

VETROTIME

MARCHÉ
Vins Rosés

QUESTIONNAIRE
Les clients
parlent
de Vetropack

ART
Une deuxième vie pour les bouteilles en verre

03 MARCHÉ	Boisson estivale
06 CLIENTS	Cartes sur table
09 DISTINCTIONS	Emballages primés
12 NOUVEAUX MODÈLES	Désaltérants et savoureux
18 TECHNIQUE	Transmission rapide et automatique de données
22 ART	Upcycling à la finlandaise



Chères lectrices, chers lecteurs,

Au cours d'un repas, le vin blanc se boit avant le vin rouge, sauf si du poisson est prévu au menu. On reste alors au vin blanc. Mais soyons honnêtes, ces règles ne sont aujourd'hui plus guère appliquées. Tout est possible et on boit simplement le vin qui nous plaît. Par les chaudes journées et soirées d'été, la préférence va aux boissons légères. L'eau minérale bien fraîche, la bière pétillante et plus encore les vins rosés comptent parmi les boissons les plus appréciées pour accompagner les repas conviviaux dans le jardin ou sur le balcon. J'aime tenir entre mes mains une bouteille en verre bien fraîche. C'est pour moi presque un rituel, qui commence par l'ouverture de la bouteille, soigneusement et doucement lorsqu'il s'agit de bouteilles de vin, plus rapidement pour une bouteille de bière, mais toujours dans l'attente du fameux «plop» qui retentit à l'ouverture des bouchons ou des capsules couronnes. Le vin rosé est du reste devenu l'une des boissons estivales les plus appréciées. Les statistiques de ventes confirment qu'à l'heure actuelle, une bouteille de vin sur dix achetée est une bouteille de rosé. Très souvent, le vin est conditionné dans des bouteilles Vetropack, dont nous vous présentons une sélection dans les pages de cette édition de Vetrotime.

Une enquête clients a été réalisée cette année sur plusieurs sites. Ce que pensent nos clients, leurs commentaires, bons ou moins bons, sur ce que nous faisons, sont très importants pour nous. Leur avis nous sert de ligne directrice pour nos mesures d'amélioration. Le succès de notre nouveau site Internet et le fort taux de consultation de notre catalogue en ligne m'ont ainsi particulièrement réjoui.

Je souhaite également profiter de cet éditorial pour vous parler d'un événement auquel Vetropack participera en septembre: le salon SIMEI@drinktec. Organisé à Munich du 11 au 15 septembre, il s'agit de l'une des plus grandes expositions consacrées à l'œnologie. Le SIMEI se tiendra pour la première fois dans le cadre du traditionnel salon drinktec, et pour la première fois également en Allemagne et non en Italie. Nos collaborateurs seront heureux de vous accueillir sur notre stand, halle C2, stand 437. Et qui sait, peut-être aurons-nous l'occasion de trinquer à la fin de l'été autour d'un petit verre de vin rosé, blanc ou rouge.

Sincères salutations


Claude R. Cornaz



VINS ROSÉS

Boisson estivale

Les différentes nuances rouge clair du rosé sont idéalement mises en valeur dans des bouteilles en verre blanc. Le verre protège en outre ces délicats vins estivaux et leur confère une belle présentation, qu'ils soient dégustés sous forme d'apéritif ou de boisson rafraîchissante pour accompagner un repas.

De plus en plus populaire en Europe, le rosé est particulièrement consommé l'été. Sa saveur fruitée est appréciée dans tous les pays dans lesquels Vetropack est implanté. Une bouteille de vin sur dix consommée dans le monde est un rosé. Environ 80 pour cent des vins rosés proviennent de France, d'Espagne, des États-Unis et d'Italie. Ce chiffre était difficilement concevable il y a encore vingt ans, à une époque où seuls quelques vignerons proposaient du rosé dans leur

gamme. Le rosé était considéré comme un vin sans caractère, une boisson secondaire.

Coloré, fruité, frais

Les vins estivaux, qui déploient leur couleur rouge clair dans toutes les nuances possibles, sont généralement conditionnés dans des bouteilles en verre blanc. Les teintes rose saumon, abricot, cuivré ou roses y sont idéalement mises en valeur.

Le choix de la forme de la bouteille est entièrement libre. Il n'existe en effet pas de bouteille de rosé typique. On utilise aussi bien des bouteilles de bordeaux, de vin du Rhin, ou encore de bourgogne à bouchon à vis. Les vins rosés pétillants sont conditionnés dans d'élégantes bouteilles de mousseux à bouchon en liège.

Vous souhaitez un modèle de bouteille entièrement personnalisé? Vetropack se fera un plaisir de vous le concevoir. Les spécialistes du vin accompagnent les clients de l'idée initiale à la bouteille de vin finie, en passant par son développement. Les premières décisions sont prises à partir d'ébauches 3D détaillées. Le design est ensuite affiné et la production d'échantillons lancée. Un design de qualité, tant du point de vue du toucher, de l'aspect que du matériau, confère à chaque rosé un charme supplémentaire.

Fabrication du rosé

Les vins rosés sont issus de cépages rouges ou bleus. La couleur du rosé varie en fonction du cépage et de la méthode de fabrication. Les raisins sont généralement versés dans le pressoir à vin immédiatement après la vendange.



Ils y macèrent ensuite un certain temps avec le jus qui se forme. Dans le jargon technique, on parle de moût. Les pigments de couleur se détachent alors de la peau. Plus ce processus dure longtemps, plus la couleur du rosé est soutenue. Tous les cépages ne produisent pas la même quantité de segments de couleur. Le processus dit de «saignée» génère une couleur foncée. Sans pressurage, une petite quantité de jus est extraite de la cuve de macération du vin rouge après quelques heures ou quelques jours puis remis en fermentation pour produire un vin rosé. Le reste sert à la fabrication de vins rouges.

Boisson estivale

Le rosé peut également se déguster sous forme semi-liquide: le frosé est la boisson tendance de l'été 2017. Pour la fabri-

cation de cette création glacée, le rosé est d'abord congelé puis mixé avec des fruits. Une autre variante consiste à mélanger des fruits congelés avec du rosé. Le frosé fruité et pétillant peut être servi au dessert. Mais l'idéal est de boire le rosé pur, à l'apéritif ou pour accompagner le plat principal.





ENQUÊTE AUPRÈS DES CLIENTS

Cartes sur table

Au printemps dernier, une enquête de satisfaction de la clientèle a été réalisée par les sociétés Vetropack en Croatie, en Suisse, et en Autriche, ainsi que dans quelques pays d'exportation tels que l'Allemagne, la France et la Hongrie. En plus des aspects positifs, cette enquête a également mis en évidence des secteurs qui présentent encore un potentiel d'amélioration.

