www.vetropack.com | Le magazine clients de Vetropack | Nº 2/2019

VETROTIME

MARCHÉ
Huile, vinaigre et épices

ACTUALITÉS
Vetropack Improved Performance Glass

FÊTE DES VIGNERONS
Hommage à la viticulture

04 | TROUVAILLES Verre décoratif

06 | ACTUALITÉS Vetropack Improved Performance Glass

08 | MARCHÉ Aliments raffinés

12 | INSIGHT Économie circulaire

16 | FÊTE DES VIGNERONS Tradition séculaire de la viticulture

18 | NOUVEAUX MODÈLES Variété de verres

26 | FRAGMENTS DE CULTURE Conseils d'excursion

Mentions légales

Rédaction et texte: Corporate Communication Vetropack Holding SA, Bülach

Conception: Arnold & Braun Grafik Design, Lucerne

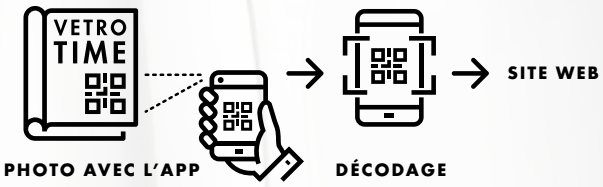
Impression: Kalt Medien AG, Zoug

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

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

PERFORMANCE myclimate neutral Imprimé
No. 01-19-342981 – www.myclimate.org
© myclimate – The Climate Protection Partnership

Le lien direct avec Vetrotime: les nouveaux codes QR



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

À propos de la couverture. L'huile, le vinaigre et les épices sont les ingrédients indispensables d'une bonne salade estivale. Le verre est le matériau d'emballage idéal pour ces aliments raffinés. La diversité des formes est presque illimitée. Les bouteilles en verre et les bocaux à épices garantissent une belle présentation – tant dans les rayons de vente que sur la table.

vetropack

Chères lectrices, chers lecteurs,

Le soleil, les soirées qui n'en finissent pas... L'été est une saison magnifique, car elle est toujours propice aux festivités. Les mois de juillet, août et septembre ont toujours été la période des fêtes estivales – grandes célébrations officielles ou petites fêtes familiales. Cette année, la Fête nationale suisse (1er Août) tombe pendant la Fête des Vignerons, dont Vetropack fait partie des sponsors officiels (pages 16 et 17). Et si votre destination de vacances n'est pas encore choisie, voici deux suggestions intéressantes: la découverte de la route des vins du Sud-Tyrol ou la visite de route du verre bavaroise et du Musée de la forêt de Zwiesel (pages 26 et 27).

Mais une autre raison me fait aimer les mois d'été: jamais je n'apprécie autant les boissons fraîches. Le plaisir commence dès la prise en main de la bouteille réfrigérée. Ce n'est pas pour rien qu'on recommande de se rafraîchir l'intérieur des mains et des poignets en cas de forte chaleur. Cet été, même si les températures ne seront pas trop accablantes, je m'offrirai souvent une bière légère. Légère en raison du poids plume de sa bouteille. Nous avons en effet, avec la brasserie autrichienne Mohren de Vorarlberg, lancé les premières bouteilles consignées au monde en Vetropack Improved Performance Glass, ou encore VIP Glass. Les bouteilles consignées en VIP Glass sont en verre léger et fabriquées en exclusivité par Vetropack. Les bouteilles de 33 cl pèsent seulement 210 grammes, soit un tiers de moins que les versions antérieures. Mais ce n'est là qu'un de leurs avantages. Vous découvrirez les autres aux pages 6 et 7.

Autre nouveauté de cet été: la symbiose entre l'édition imprimée de Vetrotime et les informations en ligne. Car en plus des photos, des images animées sont parfois nécessaires. À l'aide de QR codes, des anciens numéros de Vetrotime au format PDF mais aussi des films sont désormais téléchargeables. Vous pourrez également découvrir dans cette édition le processus de durcissement des bouteilles consignées en VIP Glass et observer plus en détail les nouveaux modèles (pages 19 et 21). Vous ne serez pas déçus.

Je vous souhaite un bon début d'été et une bonne lecture de Vetrotime!

Sincères salutations,

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding SA

TROUVAILLES

SENTIER ÉDUCATIF

«VITROPARCOURS»

Le nouveau sentier éducatif qui longe la forteresse du petit village de Romont, en Suisse romande, invite à découvrir le verre sous toutes ses facettes. Sur huit panneaux ludiques, le «Vitroparcours» propose des informations sur la fabrication et le recyclage du verre. Tout le long des remparts de la ville, le sentier éducatif offre aux visiteurs une vue à couper le souffle sur la campagne environnante, créant ainsi un lien avec le patrimoine historique de la région. Par mauvais temps, la visite du Vitromusée (www.vitromusee.ch) vaut le détour.

Ruche en verre

Une petite ruche aux parois en verre fabriquée en Tchéquie est idéale pour observer la vie fascinante des abeilles. Facile à transporter, la ruche permet des présentations dans des salons, des écoles ou des jardins d'enfants. Les enfants ne risquant pas de se faire piquer, ils peuvent observer de près l'activité intense des abeilles. La ruche peut également être utilisée pour l'élevage de nouvelles colonies d'abeilles. Vetropack Moravia Glass a récompensé cette ruche en verre dans le cadre du projet «De petites choses qui nous entourent».

LITTÉRATURE

Recommandation de livre

L'ouvrage «Noch besser leben ohne Plastik» («Vivre encore mieux sans plastique») *illustre de quelle manière le plastique peut presque totalement disparaître du quotidien. Dans de nombreux pays, certains magasins vendent leurs marchandises sans emballage et contribuent ainsi activement à la réduction des déchets d'emballage.*

UPCYCLING

DU PRODUIT EN SÉRIE À LA PIÈCE UNIQUE

L'artiste hambourgeoise Sybille Homann a commencé à expérimenter le verre à bouteille dès les années 1990. En découpant et en réagençant, l'artiste met en valeur la couleur et les formes variées des bouteilles. Sybille Homann crée ses combinaisons de formes et de couleurs à partir de bouteilles qu'elle collecte auprès de ses amis, voisins, ou de restaurants. Tous les produits étant fabriqués à la main en petite série, chaque pièce est unique.

NOUVEAUTÉ SUR LE MARCHÉ

Vetropack Improved Performance Glass – les premières bouteilles consignées en verre léger au monde

Tout vient à point qui sait attendre: après des recherches et des tests intensifs, les premières bouteilles consignées en verre léger sont disponibles sur le marché. Ce verre d'emballage durci porte le nom de «Vetropack Improved Performance Glass», ou encore VIP Glass. Il est fabriqué en exclusivité par Vetropack.

© Copyright: Frederick Sams, Veröffentlichung honorarfrei

En plus de la Mohren Spezial, la Mohren Pfiff est également l'une des sortes de bière les plus populaires.

© Copyright: Frederick Sams, Veröffentlichung honorarfrei

Heinz Huber (à droite) et Thomas Pachole, les deux directeurs généraux de la brasserie Mohrenbrauerei Vertriebs KG, présentent la première bouteille consignée légère en verre.

Les premières bouteilles consignées légères en VIP Glass sont disponibles sur le marché depuis le 15 avril. La brasserie autrichienne Mohren de Vorarlberg s'est «offert» ces bouteilles innovantes pour l'anniversaire de sa bière Mohren Pfiff. L'une des bières les plus populaires de la brasserie célèbre en effet cette année ses 30 ans d'existence. À cette occasion, le design de la bouteille Pfiff a été retravaillé dans un style nouveau et tourné vers l'avenir. Tradition et modernité, plaisir et protection de l'environnement caractérisent ainsi désormais la bouteille.

