

VETRO TIME

MARCHÉ
Vins raffinés dans
des bouteilles
en verre

ACTUALITÉS
Production de
verre bleu

INTERVIEW
Conseils pour un
bon leadership

04 TROUVAILLES	Un univers de verre varié
06 MARCHÉ	De la vigne à la bouteille en verre
08 PROJET	Du verre bleu plein les yeux
10 ENTRETIEN	Un bon leadership
12 FÊTE DES VIGNERONS	Hommage à la viticulture
14 NOUVEAUX MODÈLES	Le verre attire tous les regards
23 FRAGMENTS DE CULTURE	Art coloré

Mentions légales

Rédaction et texte:
Corporate Communication
Vetropack Holding SA, Bülach

Conception: Arnold & Braun
Grafik Design, Lucerne

Impression: Kalt Medien AG, Zug

Papier: LuxoArt Silk non
grainé, sans bois, couché recto-
verso, semi-mat

Ce numéro de Vetropack a été
imprimé sur du papier recyclé FSC,
sans incidence sur le climat.

**Le lien direct avec Vetrotime: les nouveaux codes QR**

Vous avez manqué un numéro
de Vetrotime? Le code QR
suivant vous permet de consulter
les anciens numéros:



À propos de la couverture. Les vins raffinés ont également besoin d'être protégés dans un emballage de qualité. Les bouteilles en verre offrent aux vins savoureux une protection optimale et leur confèrent un aspect éclatant. La variété des vins est immense et s'étend des vins blancs légers aux rosés délicats, en passant par les vins rouges plus corsés. Les amateurs de vin savent que les vins conditionnés dans des bouteilles en verre sont particulièrement savoureux. Peut-être regarderez-vous votre prochaine bouteille de vin d'un peu plus près.



Chères lectrices, chers lecteurs,

La Suisse est en fête et nous aussi! Cet été, du 18 juillet au 11 août plus précisément, la Fête des Vignerons se déroulera à Vevey, en Suisse romande. Sa particularité: elle n'a lieu qu'une fois tous les 20 ans. Vetropack fait partie des sponsors de l'événement: le vin officiel de la fête est servi dans une bouteille Vaudoise classique de Vetropack. Les bouteilles à vin ont été produites à St-Prex, au cœur des vignobles suisses célèbres et très appréciés (voir aussi les pages 12 et 13 de ce Vetrotime).



Revenons au vin et à son impressionnante diversité, qui concerne les vignes, le type de sol, les raisins, le pressage, l'entreposage, mais aussi les différentes bouteilles en verre destinées à ce noble breuvage. Quelle doit être la couleur? Combien de litres faut-il conditionner? Le choix s'étend des petites bouteilles de 0,187 litre au double magnum (3 litres). La forme et la finition d'une bouteille en verre lui confèrent un caractère unique. Si vous lisez l'article aux pages 6 et 7, vous serez étonnés de tout ce qu'il est possible de faire pour personnaliser une bouteille. Il en va de même pour nos nouveaux modèles (pages 14 et 17).

À propos de couleur, Vetropack produit un nouveau verre bleu par coloration en bassin. À la demande d'un client, l'usine Vetropack slovaque Nemšová a changé la couleur de son bassin à verre blanc. Attendez-vous donc à avoir du bleu plein les yeux aux pages 8 à 9.

Les petits sujets des rubriques «Trouvailles» (pages 4 et 5) et «Éclats de culture» (page 23) sont particulièrement passionnants. Saviez-vous que le grand dauphin est également appelé Bottlenose Dolphin? Ou encore que les bouteilles en verre peuvent servir à décorer un parterre?

Chères lectrices, chers lecteurs, je vous souhaite une agréable lecture en ce printemps coloré.

Sincères salutations,

A handwritten signature in blue ink, reading 'J. Reiter'. The signature is fluid and stylized, with a large 'J' and 'R'.

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding SA

TROUVAILLES

AMBIANCE FESTIVE

Hommage au sabre noir

Le sabre noir est l'une des spécialités de l'île portugaise de Madère. Dans la petite ville de Câmara de Lobos, une fête célèbre chaque été ce célèbre poisson. Décoré de manière originale, le centre-ville prend alors des allures de fête. Un endroit a notamment été dédié aux bouteilles en verre. Audacieusement suspendues au-dessus des têtes des visiteurs, elles ont illuminé les rues après la tombée de la nuit.



COLLATIONS EN BOCAL

Niché dans une petite ruelle de la ville d'Osijek, dans l'est de la Croatie, le snack-bar Špajz sert essentiellement la nourriture dans des bocaux. Des bocaux à emporter sont également proposés. Pendant sa formation, Martina Završki prenait toujours ses repas de midi à l'extérieur. Comme elle ne voulait pas acheter ses repas à la boulangerie, elle s'est mise à les préparer et à les transporter dans des bocaux à conserves. L'opportunité de ce snack-bar s'est ensuite présentée. Les clients peuvent ramener les bocaux usagés. À partir de dix bocaux retournés, un bocal plein leur est offert. Le snack-bar met par ailleurs uniquement à disposition des couteaux et des fourchettes en bois et des serviettes en papier. «Nous souhaitons proposer à nos clients une nourriture saine tout en les sensibilisant à un mode de vie sain», explique Martina Završki.





