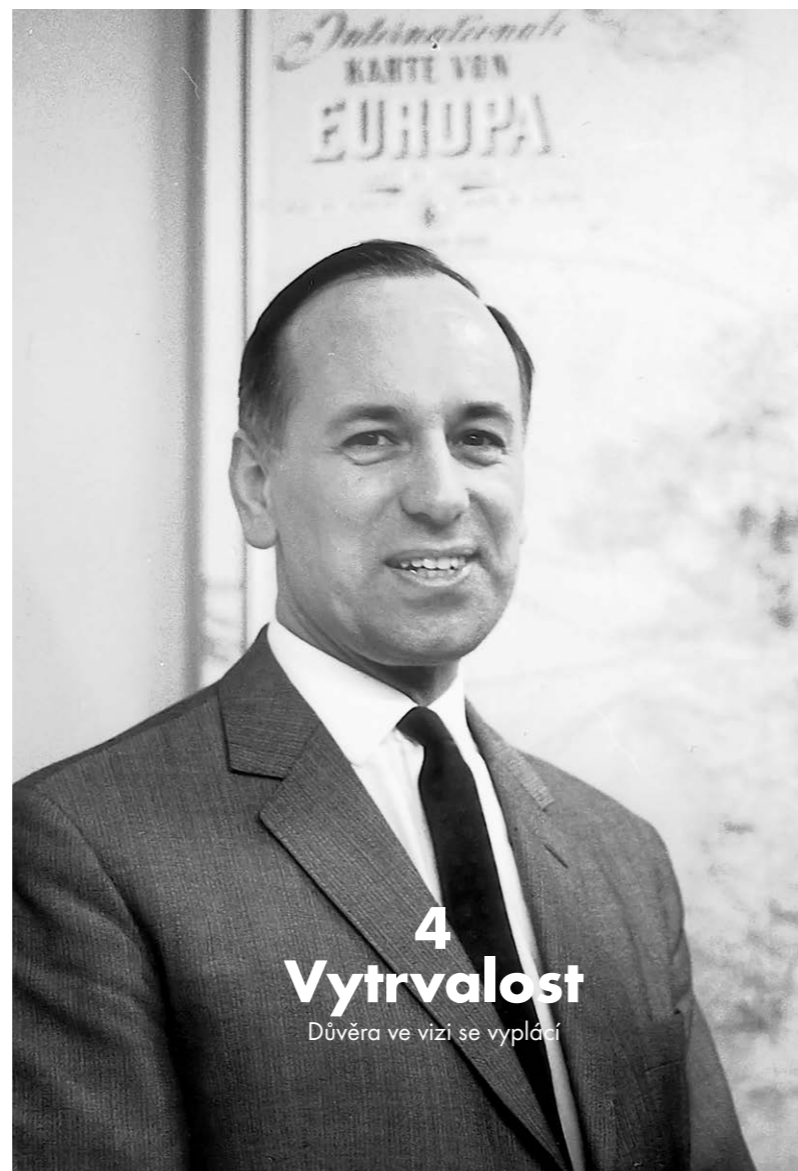
Runa: přírodní, zdravá a s dlouhou trvanlivostí

43 Spolehlivý partner navzdory nepříznivým okolnostem

Podnikavost je klíčem stabilní výroby

**8 Snížení hmotnosti je snadné**

Inovativní vratná lahev ztělesňuje udržitelnou identitu značky

**12 Měření je klíčové**

Rychlá identifikace nebezpečných míst nebo předcházení jejich vzniku, a to díky nejmodernější technologii

**Inovace a efektivita**

Vážení čtenáři,

v obtížném tržním prostředí jsou investice do budoucnosti a neustálý rozvoj nesmírně důležité. Náš přístup „chytré továrny“ ve společnosti Boffalora ukazuje, že inovace jako jeden z našich strategických pilířů jsou základem naší strategie. V našem novém italském závodě zvyšujeme efektivitu a zároveň dbáme na ochranu životního prostředí. Technologický pokrok nabízí obrovské výhody nejen ve výrobě, ale také z hlediska bezpečnosti.

Obtížným, avšak nezbytným krokem je uzavření naší sklárny v St-Prex. Tento závod se pyšní dlouhou a bohatou historií, ale již několik let se potýká s problémy týkajícími se jeho umístění i ziskovosti. Dospět k tomuto rozhodnutí pro nás nebylo snadné a naším prvořadým cílem byl vždy spravedlivý sociální plán pro všechny zaměstnance, kterých se tento krok týká.

Po mnoha desetiletích výzkumu jsme vyvinuli vratné skleněné lahve, které kombinují vyšší odolnost s nižší hmotností. Zároveň je lze častěji znovu plnit. V tomto čísle se věnujeme vzniku naší inovativní technologie, která byla nedávno oceněna cenou WorldStar Award. Letos na jaře jsme se navíc spojili se společnostmi Gösser a Brau Union, abychom představili standardní řešení vratných lahví, které je založeno na revolučním procesu tepelného temperování.

Trvalého úspěchu nelze dosáhnout bez inovací. Proto v našem Inovačním centru pracujeme na plné obrátky na mnoha projektech a nabízíme vám nyní vzácnou příležitost nahlédnout do jeho zákulisí. Jednou z novinek je například nový systém označování příspěvků na našich webových stránkách, který propojuje nové příspěvky s klíčovými tématy nebo lokalitami, díky čemuž návštěvníci získají hlubší vhled do dané problematiky. Návštěvníci se mohou také přihlásit k odběru našeho nového newsletteru.

Kromě všech zmíněných aktivit usilujeme i nadále o aktivní prosazování oběhového hospodářství – ve spolupráci s Evropskou federací výrobců obalového skla (FEVE), chorvatským výrobcem potravin Podravka Inc. a chorvatským poskytovatelem komunálních služeb KOMUNALAC d.o.o. realizujeme pilotní projekt, jehož cílem je prozkoumat, jak lze motivovat spotřebitele ke třídění skleněných obalů.

Vedení naší strategií a zaměřením na inovace a efektivitu jsme dobře vybaveni k překonávání výzev, které nás čekají. Rádi bychom poděkovali všem našim zákazníkům a obchodním partnerům za důvěru a podporu. Těšíme se, že se s vámi budeme moci v budoucnu podělit o naše další úspěchy.

Johann Reiter
CEO skupiny Vetropack

Vydavatel
Vetropack Holding Ltd
Schützenmattstrasse 48
CH-8180 Bülach

Fotografie
Emhart Glass / Gabriel Ammon,
Aura Foto Film Verlag GmbH /
Michael Schafranek, Purgstall / Vetropack

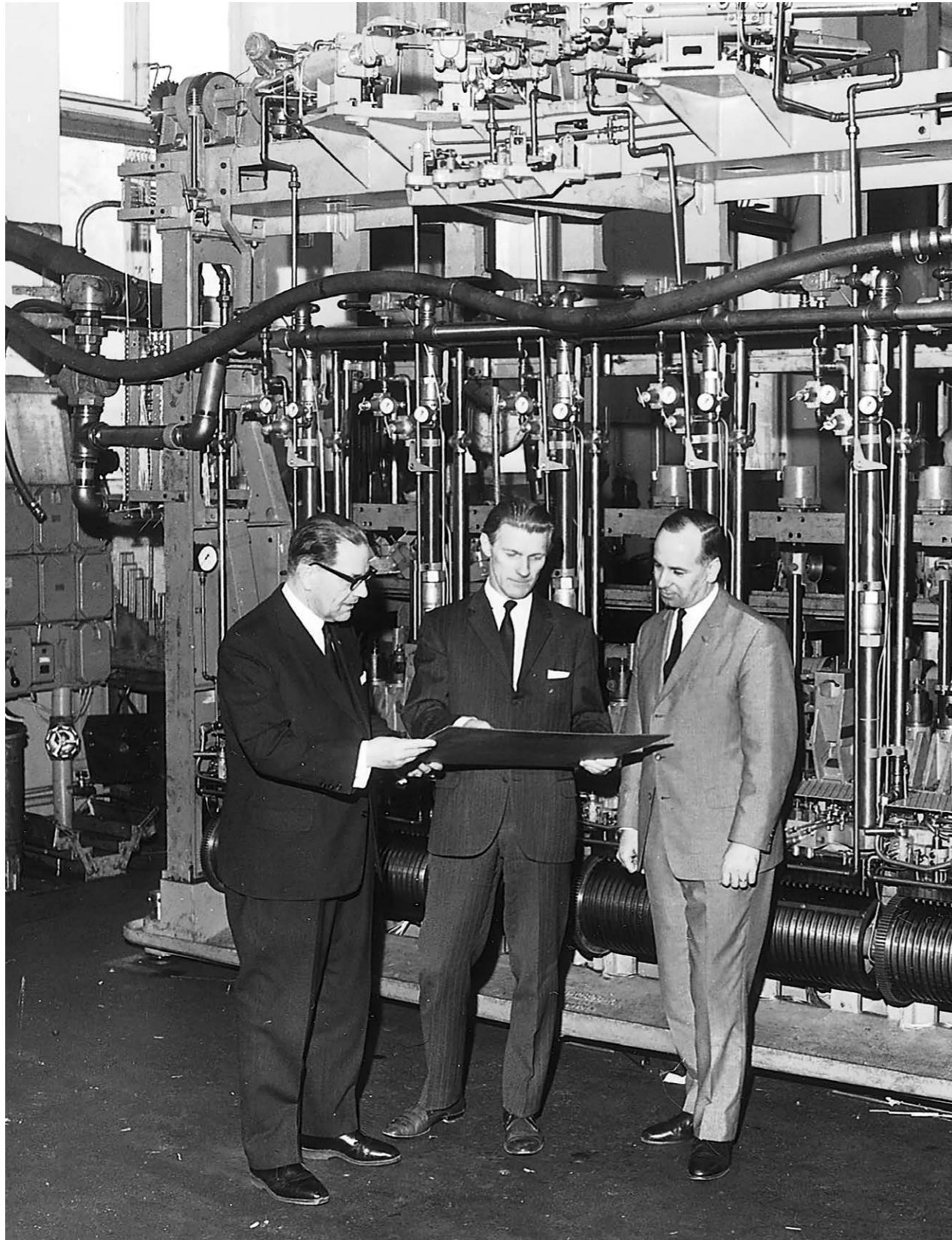
Vizuální koncept / vzhled
Eclipse Studios GmbH, Schaffhausen
Reto Coaz

Tisk
A studio group s.r.o.

Papír
Eminent, FSC certifikacert

Vychází v angličtině
němčině, francouzštině, italštině, češtině,
slovenštině, chorvatštině, rumunštině
a ukrajinštině.

Kontakt
Vetropack Corporate Communications:
corporate.communications@vetropack.com

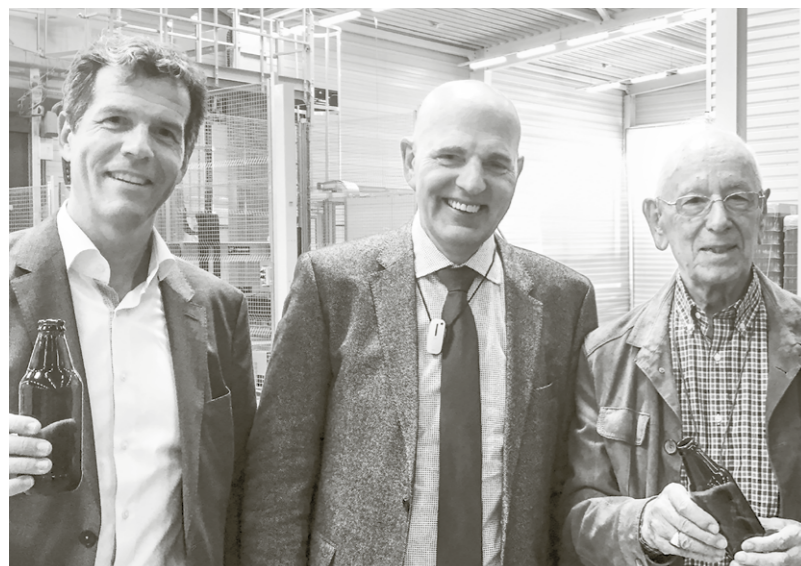


Vytrvalost

Průkopnická technologie zahrnuje tepelné temperování skleněných lahví, díky němuž jsou mimořádně odolné, i když mají nižší hmotnost. Tento průlomový objev je výsledkem desetiletí výzkumu a důkazem, že inovace vznikají díky vytrvalosti, vizi a přesnosti. Svědkem celého tohoto příběhu je Michel Cornaz, kterému je již 95 let.

Michel Cornaz (vpravo) celý život aktivně působil ve sklářském průmyslu. Po absolvování studia na ETH v Curychu pracoval pro společnost Emhart Glass v USA.

