

# VETRO TIME

**VETROPACK ITALIA**  
Nouvelle  
société affiliée

**MARCHÉ**  
Boissons sucrées

**ART**  
Le verre et ses  
nuances exotiques



03   EXPANSION	Vetropack en Italie
05   MARCHÉ	Soft drinks
10   NOUVEAUX DESIGNS	Séduction du verre
16   FESTIVITÉS	Projets techniques en Croatie
18   ART	Objets de verre diaphanes

### **Chère lectrice, cher lecteur,**

*Une question traverse comme un fil rouge invisible toute cette édition de Vetrotime. Question à laquelle une réponse est donnée, directement ou indirectement. Vous aimeriez savoir de quoi je parle? Je vous invite à regarder la photo qui figure en page de couverture de ce numéro. Et si la petite fille ne profitait pas d'un moment d'inattention pour savourer la confiture sur son doigt... à quoi cela l'avancerait-elle?*

*Tous nos actes sont motivés. En effet, nous agissons d'une certaine manière parce que nous avons des attentes ou des convictions. Si tel n'était pas le cas, à quoi cela nous avancerait-il? Vetropack a décidé d'acheter une verrerie dans le nord de l'Italie. Cette acquisition est devenue effective fin juillet et nous sommes maintenant en possession d'une septième filiale. Nous avons pris cette décision parce que l'usine de Trezzano sul Naviglio représente un complément parfait pour notre groupe et enrichit notre assortiment. D'autre part, nous sommes désormais encore plus proches de nos clients italiens. Sur la page opposée, vous en apprendrez davantage sur notre nouvelle filiale Vetropack Italia, qui sera intégrée progressivement dans le Groupe Vetropack au cours des mois à venir.*

*En 2015, nous avons publié notre premier rapport de durabilité et vous avons déjà brièvement informés à ce sujet. Mais à quoi servirait tout le travail qu'engendre une telle publication si vous, nos clients, fournisseurs et investisseurs, n'étiez pas intéressés de savoir de quelle façon Vetropack évolue dans ce domaine? Comme le font par exemple les deux gestionnaires de fonds à la page 4 de cette édition.*

*Si l'usine ukrainienne de Vetropack ne pouvait pas vous communiquer qu'elle a remporté cette année deux prix de l'emballage (page 9), à quoi cela l'avancerait-elle? Deux distinctions: ça se fête! Tout comme l'achèvement réussi de projets techniques d'envergure (pages 16 à 17). C'est la raison pour laquelle la direction de l'usine croate a organisé une journée portes ouvertes. Ça l'avancerait à quoi de fêter toute seule? Seul un plaisir partagé décuple le plaisir. Ce qui vaut également pour l'enthousiasme, à l'image de l'art du verre pratiqué par la famille de souffleurs de verre Blaschka (pages 18 à 19). Ou du grand nombre de nouvelles bouteilles et de nouveaux récipients en verre que nous avons créés spécialement pour nos clients et dont vous trouverez des photos et descriptions également dans cette édition de Vetrotime.*

*Je vous souhaite une bonne lecture et beaucoup de plaisir à découvrir les différents articles de ce magazine. À quoi cela vous avancerait-il sinon?*

Cordialement,

  
Claude R. Cornaz



## VIVA ITALIA

# Vetropack Italia – la nouvelle filiale du Groupe Vetropack

*Vendredi 5 juin 2015, Vetropack a signé le contrat d'achat pour la verrerie de Trezzano sul Naviglio, à proximité de Milan. Le transfert définitif de la propriété a eu lieu seulement quelques semaines plus tard, plus précisément le 23 juillet. La verrerie, qui faisait partie du groupe Bormioli Rocco, a pris le nom de Vetropack Italia.*

La nouvelle verrerie Vetropack de Trezzano, Vetropack Italia, se trouve à environ 10 kilomètres à l'Ouest du centre-ville de Milan. Cette usine emploie 258 collaborateurs (état au janvier 2015) et produit annuellement 140 tonnes de verre d'emballage, qui est principalement commercialisé sur le marché italien.

Le spécialiste du verre d'emballage produit des bouteilles et des bocaux à col large pour l'industrie alimentaire et des boissons. Certains vins et spiritueux italiens les plus exquis sont conditionnés dans des emballages produits à Trezzano, tout comme une pâte à tartiner, qui ne fait pas que le bonheur des enfants, ainsi que des huiles exclusives et des vinaigres délicats.

### Un complément parfait

Avec l'acquisition de la verrerie de Trezzano sul Naviglio, Vetropack renforce sa position sur le marché intérieur italien. Au cours de l'exercice 2014, le groupe a exporté plus de 20 pour cent de ses emballages en verre vers l'Italie. Grâce à sa nouvelle filiale Vetropack Italia, Vetropack peut augmenter sensiblement ses parts de marché et consolider sur tous ses marchés sa position de fournisseur de verre

d'emballage performant, présent dans toute l'Europe. La palette de produits est désormais encore plus variée et séduit par une note d'élégance italienne.

«Disposer d'une usine dans un pays où nous sommes depuis des décennies un partenaire prisé de l'industrie alimentaire et des boissons constitue un complément idéal pour notre groupe», affirme Claude R. Cornaz. «Nous avons maintenant la possibilité de nous développer dans une région que nous connaissons bien. Nos clients actuels en profiteront, au même titre que ceux qui le deviendront grâce à notre nouvelle usine de Trezzano sul Naviglio, ou que ceux qu'il nous reste à conquérir.»



