

VETRO TIME



Grande robustesse

«Avec le nouveau procédé, les bouteilles en verre sont trempées thermiquement, ce qui les rend particulièrement résistantes tout en réduisant leur poids.»

4

Persévérance

Croire en sa vision est finalement payant

8

Maigrir facilement

Bouteille de circulation innovante pour une identité visuelle durable

24

L'innovation en plein essor

Précurseur dans l'industrie du verre grâce à la recherche

16 Notre responsabilitéObjectifs de réduction des émissions de CO₂ soumis à la SBTi**18 Bike for Health**

Initiative pour la santé et l'environnement

19 Planter pour l'avenir

Réduire ensemble l'empreinte carbone

20 St-Prex

Arrêt de la production fin juin

22 Le verre sous son plus bel aspect

Design moderne et navigation simplifiée

23 Porte-voix

Focalisation sur les besoins des clients

24 L'innovation en plein essor

Précurseur dans l'industrie du verre grâce à la recherche

28 De 120 à 30

Gestion des créneaux horaires pour une productivité accrue

30 Recyclage numérique

Partenariats pour un taux de recyclage plus élevé

34 Pour en finir avec les mouvements inutiles

Usine intelligente – délais plus courts et transparence

36 Frais et délicieux à 70 ans

Le légendaire Cockta fête ses 70 ans

40 Aucune altération

Runa: produits naturels, sains et qui se conservent longtemps

43 Toujours fiable malgré des circonstances défavorables

Esprit d'entreprise pour une production stable

**8 Maigrir facilement**

Bouteille de circulation innovante pour une identité visuelle durable

**12 Une mesure sur mesure**

Localiser rapidement ou même prévenir les points à risque – grâce à une technique de mesure moderne

**Innovation et efficacité**

Chères lectrices, chers lecteurs,

Dans un environnement de marché difficile, il est primordial d'investir sans relâche dans l'avenir et de se développer. Notre approche d'usine intelligente à Boffalora montre clairement que l'innovation, l'un des cinq piliers stratégiques, constitue l'épine dorsale de notre stratégie. Dans cette usine, nous optimisons l'efficacité tout en préservant l'environnement. Les progrès technologiques offrent des avantages considérables non seulement au niveau de la production, mais aussi en termes de sécurité.

La fermeture de notre production de verre à St-Prex est une étape difficile, mais nécessaire. Cette usine de longue tradition souffrait depuis des années de problèmes liés à son emplacement et à sa rentabilité. Cette décision a été difficile à prendre, et un plan social équitable pour tous les collaborateurs concernés était pour nous une priorité absolue.

Des années de recherche nous ont permis de développer des bouteilles de circulation en verre qui, bien que plus légères, sont plus résistantes et peuvent être remplies un plus grand nombre de fois. Dans cette édition, nous retraçons l'origine du procédé de trempe révolutionnaire, récemment récompensé par le WorldStar Award. En outre, nous avons présenté ce printemps, en collaboration avec Gösler et Brau Union, une solution uniforme de bouteilles de circulation fabriquées selon le nouveau procédé.

L'innovation est le fondement d'un succès durable. Nous travaillons donc d'arrachepied sur différents projets dans notre centre d'innovation et vous invitons à jeter un coup d'œil exclusif dans les coulisses. Notre nouveau système de tagging sur le site Internet est également innovant, car il permet d'affecter les nouveaux articles à des catégories et aux usines concernées, et d'offrir ainsi une meilleure visibilité. Les visiteurs peuvent également s'abonner à notre nouvelle newsletter Vetropack.

En outre, nous continuons à promouvoir activement l'économie circulaire: dans le cadre d'un projet pilote, nous coopérons avec la Fédération européenne du verre d'emballage (FEVE), le fabricant de produits alimentaires Podravka Inc. et l'entreprise de services communaux Komunalac d.o.o. pour déterminer la manière de sensibiliser les consommateurs au recyclage systématique des emballages en verre.

Grâce à notre orientation stratégique claire et à notre focalisation permanente sur l'innovation et l'efficacité, nous sommes prêts à relever les défis qui nous attendent. Nous remercions nos clients et nos partenaires de leur confiance et de leur soutien et nous réjouissons d'ores et déjà de pérenniser avec vous notre succès commun.

Johann Reiter
CEO du groupe Vetropack

Éditeur
Vetropack Holding SA
Schützenmattstrasse 48
CH-8180 Bülach

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

Concept visuel / mise en page
Eclipse Studios GmbH, Schaffhausen
Reto Coaz

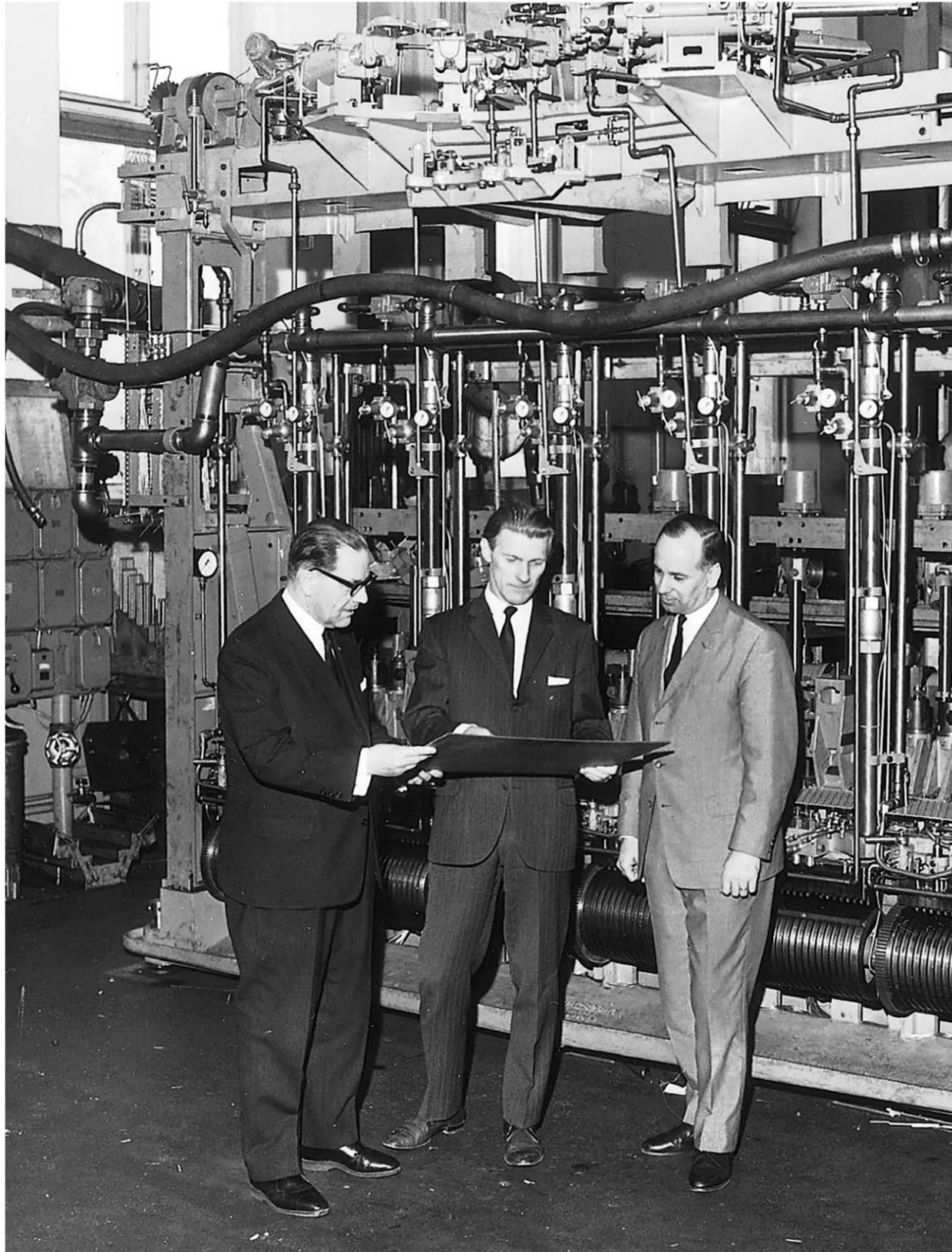
Impression
Merkur Druck
Impression climatiquement neutre

Papier
Eminent, FSCCertifié

Paraît en
allemand, anglais, français, italien, tchèque,
slovaque, croate, roumain, ukrainien

Contact
Vetropack Corporate Communications:
corporate.communications@vetropack.com

Imprimé français une contribution au climat printed in switzerland



Michel Cornaz (à droite) travaillé toute sa vie dans l'industrie du verre. Après avoir obtenu son diplôme à l'EPF de Zurich, il a été engagé par Emhart Glass aux États-Unis.

Per sévé rance

**Une véritable nouveauté mondiale sur le marché:
la première bouteille de circulation
en verre léger trempé. Cette avancée est le
résultat de décennies de recherche.
Michel Cornaz, 95 ans, est l'un des témoins
de cette histoire.**

Photo à droite: Michel Cornaz a été chargé du développement des activités commerciales d'Emhart Glass en Europe et en Asie depuis Zurich. Il a travaillé pendant 42 ans pour Emhart Glass et a été président du groupe de 1988 à 1994. Photo ci-dessous: De g. à dr. Richard Fritschi, membre du conseil d'administration de Vetropack; Johann Reiter, CEO du groupe Vetropack; Michel Cornaz, co-concepteur de la première heure de la première bouteille réutilisable thermodurcie.



Innovateur Michel Cornaz

Michel Cornaz a travaillé toute sa vie dans l'industrie du verre, tout comme ses frères Raymond Cornaz, le père de Claude Cornaz, et Jean-Daniel Cornaz. Après avoir obtenu son diplôme d'ingénieur chimiste à l'EPF de Zurich, il est parti aux États-Unis en 1952 pour travailler pendant un an dans l'industrie du verre d'emballage et pour découvrir des technologies modernes. Il a commencé chez Emhart Glass Inc., l'un des principaux fabricants américains d'installations de production pour l'industrie du verre, à Hartford dans le Connecticut. Il n'y resta non pas une année comme il l'avait initialement prévu, mais six: aux États-Unis, il a travaillé pour Emhart Glass Inc. dans le développement, dans la production et dans la distribution des installations de production avant de prendre en charge le développement des activités commerciales en Europe et en Asie depuis Zurich. En définitive, Michel Cornaz a travaillé pendant 42 ans pour Emhart Glass. Au cours des six années qui ont précédé sa retraite, il a assumé, de 1988 à 1994, la fonction de président de l'ensemble du groupe, connu sous le nom de Bucher Emhart Glass depuis 1998.

Michel Cornaz a, non seulement, contribué au développement d'Emhart Glass en une organisation internationale comptant sept sites, mais, a également mis en place des centres de formation et des services de conseil. De plus, il a aussi contribué au développement du groupe Vetropack en tant que président de Cornaz SA Holding.

Dans cette fonction, avec ses frères Raymond et Jean-Daniel qui avaient rejoint la verrerie de Bülach et créé Vetropack AG en 1966, il a coordonné l'expansion du groupe Vetropack vers l'Est, expansion que Raymond et Jean-Daniel Cornaz ont mise en œuvre avec succès.

Michel Cornaz dispose d'une expérience de plusieurs décennies dans l'industrie internationale du verre et connaît

son évolution mieux que quiconque. Il a aussi suivi le développement depuis ses débuts, développement qui a commencé par une collaboration entre Vetropack et Bucher Emhart Glass.