Obrázek vpravo: Michel Cornaz se přestěhoval do Curychu, kde převzal odpovědnost za rozvoj obchodních aktivit společnosti Emhart Glass v Evropě a Asii. Ve společnosti Emhart Glass pracoval více než 42 let, přičemž od roku 1988 do roku 1994 byl prezidentem celé skupiny společností. Obrázek vlevo: Zleva doprava: Richard Fritschi, člen představenstva společnosti Vetropack; Johann Reiter, CEO skupiny Vetropack; Michel Cornaz, jeden z prvních autorů, s první vratnou lahví upravenou tepelným temperováním.



Inovátor Michel Cornaz

Michel Cornaz celý život aktivně působil ve sklářském průmyslu, stejně jako jeho bratři Raymond Cornaz (otec Clauda Cornaze) a Jean-Daniel Cornaz. Po získání titulu inženýra chemie na Spolkovém technologickém institutu (ETH) v Curychu odjel Michel Cornaz v roce 1952 do USA. Jeho záměrem bylo strávit rok prací v průmyslu skleněných obalů a seznámit se s nejnovějšími technologiemi. Pracovat začal ve společnosti Emhart Glass Inc., která patří mezi přední americké výrobce výrobních zařízení pro sklářský průmysl a sídlí v Hartfordu ve státě Connecticut. Místo původně plánovaného roku zůstal Michel Cornaz v USA celých šest let, a to ve společnosti Emhart Glass Inc., kde pracoval v oddělení vývoje, výroby i jako prodejce ve výrobních závodech. Poté se přestěhoval do Curychu, kde převzal odpovědnost za rozvoj obchodních aktivit společnosti Emhart Glass v Evropě a Asii. Nakonec pracoval Michel Cornaz ve společnosti Emhart Glass 42 let. Posledních šest let před odchodem do důchodu, od roku 1988 do roku 1994, byl prezidentem celé skupiny společností (od roku 1998 známé jako Bucher Emhart Glass).

Kromě podpory rozvoje společnosti Emhart Glass v mezinárodní organizaci se sedmi pobočkami zakládal Michel Cornaz školicí střediska a rozvíjel poradenské služby. Jako předseda představenstva Cornaz-AG Holding řídil také rozvoj skupiny Vetropack.

V této funkci společně se svými bratry Raymondem a Jeanem-Danielem (kteří v roce 1966 nastoupili do společnosti Glashütte Bülach Ltd. a založili společnost Vetropack Ltd.) řídil expanzi skupiny Vetropack na východ, kterou úspěšně realizovali Raymond a Jean-Daniel Cornazovi.

Michel Cornaz se může opřít o desítky let zkušeností, které získal působením v mezinárodním sklářském průmyslu,

přičemž jeho znalosti týkající se vývoje sklářského průmyslu jsou opravdu jedinečné. Od prvního dne proto také sledoval vývoj, který začal partnerskou spoluprací mezi společnostmi Vetropack a Bucher Emhart Glass.

Počátky úspěchu jedné vize

„Společnosti Vetropack a Emhart Glass zahájily výzkumný projekt Hard Glass již v roce 2011, a to bez větších formalit,“ vzpomíná Michel Cornaz. „Od začátku bylo cílem vyrábět hnědé lahve na pivo se sníženou hmotností, které by bylo možné opakovaně používat,“ vysvětluje Michel Cornaz. Aby byla umožněna hromadná výroba, hledali výzkumníci způsob, jak začlenit proces temperace lahví do výrobního procesu. Problémem bylo, že lahve musely urazit poměrně dlouhou cestu z výrobní linky do chladicí pece, kvůli tomu nedosáhly dostatečně vysoké průměrné teploty, která by umožnila jejich další zpracování vhodným způsobem. „Nápadem společnosti Emhart bylo instalovat vyhřívaný podavač,“ pokračuje Michel Cornaz. „Toto zařízení mělo dopravovat rovnoměrně předehřáté lahve do chladicí pece k dalšímu zpracování.“

Vytrvalost se vyplácí

Tento výzkumný projekt byl však v rámci společnosti Emhart Glass z finančních důvodů přerušen. Michel Cornaz vzpomíná, že se společnost vyhýbala velkým investicím, které by si tento projekt vyžádal.

Michel Cornaz lituje, že společný výzkumný projekt tehdy nepokračoval, ale dnes je o to více rád, že Vetropack pokračoval v projektu samostatně a investoval do pokročilé technologie.

Je pevně přesvědčen, že původní výzkumný projekt byl základem, který připravil půdu pro inovativní technologii. „První impuls nám daly praktické zkušenosti získané v rám-



„Společnost Vetropack si tímto úspěšným krokem vysloužila můj největší respekt.“

Michel Cornaz

Výjimečný obal: Vylehčená vratná skleněná lahev od společnosti Vetropack získala ocenění WorldStar Award

Světová obalová organizace (WPO) udělila vylehčeným vratným lahvím od společnosti Vetropack ocenění WorldStar Award v kategorii „Obalové materiály a komponenty.“ Odolné, a přitom vylehčené lahve zaujaly nejen porotu. Po debutu v pivovaru Mohrenbrauerei se staly standardním řešením pro rakouský pivovarnický průmysl.

„Tento proces jsme vyvíjeli téměř deset let. Jsem hrdý a velmi vděčný týmu našeho Inovačního centra za tento vynikající výsledek,“ zdůrazňuje Johann Reiter, generální ředitel společnosti Vetropack. Vylehčené skleněné lahve zvítězily již loni, a to ve dvou kategoriích soutěže Swiss Packaging Awards a kvalifikovaly se tak pro účast v soutěži WorldStar Awards.

Od prvního použití v rámci pilotního projektu rozšířila společnost Mohrenbrauerei nabídku piv v tepelně temperovaných vratných lahvích. Společnost Vetropack pokračovala ve vývoji vylehčených lahví a zpřístupnila je širší skupině uživatelů. Tyto vratné lahve byly například v Rakousku zavedeny jako standardní řešení šetrné k životnímu prostředí pro domácí pivovarnický průmysl.



Více o ocenění:

www.vetropack.com/worldstar-award

ci projektu,“ poznamenává. „Stejně jako u všech vynálezů potřebujete lidi, kteří jsou vytrvalí a mají zájem. V tomto případě to byli lidé ochotní prozkoumat, zda by se daly využít stávající chladicí pece.“ Každý učiněný krok, například dosažené výsledky nebo vysoká kvalita menších lahví a lehčeného skla, vytvářel pozitivní podněty a otevíral cestu k dalším etapám. Michel Cornaz je přesvědčen, že klíčová je vytrvalost: „Ve sklářském průmyslu vždy byli lidé s vizí. Ať už měli jakýkoli nápad, zkoušeli různé postupy a nevzdávali se,“ vzpomíná. Podle jeho názoru si právě díky tomu vytvořil Vetropack v posledních letech tak obrovskou zásobu know-how a nyní těží ze svých zkušeností a průkopnické role, když reaguje na poptávku trhu po lehčích a opakovaně použitelných skleněných obalech.

Vratná lahev o objemu 0,33 litru je nyní standardním řešením pro rakouský pivovarnický průmysl. Podle Michela Cornaze se jedná o průlom.

„Společnost Vetropack si tímto úspěšným krokem vysloužila můj největší respekt,“ dodává. Z tohoto úspěchu má viditelnou radost, a jak zdůrazňuje: „Povzbuzuje nás to k tomu, abychom na této cestě pokračovali a podnikli další kroky ke zdokonalení této metody a jejímu začlenění do procesu.“ Nabyté zkušenosti mu daly jedno ponaučení: „Věci prostě musíte zkoušet dál!“

A přesně na to se kolegové ve společnosti Vetropack Austria zaměřují: Erich Jaquemar a jeho tým například provedli hloubkové testy koordinace designu lahví a přepravek, aby se snížily negativní účinky oběhu lahví pro opakované použití. A naši kolegové v Inovačním centru v Pöchlarnu pokračují ve vývoji této technologie.

Snížení hmotnosti je snadné

**„Na tom, zda je produkt organický, záleží.“
I tak by se dal přeložit slogan, kterým rakouský
pivovar Gösser propaguje své první organické
pivo. Značka Gösser se může opřít o dlouhou
a bohatou tradici. Nyní se její pivo Gösser Biostoff
Lager chystá vstoupit na rostoucí trh. Nové pivo
přichází s odpovídající udržitelnou identitou
značky, a to díky vratným lahvím o objemu
0,33 litru vyrobeným inovativní technologií
společnosti Vetropack spolu s novým designem
přepravek. Lahev váží 210 gramů, což je
o 30 % méně než u běžné standardní lahve.**



Design praktické přepravy je dokonale
sladěný s novými standardními lahvemi.

Modernější, svěžeji a mladistvěji: Gösser Biostoff Lager chce být přesně tím pivem, které si přeje pít stále více spotřebitelů. Podle společnosti GfK (Společnost pro výzkum spotřebitelského chování) se nejméně 60 % rakouských konzumentů piva domnívá, že stávající nabídka organických piv není dostatečná. Teresa Höflerová, Senior Brand Manager společnosti Brau Union, k tomu říká: „To nás nepřekvapuje. Zejména generace Z – spotřebitelé ve věku 20 až 28 let – jsou sebekritičtí, pokud jde o vlastní spotřebitelské návyky, a zaměřují se na udržitelnost. Podobně jsou na tom i příslušníci generace Y, kteří kladou větší důraz na požitky, přičemž uvědomělou spotřebu považují za neodmyslitelný aspekt vlastního postoje. Zároveň kupující v tomto segmentu rádi zkoušejí nové výrobky, které odpovídají jejich modernímu životnímu stylu.“

Jako inovativní značka hodlá Gösser do budoucna více uspokojovat zmíněné požadavky trhu. Gösser od prvopočátku pevně věří, že jeho pivo nabízí nejen to nejlepší z přírody, ale také to nejlepší pro přírodu. Kořeny značky sahají až do roku 1000, kdy hraběnka Adula založila klášter, ve kterém řádové sestry vařily pivo, což bylo v té době obvyklé. V roce 1860 obnovil Max Kober starý klášterní pivovar ve štyrském městě Leoben a položil tak základy ohromujícího rozvoje značky Gösser, která se stala nejrozšířenější značkou piva v této alpské republice.

V současné době je Gösser součástí společnosti Brau Union Österreich, která od roku 2003 patří do skupiny Heineken. Pivovar si zakládá na tom, že používá vysoce kvalitní suroviny a dodržuje tradiční metody vaření piva. Díky tomu se mu podařilo to, co jen málokomu jinému: spojit tradiční s moderním, neustále se rozvíjet a zároveň si zachovat své kořeny. Gösser na této cestě učinil další krok svým novým organickým pivem.

Organické pivo v inovativní vratné lahvi

„Nový výrobek tento krok odráží i svým vzhledem,“ vysvětluje Teresa Höflerová. „Jedním z nejpřesvědčivějších atributů Gösser Biostoff Lager je jeho jedinečná receptura. Díky své zářivé zlatožluté barvě a jemným aromatickým tónům sladu je úžasně pikantní a dobře pitelné. Toto pivo, vyrobené ze 100 % z rakouských organických surovin, spojuje udržitelnost s požitkem z nápoje v inovativní vratné lahvi o objemu 0,33 litru.“ Dále dodává, že pivo Gösser Biostoff Lager je uváděno na trh v nové vylehčené standardní vratné

lahvi, která zároveň pomáhá plnit kvótu vratných lahví, jež je v Rakousku povinná od roku 2024. Průkopnický proces zahrnuje tepelné temperování skleněných lahví, díky němuž jsou mimořádně odolné, i když mají nižší hmotnost. „Tato technologie otevírá cestu k efektivní výrobě odolnějších standardních lahví, které jsou zároveň lehčí. Tyto lahve jsou ideální pro použití jako vratné obaly díky řadě přesvědčivých výhod – bodují v oblasti udržitelnosti, pohodlí, stability a jednodušší logistiky,“ říká Erich Jaquemar, Strategic Account Manager společnosti Vetropack v Rakousku.

Trvalá udržitelnost

Díky těmto vlastnostem je lahev ideální pro vyjádření podstaty značky nového organického piva. „Udržitelnost je jádrem značky Gösser, která pochází ze zelené krajiny Štýrska,“ poznamenává Teresa Höflerová. „Například pivo Gösser vaříme díky energii z obnovitelných zdrojů, k jejíž výrobě používáme vlastní bioplynovou stanici, pro etikety jsme již před časem začali používat recyklovaný papír. Standardní řešení vratných lahví nyní nabízí pohodlnou alternativu k zavedeným nevratným obalům, a to otevírá obrovské možnosti, jak se stát ještě udržitelnějšími.“

Myšlenka vratné standardní lahve pro společné použití různými pivovary se na rakouském trhu s pivem objevuje již dlouho. S tím, jak udržitelnost získávala pro spotřebitele na významu, rostl i tlak na to, aby se stala skutečností. To vedlo k otázce, jaká lahev by byla vhodná. Brau Union Österreich spolupracuje se společností Vetropack již řadu let. „Pokud jde o skleněné obaly, je Vetropack spolehlivým partnerem,“ tvrdí Dietmar Roher, specialista na kvalitu ve společnosti Brau Union. Když se společnost Vetropack dozvěděla o tom, že se hledá vhodná vratná lahev, představila společnosti Brau Union novou technologii, což přirozeně vzbudilo velký zájem.