## GESTIONNAIRES DE FONDS

## De bonnes notes pour une gestion d'entreprise durable

*Une relation empreinte de confiance: la Banque Cantonale de Genève investit dans Vetropack depuis 2008. Les gestionnaires de fonds de la banque apprécient la stabilité, les bilans solides, le modèle commercial cohérent et la stratégie d'entreprise définie sur le long terme de Vetropack, et lui restent par conséquent fidèles.*

Le «développement durable» est un sujet important pour Annick Baud-Woodtli et Laurent Brossy, les gestionnaires d'actifs de la Banque Cantonale de Genève. Tandis que la demande en matière d'investissements durables augmente, les indicateurs non-financiers jouent un rôle de plus en plus important pour la valeur de marché. La banque se réjouit par conséquent que le groupe Vetropack ait décidé de rendre compte de ses activités durables conformément aux standards internationaux de la Global Reporting Initiative (GRI). «Nous apprécions que les entreprises se préoccupent également des risques qui existent dans la gestion de l'entreprise et dans le domaine social ou environnemental», explique Laurent Brossy. La politique en matière d'éthique d'entreprise (Business Ethics Policy), que Vetropack s'est elle-même fixée, est également perçue par les gestionnaires de fonds comme un atout pour le spécialiste international des emballages en verre.

Le fait que Vetropack soit une entreprise familiale, actuellement dirigée par sa quatrième génération, et ne présente par ailleurs aucun endettement net, ce qui la placerait dans une position de force au cas où des difficultés viendraient à se présenter, est également bien perçu par les investisseurs. Vetropack a acquis en Europe une position de pointe au sein d'un marché difficile. Le thème du verre joue également en faveur de Vetropack en ce qui concerne le fonds des Small & Mid Caps (entreprises de petite et moyenne capitalisation).

Le verre se recycle en effet presque à l'infini et sans aucune perte de qualité, constitue un matériau d'emballage écologique fabriqué à partir de matières premières abondantes et offre de nombreux avantages par rapport au PET: le verre est neutre au goût, imperméable et n'entraîne aucune interaction avec son contenu.

En conclusion, ce sont de nombreux critères qui entrent dans l'évaluation globale de la Banque Cantonale de Genève. Et Vetropack obtient de bonnes notes. En 2012, lorsque Claude R. Cornaz, CEO de Vetropack, a reçu le Prix Ernst & Young «Entrepreneur Of The Year» dans la catégorie «Family Business», l'entreprise a même été reconnue comme un «excellent» investissement aux yeux des investisseurs et des analystes.

La communication entre Genève et Bülach, où se trouve le siège opérationnel de Vetropack Holding, est également satisfaisante. «Nous apprécions énormément le contact direct, la direction est toujours disponible pour nous», déclare Annick Baud-Woodtli. La banque souhaite toutefois que Vetropack renforce sa communication externe en relation avec les efforts mis en œuvre en faveur d'un développement durable, afin d'asseoir sa réputation et d'aider les investisseurs dans leur décision.



**Annick Baud-Woodtli**  
Directrice adjointe Asset Management,  
Banque Cantonale de Genève



**Laurent Brossy**  
Mandataire commercial Asset Management,  
Banque Cantonale de Genève

## MARCHÉ TRÈS CONVOITÉ

## Soft drinks – rafraîchissement et douceur

À notre époque, les tendances vont vers une alimentation saine. Cependant, les soft drinks ont réussi à s'adapter avec succès à ces changements. L'éventail des saveurs et des emballages n'a jamais été aussi varié.



En 1783, le bijoutier allemand Jacob Schuppe avait créé à Genève les bases pour l'industrie actuelle des soft drinks. Il a été le premier à produire de l'eau minérale gazeuse en grandes quantités. Aujourd'hui encore, de l'acide carbonique est ajoutée à la plupart des boissons sucrées.

Les soft drinks sont des boissons rafraîchissantes à base d'eau et enrichies d'autres ingrédients comme de l'eau ga-

zeuse, des minéraux, des vitamines, des concentrés de fruits, du sucre, des arômes ou édulcorants. Les boissons sucrées sont réparties en quatre catégories: boissons à base de jus de fruits, mélange d'eau minérale et de jus de fruits très dilués, limonades et limonades gazeuses.

Les soft drinks ont la vie dure. En effet, on entend de partout qu'il faut les consommer avec modération parce qu'elles contiennent trop de sucre. Cependant, rares sont ceux qui boivent tous les jours des litres de boissons sucrées. Le recul enregistré sur le marché ne s'explique pas uniquement par la forte teneur en sucre des soft drinks. Le segment de l'eau



ainsi que des bières sans alcool ont le vent en poupe, tout comme le cidre et les boissons à base de bière. Le segment des boissons sucrées souffre également lorsque le soleil n'est pas au rendez-vous en été. Ce n'est pas une raison de broyer du noir, car la tendance internationale est de plus en plus au verre. Les producteurs de soft drinks essaient par ailleurs de rendre leurs marques authentiques et de redéfinir les valeurs de marque initiales. Et rien ne s'y prête mieux que le verre. Cet emballage hygiénique et sûr garde au frais le contenu et conserve pendant longtemps sa saveur authentique.

#### De blanc à noir

Pour les boissons sucrées, Vetropack propose une palette variée de bouteilles à un seul usage et de bouteilles de circulation. Dans tous les pays dans lesquels le groupe Vetropack produit et vers lesquels il exporte, c'est le verre blanc qui domine. Des bouteilles en verre vert et brun sont également présentes sur le marché. Le noir est une couleur plutôt inhabituelle pour les boissons sucrées. L'usine croate de Vetropack l'a désormais intégrée dans son assortiment suite à la demande d'un client.

#### Pour la grande et la petite soif

Les contenances des bouteilles vont de 0,2 litre jusqu'à 0,33 litre. Cette dernière est prédestinée pour les soft drinks. Les jus de fruits font l'exception, car les bouteilles de 0,75 litre sont très appréciées pour ces boissons.

