

VETRO TIME

MERCATO
Nettare in
bottiglia

NEWS
La produzione
del vetro blu

INTERVISTA
Consigli per una buona
leadership

04 IN EVIDENZA	Le infinite declinazioni del vetro
06 MERCATO	Dalla vite alla bottiglia
08 PROGETTO	Vetro blu a perdita d'occhio
10 INTERVISTA	Leader si diventa
12 FÊTE DES VIGNERONS	Omaggio alla viticoltura
14 NUOVI DESIGN	Vetro variopinto
23 FRAMENTI DI CULTURA	Arte a colori

Stampa

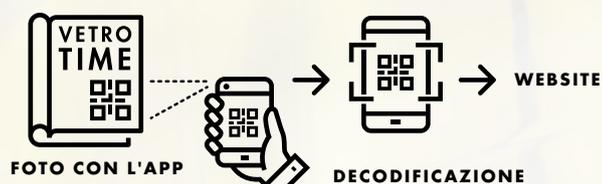
Revisione e testi:
Comunicazione aziendale
Vetropack Holding Ltd, Bülach

Design: Arnold & Braun
Grafik Design, Lucerne

Stampa: Kalt Medien AG, Zug

Carta: LuxoArt Silk, no risma,
senza legno, rivestita
su entrambi i lati, semi-opaca

Questa edizione di Vetrotime è
stampata su carta certificata
FSC a impatto climatico neutro.

**Il collegamento diretto con Vetrotime: i nuovi codici QR**

Vi siete persi un'edizione di
Vetrotime? Con il seguente
codice QR potrete rivedere
le edizioni precedenti:



Immagine di copertina. I vini nobili meritano un packaging altrettanto nobile. Le bottiglie in vetro conservano al meglio i vini pregiati e conferiscono loro un aspetto lucente. La varietà nel mondo del vino è enorme, dai bianchi leggeri ai rosé delicati fino ai rossi più corposi. Come ben sanno gli appassionati, i vini conservati in bottiglie di vetro sono un'autentica delizia per il palato. Date magari un'occhiata più attenta alla prossima bottiglia di vino che vi capita di stappare.



Care lettrici, cari lettori,

La Svizzera festeggia, e noi con lei! Quest'estate – più precisamente dal 18 luglio all'11 agosto – si terrà a Vevey (ovest della Svizzera) la Fête des Vignerons, una festa dedicata al mondo viticolo. La particolarità di questo evento è che si svolge soltanto ogni vent'anni. Vetropack è uno degli sponsor: il vino ufficiale della manifestazione verrà venduto in una bottiglia 100% locale firmata Vetropack. Queste bottiglie, infatti, vengono prodotte a St-Prex, nel cuore del Cantone di Vaud, che non per niente è il maggiore produttore di vini svizzeri (pp. 12-13 di questo numero).



Quando si parla di vino, c'è davvero l'imbarazzo della scelta. Non solo per quanto riguarda i vitigni, la tipologia di terreno, le uve, la pigiatura, l'invecchiamento e così via, ma anche per quanto riguarda le varie bottiglie disponibili per questa nobile bevanda. Di che colore dev'essere la bottiglia? Che capienza deve avere, visto che si va dalla bottiglietta da 0,187 litri alla doppia magnum da 3 litri? Senza contare che una forma particolare o una speciale lavorazione possono conferire un aspetto unico a una bottiglia di vetro. Leggendo l'articolo alle pagine 6-7, resterete sbalorditi dalle infinite possibilità a disposizione per presentarsi in maniera originale. Ed è più o meno questo il principio alla base dei nostri nuovi design (pp. 14-17).

Parlando di colori, invece, Vetropack produce un nuovo vetro blu tramite il processo di colorazione in vasca: su richiesta di un cliente lo stabilimento Vetropack di Nemšová (Slovacchia) ha predisposto ad hoc la vasca di fusione del vetro bianco. Non ci credete? Andate alle pp. 8-9: vedrete solo blu, blu a perdita d'occhio.

E se volete altre emozioni, non dimenticatevi di curiosare nelle rubriche "In evidenza" (pp. 4-5) e "Pillole di cultura" (p. 23). E poi: sapevate che il nome comune del tursiope è "delfino dal naso a bottiglia"? E che le bottiglie di vetro, una volta vuote, sono perfette per delimitare i contorni di un'aiuola?

Care lettrici, cari lettori, vi auguro una piacevole lettura in questa coloratissima primavera.