Chaque enquête auprès des clients permet aux entreprises de dresser leur propre état des lieux. Dans un souci d'amélioration constante de la collaboration avec les clients, il est important pour une entreprise de connaître la manière dont elle est perçue par ses clients et d'identifier des mesures d'amélioration possibles.

Le fort taux de participation à l'enquête mandatée par Vetropack a atteint plus de 70 pour cent dans l'ensemble des pays, ce qui souligne la pertinence des études réalisées. Les enquêtes ont été réalisées en ligne dans les divisions Suisse, Autriche et Export Ouest, et par téléphone dans la division Croatie (à l'aide de CATI, une méthode d'entretien assistée par ordinateur).

Niveau de satisfaction élevé

Le taux de satisfaction globale est exceptionnellement haut. En Suisse, le niveau de satisfaction vis-à-vis de Vetropack reste aussi élevé que lors de l'enquête réalisée il y a trois ans. En Autriche et dans les pays d'exportation, il reste très élevé mais légèrement inférieur à celui de 2014. La division

Croatie, qui inclut également des clients basés en Slovénie, en Serbie, en Bosnie-Herzégovine, au Monténégro et en Macédoine, enregistre une légère hausse de la satisfaction. Le suivi personnalisé garanti par les collaborateurs Vetropack est toujours particulièrement apprécié. «Je suis satisfait du savoir-faire et de l'expertise qui caractérisent Vetropack», a ainsi déclaré un client. Le partenariat de confiance et professionnel établi avec Vetropack a également été souligné.

Potentiel d'amélioration

L'évaluation très positive de Vetropack laisse toutefois apparaître une marge d'amélioration. Certains clients souhaitent une réponse plus flexible à leurs besoins. Les clients qui ont récemment eu des motifs de réclamation déplorent la qualité des produits et les emballages de transport. Les temps de réaction en cas de réclamations pourraient être nettement améliorés. Aussi pénibles que soient les réclamations pour les personnes concernées, les clients apprécient la réaction transparente, équitable et rapide de Vetropack. Ils souhaitent également des séries plus petites et un choix

de gammes plus adapté à leurs différents clients. Les clients ne sont, à quelques rares exceptions, pas satisfaits des conditions de paiements et considèrent que la production n'est pas suffisamment flexible.

Vetropack prend très au sérieux les souhaits exprimés par ses clients. Diverses mesures ciblées vont permettre de répondre encore mieux aux besoins de la clientèle. Les clients doivent notamment être mieux informés des prestations déjà existantes. Lorsque la gamme standard ne propose pas l'article souhaité, la conception d'un modèle Vetropack personnalisé peut en effet être envisagée avec des spécialistes Vetropack. Les possibilités sont presque illimitées.

Quelques prestations sont moins sollicitées par les clients que lors de la dernière enquête. Il s'agit toujours en premier lieu de la planification commune des besoins, suivi du développement d'emballages en verre individuels. Le service de conseil proposé en parallèle est toutefois nettement moins sollicité. Il convient à présent de comprendre les raisons de cette évolution. Une équipe Vetropack travaille d'ores et déjà sur ce sujet.

Le nouveau site Internet et le nouveau catalogue en ligne sont également largement utilisés. Le catalogue électronique est particulièrement apprécié par les clients. Il est à l'heure actuelle devenu totalement incontournable.

RECYCLAGE

Journée des partenaires à St-Prex

Organisée par Peter Reimann, responsable du recyclage auprès de Vetropack Suisse, la journée des partenaires pour le recyclage a lieu tous les deux ans. Elle a pris une tonalité particulière cette année parce que c'était la dernière de Peter Reimann qui part à la retraite à la fin de l'année. L'événement qui s'est déroulé à l'usine Vetropack suisse de St-Prex a réuni une soixantaine d'invités.

La journée des partenaires était placée sous le thème «Recyclage du verre, un cycle qui marche». Après un court exposé de Philippe Clerc, chef de l'usine Vetropack de St-Prex, sur l'histoire de la verrerie, Christine Arnet, responsable des ventes pour la Suisse, a rendu compte des chiffres des ventes de l'année écoulée. Elle a établi un lien entre les informations données et le thème du jour en démontrant clairement la manière dont l'usine Vetropack suisse contribue à la réduction des émissions de gaz à effet de serre et de CO₂ grâce à la précieuse matière première secondaire qu'est le verre. Marc Kuster, successeur de Peter Reimann était également sur place. Il a noué de premiers contacts avec les futurs partenaires et collègues en profitant de l'occasion pour se familiariser davantage avec la thématique. Les invités ont pu



voir sur le vif comment sont produits les récipients en verre à l'occasion de la visite guidée de l'usine, de la préparation du calcin au produit fini prêt à l'envoi sur les palettes en passant par la fusion et le façonnage de la masse de verre en fusion.

GLASS PACK

Nouveau salon en Italie

Le premier salon GLASS PACK s'est tenu le 8 juin à Pordenone, en Italie, à une soixantaine de kilomètres de Venise. Vetropack Italia y a été présente avec un stand.



Les visiteurs du salon GLASS PACK ont pu s'y informer sur les produits de 65 exposants, et ce, pas seulement sur les différents stands mais aussi dans une unité de production séparée. Vetropack Italia et les autres exposants y ont mis leurs produits en valeur sur différents présentoirs. Divers séminaires et conférences étaient proposés aux visiteurs parallèlement à cette exposition des produits et services. L'une de ces conférences consistait à présenter différentes entreprises. Marcello Montisci, responsable Marketing/vente/planification de la production de Vetropack Holding, a saisi l'occasion pour présenter le groupe Vetropack et son développement. Il a insisté sur l'importance du marché et de l'environnement commercial italien.

GLASS PACK est un nouveau salon organisé en Italie qui s'adresse à l'ensemble de l'industrie du verre d'emballage. Du design et de la décoration à la production et aux modes de conditionnement, différentes entreprises y ont présenté leurs gammes de produits et services.

FEST.A CROPAK

Utilisation innovante : bouteilles standard pour la bière artisanale

Un concept de marque réussi intégrant le nom et la présentation des étiquettes transforme une bouteille standard en emballage star. La gamme de bières artisanales de la brasserie Pivovara Medvedgrad de Zagreb a été primée pour son design innovant lors du salon croate Cropak.