#### Santé

De nos jours, une alimentation et un mode de vie sains revêtent une importance essentielle au sein de notre société. Cette prise de conscience a bien évidemment des répercussions pour la branche des boissons, qui doit faire preuve de créativité. Les spécialistes ont essayé de nouvelles méthodes d'édulcoration, comme par exemple avec la plante stévia. Les boissons sucrées avec cette plante d'Amérique du Sud sont d'ores et déjà disponibles sur le marché. Les soft drinks contenant des oligo-éléments, tels que le fer, le magnésium ou des vitamines, ont le vent en poupe, tout comme les créations sans sucre ou à base de caféine extraite du guarana. Les boissons pauvres en calorie sont elles aussi appréciées.

#### Saveurs

Les consommateurs aiment lorsque leur boisson préférée se décline dans des saveurs inédites. C'est ainsi que, au cours des dernières années, d'innombrables nouveaux produits ont trouvé le chemin du rayon des boissons, avec plus ou moins de succès. Les fabricants mettent en pratique ces principes et impliquent les consommateurs lorsqu'il s'agit de définir de nouvelles saveurs. Ainsi, une boisson sera souvent proposée en deux variantes de goût, et seule une de ces saveurs sera finalement intégrée dans l'assortiment définitif. Les fabricants travaillent aussi bien sur des saveurs saisonnières que sur de nouvelles compositions à base d'eau gazeuse. Le verre comme matériel d'emballage est étanche aux gaz. Ainsi, les boissons sucrées conservent très longtemps leur teneur en

gaz carbonique. L'emballage adéquat mettra, lui, parfaitement en valeur le contenu, d'un point de vue visuel et gustatif. Vetropack produit des modèles standard ainsi que des modèles personnalisés selon les besoins des clients.

### Gastronomie

Dans de nombreux pays, comme par exemple en Autriche, en Suisse et en Croatie, les soft drinks emballées dans du verre sont principalement utilisées dans le secteur de la gastronomie. En effet, sur une table joliment dressée, les désaltérants sucrés ont meilleure allure dans un emballage en verre jetable ou réutilisable, que ce soit au restaurant ou à la maison. D'autres matériaux d'emballage dominant souvent dans les supermarchés, en particulier le PET. La situation est différente dans le commerce spécialisé des boissons, qui propose lui aussi les soft drinks les plus appréciés dans des bouteilles en verre.

### Verre léger

En plus de l'aspect de la santé, déjà mentionné, notre société est de plus en plus consciente de l'environnement. Le verre comme matériel d'emballage en profite. En effet, le verre peut être recyclé à l'infini sans aucune perte de qualité. Des procédés de fabrication sophistiqués permettent également de rendre les emballages en verre plus légers. Sans aucun détrimement au niveau de la sécurité et de la qualité! Le verre

léger réduit la consommation de matières premières ainsi que les émissions de CO<sub>2</sub>. Ainsi, les bouteilles légères revêtent une importance essentielle pour de nombreux producteurs et embouteilleurs de soft drinks. Vetropack est spécialiste du procédé presse-soufflé pour récipients à col étroit à poids allégé, disponibles sur tous les marchés du Groupe.



### FACTEUR DE QUALITE

## Mise en bouteille et fermetures

*En Europe, pour la mise en bouteille de leurs bons vins, les producteurs utilisent principalement des fermetures à vis et des bouchons en liège classiques. Vetropack propose ces deux variantes, et bien davantage encore. Des contrôles entièrement automatiques ainsi que des tests statistiques assurent une qualité optimale des bouteilles de vin.*

Emporter chez soi une bouteille ouverte pourrait s'avérer difficile. Soit vous aurez partout de vilaines tâches de vin, soit il ne restera plus rien de son alléchant contenu. Une association harmonieuse entre la bouteille en verre et sa fermeture est ainsi d'une importance extrême; c'est aussi un facteur essentiel de qualité. Les spécialistes de Vetropack mettent au point, pour chaque forme de bouteille, une embouchure adaptée au type de fermeture. La collaboration avec des fabricants leaders de systèmes de fermeture garantit une précision et une étanchéité optimales; elle permet aussi de prendre une longueur d'avance décisive lors d'innovations.



### Une qualité élevée grâce à des contrôles sans faille

Toutes les bouteilles de vin de Vetropack font l'objet d'un contrôle sans faille, ce qui leur confère un net avantage qualitatif. Des contrôles entièrement automatiques de la planéité des surfaces d'étanchéité, du parallélisme bague-fond, ainsi que de la forme interne du goulot sont standard. Ils témoignent aussi du soin avec lequel Vetropack produit les bouteilles de vin munies de bagues BVS (Bague Vin Suisse). Ces contrôles permettent d'éviter tout problème lors de l'utilisation des tuyaux de remplissage au cours de l'embouteillage. De plus, Vetropack fabrique une embouchure d'un diamètre moyen de 25,5 millimètres, ce qui assure les meilleurs résultats lors de l'ouverture de la fermeture à vis. Toutes les bouteilles de vin sont, en outre, soumises à des tests statistiques. Les contrôles en zone chaude et en zone froide, les tests d'étanchéité, de choc thermique, de percussion à pendule font partie de nos standards. Lorsqu'un client souhaite des tests spécifiques, Vetropack se charge volontiers de leur réalisation.



### Bagues BVS et liège naturel

En Croatie, par exemple, quelque 33 pour cent des bouteilles de vin sont dotées d'une bague BVS – une fermeture à vis développée en Suisse. Ces genres de goulots exigent



une planéité parfaite du verre au niveau de l'embouchure. C'est seulement ainsi que nous pouvons garantir la qualité du contenu. La société Vetropack croate exporte environ la moitié des bouteilles de 0,75 litre et de 1 litre en Slovaquie. Un quart de toutes les bouteilles circule dans le marché intérieur. Les bouteilles à bague BVS contiennent principalement des vins de qualité supérieure. En Europe, on a de plus en plus fréquemment recours aux bagues BVS. Les producteurs de vins de qualité supérieure continuent néanmoins à utiliser des bouchons classiques en liège naturel comme système de fermeture.

