

# VETRO TIME

**Groupe  
Stratégie 2030**

**Marché  
Les bouteilles en  
verre réutilisables ont  
le vent en poupe**

**Focus  
Incroyables créations  
en verre**



<b>4</b>	<b>Trouvailles</b>	Verre décoratif
<b>6</b>	<b>Groupe</b>	Stratégie 2030
<b>8</b>	<b>Focus</b>	Incroyables créations en verre
<b>13</b>	<b>Logistique</b>	La neutralité climatique passe par la collaboration
<b>19</b>	<b>Nouveaux designs</b>	Festival de couleur dans du verre
<b>22</b>	<b>Marché</b>	Pourquoi le verre est-il le meilleur emballage pour l'huile d'olive?
<b>23</b>	<b>Fragments de culture</b>	«Petites choses autour de nous»



*Vous avez manqué une édition de Vetrotime?  
Le code QR ci-contre vous permet de consulter  
d'anciennes éditions.*

#### **Mentions légales**

Rédaction et texte

Corporate Communications

Vetropack Holding SA, Bülach

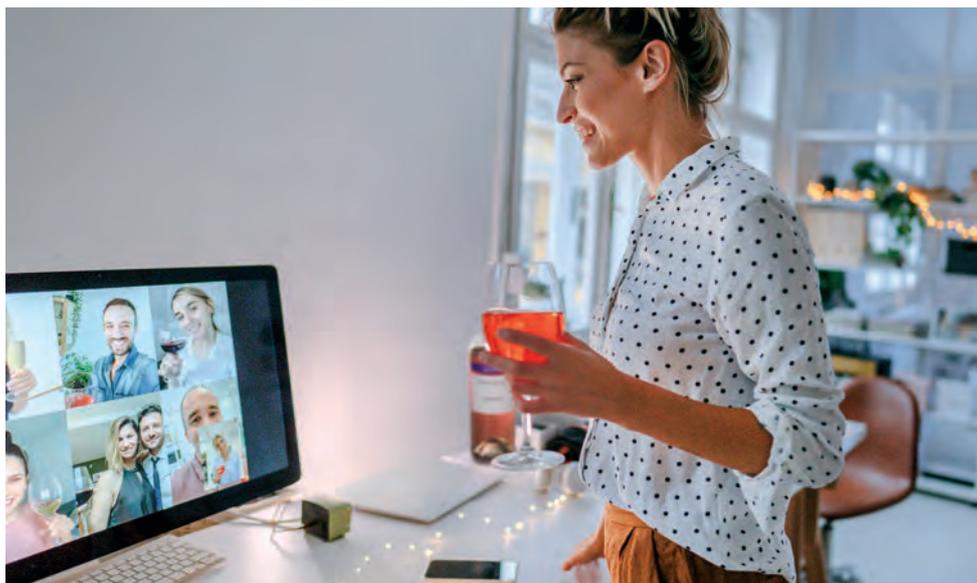
Conception

Arnold & Braun Grafik Design, Lucerne

Impression

Kalt Medien AG, Zoug

**Focus:** la pandémie de coronavirus a contraint de nombreux collaborateurs au télétravail. La perte de contact direct entre les collaborateurs a été compensée par des idées ingénieuses. Après le travail, les participants se retrouvent ainsi virtuellement en vidéoconférence pour trinquer avec la boisson de leur choix. Les avantages du verre entrent ici aussi en jeu, les emballages en verre préservant le goût naturel de leur contenu.



## Chères lectrices, chers lecteurs,



Les derniers mois ont montré que les crises peuvent être propices à la nouveauté et à l'innovation. Il y a encore peu de temps, l'idée d'un «apéritif virtuel» après le travail était difficilement concevable pour la plupart d'entre nous. Le verre a bien évidemment toute sa place dans cette nouvelle forme de convivialité. Le simple contact avec le verre suffit à créer une émotion. Il me tarde toutefois de retrouver des discussions et des rencontres qui ne soient pas exclusivement numériques et de renouer des contacts personnels. Les restrictions et les directives officielles ont en effet modifié tous nos comportements sociaux. Les strictes mesures de sécurité sont particulièrement lourdes et contraignantes pour les collaborateurs de la production, qui effectuent un travail physique difficile.

Notre année 2020 a également été placée sous le signe de la nouvelle stratégie 2030, que nous sommes ravis de vous présenter (pages 6 et 7). Les premières initiatives stratégiques ont été lancées dès l'année dernière et ont jeté les principaux fondements pour la suite. Nous allons de l'avant tout en tenant compte du passé. Pour la deuxième fois, notre rapport de gestion intégré est exclusivement publié en ligne.

La polyvalence du verre ne cesse de me fasciner. Laissez-vous surprendre par les records et les créations originales de l'univers du verre (pages 8 et 12). Je suis personnellement émerveillé par le caractère intemporel du verre: le plus ancien récipient en verre remonte ainsi au deuxième millénaire avant J.-C., mais le verre a toujours toute sa place à l'ère du numérique.

Nous visons une production aussi écologique que possible et souhaitons nous positionner comme un «pionnier vert» dans l'industrie verrière. L'utilisation de verre recyclé et de récipients réutilisables est par ailleurs systématiquement accrue (pages 14 et 15). En 2020, nous avons par ailleurs investi dans un grand projet de rénovation d'un bassin de fusion dans l'usine croate de Straža. La nouvelle installation de production génère une amélioration globale de la qualité des produits et de l'efficacité énergétique (page 16). Dans la gestion des transports, nos activités sont également axées sur une réduction de notre empreinte écologique.

Chères lectrices, chers lecteurs, je vous souhaite à tous une agréable lecture de ce nouveau numéro de Vetrotime.

Sincères salutations

Johann Reiter  
CEO Vetropack Holding SA

Télétravail

## Tintement de verres virtuel

Une pandémie ne fait pas disparaître les anniversaires, les jubilés de service et les départs en retraite. En temps normal, de tels événements sont célébrés en bonne compagnie. En Suisse, en France et au Luxembourg, ce moment de convivialité et de plaisir propice aux échanges entre amis, collègues et parents est appelé «apéritif». En cette période marquée par le télétravail et les règles strictes de distanciation, trinquer avec des proches est devenu impossible.

Qui dit époque exceptionnelle dit aussi idées exceptionnelles. Pourquoi ne pas organiser le prochain apéritif par vidéoconférence? Des entreprises futées proposent à cet effet des boîtes garnies de délices culinaires. En dépit des règles de distanciation, les équipes peuvent ainsi maintenir un lien social. Les boîtes se composent d'un vaste assortiment qui s'étend des boissons aux menus à plusieurs plats. Les avantages des emballages en verre sont alors exploités, ces derniers préservant le goût naturel, l'arôme originel et les vitamines des aliments. Et le plaisir est aussi pour les yeux.

**Nagelberger Glaskunst**

### Créativité et diversité

Nagelberger Glaskunst est une entreprise familiale située à Alt-Nagelberg, en Basse-Autriche. Depuis 30 ans, elle produit du verre de manière artisanale dans sa propre verrerie. Ses articles de jardin, ses verres et ses objets de décoration tels que de jolis vases, des bols et des animaux en verre, rencontrent un grand succès. Nagelberger Glaskunst propose par ailleurs à ses visiteurs de découvrir de près le métier de souffleur, et même de s'y essayer. L'entreprise est située dans un parc de verre comprenant trois étangs, des dizaines de sculptures en verre et des aires de détente ombragées. En plus de la verrerie et du parc de verre, les visiteurs intéressés peuvent également découvrir l'histoire de l'artisanat verrier dans un musée du verre.