Standardní vratná lahev je pro Rakousko milníkem

„Cílem samozřejmě bylo najít řešení, které by mohly přijmout i ostatní pivovary,“ pokračuje Roher. Na technickou proveditelnost budoucího systému se zaměřila pracovní skupina zřízená v rámci rakouského logistického sdružení pro opakovaně použitelné obaly (Logistikverbund Mehrweg). Tvar lahve musel splňovat několik požadavků: musel být vhodný pro vkládání



Další úspěšné příběhy naleznete na tomto odkazu:

www.vetropack.com/cz/vyroby-a-sluzby/uspesne-pribehy



Gösser Biostoff Lager je prvním rakouským pivem, které bylo uvedeno na trh v nových standardních lahvích. Tato lahev, vyrobená novou technologií, pomáhá plnit kvótu vratných lahví, která je v Rakousku povinná od roku 2024. Lahev snižuje o čtvrtinu emise CO₂ a nabízí větší stabilitu.



do standardních vratných automatů (RVM); výrobek musel být identifikovatelný jako vratná lahev a musel být také vhodný pro různé formáty přepravek. „Obchod, pivovarnický průmysl a poskytovatelé služeb se pak dohodli na vratné lahvi o objemu 0,33 litru. To znamenalo milník pro rakouský trh s pivem,“ shrnuje Roher. V jiných zemích již existuje standardní řešení pro části vratného systému a Rakousko si zde nyní může vydobýt určitý náskok.

O 30 procent lehčí a emise CO₂ sníženy na čtvrtinu

Standardní vratná lahev o objemu 0,33 litru byla vyvinuta ve spolupráci se společností Vetropack. Jedná se o přesvědčivou inovaci v mnoha různých ohledech: s hmotností 210 gramů váží lahev o 30 % méně než běžná standardní lahev. Nižší hmotnost znamená snadnější manipulaci a nižší emise CO₂. „Při vývoji jsme se nezaměřili pouze na konkrétní lahev, ale uvažovali jsme o opakovaně použitelných obalech jako o systému,“ říká Jaquemar. „To znamená, že design lahví a přepravek, stejně jako palet a logistických systémů, je vzájemně sladěn. Na každé paletě lze přepravovat šest řad

přepravek namísto dřívějších pěti.“ Na jednu standardní paletu se tak vejde 96 beden. Celkové emise CO₂ se ve srovnání s běžnými nevratnými přepravkami snižují na pouhou čtvrtinu. To je dáno nejen úsporami v logistice, ale také vysokým podílem recyklovaného skla při výrobě skleněných obalů.

Rozsáhlé testy zároveň prokázaly odolnost standardní lahve. „Díky menšímu opotřebení kontaktních ploch je míra opakovaného použití přibližně o 20 % vyšší než u běžných lahví. Lahev je odolnější a výhody, které nabízí, nejsou jen ekologické,“ pokračuje Jaquemar. Bezpečnost byla například dalším aspektem, kdy společnost Brau Union využila speciální službu společnosti Vetropack, a to v rámci optimalizace linky.

Stáčení nového piva Gösser Biostoff Lager začalo již před časem. Toto organické pivo se objevilo na trhu 11. března jako první rakouské pivo v inovovaných standardních lahvích dodávaných v praktických přepravkách po 12 lahvích. V blízké budoucnosti by měly vylehčené lahve Vetropack převzít i další značky. Gösser mezitím reaguje na požadavky zejména mladých spotřebitelů a nabízí moderní organické pivo v novém udržitelném obalu.

„Toto pivo, vyrobené ze 100 % z rakouských organických surovin, spojuje udržitelnost s požitkem z nápoje v inovativní vratné lahvi o objemu 0,33 litru.“

Měření je klíčové



Rozbití skla na plnicí lince je pro podniky v potravinářském a nápojovém průmyslu největší noční můrou. Společnost Vetropack proto pomáhá svým zákazníkům nejen rychle lokalizovat nebezpečná místa, ale v ideálním případě jim i předcházet.



V tomto rozhovoru vysvětluje Michael Waltl z oddělení technického zákaznického servisu naší společnosti, jak inline senzor cíleně identifikuje kritická místa a jaký vývoj se v této oblasti očekává.

Pane Waltle, u různých zákazníků společnosti Vetropack používáte specifický senzor, o co přesně se jedná? Ano, přesně tak. Námí vyrobený model lahve vybavujeme inline senzorem ShockQC od kanadské společnosti Masitek. Ten s vysokou přesností měří nárazové síly působící na skleněnou nádobu. Díky tomu můžeme přímo určit, kde je třeba optimalizovat plnicí linku nebo balicí proces, aby se zabránilo rozbití skla přímo v závodech našich zákazníků.

Jak jste přišli na tuto metodiku a na senzor od společnosti Masitek?

Ve společnosti Vetropack jsem zodpovědný za technický zákaznický servis. To znamená, že se svým týmem řešíme především reklamace, které se ve vzácných případech týkají i rozbití skla. Všude tam, kde se tyto reklamace vyskytnou, představují pro zákazníka naléhavý problém. Abychom přišli rychleji příčině na kloub, máme k dispozici samostatně měřicí systém, který nám umožňuje rychle identifikovat slabá místa na plnicí lince, protože pouhým okem často není zřejmé,



Michael Waltl, vedoucí technického zákaznického servisu společnosti Vetropack, pomáhá zákazníkům optimalizovat jejich plnicí linky.

kde přesně k poškození dochází. Našli jsme dva dodavatele a rychle jsme se rozhodli pro společnost Masitek, protože její produkt lépe vyhovoval našim potřebám.

Je pravděpodobné, že na trhu dochází k vývoji, který vyžaduje častější využívání těchto technologií?

Ano, to se dá říci. Za prvé, vylehčené skleněné lahve jsou stále populárnější jako ekologická alternativa obalů, která více oslovuje spotřebitele a výrazně šetří zdroje. Toto obalové řešení však vyžaduje odlišné nastavení plnicí linky. Za druhé, stále více výrobků se plní vysokou rychlostí, přičemž mnoho plnicích linek pracuje rychlostí přes 50 000 lahví za hodinu. Tyto vysoké rychlosti vedou k vyššímu zatížení skleněných obalů. Plnicí linky se v průběhu let samozřejmě také vyvíjely. Díky moderním technologiím lze plnit vyšší rychlostí, avšak někdy dochází k nadměrnému zatížení.

Senzor také používáte k nastavení linky pro nový výrobek. Jakým zákazníkům jste již dokázali pomoci? Předpokládám správně, že zde hraje důležitou roli i zavádění tepelně temperované vylehčené lahve na trh?

Samozřejmě. Na jedné straně bereme senzor k zákazníkům, kteří poprvé plní nový výrobek. V těchto případech pomocí senzoru identifikujeme místa na lince, která potřebují optimalizaci. Na druhé straně navštěvujeme zákazníky, u kterých se vyskytl konkrétní problém. Senzor používáme od roku 2020 a dosud jsme tak pomohli deseti až dvanácti různým společnostem s odlišnými produkty. Jednalo se například o pivovary Gösser, které právě uvedly na trh své nové bio pivo ve vylehčené skleněné standardní lahvi. Navštívil jsem



„Na každý skleněný obal působí zatížení jinak. Proto přesně kopírujeme příslušný skleněný obal našich zákazníků.“

Michael Waltl, vedoucí technického zákaznického servisu

také společnosti v potravinářském průmyslu, které v jednom případě plní sklenice s kořením a ve druhém pomazánky.

Jak přesně senzor funguje? Jaký je celý proces?

Pracujeme s „replikou“ lahve, tedy modelem vyrobeným z plastu. Na každý skleněný obal působí zatížení jinak. Proto přesně kopírujeme příslušný skleněný obal našich zákazníků. Replika je pak ve společnosti Masitek osazena senzorem a zkalibrována. Máme senzory ve třech různých velikostech. Repliku odvezeme k zákazníkovi a necháme ji projet po lince. Senzor přesně měří, kde na výrobky působí síly, například v oblasti ramen nebo dna. Měří také úroveň sil v IPS (palcích za sekundu), což nám říká, zda byla překročena minimální nárazová síla pro námi vyráběný obal. Naměřená data se potom 100 000krát za sekundu přenášejí do počítače, kde jsou analyzována.

A modely dodává společnost Masitek?

Ne, až na několik výjimek jsou modely vyráběny v naší vlastní školicí dílně. Všechny válcové tvary se vyrábějí tam. Pouze nerotační tvary nedokážeme sami vyrobit. Toto řešení nám šetří spoustu peněz a je to také dobrý trénink pro naše učně.

Jakou zpětnou vazbu jste doposud získali od zákazníků?

Pro naše zákazníky jsou údaje naměřené pomocí senzoru cennou informací, která jim umožňuje snížit nebo zcela vyloučit riziko rozbití skla. Mezitím se zpráva o testech s inline senzorem rozšířila v rámci celého našeho odvětví, což vedlo i k tomu, že se na nás obrátili další významní zákazníci. Například já se brzy vydám na audit do stáčírny piva v České republice, jehož cílem bude odhalit potenciální nebezpečí.

Jak vidíte budoucnost této technologie? Je zde ještě nevyužitý potenciál?

No, kromě tří výše zmíněných velikostí senzorů se v současné době vyvíjí velmi malý senzor. Ten bude zajímavý, protože nám umožní zkoumat velmi malé obaly při ještě vyšší rychlosti. Mezi další zajímavé oblasti patří měření dynamického tlaku a axiálního zatížení. Například některé stáčírny mají

akumulační stoly, kde se obaly z různých důvodů hromadí. Některé senzory tak mohou měřit výsledný dynamický tlak. Kontrola axiálního zatížení zase zahrnuje posouzení, jak velká síla působí na uzavírací systém během testování. Nejdůležitější proměnnou však zůstává měření nárazu, a pro tuto analýzu máme k dispozici všechna potřebná data.

Zákazníci budou mít z tohoto rozšířeného technického zákaznického servisu jistě velký prospěch.

Přesně tak. Díky inline senzoru ShockQS od společnosti Masitek máme nyní k dispozici samočinný měřicí systém, který přesně identifikuje nebezpečná místa. To je velký rozdíl oproti dřívějšímu a obrovská pomoc pro nás, a tedy i pro naše zákazníky.

Děkuji vám za rozhovor, pane Waltle.



Rádi byste tuto službu také využili?

Kontaktujte prosím přímo Michaela Waltla:
michael.waltl@vetropack.com



Senzor vložený do makety registruje potenciální nebezpečná místa pro skleněný obal na lince.



Naše odpovědnost

Skupina Vetropack předložila iniciativě Science Based Targets cíle pro snížení emisí CO₂



Nicolas Lootens, manažer skupiny pro udržitelnost: „Definováním našich cílů v souladu s iniciativou Science Based Targets jsme nyní učinili důležitý krok tímto směrem.“

Skupina Vetropack předložila iniciativě Science Based Targets (SBTi) ke schválení konkrétní cíle pro snížení emisí CO₂. Do roku 2032 mají být emise Scope 1 a 2 sníženy o 50,4 % a emise Scope 3 o 30 %.

