

# VETRO TIME



## Nesporné fakty

Novátorský proces tepelného temperovania sklenených fliaš, aby boli výnimočne odolné a zároveň sa znížila ich hmotnosť.

**4**

### Stála sila

Dôvera vo víziu sa opláť

**8**

### Zníženie hmotnosti – jednoduchý spôsob

Inovatívna vratná fľaša vyjadruje udržateľnú identitu značky

**24**

### Podpora inovácií

Vetropack vďaka výskumu určuje trendy v sklárskom priemysle

**16 Naša zodpovednosť**

Ciele v oblasti znižovania emisií CO<sub>2</sub> predložené SBTi

**18 Na bicykli pre zdravie**

Naša výzva pre zdravie a životné prostredie

**19 Výsadba pre budúcnosť**

Spoločne pracujeme na znížení našej stopy

**20 St-Prex**

Koncom júna začala odstávka výroby

**22 Stránky plné informácií o skle**

Moderný dizajn v kombinácii s jednoduchšou navigáciou

**23 Počúvanie našich zákazníkov**

Zameranie na potreby zákazníkov

**24 Podpora inovácií**

Vetropack vďaka výskumu určuje trendy v sklárskom priemysle

**28 Zo 120 na 30**

Riadenie časových okien zvyšuje produktivitu

**30 Digitálna recyklácia**

Partnerstvá pomáhajú zvyšovať mieru recyklácie

**34 Žiadne zbytočné pohyby**

Inteligentná továreň – kratšie dodacie lehoty a väčšia transparentnosť

**36 70 rokov stará a stále silná**

Cockta, legendárny nealkoholický nápoj, oslavuje 70 rokov

**40 Nefalšovaná**

Runa: prírodná a zdravá s dlhou trvanlivosťou

**43 Spoľahlivosť napriek nepriaznivým podmienkam**

Podnikavosť je kľúčom k stabilnej výrobe

**8 Zníženie hmotnosti – jednoduchý spôsob**

Inovatívna vratná fľaša vyjadruje udržateľnú identitu značky

**12 Meranie je kľúčové**

Rýchla lokalizácia nebezpečných miest alebo dokonca ich prevencia – s najmodernejšou technológiou merania

**Inovácie a efektívnosť**

Vážení čitatelia,

v zložitom trhovom prostredí sú dôsledné investície do budúcnosti a neustály rozvoj mimoriadne dôležité. Naš prístup inteligentnej továrne v Boffalore ukazuje, že inovácie ako jeden z našich strategických pilierov sú základom našej stratégie. V našom novom talianskom závode zvyšujeme efektívnosť a zároveň chránime životné prostredie. Technologický pokrok ponúka obrovské výhody nielen vo výrobe, ale aj z hľadiska bezpečnosti.

Jedným z ťažkých, ale nevyhnutných krokov je ukončenie našej výroby skla v St-Prex. Tento závod sa môže pochváliť dlhou a hrdou tradíciou, no už niekoľko rokov ho ovplyvňujú problémy s lokalitou a ziskovosťou. Nebolo pre nás ľahké dospieť k tomuto rozhodnutiu a našim prvoradým cieľom bol vždy spravodlivý sociálny plán pre všetkých zamestnancov, ktorých sa tento krok týka.

Po mnohých desaťročiach výskumu sme vyvinuli vratné sklenené fľaše, ktoré spájajú vyššiu odolnosť s nižšou hmotnosťou. Zároveň ich možno častejšie dopĺňať. V tomto čísle sa zameriavame na pôvod nášho revolučného procesu tepelne temperovaného skla, ktorý bol nedávno ocenený cenou WorldStar. Na jar tohto roku sme navyše spoločne so spoločnosťami Gösser a Brau Union predstavili štandardné riešenie vratných fliaš založené na novom procese tepelne temperovaného skla.

Trvalý úspech nemožno dosiahnuť bez inovácií. Preto v našom inovačnom centre pracujeme na plné obrátky na rôznych projektoch – ponúkame vám vzácnu príležitosť nahliadnuť do zákulisia. Ďalšou inovatívnou funkciou je nový systém označovania na našej webovej stránke: spája nové príspevky s kľúčovými otázkami a lokalitami, vďaka čomu návštevníci získajú hlbší prehľad. Alternatívne sa môžu návštevníci prihlásiť na odber nášho nového bulletinu Vetropack.

Okrem všetkých týchto iniciatív pokračujeme v aktívnom úsilí o rozvoj obehového hospodárstva: spolupracujeme s Európskou federáciou pre obalové sklo (FEVE), chorvátskym výrobcom potravín Podravka Inc. a chorvátskym poskytovateľom komunálnych služieb Komunalac d.o.o. na pilotnom projekte, ktorého cieľom je preskúmať, ako môžeme spotrebiteľov dôsledne motivovať k recyklácii sklenených obalov.

Vďaka nášmu jasnému strategickému smerovaniu a neustálemu zameraniu na inovácie a efektívnosť sme dobre pripravení prekonať výzvy, ktoré nás čakajú. Chceme sa poďakovať našim zákazníkom a partnerom za dôveru a podporu a tešíme sa na ďalšie úspechy.

Johann Reiter  
CEO, Vetropack-Gruppe

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

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

**Vizuálna koncepcia/rozloženie**  
Eclipse Studios GmbH, Schaffhausen  
Reto Cooz

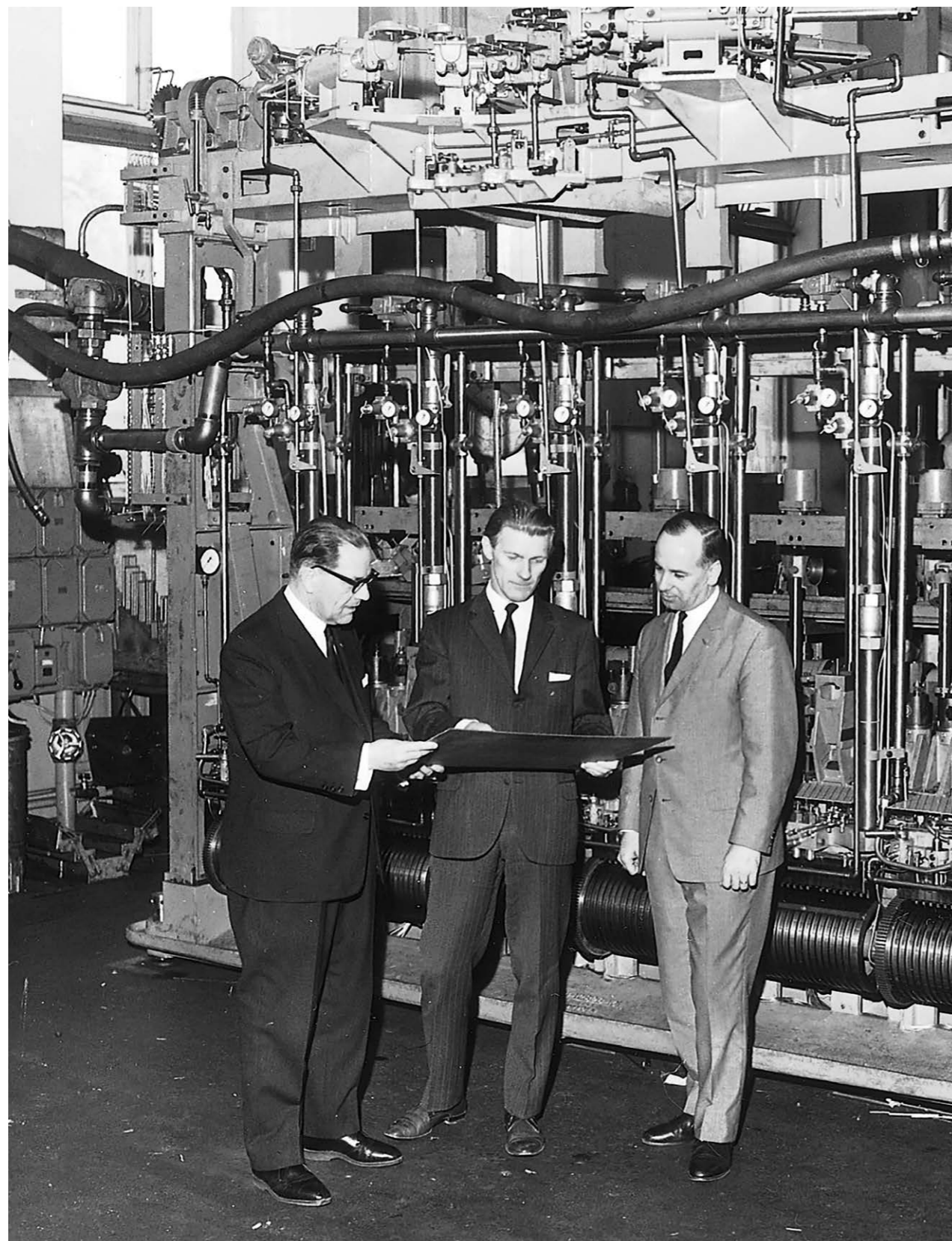
**Tisk**  
A studio group s.r.o.

**Papier**  
Eminent, FSC certifikácia

**Vychádza v**  
angličtine, nemčine, francúzštine,  
taliančine, češtine, slovenčine,  
chorvátčine, rumunčine a ukrajinčine

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





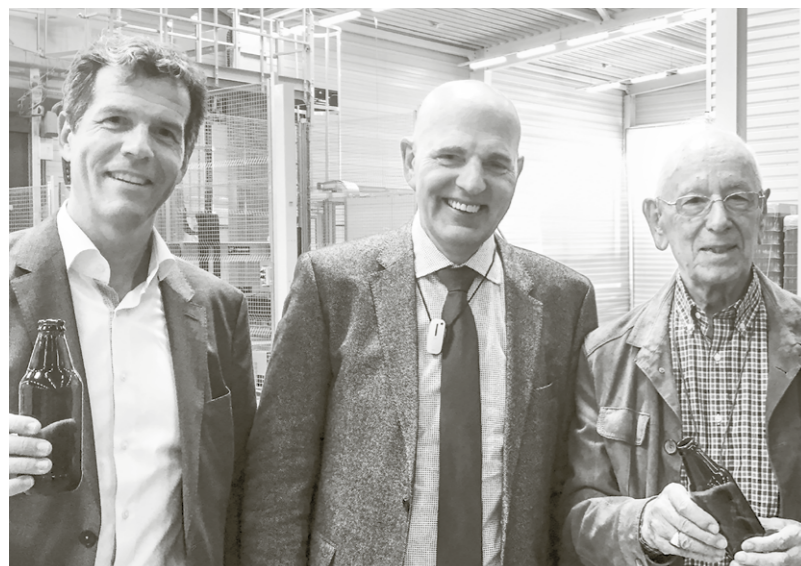
Michel Cornaz (vpravo) sa počas svojho dlhého života aktívne podieľal na sklárskom priemysle. Po ukončení štúdia na ETH v Zürichu pracoval pre spoločnosť Emhart Glass v USA.

# Stála síla

**Priekopnícky proces tepelného temperovania sklenených fliaš, vďaka ktorému sú mimoriadne odolné, a taktiež sa znižuje ich hmotnosť. Tento prelomový objav je výsledkom desaťročia výskumu – dôkazom, že inovácie vznikajú vďaka vytrvalosti, vízii a presnosti. Svedkom tohto príbehu je aj Michel Cornaz, ktorý má 95 rokov.**



Obrázok vpravo: Michel Cornaz prevzal zodpovednosť za rozvoj obchodných aktivít spoločnosti Emhart Glass v Európe a Ázii zo svojej základne v Zürichu. V spoločnosti Emhart Glass pracoval najmenej 42 rokov a od roku 1988 do roku 1994 bol prezidentom celej skupiny spoločností. Zľava doprava: Richard Fritsch, člen predstavenstva spoločnosti Vetropack; Johann Reiter, generálny riaditeľ skupiny Vetropack; Michel Cornaz, jeden z pôvodných vývojárov, s prvou vratnou fľašou z tepelne temperovaného skla.



### Inovátor Michel Cornaz

Michel Cornaz hral počas svojho života aktívnu úlohu v sklárskom priemysle, rovnako ako jeho bratia Raymond Cornaz (otec Clauda Cornaze) a Jean-Daniel Cornaz. Po získaní titulu chemického inžiniera na Spolkovom technologickom inštitúte (ETH) v Zürichu odišiel Michel Cornaz v roku 1952 do USA. Jeho zámerom bolo stráviť rok prácou v priemysle sklenených obalov a zoznámil sa s najnovšími technológiami spracovania. Začal v spoločnosti Emhart Glass Inc., poprednom americkom výrobcovi výrobných zariadení pre sklársky priemysel so sídlom v Hartforde v štáte Connecticut. Miesto pôvodne plánovaného roku zostal Michel Cornaz v USA celých šesť rokov: v spoločnosti Emhart Glass Inc. pracoval vo vývoji, výrobe a v obchodnom oddelení výrobných zariadení. Potom sa presťahoval do Zürichu, kde prevzal zodpovednosť za rozvoj obchodných aktivít spoločnosti v Európe a Ázii. Na konci svojej kariéry pracoval Michel Cornaz v spoločnosti Emhart Glass 42 rokov. Posledných šesť rokov pred odchodom do dôchodku, od roku 1988 do roku 1994, bol prezidentom celej skupiny spoločností (od roku 1998 známej ako Bucher Emhart Glass).

Okrem podpory rozvoja spoločnosti Emhart Glass v medzinárodnej organizácii so siedmimi pobočkami Michel Cornaz zakladal školiace strediská a rozvíjal poradenské služby. Ako predseda predstavenstva Cornaz-AG Holding riadil aj rozvoj skupiny Vetropack. V tejto funkcii spoločne so svojimi bratmi Raymondom a Jeanom-Danielom (ktorí v roku 1966 nastúpili do spoločnosti Glashütte Büllach Ltd. a založili spoločnosť Vetropack Ltd.) riadil expanziu skupiny Vetropack na východ, ktorú úspešne realizovali Raymond a Jean-Daniel Cornazovi.

Michel Cornaz sa môže oprieť o desiatky rokov skúseností v medzinárodnom sklárskom priemysle a jeho znalosti vývo-

ja sú prakticky jedinečné. A od prvého dňa sleduje aj vývoj tepelne temperovaného skla, ktorý začal partnerskou spoluprácou medzi spoločnosťami Vetropack a Bucher Emhart Glass.