Les débuts d'une vision

«En 2011, Vetropack et Emhart Glass ont lancé le projet de recherche 'Hartglass' sans trop de formalités», se souvient-il. «L'objectif a été très tôt de fabriquer des bouteilles de bière en verre brun légères et réutilisables», explique Michel Cornaz. Afin de permettre une production de masse, ils ont cherché des moyens d'intégrer le processus de trempe des bouteilles dans le processus de production. La distance entre la production de la bouteille et l'arche de cuisson était toutefois si importante que les bouteilles n'atteignaient pas une température moyenne suffisamment élevée pour pouvoir être traitées correctement par la suite. «L'idée d'Emhart était d'installer un système d'acheminement chauffant», explique Michel Cornaz. «Le système devait transporter les bouteilles préchauffées uniformément vers l'arche de cuisson dans laquelle elles seraient traitées.»

La persévérance porte ses fruits

Malheureusement, le projet de recherche a été abandonné à l'époque au sein d'Emhart Glass pour des raisons de coûts. Michel Cornaz se souvient que l'investissement nécessaire était trop élevé pour l'entreprise.

Il regrette que le projet de recherche n'ait pas été poursuivi conjointement à l'époque. Aujourd'hui, Michel Cornaz se réjouit d'autant plus que Vetropack ait poursuivi le projet de manière autonome et investi dans cette technologie de pointe. Il est convaincu que le projet de recherche précédent a été déterminant pour cette innovation et pour le développement de la technologie:



«J'admire beaucoup Vetropack d'avoir franchi cette étape.»

Michel Cornaz

Emballage récompensé: une bouteille de circulation en verre léger de Vetropack remporte un WorldStar Award

La World Packaging Organisation a décerné un WorldStar Award aux bouteilles de circulation en verre léger de Vetropack dans la catégorie «Packaging Materials & Components». Mais ces poids plumes robustes n'ont pas impressionné uniquement le jury: après avoir été utilisées pour la première fois par la Mohrenbrauerei, elles sont devenues la solution standard pour le secteur brassicole autrichien.

«Notre procédé est le fruit de recherches que nous avons menées pendant près de dix ans. Je suis fier et très reconnaissant à l'équipe de notre centre d'innovation pour cet excellent résultat», souligne Johann Reiter, CEO de Vetropack. L'année dernière, les bouteilles en verre léger avaient déjà remporté le Swiss Packaging Award dans deux catégories et s'étaient ainsi qualifiées pour les WorldStar Awards.

Depuis le projet pilote, la Mohrenbrauerei a étendu l'utilisation des bouteilles réutilisables thermodurcies à d'autres types de bières. Vetropack a poursuivi le développement des bouteilles légères pour les rendre accessibles à un groupe d'utilisateurs plus large: en Autriche, les bouteilles de circulation ont été introduites comme solution standard respectueuse de l'environnement pour l'industrie brassicole.



En savoir plus sur l'Award:

www.vetropack.com/worldstar-award

«L'expérience pratique acquise dans le cadre du projet a été une première impulsion», estime Michel Cornaz. «Comme pour toutes les inventions, il faut bien sûr des personnes déterminées et intéressées. Des personnes qui vérifient si les arches de cuisson existantes ne pourraient pas, elles aussi, être utilisées.» Chaque étape, comme les résultats obtenus et la qualité élevée des petites bouteilles ainsi que du verre léger, a donné des impulsions positives et a permis de passer à l'étape suivante. Il considère que cette persévérance est essentielle: «Dans l'industrie du verre, il y a toujours eu des gens qui avaient une vision. Des gens qui ont essayé sans relâche et qui n'ont jamais abandonné», se souvient Michel Cornaz. C'est ainsi que Vetropack a acquis un grand savoir-faire au cours des dernières années. L'entreprise profite maintenant de son expertise et de son rôle de pionnier pour répondre à la demande de récipients en verre plus légers et réutilisables.

La bouteille réutilisable de 0,33 litre, est désormais la solution standard pour le secteur brassicole autrichien; une véritable percée, selon Michel Cornaz.

«J'admire beaucoup Vetropack d'avoir franchi cette étape», souligne-t-il. Il est visiblement très satisfait de cette réussite et ajoute: «Ce succès nous encourage à poursuivre dans cette voie, à passer à l'étape suivante, à affiner le procédé et à l'intégrer dans le processus.» Car il le sait par expérience: «Il faut toujours faire des essais!»

C'est ce que font les collègues de Vetropack en Autriche de manière plus qu'active: Erich Jaquemar et ses collègues ont, par exemple, testé en détail la façon d'harmoniser le design des bouteilles et des caisses, de manière à réduire les contraintes subies par les nouvelles bouteilles à usage multiple au cours de leurs réutilisations. Les collègues du centre d'innovation de Pöchlarn poursuivent progressivement le développement de la production.

Maigrir facilement

C'est sous la devise «Bio gibt jetzt Stoff» que Gösser fait la promotion de sa première bière bio.

Avec la nouvelle Gösser Biostoff Lager, cette marque de bière riche en traditions fait son entrée sur un marché en pleine expansion.

Les bouteilles consignées de 0,33 litre produites avec la technologie innovante de Vetropack et le nouveau design des caisses véhiculent une identité visuelle parfaitement adaptée et durable. Avec ses 210 grammes, la bouteille est 30% plus légère que les bouteilles standard conventionnelles.



Le design de la caisse est parfaitement adapté aux nouvelles bouteilles standard.

Plus moderne, plus fraîche, plus jeune: la Gösser Biostoff Lager est exactement le type de bière que recherchent de plus en plus de consommateurs. Selon la société GfK (société pour la recherche sur la consommation), 60% des buveurs de bière en Autriche estiment que le choix de bières bio n'est pas suffisant. «Cela ne nous surprend pas. La génération Z en particulier, à savoir les consommateurs âgés de 20 à 28 ans, est très autocritique et souhaite consommer de manière durable. Il en va de même pour la génération Y, qui met davantage l'accent sur le plaisir: pour elle, la consommation responsable est une attitude totalement naturelle. Cette catégorie d'acheteurs aime également essayer de nouveaux produits qui correspondent à son style de vie moderne», commente Teresa Höfler, Senior Brand Manager de la Brau Union.

En tant que marque de bière innovante, Gösser entend désormais répondre encore davantage à ces exigences du marché. Depuis toujours, il est important pour Gösser que la bière soit le meilleur, non seulement, de la nature, mais, également, pour la nature. Les racines de la marque remontent à l'an 1000, quand la comtesse Adula fonda un monastère dans lequel les religieuses brassaient de la bière, ce qui était courant à l'époque. En 1860, Max Kober remet en service l'ancienne brasserie de l'abbaye de Göss située à Leoben en Styrie, posant ainsi la première pierre du développement fulgurant de Gösser, devenue la plus grande marque de bière d'Autriche.

Aujourd'hui, Gösser fait partie de la Brau Union Österreich, qui appartient au groupe Heineken depuis 2003. La brasserie attache une grande importance à l'utilisation d'ingrédients de qualité et au respect des méthodes de brassage traditionnelles. Comme peu d'autres entreprises, elle a su allier tradition et modernité en se développant constamment tout en conservant ses racines. Avec sa nouvelle bière bio, Gösser franchit une étape supplémentaire.

Bière bio dans une bouteille réutilisable innovante

«Cette étape se reflète aussi dans la présentation du produit», explique Teresa Höfler. «La Gösser Biostoff Lager séduit par sa recette incomparable. De couleur jaune d'or intense, avec de fines notes aromatiques de malt, cette bière est à la fois agréable et légère. Avec 100% de matières premières bio autrichiennes, elle conjugue durabilité et plaisir dans une bouteille réutilisable innovante de 0,33 litre». La Gösser Biostoff Lager a en effet été lancée sur le marché dans la nouvelle bouteille à usages multiples stan-

dard légère, qui contribue également à atteindre le quota d'emballages réutilisables obligatoire en Autriche depuis 2024. Avec le nouveau procédé, les bouteilles en verre sont trempées thermiquement, ce qui les rend particulièrement résistantes tout en réduisant leur poids. «Cette technologie permet de produire efficacement des bouteilles standard à la fois plus robustes et plus légères, idéales comme emballages réutilisables, car elles sont convaincantes en termes de durabilité, de commodité, de stabilité et de logistique simplifiée», explique Erich Jaquemar, responsable stratégique de la clientèle chez Vetropack en Autriche.

La durabilité est une réalité

La bouteille permet donc de véhiculer les valeurs de la marque de la nouvelle bière bio. «La durabilité est une priorité de la marque Gösser basée en Styrie, le poumon vert de l'Autriche», précise Teresa Höfler. «La bière Gösser est brassée avec de l'énergie renouvelable provenant de l'installation de biogaz de l'entreprise et les étiquettes sont faites de papier recyclé depuis longtemps. Une solution uniforme de bouteilles consignées constitue désormais une alternative pratique aux emballages à usage unique établis et nous permet de devenir encore plus durables.»

L'idée d'une bouteille consignée standard, utilisée par différentes brasseries, existe depuis longtemps sur le marché autrichien de la bière. L'importance croissante du thème de la durabilité chez les consommateurs a rendu la concrétisation de cette idée encore plus pressante. Il ne restait plus qu'à trouver la bouteille appropriée. La Brau Union Österreich travaille depuis des années avec Vetropack. «Dans le secteur des emballages en verre, Vetropack est un partenaire fiable», commente Dietmar Roher, expert qualité de la Brau Union. La Brau Union a donc été très intéressée lorsque Vetropack, informé de cette recherche d'une bouteille à usages multiples appropriée, lui a présenté la nouvelle technologie.

La bouteille consignée standard constitue une étape importante pour l'Autriche

«Il s'agissait bien sûr de trouver une solution que d'autres brasseries pourraient également adopter», explique Dietmar Roher. Un groupe de travail a été créé au sein de l'association autrichienne de logistique pour les emballages réutilisables (Logistikverbund Mehrweg) afin d'étudier la faisabilité technique du futur système. La forme de la bouteille devait

«Avec 100% de matières premières bio autrichiennes, elle conjugue durabilité et plaisir dans une bouteille réutilisable innovante de 0,33 litre.»



Plus de histoires de réussite:

[www.vetropack.com/
fr/produits-services/
histories-de-reussite/](http://www.vetropack.com/fr/produits-services/histoires-de-reussite/)



La Gösser Biostoff Lager est la première bière autrichienne à être lancée sur le marché dans les nouvelles bouteilles standard. La bouteille produite avec la nouvelle technologie contribue au respect du quota d'emballages réutilisables, obligatoire en Autriche depuis 2024.



satisfaire à plusieurs exigences: outre la possibilité de reprise dans des collecteurs automatiques courants, le produit devait être reconnaissable comme bouteille consignée et être adapté à différents formats de caisses. «En collaboration avec les commerces, le secteur brassicole et les prestataires de services, nous nous sommes mis d'accord sur une bouteille réutilisable de 0,33 litre. Le marché autrichien de la bière a ainsi franchi une étape importante», résume Dietmar Roher. D'autres pays disposent déjà d'une solution standard pour certaines parties du système réutilisable; l'Autriche peut désormais rattraper son retard.

30% plus légère, les émissions de CO₂ baissent d'un quart

La bouteille consignée standard de 0,33 litre a été développée avec Vetropack. Elle est convaincante à plusieurs niveaux: avec ses 210 grammes, la bouteille est 30% plus légère que les bouteilles standard conventionnelles; une bouteille plus légère, plus maniable et qui génère moins d'émissions de CO₂. «Lors du développement, nous n'avons pas uniquement tenu compte de la bouteille en elle-même. Nous

avons aussi considéré les emballages réutilisables en tant que système», explique Erich Jaquemar. «Cela signifie que la conception des bouteilles et des caisses ainsi que les palettes et la logistique sont coordonnées. Il est possible de placer six rangées de caisses par palette au lieu de cinq.» 96 caisses peuvent donc être empilées sur une palette standard. Cela permet de réduire d'un quart les émissions de CO₂ en comparaison avec les emballages traditionnels à usage unique, en raison, non seulement, des économies réalisées dans la logistique, mais, également, de la part importante de verre recyclé dans la production de verre brut.