Bouteilles consignées thermiquement durcies

Les bouteilles consignées légères en VIP Glass sont fabriquées au cours d'un procédé en deux étapes: dans un premier temps, les bouteilles en verre léger sont fabriquées selon le procédé pressé-soufflé pour col étroit. Les bouteilles consignées créées sont ensuite durcies thermiquement. Les récipients en verre sont alors à nouveau chauffés à une température maximale de 700 degrés Celsius puis refroidis de manière uniforme à l'intérieur et l'extérieur. Ce procédé permet d'utiliser un verre d'emballage léger pour les bouteilles consignées. Le poids de cette bouteille consignée est similaire à celui d'une bouteille à un seul usage.

Pour le respect de l'environnement

La nouvelle bouteille consignée Pfiff de 33 cl ne pèse qu'environ 210 grammes, soit 90 grammes de moins que la version précédente et pas moins de 1,8 kilogramme de moins

par caisse! Cette réduction de poids présente d'autres avantages, y compris pour l'environnement: la production de bouteilles légères nécessite moins de matières premières et préserve les ressources. Dans le même temps, la consommation de matériaux nettement plus faible et le pourcentage élevé de verre usagé utilisé comme matière première secondaire réduisent sensiblement les émissions de CO_2. Parallèlement aux économies de ressources et d'énergie lors de la production, les coûts de transport sont également nettement réduits. Les bouteilles légères entraînent une baisse du poids transporté sur les routes.

«Légères et faciles à nettoyer, nos nouvelles bouteilles consignéés en verre léger soulagent également considérablement nos collaborateurs dans leur travail quotidien», se réjouit Heinz Huber, l'un des directeurs généraux de la brasserie Mohrenbrauerei Vertriebs KG. La masse à chauffer et à refroidir étant réduite, la machine à laver consomme par ailleurs moins d'énergie. Mais le directeur général est surtout fier de l'enthousiasme que suscitent le faible poids et la facilité d'utilisation chez les consommateurs.

Au cours des six prochains mois, la brasserie remplacera progressivement les anciennes bouteilles par les nouvelles bouteilles consignées en verre léger. Les quelque quatre millions de bouteilles en verre Pfiff, à partir desquelles de nouveaux emballages en verre seront fabriqués, seront retournées chez Vetropack par chemin de fer.

Durcissement thermique
Les bouteilles en verre léger deviennent ainsi du VIP Glass pour bouteilles consignées – une fabrication exclusive de Vetropack.

VIP Glass – prochaines étapes
Le VIP Glass techniquement durci utilisé pour les bouteilles consignées présente les mêmes caractéristiques que les emballages traditionnels en verre: il est inerte et 100 pour cent recyclable. Le verre est et reste ainsi inodore et neutre au goût, imperméable, et n'entre jamais en contact avec le contenu.

Les premières bouteilles de bière de 33 cl consignées en verre léger ne sont qu'un début. Vetropack développera dans les prochains mois d'autres formes de bouteille en VIP.

Affaire à suivre donc.

Procédé pressé-soufflé pour col étroit
Cette forme de production est une variante du procédé pressé-soufflé. Dans le moule ébaucheur, un poinçon est pressé dans la masse de verre, ce qui confère au récipient une épaisseur de paroi à la fois régulière et plus mince. La migration technologique du procédé traditionnel vers le procédé pressé-soufflé pour col étroit a permis la production de récipients en verre à paroi mince: le verre léger.

Dureté thermique du verre plat
Pour renforcer la solidité du verre, ce dernier peut être durci au cours d'un processus thermique. Le verre est pour cela d'abord chauffé uniformément puis refroidi rapidement de manière ciblée. Ce procédé est utilisé avec succès depuis des décennies pour le verre plat. Ses domaines d'application typiques sont le verre de sécurité pour les vitres de fenêtre, les façades en verre, les tableaux d'affichage, les pare-brise, etc.

Dureté thermique du verre d'emballage
Le procédé n'est pas aussi simple qu'il n'y paraît. Les récipients en verre se distinguent du verre plat par des géométries et des épaisseurs de paroi différentes, ce qui constitue un défi technique considérable lors du processus de durcissement. La transformation d'une bouteille en verre léger en une bouteille consignée en verre léger nécessite de l'expérience, des équipements techniques et de l'habileté.

HUILE, VINAIGRE ET ÉPICES

Salades estivales colorées

L'huile et le vinaigre sont les ingrédients incontournables d'une bonne salade estivale. Les épices confèrent une note particulière à ce plat d'été. Vetropack produit pour ces divers aliments des emballages en verre de formes et de dimensions variées. Du plus bel effet dans les rayons des supermarchés, ces derniers garantissent par ailleurs la qualité des produits.

Qui dit chaudes journées d'été dit cuisine légère et rafraîchissante. Les salades estivales croquantes sont très appréciées des consommateurs. Un bon mélange d'huiles et de vinaigres de qualité supérieure accompagnés d'épices confère aux salades une saveur incomparable. Une attention particulière doit être apportée à ces aliments raffinés. Le verre est le matériau d'emballage idéal pour ces derniers. Totalement neutre au goût, il préserve en effet la diversité des arômes.

«La variété est l'épice de la vie.»

William Cowper, 1785

Le groupe Vetropack produit des bouteilles d'huile et de vinaigre ainsi qu'un large choix de bocaux à épices. En plus des bouteilles standards, Vetropack propose également des bouteilles personnalisées. Bouteille de vinaigre arrondie, bocal à épices carré ou encore bouteille d'huile décagonale: la diversité des formes est illimitée. Cols longs et minces, courts et larges, bouteilles avec ou sans gravure, l'éventail est varié.

Si les contenants de 0,5 litre sont particulièrement bien adaptés aux huiles et aux vinaigres très raffinés, les célèbres bouteilles de 0,75 et 1 litre restent très populaires dans les rayons des supermarchés. Pour se démarquer de la concurrence, les clients souhaitent de plus en plus des emballages personnalisés. L'huile et le vinaigre sont conditionnés dans des bouteilles en verre brun, vert ou blanc.

Les bocaux en verre blanc sont particulièrement adaptés aux épices colorées, qui sont alors bien mises en valeur et apportent une touche de couleur dans l'armoire à épices.

Importance cruciale des acides gras

Les consommateurs se laissent guider par le goût lors du choix d'une huile alimentaire. Mais le pourcentage et la composition des acides gras qu'elle contient sont des facteurs déterminants pour la santé. Les acides gras peuvent en effet avoir un impact positif ou négatif sur l'état des vaisseaux sanguins. Les huiles les plus populaires telles que les huiles de tournesol, de colza et d'olive présentent des propriétés très variées.

Très riche en vitamine E et K, l'huile d'olive contient un fort pourcentage d'acides gras monoinsaturés. Les substances secondaires telles que les polyphénols réduisent par ailleurs le risque de maladies cardiovasculaires.

L'huile de colza contient un pourcentage très élevé d'acides gras essentiels, les acides linoléiques et linoléniques. Ces derniers font partie des acides gras oméga 3, dont les effets positifs sur l'organisme sont très nombreux. L'huile de colza contient par ailleurs beaucoup de vitamine E: une cuillère à soupe couvre déjà un tiers de notre besoin journalier.