Náš závazek k udržitelnosti

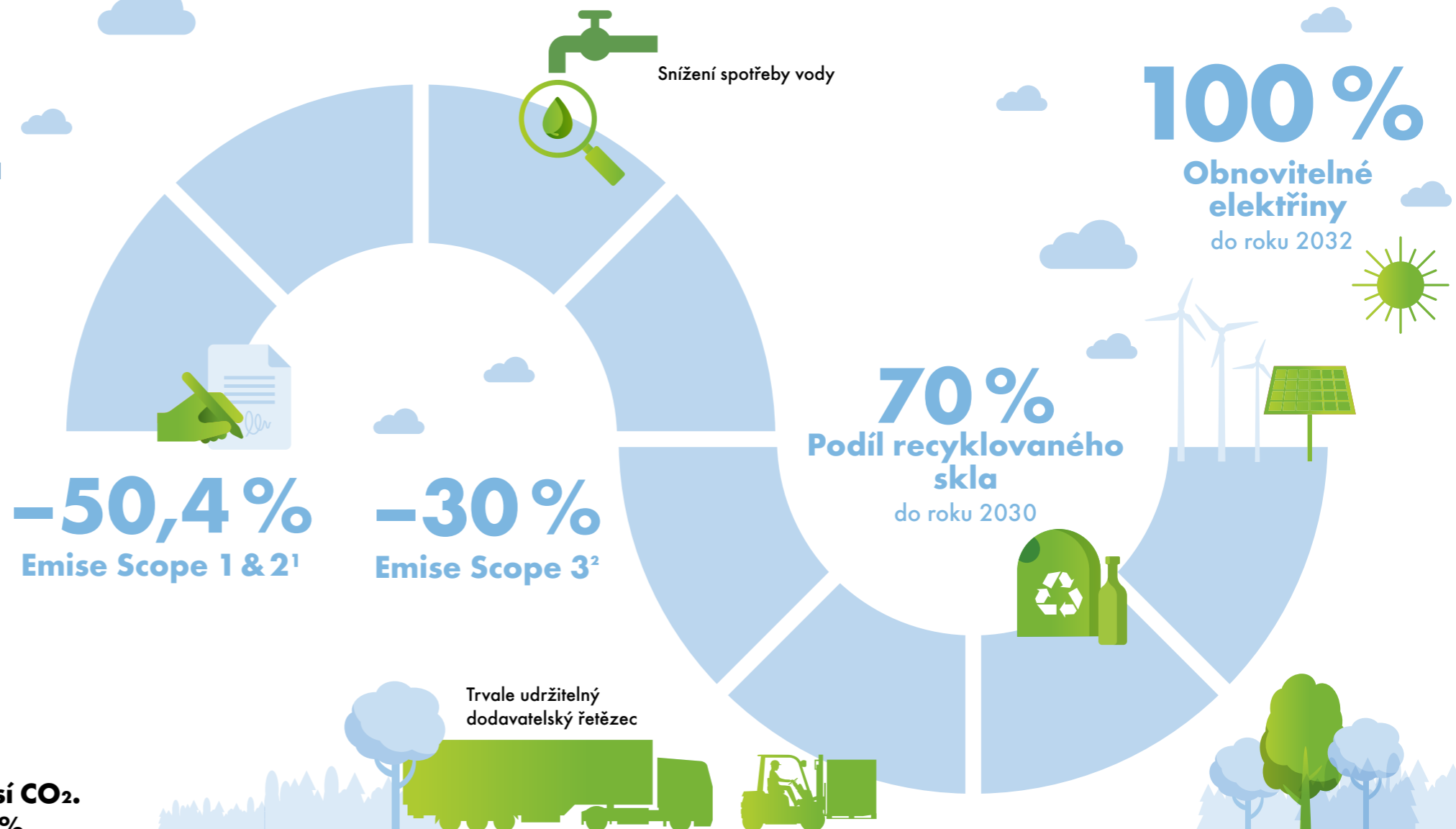
Náš závazek vůči SBTi jsme oznámili již v roce 2022. Naše současné cíle pro snížení emisí vycházejí z roku 2021, který je pro nás referenčním rokem. Emise Scope 1 jsou přímé emise z vlastní výroby společnosti Vetropack, zatímco emise Scope 2 jsou nepřímé emise spojené s nákupem elektřiny. Emise Scope 3 jsou nepřímé emise způsobené procesy mimo společnost, ale související s výrobou a provozem společnosti Vetropack.

„Změna klimatu nenastane někdy v budoucnu, klima se již změnilo a je naší povinností přispět k řešení klimatické krize,“ říká Nicolas Lootens, manažer skupiny pro udržitelnost. „Definováním našich cílů v souladu s iniciativou Science Based Targets nyní činíme důležitý krok tímto směrem.“

Naše strategie pro snižování emisí

Provádíme řadu opatření vedoucích ke snížení našich emisí Scope 1 a 2. Jedná se například o opravy stávajících van nebo výstavbu nových, což nám umožňuje efektivněji využívat zemní plyn a také technické inovace, jako jsou hybridní pece. K dalším opatřením, díky nimž se dosahuje významných úspor emisí, patří zvýšení podílu recyklovaného skla ve výrobě na 70 % do roku 2030 a přechod na 100% obnovitelné zdroje energie do roku 2032. Naše investice do fotovoltaických systémů v Rakousku, Chorvatsku a Itálii rovněž dokládají tento náš závazek.

Pro snížení emisí Scope 3 se zaměřujeme především na tyto kategorie: nakupované zboží a služby, investiční zboží, pohonné hmoty, dále činnosti související s energiemi, stejně jako doprava a navazující distribuce. Inovativní přístupy, jako



¹ Absolutní snížení do roku 2032 ve srovnání s rokem 2021 (předloženo SBTi k ověření, duben 2024)
² Emise z externích procesů

jsou „No Soda Trials“ nebo používání recyklované fólie pro balení, jsou zde klíčovými faktory.

Technologie budoucnosti

Zabýváme se také výzkumem technologií pro zachycování a ukládání uhlíku, které by nám umožnily ukládat nebo využívat emise CO₂ vznikající při výrobě skla. Mineralizace CO₂ z procesního plynu by mohla poskytnout nové suroviny pro výrobu skla nebo další průmyslové procesy.

O iniciativě Science Based Targets (SBTi)

SBTi umožňuje společně stanovit ambiciózní cíle týkající se snižování emisí na základě nejnovějších vědeckých poznatků o klimatu. Cílem iniciativy je, aby společnosti na celém světě snížily své emise na polovinu do roku 2030

a dosáhly standardu SBTi Net-Zero do roku 2050. Johann Reiter, generální ředitel skupiny Vetropack, zdůrazňuje, proč je to tak důležité: „Definováním našich cílů děláme důležitý krok ke stanovení našeho budoucího směřování. Je naší povinností prosazovat udržitelné postupy a inovativní řešení.“

Těmito ambiciózními cíli a opatřeními společnost Vetropack dokazuje, že udržitelnost a obchodní úspěch mohou jít ruku v ruce. Společně nastavujeme nové standardy ve sklářském průmyslu a aktivně se podílíme na celosvětovém hnutí za ochranu klimatu.



#Udržitelnost
www.vetropack.com/
cz/udrzitelnost/

Na kole pro zdraví

Objevte krásu jízdy na kole – naše výzva pro zdraví a životní prostředí



Fyzická aktivita je důležitým faktorem zdravého životního stylu. Ve společnostech Vetropack Moravia Glass a Vetropack Nemšová se proto snažíme motivovat zaměstnance k aktivnějšímu životnímu stylu. Výzvou „Na kole pro zdraví“ je chceme povzbudit nejen k jízdě na kole do práce a z práce, ale také k ježdění ve volném čase.

Od května do října mohou účastníci výzvy sbírat kilometry jízdou na kole a následně získat některou z cen.

K zaznamenávání počtu ujetých kilometrů používáme aplikaci „EPP – Pomáhej pohybem“. Díky této aplikaci mohou zaměstnanci využít ujeté kilometry na podporu různých projektů. Mají tak hned dva dobré důvody, proč nasednout na kolo: prospět svému vlastnímu zdraví a zároveň podpořit charitativní projekty.

Výzva „Na kole pro zdraví“ je rozšířenou verzí předchozí výzvy „Na kole do práce“, která probíhala po dva roky v letních měsících v našich sklárnách v Kyjově a Nemšově. Cílem této výzvy bylo povzbudit naše zaměstnance, aby vyměnili auto

nebo autobus za kolo a udělali tak něco pro své zdraví a životní prostředí. Letos jsme pravidla upravili tak, aby se do akce zapojilo ještě více zaměstnanců. Nezáleží na tom, kam se lidé na kole vydají – cílem je samotná jízda na kole.

Cyklistika však nabízí mnohem víc než jen pohyb na dvou kolech. Je to skvělá příležitost objevovat krásy přírody, udržovat se v kondici a zažívat jedinečný pocit svobody.

O své nadšení pro tento druh pohybu se s námi podělili naši hvězdní cyklisté, kolegové z Vetropacku:

Ve spolupráci s personálním oddělením je dvakrát ročně organizován cyklistický výlet pro všechny kolegy, kteří projeví zájem. Poslední výlet zavedl cyklisty k přírodní památce Osypané břehy a dále do Bzence.

Soňa Kroupová jezdí na kole třikrát týdně, aby se udržela v kondici a zároveň mohla objevovat nová místa. K jejím nezapomenutelným zážitkům patří jízda v bikeparku v Rokytnici nad Jizerou.

Edita Neusarová si jízdu na kole udržuje svou kondici, navštěvuje zajímavá místa, a především se baví. Kolo využívá také k drobným pochůzkám.

Stanislav Báalka jezdí na kole do vinohradu od jara do podzimu. Na jízdě na kole oceňuje, že je šetrná k životnímu prostředí, navíc rychlost jízdy na kole upřednostňuje před chůzí nebo jízdou autem. Jeho oblíbená trasa vede přes malebná místa, jako jsou Velké Bílovice a Mikulov. Často se cestou zastavuje v oblíbené hospůdce „U Ferdinanda“.



#Teamwork
www.vetropack.com/
cz/teamwork/

Výsadba pro budoucnost

V dubnu u příležitosti Měsíce Země vysadila společnost Vetropack Chişinău v moldavské vesnici Iordanovca 2 500 akátů. Cílem této kampaně je bojovat proti degradaci půdy a podporovat ekologické úsilí. Do tohoto charitativního projektu se dobrovolně zapojilo přibližně 50 nadšených zaměstnanců spolu se svými rodinami. Ve stejné době uspořádala společnost Vetropack Chişinău také výtvarnou soutěž, jejímž cílem bylo zvýšit povědomí mladé generace o recyklaci a ochraně životního prostředí.

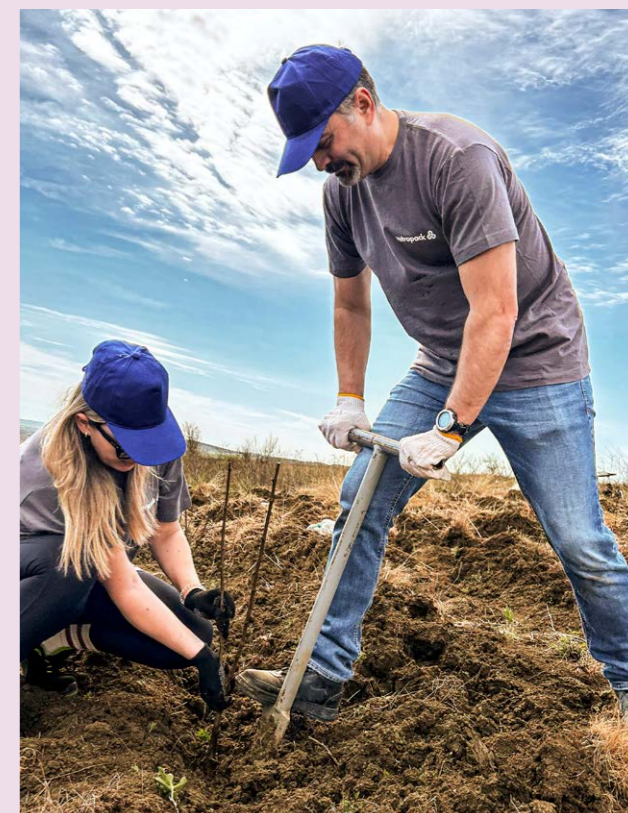
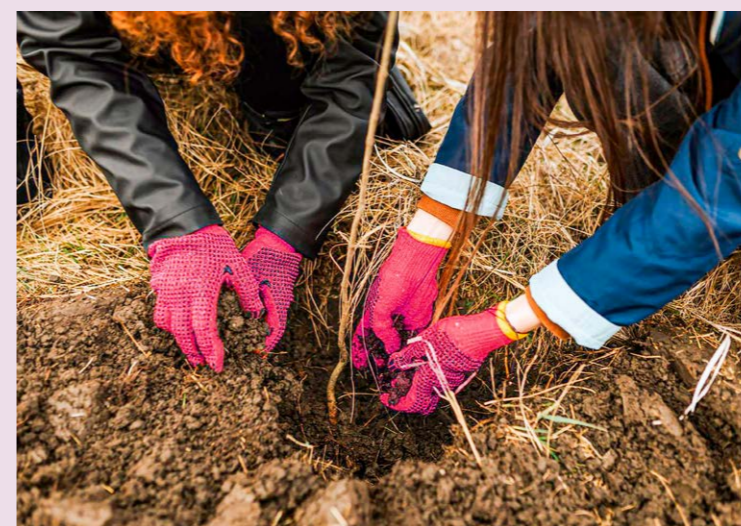
Společnost Vetropack Chişinău zahájila rozsáhlou iniciativu výsadby stromů na podporu a propagaci svých environmentálních, sociálních a ekonomických zásad. U příležitosti Měsíce Země se společnost zavázala vysadit nejméně 50 stromů. Během jednoho dne – navzdory horkému počasí – vysadili účastníci akce přibližně 2 500 akátů v obci Iordanovca, která je ohrožena degradací a sesuvy půdy. Účastníci se pak sešli na společné večeri, aby oslavili úspěšné dokončení této komunitní výsadby.

Místní vláda tuto iniciativu podpořila a ocenila komunitní závazek k ochraně životního prostředí. Generální ředitel Boris Crivoi prohlásil: „Výsadba lesa nebo lesíku je neocenitelnou investicí do zelenější a bezpečnější budoucnosti. Tento projekt přinese dlouhodobé zlepšení životního prostředí a kvality života moldavských občanů. Jsme rádi, že tým Vetropack Chişinău uvedl tuto zásluhou iniciativu do praxe v obci Iordanovca.“

Stromy jsou pro ekosystém nesmírně důležité. Čistí vzduch, poskytují životní prostor volně žijícím živočichům a podílejí se na ozdravení životního prostředí. S každým vysazeným stromem dělá společnost Vetropack krok k zelenější budoucnosti. Měsíc Země nám připomíná naši odpovědnost za ochranu životního prostředí. V rámci projektu náš tým spo-

lupracoval s odborníky z Moldsily, ústředního orgánu lesní správy v Moldavsku. Ve Vetropacku se neustále snažíme snižovat naši ekologickou stopu a zachovat životní prostředí pro budoucí generace.