© nagelberger-glaskunst.at



## Séduisant jeu de lumière

Les modes vont et viennent mais la beauté des œuvres d'art en verre et la fascination qu'elles exercent restent intactes au fil des siècles. Le verre occupe également une place de choix dans les créations de l'artiste slovaque Silvia Hilkova. Cette dernière puise son inspiration dans les propriétés exceptionnelles du verre, à partir desquelles elle conçoit des bols en verre, des vases et des objets décoratifs. Pour la conception de ses pièces uniques, l'artiste associe l'élégance et la fragilité du verre à un design fonctionnel.

Sous l'effet du jeu des formes et de la lumière, chaque objet se transforme en un chef-d'œuvre exceptionnel. L'artiste exploite cette symbiose unique. Les bords et les surfaces de ses œuvres d'art fusionnent ainsi avec la lumière dans les différentes déclinaisons du spectre de couleur, de sorte que le chef-d'œuvre apparaît toujours sous un jour différent et ne cesse d'être redécouvert.

© Silvia Hilkova



### Art de rue

## Rome, entre beautés historiques et art de rue

En novembre 2019, la Galerie d'Art Urbain (GAU) a chargé des artistes de rue de transformer, dans certains quartiers de Rome, des conteneurs de verre usagé en œuvres d'art. L'objectif du projet, qui s'inscrit dans le programme de Contemporaneamente Roma et a été soutenu par l'Assessorato alla Crescita Culturale de Roma Capitale, était de créer une galerie d'art urbaine dans l'espace public. Ce projet apporte la preuve que fonctionnalité et beauté ne sont en aucun cas incompatibles.

Cette action artistique souligne à quel point le recyclage du verre est important. Chaque bouteille pour la fabrication de nouveaux emballages en verre réduisent l'utilisation d'énergie et de matières premières et limitent les émissions de CO2.

© Valentina Bonaccanti / fotografieroma.com



## Stratégie 2030

# Cap sur l'avenir

L'année 2020 a été placée pour Vetropack sous le signe de la nouvelle stratégie 2030, que le conseil d'administration a approuvée en début d'année. L'entreprise a ensuite immédiatement commencé la mise en œuvre opérationnelle et a posé quelques jalons par le biais des premières initiatives stratégiques.

## Une base solide pour l'avenir

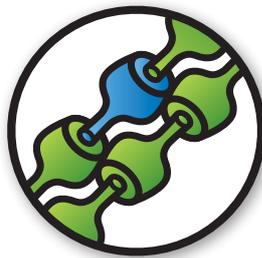
Vetropack a amorcé un processus de transformation stratégique complet dès 2019. Ce dernier poursuit deux objectifs: des po-

tentiels de croissance supplémentaires sont d'une part exploités dans l'activité existante. De nouveaux modèles commerciaux sont d'autre part définis, afin de positionner sur le long



### Expand the Core (élargir le noyau)

La stratégie de Vetropack repose sur un renforcement de sa position dominante sur les marchés nationaux. L'entreprise compte pour cela se rapprocher de ses clients et s'imposer comme un partenaire de qualité et un prestataire de services complets. Vetropack souhaite par ailleurs une expansion sur une sélection de marchés.



### Value Growth (croissance en valeur)

Vetropack élargit ses champs d'activité en se lançant dans de nouveaux secteurs commerciaux de la chaîne de valeur des emballages en verre. Vetropack se concentre sur de nouvelles prestations de services qui étendent de manière logique ses actuelles compétences et lui permettent de renforcer ses relations avec les clients.



### Drive Innovation (stimuler l'innovation)

Vetropack souhaite s'imposer comme un précurseur dans l'industrie des emballages en verre et promeut ainsi l'innovation de manière proactive. Des innovations seront ainsi progressivement lancées, et l'accent sera mis sur des nouveautés en termes de produits et de marchés ainsi que sur des modèles commerciaux entièrement nouveaux.



terme l'entreprise comme un acteur important du marché et de contribuer de manière déterminante au développement de l'industrie verrière. Vetropack a accordé une grande importance à l'implication des parties prenantes internes et externes dans le processus. Plus de 100 collaborateurs ainsi que des clients et des experts externes issus de secteurs et de domaines de compétence très variés ont ainsi participé à l'élaboration des bases stratégiques. Vetropack a ainsi

pu recueillir de précieux points de vue et aborde l'avenir en s'appuyant sur une stratégie solide.

### En route vers le succès grâce à cinq orientations stratégiques

À partir de ce processus ouvert, Vetropack a défini cinq orientations stratégiques qui détermineront le développement de l'entreprise dans les dix prochaines années.



#### Clearly Sustainable (durabilité manifeste)

Vetropack poursuit une approche globale en matière de durabilité, qui s'appuie sur deux initiatives majeures:

- réduction continue de l'empreinte environnementale dans toutes les activités commerciales et
- amélioration du recyclage dans la chaîne de création de valeur (emballage à usage unique et emballages réutilisables) ainsi que garantie de l'accès aux ressources de base (principalement le verre usagé).



#### Leader in Quality (leader en matière de qualité)

Vetropack oriente toutes ses activités de façon à soutenir de manière optimale la stratégie au niveau du groupe. Cela inclut, outre une approche d'excellence opérationnelle globale, des structures et des processus coordonnés dans les domaines de la vente et de la technologie/production. Les opportunités de la numérisation doivent par ailleurs être mieux exploitées à l'échelle du groupe, et Vetropack doit se positionner comme un «Employer of Choice».

Ces cinq piliers, le nouvel objectif commercial défini et les valeurs d'entreprise spécifiées constituent la base de la mise en œuvre de la stratégie. Vetropack a lancé les premières initiatives en 2020 et a ainsi posé d'importants jalons pour la suite.

Cet article est un extrait du rapport de gestion intégré du groupe Vetropack.

Rapport en ligne du groupe Vetropack





# Incrovables créations en verre



L'utilisation du verre ne se limite pas à la fabrication d'emballages en verre et de luminaires, loin de là. Certaines réalisations sont même très originales.