Les multiples vertus du vinaigre

Les Égyptiens et les Romains fabriquaient déjà du vinaigre en faisant fermenter des liquides à base d'alcool avec des

bactéries d'acide acétique. Le vinaigre est aujourd'hui fabriqué à partir de raisin, de vin et de pommes issus de la culture conventionnelle. Le vinaigre biologique est exclusivement fabriqué à partir de fruits certifiés écologiques. Le vinaigre de pomme est l'une de variétés de cidre les plus répandues. Son goût le rend idéal pour l'assaisonnement des salades, des poissons et des volailles. Il sert par ailleurs de base aux jus de fruits. Particulièrement apprécié, il est aussi très sain en raison de sa teneur élevée en potassium.

Le vinaigre balsamique est lui aussi très populaire. Ce vinaigre extrêmement riche issu de la province italienne de Modène se caractérise par sa couleur brun foncé et son goût aigre-doux. Idéal pour les vinaigrettes, il s'utilise également pour affiner les desserts.

En raison de ses propriétés désinfectantes, il est utilisé en médecine naturelle pour lutter contre les problèmes cutanés ou encore dans la salle de bain pour désinfecter les robinetteries ou les lavabos. L'ajout de quelques gouttes de vinaigre dans l'eau prévient les traces lors du nettoyage des vitres et remplace les détartrants chimiques.

Salades en bocal – empilement autorisé

Les salades en bocal sont idéales pour les repas à l'extérieur. Pour éviter que la salade ne détrempe, quelques points doivent être respectés lors de sa préparation:

- verser d'abord la sauce dans le bocal;
- disposer ensuite les légumes les plus durs, comme les carottes ou les radis;
- ajouter ensuite la salade verte. La salade bien essorée tient plus longtemps;
- terminer par les aliments à base de protéines tels que le poulet, le fromage ou le tofu;
- bien agiter le bocal avant de déguster, afin que la sauce se mélange à la salade. Bon appétit!

La salade reste fraîche et présentable pendant plusieurs jours.

SPONSORING

Accroître la sensibilisation à la sécurité alimentaire

Une conférence nationale consacrée à la sécurité alimentaire s'est tenue à Zagreb fin avril. Vetropack Straža y a participé en tant que sponsor. La question de l'emballage adéquat doit également impérativement être prise en compte dans ce sujet de plus en plus important.

Selon des estimations de l'OMS, une personne sur dix tombe chaque année malade à la suite de la consommation d'aliments et de boissons contaminés par des bactéries, des virus, des parasites ou autres substances chimiques. En plus de causer des souffrages, les aliments contaminés ou avariés affectent également le développement social et économique d'un pays. La sécurité alimentaire s'inscrit par conséquent pleinement dans plusieurs objectifs de développement, que les membres des Nations Unies souhaitent atteindre d'ici à 2030.

Le terme de «sécurité alimentaire» recouvre des mesures et des concepts qui garantissent la consommation d'aliments et de boissons sans risque pour le consommateur final et l'absence d'effets nocifs et de dommages pour la santé.

L'industrie alimentaire est la première responsable de la garantie de la sécurité des aliments et des boissons. Elle est tenue de s'assurer que les aliments et les boissons fabriqués sont conformes aux exigences légales et ne présentent pas de danger pour les consommateurs. Le respect de ces dispositions fait l'objet de contrôles réguliers.

Les emballages en verre garantissent la sécurité des produits

Lors de la conférence «Sécurité alimentaire – authenticité et protection des consommateurs» organisée à Zagreb, des spécialistes de secteurs variés ont notamment échangé autour des thèmes de la «santé» et de la «qualité des aliments». Mais les possibilités d'éviter le «gaspillage alimentaire» ont également fait l'objet de discussions.

Une intervention de Biljana Borzan a été retransmise par vidéo. Cette docteur en médecine originaire de Zagreb est membre de la commission de l'environnement, de la santé publique et de la sécurité alimentaire du Parlement européen. Biljana Borzan a parlé des différences de qualité des produits dans les différents pays de l'UE.

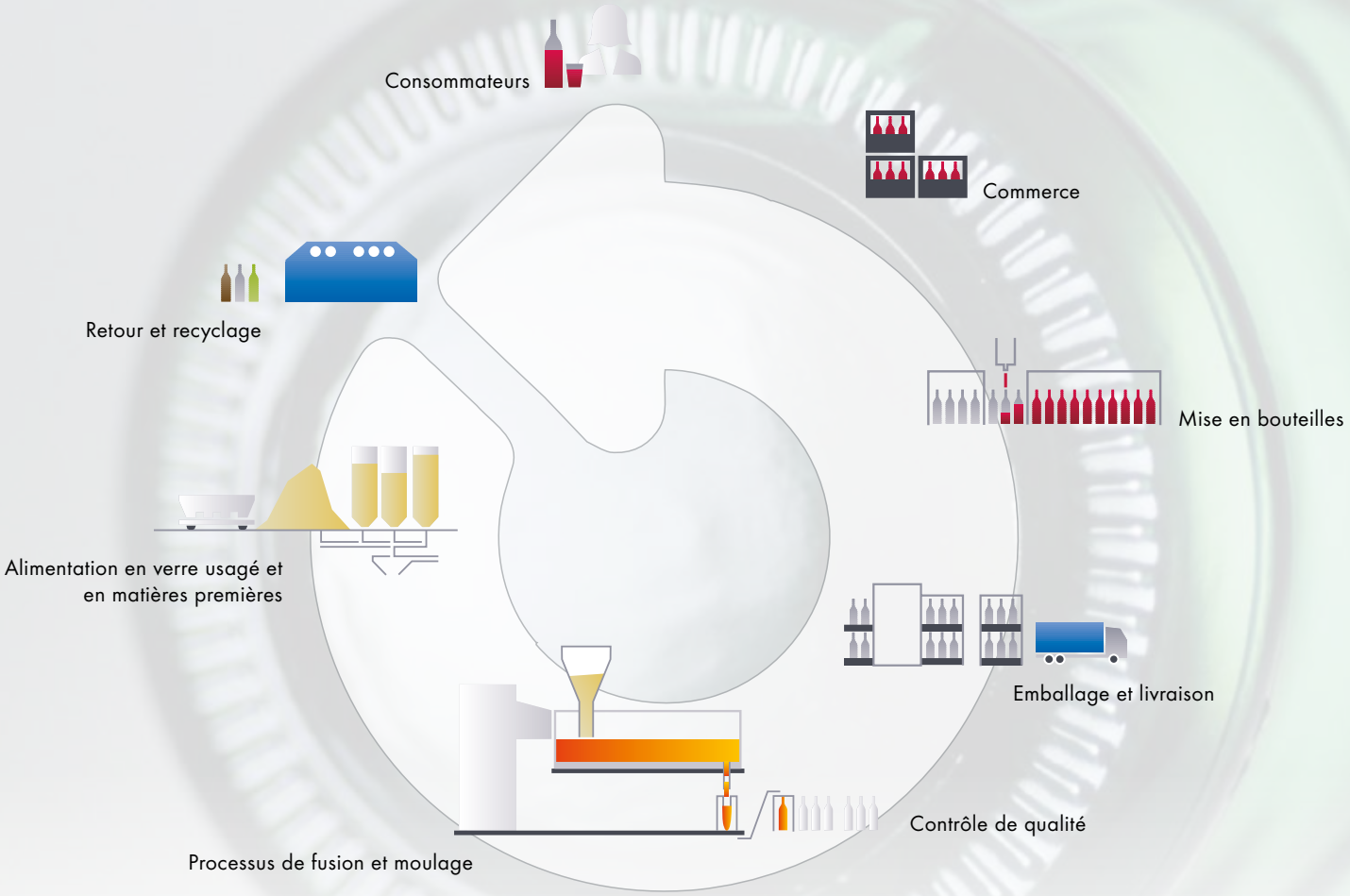
La sécurité alimentaire ne se limite pas à la fabrication des aliments. Les emballages peuvent ainsi contenir des substances qui passent par le corps humain lors de l'ingestion d'aliments et sont susceptibles d'entraîner un risque pour la santé.