La nouvelle Gösser Biostoff Lager passe désormais sur les lignes de remplissage. La nouvelle bière bio, la première bière autrichienne conditionnée dans une bouteille standard innovante et livrée dans des caisses de 12 bouteilles, est sur le marché depuis le 11 mars 2024. D'autres marques adopteront aussi prochainement la bouteille légère de Vetropack. En attendant, Gösser répond aux besoins des consommateurs, surtout des jeunes, et propose une bière bio moderne dans un nouvel emballage durable.

Une mesure sur mesure



Le bris de verre sur la ligne de remplissage est le pire cauchemar des entreprises de l'industrie des boissons et des aliments: Vetropack aide ses clients, grâce à une technique de mesure moderne, non seulement à localiser rapidement les points à risque, mais aussi, dans le meilleur des cas, à les prévenir.



Dans cet entretien, Michael Waltl, du service technique après-vente de l'entreprise, explique comment un capteur en ligne détecte de manière ciblée les points à risque et quelles sont les évolutions qui se dessinent dans ce domaine.

Monsieur Waltl, vous utilisez un capteur chez différents clients de Vetropack. De quoi s'agit-il?

Oui. Nous équipons un pot factice, fabriqué par nos soins, d'un capteur en ligne ShockQC de la société canadienne Masitek. Celui-ci mesure avec une grande précision les charges d'impact qui agissent sur un récipient en verre. Cela nous permet de déterminer directement dans les usines de nos clients où les lignes de remplissage ou autres processus d'emballage doivent être optimisés pour prévenir le bris de verre.

Comment en êtes-vous arrivé à travailler avec cette méthodologie et le capteur de Masitek?

Je suis responsable du service technique après-vente chez Vetropack. Cela signifie que mon équipe et moi-même traitons principalement les réclamations qui, dans de rares cas, concernent aussi les bris de verre. Quel que soit l'endroit où ces bris surviennent, ils constituent un problème urgent pour le client. Lorsque nous recherchons la cause, c'est un



Michael Waltl, responsable du service technique après-vente chez Vetropack Austria, aide les clients à optimiser leurs lignes de remplissage.

avantage de disposer d'un système de mesure qui nous permet d'identifier rapidement les points faibles sur la ligne de remplissage, car il est souvent impossible de voir à l'œil nu où exactement les récipients sont endommagés. Nous avons consulté deux fournisseurs et avons rapidement opté pour Masitek, car son produit répondait le mieux à nos besoins.

Certaines évolutions sur le marché requièrent probablement de plus en plus ce type de technologie, non?

Oui, c'est vrai. D'une part, les bouteilles en verre léger sont de plus en plus appréciées en tant qu'emballage écologique, car elles attirent davantage les consommateurs et permettent d'économiser de précieuses ressources. Cela nécessite des réglages différents sur la ligne de remplissage. D'autre part, davantage de produits sont conditionnés à haute vitesse. De nombreuses lignes de remplissage tournent à plus de 50 000 bouteilles par heure. Ces vitesses élevées entraînent des charges plus importantes sur les récipients en verre. Bien sûr, les lignes de remplissage ont aussi beaucoup évolué au fil des années. Les technologies modernes permettent d'atteindre des vitesses nettement plus élevées. Néanmoins, il arrive parfois que les charges soient trop fortes.

Le capteur vous permet aussi d'aider les clients lors du réglage d'une ligne pour un nouveau produit. Quels sont les clients que vous avez déjà pu aider? L'introduction de la bouteille en verre léger joue certainement un rôle majeur ici, n'est-ce pas?

Effectivement. Nous allons avec le capteur chez des clients qui conditionnent pour la première fois un nouveau produit



Le capteur intégré dans le pot factice détecte sur la ligne les éventuels points à risque pour les récipients en verre.



«Les contraintes subies varient d'un article en verre à l'autre. Nous reproduisons donc exactement le produit en verre de nos clients.»

Michael Waltl, responsable du service technique après-vente

dans un récipient spécifique. Avec le capteur, nous détectons les endroits sur la ligne qui doivent être optimisés. Nous nous rendons également chez des clients qui sont confrontés à un problème particulier. Nous utilisons le capteur depuis 2020 et avons jusqu'à présent aidé dix à douze entreprises pour des produits très variés. Par exemple des brasseurs de bière comme Gösser, qui vient de lancer sa nouvelle bière bio dans la bouteille standard en verre léger. Mais j'ai aussi utilisé le capteur dans des entreprises du secteur alimentaire. Dans l'une, il s'agissait de pots à épices, dans l'autre de pâte à tartiner.

Comment le capteur fonctionne-t-il exactement? Comment se déroule le processus?

Nous travaillons avec une «réplique», c'est-à-dire un pot factice en plastique. Les contraintes subies varient d'un article en verre à l'autre. Nous reproduisons donc exactement le produit en verre de nos clients. La réplique est ensuite étalonnée chez Masitek et équipée du capteur. Nous avons de capteurs de trois tailles différentes. Nous nous rendons chez le client avec la réplique et faisons ensuite passer ce pot factice sur la ligne. Le capteur mesure l'endroit exact où des forces agissent sur le récipient, par exemple dans la zone d'épaule ou au niveau de la base. Il mesure également l'intensité des forces – en IPS (Inches Per Second) –, ce qui nous permet de savoir si la résistance minimale à l'impact pour un récipient que nous produisons est dépassée. Les jeux de données mesurés sont transmis 100 000 fois par seconde à un PC, où ils sont analysés.

La réplique vous est-elle fournie par Masitek?

Non, à quelques exceptions près, les répliques sont produites dans notre propre atelier d'apprentissage. Toutes les formes cylindriques y sont reproduites. Seuls les formats non ronds ne peuvent pas être fabriqués par nos soins. D'une part, cela nous permet d'économiser beaucoup d'argent et, d'autre part, c'est un bon entraînement pour nos apprentis.

Comment réagissent vos clients jusqu'à présent?

Pour nos clients, les données mesurées avec le pot factice sont bien sûr de précieuses informations qui leur permettent

de limiter ou même d'éviter les bris de verre. Le succès des tests effectués avec le capteur en ligne s'est désormais répandu dans tout le secteur. Cela a incité de gros clients à nous contacter également. Je vais bientôt procéder à un audit de ligne dans une entreprise d'embouteillage de bière en République tchèque pour détecter d'éventuels points à risque.

Comment voyez-vous l'avenir de cette technologie? Y a-t-il encore des potentiels inexploités dans ce domaine?

En effet, outre les trois tailles de capteurs mentionnées, un autre très petit capteur est actuellement en cours de développement. C'est très intéressant, car cela permettrait d'examiner de petits récipients à des vitesses encore plus élevées. Nous travaillons aussi sur les mesures de la pression dynamique et du topload. Certains embouteilleurs disposent de tables d'accumulation où les articles sont accumulés pour diverses raisons. Des capteurs spécifiques peuvent mesurer la pression dynamique qui en résulte. Le contrôle du topload consiste à déterminer l'intensité des forces axiales exercées sur le système de fermeture lorsque celui-ci est testé. Mais la mesure d'impact est de loin le paramètre le plus important, et nous avons ici toutes les données dont nous avons besoin pour l'analyse.

Le client profite sans doute énormément de cette prestation supplémentaire du service technique après-vente.

Exactement. Avec le capteur en ligne ShockQC de Masitek, nous disposons maintenant d'un système de mesure qui détecte de manière ciblée les points à risque. C'est un grand pas en avant et une aide très précieuse pour nous – et donc aussi pour nos clients.

Merci beaucoup pour cet entretien, Monsieur Waltl.



Vous souhaitez bénéficier de ce service?

Contactez directement Michael Waltl:
michael.waltl@vetropack.com

Notre responsabilité

Vetropack soumet des objectifs de réduction des émissions de CO₂ à la «Science Based Targets initiative»



Nicolas Lootens,
Group Sustainability Manager:
«Définir nos objectifs en accord avec la Science Based Targets initiative constitue déjà un pas important dans cette direction.»

Le groupe Vetropack a soumis à la «Science Based Targets initiative» (SBTi) des objectifs concrets de réduction des émissions de CO₂. D'ici 2032, nous prévoyons de réduire de 50,4 pour cent nos émissions du scope 1 et du scope 2, et de 30 pour cent les émissions du scope 3.

Notre engagement durable

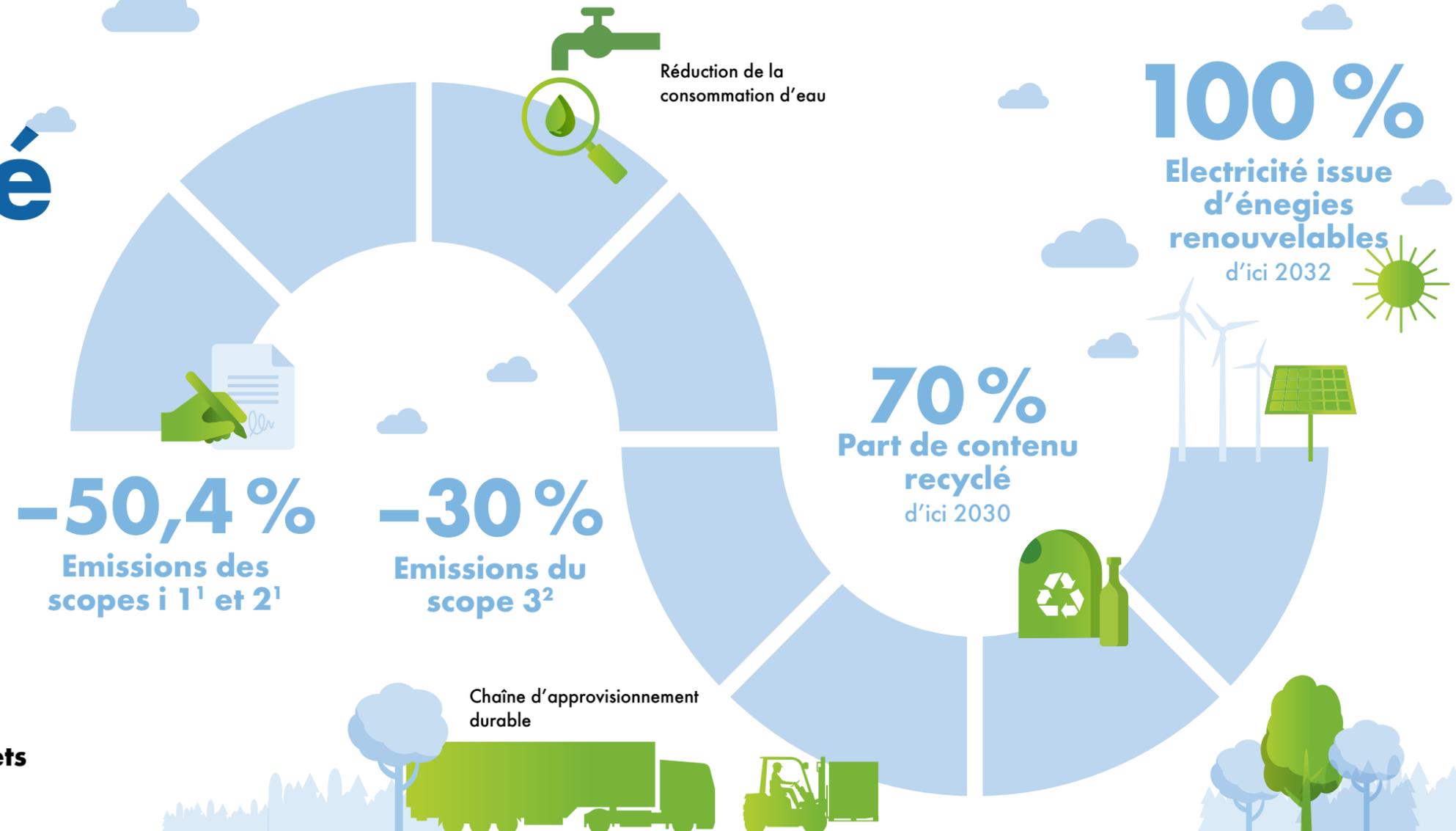
En 2022, nous avons annoncé notre engagement en faveur de la SBTi. Les objectifs actuels de réduction des émissions se fondent sur l'année de référence 2021. Les émissions du scope 1 sont les émissions directes résultant de la production, les émissions du scope 2 sont les émissions indirectes dues à l'achat d'électricité, et les émissions du scope 3 sont les émissions indirectes générées par les processus externes liés à notre production et à nos activités.