*Le verre est l'un des plus anciens matériaux utilisés par l'homme. Il y a fort longtemps, le verre naturel tel que l'obsidienne servait à la fabrication des cales, des couteaux, des racloirs et des forets. L'homme n'était toutefois pas encore capable de fabriquer du verre lui-même. Mais au fait, à qui doit-on la paternité du verre? Les chercheurs ne savent toujours pas avec certitude si l'origine de la fabrication du verre se situe en Mésopotamie, en Égypte ou sur la côte levantine. La première mention du verre figure en tout cas dans un texte datant approximativement de l'an 1600 avant J.-C., qui fut trouvé à Ugarit, un ancien centre dédié au commerce et à la culture et situé dans l'actuelle Syrie. Le plus ancien récipient en verre daté avec certitude remonte aux alentours de l'an 1450 avant J.-C. et a été découvert en Égypte. Il s'agit d'un calice qui porte le nom du pharaon égyptien Thoutmôsis III. Le récipient est aujourd'hui conservé au musée d'art national égyptien de Munich.*

## Le verre, un matériau d'avenir

Depuis l'Égypte ancienne, la fabrication du verre a connu un développement rapide dans tous les domaines. Les bouteilles, les verres à boire, le verre à vitres et le verre d'ampoule font depuis longtemps partie de notre quotidien. Il est donc grand temps d'explorer et de repousser les limites de ce matériau transparent. La règle suivante s'applique par exemple généralement: le verre est fragile et ne se plie pas; plus il est fin, plus il est fragile. Mais les règles sont faites

pour être brisées. C'est exactement ce qu'a fait le groupe technologique allemand Schott, établi à Mayence et spécialisé dans le verre et la vitrocéramique, en développant un verre ultrafin. Aussi fin qu'un cheveu humain, léger comme une plume, ce verre est pourtant extrêmement solide et résistant aux rayures. Or, chose totalement inhabituelle pour le verre, il se plie sur un rayon de quelques millimètres sans présenter de signes de fatigue. Les chercheurs prévoient

un bel avenir pour ce matériau dans la technologie de l'information et de la communication: revêtement d'écrans flexibles, matériau de support ou de séparation, ou encore fabrication de batteries en verre pour des appareils et capteurs de très petite taille. Le verre est intemporel et joue également un rôle majeur à l'ère du numérique.

Mais tout ce qui relève de la recherche n'est pas forcément sérieux. En 2000, un groupe de chercheurs japonais a eu

l'idée pour le moins étrange de fabriquer le plus petit verre à vin du monde. Pour ce faire, l'équipe a utilisé un faisceau d'ions à focalisation forte de dix nanomètres de diamètre. À l'aide du faisceau, les chercheurs ont gravé des structures dans une minuscule ébauche de verre et l'ont creusée. Le diamètre du verre à vin est de seulement trois micromètres, soit 0,003 millimètre. Par comparaison, un cheveu humain, avec son diamètre de 0,05 à 0,08 mm, semble gros comme un câble.



## Toujours plus grand

Sedak, le transformateur de verre basé à Gersthofen, en Allemagne, voit tout en grand. Pour le nouveau showroom du fabricant de meubles Topstar/Wagner, l'entreprise a produit les plus grandes vitres jamais installées au monde. Deux panneaux à triple vitrage isolant de 3 mètres sur 19 ont été assemblés avec un seul joint sur les côtés longitudinaux du bâtiment. Résultat: deux surfaces vitrées d'une incroyable surface de 117 mètres carrés, qui ont été posées en mars 2020.

Le vitrail de l'atrium de l'hôtel Ramada Dubaï illustre autrefois la grandeur orientale. Lors de son ouverture en 1983, le vitrail était, avec ses ornements de fleurs et ses oiseaux, le plus grand du genre: 40 mètres de hauteur et 9 mètres de largeur. La fenêtre en vitrail a été conçue par l'artiste verrier anglais John Lawson (1932-2009), dont la réalisation valut alors aux Émirats arabes unis leur toute première entrée dans le Livre Guinness des records. Une époque révolue: l'hôtel Ramada Dubaï a fermé ses portes en 2016 et a été démoli. Un nouveau propriétaire a été recherché pour le vitrail, sans succès. Le stockage temporaire du vitrail a ensuite été envisagé, mais l'histoire ne dit pas s'il le fut effectivement et à quel endroit.





Un verre à bière blanche classique a une capacité d'un demi-litre. Mais le plus grand verre à bière blanche soufflé à la bouche a une capacité de 65 litres, pèse 10 kilos et mesure 1,07 mètre de hauteur. Il a été fabriqué par les professionnels du verre de Joska Bodenmais, une entreprise située dans la forêt bavaroise. La sortie de la boule de verre incandescente du four de fusion et son traitement dans la verrerie ont nécessité l'intervention de toute une équipe. L'opération a même été retransmise en direct à la télévision. L'heureux propriétaire du verre à bière est le prince Luitpold de Bavière, qui détient la brasserie du château de Kaltenberg. Cette immense chope lui a été offerte par les souffleurs de verre.

### Beaux panoramas

## Les ponts de verre et les skywalks sont spectaculaires

Le bonheur et le verre se brisent facilement. Mieux vaut ne pas penser à ce proverbe lorsqu'on monte sur un pont de verre ou un skywalk. Situé dans la province chinoise du Jiangsu, le pont de verre du parc d'aventures Huaxi World fait cependant tout ce qu'il faut pour donner aux visiteurs la chair de poule et faire de leur traversée un souvenir mémorable. Le pont s'étend sur 518 mètres à quelque 100 mètres au-dessus du sol. Les dalles de 35 millimètres d'épaisseur

peuvent supporter un poids de 4,7 tonnes, soit l'équivalent de 2600 personnes simultanément. Mais lorsque des effets spéciaux créent des fissures sous les pieds sur fond d'un accompagnement sonore, la peur est bel et bien là.

Le pont de verre le plus haut du monde se trouve également en Chine. Situé dans un parc national de la province du Hunan, dans le sud du pays, le Zhangjiajie Grand Canyon





Les souffleurs de verre de Joska ont battu un autre record: ils ont fabriqué le plus gros œuf en verre du monde. Quatre maîtres verriers et deux assistants ont mis l'œuf en forme. Deux affûteurs et deux peintres l'ont ensuite transformé en œuvre d'art. Les travaux de peinture ont à eux seuls nécessité trois jours. Seul le lapin de Pâques pourrait voir cet œuf d'un mauvais œil: il lui faudrait construire un nid surdimensionné pour livrer ce géant d'un mètre de haut et de 20 kilos.

## Une note particulière

Une bouteille de Klein est une surface non orientable, qui a été décrite pour la première fois en 1882 par le mathématicien allemand Felix Klein. Traduction pour le profane: l'intérieur et l'extérieur de la bouteille ne font qu'un. D'un point de vue mathématique, la bouteille de Klein n'a donc pas de volume. Si on la divise, on obtient deux rubans de Möbius. Mais ceux-ci n'ont rien à voir avec le verre et sont tout aussi difficiles à expliquer...



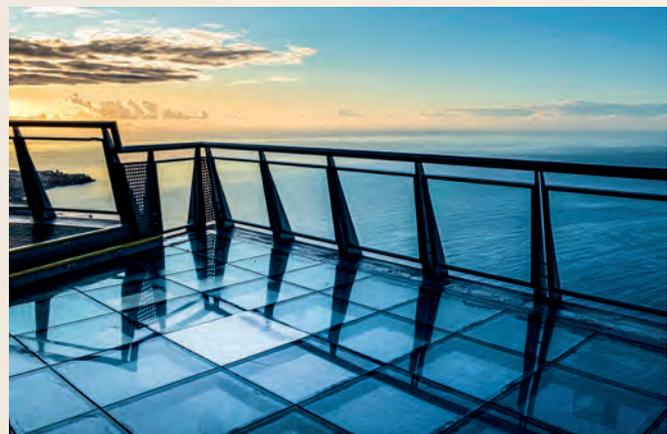
On peut faire de la musique avec du verre: tous ceux qui ont un jour soufflé dans le col d'une bouteille ou ont fait tourner leur doigt humide autour du bord d'un verre le savent. Mais beaucoup ont oublié que deux véritables instruments fonctionnent selon ce

## et vertigineux à plus d'un titre.

Glass Bridge ne mesure pourtant «que» 430 mètres de longueur. Mais la construction composée de 99 éléments en verre transparents est suspendue à 300 mètres au-dessus du sol. Une hauteur que l'on peut apprécier physiquement: les plus courageux utilisent le pont comme plate-forme pour un saut à l'élastique.