Chaque année, les emballages les plus réussis lancés sur le marché croate sont récompensés à l'occasion du salon de l'emballage Cropak. La catégorie «Brasseries artisanales» a cette année été évaluée pour la première fois. Vetropack Straža a décerné le prix à la brasserie de Zagreb Pivovara Medvedgrad.

Depuis 2013, cette brasserie conditionne notamment ses bières artisanales dans des bouteilles standard brunes à

usage unique produites dans l'usine Vetropack croate. Cette pratique est courante dans de nombreuses autres brasseries. Mais le design particulier de l'étiquette et leur nom rendent ces bières artisanales uniques, tout comme leurs bouteilles, qui constituent à elles seules un véritable spectacle.

L'étiquette a été conçue par Andrea Knapić, en collaboration avec Tomislav Tomić et Vedran Klemens. Les trois artistes se complètent à merveille tout en partageant une forte indé-



pendance. Andrea Knapić dispose d'une vaste expérience dans la création graphique et la conception web. Tomislav Tomić est célèbre pour ses illustrations de livres et Vedran Klemens est un illustrateur et un graphiste reconnu. Sur les étiquettes, le trio d'artistes évoque des histoires que l'on raconte à Zagreb depuis des décennies et plus encore.

L'Indian Pale Ale s'appelle par exemple «Galopin» (croate: fakin). Fakin est un terme très local utilisé à Zagreb et en Istrie. Une autre bière porte le nom de Baltazar, en hommage au Professeur Baltazar, héros de dessin animé, dont les inventions étranges ont facilité la vie de ses semblables. Le nom de la sorcière de Grič (croate: Grička vještica) se

retrouve même sur une étiquette. Grič désigne également un quartier de Zagreb.

Les jolies étiquettes sont fabriquées dans un papier multicolore et entourent tout le ventre de la bouteille. Elles sont complétées par un collier représentant le logo de la brasserie. Ce dernier est identique pour toutes les bouteilles de cette série.

La remise des prix a eu lieu le 25 mai lors du salon Cropak. Tihomir Premužak, directeur de Vetropack Straža, a remis une statuette Cropak au lauréat de la catégorie «Brasseries artisanales». La statuette a été reçue par Petar Nauković, responsable de l'innovation de la brasserie Pivovara Medvedgrad. «Nous sommes très honorés car les emballages qui concourraient pour le prix étaient tous de grande qualité et intéressants», a-t-il alors déclaré. «Nous savons tous à quel point la présentation des produits est importante et sommes par conséquent très fiers de la récompense obtenue pour notre emballage de bière artisanale. Le marché de la bière artisanale est en plein essor et les innovations dans ce domaine ne vont donc pas tarder à fleurir, aussi bien dans le domaine de l'emballage que de celui de la qualité. Nous nous réjouissons par avance de relever ces nouveaux défis.»



UKRAINIAN PACKAGING STAR

Nouvelle teinte pour une nouvelle étoile

Vetropack Gostomel a gagné sa treizième étoile au concours de l'Ukrainian Packaging Star 2017. Cette fois ci, c'est la bouteille de 0,75 l pour le vin Vardiani qui a remporté ce concours national de l'emballage.



La bouteille de vin «Bordolesse light 750 ml» de la gamme standard a séduit le jury par sa légèreté et sa teinte Cuvée nouvelle pour Vetropack Gostomel. L'usine Vetropack ukrainienne utilise le procédé du «soufflé-soufflé» pour cette bouteille jetable. Grâce à cette technologie, elle ne pèse que 400 grammes et est ainsi plus légère de 40% que les bouteilles de vin courantes. Le verre allégé réduit à la fois les frais et les émissions de CO₂. Malgré leurs parois fines, ces bouteilles sont aussi stables et résistantes que les récipients plus lourds.

L'innovante teinte «Cuvée» de la bouteille a été le second aspect déterminant. Elle protège encore mieux le précieux contenu de l'influence nuisible de la lumière. Le jury y a été particulièrement sensible. La bouteille en verre allégé avec bague plate qui existe aussi en blanc, en marron, en verre et en teinte olive est l'une des bouteilles en verre les plus appréciées pour le vin sur le marché ukrainien.

C'est la dix-neuvième fois en tout que Vetropack Gostomel a participé au concours Ukrainian Packaging Star. La remise des prix a eu lieu dans le cadre du salon «Pack-Expo» en mars à Kiev.

FRIENDS OF GLASS

«Endless Lives of Glass» reconnue meilleure campagne sur les médias sociaux 2017

Friends of Glass a largement diffusé la campagne «Endless Lives of Glass» sur les réseaux sociaux. Son succès a été tel qu'il lui a valu le prix «International & European Association Award» dans la catégorie Médias sociaux.

Vous vous souvenez sans doute des bouteilles en verre parlantes de Friends of Glass. Lancée il y a un an environ, la campagne «Endless Lives of Glass» se consacre avec humour et de façon instructive au recyclage du verre. Des vidéos à caméra cachée ont été tournées à cet effet dans divers supermarchés européens. Une bouteille en verre y interpelle par exemple différents clients depuis son rayon et engage avec eux une conversation sur la vie perpétuelle du verre. Ces bouteilles très loquaces expliquent aux clients interloqués que le verre peut se recycler à l'infini en nouvelles bouteilles ou en nouveaux verres de conserve.

Comme la campagne #MapYourTaste menée il y a deux ans, «Endless Lives of Glass» a été développée avec succès sur les réseaux sociaux avec, à la clé, le prix «International & European Association Award» dans la catégorie Médias Sociaux.



Best Social Media Campaign
www.associationawards.org



DURABLE

Bouteille en verre allégé pour le bien de l'environnement

Le domaine Schwertföhrer 47er a été désigné domaine viticole de l'année lors du gala des vins de Basse-Autriche. En guise de prix, la société Raiffeisen Ware Austria a remis au lauréat un lot de 10 000 bouteilles de vin durables «Nachhaltig Austria» produites par Vetropack Austria.

Cela fait une bonne année qu'on trouve les bouteilles de vin durables «Nachhaltig Austria» dans les rayons des entrepôts Raiffeisen largement achalandés en produits et services dans les domaines de l'agriculture, de la technique agricole, de l'énergie, des matériaux de construction ainsi que de la maison et du jardin. RWA Raiffeisen Ware Austria a développé la bouteille de verre allégée composée à près de 80% de verre recyclé conjointement avec Vetropack Austria GmbH.