Robert Zdolc (photo), directeur du service client technique de l'usine Vetropack croate, a expliqué en quoi l'emballage garantit la sécurité et la qualité du produit. Le verre présente des avantages décisifs par rapport aux autres matériaux d'emballage:

- totalement imperméable et inerte;
- sans odeur et neutre au goût;
- aucun contact avec le contenu;
- préserve le goût naturel, l'arôme original et les vitamines des aliments.

«Journée internationale de la sécurité sanitaire des aliments»

Afin de sensibiliser l'opinion publique à l'importance de la sécurité alimentaire pour la protection de la santé de consommateurs, la 73e assemblée générale des Nations Unies a adopté une résolution qui déclare le 7 juin «Journée internationale de la sécurité sanitaire des aliments».



ÉCONOMIE CIRCULAIRE

«Le verre est idéal pour l'économie circulaire»

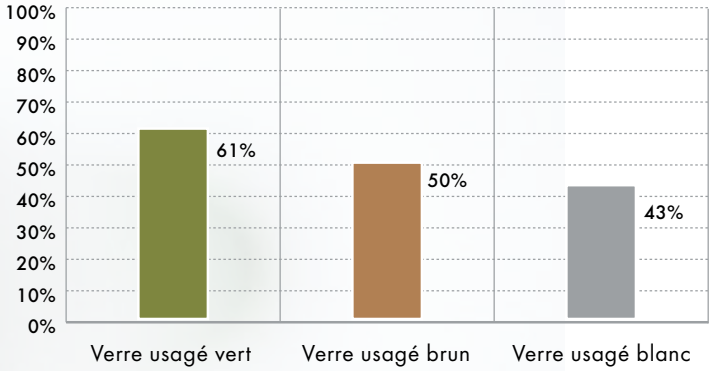
En mars 2019, la Commission européenne a adopté un rapport complet sur la mise en œuvre du plan d'action pour l'économie circulaire. Le rapport présente les futurs défis qui devront être relevés dans le cadre de la conduite de l'économie européenne, et ouvre la voie à une économique circulaire climatiquement neutre, dans laquelle la pression sur l'eau douce, les ressources naturelles et les écosystèmes est réduite au minimum.

Dans l'économie circulaire, les matériaux et produits existants sont partagés, loués, réutilisés, réparés, remis à neuf et recyclés aussi longtemps que possible, ce qui d'une part prolonge le cycle de vie des produits, et réduit d'autre part les déchets au minimum. À la fin de la durée de vie d'un produit, les ressources et les matériaux sont maintenus dans l'économie aussi longtemps que possible.

Augmentation des taux de collecte

L'économie circulaire s'oppose au modèle économique linéaire (économie du «tout jetable») et n'est pas nouvelle dans l'industrie du verre d'emballage. Le verre est recyclable presque à l'infini. Dès les années 1970, Vetropack s'est par conséquent lancée dans le recyclage du verre en Suisse et a ainsi mené un travail de pionnier. À des fins de recyclage, le groupe Vetropack collecte aujourd'hui, seul ou en collaboration avec des associations spécialisées, du verre usagé dans tous les pays dans lesquels il exploite des verreries. Jusqu'à 60 pour cent du verre usagé peuvent en effet être recyclés pour la fabrication du verre blanc et brun, et jusqu'à 100 pour cent pour le verre vert. La qualité et le traitement du verre usagé sont des critères déterminants.

Recyclage du verre



Le pourcentage de verre usagé se réfère à l'ensemble du groupe Vetropack. Dans certaines usines, ce pourcentage atteint jusqu'à 83 pour cent de la quantité de matières premières.

En 2018, le pourcentage de verre usagé dans la production du groupe Vetropack s'est élevé à 54 pour cent.

L'utilisation de verre usagé permet par ailleurs une nette réduction de la consommation d'énergie de fusion. 10 pour cent de verre usagé génèrent une économie de 3 pour cent d'énergie et de 7 pour cent des émissions de CO_2. En fabriquant des emballages en verre, Vetropack crée une valeur ajoutée économique, écologique et sociale. Les clients accordent de plus en plus d'importance au concept de durabilité, car le consommateur est de plus en plus soucieux de sa santé et du respect de l'environnement.

À l'avenir, il est probable que l'augmentation de la demande d'emballages en verre aura une incidence positive sur l'économie circulaire. Les taux de collecte prescrits par l'UE pour le verre vont ainsi continuer à augmenter. Une quantité plus élevée de verre usagé sera d'autre part intégrée dans le processus de recyclage. La quantité de verre usagé disponible sera ainsi plus élevée.

«La tendance est clairement au remplacement de certains matériaux d'emballage par le verre. Il s'agit d'un objectif d'ordre social, car le verre, à juste titre, est de plus en plus perçu comme un produit sain et écologique. Les excellentes qualités du verre et sa réutilisabilité à 100 pour cent le rendent particulièrement attractif. Le verre constitue ainsi le produit idéal pour l'économie circulaire.»

Johann Reiter, CEO

Engagement proactif en faveur de l'environnement

La production du verre est un processus très énergivore. Mais les emballages en verre sont durables, car ils peuvent toujours être recyclés, sans perte de qualité. Vetropack s'efforce de produire de manière aussi écologique que possible et a intégré la protection de l'environnement dans sa stratégie d'entreprise. Le pourcentage de verre usagé utilisé dans la production ne cesse par conséquent d'augmenter, tandis que la consommation d'énergie est constamment réduite. Vetropack répond ainsi aux exigences des clients, des investisseurs, des collaborateurs et du grand public.

La sécurisation des transports de l'usine jusqu'au client reste un problème. Depuis quelques années, l'offre de transport par camion est en recul. Vetropack est bien préparée grâce à un transfert de la route au rail et à une bourse de fret spécialement développée pour les trajets par camion. Des offres de transport sont publiées en continu sur la bourse de fret et Vetropack choisit les offres qui lui conviennent le mieux. Mais la mobilité de nos propres collaborateurs et la composition de notre flotte de véhicules sont également des aspects importants auxquels nous sommes attentifs.

En raison de leur consommation énergétique élevée, les fabricants de verre sont soumis à une pression réglementaire de plus en plus forte. En collaboration avec les «International Partners in Glass Research» (IPGR), Vetropack développe constamment de nouvelles approches et de nouveaux sujets. La production de verre sans CO_2, que permettrait l'utilisation d'énergie électrique pour la fusion du verre usagé et des matières premières, fait par exemple l'objet de discussions. La fusion des matières premières entraînant des

émissions de CO_2, l'objectif consiste par conséquent à réduire les matières premières primaires, c'est-à-dire à utiliser davantage de verre usagé.