La majorité des vins suisses sont munis de fermetures à vis. En Autriche également, beaucoup d'excellents vins sont embouteillés dans des bouteilles en verre dotées de ce type de fermetures. En Slovaquie et en République tchèque, la situation est similaire. En Ukraine, les producteurs de vins optent pour la bague ou la bague plate avec du liège. Les grands crus ou les vins de qualité supérieure sont bouchés avec du liège naturel. Certains pays d'exportation de l'usine ukrainienne de Gostomel souhaitent des bagues BVS. Ceci ne représente toutefois qu'une petite partie de la production.

### Diversité des bagues

Vetropack propose un large éventail de bagues au sein de sa gamme de produits. En font partie les différents types de bagues pour fermeture BVS ainsi que les bagues adaptées aux fermetures à vis ou aux capsules couronnes, pour ne donner que quelques exemples. Le choix de la bague se fera en fonction des préférences du consommateur et du marché.

MULTILAURÉAT

## Un concours, deux emballages primés

Les prix ukrainiens «Packaging Stars 2015» ont été décernés en avril à l'occasion de l'exposition «Pack-Expo» à Kiev. Vetropack Gostomel s'est vue attribuer deux des 14 distinctions convoitées.

Dans le cadre du 17<sup>ème</sup> concours récompensant les meilleurs emballages d'Ukraine, Vetropack Gostomel a remporté un prix pour la dixième et onzième fois consécutives. Deux bouteilles en verre blanc, qui ne pourraient être plus différentes, se sont imposées face à la concurrence.

La bouteille de 0,5 litre «Voloshkove pole» est produite selon le procédé «pressé-soufflé», qui rend possible une épaisseur de paroi uniforme et mince. La bouteille en verre léger pèse 290 grammes et convient parfaitement pour les produits laitiers, tels que le yoghourt, le kéfir ou le lait.

La deuxième bouteille primée, «KIM Champagne 750ml», est fabriquée selon le procédé «soufflé-soufflé». Sa forme ventrue et son long col soulignent son caractère exclusif. La structure en spirale, qui s'étend sur toute la surface, confère par ailleurs une note raffinée à l'emballage de vin mousseux.



«KING OF BEERS»

## BUD, la lager américaine

*Un emballage royal pour un contenu royal! Et c'est l'usine Vetropack de Gostomel qui produit cet emballage depuis début mai.*

L'usine Vetropack de Gostomel a débuté ce printemps la production de bouteilles de 0,75 litre pour la brasserie SUN InBev en Ukraine. SUN InBev est la brasserie leader sur le marché ukrainien et a élargi l'offre de la marque américaine. La bière Budweiser (également appelée BUD) est connue à l'échelle internationale et a été développée par le maître brasseur Adolphus Busch. Budweiser est une lager américaine au goût aromatique avec une pointe d'amertume.

Les spécialistes de Vetropack Gostomel ont conçu pour la bouteille un design majestueux, royal et imposant qui reflète parfaitement le slogan «King of beers». Ainsi, la bouteille se distingue par sa couleur ambrée et l'emblème de la brasserie qui orne son épaupe.



#### TRADITION REVISITÉE

## La brasserie Lviv souffle ses 300 bougies

*En l'honneur du 300 anniversaire de la brasserie Lviv dans l'Ouest de l'Ukraine, Carlsberg Ukraine a lancé la bière «Lvivske 1715» sur le marché. Vetropack Gostomel produit la bouteille verte.*

La brasserie Lviv, qui est le plus ancien producteur de bière d'Ukraine, a été fondée il y a exactement 300 ans. Aujourd'hui, la brasserie appartient à l'entreprise Carlsberg Ukraine. Les spécialistes de la brasserie ont imaginé, spécialement pour ce jubilé, un nouveau design pour la bouteille traditionnelle de la bière ukrainienne «Lvivske 1715», très populaire. Vetropack Gostomel a reçu le mandat de réaliser cette bouteille en verre de couleur verte arborant un motif de lion et d'une contenance de 0,45 litre. Le lion est le symbole de la ville de Lviv, considérée en Ukraine comme la capitale de la bière et également appelée ville du lion. La bouteille originale Lvivske de 0,5 litre appartient désormais au passé après 300 années d'existence.

Une étiquette supplémentaire a été appliquée sur la nouvelle bouteille et informe sur l'histoire de la brasserie Lviv. Ainsi, les amateurs de bière qui savourent une «Lvivske 1715», n'assouviennent pas seulement leur soif, mais fêtent également le 300<sup>ème</sup> anniversaire de la plus ancienne brasserie d'Ukraine.

#### SOUVENIRS D'ANTAN

## Bouteille au design rétro

*La sobre bouteille, qui a été conçue dans les années 80 pour la distillerie Old Herold, a fait peau neuve.*

La distillerie Old Herold est célèbre pour son eau-de-vie Juniperus Borovicka, produite à partir de baies de genièvre. Depuis la fin du 20<sup>ème</sup> siècle, elle est exportée dans différents pays en Europe et en Amérique et compte parmi les eaux-de-vie les plus anciennes de Slovaquie. L'eau-de-vie est produite depuis 1905 à Trenčín, qui se situe à 18 kilomètres environ de l'usine Vetropack de Nemšová, raison pour laquelle elle est également connue sous le nom de Trenčiner Juniperus Borovicka.