### Počiatok vízie

„Spoločnosti Vetropack a Emhart Glass začali výskumný projekt „Tvrde sklo“ už v roku 2011, a to bez väčších formalít,“ spomína. „Od prvých dní bolo cieľom vyrábať hnedé fľaše na pivo so zníženou hmotnosťou, ktoré by bolo možné opakovane používať,“ vysvetľuje Michel Cornaz. Aby bola umožnená hromadná výroba, hľadali výskumníci spôsoby, ako proces temperácie fliaš začleniť do výrobného procesu. Keďže však fľaše museli prejsť takú dlhú cestu z výrobných linky do temperovacej pece, nedosiahli dostatočne vysokú priemernú teplotu, ktorá by umožnila ich ďalšie spracovanie vhodným spôsobom. „Nápadom spoločnosti Emhart bolo inštalovať vyhrievaný podávač,“ pokračuje Michel Cornaz. „Toto zariadenie malo dopravovať rovnomerne predhriate fľaše do temperovacej pece na ďalšie spracovanie.“

### Vytrvalosť sa vypláca

Bohužiaľ bol výskumný projekt v rámci spoločnosti Emhart Glass vtedy z finančných dôvodov prerušený. Michel Cornaz spomína, že spoločnosť sa vyhýbala veľkým investíciám, ktoré by si to vyžiadalo.

Michel Cornaz ľutuje, že výskumný projekt vtedy nepokračoval na spoločnej báze – ale dnes je o to viac rád, že Vetropack pokračoval v projekte samostatne a investoval do pokročilej technológie. Je pevne presvedčený, že predchádzajúci výskumný projekt bol kľúčom k tomu, aby pripravil pôdu pre inovačnú technológiu tepelne temperovaného skla: „Prvotný impulz nám dal praktické skúsenosti získané v rámci



„Spoločnosť Vetropack si týmto úspešným krokom vyslúžila môj najvyšší rešpekt.“

Michel Cornaz

### Výnimočný obal: odľahčená vratná sklenená fľaša od spoločnosti Vetropack získala ocenenie WorldStar Award

Svetová obalová organizácia udelila odľahčeným vratným fľašiam z tepelne temperovaného skla od spoločnosti Vetropack ocenenie WorldStar Award v kategórii „Obalové materiály a komponenty“. Robustné a pritom ľahké fľaše však nezaujali len porotu, po debute v pivovare Mohrenbrauerei sa stali štandardným riešením pre rakúsky pivovarnický priemysel.

„Náš proces tepelne temperovaného skla sme skúmali takmer desať rokov. Som hrdý a veľmi vďačný tímu inovačného centra za vynikajúci výsledok,“ zdôrazňuje Johann Reiter, generálny riaditeľ spoločnosti Vetropack. Odľahčená sklenená fľaša už vlni zvíťazila v dvoch kategóriách v súťaži Swiss Packaging Awards a kvalifikovala sa tak na účasť v súťaži WorldStar Awards.

Od prvého použitia v pilotnom projekte rozšírila spoločnosť Mohrenbrauerei ponuku pív vo vratných fľašiach z tepelne temperovaného skla. Spoločnosť Vetropack ďalej vyvíjala odľahčené fľaše a sprístupnila ich širšej skupine používateľov. V Rakúsku boli vratné fľaše predstavené ako štandardné riešenie šetrné k životnému prostrediu pre miestny pivovarnický priemysel.



Viac informácií o ocenení:

[www.vetropack.com/worldstar-award](http://www.vetropack.com/worldstar-award)

projektu,“ poznamenáva. „Rovnako ako pri všetkých vynálezoch samozrejme potrebujete aj ľudí, ktorí sú vytrvalí a majú záujem, v tomto prípade ľudí ochotných preskúmať, či by sa dali využiť existujúce temperovacie pece.“ Každý krok urobený na tejto ceste, napríklad dosiahnuté výsledky a vysoká kvalita menších fliaš a odľahčeného skla, vytváral pozitívne podnety a otváral cestu k ďalšej fáze vývoja. Michel Cornaz je presvedčený, že táto sila je rozhodujúca: „V sklárskom priemysle vždy existovali ľudia s víziou. Nech už mali akékoľvek nápady, stále ich skúšali a jednoducho sa nevzdávali,“ spomína. Podľa jeho názoru práve vďaka tomu si Vetropack v posledných rokoch vytvoril takú obrovskú zásobu know-how, a preto teraz spoločnosť ťaží zo svojich skúseností a priekopníckej úlohy, keď reaguje na dopyt trhu po ľahších a opakovane použiteľných sklenených nádobách.

Vratná fľaša s objemom 0,33 litra vyrobená technológiou tepelného temperovania skla je teraz štandardným riešením pre rakúsky pivovarnický priemysel. Podľa Michela Cornaza nejde o nič iné ako o prielom.

„Spoločnosť Vetropack si týmto úspešným krokom vyslúžila môj najvyšší rešpekt,“ komentuje. Z tohto úspechu má viditeľnú radosť, a ako zdôrazňuje: „Povzbudzuje nás to k tomu, aby sme na tejto ceste pokračovali a podnikli ďalšie kroky zdokonalením metódy a jej začlenením do procesu.“ Pretože skúsenosť mu rozhodne dala jedno ponaučenie: „Musíte veci skúšať ďalej!“

Presne na to sa kolegovia v spoločnosti Vetropack Austria zameriavajú: Erich Jaquemar a jeho tím napríklad vykonali hĺbkové testy koordinácie dizajnu fliaš a prepraviek tak, aby sa znížili škodlivé účinky pri obehú fliaš na opakované použitie. A naši kolegovia v inovačnom centre v Pöchlarne pokračujú vo vývoji výroby krok za krokom.



# Zníženie hmotnosti – jednoduchý spôsob

„Na bio teraz záleží“ – to je približný preklad sloganu, ktorým rakúsky pivovar Gösser propaguje svoje prvé bio pivo. Značka Gösser má dlhú a bohatú tradíciu, o ktorú sa môže oprieť, a jej ležiak Gösser Biostoff sa teraz chystá vstúpiť na rastúci trh. Nové pivo prichádza s príslušnou udržateľnou identitou značky vďaka vratným fľašiam s objemom 0,33 litra vyrobenými inovatívnou technológiou spoločnosti Vetropack spolu s novým dizajnom prepraviek. S hmotnosťou 210 gramov váži fľaša o 30 percent menej ako bežné štandardné fľaše.



Dizajn praktickej prepravky je dokonale prispôsobený novým štandardným fľašiam.



Modernejšie, sviežejšie a mladšie: Gösser Biostoff Lager chce byť presne tým pivom, ktoré chce piť čoraz viac spotrebiteľov. Podľa spoločnosti GfK (Spoločnosť pre spotrebiteľský výskum) sa viac ako 60 % rakúskych pívárov domnieva, že súčasná ponuka ekologických pív nie je dostatočná. Teresa Höfler, senior brand manažérka spoločnosti Brau Union, k tomu hovorí: „Najmä generácia Z, spotrebiteľia vo veku 20 až 28 rokov, sú sebakritickí, pokiaľ ide o ich spotrebiteľské návyky a zameriavajú sa na udržateľnosť. Podobne aj príslušníci generácie Y sa viac zameriavajú na pôžitok a uvedomelú spotrebu považujú za neodmysliteľný aspekt svojho postoja. Kupujúci v tomto segmente zároveň radi skúšajú nové výrobky, ktoré zodpovedajú ich modernému životnému štýlu.“

Ako inovatívna značka piva chce preto Gösser v budúcnosti ešte viac uspokojiť tieto požiadavky trhu. Od samého začiatku Gösser pevne verí, že ich pivo je nielen to najlepšie z prírody, ale aj to najlepšie pre prírodu. Korene značky siahajú do roku 1000, keď grófká Adula založila kláštor, v ktorom mníšky varili pivo, čo bolo v tom čase bežné. V roku 1860 Max Kober obnovil starý kláštorový pivovar v štajerskom meste Leoben, čím položil základy dychberúceho rozvoja značky Gösser, ktorá sa stala najväčšou značkou piva v alpskej republike.

Dnes je Gösser súčasťou spoločnosti Brau Union Österreich, ktorá je od roku 2003 súčasťou skupiny Heineken. Pivovar sa pýši používaním vysokokvalitných surovín a dodržiavaním tradičných metód varenia piva. Vďaka tomu sa pivovaru podarilo to, čo málokterému inému: spojiť tradičné s moderným a neustále sa vyvíjať, pričom si zachováva svoje korene. Gösser urobil ďalší krok na tejto ceste so svojim novým ekologickým pivom.

### Ekologické pivo v inovatívnej vratnej fľaši

„Tento krok odráža aj vzhľad nového produktu,“ vysvetľuje Höfler. „Jedným z najpresvedčivejších atribútov piva Gösser Biostoff Lager je jeho jedinečná receptúra. Jeho jasne zlatožltá farba a jemné aromatické tóny sladku ho robia vzrušujúco pikantným a dobre konzumovateľným. Toto pivo vyrobené zo 100 % rakúskych ekologických surovín spája udržateľnosť s pôžitkom v inovatívnej 0,33-litrovej vratnej fľaši.“ Ako zdôrazňuje, Gösser Biostoff Lager sa uvádza na trh v novej ľahkej štandardnej vratnej fľaši, ktorá zároveň

prispieva k naplniteľnej kvóte, ktorá je v Rakúsku povinná od roku 2024. Fľaša bola vyrobená technológiou tepelného temperovania skla švajčiarskym výrobcom sklenených obalov Vetropack. Priekopnícky proces zahŕňa tepelné temperovanie sklenených fliaš, vďaka ktorému sú mimoriadne odolné a zároveň sa znižuje ich hmotnosť. „Táto technológia otvára cestu k efektívnej výrobe odolnejších štandardných fliaš, ktoré sú zároveň ľahšie. Sú ideálne na použitie ako vratné obaly vďaka mnohým presvedčivým výhodám, ktoré bodujú v oblasti udržateľnosti, pohodlia, stability a jednoduchšej logistiky,“ hovorí Erich Jaquemar, Strategic Account Manager spoločnosti Vetropack v Rakúsku.

### Žiť udržateľne

Vďaka týmto vlastnostiam je fľaša ideálna na vyjadrenie podstaty značky nového biopiva. „Trvalá udržateľnosť je základom značky Gösser, ktorá pochádza zo zeleného Štajerska,“ poznamenáva Höfler. „Napríklad pivo Gösser varíme z obnoviteľnej energie z vlastnej bioplynovej stanice a pred časom sme začali používať recyklovaný papier na naše etikety. Štandardné riešenie vratných fliaš teraz ponúka pohodlnú alternatívu k zavedeným nevratným obalom, a to otvára obrovské možnosti, ako sa stať ešte udržateľnejším.“

Myšlienka štandardnej vratnej fľaše na spoločné používanie rôznymi pivovarmi sa na rakúskom trhu s pivom objavuje už nejaký čas. Keď sa však otázka udržateľnosti stala pre spotrebiteľov dôležitejšou, vzrástol tlak na to, aby sa táto myšlienka premenila na skutočnosť. To vyvolalo otázku, aká fľaša by bola vhodná. Spoločnosť Brau Union Österreich spolupracuje so spoločnosťou Vetropack už mnoho rokov. „Pokiaľ ide o sklenené obaly, Vetropack je spoľahlivým partnerom,“ hovorí Dietmar Roher, odborník na kvalitu spoločnosti Brau Union. Takže keď sa spoločnosť Vetropack dozvedela o hľadaní vhodnej vratnej fľaše a predstavila spoločnosti Brau Union novú technológiu, prirodzene to vzbudilo veľký záujem.

### Štandardná vratná fľaša je v Rakúsku míľnikom

„Cieľom bolo, samozrejme, nájsť riešenie, ktoré by mohli akceptovať aj iné pivovary,“ pokračuje Roher. Pracovná skupina vytvorená v rámci Rakúskeho logistického združenia pre



### Ďalšie príbehy o úspechu:

[www.vetropack.com/sk/produkty-a-sluzby/uspesne-pribehy/](http://www.vetropack.com/sk/produkty-a-sluzby/uspesne-pribehy/)



Gösser Biostoff Lager je prvé rakúske pivo, ktoré sa uvádza na trh v nových štandardných fľašiach. Táto fľaša vyrobená technológiou tepelne temperovaného skla prispieva ku kvóte opätovného plnenia, ktorá je v Rakúsku povinná od roku 2024. Fľaša znižuje emisie CO<sub>2</sub> o štvrtinu a ponúka väčšiu stabilitu.



opakovane použiteľné obaly (Logistikverbund Mehrweg) sa zamerala na technickú realizovateľnosť budúceho systému. Tvar fľaše musel spĺňať niekoľko požiadaviek: musel byť vhodný na vkladanie ľuďmi do štandardných reverzných automatov (RVM); výrobok musel byť identifikovateľný ako vratná fľaša a musel byť vhodný aj pre rôzne formáty prepraviek. „Obchod, pivovarnícky priemysel a poskytovatelia služieb sa potom dohodli na vratnej fľaši s objemom 0,33 litra. Pre rakúsky trh s pivom to znamenalo míľnik,“ zhrnul Roher. Iné krajiny už majú štandardné riešenie pre časti vratného systému a Rakúsko tu teraz môže získať náskok.

### O 30 percent ľahšia a emisie CO<sub>2</sub> sa znížili o štvrtinu.

Štandardná fľaša s objemom 0,33 litra bola vyvinutá v spolupráci so spoločnosťou Vetropack. Ide o presvedčivú inováciu v mnohých ohľadoch: fľaša s hmotnosťou 210 gramov váži o 30 percent menej ako bežné štandardné fľaše. Menšia hmotnosť znamená jednoduchšiu manipuláciu a niž-

šie emisie CO<sub>2</sub>. „Naša vývojová práca sa nezameriavala len na jednotlivé fľaše, ale uvažovali sme aj o opakovane použiteľných obaloch ako o systéme,“ hovorí Jaquemar. „To znamená, že dizajn fliaš a prepraviek, ako aj paliet a logistiky je navzájom zosúladený. Na každej palete je možné prepraviť šesť radov prepraviek namiesto predchádzajúcich piatich.“ Výsledkom je, že na jednu štandardnú paletu sa zmestí 96 prepraviek. Celkové emisie CO<sub>2</sub> sa v porovnaní s bežnými nevratnými prepravkami znížili len na štvrtinu. Je to spôsobené nielen úsporami v logistike, ale aj vysokým podielom recyklovaného skla pri výrobe sklenenej suroviny.