Choix clair en faveur de l'environnement et des produits locaux

En conditionnant leurs produits dans cette bouteille produite selon des procédés durables, les viticultrices et viticulteurs, tout comme les autres producteurs de boissons, font un choix clair en faveur du respect de l'environnement et des produits locaux. La bouteille en verre allégée est facilement reconnaissable à son empreinte «Nachhaltig Austria» (durable Autriche) sur son fond. Elle existe comme bouteille de bordeaux en Olive

et en Primeur (350 grammes) ainsi que comme bouteille de Vin du Rhin de teinte Cuvée (410 grammes). Toutes sont munies d'un capuchon vissé BVS (Bague Vin Suisse).

Produit primé

La bouteille durable autrichienne a été récompensée en 2016 par une nomination au prix national autrichien «Smart packaging». Vetropack Austria et RWA se sont présentés ensemble à la remise du prix. Elle a également reçu le très renommé prix environnemental «Green Packaging Star Award».



A l'occasion du gala des vins de Basse-Autriche, le domaine Schwertföhrer 47er a été élu domaine viticole de l'année et récompensé du prix spécial RWA consistant en 10 000 bouteilles de vin durables autrichiennes. Le domaine est ainsi parfaitement armé pour aborder la prochaine saison. Vetropack Austria était représentée à ce gala par Franz Rosner, responsable de la distribution Vins, mousseux et spiritueux.

QUALITÉ PREMIUM

Elégante bière blonde

L'usine Vetropack ukrainienne produit les nouvelles bouteilles en verre de couleur verte pour la bière Ciuc de Heineken Roumanie. Le produit est disponible en deux formats: 0,33 l et 0,5 l.

Heineken Roumanie a commercialisé au printemps la nouvelle bouteille en verre verte de Vetropack Gostomel. Les bouteilles de 0,33 l et de 0,5 l se caractérisent par leur design classique. Le long col et les épaules aux douces courbes surmontent élégamment le corps svelte de la bouteille. L'inscription «QUALITÉ PREMIUM - PRODUIT EN ROUMANIE DEPUIS 1974» gravée en majuscules sur la face avant capte le regard. La bouteille de 0,33 l possède une fermeture à capsule couronne vissée et celle de 0,5 l une capsule couronne simple.

La bière blonde bien connue est produite par la brasserie Miercurea Ciuc qui est l'une des quatre brasseries du groupe Heineken Roumanie. Tout comme le design de la bouteille, la bière blonde avec ses ingrédients tels que l'eau, le malt d'orge et le houblon a de quoi séduire.



EAU DE VIE

Distillerie de grande classe

Les raffinées eaux de vie de fruits de la distillerie Freihof sont conditionnées dans des bouteilles fabriquées par Vetropack Austria. Les fruits utilisés prospèrent dans la région du Vorarlberg et proviennent des meilleures zones de culture d'Europe. Ils confèrent un arôme particulièrement intense aux spiritueux.

La distillerie Freihof conditionne ses eaux de vie dans de hautes bouteilles sveltes en verre blanc provenant de l'usine Vetropack autrichienne de Pöchlarn. Au-dessus de la sobre étiquette des bouteilles de 0,5 litre et 1 litre, la gravure «Freihof 1885» capte le regard. C'est l'année de fondation de cette distillerie du Vorarlberg. Une élégante capsule d'un blanc immaculé couronne les bouteilles d'un litre à capuchon vissé. Il en est de même pour la variante de 0,5 litre avec son bouchon à rebord.

Les fruits distillés selon des méthodes traditionnelles proviennent essentiellement de la vallée du Rhin qui jouit d'un excellent climat. La «gamme Freihof 1885» avec huit arômes différents a été développée l'année dernière. Elle va de la poire Williams, grand classique, à une fraîche et fruitée saveur «orange sanguine» en passant par la gentiane. Les eaux de vie distillées à 100% à partir de fruits et de baies, sans additifs ni arômes artificiels, sont aussi délicieuses pures qu'en long-drink ou en cocktail.



DÉLICES CHOCOLATÉS

Douce tentation

L'entreprise traditionnelle viennoise STAUD'S associe des fruits et du café au chocolat. C'est Vetropack Austria à Pöchlarn qui produit le verre blanc de 0,12 l pour ces créations en vogue.

Le verre octogonal à couvercle noir est la marque de fabrique du traiteur autrichien de renommée internationale STAUD'S à Vienne. Ces récipients d'une contenance de 37 à 580 ml pour des spécialités de choix sont produits par Vetropack Austria. Plus de 220 variétés de gourmandises sucrées et acides sont désormais disponibles dans des verres Vetropack. Dans ses plus récentes compositions, STAUD'S sublime des fruits et du café avec une couche de chocolat grand cru de la maison Felchlin, chocolatier suisse traditionnel. L'incomparable verre de 0,12 l fabriqué par l'usine Vetropack autrichienne de Pöchlarn est une première expérience tactile dès l'instant où on le saisit dans le rayon. Son couvercle noir et son étiquette, elle aussi de couleur sombre, renforcent l'impression de noblesse.

Les nouvelles douceurs existent en quatre variétés: framboise, cerise acide, banane et café. Sur une simple tartine de pain ou utilisés pour sublimer des desserts, les excellents ingrédients sont garants d'une saveur exquise et chocolatée.



AUTHENTIQUE

Pur malt

L'usine croate Vetropack Straža fabrique les nouvelles bouteilles en verre de couleur verte pour la bière Laško de la brasserie «Pivovarna Laško Union». La recette traditionnelle au pur malt confère son amertume intense à cette bière slovène.

La brasserie Heineken slovène «Pivovarna Laško Union» présente sa bière non pasteurisée Laško dans de nouvelles bouteilles en verre de Vetropack Straža. C'est la bouteille Eurobière de la gamme standard qui a servi de base à cette bouteille de 0,5 litre de couleur verte. Le corps du nouveau modèle est légèrement plus fin et plus haut. Cette bouteille réutilisable munie d'une fermeture à capsule couronne brille par son design sobre. Le lettrage blanc sérigraphié sur la bouteille par la société autrichienne Print Glass Kurt Mayer offre une vue dégagée sur le contenu.

La bière est brassée selon une recette traditionnelle pur malt. Elle offre un arôme frais de houblon avec l'amertume authentique si caractéristique des bières slovènes.





TRADITION ET QUALITÉ

Verre, vin et rock'n'roll

La Petite-Arvine de la Sélection Chris Slade produite par la Cave «des Bernunes», subtil nectar valaisan, est embouteillée dans un élégant écrin de verre issu de l'usine Vetropack de St-Prex.