La bouteille originale Walker de 700 millilitres date des années 1980. Des bouteilles de 0,5 litre et de 0,7 litre viennent compléter l'assortiment. Il s'agit de modèles standard en verre blanc de Vetropack, qui sont produits à l'usine Vetropack à Nemšová pour Old Herold. Le nouveau design rétro de la bouteille, avec un col plus court, une épaule arrondie et une nouvelle étiquette au look rétro, fait partie d'une édition limitée et évoque des souvenirs de temps révolus. La campagne publicitaire est également diffusée au travers de manifestations rétro comme des soirées swing, des voyages en véhicules historiques ou des éditions spéciales de journaux et de magazines.





### RAFRAÎCHISSANT

## Black Tonic

*Quand il fait chaud en été, on n'a qu'une envie: piquer une tête dans l'eau froide ou savourer une boisson rafraîchissante. Comme par exemple le nouveau Cockta black tonic? Vetropack Straža en Croatie fournit les emballages, en l'occurrence des bouteilles en verre noir.*

Le soda Cockta est né en ex-Yougoslavie et est très apprécié par les jeunes. Emerik Zelinka, son inventeur, a créé un cocktail inédit à base de grenade, de vitamine C, de différentes herbes ainsi que de sucre caramélisé. La boisson Cockta était née. Le secret du goût unique réside aujourd'hui encore dans les herbes, associées aux grenades, citrons et oranges.

Les consommateurs croates, serbes et slovènes peuvent désormais trouver le Cockta black tonic dans les rayons des supermarchés. La base est constituée par la boisson d'origine Cockta, à laquelle du bitter tonic et de la caféine ont été ajoutés. Les bouteilles en verre noir sont produites par l'usine croate de Vetropack à Hum na Sutli. La sobre bouteille séduit par son corps long et étroit ainsi que son col court. Des lignes épurées et claires font ressortir toute son élégance. Cette bouteille est parfaite à emporter grâce à sa maniabilité et à son contenu de 0,25 litre.

### DES MOULINS À ÉPICES LUDIQUES

## Inspiration pour petits gourmands

*Les moulins à épices accompagnent le déjeuner, le dîner et le dessert des enfants et les initient de manière ludique aux épices.*

Vetropack Autriche produit les verres pour les moulins à épices qui donnent envie, notamment aux enfants, de faire la cuisine et d'affiner les plats. Ils ont le choix entre un tigre, un lapin et un caméléon, et pourquoi pas tous les trois à la fois? Les verres transparents se distinguent par leur ventre rond, leur long cou ou encore leur large socle. JOMA, le fabricant autrichien de fermetures, a conçu le moulin spécialement pour KOTÁNYI, alors que les sujets animaliers en plastique adaptés aux enfants sont l'oeuvre de l'entreprise «Die Werbemittler». Dès que le moulin à épices est revêtu de son «costume», le flacon en verre de Vetropack se transforme en l'un des trois compagnons. Dans son ventre, le tigre a un mélange d'épices à base de flocons de tomates pour affiner les plats de riz, de pommes de terre ou de pâtes. Le lapin sera, lui, le compagnon idéal pour le petit-déjeuner. En effet, ses miettes de biscuits s'accordent parfaitement aux fruits ou mueslis. Pour le dessert, le caméléon produit des perles de chocolat pour les glaces, les crèmes à la vanille ou les yoghourts.

Les moulins à épices proviennent de la société KOTÁNYI. Véritable source d'inspiration pour ceux qui aiment cuisiner

et savourer, le distributeur propose depuis 1881 des épices et des herbes du monde entier. Les besoins, les goûts et les habitudes variant selon les pays et les cultures, l'assortiment de KOTÁNYI comprend plus de 4500 articles vendus dans 20 pays différents.





#### PÉTILLANT ET SÉDUISANT

## Élégant Prosecco

*Vetropack Straža se lance dans la production de bouteilles de Prosecco de couleur «cuvée».*

Le long goulot confère à la bouteille son élégance et s'intègre harmonieusement au corps de bouteille légèrement plus évasé, signe caractéristique des bouteilles destinées aux vins mousseux. Les bouteilles standard sont avant tout utilisées pour le conditionnement du Prosecco, mais sont bien évidemment aussi adaptée à d'autres vins mousseux fabriqués selon la Méthode Charmat. Inventée en Italie, c'est dans ce pays qu'elle est le plus souvent utilisée. En France, la «Metodo Charmat-Martinotti» est connue sous le nom de «Méthode Charmat».

Le processus est le même de chaque côté de la frontière: fermentation du vin dans des fûts ou des cuves en inox plutôt qu'en bouteille individuelle, comme c'est le cas pour la «Méthode Champenoise» (fermentation en bouteille). De nombreux cépages, y compris ceux du Prosecco, se prêtent particulièrement bien à ce type de fermentation en cuves et au processus de remplissage continu à haute pression.

#### MÉLANGE PARFAIT

## Un sirop polyvalent

*Deux couleurs de bouteille, deux usines Vetropack, 14 parfums et une grand nombre de possibilités d'utilisation: voilà qui résume en quelques mots le sirop JOHN'S.*

Le sirop JOHN'S est présenté dans des bouteilles de 0,7 litre blanches ou vertes à fermeture à vis. L'usine autrichienne de Kremsmünster produit et conçoit les bouteilles en verre blanc. La version légèrement retravaillée des bouteilles vertes est réalisée par l'usine Vetropack de St-Prex. L'épaule de la bouteille est un peu plus large que son socle et garantit, grâce à la forme particulière de la bouteille, une préhension optimale. Au centre, une gravure de feuilles de plantes, qui représente le logo de la marque, met particulièrement bien en valeur le design de la bouteille.

Le sirop JOHN'S est en réalité bien plus qu'un «simple sirop»: les 14 parfums peuvent être utilisés de manière très variée, au gré des besoins et des envies: rafraîchissement sans alcool le midi, dans le café ou le thé l'après-midi, ou le soir dans des cocktails. Les trois parfums Lemon Squash, Citron Juice et Lime Juice, proposés dans des bouteilles vertes, conviennent idéalement pour la préparation de cocktails. Longtemps unique, le sirop à la fleur de sureau a été complété par dix autres déclinaisons. Les bouteilles en verre soulignent la grande diversité de ces boissons naturelles.