Cordialmente

A handwritten signature in blue ink that reads "J. Reiter". The signature is fluid and cursive, with the first letters of the first and last names being capitalized and prominent.

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding Ltd

IN EVIDENZA

A FESTA

In onore del pesce sciabola

Il pesce sciabola nero è una delle squisitezze dell'isola portoghese di Madeira. In onore di questo pesce ogni anno, in estate, si organizza una festa nella località di Câmara de Lobos. Il centro della città viene quindi decorato a festa e addobbato in modo originale. Una parte del percorso è dedicata a vivaci bottiglie di vetro appese sopra le teste dei visitatori che, di sera, illuminano le strade come lanterne.



SNACK IN BARATTOLI DI VETRO

Nascosto in uno dei piccoli vicoli di Osijek, una città della Croazia dell'est, c'è lo snack bar Špajz, dove il cibo viene principalmente servito in barattoli di vetro. Le pietanze possono essere anche portate via in recipienti di vetro. Durante la sua formazione, la titolare Martina Završki, mangiava sempre fuori a pranzo. Non voleva però mangiare solamente alimenti da panificio e ha così iniziato a prepararsi i pasti e a portarli con sé in contenitori di vetro. Poi, ad un certo punto, si è presentata l'opportunità di aprire questo snack bar. I clienti possono restituire i barattoli utilizzati e ogni dieci resi, ne ricevono gratis in cambio uno pieno. Lo snack bar fornisce anche posate in legno e sacchetti di carta. «Desideriamo avvicinare i nostri ospiti a un'alimentazione e a uno stile di vita sani», dice Završki.





199 bottiglie per un'elica

Nel 1910 il peruviano Jorge Chavez Dartnell, nell'ambito di una competizione indetta da un giornale italiano, sorvolò i monti del Sempione partendo da Ried-Brig, una città del Canton Vallese, in Svizzera in quello che sarebbe stato il primo volo di un pilota sopra le Alpi. Tuttavia, nel corso della fermata intermedia a Domodossola, in Italia, il velivolo si spezzò causando la morte del pilota. In onore del peruviano Chavez, l'artista italiana Enrica Borghi ha installato nel 2012 una scultura fatta con bottiglie di vetro a Brig. La forma a elica è una riproduzione esatta di un'elica originale dell'epoca. Il vetro, con la sua trasparenza e fragilità, rappresenta l'incertezza del volo e la leggerezza del sogno.

MONDO ANIMALE

Naso a forma di bottiglia

A questo delfino dal naso corto è stato dato il nome inglese *Bottlenose Dolphin*. Il muso a forma di bottiglia di questi mammiferi marini contiene fino a 80 denti. Da decenni gli scienziati studiano la comunicazione dei tursiopi, che comunicano tra di loro in diversi modi. Oltre ai fischi emettono anche schiocchi ad alta frequenza che servono da eco localizzazione. Ciò consente loro di orientarsi in mare. Le onde sonore emesse indicano ai delfini quando si sta avvicinando una preda e queste onde sono trasmesse all'orecchio interno tramite il muso.



GIARDINO ORNAMENTALE

Come mostra questo esempio, si può delimitare un'aiuola del giardino in modo altrettanto decorativo con bottiglie di colori diversi invece che con delle pietre. Basterà raccogliere le bottiglie e posizionarle sul terreno, ove si desidera. Indipendentemente dal tipo di liquido originariamente contenuto nei recipienti di vetro, vale sempre la pena sciacquarli per evitare che appaiano improvvisamente formiche indesiderate nell'aiuola di fiori.



IL VINO

Dalla vite alla bottiglia

Sul mercato è presente un'ampia varietà di vini, racchiusi in altrettanti tipi di bottiglie che custodiscono il prezioso nettare. Sia per modelli standard o bottiglie personalizzate, Vetropack fornisce un servizio di supporto e consulenza al cliente in tutte le fasi, dallo sviluppo dell'idea iniziale, alla scelta della bottiglia, dell'etichetta coordinata e del tappo.

Per molti, la lunga e calda estate che ha caratterizzato l'Europa nel 2018 continua a farsi sentire. Per qualcuno è stata troppo calda e secca, per altri invece è stata ideale. Le viti rientrano nella seconda categoria. Il 2018 è stato all'insegna del motto: Un'ottima annata! Il clima secco ha limitato la diffusione di funghi e parassiti. Le elevate temperature, inoltre, hanno determinato un contenuto alcolico più elevato e un'acidità più contenuta. Il sole splendente ha portato le uve a maturazione, trasformandole in eleganti vini bianchi e corposi vini rossi, caratterizzati da una qualità eccellente.

