

VETRO TIME

MARCHÉ
Bocaux en verre

CLIENTS
Nouveau
catalogue
en ligne

ART
Fascination billes
en verre



03 MARCHÉ	Emballage séduisant
06 CLIENTS	Clair, convivial et moderne
09 JUBILÉ	Célébrations en grande pompe
11 NOUVEAUX MODÈLES	Délices de marque haut de gamme
16 DISTINCTION	Partenariat constructif
18 ART	Billes en verre – une affaire qui roule



Chère lectrice, cher lecteur

«Le ballon rond» est le corollaire indispensable du monde du football. Il est aussi synonyme du suspense qui dure jusqu'au coup de sifflet final. Très pertinente pour le plus populaire des sports, cette description l'est tout autant pour le verre. Le verre s'inscrit en effet dans la rondeur, y compris au sens littéral, et est omniprésent dans notre vie quotidienne. Vous en doutez? L'article aux pages 18 et 19 ne manquera pas de vous convaincre. Du jeu à la médecine en passant par la circulation routière, les billes de verre sont utilisées partout. Et, pour en revenir au coup de sifflet final, les emballages en verre sont plus que jamais d'actualité: variés, colorés, durables et sains.

Notre nouveau catalogue en ligne est lui aussi une affaire tout en rondeur qu'il faut absolument découvrir. Vous y trouverez d'un clic de souris toute l'étendue de notre assortiment standard, classé par domaine d'utilisation, contenance, couleur ou type de fermeture, pour ne citer que quelques exemples de filtres possibles. Pour de plus amples informations sur le catalogue en ligne reportez-vous à la page 6 ou essayez tout simplement de vous y rendre. Le catalogue en ligne est consultable sur Internet à l'adresse www.vetropack.com. Vous avez le choix entre neuf langues (CZ, DE, EN, FR, HR, IT, RU, SK, UA).

À propos d'assortiment standard, l'un ou l'autre article en verre à col large que nous présentons dans ce numéro juste après l'éditorial figure également au catalogue en ligne. D'autres au contraire sont des «modèles clients»: des emballages en verre personnalisés et uniques en leur genre qui ont été développés en étroite collaboration avec un client et destinés à lui seul. Quelle que soit leur forme, les conserves en verre mettent toujours en scène leur contenu et le rendent encore plus attrayant dans les lumineux rayons des supermarchés.

Nous ne devons pas non plus manquer de mentionner la distinction que notre filiale autrichienne a reçue de l'un de ses clients. Le fabricant de produits alimentaires Spitz a en effet décerné à Vetropack Austria le «Premium Supplier Award» dans la catégorie «Boissons» (voir les pages 16 et 17). Cette distinction récompense le travail réalisé dans le domaine de la responsabilité sociale d'entreprise. À cet égard, je tiens encore à attirer votre attention sur notre rapport de développement durable. C'est le troisième rapport du genre établi comme toujours selon les directives GRI-G4 (Global Reporting Initiative). Tous nos rapports de développement durable sont téléchargeables sur notre site internet (www.vetropack.com) en allemand et en anglais. En d'autres termes, si vous consultez le nouveau catalogue en ligne, c'est l'occasion de jeter un coup d'œil à notre site Internet ou vice versa, la curiosité fera le reste.

Très cordialement,


Claude R. Cornaz



BOCAUX EN VERRE

Emballage séduisant

Légumes marinés, confitures de fruits, poisson ou viande: les choix d'aliments en conserve proposés dans les supermarchés est immense. Des idées ingénieuses s'imposent pour pouvoir sortir du lot. Les bocaux en verre de Vetropack confèrent à chaque produit un aspect inimitable.

Ils nous font de l'œil dans les rayons des supermarchés: les bocaux en verre remplis de petites gourmandises pour tous les goûts. Sucrée, douce, amère, salée, acide ou fraîche: toutes les saveurs préférées des consommateurs sont proposées dans un élégant emballage en verre.

Uniques et inimitables

Le contenu est idéalement mis en valeur dans des bocaux en verre blanc à l'éclat transparent ou primeur frais et sobre. L'assortiment Vetropack comprend aussi bien des modèles standard que des emballages en verre personnalisés, dont





la contenance s'étend des petits volumes à plus de trois litres. Les verres à conserves sont sobrement dotés d'une étiquette en papier classique, incarnation du «No Label Look» à la fois simple et moderne, ou d'un sleeve, un film tubulaire permettant la création d'un design plus prononcé. Quelle que soit la forme d'ornement choisie par le client, un design de qualité confère au produit une identité claire et un bon positionnement stratégique sur le marché. Car le choix proposé dans les supermarchés est immense. Sortir visuellement du lot nécessite une bonne planification. La forme, la couleur et les ornements variés du verre en font un produit unique et incomparable.

Élégante fermeture Deep Twist-Off

Presque tous les verres à conserve sont dotés d'une fermeture Twist-Off, célèbre pour le «plop» qu'elle émet à l'ouverture. Les fermetures dites «Deep Twist-Off» sont de plus en plus demandées. Elles apportent aux bocaux en verre une touche d'élégance supplémentaire par rapport au traditionnel couvercle Twist-Off. Vetropack Austria a récemment réalisé pour l'entreprise autrichienne Müller Glas une série de verres à conserves dotés de ce nouveau système de fermeture.