## SÛR ET NATUREL

# Le meilleur pour la mère et l'enfant

L'usine Vetropack de Gostomel produit la bouteille en verre blanc de 0,2 litre destinée aux aliments pour bébés. La bouteille légère au design classique est fabriquée selon le procédé «pressé-soufflé» et est un véritable poids plume avec ses 160 grammes.

La bouteille Yagotyn pour bébés se distingue par de multiples avantages. Le verre blanc convient parfaitement pour les produits naturels et nourrissants comme le lait, car il est hygiénique, imperméable et neutre au goût. Cela permet de conserver et de protéger les propriétés naturelles du contenu.

Ainsi, la bouteille en verre est le matériel d'emballage le plus sûr et le plus écologique pour les aliments pour bébés. D'après un sondage réalisé par l'institut Usuma (institut allemand de sondages et d'études de marché), 77 pour cent des mamans européennes préfèrent acheter pour leurs enfants des aliments conditionnés dans des emballages en verre. La capsule pression à vis imperméable garantit de plus un maniement simple: elle s'ouvre et se ferme facilement et est parfaitement adaptée à la conservation des produits laitiers.





## EXPO MILANO

# Sculptures en verre

Dans le cadre de l'Exposition universelle à Milan, le pavillon suisse présente de magnifiques objets en verre. Pour les réaliser, les deux producteurs de verre d'emballage Vetropack et O-I ont mis à disposition 4000 bouteilles en verre.

En 2015, l'Exposition universelle fait halte à Milan en Italie. 116 pays présentent une contribution portant sur le thème «Nourrir la planète, énergie pour la vie». Des pays faisant partie du groupe Vetropack y sont présents. En l'occurrence, la Suisse, l'Autriche, la Slovaquie, la Tchéquie et l'Italie.

L'Expo Milano 2015 souhaite inviter les visiteurs à réfléchir à l'alimentation et à ses répercussions. La consommation d'aliments et de boissons provoque inévitablement des déchets sous forme d'emballages. Mais contrairement aux déchets habituels, les emballages en verre deviennent de précieuses matières premières secondaires pour l'industrie du verre après la consommation des produits. Le groupe Vetropack est pionnier en matière de recyclage du verre. Pour la production du verre blanc et du verre brun, on utilise jusqu'à 60 pour cent de verre usagé. Le taux de verre usagé atteint même 100 pour cent pour le verre vert. Le recyclage du verre améliore sensiblement la performance environnementale. En effet, 10 pour cent de verre usagé permettent d'économiser 3 pour cent d'énergie et 7 pour cent d'émissions de CO<sub>2</sub>.

Dans le cadre du stand de la ville et du canton de Zurich ainsi que de l'Office du tourisme de Zurich, le pavillon suisse présente des sculptures décoratives réalisées à partir d'emballages en verre. L'exposition zurichoise est dédiée à l'eau, aux entreprises et idées innovantes dans le domaine des denrées alimentaires ainsi qu'au mouvement artistique Dada. Vetropack a mis à disposition 2100 bouteilles brunes, vertes et blanches pour les sculptures illustrant ces thèmes.

Des carottes et le mot «DADA» ont ainsi été créés à partir de ces bouteilles. À la fin de l'exposition, les lettres en verre seront recyclées sur place. On pourra cependant admirer les carottes un peu plus longtemps, chez Vetropack en Suisse et en Autriche.

**L'Autriche** se consacre au thème de l'air et a aménagé une forêt dans son pavillon. «breathe.austria» projette les visiteurs en pleine nature lorsqu'ils cheminent à travers l'ancien quartier industriel de Milan.

La **Slovaquie** montre avec «Le monde en poche» que ce pays, malgré sa surface restreinte, offre tout ce que l'on peut désirer. Une place accueillante a été aménagée devant le pavillon, permettant aux visiteurs de recharger leurs batteries ou celles de leur téléphone portable.

En **Tchéquie**, le visiteur plonge dans le «Laboratoire de vie» et découvre un pays qui bénéficie d'une longue tradition agricole et est à la pointe de la recherche dans le domaine de la biochimie et de la nanotechnologie, notamment en relation avec la protection de l'environnement, de la santé humaine et animale et de la sécurité alimentaire.

**L'Italie** souhaite se présenter comme pays capable d'offrir un terrain fertile aux projets, pour qu'ils puissent bien se développer. C'est l'idée qui se cache derrière le slogan «Pépinière Italie».

### Expo Milano 2015

L'Exposition universelle de Milan dure jusqu'au 31 octobre 2015, le stand zurichois jusqu'au 12 septembre 2015.

## ÉCHANGES INTERNATIONAUX

## En visite en Moldavie

En mai, l'usine Vetropack de Gostomel en Ukraine a participé à la 20<sup>ème</sup> exposition de PACKAGING. DEPOT à Chisinau en Moldavie. Trois manifestations ont eu lieu en parallèle au centre d'expositions MOLDEXPO, à savoir «Food & Drinks», «Food Technology» et «Packaging».

PACKAGING. DEPOT est la seule exposition en Moldavie qui se consacre aux matières premières ainsi qu'aux technologies en relation avec la production de denrées alimentaires et de matériaux d'emballage. Cette plate-forme offre la possibilité aux fabricants, détaillants, fournisseurs et partenaires potentiels d'échanger leurs expériences. Plus de 120 participants en provenance de Moldavie, de Biélorussie, de France, d'Italie, de Roumanie, de Russie et d'Ukraine y ont participé.