Nicolas Lootens, Group Sustainability Manager, souligne la nécessité urgente d'agir: «Le changement climatique est déjà une réalité, et il est de notre responsabilité de contribuer à la lutte contre la crise climatique. Définir nos objectifs en accord avec la Science Based Targets initiative constitue un pas important dans cette direction.»

Nos stratégies de réduction des émissions

Nous misons sur différentes mesures de réduction de nos émissions du scope 1 et du scope 2, par exemple la réparation de bassins de fusion existants et la construction de nouveaux bassins pour utiliser le gaz naturel de manière plus efficace, ainsi que des innovations techniques telles que des bassins de fusion hybrides. Un autre levier important est l'augmentation de la part de verre recyclé à 70 pour cent d'ici 2030, ainsi que le passage à 100 pour cent d'énergies renouvelables d'ici 2032. Nos investissements dans des installations photovoltaïques en Autriche, en Croatie et en Italie témoignent de notre engagement.

En ce qui concerne les émissions du scope 3, nous nous concentrons sur la réduction des émissions dans les catégories marchandises et prestations de services achetées, biens d'équipement, activités liées à l'énergie et aux combustibles ainsi que transport et distribution en amont. Des approches



¹ Réduction absolue d'ici 2032 par rapport à 2021 (soumise à la SBTi pour validation, avril 2024)
² Émissions de processus externes

innovantes telles que le «No Soda Trial» et l'utilisation de films recyclés pour les emballages jouent ici un rôle central.

Technologies d'avant-garde

Nous menons des recherches sur des technologies de captage et de stockage du carbone pour stocker ou utiliser les émissions de CO₂ générées par le processus de fabrication du verre. La minéralisation du CO₂ provenant du gaz de processus pourrait fournir de nouvelles matières premières pour la production de verre et autres processus industriels.

A propos de la Science Based Targets initiative

La SBTi permet aux entreprises de se fixer des objectifs ambitieux de réduction des émissions sur la base des dernières données scientifiques sur le climat. L'objectif de cette initiative est que les entreprises, à l'échelle mondiale, réduisent leurs émissions de moitié d'ici 2030 et atteignent d'ici 2050 le ni-

veau de zéro émission fixé par la SBTi. Johann Reiter, CEO du groupe Vetropack, souligne: «Les objectifs que nous nous sommes fixé marquent une étape importante pour notre future orientation stratégique. Il est de notre responsabilité de promouvoir des pratiques durables et des solutions innovantes.»

Avec ces objectifs ambitieux et ces mesures, Vetropack démontre que durabilité et succès économique ne sont pas incompatibles. Ensemble, nous établissons de nouvelles références dans l'industrie du verre et contribuons activement aux efforts de protection du climat mondial.



#Durabilité
www.vetropack.com/fr/durabilite/

Bike for Health

Initiative pour la santé et l'environnement: découvrez la beauté des trajets à vélo



L'activité physique est un élément essentiel d'un mode de vie sain. Chez Vetropack Moravia Glass et Vetropack Nemšová, nous souhaitons inciter nos collaborateurs à être physiquement plus actifs. Avec le challenge «Bike for Health», nous souhaitons les encourager à se déplacer à vélo aussi bien pour se rendre à leur travail que durant leur temps libre.

De mai à octobre, les participants ont la possibilité d'accumuler des kilomètres parcourus à vélo et de remporter des prix.

Nous utilisons l'application «EPP – Pomáhej pohybem» pour enregistrer les kilomètres parcourus. Cette application permet aussi aux collaborateurs de soutenir différents projets avec les kilomètres qu'ils ont accumulés. Ils ont donc deux bonnes raisons de se déplacer à vélo: préserver leur santé et soutenir des projets d'utilité publique.

L'action «Bike for Health» élargit la portée de l'ancienne initiative «Bike to Work» menée ces deux dernières années pendant les mois d'été dans nos verreries de Kyjov et de Nemšová. L'objectif était d'encourager

les collaborateurs à renoncer à leur voiture ou au bus au profit du vélo pour préserver leur santé et l'environnement. Cette année, nous avons modifié les règles afin d'inciter un plus grand nombre de collaborateurs à participer. Peu importe où l'on se rend, l'essentiel est de faire le trajet à vélo.

Le vélo est bien plus qu'un simple moyen de locomotion. C'est une excellente manière de découvrir la beauté de la nature, de rester en forme et d'éprouver une incomparable sensation de liberté.

Nos «inconditionnels du vélo», des collègues engagés de Vetropack, partagent leur enthousiasme pour ce mode de transport:

En collaboration avec les ressources humaines, une sortie à vélo est organisée deux fois par an pour les collègues intéressés. La dernière sortie a mené les participants à la réserve naturelle Osypané břehy, puis à Bzenec.

Sonia Kroupová fait du vélo trois fois par semaine pour se maintenir en forme et découvrir de nouveaux endroits. Elle a vécu sa plus belle aventure cycliste au bikepark de Rokytnice nad Jizerou.

Edita Neusarová utilise le vélo pour se maintenir en forme, visiter des endroits intéressants et profiter pleinement de la nature. Elle se sert aussi de son vélo pour aller faire des petites courses.

Stanislav Bálka se rend à vélo dans les vignobles du printemps à l'automne. Il apprécie particulièrement l'aspect écologique du vélo par rapport à la voiture et le fait de pouvoir se déplacer plus rapidement qu'à pied. Son itinéraire favori traverse des endroits pittoresques tels que Velké Bílovice et Mikulov avec, souvent, une petite pause dans son bar préféré «U Ferdinanda».



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

Planter pour l'avenir

Vetropack Chişinău a planté 2500 acacias dans le village d'Iordanovca durant le Mois de la Terre, en avril. Cette action vise à lutter contre la dégradation des sols et à promouvoir la santé environnementale. Une cinquantaine de collaborateurs motivés et leurs familles se sont engagés bénévolement dans ce projet d'utilité publique. En outre, Vetropack Chişinău a organisé ce mois-là un concours artistique pour sensibiliser la jeune génération au recyclage et à la protection de l'environnement.

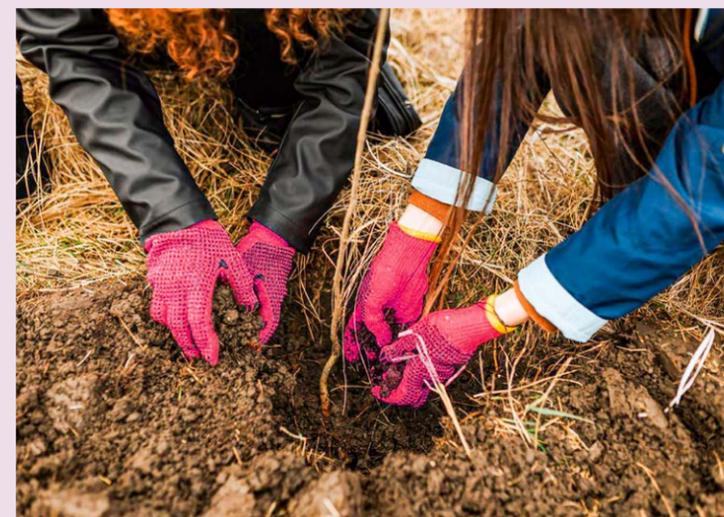
Vetropack Chişinău a lancé une initiative de plantation d'arbres à grande échelle pour soutenir et promouvoir les principes environnementaux, sociaux et de gouvernance de l'entreprise. À l'occasion du Mois de la Terre, l'entreprise s'était engagée à planter au moins 50 arbres. En une journée, malgré la chaleur, les participants ont planté environ 2500 acacias dans le village d'Iordanovca, menacé par la dégradation des sols et les glissements de terrain. Un dîner commun a permis de clore en beauté cette initiative commune de reboisement.

Le gouvernement local a soutenu celle-ci et salué cet engagement commun en faveur de la protection de l'environnement. Boris Crivoi, directeur d'unité commerciale, a déclaré: «Planter une forêt constitue un investissement inestimable dans un avenir plus vert et plus sûr. Ce projet va permettre d'améliorer sur le long terme l'environnement et la qualité de vie des citoyens moldaves. Nous nous réjouissons que l'équipe de Vetropack Chişinău ait mis en œuvre cette excellente initiative dans le village d'Iordanovca.»

Les arbres sont d'une importance vitale pour l'écosystème. Ils purifient l'air, offrent un habitat à la faune sauvage et contribuent à créer un environnement plus sain. Chaque arbre planté est, pour Vetropack, un pas de plus vers un avenir plus vert. Le Mois de la Terre nous rappelle qu'il est de

notre responsabilité de protéger l'environnement. L'équipe a mis en œuvre le projet avec succès en collaboration avec les experts de Moldosilva. Chez Vetropack, nous travaillons sans relâche à la réduction de notre empreinte écologique et à la préservation de l'environnement pour les futures générations.

Outre la plantation d'arbres, Vetropack a également organisé un concours artistique pour les enfants de ses collaborateurs. Le thème «HEALING THE PLANET! RECYCLING» invitait les jeunes participantes et participants à faire preuve de créativité et d'engagement en faveur de la durabilité et à prendre conscience dès leur plus jeune âge de l'importance du recyclage.



St-Prex



Arrêt de la production fin juin



Photo à gauche: Ce qui a débuté de manière artisanale en 1911, au beau milieu des vignobles vaudois, sous le nom de «Verrerie de St-Prex» est devenu le groupe international Vetropack. Photo à droite: La dernière bouteille produite quitte la chaîne de production de St-Prex en 2024.



Vetropack ferme son usine de longue tradition à St-Prex – malgré plusieurs millions d’investissement et un examen approfondi de toutes les alternatives. En raison des coûts d’exploitation élevés et du manque de compétitivité, le site ne pourrait plus fonctionner de manière rentable dans le futur.

La Verrerie de Saint-Prex, une entreprise suisse riche en traditions, a connu une longue histoire mouvementée. Henri Cornaz l’a fondée en 1911. Elle s’est ensuite fait un nom pendant plus d’un siècle grâce à ses emballages en verre de très grande qualité et constitue le berceau du groupe Vetropack.

La fermeture de l’usine de St-Prex a été annoncée en mai dernier. Cette décision a été prise par le conseil d’administration après un examen approfondi des propositions alternatives des représentants des salariés. Dès la fin juin, deux mois plus tôt que prévu, la procédure d’arrêt de la production a dû être entamée pour des raisons de sécurité.

«Nous ne prenons pas cette décision à la légère. Nous avons examiné de manière très complète et dans les moindres détails toutes les propositions qui nous ont été présentées pour un développement futur du site», explique Claude Cornaz, président du Conseil d’administration du groupe Vetropack. «Mais tous les scénarios envisagés nous conduisent régulièrement au même résultat: même avec des investissements de plusieurs millions, les perspectives d’avenir

de l’usine de St-Prex restent négatives en termes de viabilité économique et de compétitivité. Une exploitation rentable sur la durée ne serait pas possible. La fermeture de la production est par conséquent inévitable.»