Rozsiahle testy preukázali aj stabilitu štandardnej fľaše. „Keďže dochádza k menšiemu opotrebovaniu kontaktných plôch, miera opätovného použitia je približne o 20 % vyššia ako v prípade bežných obalov. Fľaša je stabilná, takže výhody, ktoré ponúka, nie sú len ekologické,“ pokračuje Jaquemar. Ďalším aspektom, kde spoločnosť Brau Union využila špeciálne služby spoločnosti Vetropack na optimalizáciu linky, bola napríklad bezpečnosť.

„Toto pivo vyrobené zo 100 % rakúskych ekologických surovín spája udržateľnosť s pôžitkom v inovatívnej 0,33-litrovej vratnej fľaši.“



# Meranie je kľúčové



**Rozbitie skla na plniacej linke je pre spoločnosti v potravinárskom a nápojovom priemysle najväčšou nočnou morou: Vetropack pomáha svojim zákazníkom nielen rýchlo lokalizovať miesta ohrozenia, ale v ideálnom prípade im aj predchádzať.**



Michael Waltl, manažér technického zákazníckeho servisu spoločnosti Vetropack Austria, pomáha zákazníkom optimalizovať ich plniace linky.

**V tomto rozhovore Michael Waltl z technického zákazníckeho servisu spoločnosti vysvetľuje, ako inline snímač cielene identifikuje kritické body a k akému vývoju v tejto oblasti dochádza.**

**Pán Waltl, používali ste špecifický snímač pre rôznych zákazníkov spoločnosti Vetropack. O čo ide?**

Je to pravda. Nami vyrobenú maketu vybavíme inline snímačom ShockQC od kanadskej spoločnosti Masitek. S vysokou presnosťou meria nárazové zaťaženie pôsobiace na sklenenú nádobu. To nám umožňuje priamo určiť, kde je potrebné optimalizovať plniace linky alebo iné procesy balenia, aby sa zabránilo rozbitiu skla – priamo v závodoch našich zákazníkov.

**Ako ste sa dostali k práci s touto metodikou a snímačom od spoločnosti Masitek?**

V spoločnosti Vetropack som zodpovedný za technický zákaznícky servis. To znamená, že ja a môj tím riešime najmä reklamácie, ktoré sa v ojedinelých prípadoch týkajú aj rozbitia skla. Všade, kde sa vyskytnú, predstavujú pre zákazníka naliehavý problém. Aby sme prišli príčine na koreň, je výhodou mať samomerací systém, ktorý nám umožní rýchlo

identifikovať slabé miesta na plniacej linke, pretože voľným okom často nie je zrejmé, kde presne sú nádoby poškodené. Pozreli sme sa na dvoch dodávateľov a rýchlo sme sa rozhodli pre spoločnosť Masitek, pretože jej výrobok najlepšie vyhovoval našim potrebám.

**Pravdepodobne na trhu dochádza k vývoju, ktorý vyžaduje väčšie využívanie takýchto technológií?**

Áno, dá sa to tak povedať. Po prvé, čoraz populárnejšími sa stávajú ľahké sklenené fľaše ako ekologická alternatíva obalov, ktorá viac oslovuje spotrebiteľov a výrazne šetrí zdroje. To si vyžaduje rôzne nastavenia na plniacej linke. Po druhé, viac výrobkov sa plní vysokou rýchlosťou, pričom mnohé plniace linky pracujú rýchlosťou viac ako 50 000 fliaš za hodinu. Tieto vysoké rýchlosti vedú k vyššiemu zaťaženiu sklenených nádob. Samozrejme, aj plniace linky sa v priebehu rokov výrazne vyvíjajú. Vďaka moderným technológiám je možné dosiahnuť vyššie rýchlosti. Napriek tomu sa niekedy vyskytujú nadmerné zaťaženia.

**Snímač používate aj na pomoc pri nastavovaní linky pre nový produkt. Akým zákazníkom ste už pomohli? Predpokladám správne, že hlavnú úlohu tu zohráva zavedenie ľahkej sklenenej fľaše?**

Samozrejme. Na jednej strane berieme snímač k zákazníkom, ktorí prvýkrát plnia nový produkt do konkrétnej nádoby. V týchto prípadoch pomocou snímača identifikujeme oblasti na linke, ktoré je potrebné optimalizovať. Na druhej strane navštevujeme zákazníkov, u ktorých sa vyskytol konkrétny problém. Snímač používame od roku 2020 a doteraz sme navštívili desať až dvanásť spoločností s veľmi odlišnými





Snímač vložený v makete registruje potenciálne nebezpečné miesta pre sklenenú nádobu na linke.



# „Každý sklenený výrobok sa zaťažuje inak. Preto presne kopírujeme príslušný sklenený výrobok našich zákazníkov.“

Michael Waltl, manažér technického zákazníckeho servisu spoločnosti

produktmi. Do tohto procesu sa zapojili aj pivovary, ako napríklad Gösser, ktorý práve uviedol na trh svoje nové ekologické pivo v ľahkej sklenenej štandardnej fľaši. Bol som aj v podnikoch v potravinárskom odvetví, kde som sa v jednom prípade zaoberal koreníčkami a v druhom nátičkami.

## Ako presne snímač funguje? Ako prebieha tento proces?

Pracujeme s „replikou“, t. j. plastovou maketou. Každý sklenený výrobok sa zaťažuje inak. Preto presne kopírujeme príslušný sklenený výrobok našich zákazníkov. Replika sa potom v spoločnosti Masitek vybaví snímačom a kalibruje sa. Snímače máme v troch rôznych veľkostiach. Odnesieme repliku k zákazníkovi a necháme túto maketu prejsť cez linku. Snímač presne zmeria, kde na nádobu pôsobia sily, napríklad v oblasti ramena alebo dna. Meria tiež úroveň síl v IPS (inches per second – palcoch za sekundu), čo nám ukazuje, či bola prekročená minimálna nárazová pevnosť nami vyrábanej nádoby. Súbor nameraných údajov sa prenášajú 100 000-krát za sekundu do počítača, kde sa analyzujú.

## Dostávate repliky od spoločnosti Masitek?

Až na niekoľko výnimiek sa repliky vyrábajú v našej vlastnej učňovskej dielni. Vyrábajú sa v nej všetky valcové tvary. Iba iné ako okrúhle tvary nedokážeme vyrobiť sami. Ušetrí nám to veľa peňazí a je to aj dobrý tréning pre našich učňov.

## Akú spätnú väzbu ste doteraz dostali od svojich zákazníkov?

Údaje namerané pomocou makety poskytujú našim zákazníkom cenné informácie, ktoré im umožňujú znížiť počet rozbití skla alebo im úplne zabrániť. Medzitým sa informácie o testoch s inline snímačom rozšírili v celom odvetví, čo dokonca viedlo k tomu, že sa na nás obrátili i veľkí zákazníci. Napríklad čoskoro pôjdem do plniarne piva v Českej republike na audit linky s cieľom odhaliť potenciálne riziká.

## Ako vidíte budúcnosť tejto technológie? Je tu ešte nevyužitý potenciál?

Okrem troch uvedených veľkostí snímačov sa v súčasnosti vyvíja aj veľmi malý snímač. Bude to zaujímavé, pretože by nám to umožnilo skúmať veľmi malé nádoby pri ešte vyšších rýchlostiach. Medzi ďalšie oblasti záujmu patria merania dynamického tlaku a vrchného zaťaženia. Niektoré plniarne majú napríklad akumulačné stoly, na ktorých sa z rôznych dôvodov hromadia výrobky. Niektoré snímače môžu merať výsledný dynamický tlak. Kontrola vrchného zaťaženia zahŕňa posúdenie, aká veľká axiálna sila pôsobí na systém uzáveru počas testovania. Najdôležitejšou premennou však zostáva meranie vplyvu a na túto analýzu máme k dispozícii všetky potrebné údaje.

## Zákazníci budú mať z tohto rozšíreného technického zákazníckeho servisu určite obrovský úžitok.

Presne tak. Vďaka inline snímaču ShockQS od spoločnosti Masitek máme teraz k dispozícii samomeračný systém, ktorý presne identifikuje nebezpečné miesta. To je veľký rozdiel v porovnaní s predchádzajúcim obdobím a obrovská pomoc pre nás, a teda aj pre našich zákazníkov.

Veľmi pekne Vám ďakujem za rozhovor, pán Waltl.



## Chcete využiť túto službu?

Potom kontaktujte priamo Michaela Waltla:  
michael.waltl@vetropack.com



# Naša zodpovednosť

Vetropack definuje ciele znižovania emisií CO<sub>2</sub> a predkladá ich iniciatíve „Science Based Targets“.



Nicolas Lootens, manažér skupiny pre udržateľnosť: „Definovaním našich cieľov v súlade s iniciatívou Science Based Targets teraz robíme dôležitý krok týmto smerom.“

**Skupina Vetropack predložila iniciatíve „Science Based Targets“ (SBTi) na schválenie špecifickej ciele na zníženie emisií CO<sub>2</sub>. Do roku 2032 sa majú znížiť emisie Scope 1 a 2 o 50,4 % a emisie Scope 3 o 30 %.**

## Náš záväzok k udržateľnosti

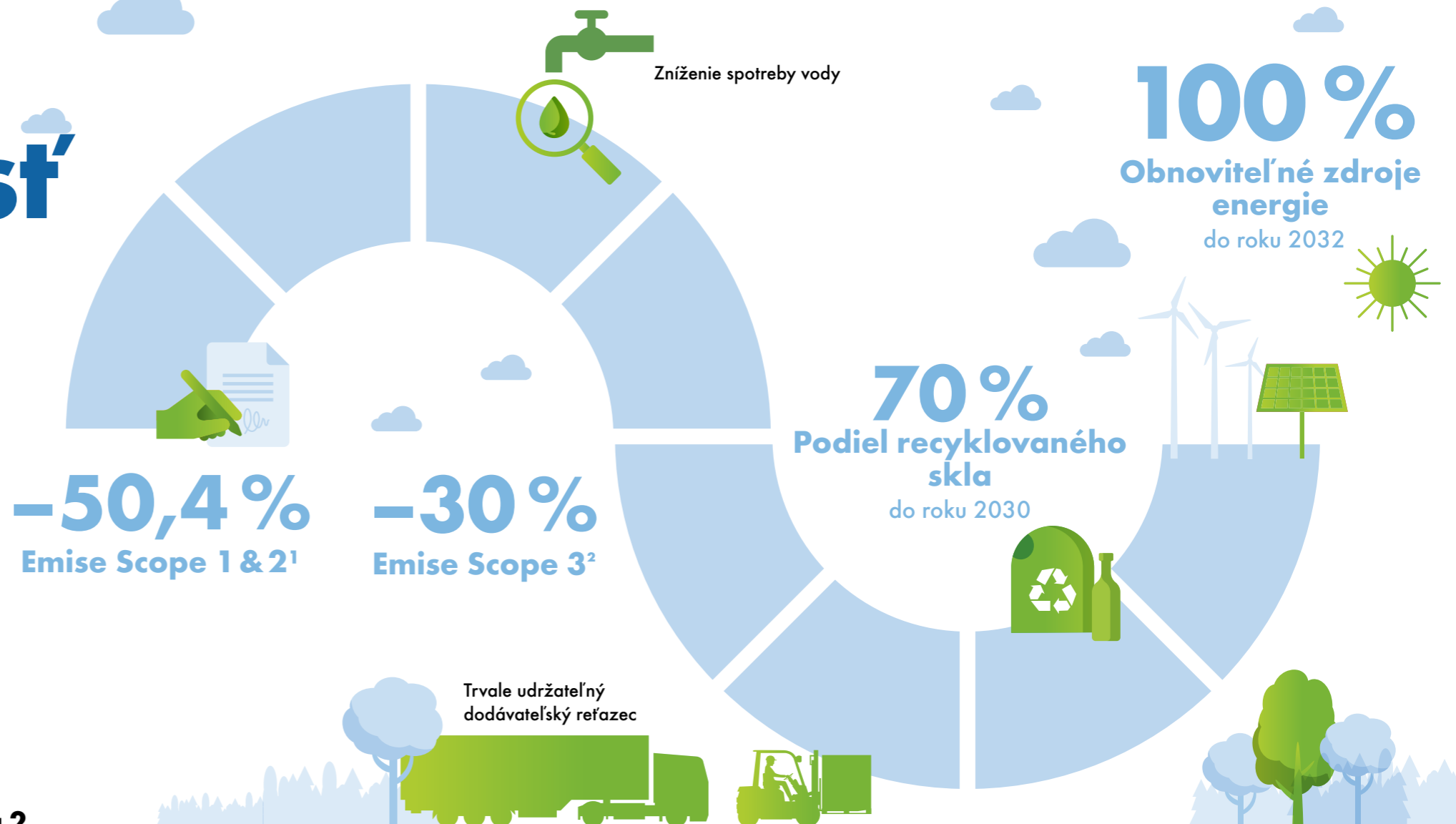
Prvýkrát sme oznámili svoj záväzok voči vedecky podloženým cieľom (SBTi) už v roku 2022. Naše súčasné ciele zníženia emisií vychádzajú z roku 2021 ako referenčného roku. Emisie rozsahu 1 sú priame emisie z našej vlastnej výroby, zatiaľ čo rozsah 2 zahŕňa nepriame emisie spôsobené nakupovanou elektrickou energiou. Emisie rozsahu 3 vznikajú v dôsledku procesov mimo spoločnosti, ale súvisia s našou výrobou a prevádzkou.

„Zmena klímy nenastane niekedy v budúcnosti, klíma sa už zmenila a je našou povinnosťou prispieť k riešeniu klimatickej krízy,“ hovorí Nicolas Lootens, manažér pre udržateľnosť skupiny. „Definovaním našich cieľov v súlade s iniciatívou Science Based Targets teraz robíme dôležitý krok týmto smerom.“

## Naše stratégie na zníženie emisií

Zavádzame rôzne opatrenia na zníženie našich emisií Scope 1 a 2. Patria medzi ne opravy existujúcich pecí a výstavba nových, aby sme mohli efektívnejšie využívať zemný plyn, spolu s technickými inováciami, ako sú hybridné pece. Medzi ďalšie opatrenia, ktoré nám poskytujú významný vplyv, patrí zvýšenie podielu recyklovaného skla vo výrobe na 70 % do roku 2030 a prechod na 100 % obnoviteľných zdrojov energie do roku 2032. Naše investície do fotovoltaických systémov v Rakúsku, Chorvátsku a Taliansku tiež zdôrazňujú náš záväzok.