Formes de bocaux en verre

Les bocaux en verre sont fabriqués à l'aide du procédé pressé-soufflé, l'une des méthodes les plus couramment employées dans la production industrielle du verre creux. La paraison entre par le haut dans le moule, dans lequel le moule de pressage est appliqué par le bas. Une fois que





la paraison est tombée dans le moule ébaucheur, le moule est obturé par le haut avec le fond du moule ébaucheur. Le moule de pressage remonte alors, formant ce que l'on appelle l'ébauche (pièce préformée) et l'embouchure. Le poinçon est alors extrait de l'ébauche, laquelle est remise au moule finisseur. Contrairement au procédé soufflé-soufflé, l'embouchure est mise en forme en dernier dans la production de bocaux en verre.

Emballages en verre plus légers

Selon leur dimension, les bocaux en verre remplis présentent un poids important. Afin de faciliter le transport des gourmandises par les consommateurs, Vetropack a étoffé son assortiment de produits avec des bocaux à conserves en verre léger, dont la solidité n'a rien à envier à celles des anciens modèles plus lourds. Le poids réduit facilite également le transport chez le client. Cette prouesse a été rendue possible par un changement de technologie: le traditionnel procédé pressé-soufflé a été remplacé par le procédé pressé-soufflé pour col étroit. Afin de conférer au récipient en verre une épaisseur de paroi aussi régulière et mince que

possible, un poinçon, est appliqué dans la masse de verre liquide à l'intérieur du moule ébaucheur.

Un emballage plus léger impose des exigences au niveau du processus de fabrication mais également de la phase conceptuelle préalable. À l'aide de la méthode des éléments finis, les spécialistes du verre déterminent sur quelles zones le récipient est soumis à des contraintes particulières en fractionnant le corps en verre tout entier en différents éléments. Souvent, un léger ajustement de la forme du récipient permet d'éliminer les contraintes. Le verre léger se remplit et se stocke facilement sans aucune perte de qualité. Cette réduction de poids préserve par ailleurs l'environnement grâce à une réduction des matières premières, de l'énergie et de matériaux consommés, des coûts de transport et des émissions de CO₂.



**NOUVEAU CATALOGUE EN LIGNE**

Clair, convivial et moderne

Vetropack a remanié son catalogue en ligne. Les emballages en verre des boissons et des aliments ont fait peau neuve. Chaque recherche peut être effectuée selon différents critères: groupes d'article, formes, couleurs, embouchures, types de fermeture et contenance. Des informations détaillées sur chaque produit peuvent également être consultées.



Vous recherchez un emballage adapté pour une nouvelle boisson que vous lancez prochainement? Vous souhaitez remplacer les bouteilles que vous utilisiez jusqu'ici? Ou bien vous aimeriez savoir à quoi ressemblent les bocal en verre de la gamme Vetropack? Aucun problème, toutes ces informations sont disponibles dans le nouveau catalogue en ligne. La saisie des critères souhaités et des filtres correspondants vous permet par ailleurs d'effectuer une recherche ciblée. Si vous êtes intéressé par plus d'un emballage en verre, vous pouvez enregistrer les différents produits dans une liste et les comparer ensuite en toute simplicité. Le catalogue en ligne contient au total plus de 900 articles.

Ce chiffre atteint 1200 références si l'on ajoute les variantes d'emballage.

Moderne et très esthétique, le catalogue est consultable sur ordinateur de bureau ou portable, mais également sur smartphone et tablette grâce à son design web adaptatif.

Le marché B2B ciblé

Le nouveau catalogue en ligne présente les emballages standard destinés aux boissons et aux aliments. Il est destiné aux clients du marché B2B et comprend sept catalogues en ligne spécialement adaptés à la Suisse, à l'Autriche, à la Tchéquie,

