

Скляна упаковка від Vetropack

І.М. Пініщук, ПрАТ «Ветропак Гостомельський Склозавод»

Група Vetropack — один із провідних європейських виробників скляної тари, який орієнтується на принципи стійкості та довготривалого успіху: продумана діяльність, екологічно грамотні дії та усвідомлення соціальної відповідальності. Наприклад, у середині 1970-х рр. Vetropack у числі перших розробив систему повторного використання скла. Група безперервно працює над технологією виробничих процесів, адже кожна інновація покращує енергетичний баланс виробництва. При річному виробництві скла, що становить 4,5 млрд од. продукції, важливим є кожен грам.

Група Vetropack забезпечує своїх клієнтів — виробників напоїв і продуктів харчування скляною тарою найвищих стандартів. Це стандартні та індивідуальні за формою різноманітні пляшки та банки для пива, тихого та ігристого вин, міцних напоїв, безалкогольних і слабоалкогольних напоїв, мінеральних вод, соків, молочних продуктів, дитячого харчування та інших продуктів харчування.

- 8 підприємств у Швейцарії, Австрії, Чехії, Хорватії, Словаччині, Україні та Італії
- Більше 3 тис. працівників
- 18 скловарних печей
- 4000 т скляної тари на добу
- 2500 видів скляної тари
- Відповідність стандартам ISO 9001 та ISO 22000

«Шлях до цілі починається тоді, коли ти береш на себе повну відповідальність за свої дії».

Данте Аліґ'єрі



Дизайн та колір

Особливу увагу на підприємствах групи Vetropack приділяють дизайну та розробленню нових видів скляної тари. Дизайн — це мистецтво оформлення, яке поєднує функціональність і естетичність. Проте навіть добре відомі речі можуть змінювати свою форму. Іноді вони навіть повинні змінюватися — для того, щоб орієнтуватися на майбутнє, сприяти захисту екології й ставати кращими.

Фахівці розробляють дизайн, використовуючи власні проекти, ідеї клієнтів або зовнішніх дизайнерів, яких вони обирають. У будь-якому разі спеціалісти тісно співпрацюють із покупцями, адже основними принципами успішної реалізації ідеї продукту є узгодження, комунікація й зворотний зв'язок. Чим більше і точніше будуть поставлені вимоги до майбутнього пакування, тим ефективніше і швидше воно буде розроблене.

У власному конструкторському відділі досвідчені дизайнери тісно співпрацюють із клієнтами. Вони розробляють скляні пляшки та банки, починаючи з першої ідеї продукту і закінчуючи конкретними кресленнями виробу з урахуванням його форми. Перші рішення приймають за

допомогою точних креслень у форматі 3D. Навіть тип кришки та етикетка можуть бути чітко зображені на цьому етапі. За допомогою дерев'яних або акрилових моделей вдосконалюють дизайн і погоджують етикетку. Такий зразок є точною копією готової продукції. Фахівці обслуговують та консультують замовників від першого задуму, що стосується пакування, до готового виробу. Будучи надійним партнером у пакувальній сфері, Vetropack бере на себе відповідальність за продукцію та за її якість.

Кольори скляної тари, які пропонує Vetropack, можуть бути як стандартними, так і ексклюзивними. Все залежить від процесу фарбування. Так, для отримання восьми стандартних кольорів групи Vetropack (безколіровий, світло-зелений, зелений, «Vetro-зелений», оливковий, коричневий, кюве та колір сухого листа) скло фарбують безпосередньо в печі традиційним процесом, відомим як «фарбування в печі». А для виготовлення індивідуальних замовлень зі скла ексклюзивних відтінків концентрат необхідного барвника додають тільки в останню зону живильника, тобто перед формуван-



ням краплі скломаси. Такі відтінки варіюються від світло-блакитного до темно-синього або навіть до чорного.

Чому важливий колір скла? Тому, що колір визначає не тільки зовнішній вигляд упаковки, але й її функціональність: чим темніший колір, тим кращий захист продукції від впливу світла. А захист від світла має особливе значення.

Послуги Ветропак виходять далеко за межі виготовлення склотари. Багаторічний досвід і ґрунтовні знання у сфері дизайну створюють фундамент для консультацій. Високоякісна продукція, своєчасна доставка та забезпечення аналізу упаковки є звичайною справою, як і консультування з усіх питань, що стосуються технологій фасування, закупорювання, оздоблення чи етикетування. Не зупиняє навіть розрахунок екологічного показника життєвого циклу продукції.

Менеджери Ветропак з технічної підтримки покупців із самого початку супроводжують проектування нової склотари. Вони знають всі положення, норми, стандарти та законодавчі вимоги. Вони також присутні під час першого фасування чи розливу продукції. Якщо раптом щось відбувається

ся не так, як було заплановано, сервісна група швидко та без бюрократичних формальностей проводить необхідні заходи.