V záujme zníženia emisií Scope 3 sa zameriavame na zníženie emisií v niekoľkých kategóriách: nakupovaný tovar a služby, investičný tovar, činnosti súvisiace s energiou a palivami, ako aj doprava a distribúcia na vyšších úrovniach.



<sup>1</sup> Absolútne zníženie do roku 2032 v porovnaní s rokom 2021 (predložené SBTi na validáciu, apríl 2024)

<sup>2</sup> Emisie externých procesov

Kľúčovými faktormi sú tu inovatívne prístupy, ako napríklad „pokusy bez sódy“ a používanie recyklovanej fólie na obaly

## Perspektívne technológie

Skúmame technológie zachytávania a ukladania oxidu uhličitého, ktoré nám umožnia ukladať alebo využívať emisie CO<sub>2</sub> vznikajúce pri výrobe skla. Mineralizácia CO<sub>2</sub> z technologického plynu by mohla poskytnúť nové suroviny pre výrobu skla a iné priemyselné procesy.

## O iniciatíve Vedecky podložené ciele (SBTi)

Iniciatíva SBTi umožňuje spoločnostiam stanoviť ambiciózne ciele znižovania emisií na základe najnovších vedeckých poznatkov o klíme. Cieľom iniciatívy je, aby spoločnosti na celom svete do roku 2030 znížili svoje emisie na polovicu a do

roku 2050 dosiahli štandard SBTi „Net-Zero“. Johann Reiter, generálny riaditeľ našej skupiny Vetropack, zdôrazňuje, aké je to dôležité: „Definovaním našich cieľov robíme významný krok pri určovaní nášho budúceho smerovania. Je našou povinnosťou podporovať udržateľné postupy a inovatívne riešenia.“ Týmto ambicióznymi cieľmi a opatreniami spoločnosť Vetropack dokazuje, že udržateľnosť a obchodný úspech môžu ísť ruka v ruku. Spoločne stanovujeme nové štandardy v sklárskom priemysle a aktívne sa podieľame na celosvetovom hnutí za ochranu klímy.



#Udržateľnosť:  
www.vetropack.com/  
sk/udrzatelnost/



# Na bicykli pre zdravie

Naša iniciatíva pre zdravie a životné prostredie: objavte krásu cyklistiky



**Fyzická aktivita je dôležitým faktorom zdravého životného štýlu. V spoločnostiach Vetropack Moravia Glass a Vetropack Nemšová sa snažíme motivovať našich zamestnancov k aktívnejšiemu životnému štýlu. Vyhlásením našej výzvy „Na bicykli za zdravím“ ich chceme povzbudiť, aby do práce a z práce chodili na bicykli – a tiež, aby sa bicyklu venovali aj vo voľnom čase.**

Od mája do októbra môžu účastníci výzvy zbierať kilometre bicyklovaním, aby mohli vyhrať ceny. Na zaznamenávanie počtu najjazdených kilometrov používame aplikáciu s názvom „EPP – Pomáhaj pohybom“. Pomocou aplikácie môžu zamestnanci využiť najjazdené kilometre na podporu rôznych projektov. Majú tak dva dobré dôvody, prečo nasadnúť na bicykel: bicyklovanie je dobré pre ich vlastné zdravie a zároveň pomáha podporovať charitatívne projekty. Kampaň „Na bicykli za zdravím“ je rozšírenou verziou predchádzajúcej iniciatívy „Do práce na bicykli“, ktorá sa uskutočnila v našich sklárňach v Kyjove a Nemšovej počas letných mesiacov v posledných dvoch rokoch. Cieľom kampane

„Na bicykli za zdravím“ bolo povzbudiť našich zamestnancov, aby vymenili auto alebo autobus za bicykel a urobili tak niečo pre svoje zdravie a životné prostredie. Tento rok sme pravidlá upravili tak, aby sme povzbudili ešte viac zamestnancov zapojiť sa. Nezáleží na tom, kam sa ľudia na bicykli vyberú – cieľom je samotná jazda na bicykli. Cyklistika ponúka oveľa viac, ako len pohyb na dvoch kolesách. Je to úžasná príležitosť objavovať krásy prírody, udržiavať sa v kondícii a zažiť jedinečný pocit slobody.

Naši hviezdni cyklisti – kolegovia zo spoločnosti Vetropack, ktorí sa venujú cyklistike – sa podelili o svoje nadšenie pre tento druh dopravy:

V spolupráci s personálnym oddelením sa dvakrát ročne organizuje cyklistický výlet pre všetkých kolegov, ktorí majú záujem. Posledný výlet zaviedol cyklistov k prírodnej atrakcii Osypané brehy a potom do Bzenca.

Soňa Kroupová jazdí na bicykli trikrát týždenne, aby sa udržala v kondícii a spoznávala nové miesta. Jej najväčší zážitok? V bike parku v Rokytnici nad Jizerou.

Edita Neusarová využíva bicykel na udržiavanie kondície, návštevu zaujímavých miest – a na zábavu. Bicykel využíva aj na drobné pochôdzky.

Stanislav Báľka jazdí na bicykli do vinohradov od jari do jesene. Cestovanie na bicykli oceňuje, pretože je šetrné k životnému prostrediu, a uprednostňuje tempo jazdy na bicykli pred chôdzou alebo jazdou autom. Jeho obľúbená trasa vedie cez malebné miesta, ako sú Veľké Bílovice a Mikulov, a často sa zastavuje „U Ferdinanda“ – v jeho obľúbenej krčme.



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

# Výsadba pre budúcnosť

**V apríli pri príležitosti mesiaca Zeme vysadila spoločnosť Vetropack Kišňov v moldavskej obci Iordanovca 2 500 agátov. Cieľom tejto kampane je bojovať proti degradácii pôdy a podporovať ekologické úsilie. Do tohto charitatívneho projektu sa dobrovoľne zapojilo približne 50 nadšených zamestnancov spolu so svojimi rodinami. V tom istom období spoločnosť Vetropack Kišňov usporiadala aj výtvarnú súťaž s cieľom zvýšiť povedomie mladej generácie o recyklácii a ochrane životného prostredia.**

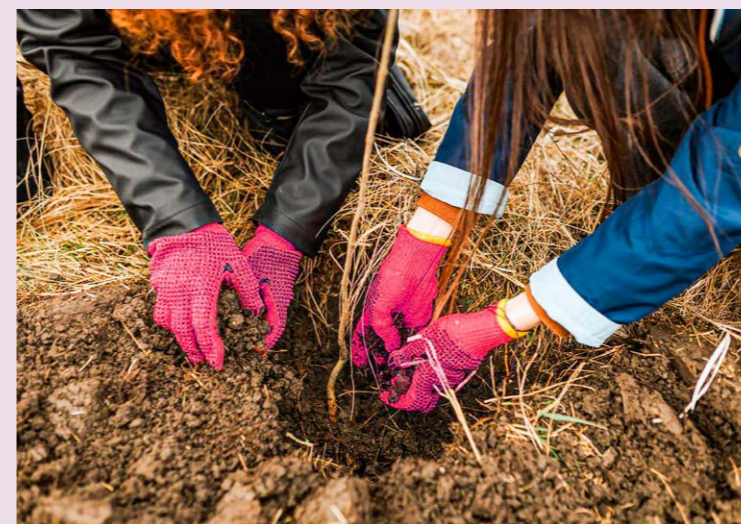
Vetropack Kišňov spustil rozsiahlu iniciatívu výsadby stromov na podporu a propagáciu environmentálnych, sociálnych a ekonomických zásad. Pri príležitosti Mesiaca Zeme sa spoločnosť zaviazala vysadiť najmenej 50 stromov. V jeden deň – napriek horúcemu počasiu – účastníci vysadili približne 2 500 agátových stromov v obci Iordanovce, ktorú ohrozuje degradácia pôdy a zosuvy pôdy. Účastníci sa potom zišli na spoločnej večeri, aby oslávili úspešné ukončenie tejto spoločnej komunitnej výsadby.

Miestna samospráva podporila túto iniciatívu a ocenila komunitný záväzok k ochrane životného prostredia. Generálny riaditeľ Boris Crivoi vyhlásil: „Výsadba lesa alebo lesíka je neoceniteľnou investíciou do zeleňšej a bezpečnejšej budúcnosti. Tento projekt prinesie dlhodobé zlepšenie životného prostredia a kvality života občanov Moldavska. Sme radi, že tím spoločnosti Vetropack Kišňov uviedol túto zásluhnú iniciatívu do praxe v obci Iordanovce.“

Stromy sú pre ekosystém mimoriadne dôležité. Čistia vzduch, poskytujú životný priestor pre voľne žijúce zvieratá a prispievajú k zdravšiemu životnému prostrediu. S každým vysadeným stromom robí spoločnosť Vetropack krok smerom k zeleňšej budúcnosti. Mesiac Zeme nám pripomína našu zodpovednosť za ochranu životného prostredia. Tím sa tohto

projektu úspešne ujal v spolupráci s odborníkmi z Moldsilvy, ústredného orgánu štátnej správy lesného hospodárstva v Moldavsku. Vo Vetropacku sa neustále snažíme znižovať našu ekologickú stopu a zachovať životné prostredie pre budúce generácie.

Okrem kampane na výsadbu stromov zorganizoval Vetropack aj výtvarnú súťaž pre deti zamestnancov. Téma súťaže – „UZDRAVÍME PLANÉTU! RECYKLÁCIA“ – inšpirovala mladých účastníkov, aby preukázali svoj talent a angažovanosť v oblasti udržateľnosti. Bol to pre nich vynikajúci spôsob, ako sa už v ranom veku oboznámiť s témou recyklácie.





# St-Prex



Koncom júna začala odstávka výroby



Na fotografii (vľavo): To, čo sa začalo v roku 1911 ako remeselnícka skláraň „Verrierie de St-Prex“ v srdci švajčiarskej vinohradníckej oblasti Vaud, sa rozrástlo na medzinárodnú skupinu pod názvom Vetropack. Foto (vpravo): Posledná fľaša vyrobená v St-Prex opustí linku v roku 2024.



## Spoločnosť Vetropack zatvára svoj dlhoročný závod v St-Prex – napriek miliónovým investíciám a intenzívnemu preskúmaniu všetkých alternatív. Vysoké prevádzkové náklady a chýbajúca konkurencieschopnosť znemožňujú ziskovú budúcnosť tejto lokality.

Verrierie de St-Prex, tradičná švajčiarska skláraň, má dlhú a bohatú históriu. Spoločnosť bola založená v roku 1911 Henrim Cornazom a už viac ako sto rokov je preslávená prvotriednymi výrobkami zo skla a považuje sa za rodisko skupiny Vetropack.

Zatvorenie závodu v St-Prex bolo oznámené v máji. Toto rozhodnutie prijalo predstavenstvo po dôkladnom preskúmaní alternatívnych návrhov predložených zástupcami zamestnancov. Koncom júna sa z bezpečnostných dôvodov muselo začať riadené odstavenie výroby o dva mesiace skôr, ako sa plánovalo.

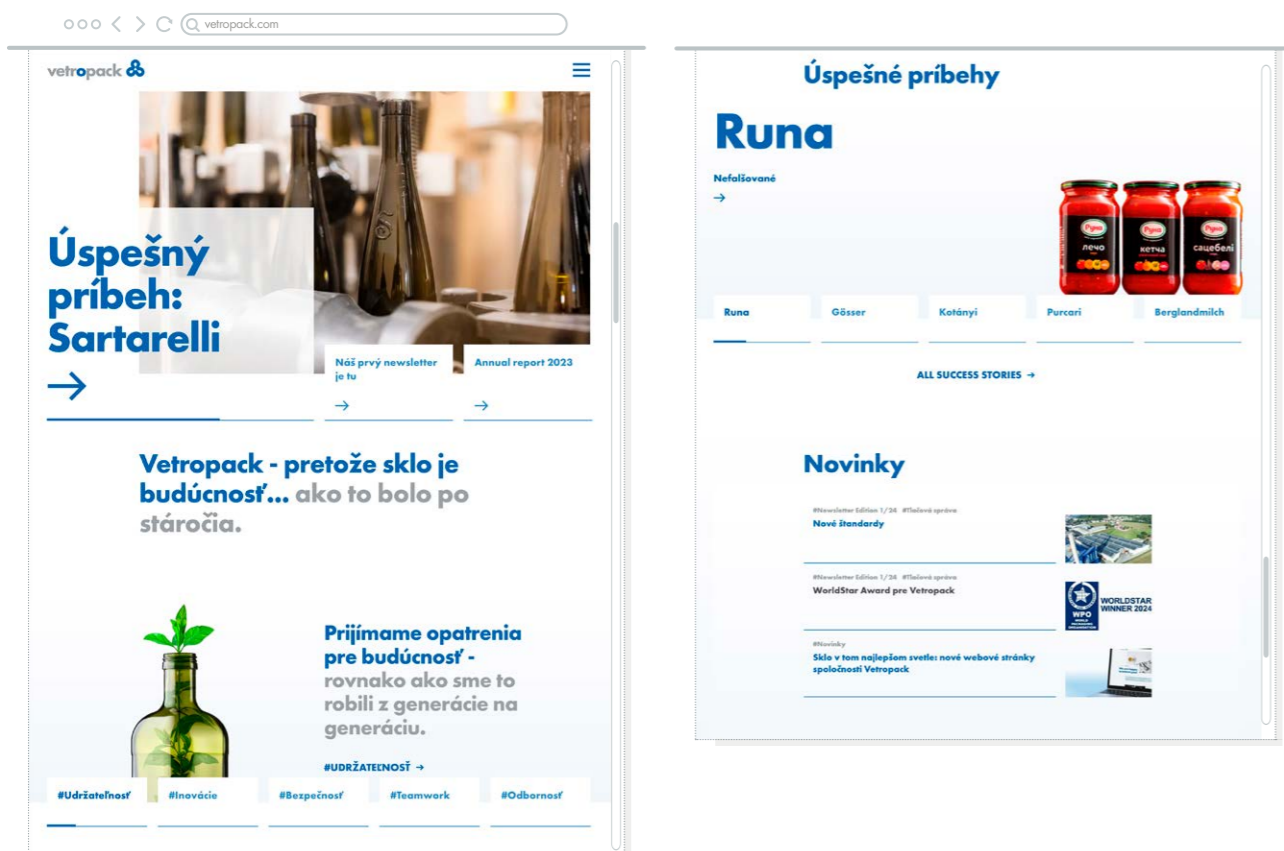
„Toto rozhodnutie sme nebrali na ľahkú váhu a všetky predložené návrhy týkajúce sa budúceho rozvoja areálu sme preskúmali veľmi komplexne a podrobne,“ vysvetľuje Claude Cornaz, predseda predstavenstva skupiny Vetropack. „Vo všetkých možných scenároch sme však vždy dospeli k rovnakému záveru: pokiaľ ide o ziskovosť a konkurenciu, budúce vyhliadky závodu v St-Prex zostávajú negatívne, a to aj napriek miliónovým investíciám. Zisková prevádzka by

z dlhodobého hľadiska nebola možná. Ukončenie výroby je preto nevyhnutné.“ Viac ako sto rokov starý výrobný závod v St-Prex prešiel v priebehu desaťročí mnohými úpravami a veľkými investíciami, ktoré len od roku 2010 predstavovali viac ako 50 miliónov švajčiarskych frankov. Napriek tomuto úsiliu jediný švajčiarsky výrobný závod skupiny Vetropack trpí kvôli svojej malej veľkosti a nedostatočnej konkurencieschopnosti.