Au fil des décennies, le site plus que centenaire de St-Prex a fait l’objet de nombreuses adaptations et d’importants investissements – qui se chiffrent depuis 2010 uniquement à plus de CHF 50 millions. En dépit de ces efforts, le seul site de production suisse du groupe Vetropack souffre de sa taille réduite et de sa faible compétitivité. Pour cette raison, Vetropack avait activé début mars déjà une procédure de consultation sur l’avenir du site.

La fermeture de l’usine de St-Prex ne signifie aucunement que Vetropack se retire de son marché domestique suisse, insiste Johann Reiter: «Le siège social de notre entreprise demeure à Bülach. Nos engagements dans le recyclage du verre en collaboration avec nos partenaires suisses au niveau communal sont confirmés. Dans le domaine du recyclage, rien ne change donc.»

Le verre sous son plus bel aspect



En tant qu'entreprise traditionnelle et orientée vers l'avenir, Vetropack a mis en ligne en février dernier un nouveau site Internet. Notre souhaitons mettre l'accent sur la durabilité, l'innovation, la sécurité et le travail d'équipe.

Simone Koch, Group Communications Director, souligne: «Notre nouveau site Internet doit non seulement être moderne et doté de nouvelles fonctionnalités, mais aussi attirer davantage de visiteurs.»

Nous nous sommes demandé ce qui était important pour nous et quelle image nous voulions donner de l'entreprise. Notre objectif est de susciter l'enthousiasme des clients, des investisseurs et des collaborateurs potentiels pour nos produits, mais

également de montrer comment, en tant qu'entreprise riche d'une longue tradition, nous souhaitons façonner l'avenir.

Pour ce faire, nous avons formulé cinq promesses sur les thèmes de la durabilité, de l'innovation, de la sécurité, du travail d'équipe et de l'expertise. Ces promesses sont étayées par des histoires tirées de l'entreprise. Sur le site Internet, les visiteurs apprennent par exemple pourquoi le travail d'équipe est particulièrement important dans la production et obtiennent un aperçu du quotidien de différentes équipes de Vetropack.

Grâce à un système de tags innovants, toutes les publications sont reliées à l'un des cinq thèmes centraux et parfois à un site de production, et sont également diffusées sur la page thématique correspondante. Ainsi, il est possible de s'informer de

manière approfondie et divertissante sur diverses questions, par exemple sur ce que fait Vetropack en matière de #durabilité.

De nouvelles histoires et actualités seront régulièrement publiées. Cela vaut donc la peine de consulter notre site plus souvent. Les visiteurs peuvent également s'abonner à notre nouvelle newsletter Vetropack ou trouver des instructions et documents importants dans l'espace de téléchargement.

Notre vaste menu offre une vue d'ensemble claire des nombreux contenus et facilite la navigation. Le nouveau site Internet est doté d'un look rafraîchissant, moderne et épuré, avec de grandes images et des titres accrocheurs qui mettent en avant nos produits et nos collaborateurs. Un site réussi qui reflète notre engagement dans tous les domaines.

Port-voix

Entretien avec Armelle Dupont, Group Customer Experience Manager



Je veille à ce que celle-ci puisse développer nos partenariats et créer une valeur ajoutée durable pour les deux parties. Dans ces deux rôles, je suis le porte-voix des clients, ce que j'apprécie énormément.

Comment l'enquête réalisée l'année dernière auprès de la clientèle a-t-elle influencé votre travail et quelles mesures ont été prises?

Nous continuons à investir et misons sur nos points forts, par exemple le service client. Les formations en ligne nous permettent de renforcer l'orientation sur la clientèle dans l'ensemble de l'organisation et de lancer une campagne de promotion du dialogue avec les clients. Notre objectif est de placer les besoins et les défis des clients au centre de nos activités. Nous souhaitons nous améliorer par le biais de diverses mesures. Nous communiquons par exemple nos plans de développement durable et d'innovation, nous nous concentrons sur l'introduction de notre bouteille de circulation améliorée et nous travaillons à l'optimisation de notre portefeuille.

Quelles sont, selon vous, les meilleures opportunités pour Vetropack en matière de nouvelles tendances ou technologies?

La numérisation nous permet d'améliorer l'expérience client à chacun des points de contact avec Vetropack. Cette année, nous avons posé les bases nécessaires à cet effet en fournissant à nos équipes de vente un excellent outil de gestion de la relation client. Cela leur permet de passer davantage de temps avec nos clients et moins de temps à collecter des données et à rédiger des rapports. Nous souhaitons également développer une plateforme clients pour que notre clientèle puisse accéder en toute simplicité aux données, services et commentaires en direct.

Suivez-nous et ne manquez aucune actualité!

Depuis décembre 2023, vous assumez une nouvelle fonction, celle de Group Customer Experience Manager. Quel est votre objectif dans cette fonction et sur quels thèmes travaillez-vous actuellement?

Notre vision est d'offrir la meilleure expérience client dans notre secteur. Pour ce faire, je travaille en collaboration avec l'ensemble de l'organisation: mon rôle est de recueillir régulièrement les commentaires des clients et de promouvoir les initiatives clés visant à améliorer en permanence la manière dont nous répondons aux besoins de nos clients. Je dirige également l'équipe des responsables stratégiques de la clientèle.

L'innovation en plein essor

Construit sur le site autrichien de Pöchlarn en 2020, le centre d'innovation du groupe Vetropack illustre la démarche stratégique de l'entreprise en matière d'innovation. Les innovations en matière de produits, de processus et d'organisation progressent rapidement. Vetropack doit continuer à répondre aux exigences de ses clients avec des produits et services innovants, respectueux de l'environnement et de grande qualité, et garantir ainsi son succès commercial à long terme.



Le centre d'innovation témoigne de l'enjeu capital pour l'entreprise du thème de l'innovation. Sous la direction de Daniel Egger, Group Head of Innovation, le centre a été intégré, au niveau organisationnel, au secteur Technologie et Production en janvier 2022 et a été progressivement agrandi. Actuellement, le centre d'innovation de Pöchlarn emploie 32 personnes et comprend les trois domaines suivants: «Process and Technology Innovation», «Product and Material Innovation» et «Smart Factory Innovation». Un coup d'œil exceptionnel dans les coulisses révèle ce qui fait actuellement l'objet de recherches.

Durcissement plus efficace des bouteilles grâce à une nouvelle machine

La nouveauté mondiale développée par Vetropack est la première bouteille de circulation en verre léger trempé. Celui-ci permet de durcir les bouteilles en verre de manière thermiquement contrôlée. Le faible poids de la bouteille permet de réduire considérablement les coûts logistiques et de diviser par quatre les émissions de CO₂ par rapport à une bouteille de circulation normale.

Pour se rapprocher de l'objectif de maturité industrielle de cette technologie, des recherches sont actuellement menées sur une nouvelle machine de durcissement encore plus efficace. Une installation expérimentale pour tester ce procédé optimisé a été commandée, et la production devrait démarrer mi-2024. Si les tests se déroulent comme prévu, une version pleinement aboutie de cette machine devrait être opérationnelle dès le deuxième semestre 2025, ce qui permettra d'augmenter encore les capacités de production.

Capture et valorisation du carbone

Notre département d'innovation en matière de processus et de technologies teste une technologie prometteuse de capture et d'utilisation du carbone dans l'industrie du verre. Ce procédé, dit de «minéralisation du carbone», permet de transformer le dioxyde de carbone en carbonate. Cette réaction chimique se produit lorsque des roches spécifiques entrent en contact avec du dioxyde de carbone. Comme le dioxyde de carbone ne retourne pas dans l'atmosphère, ce procédé pourrait rendre la production de verre exempte de CO₂, ce qui serait extrêmement intéressant pour le secteur.

Production sans carbonate de soude

Vetropack est membre de l'IPGR (International Partners in Glass Research), une organisation internationale de recherche qui se consacre à la promotion de la science et de la technologie du verre via la collaboration entre l'industrie, les universités et les autorités. Dans un bassin de fusion désaffecté, Vetropack procède à des essais visant à modifier l'utilisation des matières premières. Dans le cadre des «No Soda Trials», le mix de matières premières a été modifié de manière à pouvoir renoncer à l'ajout de carbonate de soude, l'une des principales sources d'émissions de CO₂. Le comportement à la fusion du mélange a été étudié lors d'un essai de dix jours. L'aptitude au façonnage de bouteilles à partir de la masse fondue sans carbonate de soude a été démontrée à la fin de l'essai.

Le domaine Innovation en matière de produits et de matériaux travaille activement sur des compositions de mélanges alternatifs, à savoir des compositions qui seront finalement utilisées dans les fours de fusion, ainsi que sur des matières premières alternatives.

Traçabilité totale grâce à des technologies Data Matrix et RFID ultramodernes

Dans le domaine de l'innovation en matière d'usine intelligente, un système robuste de traçabilité avec codes Data Matrix est actuellement mis en place. Chaque bouteille est dotée d'un identifiant unique qui permet de collecter et de stocker des données spécifiques tout au long du processus de production. Les problèmes potentiels peuvent ainsi être identifiés suffisamment tôt, et le contrôle de la qualité est plus efficace. Cette transparence supplémentaire renforce la confiance des clients. De plus, la technologie RFID permet d'identifier les palettes et de contrôler leur quantité en temps réel, et donc d'optimiser l'efficacité de la logistique et de la production.

Dans le cadre du procédé les produits thermodurcis, un code Data Matrix apposé au laser chaud sur tous les produits stocke de nombreuses informations et ouvre des possibilités intéressantes. Les produits concernés peuvent ainsi être identifiés rapidement en cas de réclamation. Ce code présente également des avantages pour les actions promotionnelles et les programmes de fidélisation.

«Nous visons des produits de grande qualité, un service excellent et gagner la confiance de nos clients. Nous veillons à un approvisionnement efficace tout en nous engageant pour un avenir durable.»

Daniel Egger, Group Head of Innovation



Dans notre centre d'innovation de Pöchlarn, nous réinventons sans cesse l'un des plus vieux matériaux du monde. Notre motivation: rendre le verre encore plus durable et les processus de production encore plus efficaces.



La technologie RFID pour palettes est déjà utilisée dans les usines de Pöchlarn, Straza, Nemšová et Kyjov. La solution saisit les données des palettes entrantes et sortantes. À l'avenir, il sera possible d'acheminer certaines palettes vers des zones de dépalettisation externes selon des critères bien définis et de garantir la traçabilité des palettes avec les articles.

Développement de la vision par ordinateur

Les systèmes de vision par ordinateur utilisent des algorithmes d'apprentissage profond pour traiter les données visuelles et recueillir de précieuses informations. Dans un environnement industriel, ils détectent des objets, des motifs et des anomalies dans différents secteurs. Cette technologie permet à Vetropack d'améliorer la qualité des produits, d'accroître l'efficacité et de réduire les temps d'arrêt.

Chez Vetropack, nous utilisons la vision par ordinateur de diverses manières. De l'inspection avancée des défauts au contrôle de la qualité, nous pouvons ainsi garantir que nos produits répondent aux normes les plus élevées. Nous utilisons la vision par ordinateur également pour compter les articles et donc optimiser la gestion des stocks et les processus de production. Selon nous, cette technologie présente un important potentiel de développement pour l'avenir. De nouvelles applications verront le jour, telles que la prise en charge des contrôles d'usure et de propreté dans les ateliers des moules, la surveillance continue de l'environnement de production pour détecter d'éventuels temps d'arrêt ou irrégularités, intervenir alors rapidement et réduire les temps d'arrêt, ainsi que l'amélioration de la gestion des stocks grâce à une

surveillance et à une automatisation encore plus efficaces. Ce n'est qu'un début, et il existe de nombreuses possibilités d'étendre l'utilisation de la technologie de vision par ordinateur chez Vetropack.