Situé sur le glacier du Dachstein, dans les Alpes, le plus haut pont suspendu d'Autriche n'est pas en verre, mais en acier. Mais la construction de 100 mètres de longueur composée de quelque 30'000 pièces mène à l'escalier vers le néant. Composé de 14 marches étroites, ce dernier aboutit à une plate-forme de verre qui offre une vue imprenable sur un abîme de 400 mètres. Cinq tonnes de matériel ont été utilisées. Cette marche intrépide n'est toutefois accessible qu'à quatre personnes à la fois. Les visiteurs encore avides de sensations peuvent enchaîner avec le Dachstein Skywalk. Suspendue à la paroi rocheuse verticale du Hunerkogel, haute de 250 mètres, la plate-forme de verre offre un panorama spectaculaire sur les Alpes.

Après quatre ans de travaux de construction, le Grand Canyon Skywalk a été inauguré aux États-Unis en 2007. La passerelle en forme de fer à cheval est dotée d'une rampe et d'un plancher en verre. Ces deux éléments ont été fabriqués



en Allemagne par des entreprises spécialisées. La construction de 462 tonnes offre aux visiteurs une vue à couper le souffle sur le Grand Canyon et jusqu'au fleuve Colorado, à environ deux kilomètres de distance et 1100 mètres plus bas.

Le Skywalk de Cabo Girão, construit sur l'île portugaise de Madère, a été conçu d'après le modèle du Grand Canyon Skywalk. Doté d'un plancher de verre depuis 2012, le skywalk est situé à 580 mètres au-dessus du sol, sur la deuxième plus haute falaise du monde. La structure donne la sensation de planer au-dessus de la mer - libre comme l'oiseau.

dernier principe. Une harpe de verre se compose en effet de verres à boire de tailles variées, remplis d'eau, disposés sur plusieurs rangées et accordés. Le harpiste de verre produit des sons en faisant des mouvements circulaires sur les bords du verre avec son doigt. Il existe quelque 400 compositions classiques et 400 compositions modernes pour la harpe de verre, parmi lesquelles le Quintette pour harmonica de verre, flûte, hautbois, viola et violoncelle de Mozart. L'harmonica de verre est à proprement parler différent de la harpe de verre, même si les sons sont produits selon le même principe. Dans le cas de l'harmonica de verre, une invention de Benjamin Franklin, homme d'État et savant universel américain, les verres sont imbriqués les uns dans les autres, montés sur un axe et mis en rotation par une pédale. Ces deux instruments ont aujourd'hui presque disparu.



© MA Braggis - p.z.c.pl



© Blanka Matragi

Qui dit événement festif dit robe extraordinaire. Mais peu de femmes auraient l'idée de porter une robe en verre. La créatrice de mode et designer tchèque Blanka Matragi y a quant à elle pensé. Lors de sa participation au 11<sup>e</sup> symposium international du verre organisé en 2012 à Nový Bor, elle a apporté des robes qu'elle avait elle-même dessinées et fait réaliser par des spécialistes du verre à partir de différentes techniques. Le modèle Orchidée (photo) reflète le style de l'artiste, qui puise son inspiration dans la nature. Le modèle Op-Art s'inspire quant à lui de la première collection Ready-to-Wear de la créatrice.

Le célèbre sculpteur et artiste verrier tchèque Vlastimil Beránek a imaginé une création originale à l'occasion de sa participation, au sein du pavillon tchèque, à l'exposition universelle de Dubaï 2021, qui doit débiter en octobre prochain. Vénus, sa sculpture en verre coulé bleu clair, a un diamètre de 88 cm et pèse pas moins de 243 kilos. Le matériau initial, une topaze de cristaux de plomb 15 pour cent de 350 kilos, a été fondu à une température de 830° C avant d'être travaillé. 18 mois ont été nécessaires pour la réalisation de cette Vénus originale. L'œuvre d'art de Bohême est actuellement la plus grande sculpture en verre entièrement polie au monde.



© uschovna.cz

## Gestion des transports

# La neutralité climatique passe par la collaboration

Afin de réduire son empreinte écologique, Vetropack collabore avec la plate-forme de gestion des transports Elogate. Cette dernière dresse un état des lieux actuel et met en évidence quel peut être l'impact de diverses améliorations.



Vetropack est l'un des principaux fabricants européens d'emballages en verre et soutient le Pacte vert pour l'Europe. «Parce qu'il est recyclable et composé de matières premières naturelles, le verre contribue de par sa nature à la durabilité», déclare Ulrich Ruberg, Head of Corporate Procurement. Mais Vetropack peut bien entendu encore faire beaucoup dans ce domaine. Un état des lieux doit dans un premier temps être établi afin d'apporter aux processus et aux activités des changements permettant d'atteindre l'objectif global de neutralité climatique. Depuis 2014, tous les transports du groupe à destination des clients sont par conséquent gérés de A à Z, soit de l'appel d'offres à l'établissement de la facture, par une plate-forme de gestion des transports.

### Données exactes

Il en résulte une immense base de données, quelque 70'000 livraisons étant acheminées vers les clients chaque année. 40'000 autres envois sont directement enlevés par les clients. Chaque année, les produits de Vetropack parcourent un trajet équivalent à mille fois la circonférence de la Terre. «Elogate nous permet de définir précisément les distances que nous parcourons, la fréquence du fret, à quel prix et avec quelles émissions de CO2», explique Ulrich Ruberg. «Un formulaire de calcul standardisé détermine notre empreinte écologique pour chaque transport.» La formule intègre par exemple les normes Euro approuvées par Vetropack

pour les moteurs à combustion des véhicules: on connaît ainsi précisément combien de CO2 ils émettent et quelle est l'efficacité de leur moteur. Ce mélange de données permet de calculer l'équivalent en émissions produit par un certain véhicule sur une distance donnée. «Toutes ces informations nous indiquent par ailleurs de quelle manière notre empreinte écologique peut être réduite», ajoute Ulrich Ruberg.

### Un long chemin impliquant de nombreux partenaires

Pour cela, Vetropack a toutefois besoin de l'implication de tous les acteurs de la chaîne logistique: fournisseurs, transporteurs et clients. «Nous pourrions par exemple optimiser l'exploitation de l'espace de chargement, limiter davantage les normes homologuées pour les moteurs, ou encore opter pour des systèmes de propulsion tels que l'hydrogène ou l'électricité. Mais les clients devraient alors eux aussi travailler avec ces nouvelles palettes, les camions devraient être disponibles en nombre suffisant, et une infrastructure devrait être prévue pour la nouvelle technique», indique Ulrich Ruberg. Les responsables politiques jouent un rôle important dans tous les efforts visant à atteindre la neutralité climatique. Ils doivent créer les conditions-cadre nécessaires à l'amorce d'un retournement de tendance dans l'industrie. «Le grand saut ne sera possible que lorsque la bonne infrastructure sera disponible», conclut Ulrich Ruberg.