En dépit de sa petite superficie, la Moldavie compte parmi les régions viticoles les plus importantes d'Europe de l'Est. Grâce à plus de 140 propriétés viticoles, de nombreuses vignes et caves à vin, le pays est en mesure de proposer un large éventail de vins rouges, de vins blancs et de vins mousseux.

L'usine ukrainienne de Vetropack a présenté un vaste choix de produits: des bouteilles de vin et de champagne, des bouteilles à large col pour les produits laitiers et les jus ainsi que pour la conservation de fruits et de légumes.



## EXPOSITION EN SUISSE

## Ceci n'est pas une bouteille!

Jusqu'au 25 octobre 2015, le Musée valaisan de la Vigne et du Vin à Sierre expose des objets en verre. La grande diversité permet aux visiteurs de découvrir des objets étonnants, qui vont bien au-delà de l'utilisation quotidienne du verre. Vetropack a apporté une contribution financière à la réalisation de cette exposition, dans laquelle figurent également des bouteilles produites dans ses usines.

Le Musée valaisan de la Vigne et du Vin a été fondé au début des années 90 dans le but de documenter l'histoire du vin et de la viticulture du canton du Valais, en Suisse. Le musée présente actuellement à Sierre l'exposition «Ceci n'est pas une bouteille!», qui démontre les multiples manières d'interpréter les bouteilles et les objets en verre, tout en souhaitant inciter à la réflexion. L'idée de base est que l'observateur examine un objet qu'un élément textuel contredit. Il est ainsi possible de transposer l'hypothèse centrale «Ce que nous voyons n'est pas forcément ce que nous pensons voir» sur l'objet en verre. Le nom de l'exposition fait référence au travail du peintre belge René Magritte. Par le biais de son tableau «Ceci n'est pas une pipe», il a analysé le rapport entre un objet, son statut et sa représentation.



### Informations pour les visiteurs

Musée valaisan de la Vigne et du Vin, Rue Sainte-Catherine 6, 3960 Sierre  
**Heures d'ouverture:** du mercredi au vendredi, de 14h.00 à 18h.00, samedi/  
 dimanche de 11h.00 à 18h.00

## ÉVÉNEMENT

## Deux projets techniques achevés avec succès

*Vetropack Straža en Croatie a invité des clients, fournisseurs et politiciens à fêter la réparation du bassin de fusion pour le verre brun et l'installation d'un système d'épuration des gaz d'échappement. Plus de 200 personnes ont participé à cet événement.*

Le 29 mai 2015, Vetropack Straža a fêté l'achèvement de deux projets d'envergure en compagnie de 200 invités. La présidente de Croatie, Kolinda Grabar Kitarović, était l'invitée d'honneur de Vetropack Straža. Dans son discours, elle a mentionné Vetropack Straža comme étant un excellent exemple de gestion économique performante. Le chef des services administratifs de la région n'a pas tari d'éloges non plus: «Vetropack Straža est l'une des entreprises les plus prospères de la région. Si la Croatie comptait seulement 10 à 20 entreprises comme elle, notre économie se porterait mieux depuis longtemps.»



Tihomir Premužak, directeur de Vetropack Straža, a souligné l'importance du rôle des deux équipes de projet, dont l'implication soutenue a permis la réalisation extrêmement efficace et professionnelle de la réparation du bassin et de l'installation du système de filtrage. Il a par ailleurs remercié les clients et les partenaires commerciaux pour leur collaboration de qualité et leur longue fidélité.

Les festivités ont été entièrement placées sous le signe du verre: de la décoration de table aux cadeaux offerts aux invités, sans oublier la prestation du groupe «Flashofon», qui a réjoui

l'assistance avec de la musique classique jouée sur des instruments fabriqués avec des bouteilles en verre, toutes formes et tailles confondues.



### Réparation du bassin

L'équipe de Velimir Mrkus, directeur technique de Vetropack Straža, a travaillé 67 jours en vue de réparer le bassin de fusion pour le verre brun. Cela a permis d'améliorer l'efficacité énergétique, de réduire les émissions de gaz à effet de serre et d'augmenter la flexibilité du tonnage du bassin. La capacité nominale du bassin se monte désormais à 250 tonnes par jour.

### Système d'épuration des gaz

L'installation du système d'épuration des gaz d'échappement constitue le plus important projet environnemental lancé par l'usine Vetropack croate depuis sa création. Les trois bassins de fusion sont désormais reliés à l'installation, générant ainsi une nette réduction des émissions de poussières et de polluants. Grâce à l'installation du système d'épuration des gaz d'échappement, Vetropack Straža répond aux exigences des directives européennes sur les émissions applicables à l'industrie du verre.



## PORTES OUVERTES

# Une grande journée pour Vetropack Straža

*Vetropack Straža avait deux bonnes raisons de faire la fête le 30 mai 2015: la réparation réussie du bassin et l'installation du système d'épuration des gaz d'échappement. L'usine a ouvert ses portes au public tout au long de la journée.*

Le programme était placé entièrement sous le thème de «Vetropack Straža pour Hum na Sutli – Hum na Sutli pour Vetropack Straža». Ainsi, des écoliers du village ont organisé un spectacle, un orchestre de «brass band» a joué pour l'occasion et une petite chorale a divertifié les visiteurs avec des chansons populaires connues. Tihomir Premužak, le directeur de Vetropack Straža, a remercié les anciens et actuels collaborateurs de la contribution qu'ils ont apportée au développement de l'usine croate. Ensuite, il a évoqué le projet du système d'épuration des gaz d'échappement qui a pu être conduit à terme avec succès: «Cette installation nous a permis d'achever les projets écologiques encore en suspens. Nous allons bien sûr à l'avenir aussi conserver une pensée orientée sur la durabilité, car il est toujours possible de s'améliorer.»