Johann Reiter zdôrazňuje, že zatvorenie závodu v St-Prex v žiadnom prípade neznamená, že sa spoločnosť Vetropack sťahuje zo svojho domovského trhu vo Švajčiarsku: „Sídlo našej spoločnosti zostane v Bülachu. V spolupráci s našimi švajčiarskymi partnermi na miestnej úrovni sa budeme naďalej venovať recyklácii skla. Takže z hľadiska recyklácie zostane všetko po starom.“



# Stránky plné informácií o skle



**Ako perspektívna spoločnosť s dlhoročnou tradíciou sa Vetropack intenzívne angažuje v témach ako udržateľnosť, inovácia, bezpečnosť, a tiež tímová práca. To všetko by sa malo odzrkadľovať aj na webových stránkach. Preto naša spoločnosť predstavila vo februári svoju novú, modernú online prezentáciu.**

„Nová webová stránka, ktorá nielenže vyzerať moderne a ponúka nové funkcie, ale aj priťahuje viac návštevníkov.“ Simone Koch, riaditeľka komunikácie skupiny. Čo je pre nás dôležité a ako chceme byť vnímaní? Tieto otázky sprevádzali vývoj nových webových stránok od samého začiatku. Cieľom bolo nielen zaujať zákazníkov, investorov

a (potenciálnych) zamestnancov našimi výrokami, ale aj ukázať, ako Vetropack, spoločnosť s dlhou tradíciou, utvára budúcnosť.

Na tento účel bolo sformulovaných päť oblastí zameraných na témy, ktoré sú kľúčové pre spoločnosť Vetropack, a to udržateľnosť, inovácie, bezpečnosť, tímová práca a odbornosť. Pretože spoločnosť Vetropack nielen sľubuje, ale tiež koná v súlade so svojimi zásadami, sú všetky spomínané témy podporené príbehmi z našej spoločnosti. Webové stránky napríklad vysvetľujú, prečo je vo výrobe obzvlášť dôležitá tímová práca, alebo poskytujú základné informácie o vývoji nového odľahčeného skla.

Okrem pohľadu do každodenného života zamestnancov ponúkajú nové webové stránky podrobné informácie o zaujímavých zákaznických projektoch. Navyše si tu môžete kedykoľvek prečítať online verziu

našho zákaznickeho časopisu Vetrotime. Vďaka inovatívnemu systému označovania sú jednotlivé články priradené k jednej z piatich kľúčových tém, a v niektorých prípadoch aj k lokalite a zobrazujú sa teda na stránke príslušnej témy alebo daného závodu. Vďaka tomuto systému môžete ľahko a rýchlo získať podrobné informácie napríklad o tom, čo spoločnosť Vetropack robí pre #udržateľnosť.

Novinky a nové príbehy sú zverejňované pravidelne. Oplatí sa teda naše stránky navštevovať častejšie. Pokiaľ je to pre vás príliš časovo náročné, môžete sa jednoducho prihlásiť na odber nášho nového newslettera. Všetky dôležité pokyny a dokumenty sú teraz k dispozícii v časti Dokumenty na stiahnutie.

# Počúvanie našich zákazníkov

Rozhovor s Armelle Dupontovou, manažérkou zákaznických skúseností skupiny



**Od decembra 2023 máte novú funkciu vedúceho oddelenia strategických účtov a skúseností zákazníkov. Čo je cieľom vašej úlohy a na akých témach v súčasnosti pracujete?**

Našou víziou je poskytovať najlepšie skúsenosti zákazníkom v našom odvetví. Mojim poslaním je pravidelne získavať spätnú väzbu od zákazníkov, spolupracovať s celou organizáciou Vetropack a riadiť kľúčové iniciatívy s cieľom neustále zlepšovať spôsob, akým slúžime našim zákazníkom. Viediem tiež tím strategických account manažérov a mojou úlohou je umožniť tímu rozvíjať naše partnerstvá a trvalo vytvárať hod-

notu pre obe strany. V oboch úlohách ma veľmi baví pôsobiť ako advokát zákazníkov.

**Ako ovplyvnil vašu prácu minuloročný prieskum medzi zákazníkmi, aké opatrenia boli zavedené?**

Naďalej investujeme a posilňujeme naše silné stránky, ako je napríklad starostlivosť o zákazníkov. V súčasnosti šírieme v celej organizácii myslenie zamerané na zákazníka prostredníctvom digitálneho elektronického školenia a spúšťame kampaň Rozhovory so zákazníkmi. Cieľom je, aby potreby a výzvy zákazníkov boli stredobodom všetkého, čo robíme. Dôsledne tiež sledujem konkrétne opatrenia na riešenie našej hlavnej osi zlepšenia. V súčasnosti sa zameriavame na komunikáciu našich plánov udržateľnosti a inovácií, na zavedenie nášho riešenia lepšej plniteľnosti a na definovanie procesu na zabezpečenie proaktívnejšej optimalizácie portfólia.

**Kde vidíte najväčšie príležitosti pre spoločnosť Vetropack z hľadiska nových trendov alebo technológií?**

Digitalizácia predstavuje zaujímavú príležitosť na zlepšenie skúsenosti zákazníkov v každom bode cesty so spoločnosťou Vetropack. Tento rok sme vybudovali potrebný základ tým, že sme nášmu obchodnému tímu poskytli skvelý nástroj na riadenie vzťahov so zákazníkmi, aby trávili viac kvalitného času s našimi zákazníkmi a menej sa venovali zhromažďovaniu údajov a výkazníctvu. S radosťou tiež potvrdzujem, že spustíme projekt na vytvorenie špecializovanej platformy pre zákazníkov, aby mali lepší prístup k živým údajom, mohli získavať služby a poskytovať spätnú väzbu.

**Sledujte nás!**



# Podpora

**V roku 2020 sme v našom závode v Pöchlarne (Rakúsko) zriadili inovačné centrum. Toto zariadenie je fyzickým dôkazom strategického inovačného úsilia skupiny Vetropack. Tu sa plnou rýchlosťou uskutočňujú inovácie, ktoré ovplyvňujú naše výrobky, procesy a organizáciu. Cieľom spoločnosti Vetropack je totiž plniť, teraz aj v budúcnosti, požiadavky našich zákazníkov vývojom inovatívnych, ekologických výrobkov a služieb vysokej kvality, čím si zabezpečíme dlhodobý obchodný úspech.**

# inovácií





Inovačné centrum názorne ukazuje, že inovácie sú pre našu spoločnosť veľmi dôležitou témou. Pod vedením Daniela Eggera, vedúceho skupiny pre inovácie, bolo centrum s účinnosťou od januára 2022 začlenené do našej divízie technológií a výroby. Po tejto organizačnej zmene nasledovala ďalšia expanzia, krok za krokom. Inovačné centrum v Pöchlarne má v súčasnosti 32 zamestnancov. Pozostáva z troch jednotiek: Inovácie procesov a technológií, Inovácie výrobkov a materiálov a Inovácie inteligentnej továrne.

Tento vzácny pohľad do zákulisia odhaľuje, čo presne v tejto chvíli skúmame.

### Nový stroj zefektívňuje temperovanie fliaš

Spoločnosť Vetropack vyvinula jedinečný výrobok, je ním prvá vratná fľaša na svete vyrobená z tvrdeného ľahkého skla. Vyrába sa tepelným temperovaním skla. Ich nízka hmotnosť podstatne znižuje logistické úsilie a náklady, zatiaľ čo emisie CO<sub>2</sub> na jednu fľašu klesli približne na jednu štvrtinu v porovnaní s bežnou vratnou fľašou.

Teraz je našim cieľom priblížiť sa k tomu, aby bola táto technológia pripravená na priemyselné využitie, preto v súčasnosti skúmame nový a ešte účinnejší stroj na temperovanie fliaš.

Pilotná linka na testovanie tohto prepracovaného procesu už bola objednaná a jej spustenie do výroby je naplánované na polovicu roka 2024. Ak príslušné testy prebehnú podľa plánu, plne vyvinutú verziu tohto stroja možno očakávať už v druhej polovici roka 2025, čo povedie k ďalšiemu zvýšeniu našich výrobných kapacít.

### Zachytávanie a využívanie uhlíka

Naše oddelenie inovácií procesov a technológií tiež vykonáva zaujímavé testy zamerané na využívanie technológie zachytávania a využívania uhlíka v sklárskom priemysle. Tento proces je známy ako „mineralizácia uhlíka“, pri ktorej sa oxid uhličitý mení na uhličitan. K tejto chemickej reakcii dochádza, keď sú špeciálne horniny vystavené pôsobeniu oxidu uhličitého. Keďže oxid uhličitý nemôže uniknúť späť do atmosféry, tento proces by mohol byť veľmi zaujímavý pre sklársky priemysel, pretože výroba skla bez CO<sub>2</sub> by sa mohla stať realitou.

### Výroba bez použitia sódy

Spoločnosť Vetropack je členom International Partners in Glass Research (IPGR), celosvetovej výskumnej organizácie, ktorá podporuje sklársku vedu a technológiu prostredníctvom spolupráce medzi priemyslom, vysokými školami a univerzitami a verejnými orgánmi. Spoločnosť Vetropack vykonáva skúšky zamerané na zmenu vstupných surovín v peci, ktorá bola vyradená z prevádzky. V rámci projektu skúšok zameraných na nepoužívanie sódy bola zmes surovín upravená tak, aby sa eliminovalo dodatočné používanie sódy, ktorá je jedným z hlavných zdrojov emisií CO<sub>2</sub>. Počas desiatich dní sa skúmalo tavenie zmesi. Tvarovateľnosť fliaš z bezsódovej taveniny sa úspešne preukázala na konci skúšky.

Naše oddelenie inovácií výrobkov a materiálov sa tiež intenzívne zameriava na alternatívne zloženie zmesi – t. j. receptúry, ktoré sa nakoniec dostanú do pecí – a alternatívne suroviny.

### Bezproblémová výsledovateľnosť vďaka pokročilej dátovej matici a technológii RFID

V našom oddelení inovácií inteligentnej továrne v súčasnosti zavádzame spoľahlivý systém výsledovateľnosti pomocou dátových maticových kódov. Každá fľaša má jedinečný identifikátor, ktorý zachytáva a uchováva špecifické údaje počas celého výrobného procesu. To umožňuje včas odhaliť potenciálne problémy a zlepšiť kontrolu kvality, čo vedie k dodatočnej transparentnosti, ktorá posilňuje dôveru zákazníkov. Ďalšou výhodou je technológia RFID (rádiofrekvenčná identifikácia), ktorá nám umožňuje identifikovať palety a kontrolovať ich množstvo v reálnom čase, čím sa optimalizuje logistika a efektívnosť výroby.

Pre tepelne tvrdené výrobky používame laser na horúcej prevádzke na označovanie všetkých výrobkov dátovým maticovým kódom, ktorý uchováva obrovské množstvo informácií a otvára zaujímavé možnosti. Napríklad v prípade reklamácie je možné rýchlo identifikovať príslušné výrobky. Ponúka tiež výhody pre reklamné kampane a vernostné programy.

Technológia RFID pre palety sa už používa v našich závodoch v Pöchlarne, Straži, Nemšovej a Kyjove. Riešenie zaznamenáva údaje o prijatých aj odslaných paletách. V budúcnosti bude možné presmerovať jednotlivé palety do



V našom inovačnom centre v Pöchlarne (Rakúsko) neustále vynachádzame jeden z najstarších materiálov na svete. Aké sú naše motivácie? Aby bolo sklo udržateľnejšie a aby boli výrobné procesy ešte efektívnejšie.



externých depaletizačných zón podľa stanovených kritérií a zabezpečiť výsledovateľnosť palety s výrobkami.

### Pokračovanie vývoja strojového videnia

Systémy počítačového videnia využívajú algoritmy hlbokého učenia na spracovanie vizuálnych údajov a získavanie zmysluplných informácií. Vo všeobecnom továrenskome prostredí sa táto technológia môže použiť na rozpoznávanie objektov, vzorov a anomálií v rôznych segmentoch. Spoločnosť Vetropack zistila mnohé výhody vyplývajúce z používania tejto technológie vrátane lepšej kvality výrobkov, vyššej efektívnosti a skrátenia prestojov.

Vo Vetropacku využívame počítačové videnie na rôzne aplikácie. Počnúc pokročilou kontrolou výrobkov na prítomnosť chýb a kontrolou kvality zabezpečujeme, aby naše výrobky spĺňali najvyššie štandardy. Počítačové videnie používame aj na počítanie výrobkov, presné sčítanie položiek na zefektívnenie inventúry a výrobných procesov.

Do budúcnosti vidíme významný potenciál v rozšírení používania tejto technológie. Budúce možnosti zahŕňajú využitie počítačového videnia v dielňach na výrobu foriem na pomoc pri kontrolách opotrebenia a čistoty, nepretržité monitorovanie výrobného prostredia na zistenie akýchkoľvek nezrovnalostí alebo prestojov, aby sa umožnil rýchly zásah a minimalizovali prestoje, a zlepšenie riadenia skladu prostredníctvom lepšieho monitorovania a automatizácie.

