

# VETRO TIME



## Date concrete

Procesul inovator implică temperarea termică a sticlelor pentru a le conferi o rezistență excepțională, concomitent cu reducerea greutateii acestora.

**4**

### Putere stabilă

Încrederea în viziune  
dă roade la final

**8**

### Pierderea în greutate este ușoară

Sticla returnabilă inovatoare transmite  
o identitate de marcă durabilă

**24**

### Promovarea inovațiilor

Cercetările contribuie la  
transformarea Vetropack în  
trendsetter în industria sticlei

**16 Responsabilitatea noastră**

Obiectivele de reducere a emisiilor de CO<sub>2</sub> transmise către SBTi

**18 Bike for Health**

Inițiativa noastră privind sănătatea și mediul

**19 Plantăm pentru viitor**

Lucrăm împreună pentru a reduce amprenta noastră

**20 St-Prex**

Oprirea producției a început la sfârșitul lunii iunie

**22 Un site plin de informații despre sticlă**

Design modern combinat cu o navigare mai simplă

**23 Noi ascultăm clienții**

Concentrarea pe nevoile clienților

**24 Promovarea inovațiilor**

Cercetările contribuie la transformarea Vetropack în trendsetter în industria sticlei

**28 De la 120 până la 30**

Gestionarea intervalului de timp stimulează productivitatea

**30 Reciclarea digitală**

Parteneriatele contribuie la îmbunătățirea ratei de reciclare

**34 Fără mișcări inutile**

Fabrica inteligentă - termene de execuție mai scurte și mai multă transparență

**36 La 70 proaspăt și delicios**

Cockta, băutura răcoritoare legendară, împlinește 70 de ani

**40 Autentic**

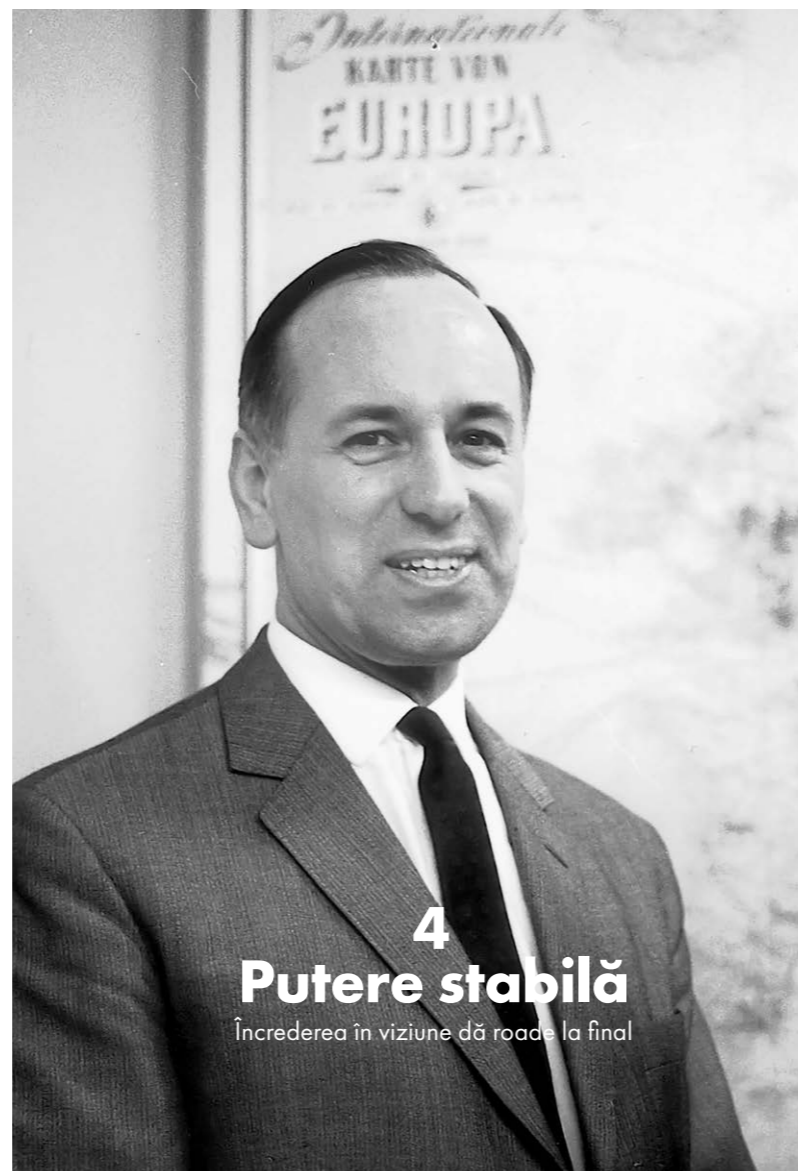
Runa: naturală și sănătoasă, cu termen lung de valabilitate

**43 Fiabil în ciuda circumstanțelor nefavorabile**

Spiritul antreprenorial este cheia pentru o producție durabilă

**8 Pierderea în greutate este ușoară**

Sticla returnabilă inovatoare transmite o identitate de marcă durabilă

**4 Putere stabilă**

Încrederea în viziune dă roade la final

**12 Calcularea este cheia**

Localizarea rapidă a punctelor periculoase sau chiar prevenirea acestora - cu ajutorul tehnologiei de măsurare de ultimă generație

**Inovare și eficacitate**

Dragi cititori,

Într-un mediu de piață dificil, investițiile consecvente în viitor și dezvoltarea continuă sunt extrem de importante. Abordarea noastră de fabrică inteligentă la Boffalora arată că inovarea, ca unul dintre pilonii noștri strategici, este coloana vertebrală a strategiei noastre. La noua noastră fabrică din Italia, creștem eficacitatea și protejăm mediul. Progresele tehnologice oferă avantaje extraordinare nu numai în producție, ci și în ceea ce privește siguranța.

Un pas dificil, dar necesar, este închiderea producției noastre de sticlă de la St-Prex. Această fabrică are o tradiție lungă și demnă de mândrie, dar de câțiva ani a fost afectată de probleme de localizare și rentabilitate. Nu ne-a fost ușor să luăm această decizie, iar obiectivul nostru prioritar a fost întotdeauna un plan social echitabil pentru toți angajații afectați de această etapă.

După mai multe decenii de cercetare, am dezvoltat ambalaje din sticlă returnabile care combină rezistența mai mare cu greutatea mai mică. În același timp, acestea pot fi reumplute mai des. În acest număr, ne îndreptăm atenția asupra originilor procesului nostru revoluționar procesul de întărire - care a fost recent distins cu un premiu WorldStar. În plus, în această primăvară, ne asociem cu Gösser și Brau Union pentru a prezenta o soluție standard de sticle returnabile bazată pe noul proces.

Succesul durabil nu poate fi obținut fără inovare. Acesta este motivul pentru care lucrăm cu viteză maximă la diverse proiecte în Centrul nostru de inovare - vă oferim o ocazie rară de a arunca o privire interesantă în culisele de acolo. O altă caracteristică inovatoare este noul sistem de identificare de pe site-ul nostru: acesta leagă publicațiile noi de aspecte și locații cheie, astfel încât vizitatorii vor beneficia de informații mai detaliate. Ca alternativă, vizitatorii se pot abona la noul nostru buletin informativ Vetropack.

Pe lângă toate aceste inițiative, ne continuăm eforturile active de promovare a economiei circulare: cooperăm cu European Container Glass Federation (FEVE), cu producătorul croat de alimente Podravka Inc. și cu furnizorul croat de servicii municipale KOMUNALAC d.o.o. în cadrul unui proiect pilot pentru a explora modul în care putem motiva în mod constant consumatorii să recicleze ambalajele din sticlă.

Ghidați de direcția noastră strategică clară și de orientarea noastră continuă către inovare și eficiență, suntem bine pregătiți pentru a depăși provocările care ne așteaptă. Dorim să le mulțumim clienților și partenerilor noștri pentru încrederea și sprijinul acordat și așteptăm cu nerăbdare să împărtășim și mai multe succese cu dumneavoastră în viitor.

**Johann Reiter**  
CEO al Grupului Vetropack

**Editura**  
Vetropack Holding Ltd  
Schützenmattstrasse 48  
CH-8180 Bülach

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

**Concept vizual / machetă**  
Eclipse Studios GmbH, Schaffhausen  
Reto Coaz

**Verificarea corectitudinii**  
Iulia Malai

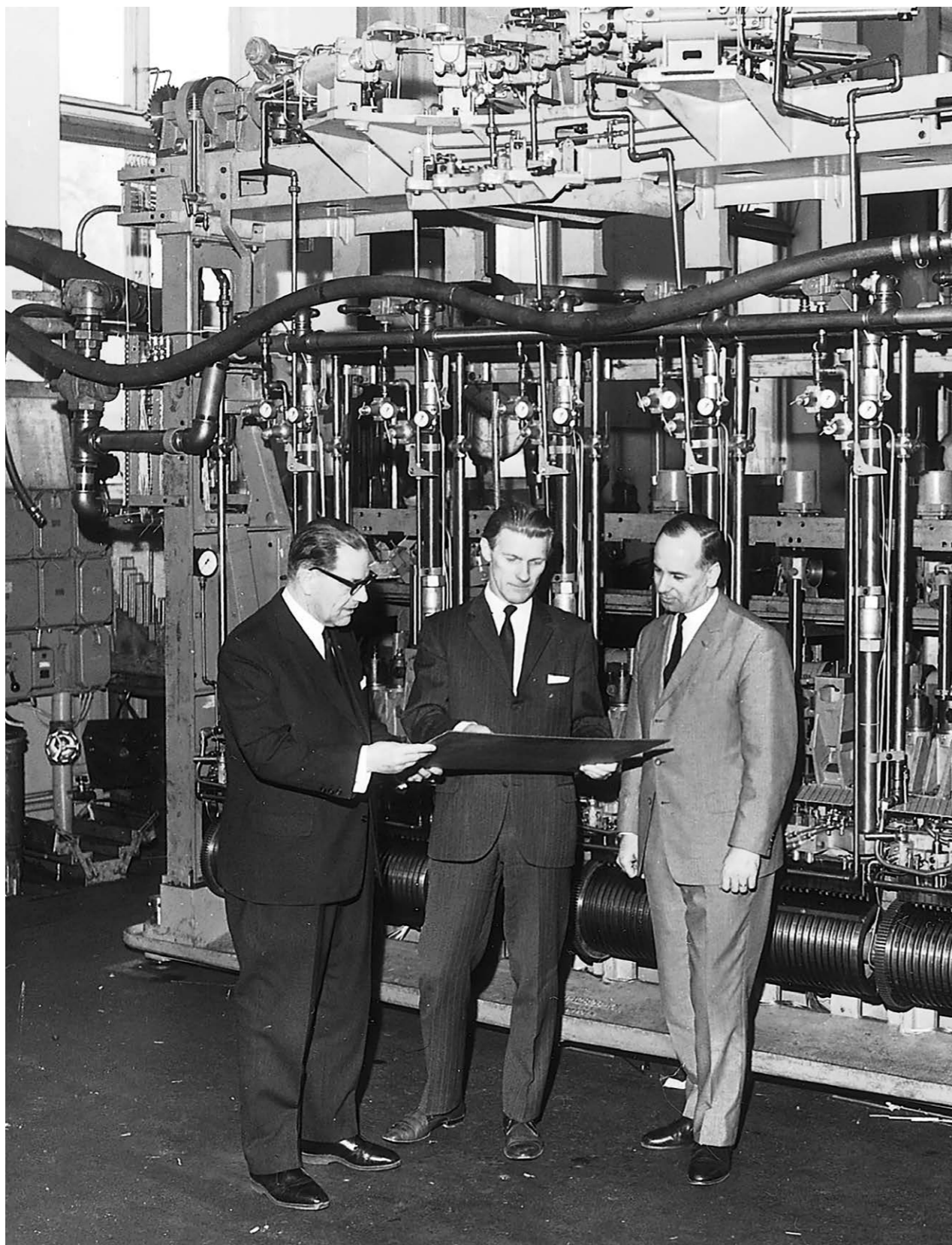
**Tipărire**  
Lemon Print SRL

**Hârtie**  
Eminent, FSC-certified

**Publicat în**  
engleză, germană, franceză,  
italiană, cehă, slovacă, croată,  
română și ucraineană

**Contact**  
Vetropack Corporate Communications:  
corporate.communications@vetropack.com





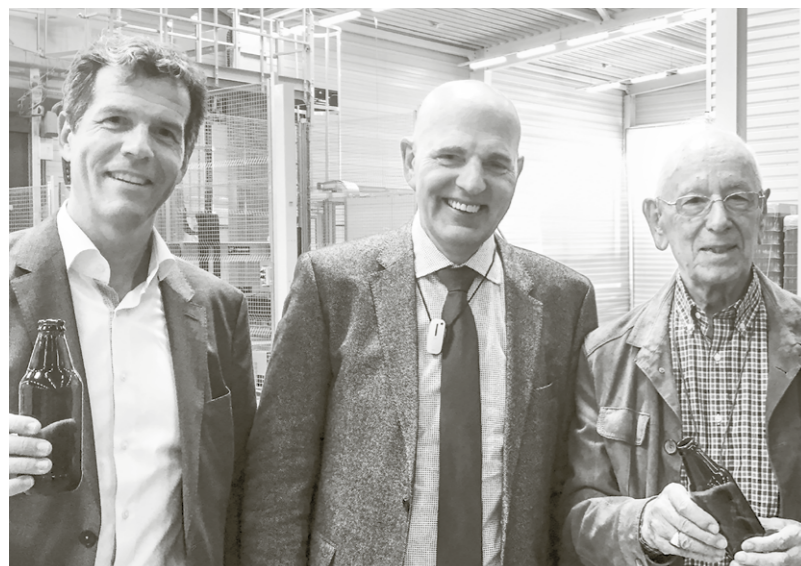
Michel Cornaz (dreapta) a jucat un rol activ în industria sticlei de-a lungul întregii sale vieți. După absolvirea ETH Zurich, a lucrat pentru Emhart Glass în SUA.