199 bouteilles pour une hélice

En 1910, le Péruvien Jorge Chavez Dartnell entreprit, dans le cadre d'un concours lancé par un journal italien, un vol au-dessus de la montagne Simplon à partir de Ried-Brig, une ville dans le canton du Valais en Suisse. Un pilote traversait alors les Alpes pour la première fois. Mais les ailes de l'avion se brisèrent lors d'une escale à Domodossola, en Italie. L'accident coûta la vie à Chavez. En hommage au Péruvien, l'artiste italienne Enrica Borghi a réalisé une sculpture à partir de bouteilles en verre. Cette dernière est exposée à Brigue. Sa forme d'hélice est une reproduction exacte de l'hélice originale. La transparence et la fragilité du verre représentent à la fois le caractère incertain du vol et la légèreté du rêve.

MONDE ANIMAL

Nez en forme de bouteille

La forme de son rostre court vaut au grand dauphin le nom anglais de Bottlenose Dolphin. Le rostre en forme de bouteille de ces mammifères marins contient jusqu'à 80 dents. La communication des dauphins fait l'objet de recherches scientifiques depuis des décennies. Les dauphins s'envoient des messages de différentes manières. En plus des sifflements, ils émettent également des cliquetis qui leur servent d'écholocalisation et leur permettent de s'orienter dans la mer. Les ondes sonores émises leur fournissent des indications lorsqu'ils s'approchent d'une proie. La majeure partie du son est acheminée par le rostre dans l'oreille interne.



JARDIN DÉCORATIF

Plutôt qu'avec des pierres, un parterre peut également être décoré avec différentes bouteilles en verre colorées, comme l'illustre cet exemple. Il suffit de collecter des bouteilles et de les placer à l'emplacement souhaité dans la terre. Selon le liquide préalablement conditionné dans les récipients en verre, le rinçage des bouteilles peut être recommandé. Le parterre risque sinon une invasion de fourmis.



VIN

De la vigne à la bouteille en verre

L'offre de vins est aussi variée que les innombrables bouteilles en verre destinées à ces boissons raffinées. Du modèle standard aux bouteilles personnalisées, Vetropack accompagne et conseille les clients de l'idée initiale au choix de l'étiquette et de la fermeture, en passant par le développement de l'emballage en verre.

Trop chaud et trop sec pour certains, idéal pour d'autres, l'été 2018 et ses fortes chaleurs ont marqué les esprits. Les vignes l'ont en tout cas beaucoup apprécié. Le millésime 2018 sera excellent! Le temps sec a évité une trop forte prolifération des champignons et des parasites, tandis que les températures élevées ont accru la teneur en alcool et limité l'acidité. Sous un soleil radieux, les raisins ont parfaitement mûri et permis la production de vins blancs raffinés et de vins rouges corsés d'une qualité optimale.

Une qualité optimale est également la règle d'or appliquée par Vetropack pour ses bouteilles en verre. Car les précieux contenus doivent être protégés dans des emballages d'une qualité irréprochable. La gamme standard de bouteilles à vin du groupe Vetropack comprend environ 390 récipients en verre. Les contenances s'étendent des petites bouteilles de 0,187 litre à la grande bouteille de 3 litres. Les bouteilles à vin sont généralement disponibles en format 0,75 litre. Depuis quelques années, les couleurs cuvée et olive sont très tendance. Le vert et le vetrovert n'arrivent plus en première place. La teinte primeur domine dans le domaine des vins légers. Les couleurs jouent généralement un rôle important pour la présentation et l'emballage des aliments et

des boissons. Mais dans le cas des emballages en verre, la couleur est plus qu'un argument commercial important. Elle protège également le contenu. Le vin est en effet exposé à une forte lumière qui peut altérer son arôme initial.

Des modèles personnalisés avant tout

Les clients sont de plus en plus nombreux à souhaiter pour leurs vins des bouteilles en verre individuelles. Un emballage en verre facilement identifiable permet en effet de se démarquer des nombreuses autres boissons. Vetropack répond aux souhaits individuels et définit en collaboration avec ses clients la meilleure solution d'emballage possible. Les spécialistes du verre expérimentés connaissent parfaitement les aspects à prendre en compte lors de la conception des bouteilles à vin. Les bouteilles régionales connaissent également un grand succès. Elles permettent en effet à une région viticole de se démarquer de ses concurrents et contribuent à la formation d'une marque régionale.

Finition des bouteilles à vin

La forme, la couleur et la finition constituent toujours une unité chez Vetropack. Cette interaction rend l'emballage unique et parfaitement assorti à son contenu. Les reliefs en



verre confèrent aux bouteilles à vin un aspect exceptionnel, les étiquettes en papier leur donnent une apparence particulière, les étiquettes transparentes une touche de modernité et l'impression à l'écran de soie un zeste d'originalité.

Les bouteilles en verre de Vetropack sont par ailleurs proposées avec différentes variantes de bague, parmi lesquelles la bague classique, la bague plate, la bague à vis ou encore la bague BVS (bague vin suisse). Le choix de la bague varie en fonction de la préférence des clients et du marché. La fermeture BVS a été développée en Suisse par Vetropack dans les années 1980, en étroite collaboration avec des fabricants de bagues et quelques clients importants. La bague à vis BVS posait un double problème: technique et esthétique. Un travail de pionnier a ainsi été mené en Suisse en termes de technique et de design. Le liège perdait en outre en qualité et sa fiabilité était remise en cause. Initialement prise à la légère, la variante de bague BVS a rapidement rencontré un grand succès. Elle est désormais, au même titre que les autres modèles de bague, incontournable dans l'univers des emballages.