Investissements dans les bassins de fusion

Afin de réduire l'empreinte écologique de nos emballages en verre et de satisfaire nos exigences en matière de qualité et d'efficacité, nous investissons constamment dans les pièces maîtresses de notre production, nos bassins de fusion. En 2018, nous avons rénové le bassin à verre blanc de l'usine Vetropack slovaque à Nemšová. Grâce à une machine de soufflage supplémentaire, l'usine dispose d'une nouvelle ligne et a ainsi pu augmenter sa capacité d'environ 40 pour cent. Dans le même temps, la consommation énergétique spécifique et ainsi la quantité de gaz d'échappement ont pu être réduites. Cet investissement tourné vers l'avenir est très important pour l'usine slovaque et soutiendra notre croissance dans la région. L'année dernière, un bassin a également été entièrement rénové sur le site autrichien de Kremsmünster. En plus de disposer d'une surface de fusion plus étendue, le nouveau bassin de fusion permet de réduire les émissions. Une rénovation complète du bassin 72 de Nemšová a été réalisée cette année (voir page 22 s). De plus amples informations sont disponibles dans le rapport de durabilité 2018.

La rénovation d'un bassin de fusion augmente généralement l'efficacité énergétique de 10 à 15 pour cent.

Politique climatique: Activités de l'Union européenne

A clean planet for all

En novembre 2018, la Commission européenne a adopté une vision stratégique à long terme visant à développer d'ici 2050 une économie prospère, moderne, concurrentielle et climatiquement neutre: «A clean planet for all». La stratégie illustre de quelle manière l'Europe souhaite parvenir à la neutralité climatique en investissant dans des solutions climatiques réalistes et en responsabilisant ses citoyens. L'objectif visé est de faire de l'Europe la première grande économie à atteindre la neutralité climatique en 2050.

Interdiction des plastiques jetables

À Strasbourg, le Parlement européen (PE) a, à une large majorité, prononcé une interdiction des articles en plastique jetables tels que les assiettes, les couverts, les pailles et les cotons-tiges. Plus de 80 pour cent des déchets des océans sont dus à des objets du quotidien provenant du commerce alimentaire, de l'industrie des boissons, du secteur de la restauration rapide, ou d'aliments destinés à une consommation immédiate.

Prix ukrainien de l'emballage pour un vin mousseux

À l'occasion du concours «Ukrainian Star Pack», la bouteille de mousseux de 0,75 litre a reçu un prix récompensant les meilleurs emballages du pays. La bouteille couleur cuvée est fabriquée par Vetropack Gostomel.

La forme raffinée de la bouteille séduit par son élégance. Son corps massif se fond harmonieusement dans le col longiligne de la bouteille. Ce mince col et la bague particulièrement petite sont uniques sur le marché ukrainien. Le puissant vert cuvée de la bouteille met en valeur sa forme caractéristique, à la fois prononcée et généreuse. La très populaire couleur cuvée a été lancée en Ukraine il y a quelques années par l'usine Vetropack Gostomel. La bouteille de mousseux est un modèle spécialement fabriqué pour un client. Elle est adaptée aux mousseux mais aussi aux vins ou à d'autres bouteilles gazeuses ou plates. Elle se ferme avec un bouchon en liège, en plastique ou une capsule couronne – une option intéressante sur le marché.

Il s'agit du 15e «Ukrainian Pack Award» remporté par l'usine Vetropack ukrainienne.

Ouverture festive

La cérémonie de couronnement organisée mi-juillet a marqué le lancement officiel de la Fête des Vignerons. Dans l'arène de 20'000 places, les visiteurs ont pu découvrir une mise en scène moderne et colorée qui les a plongés dans la tradition séculaire de la viticulture.

La Fête des Vignerons n'a lieu qu'une fois tous les 20 ans. Le plus grand et le plus ancien événement culturel de Suisse romande est riche d'une longue histoire. Cette fête populaire est étroitement liée à la Confrérie des Vignerons.

Une arène a été installée pour ce grand événement sur la vaste place du marché de Vevey. Quelque 20 représentations ont offert aux visiteurs un mélange coloré de tradition, de modernité et d'émotions autour de la viticulture suisse. Toutes les régions viticoles du pays ont pu se présenter dans l'arène, illustrant ainsi la portée de la fête bien au-delà des frontières de la région lémanique. Les habitants de la région sont fiers de leurs traditions, et des milliers d'entre eux ont participé aux spectacles en tant que chanteurs, danseurs ou comédiens.

Vetropack était sponsor de la fête de cette année, la plus grande de son histoire. La bouteille festive officielle a été produite par l'usine Vetropack suisse de St-Prex. Cet engagement souligne l'attachement à la région viticole de Lavaux.

Couronnement

La Fête des Vignerons commence par un grand moment, le couronnement des meilleurs vignerons des dernières années à Lavaux et au Chablais. La Confrérie des Vignerons ne révèle ce secret bien gardé que lors de la cérémonie d'ouverture. Pendant des années, les experts de la «Commission

des Vignes» évaluent et notent les 94 vignerons-tâcherons. Des médailles d'argent et de bronze sont remises tous les trois ans aux meilleurs d'entre eux. La médaille d'or est en revanche uniquement décernée au cours de la cérémonie de couronnement de la fête organisée une fois par génération. Cette récompense constitue sans aucun doute le point d'orgue de la carrière d'un vigneron vaudois. Compte tenu du système de notation, plusieurs candidats peuvent être couronnés. En 2019, Jean-Daniel Berthet a reçu cette distinction. Le vin qui est ensuite obtenu à partir des raisins n'est pas évalué, cette activité ne relevant plus de la responsabilité du vigneron.

Interview avec Frédéric Hohl, Directeur Exécutif de la Fête des Vignerons

Qu'est-ce qui distingue la Fête des Vignerons d'autres grandes manifestations?

La Fête des Vignerons est un événement absolument unique en son genre! Par son histoire déjà, puisqu'elle existe depuis 1797. Ensuite, elle implique quelque 8000 personnes de la région, dont 5500 acteurs-figurants bénévoles qui interprètent le spectacle créé par Daniele Finzi Pasca. Leur engagement incarne la ferveur d'une région pour cet événement qui raconte l'identité d'une région.

Quels ont été les plus grands défis à relever lors des préparatifs?

La Fête se tient au cœur de la ville Vevey, sur sa place du Marché, où est construite l'arène de 20'000 places. C'est le défi principal de l'événement, lié à l'intégration de mégastructures dans une petite ville, à un chantier de plusieurs mois. La collaboration avec la ville de Vevey, les habitants, les commerçants, les transports publics de la région, est donc prioritaire. La mobilité est l'autre grand défi. Nous souhaitons une Fête la plus écologique possible, du coup il est important de nous assurer que les transports publics sont à disposition du plus vaste public possible.

Vous n'avez jamais cessé de faire rêver les gens. À quoi doivent s'attendre les visiteurs lors de la Fête des Vignerons?

L'expérience qui attend les visiteurs à la Fête est inoubliable, étonnante et mémorable! Au cœur de la Fête, le spectacle lui-même est un mélange fantastique de poésie, de création contemporaine, de traditions et de prouesses technologiques. À côté du spectacle, la Ville en Fête, et ses Journées Cantonales, propose durant trois semaines un véritable festival culturel et gourmand, du matin jusqu'à la nuit, qui permet au public de revenir plusieurs fois à Vevey, en famille, avec des amis, en vivant à chaque fois une journée différente.

Quels souvenirs les visiteurs garderont-ils de la Fête des Vignerons 2019?

Venir à la Fête des Vignerons est une expérience dont on se souvient toute sa vie. Ne serait-ce que parce qu'elle n'a lieu qu'une fois par génération! Chaque visiteur repartira avec l'impression d'une magnifique rencontre avec toute une région et sa population, d'un moment de partage, de convivialité unique, d'une belle Fête qui fait du bien au cœur et à l'âme!