# Per seve rentă

**O inovație unică pe piață: prima sticlă returnabilă din lume fabricată din sticlă ușoară călită. Această descoperire este rezultatul a zeci de ani de cercetare. Un martor al acestei povești este Michel Cornaz, acum în vârstă de 95 de ani.**



Imagine, dreapta: Michel Cornaz a preluat responsabilitatea pentru dezvoltarea activităților comerciale ale Emhart Glass în Europa și Asia de la baza sa din Zurich. A lucrat la Emhart Glass timp de nu mai puțin de 42 de ani și a fost președinte al întregului grup de companii din 1988 până în 1994. Imaginea de mai jos: De la stânga la dreapta: Richard Fritschi, membru al Consiliului de Administrație Vetropack; Johann Reiter, CEO al Grupului Vetropack; Michel Cornaz, unul dintre dezvoltatorii inițiali, cu prima sticlă returnabilă.



### Inovatorul Michel Cornaz

Michel Cornaz a jucat un rol activ în industria sticlei de-a lungul vieții – la fel ca frații săi Raymond Cornaz (tatăl lui Claude Cornaz) și Jean-Daniel Cornaz. După ce și-a obținut diploma de inginerie chimică de la Institutul Federal de Tehnologie (ETH) din Zurich, Michel Cornaz a plecat în SUA în 1952. Intenția sa a fost să petreacă un an lucrând în industria recipientelor din sticlă și să cunoască cele mai noi tehnologii de producție. A început la Emhart Glass Inc., unul din principalii producători americani de fabrici de producție pentru industria sticlei cu sediul la Hartford, Connecticut. În loc de anul pe care îl plănuise inițial, Michel Cornaz a rămas în SUA timp de șase ani, la Emhart Glass Inc., lucrând în departamentele de dezvoltare, producție și vânzări pentru fabricile de producție. S-a mutat apoi la Zurich, unde și-a asumat responsabilitatea dezvoltării activităților de afaceri ale companiei în Europa și Asia. Până la sfârșitul carierei sale, Michel Cornaz lucrase la Emhart Glass nu mai puțin de 42 de ani. În ultimii șase ani înainte de pensionare, din 1988 până în 1994, a fost președinte al întregului grup de companii (cunoscut din 1998 ca Bucher Emhart Glass).

Pe lângă sprijinirea evoluției Emhart Glass într-o organizație internațională cu șapte sedii, Michel Cornaz a înființat centre de formare și a dezvoltat servicii de consultanță. În calitate de președinte al Cornaz-AG Holding, a condus și dezvoltarea Grupului Vetropack. În această funcție, împreună cu frații săi Raymond și Jean-Daniel (care se alăturaseră Glashütte Bülach Ltd. și formaseră Vetropack Ltd. în 1966), el a condus expansiunea spre est a Grupului Vetropack – care a fost implementată cu succes de Raymond și Jean-Daniel Cornaz.

Michel Cornaz se poate baza pe zeci de ani de experiență în industria internațională a sticlei, iar cunoștințele sale despre evoluția acesteia sunt practic unice. Și încă din prima

zi, el a urmărit și dezvoltarea – care a început cu un parteneriat de colaborare între Vetropack și Bucher Emhart Glass.

### Începutul unei viziuni

„Vetropack și Emhart Glass au lansat proiectul de cercetare „Sticlă dură” în 2011, fără formalități majore”, își amintește el. Vetropack și Emhart Glass au lucrat la controlul temperaturii recipientelor de sticlă pe măsură ce au intrat în cuptorul de răcire treptată a sticlei, astfel încât acestea să poată fi supuse unui tratament termic de suprafață pe măsură ce erau supuse recoacerii. „Încă din primele zile, scopul a fost de a produce sticle de bere maro, reutilizabile, cu greutate redusă”, explică Michel Cornaz. Pentru a facilita producția de masă, cercetătorii au căutat modalități de integrare a procesului de temperare a sticlelor în procesul de producție. Dar, deoarece sticlele trebuiau să parcurgă o distanță atât de mare de la linia de producție până la cuptorul de recoacere, ele nu au atins o temperatură medie suficient de ridicată pentru a permite prelucrarea ulterioară adecvată. „Ideea lui Emhart a fost să instaleze un alimentator ce este încălzit”, continuă Michel Cornaz. „Acest dispozitiv a fost conceput pentru a transporta sticlele preîncălzite uniform în cuptorul de recoacere pentru procesare ulterioară.”

### Perseverența dă rezultate

Din păcate, proiectul de cercetare a fost întrerupt în cadrul Emhart Glass din motive de cost la acel moment. Michel Cornaz amintește că compania s-a ferit de investiția mare pe care ar fi cerut-o. Ar fi fost un pas riscant, deoarece ar fi fost nevoie de noi lucrări de dezvoltare pe multe aspecte și nu exista nicio garanție de succes pentru metoda vizată. Michel Cornaz regretă că proiectul de cercetare nu a fost continuat în comun pe atunci – dar astăzi este tot mai mulțumit că Vetropack a continuat să urmeze proiectul în mod



«Vetropack a câștigat respectul meu făcând cu succes acest pas.»

Michel Cornaz

### Exelență în ambalare: sticla returnabilă din sticlă ușoară de la Vetropack obține premiul WorldStar

Organizația Mondială pentru Ambalaje a oferit sticlelor returnabile din sticlă ușoară de la Vetropack premiul WorldStar Awards la categoria „Materiale și componente de ambalare”. Cu toate acestea, nu doar juriul este impresionat de sticlele robuste, dar ușoare: după debutul lor la fabrica de bere Mohrenbrauerei, acestea au devenit acum o soluție standard pentru industria berii din Austria.

„Noi cercetăm tehnologia noastră de aproape zece ani. Sunt mândru și foarte recunoscător echipei de la Centrul nostru de inovare pentru rezultatul excelent”, accentuează Johann Reiter, Director general al Grupului Vetropack. Anul trecut, sticlele ușoare câștigaseră deja în două categorii la Swiss Packaging Awards și astfel s-au calificat pentru participarea la WorldStar Awards.

De când sunt folosite pentru prima dată în proiectul pilot, Mohrenbrauerei și-a extins gama de bere în sticle returnabile întărite termic. Vetropack a dezvoltat în continuare sticlele ușoare și le-a făcut accesibile unui grup mai larg de utilizatori: în Austria, sticlele returnabile au fost introduse ca soluție standard ecologică pentru industria locală a berii.



Mai multe informații despre premiu:  
[www.vetropack.com/worldstar-award](http://www.vetropack.com/worldstar-award)

independent și a investit în tehnologia avansată. El crede cu fermă că proiectul de cercetare anterior a fost cheia pentru a deschide calea pentru tehnologia inovatoare:

„Experiența practică dobândită în urma proiectului ne-a dat un impuls inițial”, observă el. „Ca și în cazul tuturor invențiilor, desigur, aveți nevoie și de oameni persistenți și interesați – în acest caz, oameni dornici să investigheze dacă cuptorul de răcire treptată a sticlei existente ar putea fi folosite.” Fiecare pas făcut pe parcurs – cum ar fi rezultatele obținute și calitatea înaltă a sticlelor mai mici și a sticlei ușoare – a generat un impuls pozitiv și a deschis calea către următoarea etapă a călătoriei. Michel Cornaz consideră că această rezistență este crucială: „Întotdeauna au existat oameni cu viziune în industria sticlei. Indiferent de ideile pe care le-ar fi avut, le-ar continua să le încerce – și pur și simplu nu s-ar da bătăuși”, își amintește el. În opinia sa, acesta este modul în care Vetropack a acumulat un stoc atât de mare de know-how în ultimii ani și de ce compania beneficiază acum de expertiza sa și de rolul său de pionierat, deoarece răspunde cererii pieței de recipiente din sticlă mai ușoare și reutilizabile.

Sticla returnabilă de 0,33 litri realizată este acum soluția standard pentru industria berii din Austria. În opinia lui Michel Cornaz, aceasta este o adevărată descoperire. „Vetropack mi-a câștigat cel mai înalt respect făcând acest pas cu succes”, comentează el. El este mulțumit de acest succes și, după cum subliniază: „Ne încurajează să continuăm pe această cale și să facem următorii pași prin rafinarea metodei și integrarea ei în proces.” Pentru că experiența i-a învățat cu siguranță o lecție: „Trebuie să continuăm să experimentăm!”

Pe această cale se concentrează colegii noștri de la Vetropack Austria: de exemplu, Erich Jaquemar și echipa sa au efectuat teste aprofundate privind coordonarea designului sticlelor și lăzilor, astfel încât să se reducă efectele dăunătoare pe măsură ce sticlele sunt transmise spre reutilizare. Iar colegii noștri de la Centrul de inovare din Pöchlarn continuă să dezvolte producția, pas cu pas.



# Pierderea în greutate este ușoară

„Ceea ce contează acum este să fie organică” – aceasta este o traducere aproximativă a sloganului folosit de fabrica de bere Gösser din Austria pentru a promova prima sa bere ecologică. Marca Gösser poate să se uite înapoi la o tradiție lungă și bogată – iar acum, Gösser Biostoff Lager este pregătit să intre pe o piață ce e în plină dezvoltare. Noua bere are o identitate de marcă durabilă, datorită sticlelor returnabile de 0,33 litri produse cu tehnologia inovatoare de la Vetropack, împreună cu un nou design de ladă.



Designul cutiei practice se potrivește perfect cu noile sticle standard.



Mai modernă – mai proaspătă – și mai tânără: Gösser Biostoff Lager își propune să fie exact berea pe care un număr tot mai mare de consumatori doresc să o bea. Potrivit GfK t63. (Societatea de Cercetare a Consumatorilor), nu mai puțin de 60 la sută dintre consumatori de bere din Austria consideră că varietatea existentă a berilor ecologice nu este adecvată. Teresa Höfler, Brand Manager Superior la Brau Union, menționează: „Acest lucru nu este o surpriză pentru noi. Generația Z în special – consumatorii cu vârsta cuprinsă între 20 și 28 de ani – sunt autocritici în ceea ce privește obiceiurile de consum și se concentrează pe durabilitate. Iar imaginea este similară pentru membrii generației Y, care pun mai mult accent pe plăcere: ei văd consumul ca fiind o alegere conștientă și ca un aspect intrinsec al propriei atitudini. În același timp, cumpărătorilor din acest sector le place să încerce produse noi care se potrivesc cu stilul lor de viață modernă.”

Fiind o marcă inovatoare de bere, Gösser intenționează, prin urmare, să facă cu atât mai mult pentru a satisface aceste cerințe ale pieței în viitor. Încă din primele zile, Gösser a crezut cu tărie că berea sa nu este doar cea mai bună din natură, ci și cea mai bună din punct de vedere ecologic. Originea mărcii este încă din anul 1000, când Contesa Adula a fondat o mănăstire în care călugărițele fabricau bere – o practică obișnuită la acea vreme. În 1860, Max Kober a revigorat vechea fabrică de bere monahală din orașul stirian Leoben, punând bazele dezvoltării uluitoare a mărcii Gösser, aceasta devenind cea mai cunoscută marcă de bere din republica alpină.

În prezent, Gösser face parte din Brau Union Österreich, care, la rândul său, aparține grupului Heineken din 2003. Berăria acordă o atenție deosebită utilizării ingredientelor de înaltă calitate și folosirii metodelor tradiționale de fabricare a berii. Acest lucru a permis companiei să realizeze ceea ce doar câțiva au reușit să facă: să combine tradiționalul cu modernul și să continue mereu să se dezvolte păstrându-și originea. Gösser face următorul pas spre această cale cu noua sa bere organică.

#### Bere organică într-o sticlă inovatoare returnabilă

„Aspectul noului produs reflectă și acest pas”, explică Höfler. „Unul dintre cele mai convingătoare atribute ale mărcii Gösser Biostoff Lager este rețeta sa unică. Cu culoarea sa vibrantă galben-aurie și nuanțe fine de malț aromat, este picantă și plăcută la gust. Fabricată 100% din materii prime organice austriece, această bere combină durabilitatea cu

plăcerea într-o sticlă returnabilă inovatoare de 0,33 litri.” După cum precizează ea, Gösser Biostoff Lager este lansată pe piață în noua sticlă standard returnabilă, ușoară, care, în același timp, își joacă rolul în a ajuta la atingerea cotei de reumplere care este obligatorie în Austria din 2024. Procesul inovator implică sticle tratate termic pentru a le face excepțional de rezistente – precum și pentru a le reduce greutatea. „Această tehnologie deschide calea pentru producția eficientă de sticle standard acestea fiind mai robuste, dar și mai ușoare. Sunt ideale pentru a fi utilizate ca containere returnabile datorită numeroaselor avantaje – au o durabilitate înaltă, comoditate, stabilitate și logistică mai simplă”, spune Erich Jaquemar, Strategic Account Manager pentru Vetropack în Austria.

#### Trăind sustenabil

Aceste atribute fac sticla ideală pentru a transmite esența mărcii noii de bere organică. „Sustenabilitatea se află în centrul mărcii Gösser, care provine din zona rurală verde din Stiria”, menționează Höfler. „De exemplu, fabricăm bere Gösser cu energie regenerabilă din instalația noastră de biogaz internă și am început deja să folosim hârtie reciclată pentru etichete cu mult timp în urmă. Sticlele returnabile oferă acum o alternativă confortabilă la containerele nereturnabile – și aceasta deschide oportunități uriașe de a deveni și mai sustenabile.”

Ideea unei sticle standard returnabile pentru utilizare în comun de către diferite fabrici de bere există deja de mult timp pe piața austriacă de bere. Dar pe măsură ce problema durabilității a câștigat importanță pentru consumatori, presiunea a crescut pentru a transforma ideea în realitate. Acest lucru a ridicat întrebarea: „Care sticlă ar fi potrivită?”. Brau Union Österreich colaborează deja de mulți ani cu Vetropack. „În ceea ce privește ambalajele din sticlă, Vetropack este un partener de încredere”, spune Dietmar Roher, expert în calitate de la Brau Union. Așadar, firește, un mare interes a fost trezit când Vetropack a aflat de e c ăutarea u nei sticle returnabile potrivite și a prezentat noua tehnologie la Brau Union.