Révolution numérique avec des jumeaux numériques

Ce projet consiste à utiliser des technologies de pointe telles que l'IA, la vision par ordinateur, l'IloT et la robotique avancée pour créer par exemple des répliques numériques de fours et de machines d'inspection. Ces jumeaux numériques reflètent de véritables processus et permettent une surveillance en temps réel, des simulations ainsi que des analyses approfondies des données. Cela permet une optimisation des réglages, une maintenance prédictive et l'identification des zones dissimulées pour améliorer les processus.

Grâce à ses inlassables recherches, Vetropack continue de renforcer sa position de leader en matière d'emballages en verre intelligents. Nous sommes impatients de voir ce que l'avenir nous réserve.



#Innovation
www.vetropack.com/
fr/innovation/



Gestion des créneaux horaires et esprit d'équipe pour une productivité accrue



Des créneaux horaires clairement définis et un système de suivi sophistiqué ont permis de réduire considérablement les temps de chargement et d'accroître l'efficacité.

Un lieu de chargement encombré, jusqu'à cinq heures d'attente pour les camions et les caristes, qui ne savent plus quoi faire aux heures de pointe. C'est la situation à laquelle l'équipe logistique de Pöchlarn Bussler a été confrontée en 2018.

Une situation qui pose problème à plusieurs égards: à savoir en termes de rentabilité, de résistance au stress et d'efficacité, tant pour Vetropack que pour nos transporteurs, en matière de sécurité au travail pour nos caristes, mais aussi de durabilité et d'émissions de CO₂ liées à l'immobilisation des camions. L'outil «Elogate» existe depuis longtemps dans la logistique de Vetropack et dispose de plusieurs fonctions passionnantes, telle que la «gestion des créneaux horaires». Mais qu'est-ce que cela signifie concrètement?

Le planificateur remet aux transporteurs un ordre de transport indiquant qu'un créneau horaire de chargement doit être réservé et qu'ils doivent se rendre chez Vetropack. Dans la «phase 1» actuellement en cours, les camions doivent respecter un créneau horaire de 2,5h. S'ils arrivent à Pöchlarn dans ce délai et qu'ils sont enregistrés au service d'expédition, les caristes le voient sur leur tablette et peuvent servir ces camions en conséquence et les traiter en priorité. Cela présente des avantages non seulement économiques pour les deux parties, mais aussi écologiques.

En outre, un système de suivi a été conçu et mis en place pour le site de Pöchlarn afin de sensibiliser les différents transporteurs aux performances de la GCH. Un rapport mensuel a été établi sur la base de ce suivi. Il est désormais également possible d'informer les transporteurs des créneaux horaires réservés et de l'heure à laquelle une réservation a été effectivement honorée. Des rencontres communes avec des transporteurs ont permis d'élaborer différentes stratégies d'amélioration. En effet, pour que les fonctions d'un ou-

til puissent être pleinement exploitées, toutes les parties prenantes doivent travailler ensemble. Le succès des mesures a rapidement pu être quantifié: les temps de chargement ont été réduits de 2 heures à 30 minutes en moyenne grâce à l'interaction du système et d'une équipe efficace. Non seulement cela a pour effet de réduire le délai d'exécution, mais cela présente aussi les avantages suivants:

- Atténuation d'un pic journalier de chargements, allégeant ainsi la charge de travail des caristes (sécurité au travail) et des collaborateurs du service d'expédition
- Optimisation de l'affectation du personnel
- Réduction des coûts d'immobilisation des camions
- Productivité accrue chez Vetropack et chez les clients
- Réduction des émissions de CO₂ grâce à des temps d'immobilisation plus courts

Cette histoire est une success story pour l'ensemble du secteur. En collaboration avec l'exploitant du système, l'équipe de Pöchlarn a déjà pu aider d'autres entreprises à adapter leurs processus logistiques en conséquence.

Recyclage numérique

Comment inciter les consommateurs à recycler systématiquement leurs emballages en verre? C'est la question que se posent les fabricants de l'industrie du verre, des aliments et des boissons, les organisations environnementales et les gouvernements du monde entier. À Koprivnica, en Croatie, Vetropack Straža d.d. tente actuellement de répondre à cette question dans le cadre d'un projet pilote mené conjointement avec la Fédération européenne du verre d'emballage (FEVE), l'entreprise multinationale et l'une des leader de l'industrie alimentaire – Podravka Inc. et l'entreprise locale de services communaux Komunalac d.o.o.

Le verre est un matériau naturel cent pour cent recyclable, sans altération de sa qualité.



Les emballages en verre usagés constituent une précieuse ressource. Ils permettent de réduire la consommation de matières premières et, comme la fusion du verre usagé nécessite moins d'énergie, également la quantité d'énergie nécessaire à la fabrication du verre. Les nouveaux récipients génèrent donc moins d'émissions de CO₂. Il est par conséquent très important que le verre recyclable entre réellement dans le circuit de recyclage. Pour diverses raisons, ce n'est pas toujours le cas. Parfois, les infrastructures de collecte, de transport et de recyclage du verre ne fonctionnent pas encore assez efficacement ou ne sont pas disponibles en quantité suffisante. En outre, un travail d'information est souvent encore nécessaire sur le potentiel du recyclage du verre et la bonne manière de procéder. C'est pourquoi la FEVE est un partenaire actif de Close the Glass Loop, une plateforme multipartite qui réunit les acteurs de l'ensemble de la chaîne de création de valeur, avec pour objectif d'atteindre un taux de collecte de 90 pour cent des emballages en verre dans l'UE d'ici 2030 (actuellement, le taux est de 80,1 pour cent).



Le Digital Recycling Pilot Project, une campagne d'information et de sensibilisation des consommateurs, doit permettre d'atteindre un taux de collecte et de recyclage plus élevé dans le système croate de recyclage du verre.

L'un des principaux leviers dans la réalisation de cet objectif est la mise en place de partenariats efficaces pour communiquer avec les consommateurs et les sensibiliser. «Nous sommes une organisation européenne et dépendons de partenaires locaux tels que des entreprises et des autorités qui peuvent activer leurs réseaux et infrastructures et tirer profit de leurs connaissances approfondies de la situation dans leur région. En contrepartie, nous leur fournissons des ressources, du matériel de communication et des prestations de conseil. Nous poursuivons tous le même objectif de recyclage, mais selon des perspectives très variées», explique Michael Delle Selve, responsable marketing et communication de la FEVE.

Partenariats locaux pour un recyclage durable du verre

Dans la ville croate de Koprivnica, ces partenaires locaux sont Vetropack Straža d.d., le fabricant de produits alimentaires Podravka Inc. et l'entreprise de services communaux Komunalac d.o.o. Avec le «Digital Recycling Pilot Project», une campagne d'information et de sensibilisation des consommateurs, ils relèvent le défi d'atteindre un taux de collecte et de recyclage plus élevé dans le système croate de recyclage du verre: le système de consigne (Deposit Return Scheme, DRS) mis en place incite les consommateurs

à rapporter les bouteilles d'un volume de 200 ml ou plus, moyennant une faible consigne, dans les magasins où elles sont collectées par des entreprises privées. Environ 80 pour cent des récipients couverts par ce système sont collectés et recyclés. Toutefois, les récipients en verre de toutes tailles et les bouteilles plus petites sont collectés dans des conteneurs communaux, dans le cadre du système de responsabilité élargie du producteur (REP), puis transportés par les services communaux vers des installations de recyclage. Ce système ne permet de collecter qu'environ 30 pour cent des récipients recyclables. Les 70 pour cent restants sont jetés avec les ordures ménagères. Le taux global de collecte du verre à l'échelle nationale est donc au final de seulement 59 pour cent. Par rapport à la moyenne de l'UE, cela laisse à la Croatie une marge d'amélioration considérable.

La campagne «Digital Recycling Pilot Project» a été lancée pour déterminer les causes du taux de réussite plus faible du système REP: un manque de motivation fondée sur une récompense (comme dans le système DRS), ou un manque de sensibilisation au recyclage du verre en général. La campagne a débuté par un sondage en ligne destiné spécifiquement aux citoyens de Koprivnica. Les messages de la campagne ont ensuite été adaptés sur la base des résultats du sondage et complétés par des photos des produits de Podravka conditionnés dans des récipients en verre.



«Nous voulons faire en sorte que le verre que nous utilisons soit réellement recyclé.»

Nataša Mikuš Žigman,
responsable du développement durable chez Podravka

Facteurs de réussite d'une campagne de recyclage du verre

À partir de cet automne, les visuels de la campagne seront diffusés de manière stratégique via les réseaux sociaux de la FEVE. L'acquisition de données en continu tout au long de la campagne permettra notamment d'identifier les messages, photos et canaux qui ont atteint le plus grand nombre de consommateurs et dans quelle mesure cela a réellement influé sur les volumes de verre collectés. Lorsque la campagne prendra fin, ces données seront analysées, évaluées et comparées à celles de Čakovec, une ville similaire où aucune campagne n'a été menée et qui servira de groupe témoin. Cela permettra d'élaborer une boîte à outils de communication et un concept pour de futures campagnes, pouvant être utilisés à l'échelle internationale.

La FEVE et Vetropack soutiennent financièrement ce projet, mais tous les participants contribuent à leur manière à sa réussite: pour la campagne, l'équipe Vetropack prend en charge une grande partie des tâches organisationnelles ainsi que les travaux de traduction. Comme Vetropack Straža d.d. est la seule verrerie du pays, ses relations ont été déterminantes et ont permis que Komunalac et Podravka s'engagent dans le projet.

Podravka produit de nombreuses marques populaires, ce qui confère à la campagne la visibilité dont elle a besoin.

«Nous avons immédiatement reconnu l'importance de ce projet», précise Nataša Mikuš Žigman, responsable du développement durable chez Podravka. «Nous nous sommes fixé comme objectif d'utiliser pour nos produits d'ici 2030 uniquement des emballages recyclables, réutilisables ou compostables. Le verre peut nous aider à atteindre cet objectif – et nous voulons faire en sorte que le verre que nous utilisons soit réellement recyclé.» Komunalac a fait office de conseiller local pour le projet et a apporté son soutien en fournissant des données. «Nous sommes dans une position idéale pour mesurer l'impact réel sur le volume de verre collecté et recyclé. Nous espérons une augmentation significative», déclare Saša Grubačević, responsable du département de gestion des déchets chez Komunalac. Outre la coordination commune du projet, la FEVE a également développé le concept de communication et évaluera à la fin les données collectées. Les quatre partenaires espèrent que la part de verre recyclé augmentera de manière significative à Koprivnica et attendent avec impatience que les résultats de leur travail commun soient utilisés pour de futures campagnes en Croatie ou à l'étranger.



#Durabilité
www.vetropack.com/
fr/durabilite/

Pour en finir avec les mouvements inutiles

Un exemple vivant de ce que sera l'avenir: Vetropack mise sur les atouts d'une usine intelligente. Sur son site de fabrication récemment inauguré à Boffalora sopra Ticino, en Italie, l'entreprise dispose d'un entrepôt de marchandises entièrement automatisé. Les clients bénéficient de délais plus courts et d'une transparence optimale.

Dans sa nouvelle usine de Boffalora sopra Ticino, d'une superficie de 340 000 m², Vetropack a mis en service un entrepôt entièrement automatisé.



«À Boffalora, tous les processus sont conformes aux dernières avancées techniques.»

Jaroslav Mikliš, Group Supply Chain Projects and Transformation Manager

L'entrepôt entièrement automatisé, doté d'une technologie ultramoderne qui permet d'optimiser les processus logistiques du nouveau site Vetropack en Italie, atteint un niveau d'efficacité nettement plus élevé dans le traitement des commandes que les entrepôts traditionnels ou partiellement automatisés. Grâce à ce nouveau système, Vetropack Italia garantit une traçabilité totale en temps réel et peut donc réagir immédiatement à un éventuel écart, ce qui réduit considérablement les délais. L'automatisation permet en outre de répartir uniformément les tâches selon le temps disponible. Vetropack évite ainsi les pénuries et garantit une utilisation efficace de ses capacités.