Kromě kampaně zaměřené na sázení stromů uspořádala Vetropack také výtvarnou soutěž pro děti zaměstnanců. Téma soutěže „UZDRAVENÍ PLANETY! RECYKLACE“ inspirovalo mladé účastníky k tomu, aby projevili svůj talent a závazek k udržitelnosti. Byl to pro ně vynikající způsob, jak se s tématem recyklace seznámit již v raném věku.



St-Prex



Na konci června byla zahájena odstávka výroby



Fotografie (vlevo): Z manufaktury „Verrerie de St-Prex“ v centru vinařské oblasti Vaud, která vznikla v roce 1911, se stala mezinárodní skupina známá pod značkou Vetropack. Fotografie (vpravo): Poslední lahev vyrobená v St-Prex opustí linku v roce 2024.



Společnost Vetropack zavírá svůj závod v St-Prex, sklárnu s dlouholetou tradicí, a to navzdory milionovým investicím i intenzivnímu zkoumání všech možných alternativ. Vysoké provozní náklady a nízká konkurenceschopnost znemožňují ziskovou budoucnost závodu.

Verrerie de St-Prex je tradiční švýcarská sklárna s dlouhou a bohatou historií. Byla založena v roce 1911 Henrim Cornazem a více než sto let si získávala své jméno vynikajícím sklem. Navíc je považována za místo, kde se zrodila skupina Vetropack.

Uzavření závodu v St-Prex bylo oznámeno v květnu. Toto rozhodnutí přijalo představenstvo po důkladném prozkoumání všech alternativních návrhů předložených zástupci zaměstnanců. Na konci června, o dva měsíce dříve, než bylo plánováno, muselo být z bezpečnostních důvodů zahájeno řízené ukončování výroby.

„Toto rozhodnutí jsme nebrali na lehkou váhu a všechny předložené návrhy týkající se budoucího vývoje závodu jsme prověřili velmi komplexně a podrobně,“ vysvětluje Claude Cornaz, předseda představenstva skupiny Vetropack. „Ve všech možných scénářích jsme však vždy došli ke stejnému závěru – budoucí vyhlídky závodu v St-Prex zůstávají z hlediska ziskovosti a konkurenceschopnosti negativní, a to i při

milionových investicích. Ziskový provoz by nebyl dlouhodobě možný. Uzavření výroby bylo proto nevyhnutelné.“

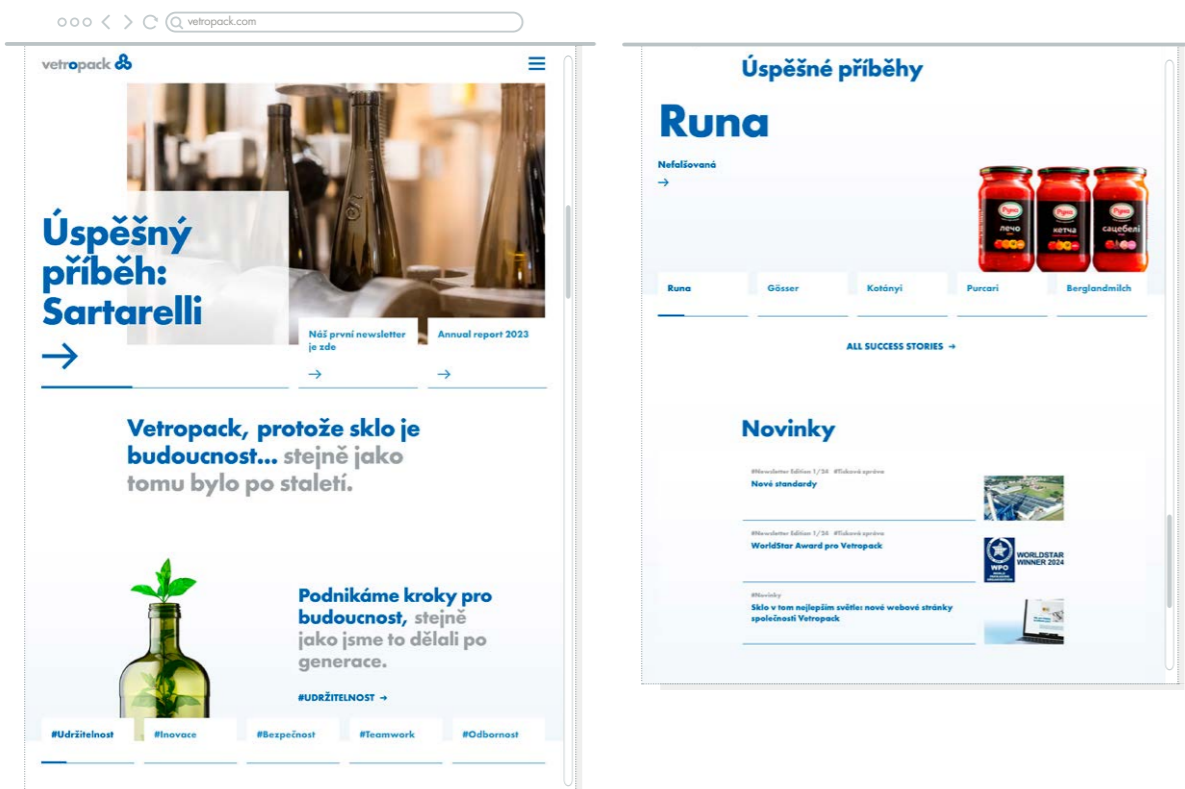
Více než sto let starý výrobní závod v St-Prex prošel v průběhu posledního desetiletí četnými úpravami a velkými investicemi, které jen od roku 2010 dosáhly více než 50 milionů švýcarských franků. Navzdory tomuto úsilí doplácí jediný švýcarský výrobní závod skupiny Vetropack na svou malou velikost a nedostatečnou konkurenceschopnost.

Uzavření závodu v St-Prex v žádném případě neznamená, že se společnost Vetropack stahuje ze svého domovského švýcarského trhu, zdůrazňuje Johann Reiter: „Sídlo naší společnosti zůstane v Bülachu. Nadále se budeme věnovat recyklaci skla ve spolupráci s našimi švýcarskými partnery na lokální úrovni. Z hlediska recyklace tedy zůstane vše při starém.“

Stránky plné informací o skle

Nasloucháme našim zákazníkům

Rozhovor s Armelle Dupont, vedoucí oddělení strategických zákazníků a zákaznických zkušeností



Jako perspektivní společnost s dlouholetou tradicí se Vetropack intenzivně angažuje v tématech, jakými jsou udržitelnost, inovace, bezpečnost a také týmová práce. A to vše by se mělo odrážet i na webových stránkách. Proto naše společnost představila v únoru novou, moderní online prezentaci.

„Nové webové stránky, které nejen vypadají moderně a nabízejí nové funkce, ale také přitahují více návštěvníků,“ říká Simone Koch, Group Communications Director. Co je pro nás důležité a jak chceme být vnímáni? Tyto otázky provázely vývoj nových webových stránek od samého počátku. Cílem bylo nejen nadchnout zákazníky, investory a (potenciální) zaměstnance pro

naše výrobky, ale také jim ukázat, jak Vetropack, společnost s dlouhou tradicí, utváří budoucnost. Za tímto účelem bylo formulováno pět závazků týkajících se témat, která jsou klíčová pro společnost Vetropack, a to udržitelnost, inovace, bezpečnost, týmová práce a odbornost. A protože společnost Vetropack nejen slibuje, ale také jedná v souladu se svými zásadami, jsou všechna zmíněná témata podpořena příběhy z naší společnosti. Kromě pohledu do každodenního života zaměstnanců nabízí nové webové stránky podrobné informace o zajímavých zákaznických projektech. Navíc si zde můžete kdykoli přečíst online verzi našeho zákaznického časopisu Vetrotime. Díky inovativnímu systému označování jsou jednotlivé články přiřazeny k jednomu z pěti klíčových témat a v některých případech také k lokalitě a zobrazují se tedy na stránce příslušného tématu nebo daného závodu.

Díky tomuto systému můžete snadno a rychle získat podrobné informace například o tom, co společnost Vetropack dělá pro #udržitelnost. Novinky a nové příběhy jsou zveřejňovány pravidelně. Vyplatí se nás tedy navštěvovat častěji. Pokud je to pro vás příliš časově náročné, můžete se jednoduše přihlásit k odběru našeho nového newsletteru Vetropack. Všechny důležité pokyny a dokumenty jsou nyní k dispozici v části Dokumenty ke stažení.

Celkový přehled o obsahu našich stránek vám poskytne velké menu, to přehledně vizualizuje strukturu webu a pomáhá s navigací. Nové webové stránky tak mají svěží, moderní a upravený vzhled. Velké obrazy a titulky zdůrazňují to nejdůležitější, naše produkty a zaměstnance. Tyto webové stránky se opravdu povedly – jsou skutečným odrazem úsilí společnosti Vetropack ve všech oblastech.



Od prosince 2023 působíte na nové pozici, a to jako vedoucí oddělení strategických zákazníků a zákaznických zkušeností. O co na své pozici usilujete a na jakých tématech aktuálně pracujete?

Naší vizí je poskytovat nejlepší zákaznickou zkušenost v našem oboru. Mým úkolem je pravidelně získávat zpětnou vazbu od zákazníků, spolupracovat s celou společností Vetropack a řídit klíčové iniciativy s cílem neustále zlepšovat způsob, jakým sloužíme našim zákazníkům. Vedu také tým manažerů odpovědných za strategické zákazníky a mým úkolem je umožnit týmu rozvíjet naše partnerství a trvale

vytvářet hodnotu pro obě strany. V obou rolích mě velmi baví působit jako obhájce zákazníka.

Jak ovlivnil vaši práci loňský průzkum mezi zákazníky, jaká opatření byla zavedena?

Nadále se snažíme optimalizovat a posilovat naše silné stránky, jako je péče o zákazníky. V současné době šíříme v celé organizaci prostřednictvím digitálního elektronického školení přístup zaměřený na zákazníka a spouštíme projekt „Customer Talks“. Cílem je, aby potřeby a problémy zákazníků byly středem všeho, co děláme. Důkladně také sleduji konkrétní opatření, která se týkají naší vytyčené osy zlepšení. V současné době se zaměřujeme na komunikaci našich plánů ohledně udržitelnosti a inovací, na zavádění našeho vylepšeného vratného řešení a na definování procesu, který zajistí proaktivnější optimalizaci portfolia.

Kde vidíte největší příležitosti pro společnost Vetropack z hlediska nových trendů nebo technologií?

Digitalizace představuje zajímavou příležitost, jak zlepšit zákaznickou zkušenost v každém bodě cesty zákazníka v rámci společnosti Vetropack. Potřebný základ jsme letos vybudovali tím, že jsme našemu obchodnímu týmu poskytli nový nástroj pro řízení vztahů se zákazníky, takže tráví více času se zákazníky a méně sběrem dat a reportováním. S potěšením také potvrzují, že budeme spouštět projekt zaměřený na vývoj specializované platformy pro zákazníky, aby měli lepší přístup k aktuálním datům, službám a mohli snadněji poskytovat zpětnou vazbu.

Sledujte nás!

Podpora inovací

V roce 2020 jsme v našem závodě v Pöchlarnu (Rakousko) založili Inovační centrum. Toto centrum je fyzickým důkazem strategického inovačního úsilí skupiny Vetropack. Inovace, které následně ovlivňují naše výrobky, procesy a celou společnost, se zde prosazují plnou rychlostí. Společnost Vetropack si totiž klade za cíl, nyní i v budoucnu, plnit požadavky svých zákazníků prostřednictvím vývoje inovativních, environmentálně šetrných výrobků a služeb vysoké kvality a zajistit si tak dlouhodobý obchodní úspěch.



Inovační centrum názorně ukazuje, že inovace jsou pro naši společnost vysoce aktuálním tématem. Pod vedením Daniela Eggera, skupinového ředitele pro inovace, bylo toto centrum s účinností od ledna 2022 začleněno do oddělení Technika a výroba. Po této organizační změně následovalo postupně další rozšíření. Inovační centrum v Pöchlarnu má v současné době 32 zaměstnanců a skládá se ze tří oddělení: Inovace procesů a technologií, Inovace výrobků a materiálů, Inovace inteligentních továren. Tento pohled do zákulisí odhaluje, na čem aktuálně pracujeme.