Régions de culture

L'Italie est l'un des plus grands producteurs de vin en Europe. Les vignes sont cultivées dans tout le pays et chaque région a ses spécialités. En Suisse, les régions viticoles se situent en Valais, en Suisse romande et dans différents cantons

germanophones. Le sud de la Suisse est réputé pour ses vins rouges typiques. Les conditions climatiques de l'Autriche sont favorables à la culture du vin, notamment à l'est dans les Länder de Basse-Autriche, du Burgenland, de Styrie et de Vienne. Mais le vin est également cultivé à plus petite échelle en Carinthie, en Haute-Autriche, à Salzbourg, au Tyrol et dans le Vorarlberg. Les régions viticoles réputées de Croatie sont situées à l'est et au centre du pays ainsi que dans la région adriatique. La région viticole la plus importante et la plus étendue de Tchéquie est la Moravie du Sud, dans laquelle se trouve l'usine Vetropack tchèque. Le climat subcontinental, marqué par des étés chauds à torrides et des hivers plutôt froids, est particulièrement propice au développement des vignes. La Bohême est une autre région viticole du pays. Les vins slovaques proviennent également de deux régions respectivement situées au sud et à l'est du pays. Comme la plupart des pays où Vetropack possède des usines, la culture de la vigne jouit d'une longue tradition en Ukraine. Les régions connues sont notamment le sud, la Bessarabie, la Transcarpathie et la péninsule de Crimée.

Un choix de vins presque infini est proposé aux clients. Certains optent pour des vins éprouvés et réputés, tandis que d'autres aiment en découvrir de nouveaux. Comme dans d'autres secteurs des boissons et des aliments, la consommation du vin est synonyme de plaisir pour les consommateurs.



La couleur bleue

Pour une tonne de verre en fusion, il faut compter environ un kg de cobalt. C'est ce métal qui sert à réaliser la couleur bleue, également connue sous le nom de bleu cobalt. C'est le chimiste français Louis Jacques Thénard qui a mis au point un procédé de fabrication industriel pour extraire les pigments bleus en 1802. Le cobalt est utilisé principalement avec le lithium pour la fabrication de batteries de voitures.

PROJET CLIENT

Du verre bleu à perte de vue

Vetropack produit déjà des récipients en verre bleu depuis bien longtemps. Un large éventail de bouteilles bleues sort en effet depuis plus de dix ans de l'usine croate de Hum na Sutli qui applique le procédé du feeder mais, pour la première fois dans l'histoire de Vetropack, un bassin de fusion entier a été converti au bleu. Cela s'est passé à la verrerie Vetropack slovaque de Nemšová. Le projet a nécessité une planification minutieuse et une résolution rapide des problèmes.

Bières, jus de fruits, vins, champagnes ou eaux minérales, les récipients en verre bleu subliment toutes les boissons. Jusqu'à présent, Vetropack produisait les bouteilles en verre bleu dans l'usine croate de Hum na Sutli. Dans le cadre d'une nouvelle campagne pour différents clients, celles-ci seront désormais produites à Vetropack Nemšová.

La particularité pour cette production, c'est que la teinte d'un four à verre blanc qui servait jusqu'à présent à produire des verres à col large et des bouteilles de verre selon le procédé du pressé-soufflé ou du soufflé-soufflé a été modifiée pour la circonstance. En outre, les machines de soufflage existantes ont été converties au procédé du pressé-soufflé à col étroit pour des bouteilles en marge de la révision complète du bac de fusion, l'année dernière.

Teinte du bac

Le processus de teinture est lui aussi nouveau. Vetropack Straža produisait les bouteilles de verre bleues par teinture au feeder. Dans cette variante, la couleur est mélangée à la masse dans l'avant-creuset également nommé feeder. Grâce à cette technique, une autre teinte peut être produite sur une chaîne de production du bac de fusion. Dans l'usine Vetropack slovaque, la teinture se fait dans le bac de fusion. Ce procédé traditionnel consiste à mélanger le bleu à la masse de verre en fusion. Même si tout est désormais aménagé pour la production de verre bleu à Nemšová, l'usine Vetropack croate restera disponible en renfort.

Garantir cette production a été un projet complexe pour le groupe Vetropack. Comme le calendrier était serré, une

planification globale minutieuse a été exigée de tous les intervenants. Pendant la production de verre bleu, la verrerie slovaque ne pouvait en effet pas produire de verres à col large ni de bouteilles de verre. C'est Robert Bestro, responsable des ventes de verres à col large et de bouteilles à Vetropack Nemšová qui s'est chargé de la coordination du projet. Ce Slovaque possède en effet des connaissances détaillées de la production de verre qui s'étendent de la technologie à la qualité et à la logistique en passant par les matériaux d'emballage. «Je n'ai pas été le chef de projet. Le fait de me placer en situation de plaque tournante, en



quelque sorte, a été une décision surtout logique et pragmatique», souligne Robert Bestro. Il connaît les défis qui vont de pair avec un projet de cette envergure et raisonne de façon globale. Les problèmes qui sont survenus ont dû être résolus très rapidement car la campagne de production de verre bleu était limitée à exactement 75 jours.