Jean-Claude Durgniat | aZimages © Fête des Vignerons 2019

Frédéric Hohl a été nommé Directeur Exécutif de la Fête des Vignerons par le conseil de la Confrérie des Vignerons. Âgé de 56 ans, il dispose d'une vaste expérience dans l'organisation de grandes manifestations. Il s'est fait connaître dans toute la Suisse en tant que Chief Operation Officer de l'Expo.02.

DESIGN

Par amour du détail

Des emballages en verre pour les aliments et les boissons, de l'idée initiale à la livraison, en passant par le prototype et la production: voilà, entre autres nombreuses prestations, ce que Vetropack propose à ses clients.

L'amour du détail est l'une des conditions essentielles à la qualité du design. C'est lui qui fait la différence entre les produits haut de gamme et les autres. Les atouts des emballages en verre résident dans leurs possibilités de conception. Leur forme, leur couleur et leurs différentes finitions sont uniques. Autrement dit: les emballages en verre façonnent le produit, la marque, et renseignent les consommateurs sur leur contenu par le biais direct des informations qui figurent sur l'emballage, mais également par le message véhiculé par une image.

Chez Vetropack, le développement du design repose sur nos propres dessins, sur les idées des clients, ou sur celles de designers externes mandatés par le client. Quel que soit l'auteur de l'idée, l'étroite collaboration et la concertation entre les clients et les spécialistes de Vetropack garantissent une mise en œuvre réussie. Par conséquent, plus la connaissance des exigences auxquelles le futur emballage en verre doit répondre est précise et complète, plus le travail de développement sera efficace et bref. Des dessins précis en 3D, qui intègrent également la fermeture et l'étiquette, permettent au client d'opter ou non pour certains détails conceptuels. Viennent ensuite les modèles en bois, en acrylique ou en impression 3D, qui permettent d'affiner un peu plus la conception. Une production d'échantillons permet un ajustement précis sur l'installation de remplissage.

Vient ensuite la production finale... Vous trouverez quelques nouveaux exemples de conception dans les pages suivantes.

ÉCOLOGIQUE

Durabilité totale

Vetropack Suisse produit la bouteille de bourgogne de 75 centilitres couleur cuvée destinée au premier vin rouge biologique de la famille de vignerons valaisans Rouvinez. Le faible poids de la bouteille fait du «Nez Noir» l'un des vins les plus écologiques de toute la Suisse.

La nouvelle bouteille inspirée du style bourgogne se caractérise par sa légèreté. Sa fabrication nécessite peu de matériau et d'énergie. Les faibles distances entre St-Prex et l'installation de remplissage réduisent également les émissions de CO_2 pendant le transport.

La famille Rouvinez s'est lancée dans la viticulture écologique il y a quelques années. «Nez Noir» est le premier vin à porter le label «conversion bio». Le vin se compose d'un mélange de merlot, de syrah et de gamaret. Il tient son nom des moutons nez noirs du Valais. Au printemps, les animaux du troupeau gambadent joyeusement dans les herbes qui séparent les rangs de vigne. La terre est ainsi parfaitement cultivée, dans une parfaite harmonie avec la nature.

TRADITIONELLE

Le génie sorti de la bouteille

Depuis des décennies, Maraska d.d. conditionne ses liqueurs et spiritueux dans les bouteilles Zadar de 0,7 litre produites par Vetropack Croatie. La bouteille originale est désormais dotée d'une capsule pression à vis moderne. Une version plus grande a par ailleurs été conçue pour l'exportation.

Le corps tout entier de la bouteille est orné d'un relief en cristal. L'ancien bouchon a été remplacé par une fermeture à vis, qui offre davantage de sécurité et de protection lors du transport et de la livraison. Une nouvelle bouteille de 0,75 litre a été développée parallèlement à la bouteille traditionnelle. Le nouveau modèle présente une section identique à celle de la bouteille de 0,7 litre mais une hauteur légèrement supérieure. La bouteille est destinée à une exportation dans le monde entier.

La liqueur Maraska-Maraschino est fabriquée dans la ville portuaire de Zadar, en Croatie, selon une recette traditionnelle à base de cerises acides. La cerise Maraska très goûteuse est originaire d'Asie. En plus de la liqueur Maraschino, Maraska d.d. produit d'autres spiritueux, des jus de fruits et des confitures.

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

PRÊT POUR L'AVENIR

De beaux atours pour une bonne bière

Les racines de la brasserie privée Egger remontent au XVII^e siècle. Vetropack Autriche produit dans l'usine de Kremsmünster les nouvelles bouteilles en verre brun de 0,33 litre destinées à la brasserie traditionnelle.

La brasserie privée Egger de St. Pölten-Unterradlberg, en Basse-Autriche, fait le choix d'un développement moderne et pragmatique pour ses bières. Le design de tous les contenants a été entièrement retravaillé. La bouteille en verre de 0,33 litre présente un bon potentiel de croissance. La zone d'épaulement de la bouteille en verre brun pratique est ornée d'un relief en verre qui représente l'ancien blason de la brasserie.

De très beaux atours pour une très bonne bière: la grande qualité des bières plusieurs fois récompensées est désormais soulignée par leur nouvel emballage. Le nouveau design combine ainsi de manière réussie tradition et modernité, comme en témoignent des éléments de design très sobres, tels qu'un simple cachet fraîcheur servant d'étiquette de col ou une capsule couronne pivotante «twist-off».

La brasserie privée Egger s'est engagée à respecter la loi de pureté de 1516. Le brassage est uniquement effectué avec du houblon, de l'eau et du malt d'orge. La majeure partie de la production est vendue en Autriche, le reste est destiné à l'exportation.

RAFRAÎCHISSANTE

Fusion d'ingrédients sélectionnés

Au début de l'année dernière, Coca-Cola a lancé la marque premium «Fuzetea» sur les marchés européens, dont la Tchéquie et la Slovaquie. La nouvelle bouteille consignée de 0,25 litre est produite par Vetropack Kyjov.

La nouvelle bouteille consignée de 0,25 litre du Fuzetea a été conçue en exclusivité pour Coca-Cola. Les bouteilles pratiques sont produites pour la restauration et répondent à un besoin du marché. Les premières bouteilles consignées sont parvenues aux consommateurs tchèques et slovaques en juin, juste à temps pour la saison estivale.

La gamme Fuzetea connaît un succès mondial et une croissance rapide. Elle est fabriquée à partir d'un mélange d'extraits de thé issus d'une production durable, de jus de fruits et d'herbes ou de fleurs aromatiques. Dans toutes les variantes, cette fusion offre une expérience gustative variée propice aux moments de détente: arômes raffinés du thé glacé vert mangue et camomille, thé glacé noir au citron et à la citronnelle, thé glacé noir saveur pêche et hibiscus, ou encore variantes faibles en calories.

Aperçu des nouveaux produits

SOUPLE

Lever de soleil

Les vignobles en terrasses de Lavaux font partie du patrimoine mondial de l'UNESCO. L'ensoleillement des coteaux abrupts qui surplombent le lac Léman en fait l'une des plus belles régions viticoles de Suisse, qui fait par ailleurs le bonheur des touristes et artistes.

La bouteille de 70 cl légèrement conique est fabriquée par Vetropack Suisse. Le logo en forme de soleil qui orne l'épaulement de la nouvelle Vaudoise à bague BVS 28/44 évoque la région de culture ensoleillée. Le logo et la signature manuscrite «Chardonne» ont été créés par le designer de Vetropack Jean-Franck Haspel: en 2003, le lauréat du Prix Vetropack a remporté la conception de sa propre bouteille. Cette bouteille Vaudoise à bague plate conique est encore utilisée aujourd'hui. Le modèle appartient au «Syndicat agricole et viticole de Chardonne et Jongny société coopérative» dont le siège est situé à Chardonne, dans le canton de Vaud.