Тенденції розвитку

Група Ветропак постійно працює над удосконаленням сучасних технологій виробництва скляної тари для покращення різноманітних її властивостей, екологічних та економічних показників. Так, основними напрямками роботи є: зниження ваги скляної пляшки, збільшення міцності скла, поліпшення естетичних властивостей (наприклад, завдяки новим відтінкам) та навіть розрахунок екологічного показника склотари.

Полегшена пляшка виробляється за технологією NNPB (narrow neck press-and-blow), яка дає змогу знизити вагу пляшки, підвищити загальну продуктивність, а також контролювати розподіл товщини стінок по всій площині пляшки. Більше того, разом з вагою знижуються витрати на сировину, енергоресурси та транспортування, а споживач отримує більш зручну упаковку.

Новий відтінок скла – колір «кюве», успішно запроваджений у нашій країні на початку цього року. Це – новинка для української скляної упаковки, адже окрім надзвичайного відтінку пляшки (насиченого коричнево-оливкового), покупець отримує додаткову перевагу для зберігання своїх напоїв – набагато якісніший захист від впливу світла. Адже всім

Група Ветропак оновила свій електронний каталог

Скляна тара для харчових продуктів і напоїв групи Ветропак тепер представлена в новому вигляді. При пошуку інформації в каталозі можна використовувати різні фільтри: за ринковими групами, формою, кольором, типами горла і вінчика, а також за місткістю пляшки. При цьому для кожного окремого виробу можна отримати детальну характеристику.

З новим електронним каталогом не буде потреби в тривалому пошуку. Цей процес буде виключно швидким, якщо обрати необхідні критерії й відповідним чином налаштувати фільтри. Якщо зацікавили декілька видів скляної тари, можна їх зберегти в окремому списку, а потім досить легко їх порівняти. В цілому каталог містить понад 900 позицій, а з різними видами пакувань – понад 1200 позицій.

Сучасний, візуально привабливий каталог доступний не тільки на ПК або ноутбучі. Завдяки гнучкому веб-дизайну з ним можна ознайомитися і в дорозі на смартфоні чи планшеті. Він містить сім окремих каталогів за країнами (Швейцарія, Австрія, Чехія, Словаччина, Хорватія, Україна та Італія), а також загальний спільний каталог. Всі каталоги доступні англійською, німецькою, французькою, італійською, чеською, хорватською, словацькою, українською та російською мовами.



виробникам відомо, що світлове випромінювання може змінювати колір харчових продуктів і напоїв, призводити до втрати вітамінів, погіршувати смак, а також зменшувати термін придатності продукту. Так, дослідження Загребського університету довели, що під час зберігання вина під впливом інтенсивного світла колір пляшки істотно впливає на якість напою. Наприклад, під час дослідження білого вина пляшки кольору «кюве» забезпечили практично однаковий якісний рівень захисту, як і пляшки темніших кольорів. А пляшки оливкового кольору та безколіорові не підтвердили ефективність захисту цього ж напою від негативного впливу світла. Крім того, колір визначає не лише функціональність, а й зовнішній вигляд упаковки. Привабливий вигляд надає виробу чіткої ідентичності і стратегічно правильно представляє його на ринку.

Загартування — це новий підхід до виробництва скляної тари, який стає наріжним каменем у розвитку більш міцних і водночас легких ємностей.

Цей процес дає змогу або значно підвищити стійкість до розбиття, або зменшити вагу упаковки. На практиці обидві ці властивості можуть поєднуватися. Інноваційний процес загартування складається з рівномірного нагрівання скляної тари до температури гартування або ж трохи нижче 700 °С, після чого відбувається швидке й рівномірне охолодження поверхні склотари всередині й зовні.

Важливі переваги загартованого скла:

- міцна скляна тара забезпечує оптимізацію процесу фасування;
- оборотні пляшки стають легшими;
- зменшуються витрати на сировині;
- зменшення ваги покращує баланс CO₂.

Слід CO₂ (вуглецевий слід) — екологічний показник, який надає інформацію про загальну кількість викинутого в атмосферу CO₂ під час виготовлення якого-небудь виробу. Для освічених споживачів, які поширюють та формують певні висновки в суспільстві, слід CO₂ дедалі частіше стає вагомим аргументом для прийняття рішення щодо купівлі продукції. Для оцінювання життєвого циклу використовують модель «від колиски



до колиски», яка відображає весь життєвий шлях упаковки від сировини до повторного використання. Такий підхід дає можливість оцінювати окремі альтернативні варіанти й сценарії для клієнтів, і таким чином розробляти оптимальне пакувальне рішення.

Величина вуглецевого сліду продукту залежить від наступних факторів:

- вага скляної тари;
- частка склобою при виробництві;
- відстань до заводу, де проводиться фасування;

- вид транспортування (автомобільне чи залізничне);
- рівень переробки вторинної сировини в країні.

Крім того, на нього впливають й інші фактори: особливості використання продукту (одноразове чи багаторазове), тип закупорювання, матеріал етикетки та канали дистрибуції. У всякому разі, виробники скляної тари, особливо останнім часом, намагаються знизити викиди CO₂ за рахунок різноманітних технічних та організаційних рішень. *J*