#### Sticla standard returnabilă este un punct de referință pentru Austria

„Desigur, scopul a fost identificarea unei soluții pe care și alte fabrici de bere să o accepte”, continuă Roher. Un grup de lucru înființat în cadrul asociației austriece de logistică

«Fabricată din materii prime organice 100% austriece, această bere combină sustenabilitatea cu bucuria sticlei returnabile.»



Pentru mai multe istorii de succes, vizitați:

[www.vetropack.com/  
ro/produse-si-servicii/  
istorii-de-succes](http://www.vetropack.com/ro/produse-si-servicii/istorii-de-succes)



Gösser Biostoff Lager este prima bere austriacă lansată pe piață în noile sticle standard. Produsă cu novel tehnologia, această sticlă își joacă rolul în atingerea cotei de reumplere care este obligatorie în Austria din 2024. Sticla reduce emisiile de CO<sub>2</sub> la un sfert, asigurând totodată o mai multă stabilitate.



pentru ambalaje reutilizabile (Logistikverbund Mehrweg) s-a concentrat pe fezabilitatea tehnică a viitorului sistem. Forma sticlei trebuia să îndeplinească mai multe cerințe: trebuia să fie potrivită pentru ca oamenii să o poată introduce în distribuitorii automate (RVM); produsul trebuia să fie identificabil ca o sticlă returnabilă și, de asemenea, trebuia să fie potrivit pentru o varietate de formate de lăzi. „Comerțul, industria berii și furnizorii de servicii au ajuns apoi la un acord cu privire la o sticlă returnabilă de 0,33 litri. Aceasta a marcat un punct de referință pentru piața de bere din Austria”, rezumă Roher. Alte țări au deja în vigoare o soluție standard pentru părți ale sistemului returnabil – iar Austria poate acum să creeze o bază aici.

#### Cu 30 la sută mai ușoară – iar emisiile de CO<sub>2</sub> reduse la un sfert

Sticla standard returnabilă de 0,33 litri a fost elaborată în colaborare cu Vetropack. Este o inovație convingătoare în diferite privințe: la 210 de grame, sticla cântărește cu 30 la sută mai puțin decât sticlele standard. Greutatea mai mică înseamnă o manipulare mai ușoară și mai puține emisii de

CO<sub>2</sub>. „Munca noastră pentru dezvoltare nu s-a concentrat doar pe sticla individuală – am considerat și ambalajele reutilizabile ca un sistem”, spune Jaquemar. „Ceea ce înseamnă asta este că designul sticlelor și lăzilor, precum și paleții și logistica, sunt toate coordonate între ele. Pe fiecare palet pot fi transportate șase rânduri de lăzi în loc de cinci în trecut.” Prin urmare, un palet standard are suficient spațiu pentru 96 de lăzi. Toate emisiile de CO<sub>2</sub> sunt reduse la un sfert în comparație cu recipientele nereturnabile. Acest lucru se datorează nu numai economiilor la logistică, ci și ponderii mari a sticlei reciclate în producția de sticlă brută.

În același timp, teste ample au dovedit stabilitatea sticlei standard. „Deoarece suprafețele de contact sunt mai puțin uzate, rata de reutilizare este cu aproximativ 20 la sută mai mare decât în cazul containerelor convenționale. Sticla este stabilă – astfel încât avantajele pe care le oferă nu sunt doar ecologice”, continuă Jaquemar. Siguranța, de exemplu, a fost un alt aspect de care Brau Union a beneficiat și anume de un serviciu special de la Vetropack pentru a optimiza linia.

# Calcularea este cheia



**Spargerea sticlei pe linia de umplere este coșmarul cel mai mare pentru companiile din industria alimentară și a băuturilor: Vetropack își ajută clienții nu doar să localizeze rapid pericolul, ci chiar să-l prevină.**



Michael Walth, Manager la serviciul de asistență tehnică pentru Clienți la Vetropack Austria, ajută clienții în optimizarea liniilor de umplere.

**În acest interviu, Michael Walth de la serviciul de asistență tehnică pentru clienți al companiei, explică modul în care un senzor în linie, identifică punctele critice într-o manieră țintită și cum se va dezvolta acest domeniu.**

**Domnule Walth, se folosește un senzor specific pentru diverșii clienți ai companiei Vetropack. Despre ce e vorba?**

Corect. Echipăm un substitut creat de noi cu senzorul inline ShockQC de la compania canadiană Masitek. Acesta măsoară vibrațiile care acționează asupra unui recipient de sticlă cu mare precizie. Acest lucru ne permite să determinăm direct unde trebuie optimizate liniile de umplere sau alte procese de ambalare pentru a preveni spargerea sticlei – direct în fabricile clienților noștri.

**Cum ați ajuns să lucrați cu această metodologie și cu senzorul de la Masitek?**

Sunt responsabil de serviciul de asistență tehnică pentru clienți la Vetropack. Aceasta înseamnă că echipa mea se ocupă în mod principal de plângeri, care în cazuri rare se referă și la spargerea sticlei. Oriunde apar, ele reprezintă o problemă urgentă pentru client. Pentru a ajunge la cauza

rădăcină, este un avantaj să avem un sistem de auto-măsurare care ne permite să identificăm rapid punctele slabe de pe linia de umplere, deoarece adesea nu sunt evidente cu ochiul liber unde exact recipientele sunt deteriorate. Noi am luat în considerare doi furnizori și ne-am hotărât rapid să alegem Masitek, deoarece produsul lor se potrivea cel mai bine nevoilor noastre.

**Probabil că există evoluții pe piață care necesită utilizarea sporită a unor astfel de tehnologii?**

Da, s-ar putea spune așa. În primul rând, ambalajele din sticlă ușoară devin din ce în ce mai populare ca alternativă a ambalare ecologică, atrăgând mai mult consumatorii și economisind semnificativ resursele. Acest lucru necesită setări diferite pe linia de umplere. În al doilea rând, mai multe produse sunt umplute cu viteză mare și sunt mai multe linii de umplere, umplând peste 50.000 de sticle pe oră. Această viteză mare duce la o presiune mai mare asupra recipientelor de sticlă. Desigur, liniile de umplere au evoluat semnificativ de-a lungul anilor. Tehnologiile moderne fac ca vitezele mai mari să fie mai fezabile. Cu toate acestea, uneori încă apar presiuni excesive.

**De asemenea, utilizați senzorul pentru a ajuta la configurarea unei linii pentru un produs nou. Ce clienți ați putut deja să ajutați? Am dreptate să presupun că introducerea ambalajului din sticlă ușoară joacă un rol major aici?**

Desigur. Pe de o parte, ducem senzorul clienților care, pentru prima dată, umple un produs nou într-un recipient specific. În aceste cazuri, folosim senzorul pentru a identifica





## «Fiecare articol din sticlă reacționează diferit la încărcături – și acesta este motivul pentru care reproducem exact fiecare dintre produsele din sticlă ale clienților noștri.»

Michael Waltl, Technical Customer Service Manager

zonele de pe linie care necesită optimizare. Pe de altă parte, vizităm clienții la care a apărut o problemă anumită. Folosim senzorul încă din anul 2020 și am vizitat până acum zece - douăsprezece companii cu produse foarte diferite. Acest lucru a implicat producători de bere precum Gösser, care tocmai și-au lansat noua bere organică în sticle standard. Am fost, de asemenea, la companii din sectorul alimentar, având de-a face cu borcane pentru condimente într-un caz și cu creme tartinabile în alt caz.

de bere din Republica Cehă pentru un audit de linie cu scopul de a descoperi potențiale pericole.

### Cum vedeți viitorul acestei tehnologii? Există încă un potențial nevalorificat aici?

Ei bine, în afară de cele trei dimensiuni de senzor menționate mai sus, un senzor foarte mic este în prezent în curs de dezvoltare. Acest lucru va fi interesant, deoarece ne va permite să examinăm recipiente foarte mici la viteze și mai mari. Alte domenii de interes includ măsurarea presiunii dinamice și a presiunilor superioare. De exemplu, unii îmbuteliatori au tabele de acumulare în care articolele se acumulează din diverse motive. Anumiți senzori pot măsura presiunea dinamică rezultată. Controlul sarcinii superioare implică evaluarea la cât de multă forță axială este exercitată asupra sistemului de acoperire în timpul testării. Cu toate acestea, măsurarea impactului rămâne cea mai importantă variabilă și avem toate datele de care avem nevoie pentru această analiză.

### Cum funcționează exact senzorul?

#### Care este procesul?

Lucrăm cu un " model ", adică un simulant realizat din plastic. Fiecare articol din sticlă primește sarcini în mod diferit. Prin urmare, reproducem exact produsul din sticlă respectiv al clienților noștri. Modelul este apoi echipat cu senzorul la Masitek și calibrat. Avem senzori în trei dimensiuni diferite. Ducem modelul la client și îl lăsăm să ruleze pe linie. Senzorul măsoară exact unde acționează forțele asupra containerului, cum ar fi în zona umărului sau a bazei. De asemenea, acesta măsoară nivelul forțelor în IPS (inci pe secundă), ceea ce ne spune dacă a fost depășită rezistența minimă la impact pentru un container produs de noi. Seturile de date măsurate sunt transmise de 100 000 de ori pe secundă la un PC, unde sunt analizate.

### Clienții vor putea beneficia foarte mult de acest serviciu tehnic extins pentru clienți?

Exact. Cu senzorul în line ShockQS de la Masitek, avem acum un sistem de auto-măsurare care identifică cu precizie punctele de pericol. Aceasta este o diferență mare față de cum era înainte și un ajutor enorm pentru noi și, prin urmare, și pentru clienții noștri.

Vă mulțumesc foarte mult pentru interviu, domnule Waltl.



### Doriți să beneficiați de acest serviciu?

Atunci contactați-l direct pe Michael Waltl:  
michael.waltl@vetropack.com



Senzorul introdus în model înregistrează potențiale puncte de pericol pentru recipientul de sticlă din linie.



### Primiți modelele de la Masitek?

Nu, cu câteva excepții, copiile sunt produse în propriul nostru atelier de instruire. Toate formele cilindrice sunt reproduse acolo. Nu putem produce singuri doar forme ce nu sunt rotunde. Acest lucru ne economisește mulți bani și este, de asemenea, o pregătire bună pentru ucenicii noștri.

### Ce feedback ați primit de la clienții dvs. până acum?

Pentru clienții noștri, datele măsurate cu substitutul oferă informații valoroase permițându-le să reducă sau să evite complet spargerea sticlei. Între timp, vestea despre teste cu senzorul inline s-a răspândit în întreaga industrie ceea ce a dus la adresări de la clienți importanți pentru serviciile noastre. De exemplu, în curând voi merge la un îmbuteliator



# Responsabilitatea noastră

Vetropack prezintă obiective de reducere a emisiilor de CO<sub>2</sub> în cadrul Based Targets initiative



Nicolas Lootens, managerul Grupului pentru dezvoltare durabilă: "Prin definirea obiectivelor noastre în conformitate cu inițiativa Science Based Targets, facem acum un pas important în această direcție."

**Grupul Vetropack a prezentat obiective specifice pentru reducerea emisiilor de CO<sub>2</sub> inițiativa obiectivelor bazate pe știință (SBTi) pentru validare. Până în 2032, emisiile din Sfera 1 și 2 vor fi reduse cu 50,4%, iar emisiile din Sfera 3 – cu 30%.**

## Angajamentul nostru față de sustenabilitate

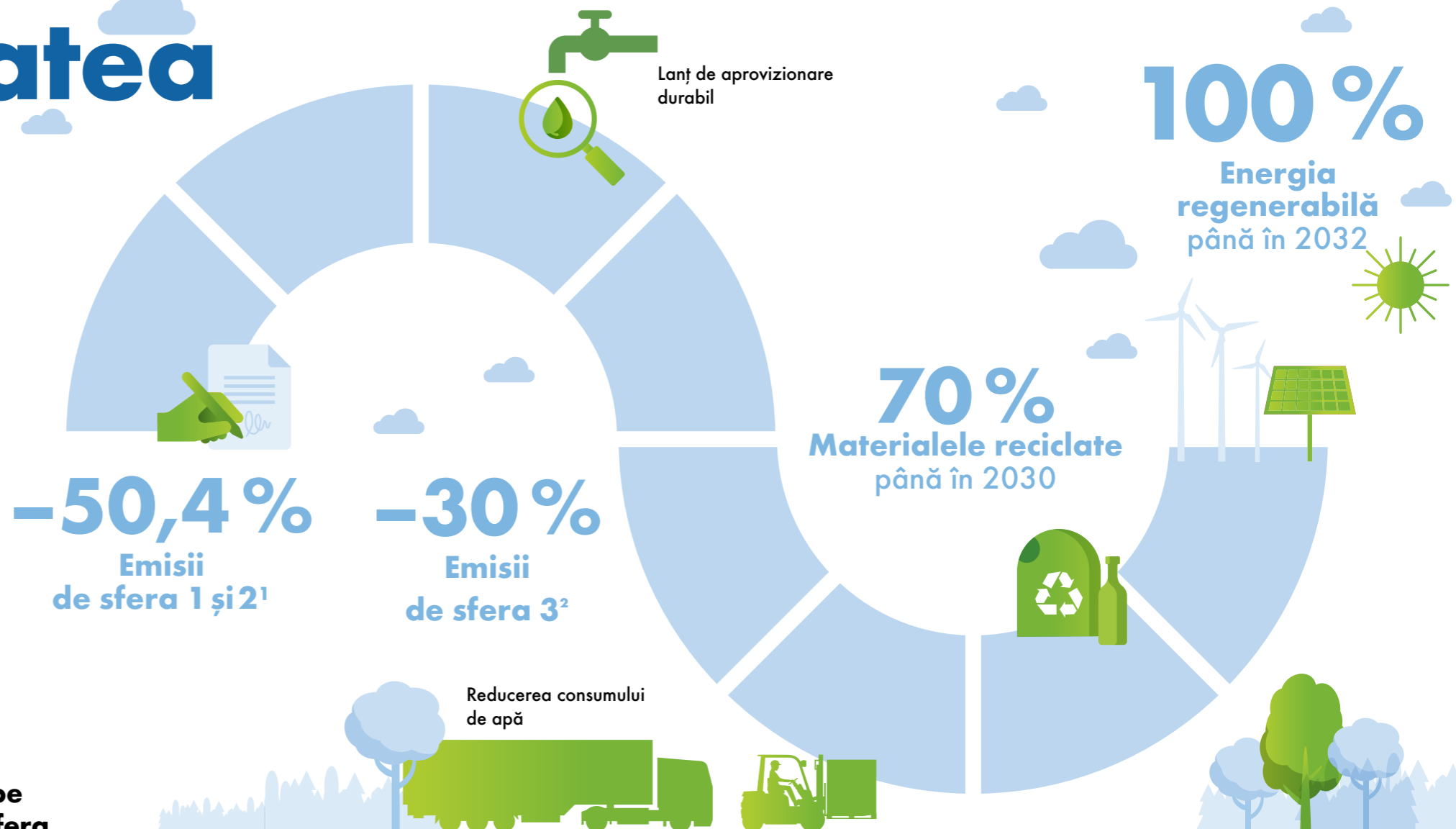
Vetropack a anunțat pentru prima dată angajamentul față de inițiativa obiectivelor bazate pe știință (SBTi) în 2022. Compania a definit și a prezentat acum obiective de reducere a emisiilor. Vetropack își propune să reducă emisiile din Sfera 1 și 2 cu 50,4% și emisiile din Sfera 3 – cu 30% până în 2032 – folosind 2021 ca anul de referință. Emisiile din Sfera 1 sunt emisii directe din producția proprie Vetropack, în timp ce emisiile din Sfera 2 sunt emisii indirecte cauzate de achiziționarea de energie electrică. Emisiile din Sfera 3 sunt emisii indirecte cauzate de procese din afara companiei, dar legate de producția și operațiunile Vetropack.