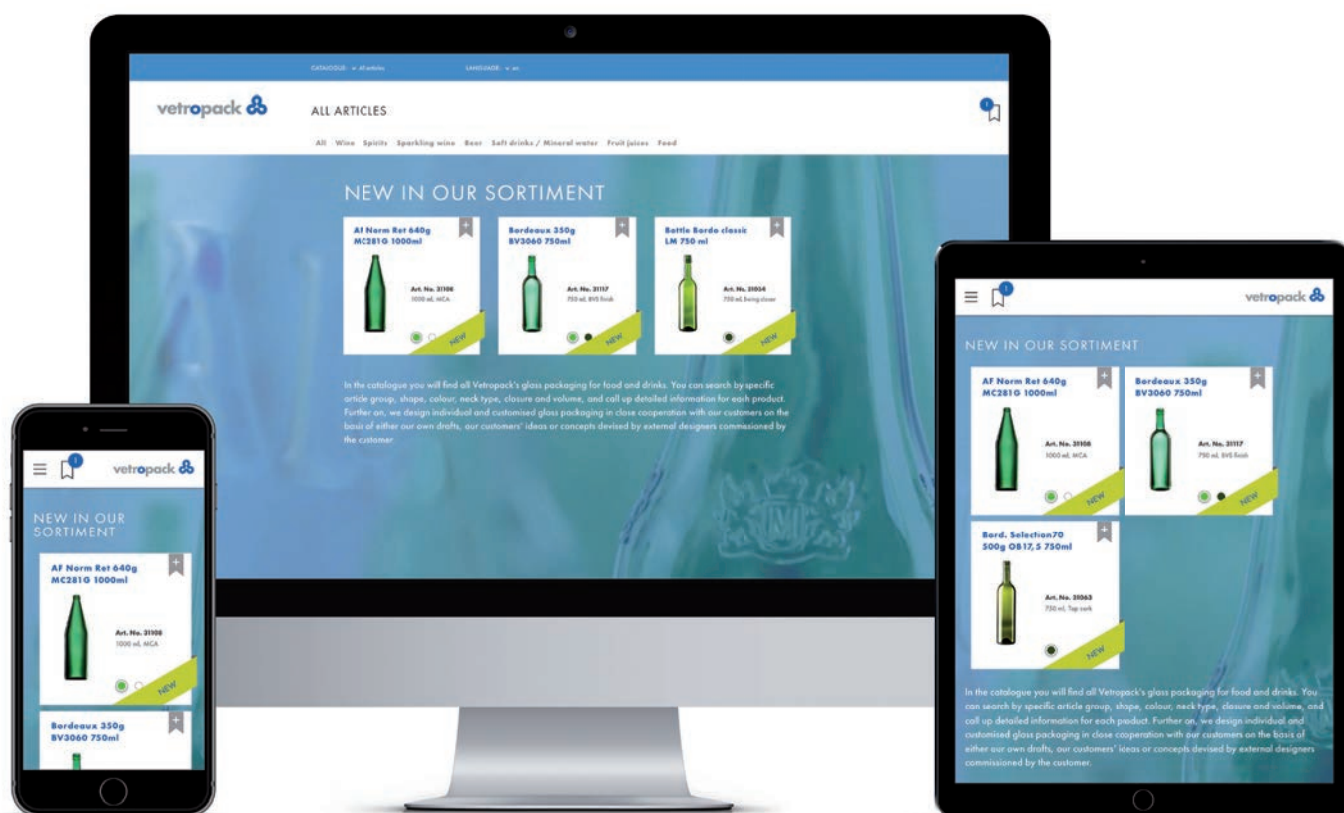


à la Slovaquie, à la Croatie, à l'Ukraine et à l'Italie, ainsi qu'un catalogue complet. Tous les catalogues sont disponibles en anglais, en allemand, en français, en italien, en tchèque, en croate, en slovaque, en ukrainien et en russe.

Autres avantages de Vetropack

Parallèlement aux emballages en verre conçus pour l'industrie des boissons et des aliments et présentés dans le catalogue en ligne, Vetropack fabrique également des contenants en verre personnalisés déclinés dans différents coloris. Ces différents modèles sont réalisés à partir de ses propres plans ou s'appuient sur les idées des clients ou de designers externes.

La large gamme de produits est par ailleurs complétée par un pack de services complet qui dépasse largement la fabrication de verre d'emballage. Les prestations de conseil complètes du groupe Vetropack reposent sur un savoir-faire éprouvé et sur une vaste expérience dans le domaine du design. Une production de qualité supérieure, un approvisionnement ponctuel et une bonne assistance dans le domaine de l'analyse de l'emballage sont pour l'entreprise aussi évidents que les prestations de conseil autour de questions portant notamment sur les techniques de mise en bouteille, de conditionnement et de fermeture, d'ennoblissement du verre ou d'étiquetage, sans oublier le calcul du bilan écologique.



ÉLÉGANCE DU VERRE

Bouteille à bourgogne Bonvillars

De parfaits emballages en verre protègent les grands crus et soulignent leur qualité exceptionnelle. Les maîtres de chai de la Cave des Viticulteurs de Bonvillars le savent bien. C'est la raison pour laquelle ils ont commandé une nouvelle bouteille en verre couleur cuvée à l'usine Vetropack suisse.

Les vins de la Cave des Viticulteurs de Bonvillars ont revêtu de nouveaux atours pour le début du printemps. La bouteille de vin de 0,75 litre couleur cuvée est produite par Vetropack Suisse. La face avant de la zone d'épaule de la bouteille est ornée d'une gravure représentant les lettres CVB et de raisins.

Habit de grand soir

La bouteille de vin a été présentée dans le cadre des festivités de la «Fashion week de Bonvillars», organisée en mars dernier. Divers exposants ont montré que la mode se marie bien avec le vin, et que le vin conditionné dans la bonne bouteille et assorti d'une étiquette décorative est correctement «habillé». Ces emballages en verre de première qualité sont produits par Vetropack au cœur de la Suisse romande.

À Bonvillars, les visiteurs du stand Vetropack ont non seulement pu admirer le produit fini, mais également découvrir le secret de sa fabrication. La fabrication des emballages en verre est un univers à la fois fascinant et varié. On pouvait presque littéralement ressentir la chaleur torride des récipients en verre. Le dessin technique de la bouteille de vin était projeté sur la surface d'un petit corps, avec à côté son moule ébaucheur.