«Nous prenons des responsabilités»

Les collaborateurs étaient conscients depuis le départ que ce défi de taille était aussi une formidable opportunité de jouer un rôle précurseur au sein du groupe. Chaque division de l'usine Vetropack slovaque a été associée à ce projet en plus de son activité courante. «Il y a eu une coopération fructueuse entre tous les collaborateurs qui se sont engagés avec enthousiasme et élan. Chacun a participé à la réflexion comment faire mieux, plus simple et comment gagner en efficacité, dans l'esprit d'une prise de responsabilités», souligne Robert Bestro.

Excellente qualité

Pour garantir la qualité des récipients en verre produits, Vetropack a étroitement collaboré avec les responsables qualité des clients. Les échanges ont été quotidiens et chacun a été parfaitement au courant des différentes étapes. Dès les premiers tests, les résultats étaient formidables: les bouteilles étaient d'excellente qualité! Ce succès ne s'est pas démenti jusqu'à la fin de la première campagne de production de verre bleu.



BON LEADERSHIP

«Les hommes ne sont bons que lorsqu'ils peuvent complètement déployer leurs intérêts et leurs capacités»

En décembre 2018, l'entrepreneur et conférencier de renommée internationale Manfred Winterheller a présenté, à l'occasion d'une réunion interne de Vetropack, ce qui caractérise un bon leadership. Dans un entretien avec Vetrotime, il donne des conseils aux actuels et futurs cadres.



Dans l'exposé que vous avez proposé lors d'une réunion des cadres de direction de Vetropack, vous avez parlé de l'équilibre entre critiques et louanges qui caractérise un bon leadership. À quoi reconnaît-on un bon leadership?

Un bon leadership aide les hommes à développer leur potentiel intérieur et à se réaliser. Il repose beaucoup sur la confiance. Les dirigeants font confiance à leurs équipes. Ils choisissent soigneusement leur personnel et les laissent ensuite travailler. Les collaborateurs développent alors leurs compétences et prennent en charge de nouvelles missions qui délestent le supérieur. C'est une situation gagnant-gagnant qui profite aux deux parties. Les dirigeants ont ainsi davantage de temps pour s'occuper de la stratégie et du personnel. Les collaborateurs prennent quant à eux conscience de leurs atouts et acquièrent confiance et sérénité.

Donnez-nous les principaux secrets d'un bon leadership!

Une seule chose importe vraiment: accordez chaque jour du temps à vos collaborateurs, écoutez-les, complimentez-les, créez de la clarté et de la confiance.

Le leadership a-t-il évolué au fil du temps? Dirige-t-on par exemple aujourd'hui de la même manière qu'il y a 15 ans?

Le bon leadership n'a pas changé. Mais les conséquences d'un leadership moyen, voire mauvais, se font aujourd'hui sentir beaucoup plus rapidement et sont beaucoup plus

néfastes. Les chefs de niveau moyen doivent donc impérativement se développer de manière ciblée.

Quelle est la plus grosse erreur que l'on puisse faire?

Ne faire confiance à personne et préférer tout faire soi-même pour que les choses soient bien faites.

Le leadership est-il un processus unilatéral ou l'équipe joue-t-elle également un rôle décisif?

C'est une question fondamentale. Chaque chef dépend de la qualité de l'équipe. La première question à se poser est donc la suivante: qui a sa place dans l'équipe? La réponse est parfaitement claire lorsque l'on parle de football. Mais il semble en aller autrement dans le travail quotidien. C'est une erreur. Les hommes ne sont vraiment bons que lorsqu'ils peuvent faire ce qui correspond à leurs intérêts et les capacités.

Comment vous préparez-vous à vos interventions publiques?

Des briefings préparatoires me permettent de me familiariser avec les défis actuels du client. Il en découle un fil rouge que je n'étoffe avec des détails concrets que lorsque je suis en contact avec les auditeurs. Après tant d'années d'expérience avec des centaines de milliers d'auditeurs dans le monde entier, je n'ai plus besoin de me préparer de manière très approfondie. La pratique suffit.



Vous avez développé votre propre méthode, la méthode Winterheller. Pouvez-vous nous en dire quelques mots?

Pendant des millénaires, les prestations et les événements exceptionnels ont semblé réservés à des personnes particulièrement douées. Mais au cours des dernières décennies, il est apparu de plus en plus clairement que les bonnes prestations ne sont en aucun cas le résultat de capacités particulières. Au contraire. Elles sont accessibles à tous si chacun aborde ses tâches selon une certaine position intérieure. La méthode Winterheller vise à former nos auditeurs à cette position intérieure, dont la valeur est irremplaçable.

Vous partez du principe que celle-ci est beaucoup trop réfrénée dans le monde des affaires. Comment peut-on concrètement activer cette position intérieure? Et pourquoi est-elle réfrénée?

Notre culture globale est très axée sur l'extérieur. On pense en termes de projets à court terme, tout doit aller vite et générer un profit immédiat. Mais les décisions longuement mûries, l'endurance et la ténacité sont les véritables moteurs de la réussite, aussi bien dans la vie personnelle que dans le monde des affaires. Il y a les micro-blessures qui brisent un os, provoquant ainsi de toutes petites lésions qui, avec le temps, détruisent la structure. Il en va de même dans nos relations, qui peuvent être brisées par de petites négligences quotidiennes, ou au contraire renforcées chaque jour par des actions positives. Dans la vie professionnelle, ce sont ces nombreuses maladresses qui affaiblissent la loyauté et découragent les gens. Le manque de respect et d'attention détruit beaucoup plus d'espoirs légitimes que les batailles concurrentielles a priori plus importantes. L'enjeu consiste donc à changer les positions intérieures. Ces positions sont contagieuses et un petit groupe d'hommes peut exercer une grande influence, aussi bien positive que négative.