Nicolas Lootens, Group Sustainability Manager al Grupului Vetropack, subliniază necesitatea urgentă de a lua măsuri: „La un moment dat în viitor nu vor mai fi schimbările climatice: clima s-a schimbat deja și este responsabilitatea noastră să contribuim la combaterea crizei climatice. Prin

definirea obiectivelor noastre în conformitate cu inițiativa obiectivelor bazate pe știință, facem acum un pas important în această direcție.

## Strategiile noastre de reducere a emisiilor

Având în vedere acest lucru, Vetropack a dezvoltat un plan cuprinzător pentru a atinge obiectivele de reducere definite pentru emisiile din Sfera 1 și 2. Reparațiile la cuptoarele existente și construcția de noi cuptoare reprezintă cea mai mare influență pentru a promova protecția climei asigurându-se că gazul natural este utilizat cât mai eficient posibil. Inovațiile tehnice, cum ar fi cuptoarele hibride, reduc emisiile asociate producției de sticlă. Vetropack realizează în continuare economii semnificative de emisii prin utilizarea sticlei reciclate ca materie primă. Creșterea proporției de conținut reciclat la 70% până în 2030 este, prin urmare, o altă măsură importantă, împreună cu tranziția la energie



<sup>1</sup> Scădere absolută până în 2032 față de 2021 (prezentată SBTi pentru validare, aprilie)  
<sup>2</sup> Emisii provenite din procese externe

100% regenerabilă până în 2032. Compania investește deja în sisteme fotovoltaice în diferite locații, inclusiv în Austria, Croația și Italia. În ceea ce privește emisiile din Sfera 3, Grupul Vetropack se angajează să reducă emisiile din categoriile de bunuri și servicii achiziționate, bunuri de capital, combustibili și activități legate de energie, precum și transportul. Abordările inovatoare, cum ar fi "No Soda Trials" și utilizarea de folii reciclate pentru ambalaje, sunt factori-cheie în acest sens.

## Tehnologii de ultimă generație

Cercetăm tehnologii de reducere a emisiilor de carbon care ne vor permite să stocăm sau să utilizăm emisiile de CO<sub>2</sub> emise în timpul procesului de producție a sticlei. Mineralizarea CO<sub>2</sub> din gazele de proces ar putea furniza noi materii prime pentru producția de sticlă și alte procese industriale.

## Despre Science Based Targets initiative (SBTi)

SBTi este o organizație globală care permite companiilor să stabilească obiective ambițioase de reducere a emisiilor, bazate pe cele mai recente științe climatice. Organizația își propune ca companiile din întreaga lume să-și reducă la jumătate emisiile până în 2030 și să atingă „inițiativa obiectivelor bazate pe știință” cu standardul Zero-Net până cel târziu în 2050. Johann Reiter, CEO al grupului Vetropack, subliniază cât de important este acest lucru: "Prin definirea obiectivelor noastre, facem un pas important în trasarea direcției noastre viitoare. Este responsabilitatea noastră să promovăm practicile durabile și soluțiile inovatoare."



#Sustenabilitate  
www.vetropack.com/  
ro/sustenabilitate/



# Bike for Health

Inițiativa noastră pentru sănătate și mediu: descoperiți frumusețea ciclismului



**Activitatea fizică este un factor important pentru un stil de viață sănătos. La Vetropack Moravia Glass și Vetropack Nemšová, ne propunem să motivăm angajații să adopte un stil de viață mai activ. Lansând provocarea 'Bike for Health', dorim să-i încurajăm să meargă cu bicicleta către și de la serviciu – și, de asemenea, să meargă cu bicicleta în timpul liber.**

Din mai până în octombrie, participanții la provocare pot aduna „kilometri” mergând cu bicicleta, astfel încât să poată câștiga premii. Pentru a înregistra numărul de kilometri pe care îi parcurgi, folosește o aplicație numită „EPP - Pomáhej pohybem”. Cu această aplicație, angajații pot folosi kilometrii pe care i-au parcurs pentru a susține diverse proiecte. Acest lucru le oferă două motive bune pentru a urca pe biciclete: mersul cu bicicleta este benefic pentru propria lor sănătate și, de asemenea, ajută la susținerea proiectelor caritabile. Campania 'Bike for Health' este o versiune extinsă a inițiativei anterioare 'Bike to Work', care a fost organizată la fabrica noastră de sticlă din Kyjov și Nemšová în lunile de vară din

ultimii doi ani. Scopul campaniei 'Bike for Health' a fost de a încuraja angajații noștri să-și schimbe mașina sau autobuzul cu o bicicletă, ca o modalitate de a face ceva pentru propria lor sănătate și pentru mediu. Anul acesta, am adaptat regulile pentru a încuraja și mai mulți angajați să se alăture. Nu contează unde merg oamenii pe bicicletă - mersul pe bicicletă în sine este obiectivul. Ciclismul oferă mult mai mult decât mersul pe două roți. Este o oportunitate minunată de a descoperi frumusețea naturii, de a te menține în formă și de a simți o senzație unică de libertate. Cicliștii noștri vestiți – colegii de la Vetropack care se dedică să meargă cu bicicleta – își împărtășesc entuziasmul pentru acest mod de transport:

În colaborare cu departamentul de resurse umane, se organizează de două ori pe an o plimbare cu bicicleta pentru toți colegii care sunt interesați. Cea mai recentă ieșire i-a dus pe bicicliști la atracția naturală Osypané břehy și apoi la Bzenec.

Sonia Kroupová merge cu bicicleta de trei ori pe săptămână, atât pentru a se menține în formă, cât și pentru a explora locuri noi. Cea mai memorabilă experiență a ei? Parcul de biciclete de la Rokytnice nad Jizerou.

Edita Neusarová se deplasează cu bicicleta pentru a se menține în formă, pentru a vizita locuri interesante - și pentru a se distra. De asemenea, își folosește bicicleta pentru mici sarcini pe care le are.

Stanislav Báľka merge cu bicicleta în podgorii în anotimpurile de primăvară și toamnă. Apreciază călătoriile cu bicicleta pentru că sunt ecologice și preferă ritmul mersului cu bicicleta decât mersul pe jos sau conducerea unei mașini. Are un traseu preferat prin locuri pitorești precum Velké Bílovice și Mikulov și se oprește adesea la „U Ferdinanda” – pub-ul lui preferat.



#Lucru în echipă:  
www.vetropack.com/  
ro/lucru-in-echipa/

# Plantăm pentru viitor

**La Vetropack Chișinău, luna Aprilie a fost dedicată Pământului. Astfel, angajații Vetropack Chișinău au plantat 2.500 de salcâmi în satul moldovenesc Iordanovca. Această campanie urmărește să combată degradarea solului și să promoveze sănătatea ecologică. Angajații entuziaști, împreună cu familiile lor, s-au oferit voluntari pentru a se implica în acest proiect caritabil. În aceeași perioadă, Vetropack Chișinău a organizat și un concurs de artă pentru a sensibiliza tânăra generație cu privire la reciclare și protecția mediului.**

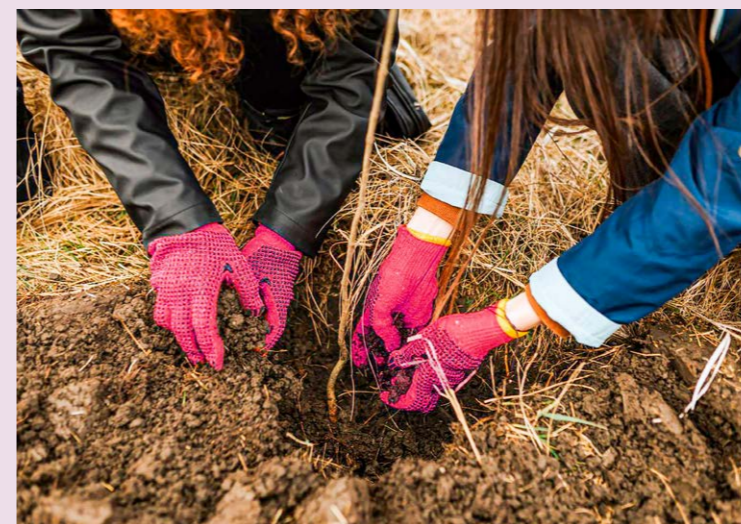
Vetropack Chișinău a lansat o inițiativă pe scară largă de plantare de copaci pentru a susține și promova principiile de mediu, sociale și de guvernare ale companiei noastre. Pentru a marca Luna Pământului, compania s-a angajat să planteze cel puțin 50 de copaci. Într-o singură zi - în ciuda vremii caniculare - participanții au plantat aproximativ 2 500 de salcâmi în satul Iordanovca, care este amenințat de degradarea solului și de alunecările de teren. Participanții s-au reunit la o cină pentru a sărbători încheierea cu succes a acestei campanii comune de plantare.

Autoritățile locale au sprijinit inițiativa și au laudat angajamentul comun pentru protecția mediului. Directorul general Boris Crivoi a afirmat: "Plantarea unei păduri este o investiție inestimabilă într-un viitor mai verde și mai sigur. Acest proiect va aduce îmbunătățiri pe termen lung mediului și calității vieții pentru cetățenii Republicii Moldova. Suntem încântați că echipa Vetropack Chișinău a pus în practică această inițiativă demnă în satul Iordanovca".

Copacii sunt extrem de importanți pentru ecosistem. Ei curăță aerul, oferă habitate pentru animalele sălbatice și contribuie la un mediu mai sănătos. Cu fiecare copac pe care îl plantăm, Vetropack face un pas către un viitor mai verde. Luna Pământului ne reamintește de responsabilitatea noastră de a proteja mediul. Echipa a întreprins cu succes

acest proiect în colaborare cu experții de la Moldsilva, organul central de administrare a pădurilor din Moldova. Aici, la Vetropack, lucrăm constant pentru a ne reduce amprenta ecologică și pentru a păstra mediul pentru generațiile viitoare.

Pe lângă campania de plantare a copacilor, Vetropack Chișinău a organizat și un concurs de artă pentru copiii angajaților. Tema - "VINDECĂM PLANETA! REICLAREA" - i-a inspirat pe tinerii participanți să-și demonstreze talentul și angajamentul față de sustenabilitate: o modalitate excelentă pentru ei de a se familiariza cu tema reciclării la o vârstă fragedă.





# St-Prex



La sfârșitul lunii iunie a început oprirea producției



Imagine (stânga): Ceea ce a început în 1911 ca fabrica de sticlă artizanală "Verrerie de St-Prex" în inima regiunii viticole Vaud din Elveția a devenit un grup internațional sub numele Vetropack. Imagine (dreapta): Ultima sticlă produsă la St-Prex va părăsi linia de producție în 2024.



## Vetropack își închide fabrica de lungă durată din St-Prex – în ciuda investițiilor de milioane și a unei analize intensive a tuturor alternativelor. Costurile ridicate de exploatare și lipsa de competitivitate fac imposibil un viitor profitabil pentru această locație.

Verrerie de St-Prex, o fabrică de sticlă tradițională elvețiană, are o istorie lungă și plină de evenimente. Fondată în 1911 de Henri Cornaz, aceasta și-a făcut un nume de peste un secol cu articole de sticlă rafinate și este considerată locul de naștere al Grupului Vetropack.

Închiderea fabricii St-Prex a fost anunțată în luna mai. Această decizie a fost luată de Consiliul de Administrație după o examinare amănunțită a propunerilor alternative înaintate de reprezentanții angajaților. Cu două luni mai devreme decât era planificat, o oprire organizată a producției a trebuit să fie inițiată la sfârșitul lunii iunie din motive de siguranță.