Nový stroj zefektivňuje temperování lahví

Společnost Vetropack vyvinula jedinečný výrobek, který je první vratnou lahví na světě vyrobenou z temperovaného vylehčeného skla. Nízká hmotnost lahví podstatně snižuje nároky na logistiku i náklady, přičemž emise CO₂ na jednu lahev klesly přibližně na čtvrtinu vzhledem k běžné vratné lahvi. Naším cílem je nyní přiblížit tuto technologii k průmyslovému využití, a proto v současné době vyvíjíme nový, ještě účinnější stroj na temperování lahví.

Pilotní zařízení pro testování tohoto přepracovaného procesu již bylo objednáno a jeho spuštění do výroby je naplánováno na polovinu roku 2024. Pokud příslušné testy proběhnou podle plánu, lze očekávat, že plně funkční verze tohoto stroje bude k dispozici již v druhé polovině roku 2025, což povede k dalšímu zvýšení naší výrobní kapacity.

Zachycení a využití uhlíku

Naše oddělení Inovace procesů a technologií provádí také zajímavé testy týkající se technologie zachycování a využívání uhlíku ve sklářském průmyslu. Tento proces je známý jako „mineralizace uhlíku“, kdy se oxid uhličitý přeměňuje na uhličitán. K této chemické reakci dochází, když jsou speciální horniny vystaveny působení oxidu uhličitého. Tím, že oxid uhličitý nebude unikat zpět do atmosféry, stane se pro sklářský průmysl tento proces velmi zajímavým. Výroba skla bez CO₂ by se mohla stát konečně realitou.

Výroba „bez sody“

Společnost Vetropack je členem organizace International Partners in Glass Research (IPGR), mezinárodní výzkumné organizace, která podporuje sklářskou vědu a technologii prostřednictvím spolupráce mezi průmyslem, vysokými školami, univerzitami a orgány veřejné správy. Společnost Vetropack provádí zkoušky zaměřené na změnu vstupních surovin ve sklářské peci, která byla vyřazena z provozu. V rámci projektu „No Soda Trials“ byla upravena směs surovin tak, aby se eliminovalo dodatečné používání sody, která je jedním z hlavních zdrojů emisí CO₂. V rámci desetidenního sledování bylo zkoumáno chování směsi při tavení. Na konci zkoušky byla úspěšně prokázána tvarovatelnost lahví z taveniny bez sody.

Naše oddělení Inovace výrobků a materiálů se také intenzivně zaměřuje na alternativní složení směsí (receptury, které se nakonec dostanou do pecí) a alternativní suroviny.

Bezproblémová zpětná dohledatelnost díky pokročilé datové matici a technologii RFID

V rámci našeho oddělení Inovace inteligentních továren zavádíme v současné době robustní systém zpětné dohledatelnosti pomocí datových maticových kódů. Každá lahev je opatřena jedinečným identifikátorem, který zachycuje a uchovává specifické údaje z celého výrobního procesu. To umožňuje včas odhalit případné problémy a zlepšuje kontrolu kvality, což vede k větší transparentnosti, která posiluje důvěru zákazníků. Dalším přínosem je technologie RFID (Radio-Frequency Identification), která nám umožňuje identifikovat palety a kontrolovat jejich množství v reálném čase, čímž se optimalizuje logistika a efektivita výroby.

Všechny tepelně temperované lahve jsou za použití laseru označeny datovým maticovým kódem, který uchovává velké množství informací a otevírá řadu zajímavých možností. Například v případě reklamace lze rychle identifikovat dotčené výrobky. Rovněž nabízí výhody v oblasti reklamních kampaní nebo věrnostních programů.



V našem Inovačním centru v rakouském Pöchlarnu pokračujeme ve zdokonalování jednoho z nejstarších materiálů na světě. Co je naší motivací? Snaha o větší udržitelnost skla a o ještě efektivnější výrobní procesy.



Technologie RFID u palet se již používá v našich závodech v Pöchlarnu, Straži, Nemšové a Kyjově. Systém zaznamenává údaje o příchozích i odchozích paletách. Do budoucna bude možné přesměrovat jednotlivé palety do externích depaletizačních zón podle definovaných kritérií a zajistit dohledatelnost palety s výrobky.

Pokračujeme ve vývoji počítačového vidění

Systémy počítačového vidění využívají algoritmy pro hluboké učení ke zpracování vizuálních dat a získávání smysluplných informací. V běžném továrním prostředí lze tuto technologii využít k rozpoznávání objektů, vzorů a anomálií v různých segmentech. Společnost Vetropack identifikovala řadu výhod plynoucích z využití této technologie, včetně zlepšení kvality výrobků, zvýšení efektivity a snížení prostojů.

Ve společnosti Vetropack proto využíváme počítačové vidění pro různé aplikace. Například díky pokročilé kontrole vad výrobků a kontrole kvality zajišťujeme, že naše výrobky splňují nejvyšší standardy. Počítačové vidění používáme také pro počítání výrobků, to přesně sčítá položky a zefektivňuje tak skladové a výrobní procesy.

Do budoucna vidíme značný potenciál v rozšíření využití této technologie. Mezi budoucí možnosti patří využití počítačového vidění v dílnách forem při kontrolách opotřebenosti a čistoty, jakož i k nepřetržitému sledování výrobního prostředí, zda nedochází k nesrovnalostem nebo odstávkám, což umožní rychlé zásahy a minimalizaci prostojů. Další možností je vylepšení skladového hospodářství prostřednictvím lepší-

ho monitorování a automatizace. Toto je ale pouze začátek, ve společnosti Vetropack existuje mnoho příležitostí, jak technologii počítačového vidění dále využívat.

Podíl digitálních dvojčat na digitální revoluci

Tento projekt zahrnuje využití nejmodernějších technologií, jako je umělá inteligence, počítačové vidění, IIoT nebo pokročilá robotika, k vytvoření digitálních replik pecí a zkušebních strojů pro výrobu tepelně temperovaných lahví (abychom uvedli jen dva příklady). Tato digitální dvojčata zrcadlí reálné procesy a otevírají možnosti pro monitorování v reálném čase, simulace a rozšířené analýzy dat. Jejich přínosy jsou: optimalizované nastavení, předpověditelná údržba a identifikace skrytého prostoru pro zlepšení procesů.

Neustálá výzkumná činnost opakovaně zajišťuje naši společnosti přední pozici v oblasti inteligentních skleněných obalů. A se zájmem očekáváme, jaký vývoj přinese budoucnost.



#Inovace:
www.vetropack.com/
cz/inovace/

„Naším cílem je dosáhnout vysoké kvality výrobků, špičkového servisu a posílit důvěru našich zákazníků. Současně dbáme na efektivitu nákupu a usilujeme o udržitelnou budoucnost.“

Daniel Egger, vedoucí skupiny pro inovace



Správa časových oken zvyšuje produktivitu



Časová okna a sofistikovaný monitorovací systém výrazně zkrátily dobu nakládky a zvýšily efektivitu.



Přeplněná nakládací plocha, čekací doba pro nákladní automobily až pět hodin a řidiči vysokozdvíhových vozíků, kteří nevěděli, kam v době špičky vyrazit dříve... takový byl scénář, kterému čelil logistický tým v Pöchlarnu, když v roce 2018 začal pracovat.

Ve skutečnosti byla situace problematická téměř ve všech ohledech: z hlediska hospodárnosti, kapacity i efektivity, a to nejen pro společnost Vetropack, ale i pro naše speditéry. Dalším problémem byla bezpečnost práce řidičů vysokozdvíhových vozíků. Dále tu byly problémy s udržitelností a emisemi CO₂, které vyplývaly z čekacích dob kamionů. Nástroj ELOGATE používáme v logistice naší společnosti Vetropack již delší dobu. Obsahuje několik působivých funkcí, z nichž jednou je správa časových oken (neboli TWM). Co to ale znamená v praxi?

Speditéři dostanou od dispečera přepravní příkaz s poznámkou, že je třeba rezervovat časové okno nakládky. Díky tomu vědí, kdy se mají dostavit do Vetropacku. V první fázi (která v současné době probíhá) mají kamiony časový interval 2,5 hodiny, který by měly dodržet. Pokud kamiony přijdou do Pöchlarnu v tomto čase a jsou zaregistrovány na dispečinku, řidiči vysokozdvíhových vozíků to vidí na svých tabletech a mohou se pak těmto kamionům věnovat podle plánu a přednostně je naložit. Toto uspořádání přináší ekonomické i ekologické výhody pro obě strany.

Pro závod v Pöchlarnu byl také navržen a zaveden monitorovací systém. Jeho cílem je informovat speditéry o výkonnosti TWM. Na základě monitoringu jsme pak zavedli systém měsíčních zpráv. Ty speditérům poskytují informace, jak jsou časové sloty rezervovány a zda jsou dodržovány. Uspořádali jsme také společná setkání se speditéry, abychom připravili různé strategie, jak systém vylepšit. Aby funkce námi používaného nástroje mohly být skutečně plně

využity, je nezbytné, aby všechny zúčastněné skupiny spolupracovaly. Již po krátké době byl úspěch těchto kroků měřitelný, díky součinnosti systému a perfektně fungujícího týmu se doba nakládky zkrátila z průměrných dvou hodin na pouhých 30 minut.

Kromě zkrácení doby průchodnosti přináší TWM řadu dalších pozitivních vedlejších efektů:

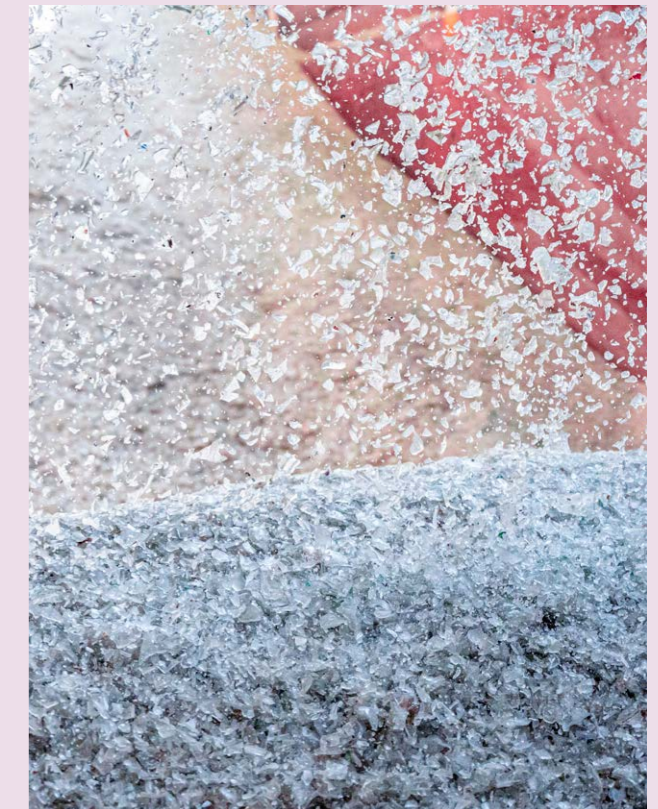
- Denní špička nakládky je vyrovnaná, takže řidiči vysokozdvíhových vozíků jsou ušetřeni tlaku (bezpečnost práce), totéž platí pro pracovníky dispečinku.
- Optimalizuje se nasazení personálu.
- Zkracují se čekací doby nákladních vozidel.
- Zvyšuje se produktivita jak společností Vetropack, tak našich zákazníků.
- Díky kratším čekacím dobám se snižují emise CO₂.

To je úspěch pro celé odvětví. Náš tým z Pöchlarnu spojil síly s provozovatelem systému a pomohl dalším společnostem podobným způsobem přepracovat jejich logistické procesy.

Digitální recyklace

Jak přimět spotřebitele, aby důsledně třídili skleněné obaly, které používají? Právě tuto otázku si kladou nejen výrobci ve sklářském, potravinářském a nápojovém průmyslu, ale také ekologické organizace nebo vlády různých zemí po celém světě. V chorvatském městě Koprivnica se společnost Vetropack Straža d.d. spojila s Evropskou federací výrobců obalového skla (FEVE), nadnárodní společností Podravka Inc., jedním z předních výrobců potravin v zemi, a lokálním poskytovatelem komunálních služeb společností Komunalac d.o.o. v pilotním projektu, jehož cílem je na tuto otázku odpovědět.

Sklo je přírodní materiál, který je stoprocentně opakovaně použitelný, aniž by se snížila jeho kvalita.



Použité skleněné obaly jsou důležitým zdrojem, který snižuje spotřebu surovin i energie potřebné při výrobě skla, protože tavení použitého skla vyžaduje méně energie. Toto vede také ke snížení emisí uhlíku na nově vyrobený obal. Proto je důležité, aby se sklo určené k recyklaci skutečně dostalo do recyklačního cyklu. Z různých důvodů se to ne vždy daří. Infrastruktura pro sběr, přepravu a recyklaci skla nemusí fungovat tak efektivně, jak by měla, nebo může být nedostatečná. Kromě toho si spotřebitelé nemusí být vědomi potenciálu recyklace skla nebo správného způsobu, jak sklo třídít. Z tohoto důvodu je FEVE aktivním partnerem iniciativy Close the Glass Loop, platformy sdružující více zainteresovaných stran z celého hodnotového řetězce, jejímž cílem je dosáhnout do roku 2030 až 90% míry sběru skleněných obalů v EU (v současnosti je to 80,1 %).