Anche per Vetropack l'eccellenza rappresenta un valore fondamentale, quando si parla di bottiglie in vetro, perché solo un contenitore qualitativamente perfetto può conservare un contenuto prezioso come un tesoro. L'assortimento standard dei contenitori in vetro del gruppo Vetropack comprende circa 390 tra bottiglie e vasetti. Le dimensioni spaziano dai contenitori in vetro da 0,187 l fino alle bottiglie di grandi dimensioni da 3 litri. La maggior parte delle bottiglie standard per il vino è disponibile nel formato da 0,75 litri. Negli ultimi anni si prediligono le bottiglie cuvée e verde oliva. In vetta alla classifica di vendita non si trovano più il verde e il verde «vetro». Nel segmento dei vini «light» è molto diffuso

il bianco primeur. In generale, i colori svolgono un ruolo fondamentale nella presentazione e nel confezionamento degli alimenti e delle bevande. Per quanto riguarda le bottiglie, il colore va ben oltre il semplice aspetto commerciale, infatti garantisce protezione al suo contenuto (come per il vino). Evita infatti un'esposizione ad una luce intensa, escludendo che il suo aroma subisca delle alterazioni.

La personalizzazione in primo piano

Sempre più clienti richiedono di personalizzare le bottiglie per il vino. Per distinguersi dalla massa, è importante presentarsi con una bottiglia ben riconoscibile. Vetropack risponde alle singole esigenze e insieme ai clienti è in grado di sviluppare le migliori soluzioni possibili. Gli specialisti del vetro vantano un'ampia e pluriennale esperienza nel settore delle bottiglie. Di recente si sono affermate anche le bottiglie regionali tipiche, che da un lato aiutano le regioni vitivinicole a distinguersi dalla concorrenza e dall'altro contribuiscono alla creazione di un marchio regionale.

La bottiglia con un tocco speciale

La forma, il colore e la rifinitura vanno sempre di pari passo per Vetropack. Grazie a questa interazione, la bottiglia di-



venta un pezzo unico, in totale armonia con il suo contenuto. I rilievi impreziosiscono le bottiglie dal punto di vista estetico, mentre le etichette di carta ne fanno risaltare l'immagine. Le etichette trasparenti, d'altra parte, regalano una nota di modernità e la serigrafia completa l'opera con un tocco speciale.

Anche per quanto riguarda l'imboccatura, Vetropack offre un range molto vasto: tanto per fare qualche esempio, citiamo l'imboccatura a fascetta, quella a vite e la BVS. A seconda delle preferenze dei consumatori e del mercato, Vetropack offre l'imboccatura più adatta per la bottiglia. Lo standard BVS (Bague Vin Suisse) è stato sviluppato in Svizzera da Vetropack negli anni '80. Per la sua creazione, il gruppo ha collaborato a stretto contatto con produttori di tappi e con grandi clienti selezionati. Le difficoltà dell'imboccatura BVS sono due: l'aspetto tecnico e quello estetico. Sia dal punto di vista tecnologico, sia del design, il lavoro svolto in Svizzera è stato molto all'avanguardia. A ciò si somma anche il calo in termini di qualità del sughero, con una conseguente perdita di credibilità. Questo tipo di imboccatura, inizialmente derisa, ha avuto grande successo, rientrando così ora di diritto nel panorama delle diverse tipologie di imboccature.

Zone di coltivazione

A livello europeo, l'Italia è ai primi posti tra i produttori di vino. La viticoltura è diffusa su tutto il territorio nazionale e ogni regione si caratterizza per le sue tipicità. In Svizzera, le regioni vitivinicole si estendono nel cantone Vallese, nella

Svizzera occidentale e nei singoli cantoni di lingua tedesca. Il sud della Svizzera è famoso per i suoi notevoli vini rossi. In Austria, le condizioni climatiche favorevoli si presentano soprattutto nella parte orientale dei Land della Bassa Austria, del Burgenland, della Stiria e di Vienna. Ma anche in Carinzia, nell'Alta Austria, nel salisburghese, in Tirolo e nel Vorarlberg viene prodotta una modesta quantità di vino, seppur in minor misura. Le regioni vinicole più rinomate della Croazia sono nelle regioni orientali e centrali e sulla costa adriatica. In Repubblica Ceca, la zona vitivinicola più significativa è la Moravia meridionale, dove si trova lo stabilimento ceco di Vetropack. Il clima sub continentale con estati da miti a calde e inverni piuttosto freddi permette alle viti di prosperare rigogliosamente. Anche in Boemia si estende un'altra regione vitivinicola. I vini slovacchi provengono da ben due diverse regioni, quella meridionale e quella occidentale. Come in quasi tutti i paesi dove Vetropack è presente con i suoi stabilimenti, anche l'Ucraina vanta una lunga tradizione nella coltivazione della vite. Tra le zone più famose si annoverano la zona meridionale, la Bessarabia, la Transcarpazia e la penisola di Crimea.