„Nu am luat această decizie cu ușurință și am examinat pe deplin și amănunțit toate propunerile care ni s-au transmis cu privire la viitoarea dezvoltare a locației”, explică Claude Cornaz, Președintele Consiliului de Administrație al Grupului Vetropack. „Cu toate acestea, ajungeam întotdeauna la aceeași concluzie în toate scenariile posibile: perspectivele de viitor ale uzinei St-Prex rămân pesimiste în ceea ce pri-

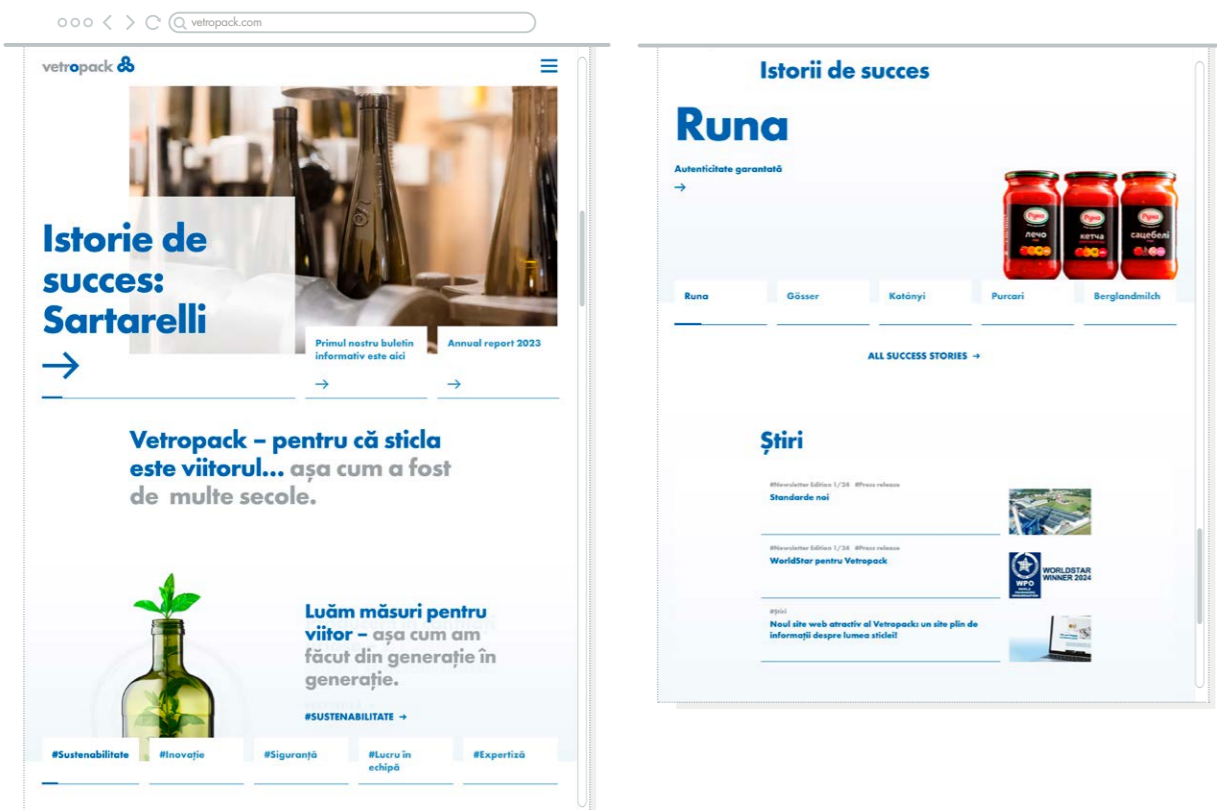
vește profitabilitatea și concurența – chiar și cu o investiție de milioane. Operarea profitabilă nu ar fi posibilă pe termen lung. Închiderea producției este așadar inevitabilă.”

Unitatea de producție St-Prex, care are o vechime de peste o sută de ani, a suferit numeroase ajustări și investiții majore de-a lungul deceniilor – în valoare de peste 50 milioane CHF numai din anul 2010. În ciuda acestor eforturi, singurul loc de producție elvețian al Grupului Vetropack suferă din cauza dimensiunii reduse și a lipsei de competitivitate.

Închiderea fabricii din St-Prex nu înseamnă în niciun caz că Vetropack se retrage de pe piața sa de origine din Elveția, subliniază Johann Reiter: "Sediul companiei noastre va rămâne în Bülach. Ne vom continua angajamentul față de reciclarea sticlei în cooperare cu partenerii noștri elvețieni la nivel local. Deci, în ceea ce privește reciclarea, totul va rămâne la fel."



# Noul site web atractiv



**Fiind o companie care combină o tradiție îndelungată cu o gândire de perspectivă – Vetropack a lansat un nou site web. Ne concentrăm pe sustenabilitate, inovare, siguranță și lucru în echipă.**

“Un site web nou care nu doar că arată modern și oferă funcții noi, dar atrage și mai mulți vizitatori.” Simone Koch, Director de comunicare al grupului Vetropack.

Ce contează pentru noi? Și cum vrem ca oamenii să ne vadă? Din prima zi, activitatea de dezvoltare a noului site web s-a concentrat pe aceste întrebări. Obiective: nu numai să îi entuziasmăm pe clienții, investitori și angajații (potențialii) cu privire la produsele noastre, ci și să le arătăm cum Vetropack se bazează pe tradiția sa bogată corporativă pentru a ajuta la modelarea

viitorului. Pentru a atinge aceste obiective, am re-dactat cinci piloni legați de cinci subiecte pe care Vetropack le consideră cruciale: sustenabilitate, inovație, siguranță, lucru în echipă și expertiză.

Pe lângă informații despre viața de zi cu zi a angajaților noștri, site-ul web oferă ra-poarte cuprinzătoare despre proiecte fascinante ale clienților – iar Vetrotime, revista noastră pentru clienți, este, de asemenea, disponibilă pentru a fi citită online în orice moment. Am introdus un sistem inovator de etichetare, astfel încât toate postările și articolele să fie atribuite unuia dintre cele cinci subiecte cheie (și uneori unei anumite locații Vetropack), iar conținutul relevant să fie afișat pe pagina respectivă a subiectului. Acest lucru oferă vizitatorilor o modalitate distractivă de a obține răspunsuri ap-fun-date la o varietate de întrebări: de

exemplu, ce face Vetropack în ceea ce privește #Sustenabilitatea?

Povești și știri noi sunt postate la intervale regulate – ceea ce face să merite să navigați mai des pe site-ul nostru! O altă funcție nouă: Centrul de descărcare, unde puteți accesa instrucțiuni și documente importante.

Pentru a vă ajuta să găsiți cu ușurință calea prin această cantitate mare de conținut, meniul nostru principal cartografiază în mod clar structura siteului și vă ajută să navigați. Și veți vedea că întregul site are acum un aspect și o senzație nouă: nou, modern și organizat. Imaginile mari și ti-flur-urile clare pun accentul atât pe produse, cât și pe oameni. Acesta este un site web care reușește din toate punctele de vedere – o adevărată reflecție a angajamentului Vetropack în toate domeniile.

# Noi ascultăm clienții

Un interviu cu Armelle Dupont, Group Customer Experience Manager



**Aveți un nou rol de Group Customer Experience Manager din decembrie 2023. Care este scopul rolului dvs. și la ce subiecte lucrați în prezent?**

Viziunea noastră este să oferim cea mai bună experiență clienților din domeniul nostru. Misiunea mea este de a capta în mod regulat feedback-ul clienților, de a interacționa cu întreaga organizație Vetropack și de a conduce inițiative pentru a îmbunătăți constant modul în care deservim clienții. De asemenea, conduc echipa de Strategic account managers, rolul meu fiind să permit echipei să dezvolte parteneriatele noastre și să genereze în mod sustenabil valoare

pentru ambele părți. În ambele roluri, îmi place profund să acționez ca “avocat,, al clienților.

**Cum v-a influențat activitatea, sondajul de anul trecut, ce măsuri au fost introduse?**

Continuăm să investim și să ne consolidăm punctele forte, cum ar fi Asistență clienți. În prezent, răspândim în întreaga organizație mentalitatea Centrării pe client prin intermediul e-training digital și începem o campanie de discuții cu clienții. Scopul este de a menține nevoile și problemele clienților în centrul a tot ceea ce facem. De asemenea, urmăresc cu atenție acțiunile specifice pentru a aborda principală noastră axă de îmbunătățiri. În prezent, ne concentrăm pe promovarea foilor noastre de parcurs în materie de durabilitate și inovare, pe lansarea soluției noastre mai bune de reutilizare, și pe definirea unui proces care să ofere optimizări mai proactive ale portofoliului.

**Care este cea mai bună oportunitate pentru Vetropack în ceea ce privește tendințele sau tehnologiile emergente?**

Digitalizarea reprezintă o oportunitate interesantă de a îmbunătăți experiența Clientului în fiecare punct de contact al experienței cu Vetropack. Am construit fundația necesară în acest an oferind echipei noastre de vânzări un instrument excelent de management al relațiilor cu clienții, astfel încât aceștia să petreacă mai mult timp de calitate cu clienții noștri și mai puțin cu colectarea și raportarea datelor. De asemenea, sunt încântată să confirm că vom lansa un proiect pentru dezvoltarea unei platforme dedicate pentru clienți, astfel încât aceștia să poată accesa mai bine datele live, să obțină servicii și să ofere feedback.

**Continuați să ne urmăriți pentru a afla mai multe detalii!**



# Promovarea inovatiilor

**Am înființat Centrul de inovare la sediul nostru din Pöchlarn (Austria) în 2020. Această facilitate oferă dovezi ale eforturilor strategice de inovare ale Grupului Vetropack. Inovațiile care influențează produsele, procesele și organizația noastră sunt stimulate aici. Acest lucru se datorează faptului că – acum precum și în viitor – Vetropack își propune să satisfacă cerințele clienților noștri prin dezvoltarea produselor și serviciilor inovatoare, ecologice și de înaltă calitate, asigurând astfel succesul afacerii noastre pe termen lung.**





Centrul de inovare demonstrează clar că inovarea este o problemă extrem de relevantă pentru compania noastră. Sub conducerea Daniel Egger, Group Head of Innovation, Centrul a fost integrat în divizia noastră de Tehnologie și Producție, începând din ianuarie 2022. Această schimbare organizațională a fost urmată de o extindere ulterioară treptată. Centrul de inovare din Pöchlarn are în prezent o forță de muncă de 32 de angajați. Structura sa cuprinde trei unități: inovarea proceselor și tehnologiei, inovarea produselor și materialelor și inovarea fabricii inteligente. Această imagine rară din culise dezvăluie exact ceea ce cercetăm în acest moment.

### Noul utilaj face temperarea sticlelor mai eficientă

Vetropack a dezvoltat – un produs unic care este prima sticlă returnabilă din lume realizată din sticlă temperată și ușoară. Greutatea lor redusă micșorează substanțial efortul și cheltuielile logistice, în timp ce emisiile de CO<sub>2</sub> per sticlă se reduc la aproximativ un sfert din rata pentru o sticlă normală returnabilă. Scopul nostru acum este să înaintăm spre pregătirea acestei tehnologii pentru utilizare industrială, așa că în prezent cercetăm un utilaj nou și mai eficient pentru temperarea sticlelor.

O fabrică pilot pentru a testa acest proces nou a fost deja solicitată și se așteaptă să intre în producție la jumătatea anului 2024. Dacă testele relevante decurg conform planificării, se poate aștepta o versiune complet dezvoltată a acestui utilaj încă din a doua jumătate a anului 2025, ceea ce duce la o creștere suplimentară a capacităților noastre de producție.

### Carbon Capture and Utilization

Echipa noastră de inovare în procese și tehnologie efectuează, de asemenea, câteva teste interesante privind utilizarea unei tehnologii de captare și utilizare a carbonului pentru industria sticlei. Acest proces este cunoscut sub numele de „carbon mineralisation”, în care dioxidul de carbon este transformat într-un carbonat. Această reacție chimică are loc atunci când roci speciale sunt expuse la dioxid de carbon. Deoarece dioxidul de carbon nu poate scăpa înapoi în atmosferă, acest proces ar putea fi foarte interesant pentru industria sticlei, deoarece o producție de sticlă fără CO<sub>2</sub> ar putea deveni realitate.

### Producția 'No Soda'

Vetropack este membru al „Partenerilor Internaționali în Cercetarea Sticlei” (IPGR), o organizație globală de cercetare care promovează știința și tehnologia sticlei prin colaborarea dintre industrie, colegii și universități și autorități publice. Vetropack efectuează teste care vizează schimbarea aportului de materie primă într-un cuptor care a fost scos din funcțiune. În cadrul „testelor fără sodă”, amestecul de materii prime a fost adaptat astfel încât să se elimine utilizarea suplimentară de sodă, una dintre principalele surse de emisii de CO<sub>2</sub>. Comportamentul la topire al amestecului a fost examinat într-o investigație de zece zile. Capacitatea de formare a sticlelor din topitură fără sodă a fost dovedită cu succes la sfârșitul testului.

Unitatea noastră de inovare a produselor și materialelor se concentrează, de asemenea, intens pe compozițiile alternative de amestec – adică rețetele care ajung în cele din urmă la cuptoare – și pe materii prime alternative.

### Identificare fără probleme datorită matricei de date avansate și tehnologiei RFID

În echipa noastră de inovare a fabricii inteligente, introducem în prezent un sistem robust de identificare folosind coduri matrice de date. Fiecare sticlă primește un identificator unic care captează și stochează date specifice pe parcursul întregului proces de producție. Acest lucru face posibilă detectarea potențialelor probleme într-un stadiu incipient și îmbunătățește controlul calității, ceea ce duce la o transparență suplimentară care consolidează încrederea clienților. Un alt beneficiu este tehnologia RFID (Radio-Frequency Identification) ne permite să identificăm paleții și să verificăm cantitățile acestora în timp real, astfel încât logistica și eficiența producției sunt optimizate.