Cave Bonvillars

La Cave des Viticulteurs de Bonvillars est une coopérative vinicole qui compte 50 membres actifs. Les précieuses grappes de raisin poussent, à une altitude de 450 à 500 mètres, entre le lac de Neuchâtel dans le canton de Vaud et le pied des montagnes du Jura. La chaleur emmagasinée par le



lac pendant la journée se mélange avec les frais courants éoliens nocturnes des montagnes du Jura, garantissant une maturation optimale du raisin. Le raisin chasselas constitue le principal cépage de la coopérative, suivi du pinot noir, du gamay, du garanoir, du gamaret et d'autres cépages rouges et blancs.

Bonvillars utilise la micro-oxygénation pour la fabrication de ses vins. Cette technique permet d'améliorer l'équilibre et le caractère du vin. L'élevage en fût de chêne favorise par ailleurs une teneur en oxygène équilibrée.

FESTIVITÉS

Célébrations en grande pompe

Le 2 novembre 2016, Vetropack Austria a célébré trois événements importants: ses 30 ans d'appartenance au groupe Vetropack, l'inauguration officielle du centre de formation commun à tout le groupe, et l'achèvement de la réparation du bassin.



Le groupe Vetropack a entamé son développement en Europe de l'Est il y a 30 ans. L'achat de la verrerie de Pöchlarn en Basse-Autriche a marqué la première étape de cette expansion, et par là même le début de la réussite de Vetropack en Autriche. «Nous sommes fiers de ces 30 années placées sous le signe d'un développement dynamique, d'un esprit innovant et d'une productivité élevée dans l'usine

Vetropack de Pöchlarn, que nous devons essentiellement à l'engagement considérable de nos collaborateurs», a déclaré Johann Reiter, directeur général de Vetropack Austria, lors de la cérémonie d'anniversaire de novembre dernier.

Vetropack Austria a accueilli ses invités dans le centre de formation destiné à l'ensemble du groupe (voir Vetrotime



De gauche à droite: Johannes Schedlbauer, MAS (Chambre de commerce de Basse-Autriche, directeur de la branche Industrie), Franz Eckl (Chambre de commerce de Basse-Autriche, président du bureau du district de Melk), Johann Reiter (directeur général de VPA), Claude R. Cornaz (CEO), Sonja Zwazl (conseillère commerciale, présidente de la Chambre de commerce de Basse-Autriche) et Karl Moser (député au Landtag de Basse-Autriche).

3/2016) construit l'année dernière. En plus des nombreux clients et partenaires, des élus et acteurs de la vie économique avaient par ailleurs été conviés. La conseillère commerciale Sonja Zwazl, présidente de la Chambre de commerce de Basse-Autriche et Karl Moser, député du parlement régional de Basse-Autriche, étaient également présents. La présentatrice et actrice autrichienne Silvia Schneider était en charge de l'animation.

Inauguration du nouveau bassin de fusion

Après les discours officiels, les invités ont eu le privilège de visiter le nouveau bassin à verre blanc de l'intérieur. Les travaux de réparation ont nécessité une construction en acier de 400 tonnes. Quelque 2500 tonnes de matériau ignifuge ont été transformées pour la réalisation d'un nouveau bassin de fusion moins énergivore et plus moderne. Le nouveau bassin modernisé génère moins de polluants que le modèle précédent. Deux nouvelles machines de production ont été installées parallèlement. «Compte tenu de l'actuel environnement économique, il est impératif d'investir dans la modernisation de nos installations pour maintenir notre succès et notre compétitivité à long terme», déclare Claude R. Cornaz, CEO de Vetropack Holding.

Apprentissage dans une ambiance festive

Après la visite de l'usine, l'assistance s'est rendue au château de Persenbeug. Situé sur une falaise, ce dernier surplombe le Danube. Frank Rehme, directeur général de gmvteam et conférencier invité, a proposé un exposé autour

du thème «L'emballage en verre dans le contexte des achats – c'est le cerveau qui achète! Ou comment l'inconscient influence les processus de décision lors des achats.» Séduire les clients passe désormais impérativement par la création d'environnements et par une offre de produits qui s'intègrent parfaitement dans son cadre de vie. Le consommateur prend souvent ces décisions de manière inconsciente. Les produits et leurs emballages doivent par conséquent envoyer des signaux forts et ainsi solliciter l'inconscient. «Le verre sous forme d'emballage est conçu pour tenir la promesse du produit. La transparence du matériau, la multisensorialité et la qualité élevée sont des éléments tout aussi importants que la protection de la santé du consommateur», a expliqué Frank Rehme.

Sonja Zwazl avait par ailleurs préparé une surprise: elle a remis à Claude R. Cornaz la médaille d'honneur de la Chambre de commerce de Basse-Autriche ainsi qu'un certificat en guise de remerciement et de reconnaissance pour ses 30 années de service au sein de Vetropack à Pöchlarn.

MODERNISATION

Révision du bassin de fusion ukrainien

Les réparations de bassin revêtent une importance cruciale pour les sociétés Vetropack, le bassin constituant en quelque sorte la pièce maîtresse de la production. La révision périodique du bassin de verre brun s'est déroulée à la fin de l'année passée en Ukraine.

Après près de douze ans d'exploitation ininterrompue, la réparation à froid du bassin de verre brun de l'usine Vetropack ukrainienne a débuté en septembre 2016. Par réparation à froid, on entend un écoulement contrôlé de la fusion de verre suivi d'un refroidissement du bassin, avant le début des travaux d'assainissement.