Toto je len začiatok a existuje mnoho možností, ako ďalej využívať technológiu počítačového videnia v spoločnosti Vetropack.

### Digitálne dvojčatá zohrávajú svoju úlohu v digitálnej revolúcii

Tento projekt zahŕňa využitie najmodernejších technológií, ako sú umelá inteligencia, počítačové videnie, IloT a pokročilá robotika, na vytvorenie digitálnych replík pecí a testovacích strojov (to sú len dva príklady). Tieto digitálne dvojčatá odrážajú reálne procesy a otvárajú možnosti monitorovania v reálnom čase, simulácií a rozšírených analýz údajov. Výhody: optimalizované nastavenia, prediktívna údržba a identifikácia skrytých možností na zlepšenie procesov.

Neúnavné výskumné aktivity spoločnosti Vetropack ju stále posúvajú na popredné miesto v oblasti inteligentných sklenených obalov. Sme zvedaví, aký vývoj prinesie budúcnosť.



#Inovácie  
www.vetropack.com/  
sk/inovacie/

**„Naším cieľom je dosiahnuť vysokú kvalitu výrobkov, vynikajúce služby a získať si dôveru našich zákazníkov. Zároveň dbáme na to, aby bolo obstarávanie efektívne a aby sme sa zaviazali k udržateľnej budúcnosti.“**

Daniel Egger, vedúci skupiny pre inovácie

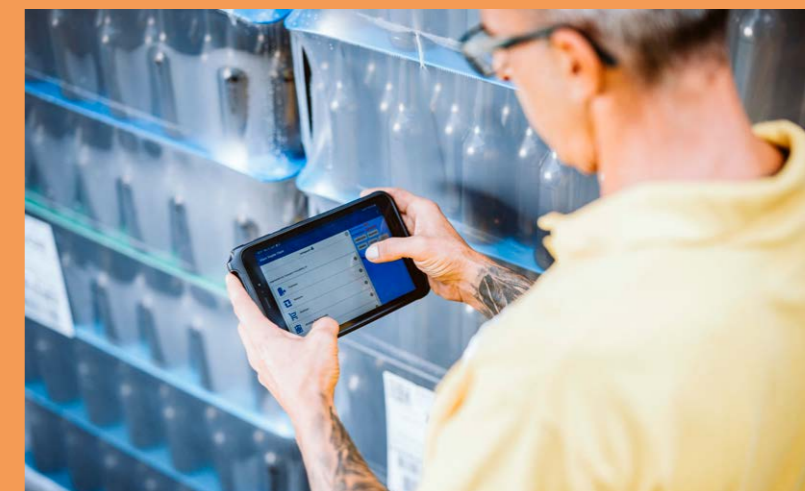




Riadenie časových okien zvyšuje produktivitu



Vďaka jasným časovým oknám a dômyselnému monitorovaciemu systému sa masívne skrátil čas nakládky a vykládky a zvýšila sa efektívnosť.



**Preplnený nakladací priestor, čakacie doby nákladných vozidiel až do piatich hodín a vodiči vysokozdvížných vozíkov, ktorí nevedia, kde majú v čase špičky začať: takému scenáru čelil logistický tím v Pöchlarne, keď v roku 2018 začal pracovať.**

V skutočnosti bola situácia problematická takmer vo všetkých ohľadoch – z hľadiska nákladovej efektívnosti, kapacity a účinnosti, a to nielen pre spoločnosť Vetropack, ale aj pre našich prepravcov. Ďalším problémom bola bezpečnosť práce našich vodičov vysokozdvížných vozíkov. A potom tu boli problémy s udržateľnosťou a emisiami CO<sub>2</sub> vyplývajúce z čakacích dob nákladných vozidiel. Už dlhší čas používame v logistike spoločnosti Vetropack nástroj ELOGATE. Obsahuje niekoľko pôsobivých funkcií, z ktorých jednou je správa časových okien (TWM). Čo to však znamená v praxi?

Prepravcovia dostanú od dispečera objednávku na prepravu s poznámkou, že je potrebné rezervovať časový interval nakládky, takže vedia, že musia ísť do spoločnosti Vetropack. V prvej fáze (ktorá prebieha v súčasnosti) majú nákladné vozidlá časový interval 2,5 hodiny, ktorý by mali dodržať. Ak nákladné vozidlo dorazí do Pöchlarnu v tomto čase a zaregistruje sa na dispečingu, vodiči vysokozdvížných vozíkov to uvidia na svojich tabletoch. Potom sa môžu týmto nákladným vozidlám venovať podľa plánu a uprednostniť ich. Tento systém prináša ekonomické aj environmentálne výhody pre obe strany.

Pre pracovisko v Pöchlarne bol navrhnutý a zavedený aj monitorovací systém: jeho cieľom je informovať prepravcov o výkonnosti TWM. Na základe monitorovania sme potom vytvorili systém mesačného vykazovania. To umožnilo informovať prepravcov o tom, ako boli časové intervaly rezervované a či boli dodržané. Usku-

točnili sme spoločné stretnutia s prepravcami s cieľom vypracovať rôzne stratégie zlepšenia, pretože je nevyhnutné, aby všetky zainteresované skupiny spolupracovali, aby sa funkcie nástroja mohli skutočne využívať naplno. Už po krátkom čase bol úspech týchto krokov merateľný: vďaka interakcii medzi systémom a vysokofunkčným tímom sa čas nakladania skrátil z priemerných dvoch hodín na 30 minút.

Okrem skrátenia času spracovania prináša TWM aj množstvo pozitívnych vedľajších účinkov:

- Denná nákladková špička je vyrovnaná, takže vodiči vysokozdvížných vozíkov sú odbremenení od tlaku (bezpečnosť práce) a to isté platí aj pre pracovníkov oddelenia dispečingu.
- Nasadenie personálu je optimalizované.
- Čakacie doby nákladných vozidiel sa skrátili.
- Zvýšila sa produktivita spoločnosti Vetropack aj našich zákazníkov.
- Vďaka kratším čakacím dobám sa znižujú emisie CO<sub>2</sub>.

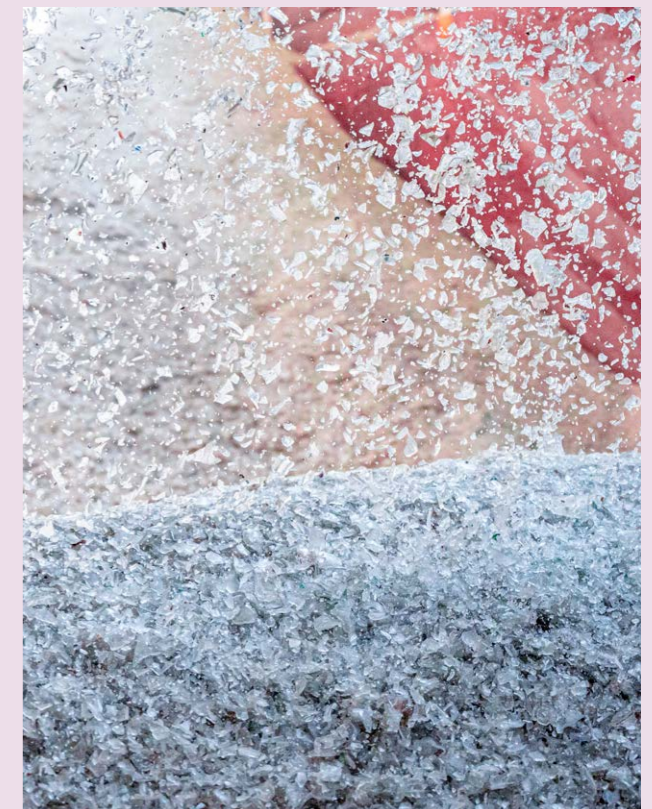
Je to úspech celého odvetvia. Náš tím v Pöchlarne už dokázal spojiť sily s prevádzkovateľom systému, aby podobným spôsobom pomohol iným spoločnostiam prepracovať ich logistické procesy.



# Digitálna recyklácia

**Ako dosiahnuť, aby spotrebitelia dôsledne recyklovali použité sklenené obaly? Túto otázku si kladú výrobcovia skla, potravín a nápojov, environmentálne organizácie a vlády na celom svete. V chorvátskom meste Koprivnica sa spoločnosť Vetropack Straža d.d. spojila s Európskou federáciou pre obalové sklo (FEVE), výrobcom potravín Podravka Inc. a miestnym podnikom komunálnych služieb Komunalac d.o.o. v pilotnom projekte, ktorého cieľom je odpovedať na túto otázku.**

Sklo je prírodný materiál, ktorý je stopercentne opätovne použiteľný bez straty kvality.



Použité sklenené obaly predstavujú dôležitý zdroj: znižujú potrebu surovín aj energie potrebnej na výrobu skla, pretože tavenie použitého skla vyžaduje menej energie. Výsledkom je menej emisií uhlíka na jednu novú obalovú nádobu – o to dôležitejšie je, aby sa recyklovateľné sklo skutočne dostalo do recyklačného cyklu. Z rôznych dôvodov sa to nie vždy podarí. Infraštruktúra na zber, prepravu a recykláciu skla nemusí fungovať tak efektívne, ako by mala, alebo jej je nedostatok. Okrem toho spotrebitelia možno jednoducho nevedia o možnostiach recyklácie skla alebo o správnom spôsobe recyklácie. Preto je združenie FEVE aktívnym partnerom platformy Close the Glass Loop (Uzavrite slučku skla), ktorá združuje aktérov z celého hodnotového reťazca a ktorej cieľom je dosiahnuť do roku 2030 90-percentný zber sklenených obalov v EÚ (v súčasnosti je to 80,1 %).





Pilotný projekt digitálnej recyklácie je vzdelávacia a osvetová kampaň zameraná na spotrebiteľov. Jej cieľom je zvýšiť mieru zberu a recyklácie v chorvátskom systéme recyklácie skla.



Jednou z najdôležitejších pák na dosiahnutie tohto cieľa je zvyšovanie povedomia a komunikácia so spotrebiteľmi prostredníctvom budovania účinných partnerstiev. „Ako európska organizácia sme závislí od miestnych partnerov, ako sú spoločnosti a miestne orgány, ktoré môžu aktivovať svoje existujúce siete, infraštruktúru a využiť svoje hlboké znalosti o situácii vo svojej oblasti. Na druhej strane im poskytujeme zdroje, rady a komunikačné materiály. Všetci sa usilujeme o rovnaký cieľ recyklácie, len z rôznych uhlov pohľadu,“ vysvetľuje Michael Delle Selve, vedúci oddelenia marketingu a komunikácie združenia FEVE.

#### Miestne partnerstvá pre udržateľnú recykláciu skla

V chorvátskom meste Koprivnica sú týmito miestnymi partnermi spoločnosť Vetropack Straža d.d., výrobca potravín Podravka Inc. a podnik komunálnych služieb Komunalac d.o.o. Prostredníctvom pilotného projektu digitálnej recyklácie, digitálnej kampane zameranej na vzdelávanie spotrebiteľov a zvyšovanie povedomia, riešia problém dosiahnutia vyššej miery zberu a recyklácie v chorvátskom systéme recyklácie skla: v rámci systému vracania zálohovaných obalov (Deposit Return Scheme, DRS) spotrebiteľia za malú zálohu vracajú fľaše s objemom 200 ml alebo viac do obchodov, kde ich zbierajú súkromné spoločnosti. Odhaduje sa, že

sa na recykláciu vyzbiera 80 % obalových nádob, na ktoré sa vzťahuje tento systém. Sklenené poháre všetkých veľkostí a menšie sklenené fľaše sa však zbierajú v rámci systému rozšírenej zodpovednosti výrobcov (Extended Producer Responsibility, EPR) do komunálnych kontajnerov, odkiaľ ich komunálne služby odvádzajú do recyklačných závodov. Takto sa vyzbiera len približne 30 % sklenených pohárov všetkých veľkostí a sklenených fliaš s objemom do 200 ml. Zvyšných 70 percent sa vyhodí, čím sa celková vnútroštátna miera zberu skla znižuje na 59 percent. V porovnaní s priemerom EÚ to Chorvátsku ponecháva značný priestor na rast.

S cieľom zistiť, či je nižšia úspešnosť systému EPR spôsobená faktormi, ako je nedostatočná motivácia v podobe odmeny (ako v systéme DRS) alebo nedostatočná informovanosť o recyklácii skla vo všeobecnosti, bola vytvorená kampaň v rámci pilotného projektu digitálnej recyklácie. Tá začala online prieskumom zameraným špeciálne na občanov Koprivnice. Následne boli posolstvá kampane prispôbené zisteniam prieskumu a doplnené vizuálnymi materiálmi s výrobkami Podravka v sklenených nádobách.

#### Faktory úspešnosti kampane na recykláciu skla

Strategická distribúcia obrazových materiálov kampane prostredníctvom kanálov sociálnych médií združenia FEVE sa začne na jeseň tohto roka. Priebežné zhromažďovanie údajov



„Chceme pomôcť zaistiť, aby sklo, ktoré používame, bolo skutočne recyklované.“

Nataša Mikuš Žigman,  
riaditeľka pre udržateľnosť v spoločnosti Podravka

počas kampane zahŕňa napríklad sledovanie, ktoré posolstvá, vizuály a kanály oslovili najviac spotrebiteľov a ako to skutočne ovplyvnilo objem vyzbieraného skla. Po skončení kampane, približne na konci roka, sa tieto údaje budú analyzovať, vyhodnocovať a porovnávať s údajmi zozbieranými v Čakovci, podobnom meste bez kampane, ktoré slúži ako kontrolná skupina. Konečným výsledkom bude súbor komunikačných nástrojov a plán, ktorý bude možné použiť pri budúcich kampaniach bez ohľadu na krajinu.