Que dites-vous à ceux que votre méthode laisse sceptiques?

Chaque sujet contemporain suscite des approches et des points de vue différents. Ma méthode réussit à de très nombreuses personnes. Mais certains voient les choses différemment et rencontrent également le succès. Nous devons choisir une approche, c'est là le point essentiel. Il nous faut croire en quelque chose et le mettre en œuvre avec une grande détermination. Les hommes qui réussissent le moins sont ceux qui passent d'une méthode à une autre, suivent chaque tendance et ne réalisent en définitive rien de vraiment cohérent.

Vous voyagez beaucoup et proposez dans vos conférences des conseils, des suggestions et de nouvelles approches. Où et comment trouvez-vous votre position intérieure, le calme et les idées pour vos futures présentations?

Les gens que je rencontre dans le cadre de mon travail m'impressionnent et m'apprennent beaucoup. Certains sont des personnalités célèbres, d'autres de parfaits inconnus qui accomplissent malgré tout des choses extraordinaires. Pouvoir apprendre et me développer de cette manière à quelque chose de providentiel. J'aide les gens à découvrir et à développer leur potentiel. Ma tâche est similaire à celle d'un manager et me procure à chaque fois une joie immense.

Dr. Manfred Winterheller

Conférencier, entrepreneur, coach et auteur

Formation: études d'économie d'entreprise à Graz, en Autriche

Parcours professionnel: expert-comptable et conseiller fiscal, fondateur de l'entreprise «Winterheller software», conférencier intervenant sur les thèmes du management et du leadership avec la méthode Winterheller, professeur invité à l'Université du Danube à Krems, en Autriche

FÊTE DES VIGNERONS

Hommage à la viticulture

Un événement de grande envergure aura lieu à l'été 2019 à Vevey, en Suisse romande: la Fête des Vignerons. Vetropack est partenaire et sponsor de cet événement organisé une fois tous les 20 ans seulement. La bouteille de vin officielle est produite par l'usine Vetropack suisse de St-Prex.

La Fête des Vignerons est un événement unique qui n'a lieu qu'une seule fois par génération. Vetropack est sponsor de cette fête, qui sera en 2019 la plus grande de son histoire. Jamais Vetropack n'a soutenu un projet d'une ampleur telle que celle de l'événement de cette année, entièrement dédié à la viticulture. La bouteille de vin officielle est une bouteille Vaudoise classique produite par Vetropack Suisse à St-Prex, non loin de Vevey, où se déroule l'événement. Vetropack a également sponsorisé les verres à vin et à eau minérale pour la fête.

La Fête des Vignerons organisée du 18 juillet au 11 août 2019 a été inscrite sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO en 2016. Cette manifestation se transmet de génération en génération depuis le 18^e siècle. Fortement ancrée dans la région qui entoure les vignobles de Lavaux, elle associe des traditions anciennes et des problématiques contemporaines. Les vignobles en terrasses de Lavaux sont inscrits au patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO depuis 2007.

D'une superficie de 1000 mètres carrés, la scène principale de l'arène, qui compte 20 000 places, constitue le point central de l'événement. C'est également là que se déroule le spectacle officiel, qui propose une rétrospective d'une année de la vie d'un vignoble. Les travaux effectués dans les vignobles, les liens sociaux et des thèmes plus généraux, tels que les saisons, sont ainsi présentés.



Fête des 20 Vignerons 19

Du 18 juillet
au 11 août 2019

Vevey
Suisse



fetedesvignerons.ch



ÉLÉGANT

Alliance de tradition et de modernité

Le cloître des Augustins de Šardice, en Moravie du Sud, produit du vin depuis le milieu du 18^e siècle. L'usine Vetropack de Kyjov fabrique les bouteilles en verre de 0,75 litre destinées au vin «Augustiniánský Sklep».

Ce dernier est idéalement mis en valeur dans la bouteille en verre blanc. Le design retravaillé de l'emballage en verre de 0,75 litre est à la fois épuré, sobre et dynamique. La gravure située au-dessus de l'étiquette est également pleine de caractère. Elle représente le bâtiment de la cave augustiniennne et l'élégant logo Augustiniánský Sklep.

La cave NEOKLAS Šardice a.s. a été créée en 1995. La tradition ancestrale de la viticulture et de la production de vin dans la région morave y est depuis perpétuée. Le cloître des Augustins a commencé la production de vin à Šardice au milieu du 18^e siècle. L'entreprise viticole modernise constamment la production tout en restant fidèle à la gestion traditionnelle des vignobles.

MULTIPLES ARÔMES

Eau de vie traditionnelle

Dans son usine de Pöchlarn, Vetropack Austria produit une nouvelle bouteille de 0,7 litre en verre blanc pour le distillateur de Haute Autriche emil-Spirituosen. Celle-ci met merveilleusement en valeur les différentes eaux de vie du client.

Les spécialistes en verre de l'usine Vetropack autrichienne de Pöchlarn ont dessiné cette nouvelle bouteille de spiritueux de 0,7 litre à capsule vissée en étroite collaboration avec le distillateur Emil Stegmüller. Le logo «emil» en minuscules est gravé quatre fois de façon circulaire autour du bas de la bouteille et capte immédiatement les regards. Des montagnes s'élèvent depuis l'épaule jusqu'au col en complément tactile des montagnes imprimées sur l'étiquette.