«À Boffalora, tous les processus sont conformes aux dernières avancées techniques», précise Jaroslav Mikliš, Group Supply Chain Projects and Transformation Manager. Cela vaut également pour les processus logistiques, conçus à partir de simulations. «Dans un entrepôt entièrement

automatisé, il n'y a plus de mouvements inutiles. Une saisie précise des données nous permet également de piloter et de surveiller les processus de manière très précise», ajoute Jaroslav Mikliš. Pour garantir le bon fonctionnement de l'entrepôt, l'ensemble du système peut être surveillé à distance.

Sécurité maximale, plus de durabilité, aucun temps d'attente

La suppression de toute intervention manuelle permet d'augmenter la sécurité au travail et la qualité des emballages secondaires: en recourant à des technologies d'automatisation et à l'intelligence artificielle, l'entreprise se prémunit contre les situations à risque et contre d'éventuels dommages sur les emballages secondaires. L'entrepôt entièrement automatisé contribue en outre aux objectifs de durabilité de Vetropack. La flotte de véhicules a été équipée de batteries au lithium ultramodernes et à faible consommation, qui permettent non

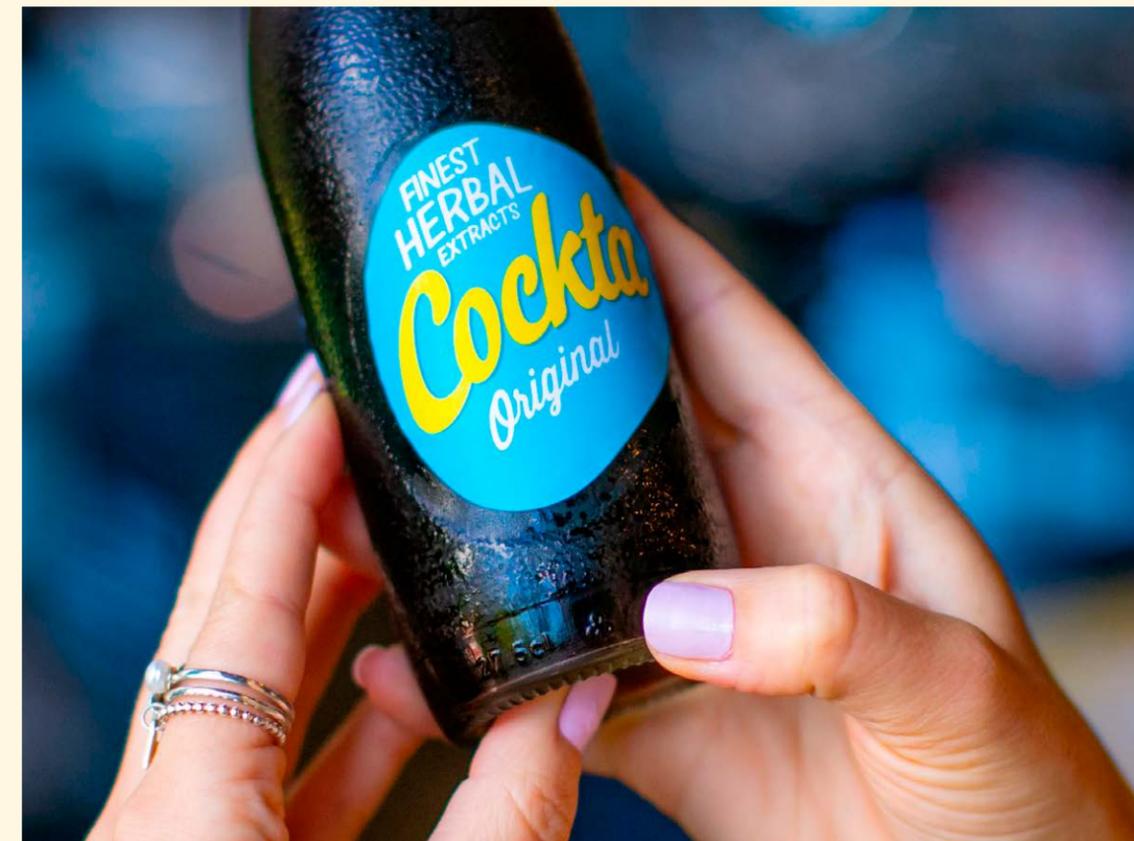
seulement de réduire la durée des cycles de recharge, mais aussi d'améliorer considérablement l'efficacité du processus de recharge. «Grâce à l'utilisation efficace de l'intégralité de la surface, nous réduisons le nombre de trajets vers d'autres entrepôts et espérons pouvoir bientôt les supprimer entièrement», commente Jaroslav Mikliš.

Le nouvel entrepôt entièrement automatisé renforce encore davantage le rayonnement positif du site italien ultramoderne et économe en ressources, et ce, au profit de l'ensemble du groupe.



#Innovation
[www.vetropack.com/
fr/innovation/](http://www.vetropack.com/fr/innovation/)

Frais et délicieux à 70 ans



Pas de caféine, des ingrédients purement naturels et, surtout, un emballage en verre exceptionnel: Cockta est la boisson rafraîchissante à la mode dans les Balkans et au-delà.

Cockta, la légendaire boisson rafraîchissante originaire de Slovénie, avec le soutien de Vetropack connaît un nouvel essor.

Une recette unique, des ingrédients naturels – et surtout un emballage de qualité: la marque Cockta renoue avec le succès depuis qu'elle a fait peau neuve en 2018. Les clients des restaurants, hôtels et autres points de vente peuvent savourer Cockta Original, Cockta Free (sans sucre) et Cockta Blondie à partir de la bouteille en verre Vetropack de première qualité est également déterminante pour l'image de marque de cette boisson sans alcool créée dans les Balkans.

L'année: 1952. Emerik Zelinka, professeur de chimie à l'université de Ljubljana, développe la recette pour un cola unique en son genre. Un an plus tard, Cockta est lancé sur le marché et devient la boisson nationale de la jeune République fédérale socialiste de Yougoslavie. Depuis des décennies, Cockta rafraîchit et ravit toutes les générations grâce à une recette secrète et unique qui comprend un cocktail de onze herbes et du caramel, de l'eau d'une source minérale et d'autres ingrédients naturels.

Cockta, sans caféine ni acide orthophosphorique, est produit et commercialisé par Atlantic Grupa depuis plus de dix ans. Atlantic Grupa est l'un des principaux fabricants de

produits alimentaires et de boissons d'Europe du Sud-Est. Basé à Zagreb, avec plus de 5 500 employés, répartis dans huit pays et possédant six unités commerciales, Atlantic a enregistré un chiffre d'affaires de 850 millions d'euros en 2022, ce qui représente une croissance de 12 pour cent par rapport à l'année précédente. Outre les boissons, le portefeuille comprend des pâtes à tartiner salées (comme Argeta, la marque de pâte à tartiner qui connaît un succès dans toute l'Europe), du café, des snacks et des confiseries – et des produits à base d'avoine dans les secteurs à forte croissance.

Un nouveau design et une bouteille unique sont les clés d'un nouveau succès

Laura Bortas, Senior Brand Development Manager chez Atlantic Grupa, est responsable de la marque Cockta avec son équipe. Elle raconte: «Dans les années qui ont suivi 2010, Cockta est devenue progressivement une 'Boisson nostalgique', car il y a eu trop d'innovation éphémères qui se sont faites au détriment de la marque et des ventes. C'est pourquoi nous avons entrepris un repositionnement en 2018, afin de



Trois pierres angulaires du succès: une recette distincte à base d'ingrédients naturels et la bouteille en verre unique de Vetropack ont rendu Cockta populaire auprès des consommateurs de tous âges.

rafraîchir la marque et de cibler résolument la jeune génération. Vetropack a joué un rôle décisif à ce sujet.»

La nouvelle bouteille en verre léger de 275 ml, pesant 180 grammes, est fabriquée selon le procédé de pressage et de soufflage à col étroit. Destinée au canal HoReCa (hôtels, restaurants, cafés), elle présente un design distinctif avec des éléments uniques. Ainsi, le goulot de cette bouteille élancée s'inspire du cynorrhodon, l'un des ingrédients de Cockta; des zones lisses de la surface alternent avec d'autres qui ressemblent à des écorces d'orange; et l'année de naissance de Cockta est gravée en relief sur la bouteille. Enfin, l'étiquette atypique (qui a retrouvé les couleurs originales de 1953, le jaune et le bleu) et l'espace spécial qui l'accueille nécessitent un savoir-faire spécifique, non seulement pour la production des bouteilles, mais aussi pour le processus d'étiquetage final. M. Bortas poursuit: «Nous sommes très heureux que notre partenaire de production Vetropack nous ait soutenus tout au long du processus et que nous ayons travaillé ensemble à la réalisation de cette bouteille unique. Non seulement Vetropack ne nous a pas ralentis dans cette aventure, mais il nous a permis de prendre notre envol». En 2023, Vetropack

– en tant que fournisseur exclusif d'emballages en verre pour Cockta – a livré environ 22 millions de récipients en verre à Atlantic Grupa.

Le secteur HoReCa représente 28 pour cent des ventes totales de Cockta; la boisson est distribuée bien au-delà de la région des Balkans, sur 24 marchés à travers le monde, dont le Royaume-Uni et les Etats-Unis.

Une nouveauté rafraîchissante – et un succès auprès de la jeune génération

Atlantic Grupa a réussi à faire progresser les ventes de Cockta de 42 pour cent entre 2018 et 2022. De plus le groupe a réussi à réaliser l'un de ses principaux objectifs: séduire la jeune génération. «La bouteille unique de Vetropack, avec son aspect et son toucher de qualité supérieure, n'est pas seulement importante pour HoReCa, où la perception est la plus importante et où les habitudes de consommation sont façonnées. Il s'agit également d'un élément clé du marketing – on pourrait dire qu'il fait partie du contenu visuel de la marque», souligne M. Bortas. Les deux entreprises partagent une longue tradition, car les organisations qui les ont précé-



Retour aux sources: un lifting en 2018 a permis de retrouver les couleurs originales de Cockta de 1953, le jaune et le bleu, qui apparaissent également sur la bouteille en verre léger de 275 ml de Vetropack.



dées ont commencé à travailler ensemble dès 1953, bien avant qu'Atlantic Grupa et Vetropack Straža n'existent en Croatie. Les débuts de la production de verre dans la région frontalière entre la Slovénie et la Croatie sont encore plus anciens. Goran Vurnek, représentant commercial chez Vetropack Straža, reprend l'histoire: «Au XIXe siècle déjà, l'eau riche en minéraux et contenant du CO₂ naturel provenant des sources situées près de Rogaska Slatina était exportée vers Vienne et d'autres destinations européennes; les premières bouteilles ont été produites à Hum na Sutli, où se trouve actuellement notre usine Vetropack.»

Renforcer et élargir judicieusement le cœur de la marque – grâce à Vetropack

Depuis 2018, année où Cockta a fait sensation avec son nouveau look («Cockta Original»), deux autres variantes sont venues compléter l'assortiment: 2019 a vu l'introduction de la variante très tendance «Cockta Free» (sans sucre), suivie en 2021 par «Blondie», également connue sous le nom: l'autre côté de l'orange. La boisson rafraîchissante différente au goût d'orange (orangeade) avec l'incomparable cocktail

d'herbes. Les deux produits ont été lancés avec succès et, bien entendu, ils sont également disponibles dans l'embématique bouteille en verre. Atlantic Grupa dispose ainsi d'un pilier supplémentaire en dehors du segment des colas sur le marché des boissons gazeuses sans alcool, qui continue de prospérer.