## Solutions d'emballage modernes

# Les bouteilles en verre consignées ont le vent en poupe

*Le verre est une solution idéale tant pour les emballages à usage unique que pour les emballages réutilisables. Une bouteille en verre consignée circule plus de 40 fois. Le débat sur l'impact écologique des emballages entraîne une hausse de la demande de bouteilles en verre consignées.*

Vetropack s'engage pour une production aussi écologique que possible. La quantité d'énergie élevée nécessaire à la fabrication du verre constitue un défi de taille que Vetropack relève en modernisant constamment ses installations de production. L'utilisation de verre recyclé et de récipients réutilisables est par ailleurs systématiquement accrue, afin de préserver au maximum les ressources naturelles.

Le pourcentage de bouteilles en verre consignées en circulation varie fortement d'un pays européen à l'autre. De manière générale, ces emballages réutilisables sont essentiellement utilisés dans la restauration et le commerce spécialisé des boissons. Les bouteilles de bière en verre brun représentent le plus grand marché des emballages consignés. Les bouteilles blanches sont en revanche particulièrement appréciées dans le secteur de la restauration. Ces dernières mettent particulièrement en valeur les couleurs variées des différentes boissons. Sur une table joliment dressée au restaurant ou à la maison, ces breuvages rafraîchissants se présentent dans un «habit de verre» très esthétique. Certains pays proposent par ailleurs de plus en plus des bouteilles de circulation dans le commerce alimentaire.

Les récipients consignés et à usage unique doivent répondre à des exigences similaires: acheminer le contenu en toute sécurité jusqu'au consommateur. En raison des remplissages et des lavages fréquents, les emballages en verre consignés sont exposés à de plus fortes sollicitations. Cette contrainte n'implique pas forcément un poids plus élevé, comme l'a démontré Vetropack en 2019 avec le lancement sur le marché

autrichien de la première bouteille de circulation au monde conçue en verre léger. Le verre d'emballage durci est appelé «Vetropack Improved Performance Glass», ou encore VIP Glass (voir Vetrotime 2/2019). Les exigences spécifiques doivent être prises en compte dès la conception d'un récipient consigné, comme le montrent les deux nouvelles formes développées pour les marchés autrichien et croate.

### Petit mais costaud

Après le lancement réussi du lait en bouteilles en verre à usage unique au printemps 2018, le leader autrichien du marché laitier Berglandmilch est passé début 2020 au conditionnement dans des récipients en verre réutilisables. Pour la première fois depuis près de 20 ans, les commerces autrichiens proposent ainsi à nouveau du lait dans des bouteilles en verre consignées. L'assortiment de produits laitiers a constamment été étendu pour répondre aux souhaits des consommateurs.



«Petit mais costaud» dit l'adage. C'est ainsi que la marque Schäringer de Berglandmilch désigne sa nouvelle bouteille de circulation d'un demi-litre. Produite dans les usines Vetropack autrichiennes, elle est depuis peu disponible dans le commerce alimentaire d'Autriche. La collaboration fructueuse entre Vetropack et Berglandmilch dans le développement de cette solution d'emballage écologique s'est ainsi poursuivie.

### Nette réduction du verre usagé

L'entreprise slovène Radenska fabrique une eau minérale naturelle et diverses boissons rafraîchissantes. Ses produits proviennent de sources d'eau de qualité supérieure. L'objectif de Radenska est de préserver ces sources pour les futures générations et d'atteindre une neutralité de CO2 complète dans la production d'ici à 2030.



Le lancement des bouteilles de circulation de 0,25 litre dans les couleurs blanc et vert va contribuer à un recul sensible de l'impact environnemental et à une nette réduction des matières premières primaires nécessaires. Radenska mise sur plus de 2000 tonnes de verre usagé

en moins dans les trois prochaines années. Vetropack Straža fabrique les bouteilles de circulation d'un quart de litre de couleur blanche et verte. Les trois cœurs gravés dans la zone d'épaulement de la bouteille témoignent également de l'attachement de Radenska à la protection de l'environnement. Comme l'indique Radenska, le lancement des bouteilles de circulation de 0,25 litre, essentiellement utilisées dans le secteur de la restauration, marque une étape importante.

À la fin de son cycle de vie, la bouteille de circulation est recyclée. Même de cette façon, le verre reste intégré dans le cycle des matériaux et connaît une nouvelle vie.

## Triple récompense pour Vetropack Austria

Le prix Smart Packaging est la plus ancienne récompense nationale décernée en Autriche. L'objectif de ce prix est de mettre en avant, dans le domaine de l'emballage, des solutions modernes qui, en plus de respecter des critères écologiques, répondent également à des exigences élevées en matière de fonctionnalité et de design.

La bouteille de circulation en verre de 1 litre de la marque Radlberger Limö, que produit l'usine de Pöchlarn pour l'entreprise Egger Getränke, a été récompensée par le prix national Smart Packaging 2020 dans la catégorie Branding.



La bouteille de circulation en verre de 0,5 litre de Vöslauer est la première bouteille en verre consignée d'un demi-litre disponible dans les commerces autrichiens. Déjà pourvue du label écologique «Österreichisches Umweltzeichen», elle a désormais obtenu la distinction «Solution d'emballage exemplaire 2020» dans le cadre du prix national.



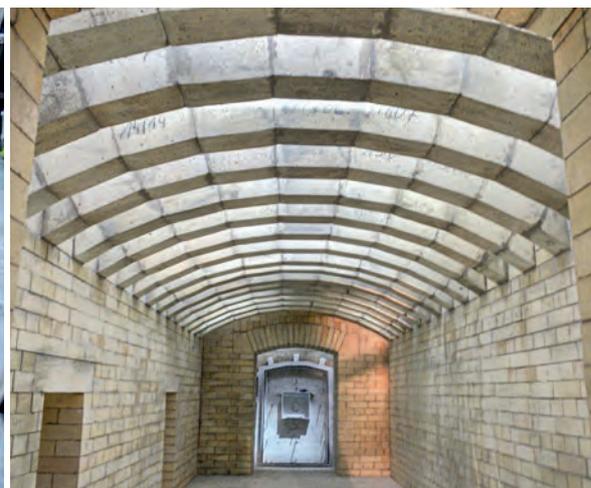
La bouteille de circulation en verre de 1 litre de Berglandmilch, destinée au conditionnement du lait et produite dans les usines Vetropack autrichiennes, a été nommée pour le prix national Smart Packaging dans la catégorie B2C.



## Réparation d'un bassin à Hum na Sutli

# Un nouveau niveau de performance

En plus d'une nette augmentation des capacités, la nouvelle installation de production de verre coloré de l'usine Vetropack croate à Hum na Sutli offre également de meilleures conditions de travail, une productivité accrue et une réduction de la consommation d'énergie. Résultat: une compétitivité renforcée pour Vetropack Straža et pour l'ensemble du groupe.



La première paraison est sortie du bassin le 8 février 2021, marquant ainsi la fin d'une période très intense pour Vetropack Straža en termes d'investissement. La réparation du bassin de fusion a été précédée de nombreux travaux d'infrastructure qui ont sensiblement modifié l'aménagement de l'usine et de l'ensemble du site.

La dernière et la plus importante partie de ce projet ambitieux a débuté en septembre 2020 par le déversement du verre fondu de l'ancien bassin de fusion. Les travaux de construction ont nécessité huit semaines et demie, au cours desquelles plus de 200 travailleurs externes étaient chaque jour présents dans l'usine. En dépit d'une organisation opérationnelle très complexe et du contexte particulier du projet lié au coronavirus, les travaux ont été réalisés dans les délais et sans incident. L'entrepreneur général du projet était la société Horn.