Ai consumatori non resta che l'imbarazzo della scelta tra una varietà di vini praticamente infinita. Alcuni si affidano a vini rinomati e affermati, mentre altri preferiscono provare sempre qualcosa di nuovo. In genere, tra gli appassionati del vino, si percepisce un consumo consapevole, e lo stesso vale anche per altri settori del food & beverage.



Colore blu

Per una tonnellata di massa di vetro liquido è necessario circa un chilogrammo di cobalto. Da questo metallo si ottiene il colore blu, che è conosciuto anche come blu cobalto. Nel 1802 il chimico francese Louis Jacques Thénard ha sviluppato un procedimento di produzione industriale per estrarre i pigmenti blu. Il cobalto, insieme al litio, sono usati principalmente per la produzione delle batterie per gli autoveicoli.

PROGETTO CLIENTI

Vetro blu a vista d'occhio

Vetropack produce contenitori in vetro blu già da molto tempo. Da più di dieci anni nello stabilimento croato di Hum na Sutli sono prodotte numerose bottiglie blu con il procedimento feeder. Tuttavia, per la prima volta nella storia di Vetropack è stata ricolorata di blu un'intera vasca di fusione. Questo è accaduto nella vetreria slovacca di Nemšová. Il progetto ha richiesto una pianificazione minuziosa e una veloce risoluzione dei problemi.

Che si tratti di birra, succhi di frutta, vino, champagne o acqua minerale - i contenitori in vetro blu donano a tutte le bevande un aspetto particolare. Fino ad ora Vetropack ha prodotto i contenitori in vetro blu nello stabilimento croato di Hum na Sutli ma nell'ambito di una nuova campagna per diversi clienti, Vetropack ora li fabbrica a Nemšová.

La particolarità è che per questa produzione è stata ricolorata una vasca di vetro incolore, dove sino ad ora erano stati prodotti contenitori a collo largo e bottiglie di vetro con il procedimento presso-soffio o soffio-soffio. Inoltre, nel quadro della revisione completa della vasca di fusione nell'ultimo anno, la macchina esistente per la soffiatura del vetro è stata adattata al procedimento presso-soffio a collo stretto per le bottiglie.

Colorazione in vasca

Altrettanto nuovo è il processo di colorazione. Vetropack Straža produceva le bottiglie in vetro blu con colorazione feeder. Con questa variante il colore è mescolato nel pre-forno, il cosiddetto feeder. Grazie a questa tecnica si riesce a produrre un altro colore in una linea di produzione della vasca di fusione. Nello stabilimento slovacco di Vetropack si effettua la colorazione in vasca. Grazie a questo procedimento tradizionale si mescola il blu nella massa di vetro fuso. Anche ora che a Nemšová è tutto pronto per la produzione del vetro blu, lo stabilimento croato di Vetropack continuerà a rimanere a disposizione come supporto.

La garanzia di questa produzione fa parte dei complessi progetti per il gruppo Vetropack. I tempi ristretti hanno

richiesto una minuziosa pianificazione da tutte le parti coinvolte. Infatti, durante la produzione del vetro blu, la vetreria slovacca non ha potuto produrre contenitori a collo largo e bottiglie di vetro. Il coordinamento del progetto è stato portato avanti da Robert Bestro, direttore delle vendite di Vetropack a Nemšová per i contenitori a collo largo e le bottiglie. Gli slovacchi hanno una conoscenza minuziosa dell'intera produzione del vetro - dalla tecnologia, ai materiali d'imballaggio fino alla qualità e alla logistica. «Non ero il responsabile di progetto. Il fatto che fossi per così dire il punto di raccordo, è stata soprattutto una scelta



logica e pragmatica», dice Bestro che conosce le sfide di un progetto di tale portata e adotta un approccio olistico. Ad esempio, in caso di problemi, questi dovevano essere risolti velocemente, in quanto la prima campagna del vetro blu doveva terminare esattamente in 75 giorni.