DÉLICATE

Design traditionel

Depuis des décennies, le Božkov Originál garantit qualité et tradition en Tchéquie. L'usine Vetropack de Kyjov fabrique la bouteille d'1 litre destinée au Tuzemák jaune doré.

La bouteille traditionelle du Božkov Originál est fabriquée en verre blanc. L'étiquette est apposée entre les deux gravures représentant le logo de l'entreprise sur l'épaule et le nom de la marque sur la base. La troisième gravure fait référence à une tradition longue de plusieurs décennies.

Le Božkov Originál (anciennement «Domestic Rum») est fabriqué depuis 1948 par la distillerie tchèque Stock Plzeň-Božkov s.r.o. et est la plus grande marque sur le marché. Sa composition presque inchangée à base d'un alcool très fin, d'eau douce de Pilsen et de divers arômes de rhum confère à la boisson un goût équilibré. Le Tuzemák le plus vendu dans le pays se déguste pur et mélangé à d'autres boissons, et s'utilise également en pâtisserie.

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

RECONSTRUCTION

Augmentation de la capacité de fusion grâce à une rénovation

Après la rénovation complète du bassin à verre blanc l'année dernière, un nouveau défi attend l'équipe de projet de Nemšová: la reconstruction du bassin à verre vert.

L'usine Vetropack de Nemšová est l'unique fabricant de verre de Slovaquie et le principal fournisseur d'emballages de l'industrie nationale des aliments et des boissons. Grâce à une utilisation correcte et à une maintenance régulière, l'ancien bassin à verre vert a atteint une durée de vie de 14,4 ans, un chiffre particulièrement élevé.

Ce bassin de fusion est une sorte de grand four conçu de manière spécifique et construit avec des briques profilées. La révision complète d'un bassin de fusion, qui équivaut presque à une nouvelle construction, est réalisée – comme c'est le cas à Nemšová – à l'emplacement exact de l'ancien bassin. L'installation d'une machine de production à trois étages permet d'augmenter la capacité de fusion. Cette dernière s'élève désormais à 300 tonnes par jour, soit beaucoup plus qu'avant la rénovation. Il en va de même pour la surface de fusion de 94 m^2. La consommation d'énergie spécifique et les émissions ont dans le même temps été réduites. Le nouveau four de fusion favorise par ailleurs l'amélioration de la qualité et l'homogénéité du verre. Depuis la rénova-

tion, la sécurité au travail – un critère toujours essentiel lors de la recherche d'emploi – est encore mieux respectée.

Rénovation coordonnée

Le nouveau bassin de fusion à verre vert a été surélevé de 40 cm et les trois machines de soufflage ont été intégrées dans le plafond. Cette mesure contribue à l'augmentation de la vitesse lors de la mise en forme des produits. Les trois fours de refroidissement à bande ont par ailleurs été remplacés. La zone froide a été considérablement étendue grâce à l'installation de palettiseurs entièrement automatisés. Depuis la rénovation, le toit est par ailleurs équipé d'une ventilation de hall contrôlée.

«La mise en service, par cet acte symbolique, du deuxième bassin de fusion rénové de Nemšová, est un moment très particulier. Le dernier projet d'investissement mené à Nemšová renforce la position de Vetropack sur l'ensemble du marché d'Europe centrale, ce qui me réjouit et me rend optimiste.»

Zuzana Hudecova, responsable des ventes, Vetropack Nemšová

Une grande réalisation en peu de temps

Une fois qu'il a atteint la température de fonctionnement, un bassin de fusion est utilisé en moyenne pendant une décennie. Les erreurs ultérieures n'étant pas simples à corriger, chaque rénovation complète doit par conséquent être réalisée minutieusement et de manière préventive. À Nemšová, la rénovation complète du bassin a été menée à bien en 63 jours. La démolition de la cuve de fusion ainsi que l'installation et l'échauffement de la nouvelle cuve constituent des moments particuliers. Zuzana Hudecova (photo), responsable des ventes de l'usine Vetropack de Nemšová, était présente lors de la pose de la dernière pierre. «La mise en service, par cet acte symbolique, du deuxième bassin de fusion rénové de Nemšová, est un moment très particulier. Le dernier projet d'investissement mené à Nemšová renforce la position de Vetropack sur l'ensemble du marché d'Europe centrale, ce qui me réjouit et me rend optimiste.»

Nouveau responsable du Marketing, des Ventes et de la Planification de la production

Le Conseil d'administration de Vetropack Holding SA a nommé Evan Williams au poste de responsable Marketing, Ventes et Planification de la production du groupe à compter du 1er juin 2019. Il est par ailleurs membre la direction du groupe.

Evan Williams (à gauche) a repris la direction du groupe du Marketing des Ventes et de la Planification de la production de Marcello Montisci.

De nationalité britannique, Evan Williams, 52 ans, est titulaire d'un bachelor (avec mention) en gestion d'entreprise et psychologie appliquée de l'Université Aston de Birmingham, au Royaume-Uni. Il a par ailleurs obtenu un MBA à l'Ashridge Hult International Business School, au Royaume-Uni. Au cours des 25 dernières années, sa carrière professionnelle a été axée sur le verre d'emballage: il a dirigé pour O-I Europe les départements Marketing et Ventes de différentes régions. Il était dernièrement responsable des équipes Key Account interfonctionnelles internationales. Evan Williams poursuit une approche axée sur la stratégie et les objectifs et maîtrise parfaitement la planification de la production.

Marcello Montisci, prédécesseur d'Evan Williams, a réduit son volume de travail de 50 pour cent depuis la fin février. Jusqu'à sa retraite complète fin 2019, il restera à la disposition du groupe Vetropack pour mener à bien des projets spécifiques.

Manifestations

BrauBeviale 2019
du 12 au 14 novembre 2019,
Parc des Expositions de Nuremberg

BrauBeviale2019

SIMEI 2019
du 19 au 22 novembre 2019,
Parc des Expositions de Milan

SIMEI

CULTURE DE LA TABLE

Halte à St-Prex

Dans le cadre de sa tournée de cette année, l'association professionnelle Restauration a fait une halte à St-Prex.

Sous le thème «Table Top», l'association professionnelle Restauration se consacre à l'actuelle culture de la table. La deuxième de ses cinq manifestations a accueilli les participants à St-Prex. Le verre est l'un des plus anciens et des plus importants matériaux utilisés dans la gastronomie. Les bouteilles et autres récipients en verre font partie du quotidien des professionnels de la gastronomie. Ces derniers souhaitaient par conséquent jeter un coup d'œil dans les coulisses d'un fabricant de verre d'emballage.

La découverte du musée et de l'usine a permis aux participants de découvrir la fabrication du verre. L'installation de recyclage et le pourcentage de verre usagé très élevé (83 pour cent) dans la production a tout particulièrement retenu leur attention. Au cours du cocktail qui a suivi, les participants ont pu échanger autour des traditions et des tendances de la culture de la table.