Le système d'épuration des gaz d'échappement diminuera à l'avenir les rejets de poussière et de polluants, ce dont profitera l'environnement. Le système utilise par ailleurs l'énergie thermique produite pour chauffer le bâtiment administratif et l'usine. La mise en place de cette installation constitue le

plus grand projet écologique dans l'histoire de l'usine croate Vetropack.

Parmi les 1500 invités figuraient également le maire de Hum na Sutli ainsi que le chef de l'administration régionale. Ils ont félicité l'usine de Vetropack Straža et ses collaborateurs pour les projets réalisés et les bonnes performances. Ils ont également souligné l'importance de l'usine pour la région. Les invités ont pu admirer la technique à la pointe, l'ordre et la propreté des installations de production. Les anciens employés, dont certains ont travaillé toute leur vie pour Vetropack, ont été impressionnés par le progrès et les développements réalisés.

### Tradition du verre à Hum na Sutli

Le projet d'une école locale témoigne des liens étroits qui existent entre Hum na Sutli, Vetropack Straža et la tradition du verre. Huit écoliers, âgés entre sept et dix ans, ont rassemblé, avec l'aide de leurs enseignants et de leurs parents, plus de 4 000 tonnes de verre usagé en vue de son retraitement. Tihomir Premužak a félicité les élèves de cette belle performance et leur a offert un cadeau.



## OBJETS DE VERRE DIAPHANES

# Plongée dans l'exotisme de l'univers sous-marin

*Il a y plus d'un siècle, la conservation de plantes et d'organismes vivants pour la postérité était difficile. Il existait toutefois une technique de conservation qui remplit à ce jour encore sa mission: la reproduction d'animaux et de plantes en verre. Les modèles réalisés par Leopold et Rudolf Blaschka sont d'une grande finesse.*



© Museum of Comparative Zoology, Harvard University

L'anémone de mer, confectionnée avec le plus grand soin, déploie délicatement ses tentacules vers les visiteurs. Ce modèle en verre, réalisé par le père et le fils, est d'une authenticité troublante. Entre 1863 et 1890, les souffleurs de verre, artistes et naturalistes originaires de Bohême Leopold (1822-1895) et Rudolf (1857-1939) Blaschka fabriquèrent des milliers de modèles de plantes et d'animaux marins.

Les Blaschka étaient issus d'une famille de souffleurs de verre. Avant de perpétuer les traditions familiales, Leopold suivit une formation d'orfèvre, qu'il compléta par une formation de souffleur de verre. C'est à cette époque que naquit sa fascination pour la nouvelle discipline de l'histoire naturelle. À la fin des années 1850, il commença à fabriquer des fleurs exotiques en verre, en s'appuyant sur les illustrations d'ouvrages d'histoire naturelle. Un aristocrate, qui avait eu vent de son activité, lui confia la réalisation de 100 reproductions en verre de ses orchidées.



© Lauret Alec



©NHM Wien, Kurt Kracher



© Museum of Comparative Zoology, Harvard University

### Des dessins minutieux

Les aquariums et les musées d'histoire naturels se multipliaient dans le monde entier, mais les techniques de conservation des vraies plantes et des organismes vivants restaient rudimentaires. C'est ainsi que Leopold Blaschka se vit confier de nouvelles commandes plus importantes. Son fils Rudolf, qui avait choisi de suivre ses traces, vint bientôt lui prêter main-forte. Au cours de ses voyages, Rudolf réalisait d'innombrables dessins et prenait des notes sur les caractéristiques des plantes. Les Blaschka réalisaient toujours de minutieux dessins de chaque créature avant de commencer les modèles en verre. Chaque modèle, complexe et unique, se compose de morceaux de verre blancs et colorés, collés et fusionnés les uns aux autres au cours d'un processus de soufflage et de chauffage. Leopold préférait travailler les grandes surfaces de verre, tandis que Rudolf se consacrait des heures durant aux détails subtils.

### Des collections mondiales

Les merveilleux modèles de verre du père et du fils peuvent encore être admirés aujourd'hui. La plus importante collection, que l'on doit à un contrat passé avec le musée botanique de l'Université de Harvard, est aujourd'hui conservée au sein de l'université: les Blaschka avaient alors créé pour l'exposition plus de 4 000 fleurs en verre, dont la réalisation avait nécessité cinq années. Après la mort de Leopold, Rudolf poursuivi seul la fabrication des modèles pendant 41 ans.

La deuxième plus importante collection de ces fleurons est exposée au musée d'histoire naturelle de Vienne. A l'occasion

du 650<sup>ème</sup> anniversaire de l'Université de Vienne, le musée a prêté quelques modèles de verre pour une exposition. D'autres pièces peuvent être admirées au musée botanique de Boston, au musée de l'Université de Tübingen, à l'Université de Pise, et au musée d'histoire naturelle de Londres.



©NHM Wien, Kurt Kracher



©NHM Wien, Kurt Kracher

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

Téléphone +41 44 863 34 34  
Fax +41 44 863 34 45  
verkauf.ch@vetropack.ch  
vente.ch@vetropack.ch

**Autriche**

Téléphone +43 2757 7541  
Fax +43 2757 7541 202  
verkauf.at@vetropack.at

**République tchèque**

Téléphone +420 518 603 111  
Fax +420 518 612 519  
marketing.cz@vetropack.cz

**Slovaquie**

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

**Croatie, Slovénie,  
Bosnie Herzégovine,  
Serbie, Monténégro,  
Macédoine**

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

**Ukraine**

Téléphone +380 4597 313 44  
Fax +380 4597 320 77  
sales@vetropack.ua

**Italie**

Téléphone +39 02 458771  
Fax +39 02 4587714  
sales.it@vetropack.com

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

Téléphone +43 7583 5361  
Fax +43 7583 5361 225  
export@vetropack.at

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

Téléphone +420 518 603 111  
Fax +420 518 612 519  
export.cz@vetropack.cz