Si la musique d'AC/DC est puissante et théâtrale, la bouteille en verre de teinte «cuvée» issue de la gamme standard Vetropack est plutôt sobre et diaphane. Seul l'éclair rouge ornant l'étiquette et la signature argentée du batteur d'AC/DC Chris Slade tranchent sur cette bouteille de 0,75 litre. La sobriété de la bouteille magnifie la somptueuse Petite-Arvine, vin produit à partir d'un cépage ancien et traditionnel au Valais, qu'elle contient. Sa présentation réussie est couronnée par un bouchon naturel.

Nicolas Zufferey de la Cave «de Bernunes» et Chris Slade ont présenté le vin au mois de mai dans le cadre des Caves ouvertes des vins du Valais. Les visiteurs ont eu droit à cette occasion à un intermède musical du batteur d'AC/DC.

BOISSONS VARIÉES

De fruité à amer

La brasserie romande Dr. Gab's propose du cidre et de la bière conditionnés dans des bouteilles en verre de Vetropack Suisse. Les deux boissons sont disponibles dans des bouteilles de 0,33 litre.

La bouteille en verre vert est assortie au cidre. Sa forme évoque celle d'une pomme, tout au moins au niveau du ventre. Le col de la bouteille va toutefois en s'amincissant, contrairement au style habituel des boissons à base de pommes. La boisson rafraîchissante conditionnée dans une bouteille de 0,33 litre est intégralement fabriquée à partir de pommes suisses. L'étiquette de couleur verte est également jolie et rafraîchissante.

Vetropack Suisse fabrique le récipient à fermeture par capsule couronne à la fois pour le cidre et pour les boissons au houblon de Dr. Gab's. Les amateurs de bière ont le choix entre quatre bières de saison et six bières classiques, telles que «Tempête» ou «Chameau». La gravure «DR. GAB'S» orne l'un des côtés de la bouteille cuvée au design sobre. Bières blondes et fruitées, bière brune ou Pale Ales amères: la brasserie fabrique des bières pour tous les goûts. Le processus de fermentation en bouteille, au cours duquel le gaz carbonique se développe de manière naturelle, est identique pour toutes les bières. Résultat: des bières sur lie non filtrées qui se bonifient avec le temps.





NATURELLEMENT AMBRÉE

Trait d'union entre la Belgique et la Suisse

De la rencontre fortuite entre un Suisse et deux Belges est née l'innovante bière «L'Echappée». Ce jus d'orge blond comme la paille du domaine Rouvinez est distribué dans des bouteilles en verre provenant de l'usine Vetropack ukrainienne.

La nouvelle bouteille en verre de 0,375 litre de Vetropack Gostomel pour la bière du domaine Rouvinez, en Valais, en Suisse, est d'une beauté incomparable. Son corps sobre se marie en toute fluidité avec le goulot qui allonge la bouteille comme si elle était tirée par un fil. La capsule-couronne jaune se démarque du brun foncé de la bouteille en offrant un joli contraste. Tel le foulard d'une bohémienne, l'étiquette, sobre elle aussi, s'enroule avec audace autour du col.

L'innovation «la plus dingue en 70 ans d'histoire des chais» est née en Belgique. Au cours d'un voyage, Frédéric Rouvinez, responsable de la gestion de l'entreprise familiale, y a rencontré deux jeunes brasseurs de Liège. Cette rencontre a donné naissance à une bière belge ambrée non filtrée avec un mélange secret de levures belges et d'eau des Alpes suisses. Parmi les ingrédients on peut aussi citer le malt d'orge torréfié et caramélisé, le malt de froment et le houblon.

SHAKE IT

Boissons saines à portée de main

Un nouveau récipient à boissons en verre fait un tabac parmi les personnes actives et soucieuses de leur santé. La bouteille en verre blanc de 0,65 litre du shaker est fabriquée à l'usine Vetropack croate.

Si vous aimez boire un shake ou un smoothie fait soi-même quand vous êtes en déplacement, vous pouvez maintenant emmener votre boisson favorite dans le pratique shaker en verre de Vetropack Straža. La forme cintrée de la bouteille de 0,65 litre permet un mixage aisé des boissons. C'est idéal quand on manque de temps pour préparer la boisson chez soi: on peut secouer le shaker n'importe où. Le récipient est cerclé de bagues en silicone qui lui confèrent une grande solidité. Le shaker peut ainsi être utilisé sans crainte même lors d'activités sportives. Les graduations gravées dans le verre facilitent le dosage des ingrédients. Ce produit exclusif qui constitue une excellente idée de cadeau, même à se faire soi-même, est distribué par la société slovène GlassShaker d.o.o. Le shaker en verre peut même être personnalisé en gravant le texte souhaité dans les bagues en silicone.

Le verre protège son contenu contre tout facteur extérieur. Les arômes et les vitamines sont ainsi conservés à long terme sans altération. Un argument de poids pour les amateurs de boissons saines!



PRÉCIEUSE

Eau raffinée

L'usine Vetropack slovaque produit les bouteilles en verre blanc destinées à l'eau de source primée AUR'A venue de Roumanie. Cette eau contenant de l'or et de l'argent est disponible dans deux contenances.

Les concepteurs de verre de Vetropack Nemšová ont développé pour l'eau de source AUR'A issue des montagnes de Banat, en Roumanie, des bouteilles en verre blanc de 0,75 et 0,33 litre. Mince, haute et sobre, la bouteille présente une surface lisse comme un miroir. La zone d'épaule prononcée est particulièrement remarquable. Sur l'étiquette transparente, on peut voir de l'eau ainsi que le logo AUR'A représentant une femme dont les cheveux longs se transforment en vagues au-dessus des épaules.

L'eau de source présente une forte teneur en pH et contient des particules d'or et d'argent très bonnes pour la santé. Une bouteille de 0,5 litre est en cours de planification. L'eau de qualité est bien protégée dans la bouteille en verre et conserve tous ses précieux composants.



ÉLÉGANCE CORSÉE

Le café en beauté

Vetropack Nemšová a élaboré un nouveau design pour l'emballage en verre de la nouvelle gamme INTENSE de la marque de café israélienne Elite. Le produit se distingue par son intense arôme d'espresso.

La marque de café Elite est l'un des leaders du marché en Israël. Les spécialistes du verre de l'usine Vetropack slovaque ont développé un nouveau design pour l'emballage en verre de sa nouvelle gamme INTENSE. Le verre blanc à bouchon vissé est à la fois sobre et enjoué. Large d'épaules, le corps s'affine jusqu'au fond du verre avant de redevenir aussi large que les épaules. Les couleurs coordonnées du couvercle et de l'étiquette soulignent l'aspect harmonieux de l'ensemble.