Pilotní projekt digitální recyklace je vzdělávací a osvětovací kampaň zaměřená na spotřebitele. Jejím cílem je dosáhnout vyšší míry sběru a recyklace v chorvatském systému recyklace skla.



Mezi nejdůležitější nástroje k dosažení tohoto cíle patří zvyšování povědomí a komunikace se spotřebiteli prostřednictvím budování účinných partnerství. „Jako evropská organizace jsme závislí na lokálních partnerech, jako jsou podniky a orgány místní samosprávy, které mohou aktivovat své stávající kontakty a infrastrukturu a využít své hluboké znalosti situace ve svém regionu. My jim na oplátku poskytujeme zdroje, rady a komunikační materiály. Všichni usilujeme o stejný cíl, jen máme různé úhly pohledu,“ vysvětluje Michael Delle Selve, vedoucí marketingu a komunikace FEVE.

Lokální partnerství pro udržitelnou recyklaci skla

V chorvatském městě Koprivnica jsou těmito lokálními partnery společnost Vetropack Straža d.d., výrobce potravin Podravka Inc. a Komunální služby Komunalac d.o.o. Pomocí pilotního projektu digitální recyklace a digitální kampaně určené ke vzdělávání spotřebitelů se snaží dosáhnout vyšší míry sběru a recyklace v chorvatském systému recyklace skla. V rámci zálohového systému (DRS) spotřebitelé vracejí lahve o objemu 200 ml a více do obchodů za malou zálohu, zde je sbírají soukromé společnosti. Odhaduje se, že 80 % obalů, na které se tento systém vztahuje, je sebráno k recyklaci. Konzervové sklenice všech velikostí a menší skleněné lahve

se však sbírají do komunálních kontejnerů v rámci systému rozšířené odpovědnosti výrobců (EPR), následně je komunální služby odvázejí do recyklačních závodů. Tímto způsobem se sesbírá pouze asi 30 % těchto skleněných obalů. Zbývajících 70 % končí v komunálním odpadu, to snižuje celkovou míru sběru skla v zemi na 59 %. V porovnání s průměrem v rámci EU má Chorvatsko značný prostor pro růst.

Aby se zjistilo, zda je nižší úspěšnost systému EPR způsobena faktory, jako je nedostatečná motivace v podobě odměny (jako v systému DRS), nebo nedostatečné povědomí ohledně recyklace skla obecně, byl spuštěn pilotní projekt Digitální recyklace. Tento projekt začal online průzkumem zaměřeným konkrétně na občany Koprivnice. Následně byla sdělení kampaně upravena dle výsledků průzkumu a doplněna vizuálními materiály s výrobky společnosti Podravka ve skleněných obalech.

Faktory úspěchu kampaně na recyklaci skla

Na podzim letošního roku bude spuštěna strategická propagace obrázků z kampaně prostřednictvím sociálních médií společnosti FEVE. Průběžný sběr dat během kampaně zahrnuje například sledování, která sdělení, vizuály a kanály oslovily nejvíce spotřebitelů a jak to ovlivnilo objem sběru



„Chceme přispět k tomu, aby sklo, které používáme, bylo skutečně recyklováno.“

Nataša Mikuš Žigman,
vedoucí oddělení udržitelnosti ve společnosti Podravka

skla. Až kampaň skončí, budou tato data analyzována, vyhodnocena a porovnána s daty shromážděnými v Čakovci, podobném městě bez kampaně, které slouží jako tzv. kontrolní skupina. Konečným výstupem bude soubor komunikačních materiálů a plán, který bude možné uplatnit při budoucích kampaních v jakékoli jiné zemi.

FEVE i Vetropack Straža d.d. poskytují finanční podporu tomuto projektu, každý z účastníků však přispívá k jeho úspěchu jinak. Tým společnosti Vetropack se podílí na značné části organizačních úkolů a zajišťuje překlad kampaně. Vzhledem k tomu, že společnost Vetropack Straža d.d. provozuje jediný závod na výrobu skla v zemi, byly její kontakty klíčové a přispěly k zapojení společností Komunalac i Podravka do projektu. Podravka zastřešuje mnoho oblíbených značek a tím zajišťuje kampani potřebné zviditelnění. „Okamžitě jsme rozpoznali hodnotu tohoto projektu,“ říká Nataša Mikuš Žigman, ředitelka pro udržitelnost ve společnosti Podravka. „Stanovili jsme si cíl, že do roku 2030 budeme pro naše výrobky používat pouze recyklovatelné, vratné nebo kompostovatelné obaly. Sklo nám může pomoci tuto ambici naplnit – a my chceme přispět k tomu, aby se námi používané sklo skutečně recyklovalo.“ Společnost Komunalac působila v rámci projektu jako lokální poradce a poskytovala datovou

podporu. „Máme také ideální pozici pro měření skutečného dopadu na objem skla, které sbíráme k recyklaci. Těšíme se, že se snad dočkáme výrazného nárůstu,“ říká Saša Grubačević, vedoucí oddělení odpadového hospodářství ve společnosti Komunalac. Kromě společné koordinace projektu navrhla společnost FEVE komunikační přístup k tomuto projektu a bude také vyhodnocovat získaná data. Všichni čtyři partneři doufají, že míra recyklovaného skla v Koprivnici výrazně stoupne. Těší se, že výsledky jejich společného úsilí budou využity pro budoucí kampaně nejen v Chorvatsku, ale i v zahraničí.



#Udržitelnost
www.vetropack.com/
cz/udrzitelnost/

Žádné zbytečné pohyby

Pohled do budoucnosti: Vetropack v Itálii naplno využívá potenciál chytré továrny (smart factory). Ve svém novém výrobním závodě v Boffalora sopra Ticino provozuje nejmodernější, plně automatizovaný sklad. Zákazníci mohou těžit z kratších dodacích lhůt a plynulé průchodnosti.

Společnost Vetropack uvedla do provozu plně automatizovaný sklad o rozloze 340 000 m² ve svém novém závodě v Boffalora sopra Ticino.



„Vzávodě v Boffaloře jsou všechny procesy sladěny s nejnovějšími technologiemi.“

Jaroslav Mikliš, manažer projektů a transformace dodavatelského řetězce skupiny Vetropack.

V novém závodě společnosti Vetropack v Itálii je plně automatizovaný sklad vybaven nejmodernějšími technologiemi určenou k optimalizaci logistických operací. Ve srovnání s běžnými nebo částečně automatizovanými sklady dosahuje výrazně vyšší efektivity při zpracování objednávek. Díky tomuto novému systému zajišťuje společnost Vetropack Itálie plnou sledovatelnost v reálném čase, což umožňuje okamžitou reakci na případné odchylky a výrazné zkrácení dodacích lhůt. Automatizace rovněž zajišťuje rovnoměrné rozdělení úkolů mezi dostupné zdroje, což společnosti Vetropack pomáhá vyhnout se kritickým místům a zajistit efektivní využití kapacit.

„V závodě v Boffaloře jsou všechny procesy sladěny s nejnovějšími technologiemi,“ říká Jaroslav Mikliš, manažer projektů a transformace dodavatelského řetězce skupiny Vetropack. To se týká i logistiky, která byla naplánována pomocí simulací.

„V plně automatizovaném skladu jsou zbytečné pohyby minulostí. Zároveň nám přesný sběr dat umožňuje řídit a monitorovat procesy s mimořádnou přesností,“ vysvětluje dále Jaroslav Mikliš. Aby byl zajištěn plynulý provoz, lze celý systém sledovat na dálku.

Maximální bezpečnost, větší udržitelnost, žádné čekací doby

Vyhnutí se manuálním zásahům zvyšuje bezpečnost práce i kvalitu druhotných obalů: Využití automatizačních technologií a umělé inteligence zabraňuje rizikovým situacím stejně jako poškození druhotných obalů. Plně automatizovaný sklad rovněž přispívá k cílům společnosti Vetropack v oblasti udržitelnosti. Celý vozový park byl vybaven nejmodernějšími lithiovými bateriemi s nízkou spotřebou, které nejen zkracují dobu trvání nabíjecího cyklu, ale také výrazně zvyšují efektivitu procesu nabíje-

ní. „Díky efektivnímu využití celého areálu snižujeme kyvadlovou dopravu do jiných skladů a snad se nám ji brzy podaří zcela eliminovat,“ komentuje Jaroslav Mikliš.

Nový plně automatizovaný sklad je opět příkladem pozitivního vlivu supermoderního a zdrojově úsporného areálu v Itálii na celou skupinu.



#Inovace
www.vetropack.com/cz/inovace/

70 let stará
a stále
plná síly



Žádný kofein, pouze přírodní ingredience a v neposlední řadě výjimečný skleněný obal: Cockta je dnes trendovým nealkoholickým nápojem na Balkáně i mimo něj.

Cockta, legendární nealkoholický nápoj ze Slovinska, dosahuje nových výšin s podporou společnosti Vetropack.

Unikátní recept, přírodní ingredience a především výjimečné balení – značka Cockta se vrací na výsluní po svém faceliftu z roku 2018. Hosté v restauracích, hotelech nebo kavárnách mohou ochutnat nápoj Cockta Original, Cockta Free (bez cukru) a Cockta Blondie z výjimečné skleněné lahve od společnosti Vetropack, která je také klíčovým prvkem image této kreativní nealkoholické limonády z Balkánu.

V roce 1952 Emerik Zelinka, profesor chemie na Univerzitě v Lublani, vyvíjel recept na speciální druh koly. O pouhý rok později přišla na trh Cockta, která se stala národním nápojem mladé Socialistické federativní republiky Jugoslávie. Po desetiletí Cockta osvěžuje a těší generaci za generací svou jedinečnou tajnou recepturou, která zahrnuje koktejl jedenácti bylin a karamelu, vody z minerálního pramene a dalších přírodních ingrediencí.

Cockta, která neobsahuje ani kofein, ani kyselinu fosforečnou, je po více než desetiletí vyráběna a prodávána společností Atlantic Grupa. Tato společnost se sídlem v Záhřebu je jedním z předních výrobců potravin a nápojů v jihovýchodní Evropě.

Kromě nápojů zahrnuje její portfolio výrobků i slané pomazánky (jako je Argeta, značka paštiky, která zaznamenala úspěch po celé Evropě), kávu, snacky nebo cukrovinky, přičemž výrobky na bázi ovsa jsou součástí nově se rozvíjejícího obchodu.

Nový design a jedinečná lahev jsou klíčem k opětovnému úspěchu

Laura Bortas, vedoucí oddělení vývoje značky ve společnosti Atlantic, která sdílí odpovědnost za značku Cockta se svým



Základní kameny úspěchu – jedinečná receptura založená na přírodních ingrediencích a unikátní skleněná lahev od společnosti Vetropack přispěly k tomu, že si Cocktu oblíbili spotřebitelé všech věkových kategorií.

týmem, říká: „Po roce 2010 se Cockta stávala stále více ‚nostalgickým nápojem‘, provádělo se příliš mnoho krátkodobých inovací, které byly na úkor jádra značky a prodejů. Proto jsme se v roce 2018 vydali cestou změny pozice na trhu – chtěli jsme obnovit značku a zaměřit se i na mladší generaci. Klíčovou roli v tomto procesu sehrála společnost Vetropack.“

Nová skleněná lahev o objemu 275 ml váží 180 gramů, je vyrobená pomocí metody „úzkohrdlého lisofuku“ a vyniká výrazným designem s několika unikátními prvky. Lahev je určena pro segment HORECA (hotely, restaurace, kavárny). Hrdlo této úzké lahve je inspirováno šípkem, jednou z ingrediencí nápoje Cockta. Hladké plochy povrchu jsou střídány plochami, které připomínají pomerančovou kůru. Na lahvi je také vyražen rok, kdy Cockta vznikla. Neobvyklá je jak etiketa (nyní v původních barvách z roku 1953 – žlutá a modrá), tak i její umístění. To vyžaduje specifické know-how nejen při výrobě lahvi, ale i při jejich etiketování. Bortas dále doplňuje: „Jsme velmi rádi, že nás náš partner, společnost Vetropack, podporoval po celou dobu procesu vývoje této jedinečné lahve. Společnost Vetropack nám v tomto projektu po-

mohla vzlétnout!“ V roce 2023 plánoval Vetropack, výhradní dodavatel skleněných obalů pro nápoj Cockta, dodat společnosti Atlantic přibližně 22 milionů skleněných obalů. Přičemž HORECA segment představuje 28 procent celkových prodejů nápoje Cockta. Ten je distribuován také mimo balkánský region, a to do 24 zemí po celém světě, včetně Velké Británie a USA.