«Ci assumiamo la responsabilità»

I collaboratori erano consapevoli sin dall'inizio, che questa grande sfida portava con sé una altrettanto grande opportunità di svolgere un ruolo di guida all'interno del gruppo. Ogni reparto dello stabilimento Vetropack era coinvolto in questo progetto oltre che nel proprio lavoro quotidiano. «È stata una collaborazione fruttuosa tra tutti i collaboratori, che hanno lavorato con gioia e slancio. Ognuno ha pensato a come poter migliorare le cose, rendendole più semplici ed efficienti. Nel vero spirito del 'Ci assumiamo la responsabilità', dice Bestro.

Qualità eccellente

Per quanto riguarda la qualità dei contenitori in vetro, Vetropack ha lavorato a stretto contatto con i responsabili qualità dei suoi clienti. Gli scambi avvenivano quotidianamente e ognuno era messo a conoscenza dei singoli passi intrapresi. Già i primi test avevano mostrato risultati eccezionali: le bottiglie avevano una qualità molto alta! E l'onda del successo è andata avanti sulla stessa linea fino alla fine della prima campagna del vetro blu.

UNA BUONA LEADERSHIP

«Gli uomini sono straordinari quando possono esercitare appieno i loro interessi e le loro capacità»

Nel dicembre 2018, nel corso di un convegno interno della Vetropack, è intervenuto il Dr. Manfred Winterheller, manager e imprenditore di successo a livello internazionale, per illustrare ciò che rappresenta una buona leadership. In un'intervista con Vetrotime, Winterheller ha dato poi consigli ai dirigenti di oggi e domani.



Nella sua relazione al convegno interno di Vetropack, ha parlato dell'equilibrio tra critica e lode di cui dovrebbe dotarsi un buon management. Che cos'è in definitiva una buona leadership?

Una buona gestione spinge gli uomini a identificare il proprio potenziale e a realizzarlo. Ha molto a che fare con la fiducia; i dirigenti si fidano della loro squadra, selezionano gli uomini in modo scrupoloso e poi li lasciano lavorare. In questo modo, i collaboratori crescono professionalmente e assumono nuovi compiti che sgravano il loro diretto responsabile di alcune mansioni. Ciò porta ad una situazione di vantaggio reciproco in cui traggono profitto entrambe le parti: i dirigenti hanno più tempo per potersi occupare di strategie e di risorse mentre i collaboratori imparano a riconoscere i loro punti di forza, acquisiscono fiducia e tranquillità.

Quali sono i più importanti consigli che ci può dare per una buona leadership?

L'unica cosa importante è questa: prendetevi tutti giorni del tempo da dedicare alle persone, ascoltatetele, elogiatele, create un rapporto di chiarezza e fiducia.

La leadership è cambiata nel corso degli anni? Il modo in cui si dirige oggi è lo stesso, ad esempio, di quindici anni fa?

La buona leadership non è cambiata. Al giorno d'oggi, tuttavia, le conseguenze di uno stile di management medio-

cre o addirittura cattivo si vedono molto più velocemente e sono molto più gravi. Questo è il motivo per cui i dirigenti devono intraprendere azioni positive e mirate per migliorare la propria leadership.

Qual è il più grande errore che si possa commettere?

Non fidarsi di nessuno e fare preferibilmente le cose da soli, di modo che siano fatte bene.

Il management è un processo unilaterale o anche il team svolge un ruolo decisivo?

Questa è una domanda fondamentale. Ogni dirigente dipende dalla qualità del suo team. Pertanto bisogna affrontare innanzitutto la questione: chi fa parte della squadra? Questo ci è chiarissimo se parliamo di calcio, ma non sembra avere la stessa valenza per il lavoro quotidiano e questo è un errore. Le persone danno il meglio solo quando sono in grado di mettere a frutto i loro punti di forza, quando cioè fanno le cose che corrispondono ai loro interessi e capacità.

Come si prepara prima di parlare in pubblico?

Di solito, teniamo alcuni briefing preparatori che mi consentono di comprendere le sfide che si trovano ad affrontare i miei clienti. Questo rappresenta il filo conduttore del discorso ma è solo quando incontro il pubblico che lo arri-



chisco con dettagli specifici. Dopo tanti anni di esperienza nel parlare davanti a centinaia di migliaia di persone provenienti da tutto il mondo, non ho più bisogno di prepararmi in ogni dettaglio. La pratica è tutto.