Le récipient en verre de 566 ml met merveilleusement en valeur la combinaison unique de café lyophilisé et d'espresso fraîchement torréfié. Le café Elite fait partie du groupe Strauss Coffee BV qui est présent dans plus de vingt pays. Il y a cinq ans, cette entreprise a racheté les «Norddeutsche Kaffeewerke GmbH» en Allemagne où ce nouveau café est produit.



PREMIUM

100% nature

L'eau minérale cristalline Morshynska provient des Carpates ukrainiennes et fait partie des eaux minérales les plus populaires en Ukraine. Les bouteilles en verre dans lesquelles elle est conditionnée proviennent de l'usine Vetropack ukrainienne.

La nature nous livre le contenu parfait et les spécialistes du verre lui donnent l'écrin idéal. L'eau minérale de qualité supérieure Morshynska Premium conjugue ces deux atouts. C'est Vetropack Gostomel qui produit les bouteilles pour ce désaltérant naturel. Elles ont adopté un nouveau look et existent en trois formats: 0,33, 0,35 et 0,75 l. Avec ses lignes épurées et élégantes, avec son long col qui épouse le corps en douceur, cette bouteille en verre blanc offre un aspect général harmonieux. Son capuchon vissé est vert ou argenté selon qu'elle est gazéifiée ou non. L'étiquette transparente est à la fois sobre et élégante.

Dans l'élan du lancement de sa nouvelle bouteille en verre, Morshynska a créé un prix environnemental censé sensibiliser plus fortement la population à la thématique d'une alimentation saine. Ce prix a remporté un vif succès auprès de producteurs, de blogueurs et de personnalités de renom.



PROTECTION CONTRE LES UV

Rafraîchissante à souhait

La nouvelle limonade au houblon HOPS de la brasserie Zipf, qui fait partie de Brau Union Autriche, est bien protégée contre la lumière. Sa bouteille en verre blanc produite par Vetropack Straža se distingue en effet par une protection contre les UV intégrée.

La brasserie Zipf de Haute-Autriche a fait le choix de lancer une boisson sans alcool et sa nouvelle création à base de bière HOPS cartonne littéralement. Les boissons sans alcool à base de bière sont en effet de plus en plus populaires. La bouteille en verre blanc de 0,33 litre de cette nouvelle boisson est fabriquée par Vetropack Straža. Elle est caractérisée par une protection contre les UV intégrée. Les composants anti-lumière ne sont ajoutés à la masse en fusion qu'au stade du feeder (avant-creuset). Les épaules de la bouteille sont ornées de l'incomparable logo de la brasserie Zipf. Son socle porte l'inscription «Brasserie Zipf». La bouteille de 0,33 litre est aussi fabriquée en teinte brune dans l'usine Vetropack de Kremsmünster.

La limonade HOPS est sublimée par six variétés différentes de houblon. Grâce à des touches de fleur de houblon, à un délicieux jus de citron et à une pointe de bière Zipf sans alcool, cette boisson fera le bonheur des amateurs adultes. Elle est légèrement moins sucrée que les autres limonades.



SIMEI@DRINKTEC

Perspectives captivantes

Le salon SIMEI@drinktec se tiendra du 11 au 15 septembre à Munich, en Allemagne. Vetropack y sera présent avec un grand stand pour y présenter la large gamme de produits de toutes ses filiales.

Le premier salon SIMEI s'est tenu en 1963 à MILAN. Il est réputé être le salon phare de la technologie œnologique. Cette année, il se tient à Munich dans le cadre du salon drinktec, le salon de l'industrie des boissons et des aliments liquides, qui a lieu tous les quatre ans. Comme le rythme du salon SIMEI est biennal, il alternera dorénavant entre Milan et Munich.

Sur son stand, le groupe Vetropack présentera la grande diversité de ses bouteilles de vin en verre. Entre les di-

vers modèles standard et les modèles clients uniques des différentes filiales, les visiteurs auront un panorama détaillé de la production de récipients en verre pour des boissons. Parallèlement aux bouteilles pour vins et mousseux, Vetropack présentera bien sûr aussi de nombreux autres produits pour des boissons et des denrées alimentaires. Venez nous retrouver au stand 437, halle C2, et laissez-vous séduire par la diversité de Vetropack.



ÉCHANGE DE DONNÉES INFORMATISÉ

Une transmission rapide et automatique

Vetropack Austria est le premier fournisseur du fabricant autrichien de produits alimentaires et de boissons Spitz à organiser l'ensemble de son processus de commande au moyen de l'échange de données informatisé automatique.

Le fabricant de produits alimentaires et de boissons Spitz utilise pour ses produits les récipients en verre de Vetropack Austria. Depuis plus d'un an, les deux entreprises échangent les données sous forme électronique. L'échange de données s'effectue via l'EDI (electronic data interchange). Vetropack est à ce jour l'unique fournisseur de Spitz à utiliser intégralement l'échange informatisé avec l'entreprise. De la commande à la livraison, le processus commercial se déroule de manière rapide et automatique par le biais des programmes d'application des deux entreprises, dans la mesure où il s'agit de commandes standard. Un contact direct est toutefois nécessaire dès que les délais ou les quantités diffèrent de la norme. Mais les modifications sont ensuite à nouveau saisies dans le système.

Toutes les informations relatives à la livraison sont transmises au moment de la commande. Spitz reçoit alors un code (Serial Shipping Container Code) qui est également imprimé sur les étiquettes des palettes. En cas de réclamation, ce code-barres permet d'identifier facilement la

palette et de remonter rapidement et efficacement jusqu'à la production.

«L'EDI nous permet de travailler encore plus efficacement»



Vetrotime s'est entretenu avec Günther Heimbuchner, responsable de la logistique chez S. Spitz GmbH, à propos de son expérience de l'échange de données informatisé.

Quels sont les avantages que vous procure l'échange de données informatisé? Le passage à l'EDI a supprimé l'envoi des commandes par e-mail. Étant donné le grand nombre de commandes que nous recevons, les tâches

administratives se trouvent ainsi considérablement réduites. Le contrôle des confirmations de commande disparaît par exemple pour les commandes standard. Le processus de réception des marchandises est par ailleurs accéléré car les données sont directement reprises dans le système et ne doivent plus être saisies manuellement.

Quels avantages l'EDI apporte-t-il à votre entreprise en termes de traçabilité de vos marchandises? Au moment de la commande, toutes les informations pertinentes de Vetropack Austria sont saisies dans notre système. Aucune autre entrée manuelle n'est plus nécessaire. Le facteur temps, qui a pu être considérablement réduit grâce à l'EDI, joue ici aussi un rôle important.