Hoci FEVE aj Vetropack poskytujú tomuto projektu finančnú podporu, každý z účastníkov prispieva k jeho úspechu odlišným spôsobom: tím Vetropack sa podieľa na značnej časti organizačných úloh a slúži ako prekladateľ kampane. Keďže spoločnosť Vetropack Straža d.d. prevádzkuje jediný závod na výrobu skla v krajine, jej pracovné kontakty boli kľúčové a zodpovedné za zapojenie Komunalacu aj Podravky do projektu. Podravka vyrába mnoho obľúbených značiek, a tým poskytuje kampani potrebné zviditeľnenie. „Okamžite sme si uvedomili hodnotu tohto projektu,“ hovorí Nataša Mikuš Žigman, riaditeľka pre udržateľnosť v spoločnosti Podravka. „Stanovili sme si cieľ, že do roku 2030 budeme pre naše produkty používať len recyklovateľné, vratné alebo kompostovateľné obaly. Sklo nám môže pomôcť naplniť túto ambíciu – a chceme prispieť k tomu, aby sa sklo, ktoré používame, recyklovalo.“ Spoločnosť Komun-

lac pôsobila ako miestny poradca pre projekt a poskytovala podporu v oblasti údajov. „Máme tiež ideálnu pozíciu na meranie skutočného vplyvu na objem skla, ktoré vyzbierame na recykláciu. Dúfame, že sa dočkáme výrazného nárastu,“ hovorí Saša Grubačević, vedúci oddelenia odpadového hospodárstva spoločnosti Komunalac. Okrem spoločnej koordinácie projektu navrhlo združenie FEVE komunikačný prístup pre tento projekt a nakoniec vyhodnotí údaje. Všetci štyria partneri dúfajú, že miera recyklovaného skla v Koprivnici výrazne stúpne, a tešia sa, že výsledky ich spoločného úsilia sa využijú v budúcich kampaniach v Chorvátsku alebo v zahraničí.



#Udržateľnosť:

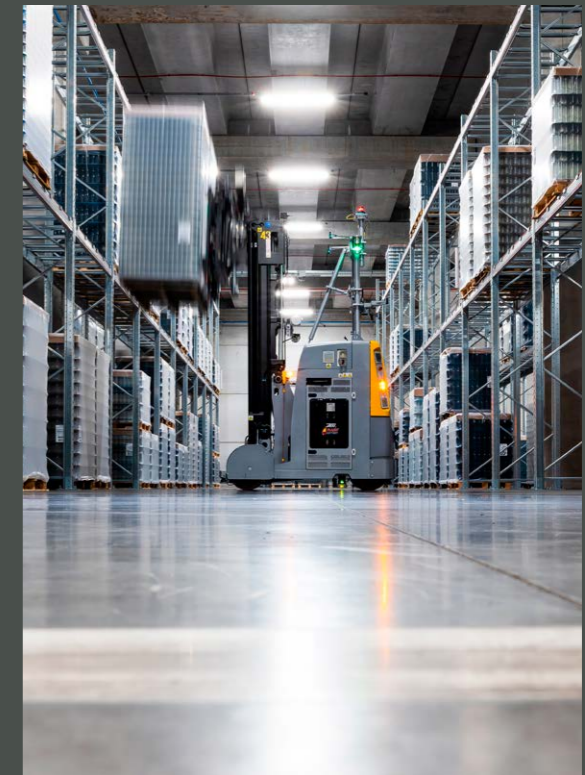
[www.vetropack.com/sk/o-nas/udrzatelnost/](http://www.vetropack.com/sk/o-nas/udrzatelnost/)



# Žiadne zbytočné pohyby

**Je to pohľad do budúcnosti: spoločnosť Vetropack v Taliansku využíva celý potenciál inteligentnej továrne. Vo svojom novom výrobnom závode v Boffalore sopra Ticino prevádzkuje spoločnosť najmodernejší, plne automatizovaný sklad. Zákazníci profitujú z kratších časov dodania a bezproblémovej transparentnosti.**

Spoločnosť Vetropack uviedla do prevádzky plne automatizovaný sklad vo svojom novom závode v Boffalore sopra Ticino s rozlohou 340 000 m<sup>2</sup>.



**„V Boffalore sú všetky procesy zosúladené s najnovšími technológiami.“**

Jaroslav Mikliš, manažér pre projekty a transformáciu dodávateľského reťazca skupiny.

Plne automatizovaný sklad je vybavený najmodernejšou technológiou určenou na optimalizáciu logistických operácií v novom závode spoločnosti Vetropack v Taliansku. V porovnaní s bežnými alebo čiastočne automatizovanými skladmi dosahuje výrazne vyššiu efektivitu pri spracovaní objednávok. Vďaka tomuto novému systému spoločnosť Vetropack Italia zabezpečuje úplnú výsledovateľnosť v reálnom čase, čo umožňuje okamžitú reakciu na akékoľvek odchýlky a výrazne skracuje čas realizácie. Automatizácia tiež zabezpečuje rovnomerné rozdelenie úloh medzi dostupné zdroje, čím pomáha spoločnosti Vetropack vyhnúť sa problémom s nedostatkom a zabezpečiť efektívne využitie kapacity.

„V Boffalore sú všetky procesy zosúladené s najnovšími technológiami,“ hovorí Jaroslav Mikliš, manažér pre projekty a transformáciu dodávateľského reťazca skupiny. To zahŕňa aj logistiku, ktorá bola

naplánovaná pomocou simulácií. „V plne automatizovanom sklade sú zbytočné pohyby minulosťou. Presný zber údajov nám zároveň umožňuje riadiť a monitorovať procesy s mimoriadnou presnosťou,“ ďalej vysvetľuje Jaroslav Mikliš. Aby sa zabezpečila bezproblémová prevádzka, celý systém možno monitorovať na diaľku.

#### **Maximálna bezpečnosť, väčšia udržateľnosť, žiadne čakacie doby**

Vyhýbanie sa manuálnym zásahom zvyšuje bezpečnosť práce aj kvalitu sekundárnych obalov: použitie automatizačných technológií a umelej inteligencie zabraňuje rizikovým situáciám, ako aj poškodeniu sekundárnych obalov. Plne automatizovaný sklad prispieva aj k cieľom spoločnosti Vetropack v oblasti udržateľnosti. Celý vozový park bol vybavený najmodernejšími lítiovými batériami s nízkou spotrebou, ktoré nielen skracujú dĺžku nabíjacieho cyklu, ale aj vý-

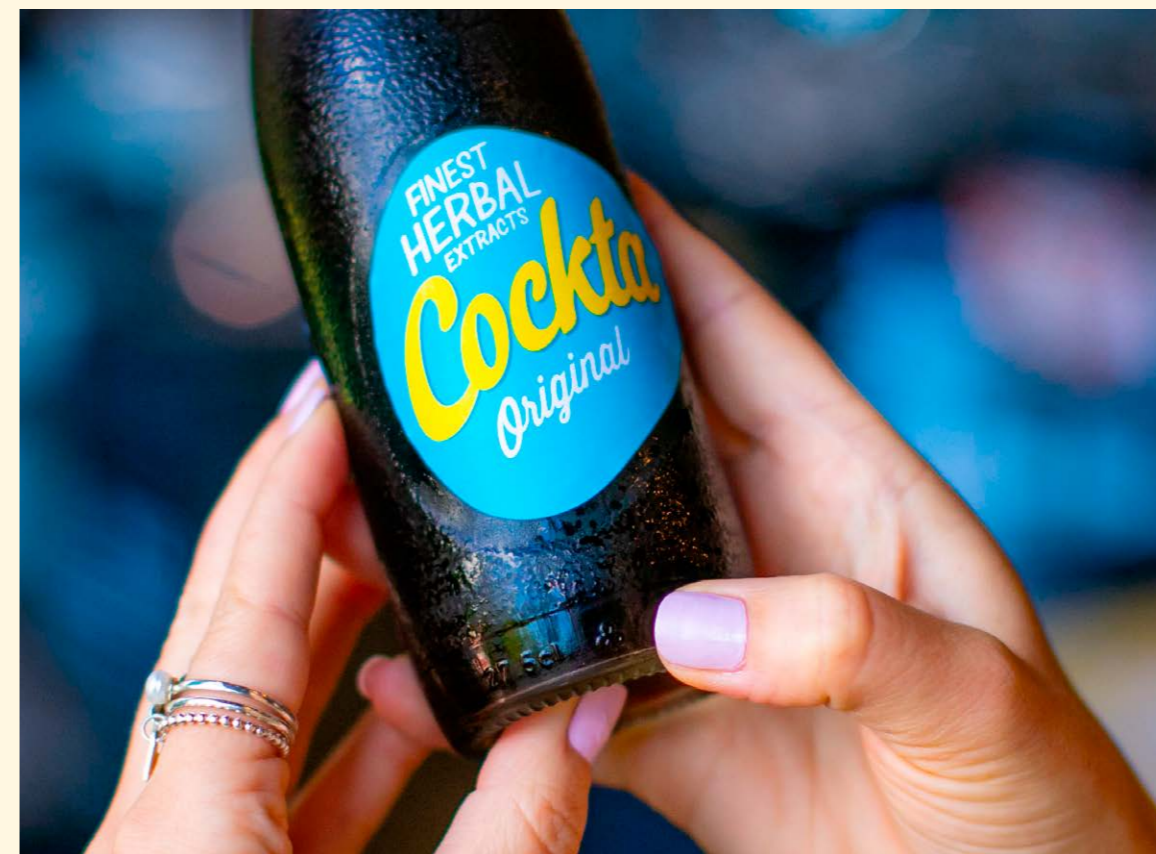
razne zvyšujú účinnosť procesu nabíjania. „Vďaka efektívnemu využitiu celého areálu znižujeme kyvadlovú dopravu do iných skladov a dúfam, že sa nám ju čoskoro podarí úplne eliminovať,“ komentuje Jaroslav Mikliš. Nový, plne automatizovaný sklad je opäť príkladom pozitívneho vplyvu najmodernejšieho a zdrojovo efektívneho závodu v Taliansku na celú skupinu.



#Inovacie  
www.vetropack.com/  
sk/innovacie/



70 rokov  
stará a stále  
silná



Žiadny kofeín, čisto prírodné zložky a v neposlednom rade špeciálny sklenený obal: Cockta je osviežujúcim nápojom súčasnosti na Balkáne aj mimo neho.

## Cockta, legendárny nealkoholický nápoj, stúpa k novým výšinám – s podporou spoločnosti Vetropack

Jedinečná receptúra, prírodné ingrediencie – a v neposlednom rade výnimočné balenie: značka Cockta je od svojho faceliftu v roku 2018 späť na ceste k úspechu. Hostia v reštauráciách, hoteloch a iných predajniach si môžu vychutnať Cocktu Original, Cockta Free (bez cukru) a Cockta Blondie z vysokokvalitnej sklenenej fľaše Vetropack, ktorá je tiež kľúčovým faktorom pre imidž značky tohto kreatívneho nealkoholického nápoja z Balkánu.

Rok 1952. Emerik Zelinka, profesor chémie na Univerzite v Lubľane, vyvíja recept na špeciálny druh koly. Len o rok neskôr prichádza na trh Cockta – ktorá sa stala národným nápojom mladej Socialistickej federatívnej republiky Juhoslávia. Odvtedy už desaťročia prináša Cockta potešenie a osviežuje generáciu za generáciou

vďaka jedinečnému tajnému receptu, ktorý obsahuje kokteil z jedenástich bylín a karamelu, vodu z minerálneho prameňa a ďalšie prírodné zložky.

Cockta, ktorá neobsahuje kofeín ani ortofosforečnú kyselinu vyrába a predáva spoločnosť Atlantic Group už viac ako desať rokov. Sídlo má v Záhrebe, Atlantic Grupa je jedným z popredných výrobcov v juhovýchodnej Európe. Popri nápojoch, zahŕňa jej portfólio aj slané nátierky (ako napr. Argeta, značka paštét, ktorá dosiahla úspech v celej Európe), kávu, občerstvenie a cukrovinky - s výrobkami na báze ovsu ako súčasťou nového rastu podnikania.

**Nový dizajn a jedinečná fľaša sú kľúčom k opätovnému úspechu**





Tri základné kamene úspechu: charakteristická receptúra založená na prírodných zložkách a jedinečná sklenená fľaša od spoločnosti Vetropack spôsobili, že si Cocktu obľúbili spotrebiteľia všetkých vekových kategórií.

Laura Bortas, Senior Brand Development Manager v Atlantic, nesie zodpovednosť za značku Cockta spolu so svojim tímom. Hovorí: „V rokoch nasledujúcich po roku 2010 sa Cockta čoraz viac stávala „nápojom nostalgie“ a bolo zavedených príliš veľa krátkodobých inovácií, ktoré sa realizovali na úkor povesti značky a predaja. Preto sme sa v roku 2018 pustili do repozície – osviežiť značku a zamerať sa aj na mladšiu generáciu. Vetropack tu zohral rozhodujúcu úlohu.“

Nová ľahká sklenená fľaša s objemom 275 ml a hmotnosťou 180 gramov sa vyrába procesom „stlačenia a vyfúknutia s úzkym hrdlom“. Je určená pre kanál HoReCa (hotely, reštaurácie, kaviarne) a vyznačuje sa výrazným dizajnom s niektorými jedinečnými prvkami, ako napríklad: hrdlo tejto štíhlejšej fľaše je inšpirované šípkami, jednu z ingrediencií Cockty; hladké plochy povrchu sa striedajú s inými, ktoré pripomínajú pomarančovú kôru; a na fľaši je vyrazený rok, kedy bola Cockta vymyslená. V neposlednom rade si nezvyčajná etiketa (teraz obnovená pôvodná žltá-modrá z roku 1953) a špeciálna plocha na jej umiestnenie vyžadujú špecifické

know-how – nielen pre výrobu fliaš, ale aj pre následný proces označovania. Bortas pokračuje: „Sme veľmi radi, že nás náš vývojový partner Vetropack podporoval počas celého procesu, keď sme spolupracovali na vytvorení tejto jedinečnej fľaše. Vetropack nám pomohol vyletieť!“ V roku 2023 má Vetropack – ako výhradný dodávateľ sklenených obalov pre Cocktu – dodať do Atlantiku približne 22 miliónov fliaš. Sektor HoReCa predstavuje 28 percent celkového predaja Cockty; Nápoj je distribuovaný ďaleko za balkánskym regiónom na 24 trhov po celom svete, vrátane Veľkej Británie a USA.

#### Osviežujúco iné – a hit u mladej generácie

Atlantic dokázal od roku 2018 do roku 2022 zvýšiť predaj Cockty o 42 percent. A čo viac, skupine sa podarilo dosiahnuť jeden zo svojich najdôležitejších cieľov: oslovíť mladšiu generáciu. „Jedinečná fľaša Vetropack – s prémiovým vzhľadom a vyžarovaním – nie je dôležitá len pre HoReCa, kde záleží na prvom dojme, a kde sa formujú spotrebiteľské návyky.