Lei ha sviluppato un suo metodo, il metodo Winterheller. Lo può descrivere brevemente?

Nel corso della storia, i risultati e gli eventi eccezionali sembravano essere privilegio di uomini particolarmente dotati. Negli ultimi secoli, tuttavia, le indicazioni ci dicono che l'eccellenza non è in alcun modo il risultato di particolari capacità, al contrario: ogni uomo o donna, se affronta il proprio compito con un determinato atteggiamento interiore, può eccellere. Lo scopo del metodo Winterheller è di formare il pubblico affinché sviluppi questo modo di pensare. Il valore del proprio atteggiamento intrinseco non può essere sottovalutato.

Lei parte dal presupposto che ciò sia trattato in modo troppo limitato nel mondo del lavoro. Come si può attivare quest'atteggiamento interiore? E perché non è praticato in modo sufficiente?

La nostra cultura collettiva è troppo orientata verso l'esterno. Si pensa a progetti a breve termine, tutto deve essere veloce e portare immediato profitto. In realtà, le decisioni, abbinate a tenacia e perseveranza, sono il fattore fondamentale per il successo. Questo vale per la vita privata, ma anche per il mondo degli affari. Sono le micro-fratture che determinano la rottura di un osso, quindi sono le piccolissime lesioni che con il tempo distruggono la struttura ossea. La stessa cosa vale per le relazioni personali, che si possono incrinare a causa di gesti o atteggiamenti ostili ma che si rafforzano sempre più con azioni e atteggiamenti positivi ogni giorno. Negli affari sono le tante, piccole distrazioni che indeboliscono la fiducia e che scoraggiano le persone. La mancanza di rispetto e la distrazione distruggono più legittime speranze della concorrenza che, in

apparenza, appare invece più importante. Si tratta, quindi, di cambiare il nostro atteggiamento. Gli atteggiamenti sono contagiosi e un piccolo gruppo di persone può fare molto, sia in positivo sia in negativo.

Che cosa risponde ai critici che si sono posti in modo scettico nei confronti del suo metodo?

Ci sono molte strade e opinioni per ogni tema del nostro tempo. Ci sono moltissime persone che hanno molto successo con il mio metodo. Dobbiamo scegliere qualcosa, questo è il punto chiave. Dobbiamo credere in qualcosa e poi attuarlo con grande risolutezza. Le persone che hanno meno successo sono quelle che passano da un metodo all'altro e seguono ogni tendenza ma in realtà non arrivano mai veramente in fondo a nulla.

Lei viaggia molto, condivide consigli, fornisce spunti e nuovi punti di vista nei suoi discorsi. Dove e come trova il suo atteggiamento interiore e la pace e l'ispirazione per le future presentazioni?

Imparo molto dalle persone straordinarie che incontro grazie alla mia professione. Alcuni di loro sono celebrità famose, alcuni sono del tutto sconosciuti, ma stanno tutti facendo cose straordinarie. Considero una benedizione avere l'opportunità di imparare cose nuove in questo modo e poter progredire come persona. Aiuto le persone a scoprire il loro potenziale e a svilupparlo e questo è proprio come il lavoro di un manager. Ogni volta è una gioia enorme.

Dr. Manfred Winterheller

Oratore, Imprenditore, Coach e Autore

Formazione: Studi di amministrazione aziendale a Graz, Austria

Carriera professionale: revisore e consulente fiscale, fondatore dell'azienda «Winterheller software», relatore di temi di management e gestione con il metodo Winterheller, professore ospite dell'Università del Danubio di Krems, Austria

FÊTE DES VIGNERONS

Omaggio alle tradizioni vitivinicole

Nell'estate 2019 si terrà un evento speciale a Vevey, nella Svizzera occidentale: la cosiddetta Fête des Vignerons. Vetropack è partner e sponsor di questa festa, che ricorre soltanto ogni 20 anni. La bottiglia di vino ufficiale è prodotta dallo stabilimento svizzero di Vetropack a St-Prex.

La Fête des Vignerons è una manifestazione unica, poiché ha luogo soltanto a ogni cambio generazionale. Vetropack è sponsor dell'evento, che nel 2019 sarà il più grandioso nella storia di questa festa tradizionale. Finora Vetropack non aveva mai intrapreso una sponsorizzazione di tale portata e importanza, totalmente dedicata alla cultura vinicola. La bottiglia ufficiale è una classica bottiglia di Vaudoise ed è prodotta da Vetropack Svizzera a St-Prex, nelle vicinanze di Vevey, la città che ospita l'evento. Anche i bicchieri per il vino e l'acqua destinati alla festa sono sponsorizzati da Vetropack.