Osvěžující odlišnost a hit u mladé generace

Od roku 2018 do roku 2022 dokázala společnost Atlantic zvýšit prodej nápoje Cockta o 42 procent. Navíc se skupině podařilo dosáhnout jednoho z nejdůležitějších cílů – oslovit mladší generaci. „Prvotřídní vzhled jedinečné lahve od společnosti Vetropack není důležitý pouze pro HORECA segment, kde záleží nejvíce na prvním dojmu a kde jsou utvářeny spotřebitelské návyky. Je také klíčový pro marketing – můžeme říct, že je součástí vizuálního jádra značky,“ zdůrazňuje Bortas.

Obě společnosti navíc sdílí dlouhou tradici, protože jejich předchůdci začali spolupracovat již v roce 1953 – dlouho



Návrat ke kořenům: při faceliftu v roce 2018 byly Cocktě vráceny původní barvy z roku 1953, a to žlutá a modrá, které se znovu objevují i na 275ml vylehčené skleněné lahvi od společnosti Vetropack.



předtím, než společnosti Atlantic Grupa a Vetropack Straža vůbec v Chorvatsku vznikly. Počátky výroby skla na slovinsko-chorvatském pomezí však sahají ještě dále. Goran Vurnek, obchodní zástupce ve společnosti Vetropack Straža, dodává: „V 19. století byla voda bohatá na minerály a obsahující přírodní CO₂ z pramenů poblíž Rogaška Slatina vyvážena do Vídně a dalších evropských destinací a první lahve na tuto vodu byly vyrobeny v Hum na Sutli, kde se dnes nachází náš závod Vetropack.“

Posilování a opatrné rozšiřování jádra značky díky společnosti Vetropack

Od roku 2018, kdy Cockta Original udělala dojem svým novým vzhledem, byly do sortimentu přidány ještě další dvě varianty. V roce 2019 přišla na trh v souladu s aktuálními trendy „Cockta Free“ (bez cukru), v roce 2021 ji pak následovala varianta „Blondie“ – neboli jiný způsob, jak si vychutnat pomeranč – osvěžující pomerančový nápoj s nezaměnitelným koktejlem bylin. Oba produkty byly úspěšně uvedeny na trh a jsou k dispozici v ikonické skleněné lahvi. Tímto přibyl

společnosti Atlantic (mimo segment kolových nápojů) nový pilíř na trhu s perlivými nápoji (CSD), a ten stále roste.

Závěrečná slova od Laury Bortas: „Máme v úmyslu nadále stavět na této silné základně. Naše úzká spolupráce s Vetropackem je pro nás velmi užitečná. Naše vývojová oddělení jsou již během fáze konceptu v přímém kontaktu, abychom si již v rané fázi designování objasnili, co je a není možné. Tento společný úspěšný příběh bude pokračovat – očekávejte neočekávané!“



Další úspěšné příběhy naleznete na tomto odkazu:

www.vetropack.com/cz/vyroby-a-sluzby/uspesne-pribehy



Nefalšovaná

Od západní Ukrajiny po východní Evropu a dále do celého světa: přírodní produkty z rozmanitého sortimentu společnosti Lutsk Foods jsou obohacením každé kuchyně, navíc jsou dodávány v exkluzivních a udržitelných skleněných obalech od společnosti Vetropack. Od léta 2023 jsou skleněné obaly opět dodávány přímo z ukrajinského závodu společnosti Vetropack. A plánuje se další rozšíření spolupráce.



Anna Polishchuk, provozní ředitelka společnosti Lutsk Foods, je potěšena partnerstvím se společností Vetropack.

Znáte satsebeli? To je speciální rajčatová omáčka z Gruzie, která se vyrábí z rajčatového protlaku, cibule, papriky a česneku v kombinaci s koprem, bazalkou a koriandrem. Nebo co třeba adžiku? To je pikantní pasta z Kavkazu (v Turecku známá jako acuka), jejíž hlavní složkou jsou drcené chilli papričky. Společnost Lutsk Foods si dala za cíl zpřístupnit tyto kulinářské speciality po celém světě. Název společnosti Lutsk Foods je odvozen od malého města, které leží na západě Ukrajiny a kde byla v roce 1945 firma založena. Od té doby se stala lídrem na trhu nejen ve své zemi. Více než 350 zaměstnanců pečlivě vyrábí přes 70 jedinečných výrobků, které se prodávají především pod značkami Runa a Ridnyi Krai, a to ve východní i západní Evropě, USA, Japonsku, Saúdské Arábii a dalších zemích.

Jedním z hlavních tajemství značky Runa je, že její produkty si zachovávají své původní vlastnosti: všechny jsou vyráběny bez konzervačních látek a potravinářských přísad. Zkušenosti technologové spolupracují s marketingovým týmem na dalším vývoji jedinečných receptur pro řadu Runa. Výrobní zařízení společnosti Lutsk Foods bylo v letech 2008-2010 kompletně modernizováno a v letech 2014-2016 byly instalovány další výrobní linky. Od roku 2019 Lutsk Foods spolupracuje se společností Vetropack, jedním z předních evropských výrobců skleněných obalů. A od roku 2021 dodává společnost Vetropack exkluzivní skleněný obal o objemu 430 ml právě pro značku Runa. Obě společnosti sdílejí stejný závazek k vysoké kvalitě, udržitelným procesům a neustálému rozvoji.

Speciální receptury – přírodní, zdravé a s dlouhou trvanlivostí

Anna Polishchuk nastoupila do společnosti Lutsk Foods v roce 2010 a od roku 2021 je provozní ředitelkou společnosti. Uvádí, že: „Naše spolupráce se společností Vetropack skrývá velký potenciál. Sklo je pro nás ideálním obalovým materiálem. V době války se však priority mění, v současné době je hlavním úkolem zajistit lidem práci a udržet předválečnou úroveň.“ Společnost Vetropack provozuje závod v ukrajinském Hostomelu. Sklárna se nachází severozápadně



Obrázek nahoře: Pro své regionální speciality, jako je paprikovo-rajčatová omáčka letcho, používá společnost Lutsk Foods sklenice o objemu 430 ml od společnosti Vetropack. Obrázek vpravo: Před použitím jsou formy připraveny pro výrobu, vyčištěny, vyleštěny a zkontrolovány.



od Kyjeva, byla založena v roce 1912 a od roku 2006 ji vlastní skupina Vetropack. Na konci února 2022 utrpěla sklárna vážné škody, avšak na konci května 2023 obnovila provoz s nově přijatými 169 zaměstnanci, kteří jsou převážně z řad bývalých zaměstnanců. „Jsem velmi rádi, že našim dodavatelem je společnost Vetropack Hostomel, která sídlí v naší blízkosti. A to proto, že se na ukrajinské partnery spoléháme i v případě všech ostatních surovin a komponentů v rámci dodavatelského řetězce,“ pokračuje Polishchuk.

Více než 90 % výrobků společnosti Lutsk Foods se dodává ve skleněných obalech, které se plní přímo na místě. Sklo je jako nekonečně recyklovatelný materiál mimořádně udržitelné a neobsahuje žádné přísady ani potenciálně škodlivé chemikálie. Sklo a keramika obsahují také zdaleka nejnižší počet látek přicházejících do styku s potravinami, které by se mohly náhodně nahromadit v obalech a představovat dosud neprozkoumaná zdravotní rizika. Stejně jako společnost Vetropack Hostomel je i společnost Lutsk Foods certifikována podle FSSC 22000, což svědčí o vysoké úrovni zajištění kvality a zpětné dohledatelnosti v celém hodnotovém řetězci. „Naším cílem je každý den vyrábět bezpečné výrobky vysoké kvality – výrobky, které splňují vysoké standardy stanovené národní a evropskou legislativou,“ zdůrazňuje Polishchuk. Vetropack v současné době dodává skleněné obaly

v bílé barvě pro 16 různých výrobků společnosti Lutsk Foods. Patří mezi ně široká škála speciálních omáček na bázi rajčat, dále kečup pro děti nebo majonéza. Tyto produkty připravené ke konzumaci obsahují cenné vitaminy a mikroživiny a lze je jednoduše použít při vaření. Skleněné obaly jsou mimořádně šetrné k životnímu prostředí – ale to není vše: umožňují také tepelnou úpravu, která zajišťuje požadovanou sterilizaci a zcela eliminuje potřebu jakýchkoli konzervačních látek.

Perspektivní ukrajinské partnerství

„Vetropack je pro nás tím správným partnerem, který nám pomáhá jít kupředu i v oblasti udržitelnosti,“ říká Anna Polishchuk. „Díky pokročilé technologii a optimalizovaným procesům společnosti Vetropack šetříme obrovské množství emisí CO₂ v celém hodnotovém řetězci. A to proto, že naše výrobky prodáváme jak přímo, tak nepřímo, zároveň zásobujeme gastronomický průmysl a různé exportní trhy. Naši marketingoví specialisté bedlivě sledují ukrajinský i globální trh, a když nastane správný čas, ve spolupráci s potravinářskými technologiemi připraví nové výrobky, u kterých budeme také uvažovat o skleněných obalech od společnosti Vetropack. Situace je i nadále náročná, ale obě naše společnosti velmi dbají na kvalitu a již nyní pracujeme na společných plánech do budoucna.“



Spolehlivý partner – navzdory nepříznivým okolnostem

Naši zaměstnanci na horkém provozu se každý den starají o to, aby se rozzhavené skleněné kapky proměnily ve skleněné nádoby. Zde kontrolují sklenici pro značku Runa.

Vedle překonávání výzev, které přináší probíhající konflikt, je závod společnosti Vetropack v Hostomelu (Ukrajina) průlomový v tom, že zajišťuje jak nepřetržitou výrobu, tak dodávky energie. Přestože došlo k určité ztrátě podílu na trhu, odhodlaně udržujeme stávající partnerství a pokračujeme v dalším rozšiřování, protože se připravujeme na obnovu ukrajinského trhu. Poďte se s námi podívat do zákulisí tohoto obdivuhodného úspěchu.

Náš tým v Hostomelu prokazuje mimořádnou odolnost a přizpůsobivost v těžkých časech. Navzdory probíhajícímu konfliktu vyvinuli v posledních měsících inovativní řešení, která umožnila obnovení výroby, rozšíření nabídky na trhu a zajištění energetickou bezpečnost. Rekonstrukční práce v Hostomelu pokračují. A přestože jsou podmínky obtížné, úspěšné uvedení první pece do provozu do značné míry normalizovalo výrobu. Kromě toho byly podniknuty přípravné kroky pro uvedení další pece do provozu. To umožní udržet stávající podíl na trhu, nebo jej dokonce zvýšit.

Jaroslav Klimenko, obchodní ředitel společnosti Vetropack Hostomel, je přesvědčen, že trh se zotaví. Prognózy výrobců rychloobrátkového zboží (FMCG) pro rok 2024 jeho přesvědčení podporují. Na Ukrajině se očekává nárůst trhu přibližně o 10 %¹.

Vývoz pokračuje navzdory blokádám hranic

Obnovili jsme spolupráci s klíčovými výrobci potravin, čímž se naši společnosti otevřely nové tržní příležitosti. Pozorně sledujeme trendy na domácím trhu a aktivně reagujeme na změny s cílem najít rovnováhu mezi partnerstvím a ziskovostí. Navzdory blokádě hranic pokračujeme v plnění našich partnerských dohod, včetně přepravy zboží do zahraničí. To posiluje naši pověst spolehlivého a prozíravého partnera, a to i v obtížných dobách. Na ukrajinském domácím trhu zůstává v platnosti pravidlo zavedené již před válkou: většina zákazníků používá vlastní vozidla k odběru našich výrobků z výrobního závodu. Tento postup usnadňuje výhodná geografická poloha závodu ve vzdálenosti pouhých 6 km od Kyjeva. Výrobci dopřávají své výrobky do prodejních a distribučních center v hlavním městě a na zpáteční cestě si vyzvednou skleněné obaly. Tento efektivní koloběh zboží a obalů podstatně snižuje logistické náklady.

Řízení rizik v praxi

Kromě omezených výrobních kapacit se musí závod vypořádat také s výzvou, jak zabezpečit nepřetržitou dodávku energie. Každodenní výpadky proudu nebo riziko dlouhých výpadků jsou přímými důsledky války. Pro zajištění provozu závodu byly proto zakoupeny generátory, které zajišťují stabilní dodávky energie.

Kromě těchto krátkodobých kroků provádíme dlouhodobé plánování a další analýzy rizik. Zkoumáme různé možnosti, včetně využití alternativních zdrojů energie, abychom zajistili spolehlivé dodávky elektřiny. Naším cílem je nejen překonat překážky, kterým v současnosti čelíme, ale také vytvořit spolehlivý a odolný systém, který bude podporovat naši činnost i v budoucnu.

Strana 8

Snížení hmotnosti je snadné

Inovativní vratná lahev ztělesňuje
udržitelnou identitu značky



Svět společnosti Vetropack ve vaší schránce! Dvakrát ročně.

Nejnovější zprávy z našich sklárén, termíny blížících se veletrhů, probíhající zákaznické projekty nebo pohled do zákulisí společnosti Vetropack, náš newsletter vám přináší všechny tyto informace pravidelně do vaší e-mailové schránky. Zaručená porce informací, zajímavosti a zábavy.



vetropack &