Toate produsele întărite termic sunt etichetate cu un cod matrice de date cu ajutorul unui laser la cald, care stochează o cantitate mare de informații și oferă posibilități interesante. În cazul unei reclamații, de exemplu, implicate pot fi identificate rapid. De asemenea, oferă avantaje pentru campaniile publicitare și programele de fidelitate.

Tehnologia RFID pentru paleți este deja utilizată la fabricile noastre din Pöchlarn, Straža, Nemšová și Kyjov. Aceasta înregistrează date atât pentru paleții de intrare, cât și pentru cei care ies. În continuare, va fi posibilă redirectionarea

«Ne străduim să obținem produse de înaltă calitate, servicii excelente și încrederea clienților noștri și ne angajăm să realizăm eficient și să avem un viitor sustenabil.»

Daniel Egger, Group Head of Innovation



La Centrul nostru de inovare din Pöchlarn, continuăm să reinventăm unul dintre cele mai vechi materiale din lume. Pentru a face sticla și mai durabilă și pentru a face procesele de producție și mai eficiente.



paleților individuali către zonele exterioare de depaletizare conform unor criterii definite și asigurarea identificării palețului cu articolele.

### Continuarea dezvoltării viziunii artificiale

Sistemele de viziune computerizată folosesc algoritmi de învățare profundă pentru a procesa datele vizuale și pentru a extrage informații semnificative. Într-un mediu general de fabrică, această tehnologie poate fi utilizată pentru a recunoaște obiecte, modele și defecte în diferite segmente. Vetropack a identificat numeroase beneficii în urma utilizării acestei tehnologii, inclusiv calitatea îmbunătățită a produsului, eficiența sporită și inactivitate redusă.

La Vetropack, folosim viziunea computerizată pentru diverse aplicații. Începând cu inspecția avansată a produselor pentru defecte și controlul calității, ne asigurăm că produsele noastre satisfac cele mai înalte standarde. De asemenea, folosim viziunea computerizată pentru numărarea articolelor, verificarea cu precizie a articolelor pentru a eficientiza stocul și procesele de producție.

Privind în perspectivă, vedem un potențial semnificativ în extinderea utilizării acestei tehnologii. Posibilitățile viitoare includ utilizarea viziunii computerizate în atelierele de formare pentru a ajuta la inspecțiile de uzură și curățenie, monitorizarea continuă a mediului de producție pentru orice nereguli sau întreruperi pentru a permite intervenția rapidă și a minimiza inactivitatea și îmbunătățirea managementului depozitului prin monitorizare și automatizări îmbunătățite. Acesta este doar începutul și există multe oportunități de a

folosi în continuare tehnologia de viziune computerizată la Vetropack.

### Digital twins își joacă rolul în revoluția digitală

Acest proiect implică utilizarea tehnologiilor de ultimă oră, cum ar fi AI, viziunea computerizată, IIoT (Internetul lucrurilor) și robotica avansată pentru a crea replici digitale ale cuptoarelor și mașinilor de testare (două exemple). Acești digital twins oglindesc procese din viața reală și deschid posibilități de monitorizare în timp real, simulări și analize extinse de date. Beneficii: setări optimizate, întreținere predictivă și identificarea domeniului ascuns pentru îmbunătățirea procesului.

Din când în când, activitățile de cercetare neîncetate ale Vetropack continuă să poziționeze compania noastră în fruntea ambalajelor inteligente din sticlă. Suntem încântați să vedem ce evoluții vom vedea în viitor.



#Inovare:  
www.vetropack.com/  
ro/inovatie

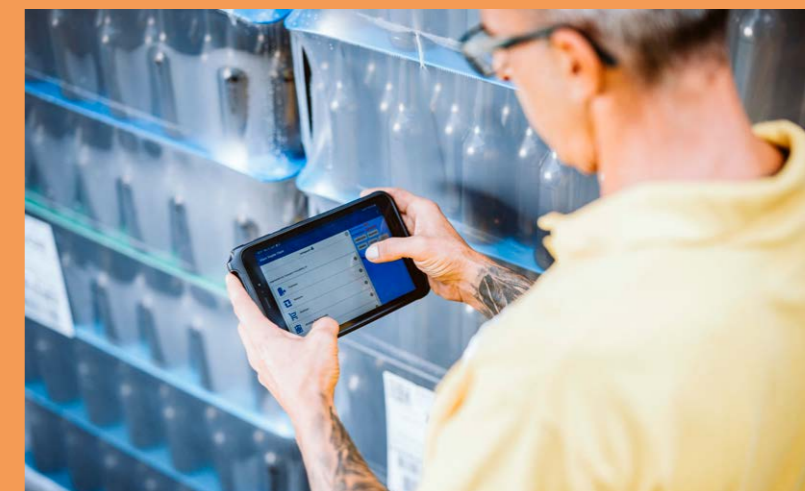




Gestionarea intervalului de timp stimulează productivitatea



Datorită unor intervale de timp clare și a unui sistem de monitorizare ingenios, durata de încărcare și descărcare a fost redusă masiv, iar eficiența a fost îmbunătățită.



**O zonă de încărcare supraaglomerată, timpuri de așteptare de până la cinci ore pentru camioane și șoferi de stivuitoare fără nicio idee de unde să înceapă în orele de vârf: acesta a fost scenariul cu care se confrunta echipa de logistică din Pöchlarn când și-a început lucrul în 2018.**

O zonă de încărcare supraaglomerată, timpuri de așteptare de până la cinci ore pentru camioane și șoferi de stivuitoare fără nicio idee de unde să înceapă în orele de vârf: acesta a fost scenariul cu care se confruntă echipa de logistică din Pöchlarn când și-a început lucrul în 2018. De fapt, situația a fost problematică în aproape toate privințele – în ceea ce privește rentabilitatea, capacitatea și eficiența, nu numai pentru Vetropack, ci și pentru expeditorii noștri de marfă; siguranța la locul de muncă pentru șoferii noștri de stivitor a fost o altă problemă; și apoi au apărut probleme cu sustenabilitatea și emisiile de CO<sub>2</sub> rezultate din timpurile de așteptare ale camioanelor. Folosim deja instrumentul ELOGATE în logistica noastră la Vetropack de mult timp. Acesta include câteva funcții impresionante, una dintre care este gestionarea timpului. Dar ce înseamnă asta de fapt în practică? Expeditorii primesc o comandă de transport de la distribuitor cu o notă în care sunt informații că trebuie rezervat un interval de încărcare, așa că știu că trebuie să meargă la Vetropack. În faza 1 (care se desfășoară în prezent), camioanele au un interval de timp de 2,5 ore pe care trebuie să îl respecte. În cazul în care camioanele ajung în Pöchlarn în acest interval de timp și sunt înregistrate la biroul de expediție, stivitorii vor vedea acest lucru pe tabletele lor: ei pot apoi să se ocupe de aceste camioane conform programului și să le acorde prioritate. Apoi am configurat un sistem de raportare lunară pe baza monitorului. Acest lucru a făcut posibil ca expeditorii să știe cum

au fost rezervate intervalele și dacă a fost respectat orarul. După doar puțin timp, succesul acestor pași era deja vizibil: datorită interacțiunii dintre sistem și o echipă foarte funcțională, durata de încărcare a fost redusă de la o medie de două ore la doar 30 de minute.

Pe lângă reducerea timpurilor de producție, gestionarea timpului oferă o serie de efecte secundare pozitive:

- Vârful zilnic de încărcare este echilibrat, astfel încât șoferii de stivuitoare sunt eliberați de presiune (siguranța muncii) și același lucru este valabil și pentru personalul dispeceratului.
- Alocarea de personal este optimizată.
- Timpurile de așteptare ale camionului sunt reduse.
- Productivitatea este sporită, atât pentru Vetropack, cât și pentru clienții noștri.
- Emisiile de CO<sub>2</sub> sunt reduse datorită duratei de așteptare mai scurte.

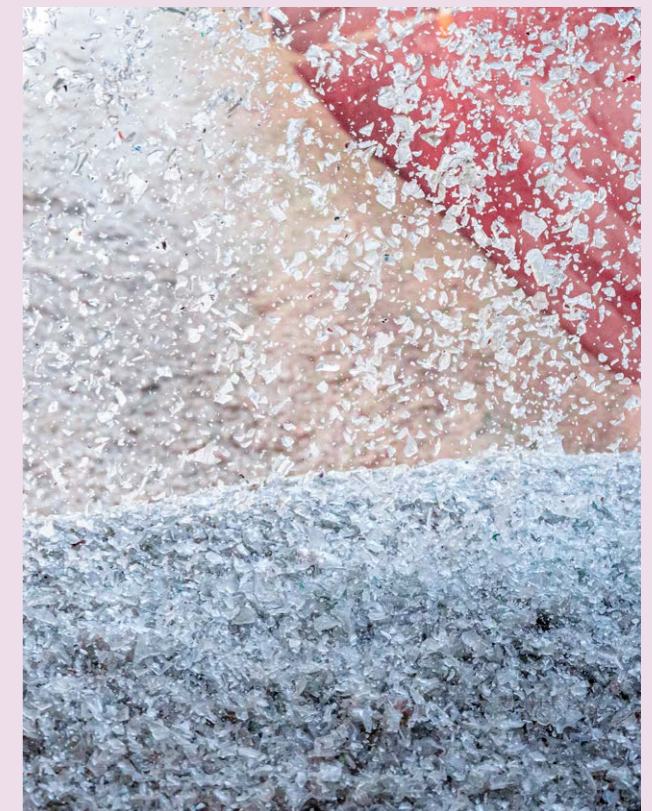
Aceasta este o poveste de succes pentru întreaga industrie. Echipa noastră din Pöchlarn a reușit deja să-și unească forțele cu operatorul de sistem pentru a ajuta alte companii să-și revizuiască procesele logistice în moduri similare.



# Reciclarea digitală

**Cum îi determinați pe consumatori să recicleze în mod constant ambalajele de sticlă pe care le folosesc? Producătorii din industriile sticlei, alimentelor și băuturilor, organizațiile de mediu și guvernele din întreaga lume își pun exact această întrebare. În orașul croat Koprivnica, Vetropack Straža d.d. s-a asociat cu Federația Europeană a Recipientelor din Sticlă (FEVE), companie multinațională și unul dintre cei mai importanți producători de alimente din Europa Podravka Inc. și cu compania locală de servicii municipale Komunalac d.o.o. într-un proiect pilot care își propune să răspundă la această întrebare.**

Sticla este un material natural care poate fi reutilizat în proporție de sută la sută, fără pierderi de calitate.



Ambalajele din sticlă uzate sunt o resursă vitală: reduc atât nevoia de materii prime, cât și energia necesară pentru producția de sticlă, deoarece topirea sticlei uzate necesită mai puțină energie. Acest lucru duce la reducerea emisiilor de dioxid de carbon pentru fiecare ambalaj nou - și face cu atât mai important ca sticla reciclabilă să ajungă efectiv în ciclul de reciclare. Din diverse motive, acest lucru nu se întâmplă întotdeauna. Este posibil ca infrastructura pentru colectarea, transportul și reciclarea sticlei să nu funcționeze la fel de eficient cum ar trebui sau să fie insuficientă. În plus, este posibil ca consumatorii să nu fie conștienți de potențialul de reciclare a sticlei sau de modul corect de a o face. Acesta este motivul pentru care FEVE este un partener activ al Close the Glass Loop - o platformă multilaterală care reunește actori din întregul lanț valoric, cu scopul de a realiza o colectare de 90% a ambalajelor din sticlă în UE până în 2030 (în prezent 80,1%).





Proiectul pilot de reciclare digitală este o campanie de educare și sensibilizare a consumatorilor. Scopul său: creșterea ratei de colectare și reciclare în sistemul de reciclare a sticlei din Croația.

Una dintre cele mai importante pârgii pentru atingerea acestui obiectiv este sensibilizarea și comunicarea cu consumatorii prin crearea de parteneriate eficiente. "În calitate de organizație europeană, depindem de parteneri locali, cum ar fi companiile și autoritățile locale, care își pot activa rețelele și infrastructurile existente și se pot baza pe cunoștințele lor profunde despre situația din zona lor. La rândul nostru, le oferim resurse, consiliere și materiale de informare. Cu toții lucrăm pentru același obiectiv de reciclare, doar că din perspective diferite", explică Michael Delle Selve, director de marketing și comunicare la FEVE.

#### Parteneriate locale pentru reciclarea durabilă a sticlei

În orașul croat Koprivnica, acești parteneri locali sunt Vetropack Straža d.d., producătorul de alimente Podravka Inc. și compania de servicii municipale Komunalac d.o.o. Prin proiectul-pilot de reciclare digitală, o campanie digitală menită să educe consumatorii și să îi sensibilizeze, aceștia abordează provocarea de a atinge o rată mai mare de colectare și reciclare în sistemul de reciclare a sticlei din Croația: în cadrul sistemului - Deposit Return Scheme, consumatorii returnează sticlele de cel puțin 200 ml la magazine în schimbul unui depozit mic, unde companiile private le colectează. Se estimează că 80 % din recipientele care intră sub incidența acestui sistem sunt colectate pentru reciclare.



Cu toate acestea, borcanele de sticlă de toate dimensiunile și sticlele mai mici sunt colectate în altă parte, în containere comune, în cadrul sistemului de responsabilitate extinsă a producătorului (EPR), de unde serviciile municipale le transportă la instalațiile de reciclare. Doar aproximativ 30 % din borcanele de sticlă de toate dimensiunile și ambalajele de sticlă sub 200 ml sunt colectate în acest mod. Restul de 70 % ajung la deșeurii, ceea ce face ca rata națională globală de colectare a sticlei să scadă la 59 %. Comparativ cu media UE, Croația are un spațiu semnificativ de creștere.

Pentru a investiga dacă rata de succes mai scăzută a sistemului EPR se datorează unor factori precum lipsa motivației unei recompense (ca în cazul sistemului DRS) sau lipsa de conștientizare cu privire la reciclarea sticlei în general, a fost inițiată campania Digital Recycling Pilot Project. Aceasta a început cu un sondaj online destinat în special cetățenilor din Koprivnica. Ulterior, mesajele campaniei au fost adaptate în funcție de rezultatele sondajului și însoțite de materiale vizuale care prezentau produsele Podravka în borcane de sticlă.