Et pour faire court: tous les travaux prévus ont pu être réalisés avec succès. Les défauts constatés sur le fond du bassin, sur le four de fusion et sur la voûte ont notamment été éliminés, et les parois latérales presque intégralement remplacées. Les machines de la zone chaude ont été révisées, les matériaux réfractaires modernisés et le feeder remplacé. L'objectif de la réparation est de permettre une remise en service du bassin pendant dix nouvelles années, sans interruption. Avant leur emballage et leur expédition, les récipients en verre font actuellement l'objet d'un contrôle qualité dans la zone de contrôle et d'emballage modernisée à l'usine Gostomel.

«Jusqu'à 230 tonnes de fusion du verre blanche ou colorée peuvent désormais être traitées chaque jour», se réjouit Nikolay Marchenko, directeur technique de Vetropack Gostomel.



NATURELLE

Un champ de fleurs

Vetropack Gostomel fabrique la nouvelle bouteille de 0,4 litre destinée à l'eau minérale VODA UA. Des coquelicots gravés grimpent le long du verre blanc. Le coquelicot est la fleur nationale de l'Ukraine.

Issue des sources des Carpates, l'eau minérale VODA UA contient de précieux minéraux et oligo-éléments. Elle est proposée en version plate ou pétillante. La bouteille de 0,4 litre à bouchon à vis argenté est produite par l'usine Vetropack ukrainienne de Gostomel.

La fleur nationale de l'Ukraine, le coquelicot, est gravée sur les bouteilles en verre blanc. Elle semble prendre racine dans le fond de la bouteille et souligne les qualités naturelles de l'eau minérale. Un simple coup d'œil sur la bouteille et vous voici transposé devant un champ de coquelicots rouges.

VIN BLANC

Nouvel habillage pour un cépage ancien

Le vignoble italien Friuli Colli Orientali se situe non loin de la frontière slovène. Issu d'un cépage ancien, le vin blanc «Ribolla Gialla» est conditionné dans des bouteilles en verre fabriquées par l'usine Vetropack italienne à Trezzano.

La bouteille de vin cuvée destinée au vin «Ribolla Gialla» du Tenimenti Civa se caractérise par sa qualité, son élégance et ses lignes claires. Un grand «R» est gravé au-dessus de l'étiquette en papier blanche qui orne la bouteille de 0,7 litre de Vetropack Italia. Initialement produit pour les vins mousseux, le récipient est également utilisé pour les vins rouges et blancs.

Jusqu'ici essentiellement connu pour la distribution de vins, le groupe Civa s'est depuis peu lancé dans la production de son premier vin. «Ribolla Gialla» est un vin blanc léger et sec issu de l'ancien cépage éponyme et à légère teneur en Chardonnay. Ses arômes fleuris et fruités se marient à merveille avec les entrées froides, les soupes ou les poissons.



100% NATURELS

Fraîcheur fruitée enrobée de vert

Les jus de fruits Juicy du fabricant de boissons croate Stanić Beverages d.o.o. sont exclusivement composés d'ingrédients naturels. Vetropack Straža produit les bouteilles en verre vert destinées à ces boissons rafraîchissantes dans une contenance de 0,2 litre.

Boire une gorgée de jus de fruits Juicy, c'est comme croquer dans une pomme juteuse, savourer une orange fraîchement pelée ou un ananas qui vient d'être coupé. Car ces boissons sont garanties 100 pour cent goût fruité, car elles sont exclusivement fabriquées à partir d'ingrédients naturels, de qualité et à teneur élevée en fruits, sans ajout de sucre ou d'autres additifs.

Les bouteilles en verre vert à capsule pression à vis sont produites par l'usine Vetropack croate de Hum na Sutli. Assorti à la couleur de la bouteille, le couvercle est également vert foncé. Ces bouteilles se caractérisent par leur sobriété et leur élégance. Une étiquette transparente orne le mince corps de la bouteille, laissant apparaître son contenu rafraîchissant. Comme la version précédente, les bouteilles de 0,2 litre sont utilisées dans la restauration. Les jus de fruits sont disponibles en Croatie et en Bosnie-Herzégovine.





RICHE EN MINÉRAUX

Une eau désaltérante jaillie des profondeurs

À l'abri de tout polluant, l'eau minérale MAYA s'écoule à travers les couches rocheuses du parc national Mavrovo, en Macédoine. Elle est conditionnée dans des bouteilles en verre blanc produites par l'usine Vetropack croate.

Le petit village de Gari se trouve non loin de la ville de Debar, en Macédoine. C'est là qu'est conditionnée l'eau minérale MAYA du producteur ML-Gari. Vetropack Straža fabrique les bouteilles en verre blanc destinées à cette boisson désaltérante naturelle. Dotées d'une capsule pression à vis bleue et argentée, elles sont disponibles dans deux formats: 0,25 et 0,75 litre. Les lignes claires et l'étiquette transparente très discrète de la bouteille soulignent la pureté et le caractère naturel de son précieux contenu. Au-dessus de la lettre «Y» se trouve un dessin du parcours de l'eau depuis la source MAYA et à travers toutes les couches rocheuses.