Dans quelle mesure le mode de travail entre S. Spitz GmbH et Vetropack Austria s'est-il trouvé modifié depuis la transmission des commandes via l'échange de données informatisé? La phase de démarrage génère bien entendu un surcroît de travail. Il convient également d'optimiser en interne les processus en amont et en aval.

Les processus doivent être irréprochables pour que l'EDI fonctionne et apporte aux collaborateurs une aide ciblée. Le système s'est depuis stabilisé et nous en sommes très satisfaits.

Quelles prochaines étapes prévoyez-vous dans la collaboration EDI avec Vetropack Austria? La prochaine étape doit permettre la transmission et la délivrance automatiques des factures dans notre système. La méthode traditionnelle est à l'heure actuelle encore appliquée.

Comment l'échange électronique de données devrait-il évoluer? Existe-il selon vous un potentiel d'amélioration? Nous devons davantage nous concentrer sur la gestion des rampes, à savoir la coordination de l'ensemble des processus de chargement et de déchargement sur la rampe. Les temps d'attente pourraient ainsi être réduits des deux côtés. Un avis de réception de marchandises, que nous ne recevons pas encore automatiquement, serait également pratique et nécessaire.



CONCOURS DE DESSIN

Le recyclage facile

Ce printemps, l'usine Vetropack tchèque de Kyjov a lancé un concours de dessin parmi les élèves de l'école primaire locale. Les enfants ont reproduit en dessins la manière dont ils perçoivent le recyclage et donné libre cours à leur imagination quant aux multiples possibilités du verre.



Organisé par Vetropack Moravia Glass, ce concours pour élèves du primaire a remporté un franc succès. Plus de 150 dessins différents ont été soumis. L'idée du concours était de sensibiliser les enfants au recyclage et à la valeur du verre usagé. «Nous sommes heureux d'avoir reçu autant de magnifiques dessins. Le grand nombre et la diversité des œuvres nous ont surpris et nous ont incités à décerner aussi un prix spécial à un livre d'images créatif», souligne Regína Bělohoubková, co-organisatrice du projet et assistante du directeur de Vetropack Moravia Glass. Karolina Bystřická, assistante Vente et Marketing, ajoute: «Oui, c'était vraiment difficile de choisir les plus beaux parmi tous ces beaux dessins. Chacun avait son charme et nous aurions volontiers décerné un prix à tous les enfants».

L'art du choix

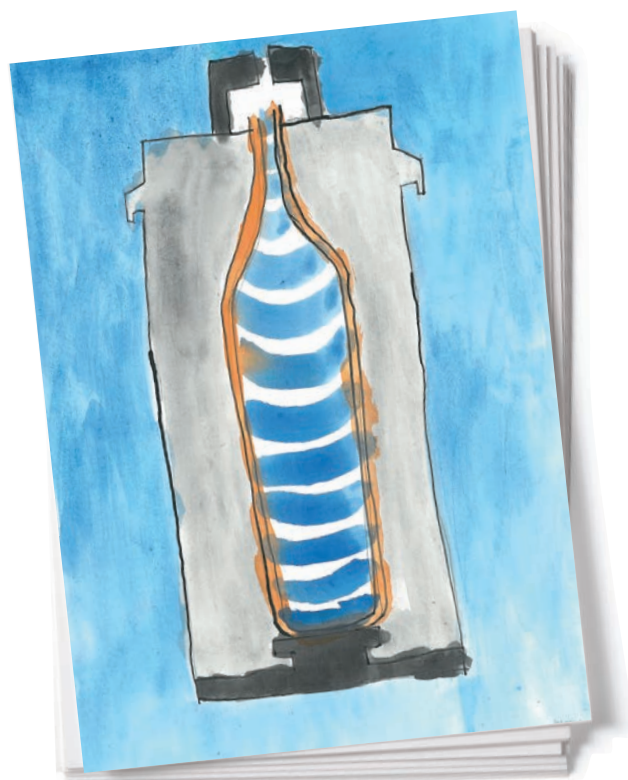
Vetropack a fait appel à l'artiste russe Vladimir Abramuszkín qui vit à proximité de la verrerie pour sélectionner les lauréats. Il explique son choix des gagnants: «Le regard que je porte sur les dessins est déterminé par les émotions qu'ils suscitent. Les enfants ont beaucoup d'imagination et le vaste éventail d'approches différentes m'a à la fois fasciné et touché».

Les lauréats ont été invités à la verrerie de Kyjov pour la remise des prix. L'une des gagnantes s'appelle Dáša Ježová. Elle a 15 ans et souffre du syndrome d'autisme. «J'aime

dessiner et je suis ravie d'avoir gagné. Je continuerai de dessiner, surtout des personnages fabuleux», dit-elle. Zdeňka Ježová, sa fière maman était également rayonnante de bonheur: «Je me réjouis énormément pour elle et compte bien sûr continuer de la motiver pour cette activité artistique».

Gregor Gábel, directeur de Vetropack Moravia Glass, a remis à chacun des treize lauréats un bon d'achat d'un magasin de sport. Treize des dessins présentés ont été choisis pour un calendrier: un pour la couverture et un pour chaque mois de l'année 2018. «Il est important que les enfants apprennent pourquoi le verre doit être trié par couleurs quand il est mis au recyclage. Ils protègent ainsi la nature tout en contribuant activement à la préservation de l'environnement pour les générations futures. Je suis très fier de ces enfants», souligne-t-il.

À l'issue de la remise des prix, tout le monde a été convié à un petit apéritif avant une courte visite de l'unité de protection. Les enfants ont été impressionnés par la visite ainsi que par le bruit des machines et la chaleur dégagée.



CRÉATIVITÉ

GlasSharing séduit des classes italiennes

Des écoles italiennes ont, pour la 10^e fois, participé au projet GlasSharing. Des élèves des niveaux primaire et secondaire ont soumis plus de 270 projets axés sur le verre et sur son recyclage. La remise des prix s'est déroulée dans les locaux du ministère de l'éducation à Rome.



Pour la 10^e édition de «GlasSharing» (voir encadré), les élèves qui participaient au concours pouvaient choisir l'un des trois thèmes suivants: «Environnement, collecte et recyclage», «Sécurité alimentaire et santé» et «Le verre et son importance». Le concours a rencontré un grand succès dans les écoles primaires et secondaires: plus de 270 projets ont été proposés.

La première place dans la catégorie École primaire a été remportée par la classe 4A de l'école Collodi de Ceggia, en Vénétie (Italie du Nord), pour la pièce de théâtre «Pietro – le verre» écrite par ses soins. Cette pièce aborde le thème du recyclage créatif des bouteilles en verre et des verres à conserve, par exemple sous forme de décorations de Noël.