### Les principales données en bref

	Ancien four	Nouveau four
Capacité	230 t/jour	360 t/jour
Nombre de lignes de production	3	4
Surface du four	82,8 m <sup>2</sup>	126,7 m <sup>2</sup>
Consommation d'énergie	960 kcal/kg	840 kcal/kg

*«La réparation d'un bassin de fusion est toujours un défi. En 2020, le contexte du Covid-19 a rendu le travail encore plus difficile. Nos collègues de Hum na Sutli ont accompli un excellent travail. La mise en service du nouveau bassin de fusion va permettre à la Croatie d'atteindre un nouveau niveau de performance. Grâce à cet investissement, l'usine de Hum na Sutli va pouvoir produire environ 1000 tonnes de verre chaque jour.»*

*Johann Reiter, CEO*

Le nouveau bassin de fusion dispose d'une capacité plus élevée et d'une quatrième ligne de production supplémentaire. Avec trois bassins de fusion et douze lignes de production, Vetropack Straža atteint désormais une

capacité de 960 tonnes par jour. En dépit de l'augmentation de la capacité du nouveau bassin de fusion, la consommation d'énergie a été sensiblement réduite, ce qui confirme le rôle de pionnier de Vetropack dans le domaine de l'environnement.

Vetropack Moravia Glass

## Nouvelle machine d'étiquetage dans l'usine de Kyjov

*La nouvelle machine d'étiquetage de l'usine Vetropack de Kyjov prend en charge l'étiquetage automatique des palettes prêtes à l'expédition. Un numéro unique (SSCC) permet de suivre la localisation de la palette à tout moment. Cet investissement marque une nouvelle étape dans la stratégie d'automatisation du groupe Vetropack.*

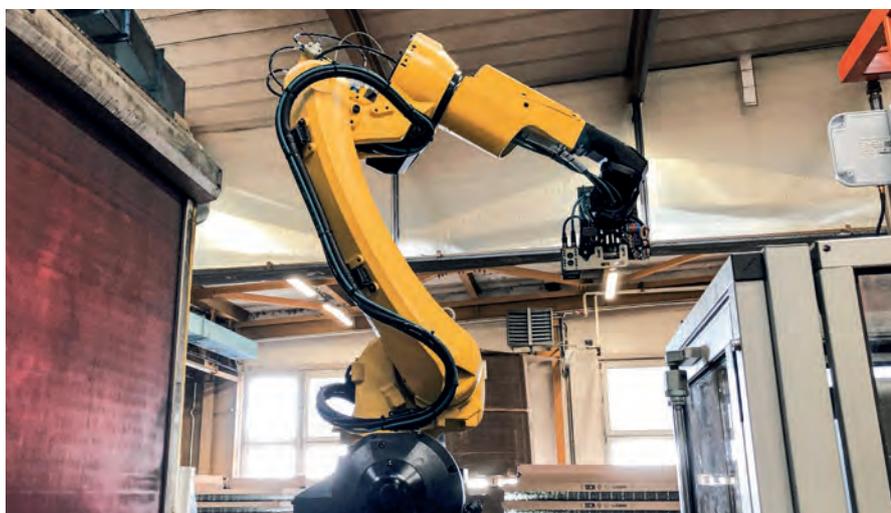
Chaque palette qui quitte la verrerie de Vetropack Moravia porte une étiquette mentionnant un numéro unique qui permet à nos clients d'identifier les marchandises. Ce concept simplifie par ailleurs le travail avec les palettes.

La production de verre d'emballage fait partie du processus de l'industrie alimentaire à l'issue duquel le client reçoit un produit qui répond à des critères de sécurité très stricts. C'est la raison pour laquelle Vetropack Moravia Glass a lancé un système d'identification précis pour ses produits. Au cours de ce processus entièrement automatisé, des robots mis en place pour la phase d'application collent des étiquettes sur l'extérieur du film de palette. Les clients voient ainsi leurs exigences en matière d'étiquetage externe satisfaites: le traitement s'effectue de manière optimale dans des entrepôts automatisés, mettant ainsi un terme aux éventuels problèmes, tels que le déplacement ou la perte d'étiquettes en papier et les arrêts de transport dans l'atelier.

### Qualité optimisée grâce à l'automatisation

Vitesse, efficacité, précision, gain de temps et d'argent: tels sont quelques-uns des nombreux avantages qu'offre l'installation robotique de Kyjov. La station effectue l'impression et le marquage automatique, vérifie les étiquettes et communique avec la ligne et l'ensemble du système. Le robot applique deux étiquettes identiques sur l'avant et le côté de la palette. Un bras robotisé permet en outre un placement à plusieurs niveaux. Les stations sont pilotées par des robots Fanuc et installées derrière deux appareils de filmage; une imprimante de bureau de secours est également prévue en cas de dysfonctionnement. L'automatisation économise des ressources humaines, que nous pouvons à présent utiliser plus efficacement, par exemple pour le contrôle de la qualité.

L'étiquette indique le numéro de palette ainsi que des informations sur le type de produit, sa date et son lieu de fa-



brication. Un espace est par ailleurs réservé aux données du client. «Au cours du chargement, nous scannons les palettes et enregistrons la date et la destination de l'expédition. Ce processus est appelé traçabilité. Ce marquage des palettes avec un code unique à 18 chiffres (Serial Shipping Container Code, SSCC) permet d'identifier chaque unité de palette à tout moment si nécessaire. Nous savons ainsi où et à quel moment la palette a été expédiée. Si besoin, nous pouvons également rappeler la palette», explique Peter Pekara, responsable logistique chez Vetropack Moravia Glass et Vetropack Nemšova.



### L'automatisation se développe dans tout le groupe

La machine d'étiquetage installée dans l'usine de Kyjov constitue un projet-pilote pour le groupe Vetropack. Vetropack Straža suivra au cours du premier semestre 2021, et la machine d'étiquetage sera également utilisée dans la nouvelle usine de Boffalora sopra Ticino en 2023.

## Rénovation de la ligne à verre blanc dans l'usine de Pöchlarn

*La transformation de la ligne à verre blanc de l'usine de Pöchlarn a été effectuée en 28 jours seulement. La modernisation globale permet d'une part une occupation plus optimale de la ligne et une extension des capacités de production de verre blanc. D'autre part, elle offre de meilleures conditions ergonomiques pour le personnel travaillant sur la ligne tout en renforçant la sécurité au travail.*



Un concept complètement nouveau a été élaboré pour l'occupation des lignes à verre blanc de Pöchlarn et de Kremsmünster, dans le but d'exploiter au maximum les deux bassins autrichiens à verre blanc et d'optimiser l'occupation des lignes dans les deux usines. À Kremsmünster, la ligne a également été équipée pour des productions triple gob. Les articles pour lesquels la taille des lots est importante peuvent désormais être transférés de Pöchlarn à Kremsmünster. Inversement, la ligne à verre blanc de Pöchlarn a été modifiée afin que puissent être transférés les articles appropriés de Kremsmünster à Pöchlarn. Prises dans leur ensemble, ces nouveautés permettent de mieux répondre à une demande accrue de verre blanc.