La Fête des Vignerons, la cui prossima edizione si svolgerà dal 18 luglio all'11 agosto, è stata inserita nel 2016 nella lista dei patrimoni immateriali dell'UNESCO. Tramandata di generazione in generazione sin dal XVIII secolo, unisce tradizioni antiche e istanze contemporanee ed è fortemente radicata nella regione vitivinicola di Lavaux, i cui vigneti terrazzati sono anch'essi patrimonio mondiale UNESCO dal 2007.

Il fulcro della manifestazione è il palco principale da oltre 1000 metri quadri dell'Arena, con i suoi 20.000 posti. È qui che avviene la rappresentazione ufficiale, che porta in scena un anno di vita di un tipico vigneto: il lavoro dei viticoltori, i momenti di vita sociale e temi più generali, come l'avvicinarsi delle stagioni.



Fête des 20 Vignerons 19

Du 18 juillet
au 11 août 2019

Vevey
Suisse



fetedesvignerons.ch



LOOK DI GRAN CLASSE

Un mix di tradizione e modernità

Presso il monastero agostiniano della città di Šardice, nel sud della Moravia, si produce vino sin dalla metà del XVIII secolo. A produrre le bottiglie di vetro da 0,75 litri per il vino «Augustiniánský Sklep» è lo stabilimento ceco di Vetropack a Kyiov.

Il vino «Augustiniánský Sklep» è valorizzato da una bottiglia in vetro bianco da 0,75 litri, il cui design rivisitato spicca per le linee al tempo stesso semplici e briose. Altrettanto accattivante è il motivo in rilievo al di sopra dell'elegante etichetta: si ispira all'edificio della cantina agostiniana e riprende la sinuosa scritta del nome Augustiniánský Sklep.

Fondata nel 1995, l'azienda vinicola NEOKLAS Šardice a.s. mette da sempre in pratica la centenaria tradizione vitivinicola della regione della Moravia. Le prime produzioni presso il monastero agostiniano di Šardice risalgono alla metà del XVIII secolo. Oggi, la cantina provvede a tenere costantemente aggiornati i metodi di produzione pur rimanendo fedele alle tradizionali tecniche viticole.

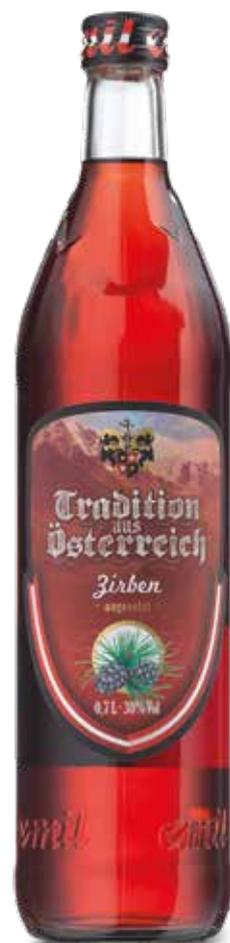
RICCHEZZA DI AROMI

Un distillato tradizionale

Vetropack Austria produce per emil-Spirituosen, produttore di liquori dell'Austria settentrionale, una nuova bottiglia da 0,7 litri in vetro bianco. Eccellentemente conservati, al suo interno si sprigionano i diversi aromi dei distillati.

Gli specialisti del vetro dello stabilimento austriaco di Vetropack a Pöchlarn hanno progettato, in stretta collaborazione con il distillatore Emil Stegmüller, la nuova bottiglia da 0,7 litri per liquori con tappo a vite. Il logo «emil» scritto in lettere minuscole è tondo e inciso quattro volte attorno alla parte inferiore della bottiglia così da attirare immediatamente l'attenzione su di sé. A partire dalle spalle della bottiglia e su fino al collo, si ergono le punte dei monti quasi a completamento tattile dei monti stampati sull'etichetta.

La bottiglia da 0,7 litri di emil-Spirituosen si può trovare in molteplici varianti di gusto esclusivamente sugli scaffali dei negozi al dettaglio. Da 150 anni l'azienda di famiglia distilla i liquori secondo un'antica tradizione trasformandoli in chiave moderna.