L'eau qui jaillit des profondeurs du parc national Mavrovo se distingue par un équilibre parfait entre les minéraux et l'eau de source naturelle extrêmement pure. Une eau aussi précieuse a besoin d'un emballage de qualité égale. Le verre répond parfaitement à cette exigence.

LIMONADE

Rafrâichissement puissant

Vetropack Gostomel fabrique les bouteilles de 0,44 litre destinées à la boisson «Seth & Riley's Garage». La citronnade désaltérante de Carlsberg Ukraine est du plus bel effet dans les étagères des supermarchés et est devenue totalement incontournable dans le pays.

«Seth & Riley's Garage» est une boisson sans alcool rafraîchissante inspirée des traditionnelles recettes de limonade d'Amérique du Sud. Les températures qui règnent là-bas étant estivales toute l'année, la limonade, parfois légèrement alcoolisée, agrémentée d'un glaçon est un rafraîchissement particulièrement apprécié. Les «hard drinks» sont destinés aux consommateurs qui apprécient les nouveautés et sont ouverts aux expériences.

Les bouteilles en verre blanc de l'usine Vetropack ukrainienne affichent un design sobre particulièrement réussi. Les gravures «Garage» et «Seth & Riley's» ressortent toutefois des zones d'épaule et de cou de la bouteille. Le capuchon amovible permet une ouverture simple, rapide et sans décapsuleur. Tirez la languette fixée sur la fermeture de cette boisson rafraîchissante vers le haut et dégustez.





LAIT ACIDULÉ DE BOHÈME DU SUD

Délicieusement acidulé

Au petit-déjeuner, le soir ou au gré des envies: le lait acidulé d'AGRO-LA spol. s.r.o. rafraîchit le palais à tout moment de la journée. Les bouteilles en verre vert sont fabriquées par l'usine Vetropack tchèque de Kyjov.

Le lait acidulé est l'un des plus anciens produits laitiers. Il est généralement un peu plus épais que le lait normal. Sa consistance est obtenue pendant le processus d'acidification, au cours duquel les bactéries lactiques transforment une partie du lactose en acide lactique.

Conditionné en bouteilles de 0,33 litres de Vetropack Moravia Glass, le lait acidulé est fabriqué à partir de lait de qualité supérieure et offre un agréable goût légèrement acidulé.

Conçu dans un design sobre, l'emballage en verre blanc est doté d'une taille marquée dans la zone d'épaule et s'affine ensuite vers l'orifice de la bouteille. Le récipient en verre se ferme à l'aide d'un couvercle à visser blanc orné d'une frimousse au large sourire. Les bactéries lactiques contenues dans cette boisson favorisent l'équilibre de la flore intestinale naturelle, régulent la digestion et renforcent le système immunitaire. Le lait acidulé fabriqué par l'entreprise AGRO-LA spol. s.r.o. est proposé dans les parfums cassis, abricot, fraise ou nature.



ANTIPASTI

Prêt à déguster

Pour les petits creux dans la journée ou l'apéritif pour vos invités: cet antipasto aux légumes et au thon ne laissera personne indifférent. Ouvrez simplement le verre et savourez sans attendre son précieux contenu. Le verre à conserves blanc est fabriqué par Vetropack Italia.

Cet antipasto au thon avec la sauce tomate est l'enseigne de l'entreprise F. Illi Polli Spa. Le hors-d'œuvre de l'entreprise italienne est réalisé selon une recette traditionnelle piémontaise et se compose d'ingrédients de premier choix: des concombres, des artichauts, du paprika, des carottes, des olives, des échalotes, du chou-fleur, des champignons et des câpres sont mélangés à du thon dans une sauce tomate raffinée.

Le verre à large col doté d'une fermeture twist-off est fabriqué par l'usine Vetropack italienne de Trezzano. Le hors-d'œuvre est muni d'un couvercle rouge assorti à l'étiquette rouge discrètement collée sur le verre. La contenance de ce verre très sobre est de 0,212 litre.

PUISSANCE ET DÉLICATESSE

Liqueur de café de première qualité

Le goût puissant du café agrémenté d'une délicate note de vanille et de la saveur sucrée du chocolat – tel est le secret de Tia Maria. Les bouteilles en verre couleur cuvée destinées à la liqueur de café d'ILLVA SARONNO sont fabriquées dans l'usine Vetropack italienne de Trezzano.

La liqueur de café Tia Maria est née en Jamaïque, où elle est fabriquée selon une recette secrète depuis plus de 300 ans. ILLVA SARONNO la commercialise dans plus de 60 pays. La liqueur sucrée est intégralement composée de café arabica, de vanille et de rhum jamaïcain. En version pure ou mélangée – Tia Maria confère à chaque boisson un goût de café intense agrémenté d'une légère touche de chocolat et de tabac à pipe, de l'arôme délicat du sucre de canne caramélisé et d'une délicate note vanillée.

Le design de la nouvelle bouteille cuvée est à la fois puissant et gracieux. Le long col de la bouteille est doté d'un bouchon à vis, les épaules arrondies dessinent une silhouette qui se rétrécit sur le bas. Vetropack Italia fabrique les bouteilles destinées à la liqueur de café. Plusieurs dimensions de bouteilles sont proposées aux amateurs de cette boisson: 0,35, 0,375, 0,7, 0,75, 1, 1,4 ou 1,5 litre.