Laura Bortas conclut: «Nous avons l'intention de continuer à construire sur cette base solide. Notre étroite collaboration avec Vetropack nous est très utile à cet égard. Par exemple, les services de développement de nos entreprises sont directement en contact dès la phase de conception, ce qui nous permet de clarifier dès le début du processus de conception ce qui est possible (et ce qui ne l'est pas). Cette réussite commune est donc appelée à se poursuivre – il y aura toujours de nouvelles surprises!»



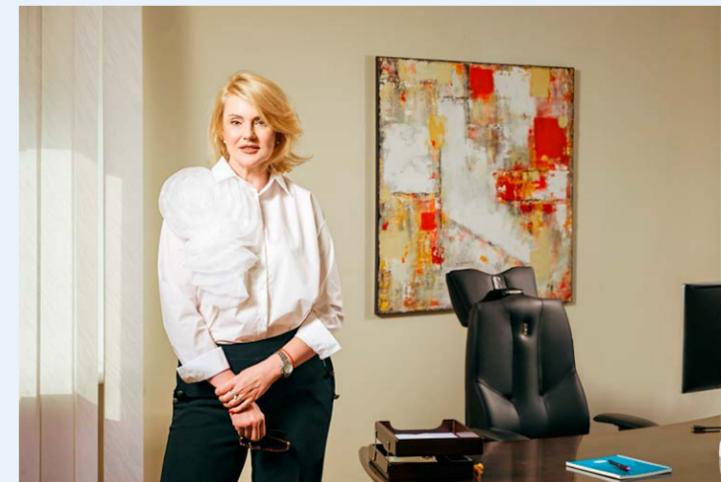
Plus de histoires de réussite:

www.vetropack.com/fr/produits-services/histoires-de-reussite/



Aucune altération

De l'ouest de l'Ukraine vers l'Europe de l'Est et le monde: les nombreux produits naturels de Lutsk Foods enrichissent tous types de cuisine et sont livrés dans les emballages en verre exclusifs et durables de Vetropack. Depuis l'été 2023, ceux-ci proviennent de nouveau directement du site ukrainien de Vetropack. Un renforcement du partenariat est prévu.



Anna Polishchuk est directrice d'exploitation de Lutsk Foods et se réjouit du partenariat établi avec Vetropack pour la marque Runa.

Connaissez-vous le satsebeli, qui est une sauce tomate géorgienne, composée de concentré de tomates, d'oignons, de poivrons et d'ail, agrémentée d'aneth, de basilic et de coriandre? Ou l'adjika, une pâte d'épices caucasienne (connue en Turquie sous le nom d'acuka), dont l'ingrédient principal est du piment concassé? L'entreprise Lutsk Foods s'emploie à promouvoir et à diffuser de telles spécialités culinaires. L'entreprise Lutsk Foods (fondée en 1945) doit son nom à la petite ville dont elle est originaire, dans l'ouest de l'Ukraine, et est désormais leader du marché dans son pays mais également par-delà les frontières. Elle emploie plus de 350 collaborateurs et commercialise plus de 70 produits exclusifs, principalement sous les marques Runa et Ridnyi Krai – aussi en Europe de l'Est et de l'Ouest, aux États-Unis, au Japon et en Arabie Saoudite.

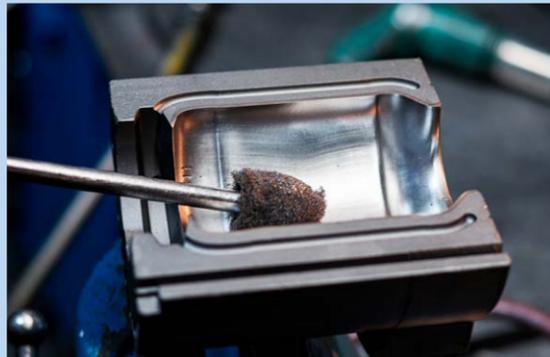
L'un des secrets de la marque Runa est son caractère naturel: tous les produits sont exempts de conservateurs et d'additifs alimentaires. Les recettes sont incomparables et sans cesse améliorées par des technologues expérimentés, en collaboration avec le service marketing. Les installations de production de Lutsk Foods ont été entièrement modernisées entre 2008 et 2010, et des lignes de production supplémentaires ont été ajoutées entre 2014 et 2016. Depuis 2019, Lutsk Foods collabore avec Vetropack, l'un des plus grands fabricants européens d'emballages en verre. Et depuis 2021, Vetropack fournit un récipient en verre exclusif de 430 ml pour la marque Runa. Les deux entreprises ont en commun la recherche de l'excellence, de processus durables et d'un développement constant.

Recettes spéciales – naturelles, saines et qui se conservent longtemps

Anna Polishchuk, chez Lutsk Foods depuis 2010 et directrice d'exploitation depuis 2021, déclare: «La collaboration avec Vetropack présente un potentiel important, le verre est pour nous le matériau d'emballage idéal. Toutefois, les priorités changent en temps de guerre. Actuellement, la priorité est de garantir les emplois et de maintenir le niveau d'avant-guerre.» Vetropack exploite sa propre usine à Hostomel, en Ukraine. Fondée en 1912, la verrerie située au nord-ouest de Kiev fait



Photo en haut: Pour ses spécialités régionales, p. ex. le lecsó, une sauce tomate au poivron, Lutsk Foods utilise des récipients en verre de 430 ml fabriqués par Vetropack.. Photo à droite: Avant leur utilisation pour la production, les moules sont préparés, nettoyés, polis et contrôlés.



partie du groupe Vetropack depuis 2006. Elle a été gravement endommagée fin février 2022 et est de nouveau opérationnelle depuis fin mai 2023. 169 collaborateurs ont été (ré)embauchés. La plupart sont d'anciens salariés. «Grâce à Vetropack Hostomel, nous disposons d'un fournisseur compétent à proximité. Nous misons également sur des partenaires ukrainiens pour la chaîne d'approvisionnement des autres matières premières et composants», ajoute Anna Polishchuk.

Plus de 90 pour cent des produits de Lutsk Foods sont livrés dans des récipients en verre. Le remplissage est effectué directement sur place. Le verre est un produit recyclable à l'infini, donc particulièrement durable. Par ailleurs, il ne contient aucun additif ou produit chimique potentiellement nocif. La quantité de substances en contact avec les aliments, qui se fixent inévitablement sur l'emballage et présentent des risques sanitaires encore inexplorés, est de loin la plus faible avec le verre et la céramique. Comme Vetropack Hostomel, Lutsk Foods est aussi certifiée selon la norme FSSC 22000, gage de haut niveau d'assurance qualité et de traçabilité tout au long de la chaîne de création de valeur. «Notre objectif est de fabriquer chaque jour des produits sûrs et de grande qualité, conformes aux normes strictes de la législation nationale et européenne», précise Anna Polishchuk.

Actuellement, Vetropack fournit des récipients en verre incolore pour 16 produits de Lutsk Foods, principalement des

saucés spéciales à base de tomate, un ketchup pour enfants et une mayonnaise. Ces produits prêts à la consommation contiennent de précieux oligo-éléments et vitamines, et sont faciles à utiliser en cuisine. Non seulement l'emballage en verre est très écologique, mais il peut aussi être traité thermiquement, ce qui permet de le stériliser et de renoncer entièrement à l'ajout de conservateurs.

Un partenariat tourné vers l'avenir en Ukraine

«Vetropack est un partenaire idéal qui nous fait progresser également en matière de durabilité», souligne Anna Polishchuk. «La technologie de pointe et les processus optimisés de Vetropack nous permettent de réduire considérablement les émissions de CO₂ tout au long de la chaîne de création de valeur. Nous commercialisons nos produits directement et indirectement, et desservons en outre le secteur de la restauration ainsi que différents marchés d'exportation. Nos spécialistes du marketing suivent de près le marché ukrainien et mondial et, en collaboration avec des technologues en denrées alimentaires, préparent de nouveaux produits au moment opportun, pour lesquels de nouveaux emballages en verre de Vetropack sont alors envisagés. La situation reste difficile, mais les deux entreprises sont très soucieuses de la qualité et travaillent déjà à des projets d'avenir communs.»



Toujours fiable malgré des circonstances défavorables

Nos collaborateurs de la zone chaude façonnent chaque jour des paraisons incandescentes en récipients en verre. Contrôle minutieux d'un pot en verre pour Runa.

L'usine Vetropack d'Hostomel affronte avec détermination les défis liés au conflit persistant dans le pays et innove pour garantir le maintien de la production et la sécurité énergétique. Malgré la perte de parts de marché, nous maintenons les partenariats existants, continuons à les développer et nous préparons ainsi à la reprise du marché ukrainien. Un coup d'œil dans les coulisses d'une remarquable success story.

L'équipe d'Hostomel fait preuve d'une résilience et d'une capacité d'adaptation remarquables dans les moments difficiles. Malgré la persistance du conflit, elle a développé ces derniers mois des solutions innovantes pour reprendre la production, se diversifier sur le marché et garantir la sécurité énergétique. Les travaux de reconstruction se poursuivent à Hostomel, et la mise en service couronnée de succès d'un premier bassin de fusion a permis dans une large mesure de normaliser la production dans des conditions difficiles. En outre, toutes les dispositions ont été prises pour mettre en service un autre bassin de fusion et conserver, voire étendre, les parts de marché.

Yaroslav Klymenko, Sales Manager chez Vetropack Hostomel, est convaincu que le marché va se redresser. Les prévisions des fabricants de produits de grande consommation pour 2024 viennent conforter cette déclaration. Une croissance de 10 pour cent est attendue pour le marché ukrainien.¹

Exportation en cas de blocus frontaliers

Nous avons repris notre collaboration avec d'importants fabricants de produits alimentaires, ce qui ouvre de nouvelles opportunités de marché à notre entreprise. Les tendances locales du marché sont suivies de près, et les changements sont anticipés afin d'atteindre un équilibre entre partenariat et rentabilité.

Malgré le blocus frontalier, nous continuons à honorer les contrats de partenariat, y compris le transport des produits d'exportation. Cela nous permet de renforcer notre réputation de partenaire fiable et proactif dans les périodes difficiles. Sur le marché intérieur ukrainien, la méthode établie avant la guerre reste la même: la plupart des clients viennent chercher les produits directement à l'usine avec leurs propres véhicules. La situation géographique favorable, à seulement 6 km de Kiev, facilite les choses. Les fabricants livrent leurs produits aux centres de distribution de la capitale et récupèrent nos bouteilles. Cette circulation efficace des marchandises et des

emballages permet de réduire considérablement les coûts logistiques.

La gestion des risques dans la pratique

Non seulement nos capacités de production sont limitées, mais nous devons aussi relever le défi de garantir à tout moment la sécurité énergétique de l'usine d'Hostomel. Les chutes de tension quotidiennes et le risque de coupures de longue durée sont des conséquences directes de la guerre. Pour maintenir l'activité, nous disposons désormais de générateurs qui nous permettent de garantir une alimentation électrique stable. Outre ces mesures d'urgence, nous planifions sur le long terme et procédons à des analyses de risques supplémentaires. Différentes options sont à l'étude, notamment le recours à des sources d'énergie alternatives pour garantir une alimentation électrique fiable. L'objectif est non seulement de surmonter les obstacles actuels, mais aussi de mettre en place un système fiable et durable pour que nous puissions maintenir l'activité également à l'avenir.

Maigrir facilement

Bouteille de circulation innovante
pour une identité visuelle durable



L'univers Vetropack dans votre boîte de réception. Deux fois par an.

Nouvelles de nos sites, dates des prochains salons, projets clients actuels et coup d'œil dans nos coulisses: vous recevrez tout cela régulièrement dans votre boîte de réception grâce à notre newsletter. 100% divertissant. 100% instructif. 100% diversifié.