### Transformation du feeder

Les grands travaux de rénovation de la ligne à verre blanc de Pöchlarn ont commencé le 21 septembre 2020 avec la démolition de l'ensemble de l'infrastructure et du matériel réfractaire du feeder. Ce matériel réfractaire a été remplacé, et le feeder a ainsi été préparé pour un tonnage plus élevé. Sur la ligne elle-même, la base de la machine a été abaissée, ce qui a entraîné un changement de l'inclinaison du four de recuisson. Désormais, les conditions de travail sur la ligne sont bien plus ergonomiques pour les collaborateurs.

### Sécurité au travail renforcée

L'installation d'une «Blank Side Barrier», un système de barrière, réduit le risque d'intervenir avec les mains sur la station lorsque celle-ci est en marche. La visibilité sur l'état de fonctionnement reste inchangée. L'usine de Pöchlarn est la première du groupe Vetropack à être équipée de ce système de sécurité. Par ailleurs, le robot de lubrification installé fait partie de la dernière génération de ce genre.



### Modernisation dans la zone froide

Quatre nouvelles machines d'inspection Symplex reconnaissent le code du moule binaire des récipients en verre grâce à la caméra située au niveau de l'embouchure. Les plis et les bulles sont plus facilement détectables sur le corps des récipients. Les éventuels défauts liés au moule sont signalés en temps réel à la zone chaude à l'aide de photos. Une optimisation des deux machines d'inspection Check+, quatre orienteurs de bouteilles ainsi que de nouveaux scanners à l'emballage permettant de détecter les débris de verre sur les palettes viennent parfaire l'infrastructure de la ligne à verre blanc.



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



## Classe

### Gracieux et sains

Pour ses jus de fruits, Zdravo Organic puise ce qu'il y a de meilleur dans la nature. Cette qualité transparait également à l'extérieur: les courbes délicates des bouteilles blanches de 200 ml de Vetropack Straža sont particulièrement élégantes.

Ces dernières années, prendre soin de sa santé est devenu pour beaucoup une priorité, comme en témoigne le succès des producteurs alimentaires qui misent entièrement sur le naturel. C'est le cas de Zdravo Organic. Tout est dit dans le nom: Zdravo signifie «sain». Les jus de fruits, les confitures, les légumes marinés et l'ajvar de l'entreprise établie à Selenča, en Voïvodine, sont exclusivement fabriqués à partir des fruits et légumes locaux et sans aucun additif ou conservateur.

Le verre est le matériau d'emballage idéal pour de tels produits: tous les jus de fruits de Zdravo Organic sont ainsi exclusivement conditionnés dans des bouteilles en verre. La nouvelle bouteille de jus de fruits de 200 ml à fermeture twist-off est le produit phare de la gamme fabriquée pour Zdravo Organic. Il est aussi simple et compact que ses aînés de plus grande taille, le verre de 314 ml et la bouteille de 750 ml, mais il apparaît particulièrement noble grâce à ses courbes douces. Bon voyage, belle bouteille: les produits Zdravo sont appréciés dans le monde entier. On les trouve même au Canada ou en Chine.

## Équilibrés

### Joie de vivre

L'Azienda Agricola Caudrina fait le bonheur des amateurs de vin avec le «soleil liquide» du Piémont. Pour ses vins raffinés, le vigneron Romano Dogliotti accorde une très grande importance à l'esthétique de l'emballage, c'est pourquoi il collabore avec Vetropack Italia.

Fertile et ensoleillé, le Piémont est depuis toujours considéré comme un excellent terroir pour les vignes de muscat. C'est dans cette région, non loin d'Asti, que travaille Romano Dogliotti. La production de vins de qualité supérieure aussi luxuriants que possible relève presque d'une obsession pour le propriétaire de l'Azienda Agricola Caudrina. Les stars de sa collection sont le Moscato d'Asti La Caudrina et l'Asti Spumante La Selvatica DOCG. À la fois sucrés et délicatement acidulés, parfaits pour accompagner les tapas ou les plats estivaux légers, ces vins mousseux sont une ode à la joie de vivre.

Depuis près de 20 ans, la verrerie milanaise de Vetropack Italia produit les bouteilles spéciales de 750 ml pour l'Azienda Agricola Caudrina. Les proportions équilibrées et le relief de la bouteille couleur cuvée lui confèrent une grande élégance. Tout en discrétion, elle s'éclipse toutefois au profit de l'ensemble, offrant un support esthétique pour les jolies étiquettes dessinées par les artistes Alessandro Lupano et Romano Levi.



### Eau naturelle

## Un lien solide

*Il y a encore 200 ans, l'eau minérale Vincentka était conditionnée dans des pots en céramique, lesquels ont depuis été remplacés par des bouteilles en verre. Pour son anniversaire, Vincentka s'est offert une bouteille spéciale en édition limitée.*

Qualifier d'eau minérale la Vincentka est un euphémisme: ce breuvage exceptionnel est une véritable eau médicinale aux vertus curatives. Elle provient de Luhačovice, la plus grande et la plus ancienne station thermale de Moravie, dont les dix sources d'eau minérale naturelle attirent des visiteurs venus du monde entier. Bue ou inhalée, cette eau soigne de nombreuses maladies; elle est également consommée quotidiennement par des personnes soucieuses de leur santé qui souhaitent profiter de ses nombreux avantages.

Depuis 1820, hormis une courte interruption, l'eau Vincentka a toujours été conditionnée dans des bouteilles en verre. Le lien entre cette eau spéciale et le verre date ainsi de 200 ans. Pour célébrer cet anniversaire, Vincentka a créé en collaboration avec Vetropack Moravia Glass une bouteille nettement plus foncée et plus verte que la version classique. Cette bouteille anniversaire a été fabriquée en 400'000 exemplaires, célébrant ainsi un lien naturel. Car tout comme le verre, l'eau médicinale est synonyme de bonne santé et de qualité élevée.



Aperçu des  
nouveaux produits

### Majestueux

## Or liquide

*Avec l'emballage en verre du brandy Aznauri, Vetropack Gostomel illustre la force avec laquelle une bouteille peut véhiculer l'image d'une marque et d'une boisson raffinée.*

Aznauri était autrefois un titre honorifique attribué en récompense de mérites particuliers. Le brandy du même nom, distillé par le Global Beverage Trade ukrainien, est par conséquent tout aussi somptueux. Tout comme l'univers de la noblesse, l'image de la marque est symbolisée par des lions majestueux. Une telle boisson exige une bouteille particulière, telle que celle fabriquée par Vetropack Gostomel.

Afin de mettre en valeur la couleur or foncé chatoyante du brandy, les bouteilles de 0,25, 0,5 et 0,7 litre sont fabriquées dans un solide verre incolore. L'association de la courbe et de la gravure convexe sur la face avant est extraordinairement harmonieuse. Deux lions majestueux, qui portent une couronne au-dessus de la lettre A, illustrent la nature de la boisson: forte, fière, mais aussi unique et autonome. Cette bouteille décuple sans aucun doute le plaisir des véritables connaisseurs.



## Élégance

### Premier cru

*Les viticulteurs membres de l'association «Österreichische Traditionsweingüter» ont mis en place une classification spéciale pour les vignobles. Les bouteilles très individuelles destinées aux vins de la catégorie «Erste Lage» (premier cru) sont produites par Vetropack Austria.*

Les régions viticoles autrichiennes sont extraordinairement variées. Selon la composition du sol et le microclimat, les vignobles, même voisins, peuvent donner des vins très différents. Passionnés et experts, les membres de l'association «Österreichische Traditionsweingüter» s'interrogent sur la manière dont les petites caractéristiques d'un cru influencent la qualité et l'identité du vin.