ÉTONNANTS

Moments de joie et de bonheur

L'usine Vetropack autrichienne de Pöchlarn fabrique une bouteille de 0,3 litre en verre blanc destinée aux jus de fruits végétaliens de haute qualité de la marque Pago.

Pago fait partie de l'entreprise Eckes-Granini, célèbre en Europe pour ses boissons à base de fruits. Son nouveau produit «Pago Passion» se décline en deux parfums. Le goût délicatement acidulé de la rhubarbe associé à la saveur sucrée des poires ou l'arôme intense du muscat suscitent des sensations de plaisir et de bonheur.

La bouteille spécialement conçue pour ces deux boissons, qui ne contiennent ni colorants ni conservateurs, est produite par Vetropack Austria. La forme à la fois rectiligne et cependant raffinée de la bouteille, ornée d'une gravure en relief dans la zone d'épaule, met en valeur son précieux contenu. La bouteille en verre blanc dotée d'une capsule pression à vis argentée et d'une étiquette transparente met habilement en scène la boisson rafraîchissante.



PRIX DES FOURNISSEURS

Partenariat constructif

Vetropack Austria a reçu, dans la catégorie «Boissons», le Premium Supplier Award décerné par le fabricant de produits alimentaires Spitz. Spitz apprécie la qualité des produits Vetropack, leur bon rapport prix/performance ainsi que le respect des délais et la sécurité des livraisons garantis par l'entreprise.



De gauche à droite: Christian Eckel (chargé de clientèle Vetropack Austria), Herbert Kühberger (directeur Marketing & Ventes Vetropack Austria), Harald Doppler (responsable de la division Boissons de l'entreprise Spitz GmbH)

Début 2017, le fabricant de produits alimentaires Spitz établi en Haute-Autriche a décerné les Premium Supplier Awards dans les catégories «Gâteaux et confiseries», «Boissons» et «Logistique». Le prix a été attribué à Vetropack Austria dans la catégorie «Boissons». Le travail mené par l'entreprise dans le domaine de la responsabilité sociale entrepreneuriale (Corporate Social Responsibility, CSR) a joué un rôle déterminant dans l'obtention de cette récompense. Cette thématique couvre la mise en œuvre d'une action responsable de l'entreprise dans son champ d'activité, des aspects écologiques, ainsi que l'échange avec les collaborateurs et les acteurs concernés. Vetropack assume depuis toujours sa responsabilité vis-à-vis de ses clients, de la qualité de ses produits et de l'environnement. Cette approche est clairement illustrée dans le film d'entreprise «Nous prenons nos responsabilités»*.

Précieux verre usagé

La proximité géographique des usines Vetropack de

Kremsmünster et Pöchlarn et de l'entreprise Spitz à Attang-Puchheim permet d'éviter les longues voies de transport et ainsi de réduire les émissions de CO₂. La consommation d'énergie est également constamment réduite dans le cadre de la production du verre d'emballage, grâce à des groisils. Plus le pourcentage de groisils est important dans la production, plus l'efficacité énergétique est élevée. La fusion des groisils nécessitant des températures moins élevées que la production du verre à partir de matières premières, 3 pour cent d'énergie et 7 pour cent d'émissions de CO₂ peuvent être économisés pour 10 pour cent de verre usagé.

Vetropack est soucieux de maintenir le circuit des matériaux fermé des produits. L'optimisation constante des installations de préparation de verre usagé permet à l'entreprise d'apporter une précieuse contribution à la protection de l'environnement, à la préservation des ressources, et à la réduction des émissions de CO₂. Les produits livrés à Spitz contiennent environ 60 pour cent de verre recyclé.

Légère réduction de poids

Vetropack Austria fabrique également pour Spitz des bouteilles en verre léger. La solidité et la stabilité des récipients en verre léger n'a rien à envier aux modèles plus lourds. Des technologies informatiques innovantes et un processus de fabrication sophistiqué (procédé pressé-soufflé) permettent

de nettes réductions de poids qui peuvent atteindre jusqu'à 20 pour cent. Le consommateur profite des avantages de cet emballage innovant. Enfin, les réductions de poids contribuent également à la préservation des ressources.

*Le film est disponible sur: www.vetropack.com

BRAUBEVIALE

Brassage artisanal et emballage artistique

En novembre dernier, le groupe Vetropack a participé comme d'habitude au salon BrauBeviale organisé à Nuremberg, en Allemagne. Le salon était cette année axé sur la gamme des bouteilles dédiées aux spécialités de bière. Les visiteurs ont également pu y découvrir des emballages en verre utilisés dans les secteurs de la bière, des jus de fruits, de l'eau minérale et des soft drinks.

Le salon BrauBeviale a accueilli cette année quelque 38 000 visiteurs, parmi lesquels des professionnels de brasseries et de malteries, des fabricants de boissons non alcoolisées, des spécialistes de laiteries, des vignerons ainsi que des fournisseurs de l'industrie de la brasserie et des boissons. Des technologies innovantes et de nouvelles idées marketing attendaient les visiteurs, qui n'ont pas été déçus. «Une culture des boissons créative»: tel était le thème phare sur les stands du salon et de son programme-cadre.