La bouteille de 0,7 litre d'emil-Spirituosen, avec ses innombrables déclinaisons de saveurs, est uniquement diffusée dans le commerce de détail. Cette entreprise familiale distille des spiritueux selon des méthodes traditionnelles en les valorisant sous une image moderne depuis plus de 150 ans.



Vous êtes à la recherche d'un emballage en verre pour des aliments ou des boissons? Plus de 900 articles sont proposés dans notre catalogue en ligne. Ouvrez simplement ce code QR!



ÉTONNANTES

Élégance et sobriété

L'usine Vetropack italienne produit les bouteilles de 0,75 litre couleur cuvée destinées au vin rouge fruité Stupore Bolgheri DOC. Le design sobre et élégant de l'emballage en verre joue habilement avec le monde merveilleux représenté sur l'étiquette.

Après près de 10 mois passés dans des fûts en chêne, le vin rouge italien Stupore Bolgheri DOC arrivé à maturité est conditionné dans des bouteilles en verre de 0,75 litre de Vetropack Italia. La bouteille couleur cuvée est à la fois simple et élégante. Le bord inférieur de l'emballage en verre est orné du logo CAMPO ALLE COMETE. Ce nom évoque un monde magique et imaginaire, loin de l'agitation du quotidien.

Le pictogramme également gravé est une version stylisée d'un pissenlit dessiné par l'illustratrice italienne Nicoletta Ceccoli. Représenté sur la feuille d'argent brillante sur fond bleu, le pissenlit illustre le raffinement et le caractère précieux du vin de la cave Feudi San Gregorio.

LIQUEUR AUX HERBES

Racines tchèques

La liqueur tchèque aux herbes Becherovka Original est réputée et appréciée bien au-delà des frontières nationales. Vetropack Nemšová fabrique les nouvelles bouteilles en verre modernes dans la teinte verte typique.

Le design des emballages en verre de la célèbre Becherovka Original est reconnaissable entre mille. Les spécialistes du verre de l'usine Vetropack slovaque de Nemšová ont conçu la bouteille en verre vert en collaboration avec les designers du célèbre studio de design Coley Porter Bell de Londres, en Angleterre. Grâce à un design plus moderne et plus contemporain, la bouteille de liqueur aux herbes devrait ainsi également attirer une clientèle plus jeune. Composée d'environ 20 variétés d'herbes et d'épices, l'eau-de-vie à embouchure «pilfer-proof» est notamment proposée dans une contenance de 0,35 litre.

Becherovka a été fondée en 1807 par la célèbre famille Becher à Karlovy Vary en République tchèque. Les initiales de Jan Becher sont gravées sur la bouteille en verre vert plate caractéristique. Sa signature orne par ailleurs l'étiquette. La liqueur Becherovka Original douce-amère se déguste à l'apéritif ou sous forme de cocktail rafraîchissant après un repas.



DESIGN PRIMÉ

Raisins de qualité

Les délicieux raisins Greco utilisés pour la fabrication du vin mousseux DUBL ESSE proviennent du sud de l'Italie. L'usine Vetropack italienne fabrique les bouteilles en verre couleur cuvée.

La bouteille en verre de 0,75 litre destinée au vin mousseux DUBL ESSE se caractérise par un design très sobre. Elle est produite par Vetropack Italie dans l'usine de Trezzano sul Naviglio. Les trois bandes vertes de différentes largeurs qui entourent la bouteille sont également empreintes de sobriété. Elles évoquent la tiare, la couronne portée par le pape lors d'occasions festives. Les lignes du DUBL ESSE ont été dessinées par le designer italien Fabio Novembre. «Les icônes des saints ont bercé mon enfance et ont colonisé ma tête», déclare Fabio Novembre, qui a remporté pour sa création la médaille d'or au concours international des emballages du salon Vinitaly.



JOLIS

Miel de Croatie

Les deux bocaux en verre blanc de Vetropack Straža sont exclusivement réservés au miel de Croatie. Chaque bocal doit être dûment déclaré et assorti de l'étiquette de l'Association croate du miel.

Vetropack Straža produit deux dimensions de bocal en verre pour l'Association croate du miel: 720 millilitres et 580 millilitres. Deux autres contenances plus petites sont déjà en préparation. Le design est sobre et agrémenté d'un petit nid d'abeilles gravé sur la face avant.

Les bocaux en verre blancs doivent exclusivement contenir du miel conforme aux normes de qualité de la directive croate sur le miel. Ils doivent par ailleurs impérativement porter l'étiquette du fabricant correspondant et l'étiquetage doit être effectué par la Croatie elle-même. En 2018, le 7 décembre a été déclaré Journée du miel dans les écoles. C'est le jour de la Saint Ambroise, patron des apiculteurs, ainsi que la journée internationale du miel. À cette occasion, un pot de miel a été remis à tous les élèves croates de première année.



FORT

Gin au miel

Vetropack Straža fabrique les bouteilles en verre blanc de 0,7 litre destinées au gin GiniBee de l'entreprise slovaque MR SPIRITS d.o.o. Le design original de la bouteille distingue ce spiritueux de ses semblables.