#### Factori de succes pentru campania de reciclare a sticlei

Distribuția strategică a imaginilor campaniei prin intermediul canalelor de social media ale FEVE va începe în toamna acestui an. Colectarea continuă de date pe parcursul



«Dorim să ne asigurăm că sticla pe care o utilizăm este reciclată.»

Nataša Mikuš Žigman,  
Director pentru Sustenabilitate la Podravka

campaniei include urmărirea, de exemplu, a mesajelor, a imaginilor și a canalelor care au ajuns la cei mai mulți consumatori și a modului în care acestea au influențat efectiv volumele de colectare a sticlei. Când campania se va încheia aceste date vor fi analizate, evaluate și comparate cu datele colectate din Čakovec, un oraș similar fără campanie, care va acționa ca grup de control. Rezultatul final va fi un set de instrumente și un plan de comunicare care pot fi utilizate pentru campaniile viitoare, indiferent de țară.

În timp ce FEVE și Vetropack oferă sprijin financiar pentru acest proiect, fiecare participant contribuie la succesul acestuia în moduri distincte: echipa Vetropack întreprinde o parte semnificativă a sarcinilor organizatorice și acționează ca traducători pentru campanie. Întrucât Vetropack Straža d.d. conduce singura fabrică de producție a sticlei din țară, legăturile sale de lucru au fost cruciale și responsabile pentru implicarea în proiect atât a Komunalac, cât și a Podravka. Podravka produce multe mărci foarte apreciate și oferă astfel campaniei vizibilitatea necesară. "Am recunoscut imediat valoarea acestui proiect", spune Nataša Mikuš Žigman, director pentru sustenabilitate la Podravka. "Ne-am propus ca până în 2030 să folosim pentru produsele noastre numai ambalaje reciclabile, returnabile sau compostabile. Sticla ne poate ajuta să ne îndeplinim acest obiectiv - și dorim să ne asigurăm că sticla pe care o folosim este reciclată." Komunalac a acționat în calitate de

consilier local pentru proiect și a furnizat suport pentru date. "Suntem, de asemenea, în poziția ideală pentru a măsura impactul real asupra cantității de sticlă pe care o colectăm pentru reciclare. Așteptăm cu nerăbdare să vedem o creștere semnificativă", spune Saša Grubačević, șeful departamentului de gestionare a deșeurilor din cadrul Komunalac. În afară de coordonarea comună a proiectului, FEVE a conceput abordarea de comunicare pentru acest proiect și va evalua în cele din urmă datele. Toți cei patru parteneri speră să vadă o creștere semnificativă a ratei de sticlă reciclată în Koprivnica și așteaptă cu nerăbdare să vadă rezultatele eforturilor combinate utilizate pentru viitoare campanii în Croația sau în străinătate.



#Sustenabilitate  
[www.vetropack.com/  
ro/sustenabilitate/](http://www.vetropack.com/ro/sustenabilitate/)



Vetropack a pus în funcțiune un depozit complet automatizat la noua sa fabrică Boffalora sopra Ticino de 340.000 m<sup>2</sup>.

# Fără mișcări inutile

**Este o privire în viitor: Vetropack valorifică întregul potențial al unei fabrici inteligente în Italia. La noua sa unitate de producție din Boffalora sopra Ticino, compania operează un depozit ultramodern, complet automatizat. Clienții beneficiază de termene de livrare mai scurte și de o transparență continuă.**



**«În Boffalora, toate procesele sunt adaptate la cea mai recentă tehnologie.»**

Jaroslav Mikliš, Group Supply Chain Projects and Transformation Managera.

Depozitul complet automatizat este echipat cu tehnologie de ultimă oră, concepută pentru a optimiza operațiunile logistice la noua locație Vetropack din Italia. Obține o eficiență semnificativ mai mare în procesarea comenzilor în comparație cu depozitele convenționale sau parțial automatizate. Datorită acestui nou sistem, Vetropack Italia asigură identificarea completă în timp real permițând răspunsuri imediate la orice abateri și termene de livrare semnificativ reduse. Automatizarea asigură, de asemenea, distribuția uniformă a sarcinilor între resursele disponibile, contribuind la evitarea blocajelor și la utilizarea eficientă a capacității Vetropack. „În Boffalora, toate procesele sunt adaptate la cea mai recentă tehnologie”, declară Jaroslav Mikliš, Group Supply Chain Projects and Transformation Manager. Aceasta include logistica, care a fost planificată folosind simulări. „Într-un depozit complet automatizat, mișcările

inutile sunt o chestie din trecut. În același timp, colectarea precisă a datelor ne permite să controlăm și să monitorizăm procesele cu o acuratețe excepțională”, explică Jaroslav Mikliš în continuare. Pentru a asigura o bună funcționare operațională, întregul sistem poate fi monitorizat de la distanță.

**Siguranță maximă, mai multă sustenabilitate, fără perioade de așteptare**

Evitarea intervenției manuale îmbunătățește atât siguranța la locul de muncă, cât și calitatea ambalajelor secundare: utilizarea tehnologiilor de automatizare și a inteligenței artificiale previne situațiile riscante, precum și deteriorarea ambalajelor secundare. Depozitul complet automatizat contribuie, de asemenea, la obiectivele de sustenabilitate ale Vetropack. Întreaga flotă de vehicule a fost echipată cu baterii cu litium de ultimă generație, cu consum

reduc, care nu numai că reduc durata ciclului de încărcare, ci și îmbunătățesc semnificativ eficiența procesului de încărcare. „Datorită utilizării eficiente a întregii zone, reducem traficul de navele către alte depozite și sperăm că în curând îl vom putea elimina complet”, menționează Jaroslav Mikliš. Noul depozit complet automatizat exemplifică încă o dată impactul pozitiv al amplasamentului ultramodern și eficient din punct de vedere al resurselor din Italia asupra întregului Grup.

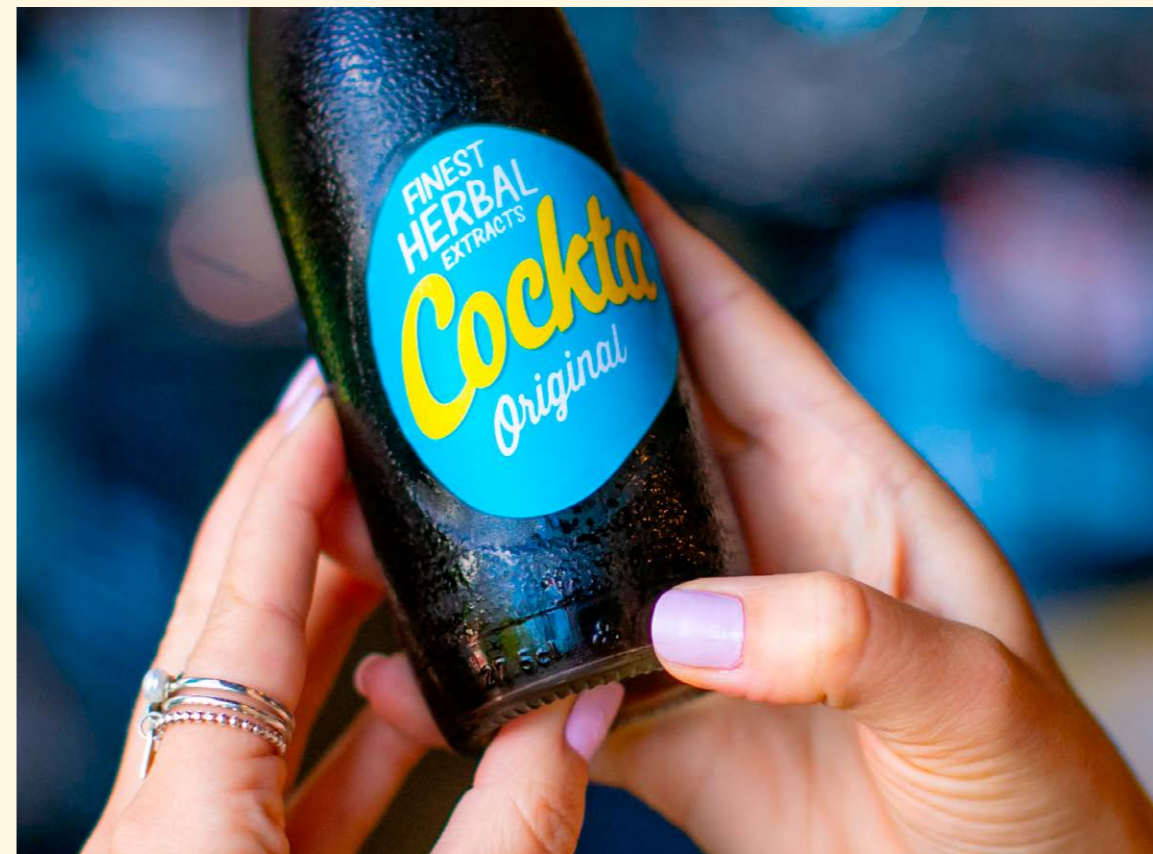


#Inovare  
[www.vetropack.com/ro/innovatie/](http://www.vetropack.com/ro/innovatie/)





La 70  
proaspăt și  
delicios



Fără cofeină, având doar ingrediente pur naturale – și, nu în ultimul rând, un ambalaj de sticlă excepțional: Cockta este o băutura răcoritoare populară în Balcani și nu numai.

## Cockta, băutura răcoritoare legendară originară din Slovenia, se ridică la noi culmi – cu sprijinul Vetropack

O rețetă unică, ingrediente naturale și, nu în ultimul rând, un ambalaj excepțional: marca Cockta este din nou pe calea spre succes de la rebranding-ul său din 2018. Oaspeții de la restaurante, hoteluri și alte puncte de vânzare pot savura Cockta Original, Cockta Free (fără zahăr) și Cockta Blondie din sticla Vetropack de înaltă calitate, care este, de asemenea, un factor cheie în imaginea de marcă a acestei băuturi răcoritoare creative din Balcani.

Anul: 1952. Emerik Zelinka, profesor de chimie la Universitatea din Ljubljana, dezvoltă rețeta unui tip special de cola. Doar un an mai târziu are loc lansarea pe piață a Cockta – care va deveni băutura națională a tinerei Republici Socialiste Federale Iugoslavia. De zeci de ani de atunci, Cockta a înprospătat și a încântat generație după generație cu o rețetă secretă unică, care include un cocktail de unsprezece ierburi și caramel, apă dintr-un izvor mineral și alte ingrediente naturale.

Cockta, care nu conține nici cofeină, nici acid ortofosforic, este produsă și comercializată de Atlantic Grupa

de peste un deceniu. Atlantic Grupa, unul dintre cei mai importanți producători de alimente și băuturi din Europa de Sud-Est. Cu sediul central în Zagreb, cu peste 5.500 de angajați, locații în opt țări și șase unități de afaceri, Atlantic a înregistrat venituri din vânzări de 850 de milioane de euro în 2022 – reprezentând o creștere de 12% de la an la an. Alături de băuturi, portofoliul include produse tartinabile sărate (cum ar fi Argeta, marca de pate care a obținut succes în toată Europa), cafea, gustări și produse de cofetărie - cu produse pe bază de ovăz ca parte a noii afaceri în creștere.

### Designul nou și o sticlă unică sunt cheia succesului redobândit

Laura Bortas, Manager principal de dezvoltare a mărcii la Atlantic, împărtășește responsabilitatea pentru marca Cockta cu echipa sa. Ea relatează: „În anii de după 2010, Cockta a devenit din ce în ce mai mult o „băutură nostalgică” și au existat prea multe inovații de scurtă durată care au venit în





Trei piloni ai succesului: o rețetă distinctivă bazată pe ingrediente naturale și sticla unică de sticlă de la Vetropack au făcut Cockta populară în rândul consumatorilor de toate vârstele.

detrimentul nucleului mărcii și al vânzărilor. De aceea am decis să facem un rebranding în 2018 – pentru a împrospăta marca și a viza în mod deliberat și generația mai tânără, Vetropack a jucat aici un rol decisiv."

Noua sticlă ușoară de 275 ml cu greutatea de 180 de grame este fabricată folosind procesul de „presare și suflare cu gât îngust”. Fiind destinată pentru rețeaua HoReCa (Hoteluri, Restaurante, Cafenele), are un design distinctiv cu anumite elemente unice. De exemplu: gâtul acestei sticle subțile este inspirat de măceș, unul dintre ingredientele Cockta; zonele netede alternează cu altele care se aseamănă cu coaja de portocală, iar anul nașterii Cockta este reliefat pe sticlă. Nu în ultimul rând, atât eticheta neobișnuită (restaurată în prezent în culorile originale din 1953 de galben și albastru), cât și zona specială pentru plasarea acesteia, necesită un know-how specific – nu doar pentru producția sticlelor, dar și pentru procesul ulterior de etichetare. Bortas continuă: „Suntem încântați că partenerul nostru de dezvoltare Vetropack ne-a susținut pe tot parcursul procesului, în timp ce am lucrat împreună la crearea acestei sticle unice. Acest proces n-a diminuat viteza afacerii noastre, ci

dimpotrivă, Vetropack ne-a ajutat să zburăm!” În 2023, Vetropack – în calitate de furnizor exclusiv de ambalaje din sticlă pentru Cockta – a livrat urmează companiei Atlantic aproximativ 22 de milioane de recipiente din sticlă. Sectorul HoReCa reprezintă 28% din vânzările totale de Cockta; băutura este distribuită mult dincolo de regiunea Balcanică pe 24 de piețe de pe glob, inclusiv Marea Britanie și SUA.