Suivant le slogan «Brassage artisanal et emballage artistique»,

Vetropack a présenté son assortiment équilibré et séduisant de bouteilles destinées aux spécialités de bière, qui confèrent aux bières créatives la touche personnalisée souhaitée. Des bouteilles de vin mousseux – de plus en plus souvent utilisées pour le conditionnement de la bière – aux contenances adaptées aux petites soifs, en passant par les bouteilles à fermeture mécanique: tous les récipients en verre sont entièrement neutres au goût et offrent aux bières tendance et personnalisées une protection optimale.



Les visiteurs ont afflué sur le stand Vetropack: les personnes intéressées, qui n'avaient jamais été aussi nombreuses, ont profité de l'occasion pour échanger et puiser des idées dans leurs conversations avec l'équipe Vetropack présente au salon.



FASCINATION POUR LES BILLES

Billes en verre – une affaire qui roule

À la fois jeu très prisé et objets de collection, les billes en verre font le bonheur des grands et des petits. Dans l'industrie, ce sont en revanche des produits de précision hautement spécialisés.

Inventées il y a relativement peu de temps, les billes en verre sont en réalité nées d'un hasard. Avant le milieu du 19^{ème} siècle, les billes de jeu rondes étaient fabriquées en pierres semi-précieuses, en marbre ou dans d'autres pierres, ou encore en argile ou en porcelaine.

De l'œil en verre à la bille

En 1984, le verrier de Thuringe Simon Karl Greiner conçut à Lauscha, en Allemagne, un appareil permettant de former, par pressage, des billes à partir de baguettes en verre souples. L'objectif de Greiner était de réduire le coût de production des yeux de verre. Son projet aboutit et donna accessoirement naissance à la bille en verre, qui allait bientôt faire une entrée triomphale dans le monde entier. Les billes

en verre colorées et artisanales étaient alors essentiellement vendues aux États-Unis.

De l'artisanat à la production de masse

La production des billes en verre de Thuringe cessa presque totalement pendant la Première Guerre mondiale et la production mécanique permit aux fabricants américains de reprendre le marché. Au début des années 1950, les billes japonaises «œil de chat» conquièrent les cœurs. 20 ans plus tard, le marché des billes était dominé par la Chine et le Mexique. Quelques entreprises fabriquent aujourd'hui plus de 12 millions de billes par jour. En dépit de cette production de masse, la fabrication manuelle n'a pas totalement disparu.

Amusement et jeu

On peut jouer aux billes partout, à l'intérieur comme à l'extérieur. Une petite surface plane et une légère cavité





suffisent. En Suisse, les plaques d'égout sont volontiers détournées de leur finalité initiale car le creux central constitue un trou idéal. Les professionnels ne se contentent pas de terrains de jeux improvisés; ils participent aux championnats du monde et s'affrontent par exemple à Tinsley Green (équipes) ou à Prague (en individuel).

Billes en verre techniques

Les coloris des billes en verre utilisées dans le domaine technique sont nettement plus sobres par rapport billes normales, mais bien plus raffinées en ce qui concerne la qualité et le type de verre. Leur domaine d'application est toutefois aussi varié qu'exigeant.

Dans l'industrie pharmaceutique, une précision et une pureté absolues sont requises. Le verre possède de nombreux atouts: il est inerte, il n'entre pas en liaison avec d'autres matériaux, et il est résistant aux acides et aux bases. Sous forme de bille, il sert notamment à agiter les produits phar-

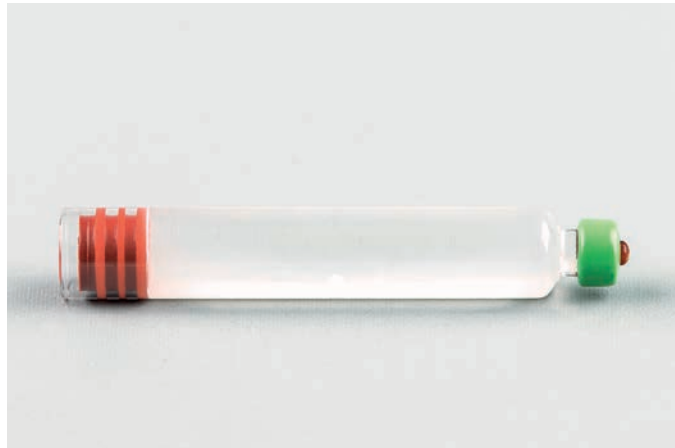


maceutiques, par exemple dans les cartouches d'insuline. Autres produits hautement spécialisés: les billes en verre utilisées sous forme de soupapes dans l'industrie chimique ou dans les distributeurs de l'industrie cosmétique. Les billes des cartouches d'encre utilisées dans les stylos-plumes sont également en verre.

Des billes en verre pour la sécurité routière

Les billes en verre réfléchissent la lumière des phares d'un véhicule. Elles peuvent ainsi prévenir les automobilistes des dangers et renforcer la sécurité routière. C'est la raison pour laquelle des billes en verre sont utilisées dans les marquages routiers qui signalent des travaux ou des changements de voie.

L'ajout de minuscules billes ou perles en verre dans les laques ou sur les films permet par ailleurs une détection immédiate des marquages ou des obstacles au contact de la lumière, y compris dans l'obscurité.





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, Macédonie, Kosovo

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

Ukraine

Téléphone +380 44 392 41 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