C'est la classe 3A de l'école Giovanni de Maserà, également en Vénétie, qui a remporté le premier prix dans la catégorie École secondaire. Les élèves ont réalisé en version trilingue un magazine de jeux original intitulé «Le verre», autour du thème du caractère éternel du verre et de son recyclage.

Inciter au recyclage

«Pour le concours de cette année, nous souhaitons mettre en évidence les avantages du verre comme matériau d'embal-

lage», déclare Marco Ravasi, président du département Verre d'emballage chez Assovetro. Franco Grisan, président de CoReVe, ajoute qu'il est important pour les jeunes d'être sensibilisés au recyclage et à ses avantages. Car le verre est un matériau naturel 100 pour cent recyclable. Le recyclage préserve par ailleurs les ressources, améliore le bilan écologique et génère des économies d'énergie.

GlasSharing

Le projet scolaire italien GlasSharing s'adresse à des élèves de l'école primaire (deux dernières années uniquement) et de l'école secondaire. Le concours bénéficie du soutien d'Assovetro (association nationale de l'industrie du verre) et de CoReVe (Consorzio Recupero Vetro, organisation nationale du recyclage du verre).

SECONDE VIE

Upcycling à la finlandaise

L'univers du design finlandais est connu et apprécié bien au-delà des frontières du pays. Esthétique et bien conçu, ce design est culte. Il en est de même pour l'art finlandais du verre, merveilleusement adapté à un usage au quotidien.



Quand il est question de design et de verre finlandais, le vase asymétrique Aalto avec sa forme ondulée qui est aussi connu sous le nom de vase Savoy, est le premier objet qui nous vient à l'esprit. Ce vase est en effet l'un des objets en verre les plus célèbres au monde. C'est l'architecte et designer Alvar Aalto qui a créé cette collection de grands classiques des vases en verre avec son épouse Aino en 1936. Aujourd'hui ils sont devenus des icônes du design scandinave. On dit que ce vase s'inspire des paysages finlandais : simples mais en aucun cas monotones grâce à d'innombrables montagnes, forêts et lacs. Le vase Aalto a été présenté pour la première fois au public lors de l'Exposition universelle de Paris en 1937. Pour fabriquer seulement quelques exemplaires, Alvar Aalto a engagé sept souffleurs de Verre qui y ont travaillé seize heures. Les vases d'origine avaient été réalisés sur commande du restaurant de luxe Savoy à Helsinki, ce qui explique le deuxième nom. La forme de ce vase original reste extrêmement populaire à ce jour. De nombreux verriers produisent désormais des variantes de l'original. Comme à l'époque, l'éventail des teintes va de l'incolore au violet, au gris fumé et à l'opale en passant par le brun et diverses nuances de bleu et de rouge.

Les bases du succès mondial de l'art finlandais du verre étaient ainsi jetées. Tapio Wirkkala (1915-1985) a célé-

bré son premier grand succès en 1951 à Milan. Parmi ses créations les plus célèbres, il y a un vase en verre inspiré de la forme d'une chanterelle. Plus tard, Tapio Wirkkala a aussi travaillé pour l'entreprise Rosenthal, célèbre pour sa porcelaine.

Comme pour le vase Aalto, de nombreux motifs de ce designer sont empruntés à la nature. C'est particulièrement vrai pour ses œuvres en verre. Le verre est en effet un matériau idéal pour reproduire la pureté de la nature et la diversité de ses structures à travers un langage de la forme original. Les artistes Jukka Isotalo et Jan Torstensson qui représentent la jeune génération d'artistes verriers finlandais expriment aussi leur étroit attachement à la nature. Ils utilisent tous les deux du verre recyclé comme matière première. Ils s'en servent pour créer des objets du quotidien intemporels en verre dont l'utilisation est un plaisir. Ils reçoivent la matière première pour leurs œuvres des restaurants ou d'Alko, l'organisme public de vente d'alcool public finlandais.

«Abattage à froid»

Jukka Isotalo, né en 1962, a entre autres étudié le design industriel à l'université Aalto de Helsinki et fréquenté la renommée école du verre de la verrerie suédoise Orrefors. Son succès artistique a débuté avec des chandeliers qu'il



a créés à partir de bouteilles usagées. Il façonne le verre usagé en le coupant, en le taillant ou par sablage. Cette technique s'appelle «abattage à froid» dans le jargon technique. Les bouteilles de verre usagé prennent de nouvelles formes et leur surface change. Grâce à leur nouvel aspect et à leur nouvelle fonction, à mille lieues de leur usage d'origine, les objets qu'ils fabriquent deviennent des œuvres d'art. Parfois, Jukka Isotalo rompt aussi la forme froide du verre en leur ajoutant des fonds ou des couvercles en bois. Il crée des lampes, des plats, des verres et bien davantage encore. Jukka Isotalo a d'ailleurs créé les coupes remises aux vainqueurs de la coupe de monde de slalom à Levi, dans le nord de la Finlande en 2009. Il les a réalisées à partir de bouteilles de vin usagées. Comment pourrait-il en être autrement?

Chauffer et donner de nouvelles formes

Jan Torstensson, né en 1953, a appris le maniement du verre à titre professionnel. Il a en effet suivi une formation de trois ans de souffleur de verre. Il crée ses œuvres en chauffant du verre de recyclage et en le façonnant à chaud

pour en faire de nouveaux objets. Ses objets préférés sont les bouteilles de vin et piccolos. L'aéroport d'Helsinki Vantaa est le plus connu de ses fournisseurs de matière première. Comme il lui tient à cœur de produire de la façon la plus écologique possible, il utilise des appareils et des fours qu'il a lui-même développés. En 2009, il a été récompensé pour ses procédés de fabrication économes en énergie et pour ses créations en Finlande.

De la verrerie au studio de design

Iittala, plus célèbre entreprise de design sur verre, a été créée en 1881 et était alors une verrerie. Grâce à ses designers, cette entreprise est devenue mondialement célèbre dans les années 1930 et 1940. Elle comptait dans ses rangs Alvar et Aino Aalto, Kay Franck ou Tapio Wirkkala ainsi qu'Oiva Toikka que nous n'avons pas mentionné ici pour n'en citer que quelques-uns. Même si Iittala n'emploie plus ses propres designers de nos jours, les artistes verriers renommés y sont représentés avec leurs œuvres qu'on peut aussi y acheter. Il en est bien sûr de même pour les œuvres de Jan Torstensson et de Jukka Isotalo.

**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 45877714
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