LA ROUTE DES VINS DU SUD-TYROL

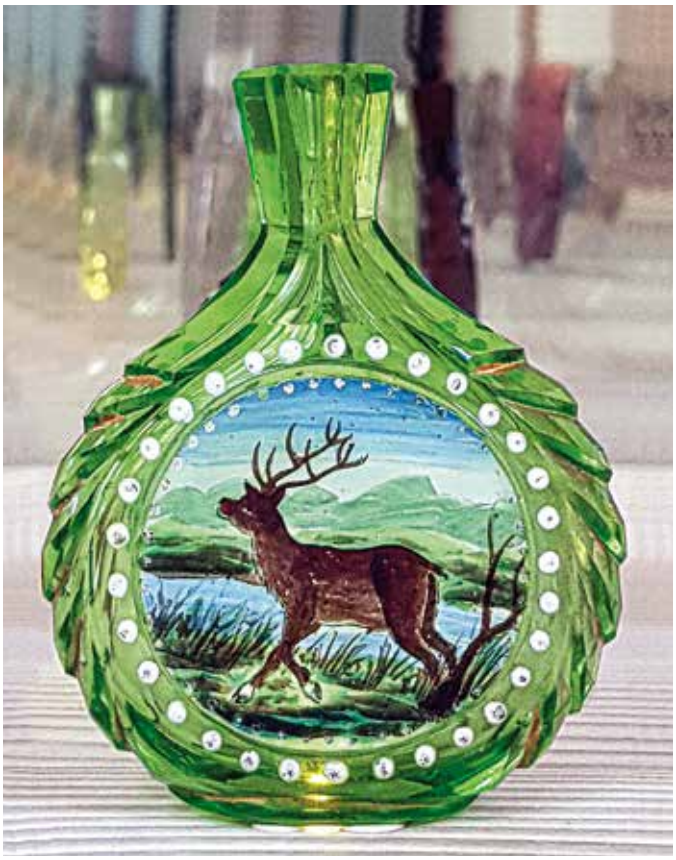
In vino veritas

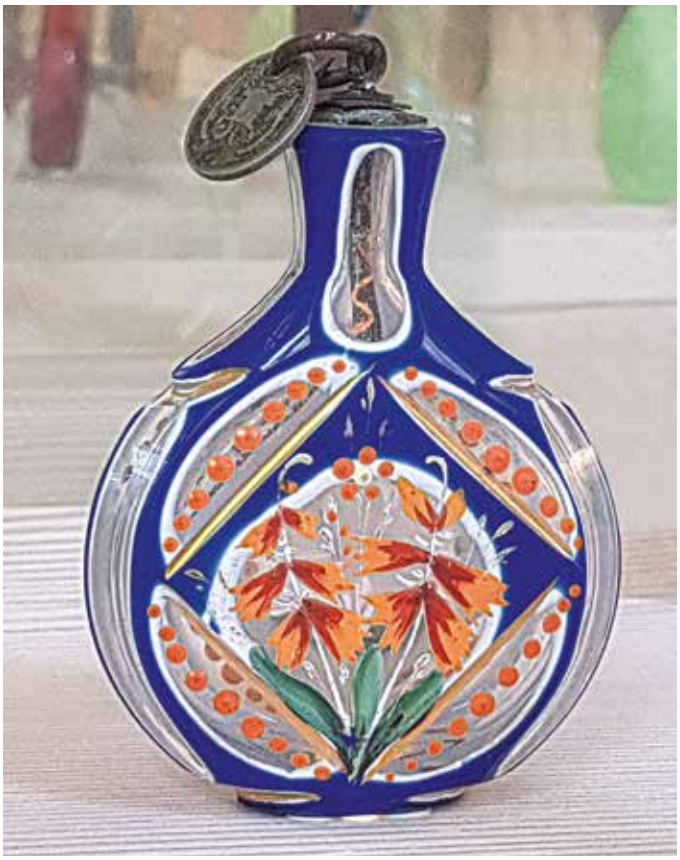
De mi-avril à fin novembre 2019, la route des vins du Sud-Tyrol donne cette année encore un aperçu de la culture viticole à la fois traditionnelle et résolument moderne de la région. Cet événement offre aux amateurs de vin une occasion unique de rencontrer des viticulteurs et des experts.

Avec 300 jours de soleil par an et un climat alpin et continental très doux, le paysage qui longe la route des vins du Sud-Tyrol est à la fois une destination de voyage très prisée mais aussi une région de culture de vins réputés. La zone de culture de la route des vins du Sud-Tyrol, la plus grande de la région, s'étend sur plus de 4000 hectares.

Situés de 200 à 1000 mètres au-dessus du niveau de la mer, les vignobles de la route des vins du Tyrol offrent une impressionnante variété de cépages. La région abrite des cépages internationaux et locaux. Les viticulteurs présentent leur tradition sur les 42 kilomètres de la route des vins, qui s'étend de Nalles à Salorno. Tous ont en commun leur passion pour la viticulture et l'hospitalité.

Une large gamme d'activités attend les visiteurs. 15 vignobles ouvrent leurs portes et proposent aux visiteurs des délices culinaires, de la musique et la dégustation de leurs vins. Dans le cadre d'un projet intitulé «Vin & Architecture», des architectes renommés du Sud-Tyrol ont réussi à conférer aux vignobles un caractère authentique en intégrant la nature environnante. Le Musée du vin local propose aux visiteurs de se plonger dans l'histoire de la culture du vin du Sud-Tyrol. Les châteaux et la beauté pittoresque de la route du vin se découvrent également à vélo, sur trois itinéraires différents.





Musée de la forêt de Zwiesel

Située dans la forêt bavaroise, également appelée «ville du verre», Zwiesel est réputée pour son industrie du verre. Le Musée de la forêt de Zwiesel peut se vanter de plus de cent ans de collection et d'histoire muséale. Les premières expositions étaient déjà axées sur les objets d'art et de valeur en verre de la région.

Le travail artisanal du verrier est l'un des plus anciens de la forêt bavaroise. En plus de cristalleries, une école technique du verre et d'autres entreprises de fabrication et de traitement du verre sont également établies à Zwiesel. Le slogan de la ville «Fein Glas, gut Holz sind Zwiesels Stolz» («le verre très fin et le bon bois sont la fierté de Zwiesel») n'a par conséquent rien de surprenant.

Il y a quelques années, le Musée de la forêt s'est établi dans les salles spacieuses et claires d'une ancienne école de filles du centre-ville. Comme son nom l'indique, le musée invite ses visiteurs à un voyage à travers l'histoire de la forêt bavaroise. La vaste exposition permanente «Glas» (verre) entraîne les visiteurs à la découverte des bases de la fabrication du verre et présente les métiers verriers. La présentation des verres de tabac à priser historiques illustre à merveille l'art complexe et sophistiqué de la verrerie.

L'exposition internationale consacrée à l'art verrier «Glasschätze gesammelt – gesehen – neu geschaffen» («Trésors en verre collectés – vus – nouvellement créés») est proposée jusqu'au 3 octobre 2019 dans la grande salle du centre culturel du Musée de la forêt.

L'année dernière le Musée de la forêt de Zwiesel a remporté le 10e prix de la route du verre décerné par l'Office du tourisme de Bavière orientale. La route du verre est l'un des plus beaux itinéraires de vacances d'Allemagne. Elle traverse la forêt bavaroise et la forêt du Haut-Palatinat et présente aux vacanciers les sept siècles de tradition verrière de la région.

08/2019

Adresses points de vente

Suisse

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

Autriche

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

République tchèque

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

Slovaquie

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

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

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

Ukraine

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

Italie

Téléphone +39 02 458771
Fax +39 02 45877714
sales.it@vetropack.com

Autres pays d'Europe de l'Ouest

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

Autres pays d'Europe de l'Est

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

vetropack