Le design des bouteilles en verre blanc est tout aussi mystérieux que la recette du gin GiniBee. La fine couche bleue appliquée sur le récipient en verre de 0,7 litre lui confère un aspect particulier et un toucher très agréable, tout en préservant le caractère du verre. Elle est complétée par une impression UV spéciale qui protège le gin des rayons UV. Le logo de l'entreprise imprimé en relief orne le centre la bouteille cintrée.

L'eau-de-vie distillée à partir de baies de genièvre contient par ailleurs un ingrédient particulièrement sucré. 20 pour cent des baies sont trempées dans du miel slovène avant la fabrication. L'entreprise a été fondée par Rado Mulej, un acteur et présentateur télévisé célèbre en Slovaquie.



Sur demande, nous développons et produisons vos emballages en verre personnalisés et parfaitement aboutis: colorés ou raffinés – c'est vous qui choisissez.

POUR LES ENFANTS

Découverte ludique du recyclage

Le projet scolaire destiné aux écoles primaires vise à faire découvrir aux enfants de manière ludique les thèmes des emballages en verre et du recyclage. Ce projet a été lancé par le fabricant de yaourts Malý Gazda en collaboration avec Vetropack Nemšová et l'agence de marketing dobrýBRAND.



En Slovaquie, il existe peu de programmes scolaires qui sensibilisent les enfants aux questions environnementales et aux actions en lien avec celles-ci. Tel est précisément l'objectif du projet scolaire créé par Malý Gazda. L'entreprise slovaque est réputée et appréciée pour ses produits laitiers conditionnés dans des bocaux en verre. Les responsables de Vetropack Nemšová ont immédiatement été conquis par cette idée.

L'usine Vetropack slovaque a fourni 500 pots à yaourt en verre aux élèves participants de l'école primaire Lesnícka

de Prešov, à l'est de la Slovaquie. En collaboration avec l'agence de marketing dobrýBRAND, elle a lancé un concours visant à sensibiliser de manière ludique les enfants au recyclage du verre. Les élèves ont réalisé des œuvres d'art créatives à partir des pots à yaourt vides, telles qu'une petite table avec des pieds en verre ou des personnages. Au total, 500 élèves et leurs enseignants ont présenté plus de 50 projets uniques. La nomination des deux classes gagnantes n'a pas été simple pour le jury.

L'enthousiasme des élèves est la preuve que le recyclage du verre et le verre en général sont des thèmes créatifs qui font facilement le bonheur des enfants. Les connaissances ac-

quises leur seront utiles tout au long de leur vie, et ils pourront, espérons-le, les transmettre à la prochaine génération.



JOURNÉE DES CLIENTS

Honneur à l'environnement

En novembre dernier, Vetropack Nemšová a organisé, en plein cœur de la capitale slovaque Bratislava, la manifestation annuelle dédiée à ses clients importants. Cette rencontre d'une journée propice à une expérience culturelle et à des rencontres fructueuses s'est déroulée dans une ambiance sympathique.



Dix clients importants de différents groupes de produits du marché intérieur ont répondu à l'invitation de l'usine

Vetropack slovaque à la journée des clients. Le verre rassemble des partenaires commerciaux mais aussi des hommes qui se soucient de thématiques environnementales et de leur incidence sur l'environnement. Ces thèmes ont également été au centre de la journée des clients, tout comme la campagne «Endless Ocean» menée avec succès par Friends of Glass dans le cadre de la protection des océans.

En guise de souvenir, les participants ont pu se faire photographier dans le coin photo, avant de se rendre au théâtre New Stage pour assister à la comédie musicale slovaque Raspoutine. À la fin de cet événement riche en musique, en danse et en chansons, les clients ont reçu un petit cadeau de Noël en verre.



NOMINATION AUX «WORLD-STARS»

Une petite bouteille sous les feux de la rampe

Nommée pour le «World Star», la bouteille de 0,4 litre de l'eau minérale VODA UA a reçu le certificat du mérite. La «World Packaging Organisation» décerne chaque année ces célèbres prix dans le secteur de l'emballage.

Les emballages qui ont remporté une prestigieuse récompense nationale lors de l'année précédente ou de l'année en cours peuvent se présenter à la remise des prix des «World Stars». Vetropack Gostomel a saisi cette opportunité et présenté la bouteille d'eau minérale VODA UA. Bien qu'elle n'ait pas réussi à se hisser sur la première marche du podium, elle a tout de même obtenu un certificat du mérite.

La bouteille en verre se caractérise par son design floral exclusif. Elle est ornée de pavots gravés qui soulignent le caractère naturel de l'eau minérale. Le pavot est par ailleurs la fleur nationale de l'Ukraine.



PLATE-FORME

Amour du verre

Créée en Croatie il y a plus de dix ans, la plate-forme «Glass our Friend» vise à sensibiliser les élèves des petites villes et bourgades au recyclage et à son influence sur l'environnement. Unique verrerie de Croatie, Vetropack Straža soutient la plate-forme depuis son lancement.



Différents ateliers sont organisés pour les élèves dans le cadre de la plate-forme croate «Glass our Friend», parmi lesquels la présentation du soufflage du verre. Les enfants sont à chaque fois enchantés, comme en témoignent leurs visages rayonnants. Très concentrés, ils écoutent avec grand intérêt les informations sur les avantages du verre et sur l'importance de son recyclage. Tous répondent d'ailleurs parfaitement aux questions qui suivent la présentation. «Quand je serai grand, je serai souffleur de verre», déclare l'un des enfants. Un atelier dédié apprend par ailleurs aux jeunes professionnels du verre à trier les déchets correctement.