Návrat ku koreňom: facelift v roku 2018 obnovil pôvodné farby Cockta z roku 1953 – žltú a modrú, ktoré sa znovu objavili aj na etikete 275 ml ľahkej sklenenej fľaše od spoločnosti Vetropack.



Je to tiež kľúčový motor pre marketing – dalo by sa povedať, že je súčasťou vizuálneho jadra značky,“ zdôrazňuje Bortas.

Obe spoločnosti majú dlhú tradíciu, pretože ich predchodcovia začali spolupracovať už v roku 1953 – dávno predtým, ako Atlantic Grupa a Vetropack Straža vôbec v Chorvátsku vznikli. Začiatky výroby skla v slovinsko-chorvátskom pohraničí siahajú ešte ďalej. Goran Vurnek, obchodný zástupca spoločnosti Vetropack Straža, rozpráva príbeh: „Už v 19. storočí sa voda bohatá na minerály s prírodným CO<sub>2</sub> z prameňov pri Rogaške Slatina vyvážala do Viedne a iných európskych destinácií; prvé fľaše pre túto vodu boli vyrobené v Hume na Sutli, kde dnes sídli náš závod Vetropack.“

#### Posilnenie a opatrné rozšírenie značky – vďaka Vetropacku

Od roku 2018, kedy Cockta prerazila s novým vzhľadom („Cockta Original“), pribudli do sortimentu jej ďalšie dva varianty: v roku 2019 bol predstavený trendový variant „Cockta Free“ (bez cukru), ktorý v roku 2021 nasledoval „Blondie“,

známy aj ako druhá strana pomaranča. Osviežujúco odlišný nápoj s pomarančovou príchuťou s nezameniteľným kokteilom bylín. Oba produkty boli úspešne uvedené na trh a samozrejme, oba sú dostupné aj v ikonickú sklenenej fľaši. To poskytlo Atlanticu na trhu CSD (sýtené nealkoholické nápoje) ďalšiu hlavnú oporu mimo segmentu koly, ktorý neustále rastie.

Záverečné slová Laury Bortasovej: „Máme v úmysle naďalej stavať na tomto silnom základe. Veľmi nám tu pomáha naše úzke partnerstvo so spoločnosťou Vetropack. Napríklad vývojové oddelenia našich spoločností sú už v priamom kontakte počas fázy konceptu, takže si môžeme ujasniť, čo je možné (a čo nie) v počiatočnej fáze procesu návrhu. Takže tento spoločný úspešný príbeh bude pokračovať – a môžete očakávať neočakávané!“



Ďalšie príbehy o úspechu:  
[www.vetropack.com/sk/produkty-a-sluzby/uspesne-pribehy/](http://www.vetropack.com/sk/produkty-a-sluzby/uspesne-pribehy/)





# Nefalšované

**Od západnej Ukrajiny až po východnú Európu a po celom svete: prírodné produkty v rozmanitom sortimente spoločnosti Lutsk Foods sú obohatením každej kuchyne – a dodávajú sa v exkluzívnych a udržateľných sklenených obaloch od spoločnosti Vetropack. Od leta 2023 sa sklenené obaly opäť dodávajú priamo zo závodu spoločnosti Vetropack na Ukrajine a plánuje sa rozšírenie partnerstva.**



Anna Polishchuk, prevádzková riaditeľka spoločnosti Lutsk Foods, sa teší z partnerstva svojej spoločnosti so spoločnosťou Vetropack pre značku Runa.

Jedným z tajomstiev značky Runa je, že jej výrobky si zachovávajú svoje prirodzené vlastnosti: všetky sú vyrábané bez konzervačných látok a potravinárskych prísad. Skúsení technológovia spolupracujú s marketingovým tímom na vývoji jedinečných receptúr pre sortiment Runa. Výrobné zariadenia spoločnosti Lutsk Foods boli v rokoch 2008 až 2010 kompletne zmodernizované a v rokoch 2014 až 2016 boli nainštalované ďalšie výrobné linky. Spoločnosť Lutsk Foods od roku 2019 spolupracuje so spoločnosťou Vetropack, jedným z popredných európskych výrobcov sklenených obalov. Od roku 2021 dodáva spoločnosť Vetropack exkluzívne sklenené poháre s objemom 430 ml pre značku Runa. Obe spoločnosti spája rovnaký záväzok k dokonalosti, udržateľným procesom a neustálemu rozvoju.

## **Špeciálne receptúry – prírodné a zdravé, s dlhou trvanlivosťou**

Anna Polishchuk nastúpila do Lutsk Foods v roku 2010 a od roku 2021 je prevádzkovou riaditeľkou spoločnosti. Hovorí: „Naša spolupráca so spoločnosťou Vetropack v sebe skrýva veľký potenciál. Sklo je pre nás ideálny obalový materiál. V čase vojny sa však priority menia: v súčasnosti je hlavnou úlohou zabezpečiť ľuďom prácu a udržať predvojnovú úroveň.“ Spoločnosť Vetropack prevádzkuje vlastný závod v Hostomeli na Ukrajine. Skláreň sa nachádza severozápadne od Kyjeva, bola založená v roku 1912 a od roku

Poznáte satsebeli? Je to špeciálna paradajková omáčka z Gruzínska, ktorá sa vyrába z paradajkového pretlaku, cibule, papriky a cesnaku v kombinácii s kôprom, bazalkou a koriandrom. A čo tak adžika? Je to pikantná pasta z Kaukazu (v Turecku známa ako acuka), ktorej hlavnou zložkou sú drvené čili papričky. Spoločnosť Lutsk Foods si dala za cieľ sprístupniť takéto kulinárske lahôdky na celom svete. Názov spoločnosti Lutsk Foods pochádza z malého mesta na západnej Ukrajine, kde bola v roku 1945 založená. Odvtedy sa stala lídrom na trhu vo svojej krajine aj mimo nej. Viac ako 350 zamestnancov starostlivo pripravuje viac ako 70 jedinečných produktov, ktoré sa predávajú najmä pod značkami Runa a Ridnyi Krai – vo východnej a západnej Európe, USA, Japonsku, Saudskej Arábii a inde.





Obrázok hore: Spoločnosť Lutsk Foods používa na výrobu regionálnych špeciálov, ako je napríklad paprikovo-paradajková lečo omáčka, sklenené poháre s objemom 430 ml od spoločnosti Vetropack. Obrázok vpravo: Pred použitím sa formy pripravujú na výrobu, vyčistia, vyleštia a skontrolujú.



2006 ju vlastní spoločnosť Vetropack. Po vážnom poškodení koncom februára 2022 závod obnovil prevádzku koncom mája 2023 so 169 novoprijatými pracovníkmi, ktorí pozostávali prevažne z bývalých zamestnancov. „Veľmi nás teší, že máme nablízku profesionálneho dodávateľa, spoločnosť Vetropack Hostomel. Je to preto, že sa spoliehame na ukrajinských partnerov aj v prípade všetkých ostatných surovín a komponentov v dodávateľskom reťazci,“ pokračuje Polishchuk.

Viac ako 90 % výrobkov spoločnosti Lutsk Foods sa dodáva v sklenených pohároch, ktoré sa plnia priamo na mieste. Sklo ako nekonečne recyklovateľný výrobok je výnimočne udržateľné a neobsahuje žiadne prísady ani potenciálne škodlivé chemikálie. Sklo a keramika majú tiež zďaleka najnižší obsah látok, ktoré prichádzajú do kontaktu s potravinami a ktoré by sa mohli náhodne hromadiť na obale, čo by mohlo predstavovať zdravotné riziká, ktoré zatiaľ neboli preskúmané. Rovnako ako spoločnosť Vetropack Hostomel, aj spoločnosť Lutsk Foods je certifikovaná podľa FSSC 22000, čo potvrdzuje vysokú úroveň zabezpečenia kvality a vysledovateľnosti v celom hodnotovom reťazci. „Naším cieľom je každý deň vyrábať bezpečné výrobky vysokej kvality – výrobky, ktoré spĺňajú vysoké normy stanovené vnútroštátnymi a európskymi právnymi predpismi,“ zdôrazňuje Polishchuk.

Spoločnosť Vetropack v súčasnosti dodáva bezfarebné

sklenené poháre pre 16 rôznych produktov spoločnosti Lutsk Foods. Patrí medzi ne široká škála špeciálnych paradajkových omáčok, kečup pre deti a majonézový prípravok. Tieto produkty pripravené na priamu konzumáciu obsahujú cenné vitamíny a mikroživiny a jednoducho sa používajú pri varení. Sklenený obal je mimoriadne šetrný k životnému prostrediu – ale to nie je všetko: umožňuje aj tepelné spracovanie, ktoré umožňuje požadovanú sterilizáciu a úplne eliminuje potrebu akýchkoľvek konzervačných látok.

#### Perspektívne partnerstvo na Ukrajine

„Spoločnosť Vetropack je pre nás tým správnym partnerom, ktorý nám pomáha napredovať aj z hľadiska udržateľnosti,“ komentuje Anna Polishchuk. „Vďaka pokročilej technológii a optimalizovaným procesom spoločnosti Vetropack šetríme obrovské množstvo CO<sub>2</sub> naprieč celým hodnotovým reťazcom. Je to preto, že naše produkty predávame priamo aj nepriamo a zásobujeme aj odvetvie stravovacích služieb a rôzne vývozné trhy. Naši marketingoví špecialisti pozorne sledujú ukrajinský a svetový trh a keď nastane správny čas, v spolupráci s potravinárskymi technológmi vyvinú nové produkty – a v takom prípade budeme uvažovať o ďalších sklenených obaloch od spoločnosti Vetropack. Situácia je naďalej náročná, ale obe naše spoločnosti si veľmi cenia kvalitu a už pracujeme na spoločných plánoch do budúcnosti.



## Spoločnosť napriek nepriaznivým podmienkam

Naši zamestnanci na horúcej prevádzke každý deň zabezpečujú, aby sa rozžeravené sklenené kvapky premenili na sklenené poháre. Tu sa kontroluje pohár pre značku Runa.

**Závod spoločnosti Vetropack v Hostomeli (Ukrajina) nielenže prekonáva výzvy vyplývajúce z pretrvávajúceho konfliktu, ale zároveň vytvára nové podmienky na zabezpečenie nepretržitej bezpečnosti výroby aj dodávok energie. Hoci došlo k určitým stratám trhovými podielmi, odhodlane udržiavame naše existujúce partnerstvá a pokračujeme v expanzii, pretože sa pripravujeme na oživenie ukrajinského trhu. Pozývame vás nahliadnúť do zákulisia tohto pozoruhodného úspechu.**

Náš tím v Hostomeli preukazuje mimoriadnu odolnosť a prispôbovivosť v ťažkých časoch. Napriek pretrvávajúcemu konfliktu v posledných mesiacoch vyvinul inovatívne riešenia, ktoré umožnili obnovenie výroby, diverzifikáciu na trhu a zaručili energetickú bezpečnosť. Rekonštrukčné práce v Hostomeli pokračujú a úspešné uvedenie prvej pece do prevádzky do značnej miery znormalizovalo výrobu, hoci sú podmienky ťažké. Okrem toho sa vykonali všetky prípravné kroky na uvedenie ďalšej pece do prevádzky, aby sa zachovali podiely na trhu – a to dokonca umožní získať nové podiely na trhu.

Yaroslav Klymenko, manažér predaja v závode spoločnosti Vetropack v Hostomeli, je presvedčený, že trh sa zotaví. Predpovede výrobcov rýchloobrátkového spotrebného tovaru (FMCG) na rok 2024 ho v tom utvrdzujú. Na Ukrajine sa očakáva 10-percentný rast trhu.<sup>1</sup>

#### Vývoz pokračuje napriek blokáde hraníc

Obnovili sme spoluprácu s kľúčovými výrobcami potravín, čím sa našej spoločnosti otvorili nové trhové príležitosti. Pozorne sledujeme trendy na miestnom trhu a aktívne reagujeme na zmeny s cieľom dosiahnuť rovnováhu medzi partnerstvom a ziskovosťou.

Napriek blokáde hraníc pokračujeme v plnení našich partnerských dohôd vrátane prepravy tovaru na vývoz. To posilňuje našu povest spoločného a prezieravého partnera aj v ťažkých časoch. Na ukrajinskom domácom trhu sa naďalej uplatňuje metóda zavedená už pred vojnou: väčšina zákazníkov používa vlastné vozidlá na odber našich výrobkov priamo zo závodu. Uľahčuje to výhodnú geografickú polohu závodu, ktorý je vzdialený len 6 km od Kyjeva. Výrobcovia dodávajú svoje výrobky do predajných a distribučných centier v hlavnom meste a na spätočnej ceste si vyzdvihnú fľaše. Tento efektívny obeh

tovaru a obalov výrazne znižuje logistické náklady.

#### Riadenie rizík v praxi

Okrem obmedzených výrobných kapacít musíme riešiť aj výzvu, ako zaistiť bezpečnosť dodávok energie v našom závode v Hostomeli za každých okolností. Priamymi dôsledkami vojny sú každodenné výpadky elektrickej energie a riziko dlhodobých odstávok. Na zabezpečenie prevádzky závodu sa zakúpili generátory, ktoré zaisťujú stabilné dodávky energie.

Okrem týchto krátkodobých krokov tiež plánujeme dlhodobu a vykonávame ďalšie analýzy rizík. Skúmame rôzne možnosti – vrátane využitia alternatívnych zdrojov energie – na zabezpečenie spoľahlivých dodávok elektrickej energie. Naším cieľom je nielen prekonať prekážky, ktorým v súčasnosti čelíme, ale aj vytvoriť spoľahlivý a odolný systém, ktorý bude aj v budúcnosti podporovať našu činnosť.



Strana 8

# Zníženie hmotnosti – jednoduchý spôsob

Inovatívna vratná fľaša vyjadruje udržateľnú identitu značky



**Svet spoločnosti Vetropack vo vašej schránke! Dvakrát ročne.**

Najnovšie správy z našej sklárne, termíny nadvrhávajúcich veľtrhov, prebiehajúce projekty zákazníkov alebo pohľad do zákulisia spoločnosti Vetropack - všetky tieto informácie vám náš newsletter pravidelne prináša do vašej e-mailovej schránky. Zaručená dávka informácií, zaujímavostí a zábavy.



**vetropack &**