L'association a développé une classification: on distingue ainsi la «Klassifizierte Lage» (cru classé), la «Erste Lage» (premier cru) et la «Grosse Erste Lage» (grand cru). Vetropack Austria a conçu pour la «Erste Lage» des bouteilles de vin du Rhin qui mettent immédiatement en valeur la particularité de ce vin. Le logo «erste Lage» orne, sous forme de relief en verre – et de label de qualité! – la zone d'épaule des bouteilles d'une élégante couleur cuvée. Deux options sont proposées aux viticulteurs: la version BVS (bague vin suisse) ou la version bague. Dans le secteur du vin, chacun voit midi à sa porte!



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

## Lignes droites

### Authenticité et détermination

*L'excellent whiskey primé de la Royal Oak Distillery irlandaise est proposé aux amateurs dans des bouteilles produites par Vetropack Italia: car qui dit produit exceptionnel dit aussi présentation exceptionnelle.*

Établie dans le sud-est de l'Irlande, la jeune Royal Oak Distillery propose exclusivement du whiskey artisanal. Elle produit sous la marque «The Busker» les quatre types de whiskey irlandais: single grain, single pot still, single malt et blend triple cask triple smooth. Les whiskeys à l'essence intense et à l'arrière-goût sucré ont récemment été récompensés lors des prestigieux L. A. Spirits Awards.

L'approche des producteurs, axée sur un mélange de tradition et d'innovation audacieuse, se retrouve également dans les bouteilles de «The Busker». Leurs lignes sobres et leur forme rectangulaire épurée illustrent une droiture authentique, tandis que leurs épaules prononcées symbolisent la détermination avec laquelle la Royal Oak Distillery suit sa voie. Les bouteilles sont fabriquées en cinq formats de 375 à 1750 ml dans l'usine Vetropack de Trezzano sul Naviglio. Pour quelle raison une distillerie irlandaise fait-elle fabriquer ses bouteilles en Italie? Tout simplement parce que la Royal Oak Distillery appartient au groupe Illva Saronno, basé à Saronno. Et parce que la qualité y est à portée de main.



Protection parfaite

## Pourquoi le verre est-il le meilleur emballage pour l'huile d'olive?

*L'huile d'olive de qualité supérieure et les emballages en verre se marient à la perfection. Le verre est l'un des matériaux d'emballage les plus efficaces pour protéger les produits raffinés. Un emballage en verre préserve l'arôme unique d'une huile d'olive délicate.*

Appelée «or liquide» par les Grecs anciens, l'huile d'olive est un produit culte européen qui constitue la base d'une alimentation méditerranéenne saine. Dans une marinade ou pour accompagner une salade estivale et légère: les multiples utilisations de l'huile d'olive en font un ingrédient de base incontournable dans le monde entier.

Les différences entre les huiles d'olive résident dans le type de fruit utilisé lors du processus d'extraction de l'huile.

**«Si la qualité de l'huile vient de l'olivier, le verre contribue à la préserver lors du stockage.»**

L'appellation «huile d'olive extra vierge» désigne une huile d'olive exclusivement fabriquée à partir d'huiles naturelles dont le jus provient directement de la récolte des fruits. La mention «extra» est réservée à la première récolte de l'année. Les huiles d'olive vierges doivent être pressées à froid afin que leur arôme naturel soit préservé. Elles ne contiennent aucun additif chimique et sont soumises, lors de leur fabrication et de leur stockage, à un processus extrêmement strict en termes de qualité. Le verre constitue le matériau idéal pour le stockage de l'huile. Il prévient tout transfert d'arômes et préserve son goût, son odeur, sa couleur et sa texture.

### Qui se ressemble s'assemble

Le verre est fabriqué à partir de composants naturels. Le verre est pur. Il n'entre pas en interaction avec d'autres substances et peut être réutilisé sans problème. Le verre est inerte et n'entraîne ainsi aucune modification des produits avec lesquels il entre en contact. Toutes ces caractéristiques en font un maté-

riau idéal pour les aliments fabriqués avec soin, tels que l'huile d'olive. Aucun emballage ne protège plus efficacement les produits: le verre forme une barrière presque intégrale qui empêche toute perte de qualité.

L'huile d'olive conditionnée dans du verre présente le plus faible indice de peroxyde. Autrement dit, les emballages en verre préviennent l'oxydation. Un verre de couleur foncée est souvent choisi pour les huiles d'olive de qualité supérieure. Esthétique et fonctionnalité se conjuguent alors parfaitement: plus la bouteille est sombre, plus la protection contre la lumière est élevée.

Une enquête réalisée en 2020 par Friends of Glass a révélé que près de 60 pour cent des consommateurs européens privilégient les bouteilles en verre.

De petites choses

## Façonner activement l'environnement

Depuis quatre ans, Vetropack Moravia Glass sponsorise le projet «Petites choses autour de nous». Ce soutien financier permet la mise en œuvre d'idées d'amélioration ou de transformation de l'environnement: un engagement fructueux qui est désormais également soutenu par Vetropack Nemšová.



À l'école primaire J. Palu à Nemšová, un panneau de bois renseigne sur le temps de décomposition des différents types de déchets, sensibilisant ainsi les élèves au recyclage.



Treize personnes ou groupes ont participé au concours et ont proposé des projets en lien avec l'environnement, la santé, l'aide aux seniors et des programmes destinés aux enfants et aux jeunes. Au printemps 2020, les huit meilleurs projets ont été sélectionnés par les collaborateurs de l'usine slovaque. Le comité d'évaluation a ensuite rencontré leurs auteurs. «Nous avons visité des lieux inhabituels et avons entendu des histoires intéressantes. Le choix a bien sûr été difficile. Tous les projets étaient de qualité et ne présentaient que des différences minimes. Nous nous sommes concentrés sur l'impact du projet sur la communauté et l'environnement», déclare Ľubica Gostíková au sujet du travail mené au sein du comité d'évaluation. Une subvention de 500 euros a été attribuée aux cinq projets gagnants et a permis leur mise en œuvre réussie l'année dernière.

### De petites choses pour de grands projets

Trois maisons à insectes construites par un groupe de scouts et d'amoureux de la nature dans les environs de Nemšová font partie des projets gagnants. Autre projet: sur le site de

À Ľuborč, un pump track a été réalisé pour les enfants et les jeunes cyclistes. L'association citoyenne Peregrín a été récompensée pour son engagement social. Enfin, l'école primaire d'art de Nemšová a bénéficié d'une aide pour la rénovation de sa cour. Tous ces projets montrent que la population accorde beaucoup d'importance à son environnement et qu'elle est prête à apporter son soutien pour le rendre plus vivant.



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

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

**Autriche**

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

**République tchèque**

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

**Slovaquie**

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

**Croatie, Slovénie,  
Bosnie-Herzégovine,  
Serbie, Monténégro,  
Macédoine du Nord, Kosovo**

Téléphone +385 49 326 326  
prodaja@vetropack.com

**Ukraine**

Téléphone +380 4439 241 00  
sales.ua@vetropack.com

**Italie**

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

**Autres pays d'Europe de l'Ouest**

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

**Autres pays d'Europe de l'Est**

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