Les pièces de théâtre «Histoire du recyclage» et «La grande aventure du verre», au cours desquelles les enfants laissent libre cours à leur imagination, rencontrent toujours un grand succès. De très nombreuses pièces de théâtre ont été proposées ces dernières années. L'enthousiasme et la joie du public étaient à chaque fois au rendez-vous.

Le taux de recyclage est très faible en Croatie. Depuis le lancement de «Glass our Friend», l'usine Vetropack croate

s'implique par conséquent fortement dans ce domaine. Les réactions des enfants et des enseignants ont toujours été très positives et encourageantes. Le grand intérêt des élèves pour les emballages en verre et le recyclage du verre laisse espérer que cette génération prendra davantage soin de l'environnement.



DE PETITES CHOSES

Participation active au développement de l'environnement

Vetropack Moravia Glass sponsorise le projet tchèque «De petites choses qui nous entourent». Ce soutien financier permet la mise en œuvre des meilleures idées d'amélioration ou d'aménagement de l'environnement.



Parmi les 23 propositions soumises par des organisations et des particuliers dans le cadre du projet «De petites choses qui nous entourent», les collaborateurs de l'usine Vetropack tchèque ont retenu dix projets pour la finale. Un jury restreint, également composé de collaborateurs de la verrerie, a ensuite élu les six gagnants. Chacun a reçu 10 000 couronnes tchèques (environ 400 euros).

Quelques exemples des projets gagnants: fabrication d'une ruche en verre pour les petits apiculteurs; nouveaux costumes pour les enfants d'un groupe folklorique; places assises près du lieu saint Věgrův kříž, à proximité de la verrerie; nouvelle armoire de rangement pour un club d'enfants; terrain d'entraînement pour de jeunes cyclistes; mangeoire pour oiseaux sur un poste d'observation bien situé.

Sans ce soutien financier, de nombreuses idées n'auraient pas pu être mises en œuvre, ou seulement à une échelle beaucoup plus réduite. Ce sont souvent les plus petites choses qui s'avèrent les plus efficaces. Tous les projets montrent que les hommes se soucient de leur environnement et sont heureux de contribuer à le rendre encore plus agréable à vivre.



FRAGMENTS DE CULTURE



© The Corning Museum of Glass

CENTRE D'INNOVATION DU VERRE

Le musée du verre de Corning est le point d'attraction de la ville de Corning, située dans l'État de New York. La ville est également qualifiée de centre américain des innovations du verre. L'industrie du verre est en effet le moteur économique de la région. En plus du musée, le fabricant de verre spécial Corning Inc. ainsi que de nombreuses verreries y sont établis. Plus de 50 000 objets en verre sont exposés dans le musée. La collection se compose d'œuvres d'art d'Égypte antique, grecques, romaines, asiatiques, européennes et américaines. Mais les divers mouvements artistiques qui ont débuté à la fin du 19^e siècle et se poursuivent jusqu'à aujourd'hui y sont également présentés. Le musée du verre de Corning est également connu pour ses très populaires spectacles en direct consacrés à la fabrication du verre et pour la plus grande citrouille en verre du monde qui pèse près de 30 kilos.

Réinterprétation de l'art baroque

La peinture sur verre inversé, également appelée art naïf, consiste à peindre un motif au dos d'une feuille de verre. Les contours sont généralement esquissés avant d'être peints. L'arrière-plan est réalisé toute à la fin.

Le centre de l'art naïf croate se situe à Hlebine, au nord du pays. La peinture sur verre inversé fait partie du patrimoine culturel protégé de Croatie, où se trouve également l'école d'art naïf. Ce mouvement artistique est né vers 1930, lorsqu'un peintre décida de sensibiliser à la peinture un groupe de paysans sans formation académique. L'enthousiasme des paysans fut tel qu'ils redonnèrent vie à l'ancienne peinture baroque sur verre inversé. De nombreux musées et galeries du monde entier sont consacrés à l'art naïf.



© Ivan Generalić, Koprivnica Municipal Museum

**Adresses points de vente****Suisse**

Téléphone +41 44 863 34 34
Fax +41 44 863 34 45
marketing.ch@vetropack.com

Autriche

Téléphone +43 2757 7541
Fax +43 2757 7541 202
marketing.at@vetropack.com

République tchèque

Téléphone +420 518 733 111
Fax +420 518 612 519
marketing.cz@vetropack.com

Slovaquie

Téléphone +421 32 6557 111
Fax +421 32 6589 901
marketing.sk@vetropack.com

**Croatie, Slovénie,
Bosnie Herzégovine,
Serbie, Monténégro,
Macédoine, Kosovo**

Téléphone +385 49 326 326
Fax +385 49 341 154
prodaja@vetropack.com

Ukraine

Téléphone +380 4439 241 00
Fax +380 4597 311 35
sales.ua@vetropack.com

Italie

Téléphone +39 02 458771
Fax +39 02 4587714
sales.it@vetropack.com

Autres pays d'Europe de l'Ouest

Téléphone +43 7583 5361
Fax +43 7583 5361 225
export.west-europe@vetropack.com

Autres pays d'Europe de l'Est

Téléphone +420 518 733 341
Fax +420 518 612 519
export.cz@vetropack.com