#### Răcoritor într-un mod diferit – și un succes în rândul generației tinere

Atlantic a reușit să-și crească vânzările de Cockta cu 42% din 2018 până în 2022. Mai mult ca atât, grupul a reușit să atingă unul dintre cele mai importante obiective: atragerea generației tinere. „Sticlă unică Vetropack – cu aspectul și senzația premium oferite de aceasta – este importantă atât pentru HoReCa, unde contează prima impresie și cel mai mult se modelează obiceiurile consumatorilor. Este, de asemenea, un factor cheie pentru marketing – am putea spune că face parte din nucleul vizual al mărcii”, subliniază Bortas.

Cele două companii împărtășesc o tradiție lungă, având în vedere că organizațiile predecesoare a lor au început să



Întoarcerea la rădăcini: un refresh în 2018 a restaurat culorile originale ale Cockta din 1953, galben și albastru, care reapar și pe eticheta sticlei ușoare de 275 ml de la Vetropack.



lucruze împreună în 1953 – cu mult înainte de apariția Atlantic Grupa și Vetropack Straža în Croația. Începutul producției de sticlă la granița sloveno-croată datează și mai devreme. Goran Vurnek, reprezentant vânzări în cadrul Vetropack Straža, continuă relatarea: „Chiar și în secolul al XIX-lea, apa bogată în minerale care conținea CO<sub>2</sub> natural de la izvoarele de lângă Rogaška Slatina era deja exportată în Viena și către alte destinații europene; primele sticle pentru acesta au fost produse în Hum na Sutli, unde se află astăzi fabrica noastră Vetropack.”

#### Consolidarea și extinderea cu precauție a nucleului mărcii – datorită Vetropack

Din 2018, când Cockta a produs o adevărată explozie cu noul său aspect („Cockta Original”), la gamă s-au adăugat încă două ramuri: în 2019 a fost introdusă varianta modernă „Cockta Free” (fără zahăr), urmată în 2021 de „Blondie”, cunoscută și sub denumirea de „cealaltă parte a portocaliului”. Băutura răcoritoare altfel, cu aromă de portocale (orangeadă) cu un cocktail inconfundabil de ierburi. Ambele produse au fost lansate cu succes și, desigur, am-

bele sunt disponibile și în ambalajul emblematic de sticlă. Acest lucru a oferit Atlantic un punct de sprijin suplimentar în raport cu segmentul cola pe piața BRC (băuturi răcoritoare carbogazoase), care este în creștere continuă. Cuvintele de încheiere ale Laurei Bortas: „Intenționăm să continuăm să construim pe această bază puternică. Parteneriatul nostru strâns cu Vetropack ne ajută foarte mult în acest sens. De exemplu, departamentele de dezvoltare ale companiilor noastre sunt deja în contact direct în timpul fazei de concept, astfel încât să putem clarifica ce este posibil (și ce nu este) la începutul procesului de proiectare. Prin urmare, această poveste comună de succes va continua – așteptați ceva imprevizibil!”



Pentru mai multe istorii de succes

[www.vetropack.com/  
ro/produse-si-servicii/  
istorii-de-succes/](https://www.vetropack.com/ro/produse-si-servicii/istorii-de-succes/)





# Autenticitate

**Din Ucraina de Vest până în Europa de Est și în întreaga lume: produsele naturale din gama variată oferită de Lutsk Foods sunt o optimizare pentru fiecare bucătărie – și sunt furnizate în ambalaje de sticlă exclusive și sustenabile de la Vetropack. Din vara anului 2023, recipientele de sticlă au fost din nou livrate direct de la sediul Vetropack din Ucraina și există planuri de extindere a parteneriatului.**



Anna Polishchuk, Chief Operating Officer la Lutsk Foods, este încântată de parteneriatul companiei sale cu Vetropack pentru marca Runa.

Sunteți familiarizat cu satsebeli? Este un sos de roșii special din Georgia, preparat din pastă de roșii, ceapă, boia și usturoi combinate cu mărar, busuioc și coriandru. Sau ce ziceți de adjika? Este o pastă condimentată din Caucaz (cunoscută în Turcia ca acuka), cu ardei iute zdrobit ca ingredient principal. Compania Lutsk Foods și-a propus misiunea de a face realizări culinare precum acestea disponibile în întreaga lume. Lutsk Foods își ia numele de la micul oraș din vestul Ucrainei și acolo a fost fondată compania în 1945. De atunci, a devenit lider de piață în propria țară și nu numai. Peste 350 de angajați prepară cu atenție peste 70 de produse unice care sunt vândute în principal sub mărcile Runa și Ridnyi Krai – în Europa de Est și de Vest, SUA, Japonia, Arabia Saudită și în alte părți. Unul dintre secretele brandului Runa este că produsele sale

își păstrează proprietățile naturale: toate sunt fabricate fără conservanți sau aditivi alimentari. Tehnologii cu experiență colaborează cu echipa de marketing pentru a continua să dezvolte rețetele unice pentru gama Runa. Instalațiile de producție ale Lutsk Foods au fost modernizate între 2008 și 2010 și linii de producție suplimentare au fost instalate între 2014 și 2016. Din 2019, Lutsk Foods colaborează cu Vetropack, unul dintre cei mai importanți producători de ambalaje din sticlă din Europa. Și din 2021, Vetropack a furnizat un recipient de sticlă exclusiv de 430 ml pentru marca Runa. Cele două companii împărtășesc același angajament față de excelență, procese sustenabile și dezvoltare continuă.

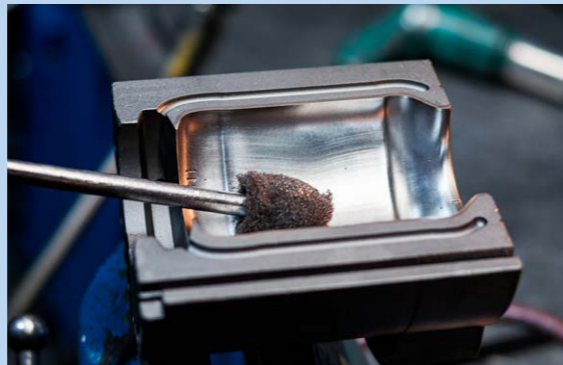
## **Rețete speciale – naturale și sănătoase, cu termene de valabilitate lungi**

Anna Anna Polishchuk s-a alăturat companiei Lutsk Foods în 2010 și este Chief Operating Officer al companiei din 2021. Ea relatează: „Colaborarea noastră cu Vetropack oferă un potențial mare. Sticla este materialul de ambalare ideal pentru noi. Cu toate acestea, prioritățile se schimbă în timp de război: în prezent, principalele provocări sunt asigurarea locurilor de muncă pentru oameni și menținerea nivelului de dinainte de război.” Vetropack operează propria fabrică la Hostomel din Ucraina. Situată la nord-vest de Kiev, fabrica





Poza de mai sus: Pentru specialitățile sale regionale, cum ar fi sosul de roșii Letcho boia, Lutsk Foods folosește borcane de sticlă de 430 ml de la Vetropack. Poza dreapta: Înainte de utilizarea matrițelor, acestea sunt pregătite pentru producție, curățate, lustruite și inspectate.



de sticlă a fost înființată în 1912 și este deținută de Vetropack din 2006. După ce a suferit daune grave la sfârșitul lunii februarie 2022, uzina și-a reluat funcționarea la sfârșitul lunii mai 2023 cu o forță de muncă de 169 de angajați recrutați recent, în mare parte din foști angajați. „Suntem foarte fericiți să avem Vetropack Hostomel ca furnizor profesionist situat aproape de noi. Asta pentru că ne bazăm și pe partenerii ucraineni pentru toate celelalte materii prime și componente din lanțul de aprovizionare”, continuă Polishchuk.

Peste 90% din produsele Lutsk Foods sunt livrate în borcane de sticlă care sunt umplute direct la fața locului. Fiind un produs reciclabil la infinit, sticla este extrem de sustenabilă și nu conține aditivi sau substanțe chimice potențial dăunătoare. Sticla și ceramica au, de asemenea, cele mai scăzute niveluri de substanțe în contact cu alimentele care s-ar putea acumula accidental pe ambalaj prezentând riscuri pentru sănătate care nu sunt încă cercetate. La fel ca și Vetropack Hostomel, Lutsk Foods este, de asemenea, certificată în conformitate cu FSSC 22000 – care atestă nivelul înalt de asigurare a calității și identificării de-a lungul lanțului valoric. „Obiectivul nostru este să fabricăm produse sigure de înaltă calitate în fiecare zi – produse care îndeplinesc standardele înalte stabilite de legislația națională și europeană”, subliniază Polishchuk. Vetropack furnizează în prezent borcane de sticlă incoloră pentru 16 produse Lutsk

Foods diferite. Acestea includ o gamă largă de sosuri speciale pe bază de roșii, un ketchup pentru copii și un preparat de maioneză. Aceste produse gata de consum conțin vitamine și micronutrienți valoroși și sunt ușor de utilizat în gătit. Ambalajul din sticlă este excepțional de ecologic – dar asta nu este tot: acesta permite și tratamentul termic, care permite sterilizarea necesară și elimină complet necesitatea oricăror conservanți.

#### Un parteneriat de perspectivă în Ucraina

„Vetropack este partenerul potrivit pentru noi și, de asemenea, ne ajută să avansăm în ceea ce privește sustenabilitatea”, comentează Anna Polishchuk. „Datorită tehnologiei avansate Vetropack și proceselor optimizate, micșorăm cantități uriașe de CO<sub>2</sub> de-a lungul întregului lanț valoric. Acest lucru se datorează faptului că vindem produsele noastre direct, precum și indirect și deservim, de asemenea, industria ospitalității și diverse piețe de export. Specialiștii noștri în marketing urmăresc îndeaproape piețele ucrainene și globale și, când este momentul potrivit, colaborează cu tehnologii alimentare pentru a pregăti produse noi – pentru care vom achiziționa în considerare mai multe produse de ambalaje din sticlă de la Vetropack. Situația continuă să fie provocatoare, dar ambele companii sunt foarte conștiente de calitate și lucrăm deja la planuri comune pentru viitor.”



## Fiabil în ciuda circumstanțelor nefavorabile

În fiecare zi, angajații noștri de la capul fierbinte se asigură că picăturile de sticlă fierbinte sunt transformate în recipiente de sticlă. Aici se inspectează un borcan pentru Runa.

**Pe lângă depășirea provocărilor prezentate de conflictul actual, fabrica Vetropack din Hostomel (Ucraina) explorează noi perspective pentru a se asigura că atât producția, cât și aprovizionarea cu energie sunt mereu sigure. Deși a existat o oarecare pierdere a cotelor de piață, menținem cu fermitate parteneriatele existente și continuăm să ne extindem pe măsură ce ne pregătim pentru redresarea pieței ucrainene. Vă invităm să aruncați o privire în culisele acestei povești de succes remarcabile.**

Echipa noastră din Hostomel dă dovadă de rezistență și adaptabilitate extraordinară în momentele dificile. În ciuda conflictului actual, aceștia au dezvoltat soluții inovatoare în ultimele luni care au permis reluarea producției, diversificarea pieței și garantarea securității energetice. Lucrările de reconstrucție la Hostomel continuă să avanseze, iar punerea în funcțiune cu succes a unui prim cuptor a normalizat în mare măsură producția, deși condițiile sunt dificile. În plus, s-au făcut toți pașii pregătitori pentru punerea în funcțiune a unui alt cuptor, astfel încât cotele de piață să poată fi păstrate – și acest lucru va face chiar posibilă câștigarea noilor cote de piață. Yaroslav Klymenko, Director de vânzări la Vetropack Hostomel, este convins că piața se va redresa. Prognosticează producătorilor de FMCG (bunurilor de larg consum cu rulaj rapid) pentru 2024 îi susțin convingerea. O creștere a pieței de 10% este de așteptat pentru Ucraina.<sup>1</sup>

#### Exporturile continuă în ciuda blocajelor la frontieră

Am reluat colaborarea cu cei mai importanți producători de alimente deschizând astfel noi oportunități de piață pentru compania noastră. Urmărim îndeaproape tendințele pieței locale și răspundem pro-activ la schimbări, cu scopul de a găsi un echilibru între parteneriat și profitabilitate.

În ciuda blocajului la frontieră, continuăm să îndeplinim acordurile de parteneriat – inclusiv transportul mărfurilor pentru export. Metoda deja stabilită înainte de război rămâne în vigoare pe piața internă a Ucrainei: majoritatea clienților își folosesc propriile vehicule pentru a colecta produsele direct de la fabrică. Acest lucru este facilitat datorită poziției geografice favorabile a fabricii, la o distanță de numai 6 km de Kiev. Producătorii livrează produsele către centrele de vânzări și distribuție din capitală și iau sticlele cu ei la întoarcere. Această circu-

lație eficientă a mărfurilor și ambalajelor reduce substanțial costurile logistice.

#### Managementul riscului în practică

Pe lângă capacitățile de producție limitate, trebuie să facem față în orice moment provocării de a asigura siguranța aprovizionării cu energie la fabrica noastră Hostomel. Întreruperile zilnice de curent și riscul de întreruperi de lungă durată sunt consecințe directe ale războiului. Au fost achiziționate generatoare care asigură o sursă stabilă de energie pentru a menține funcționarea fabricii. Examinăm diverse opțiuni – inclusiv utilizarea surselor alternative de energie – pentru a garanta o furnizare fiabilă de energie electrică. Obiectivele noastre nu sunt doar de a depăși obstacolele cu care ne confruntăm în prezent, ci și de a crea un sistem sigur și rezistent, care să continue să ne susțină operațiunile în continuare.



Pagina 8

# Pierderea în greutate este ușoară

Sticla returnabilă inovatoare transmite  
o identitate de marcă durabilă



**Lumea Vetropack în inbox-ul tău! De două ori pe an.**

Ultimele știri de pe site-urile noastre, datele viitoare ale târgurilor comerciale, proiectele clienților în curs de desfășurare - și o privire în culisele Vetropack: Buletinul nostru informativ transmite regulat toate aceste informații în căsuța dvs. de e-mail. Diverțiment garantat. Informații garantate. Varietate garantată.



**vetropack** &