Siete alla ricerca di un contenitore in vetro per alimenti o di una bottiglia? Nel nostro catalogo online potrete trovare più di 900 articoli. Lo si può sfogliare comodamente con questo QR-Code!



LO STUPORE DI BOLGHERI

La bellezza della semplicità

Lo stabilimento Vetropack italiano realizza la bottiglia cuvée da 0,75 l per il vino rosso Stupore Bolgheri DOC, tipicamente fruttato. Il design lineare ed elegante della bottiglia si sposa perfettamente con il mondo incantato raffigurato sull'etichetta.

Dopo una maturazione di circa 10 mesi in botti di rovere, il rosso italiano Stupore Bolgheri DOC viene imbottigliato in bottiglie da 0,75 l prodotte da Vetropack Italia. La bottiglia cuvée si presenta in modo elegante e senza tanti fronzoli. Sulla parte inferiore, spicca l'incisione CAMPO ALLE COMETE, il cui nome si rifà a un mondo magico e immaginario, lontano dalla frenesia di tutti i giorni.

Il pittogramma, anch'esso inciso, è una versione stilizzata di un soffione, disegnato dall'illustratrice italiana Nicoletta Ceccoli. Il soffione è riprodotto in lamina argento lucido su sfondo blu e trasmette raffinatezza e preziosità, rispecchiando così lo stile dei vini della cantina Feudi San Gregorio.

LIQUORE ALLE ERBE

Nettare di radici ceche

Il liquore alle erbe Becherovka Original è conosciuto e apprezzato ben oltre i confini della Repubblica Ceca. Le nuove, moderne bottiglie in vetro nel caratteristico colore verde sono prodotte da Vetropack Nemšová.

Il design del packaging in vetro destinato al tanto amato Becherovka Original è inconfondibile. La bottiglia di vetro verde è stata sviluppata dagli specialisti dello stabilimento slovacco Vetropack di Nemšová in collaborazione con i designer della prestigiosa agenzia londinese Coley Porter Bell, in Inghilterra. Il nuovo design, più moderno e contemporaneo, punta ad accrescere l'appeal del prodotto tra un pubblico più giovane. Composto da circa 20 diverse erbe e spezie, il liquore è dotato di tappo anti-manomissione ed è disponibile anche in bottiglie da 0,35 litri.

A crearlo nel 1807 è stata la nota famiglia Becher di Karlovy Vary, nella Repubblica Ceca. Le iniziali dell'ideatore, Jan Becher, sono incise sulla superficie piatta della tipica bottiglia, mentre sull'etichetta compare la sua firma. Il dolceamaro Becherovka Original può essere servito come aperitivo o digestivo o anche all'interno di un cocktail rinfrescante.



PACKAGING DA PREMIO

Uve pregiate

È dalle nobili uve Greco, nel sud d'Italia, che nasce lo spumante brut DUBL ESSE. Le bottiglie in vetro cuvée sono prodotte dallo stabilimento italiano di Vetropack.

La bottiglia in vetro da 0,75 litri per lo spumante italiano DUBL ESSE si distingue per il design semplice e pulito. A produrla è lo stabilimento di Vetropack Italia a Trezzano sul Naviglio. Minimal sono anche le tre bande verdi che avvolgono la bottiglia e che vanno via via restringendosi, ispirate alla tiara, la corona papale indossata in occasione di celebrazioni e cerimonie. Il vestito della linea DUBL ESSE è opera del designer italiano Fabio Novembre. "Le icone dei santi hanno costellato la mia infanzia e colonizzato la mia testa", racconta Novembre, che per il design della bottiglia ha vinto l'Etichetta d'Oro al Concorso Internazionale Packaging di Vinitaly.



DOLCEZZA CROATA

Miele dalla Croazia

I due contenitori in vetro bianco a imboccatura larga prodotti da Vetropack Straža sono entrambi riservati esclusivamente al miele croato. Ogni singolo esemplare deve essere regolarmente registrato e deve recare l'etichetta della Federazione degli apicoltori croati.

Vetropack Straža produce per la Federazione degli apicoltori croati i vasi a imboccatura larga in due formati: 720 e 580 ml. Attualmente sono in fase di sviluppo altri due formati, più piccoli. Il design è rimasto semplice, con un piccolo motivo a nido d'ape inciso sul davanti.

I vasi in vetro sono destinati a contenere unicamente miele che sia conforme agli standard di qualità previsti dalle normative croate in materia: il miele deve, ad esempio, provenire dalla Croazia e recare l'etichetta del produttore. Il 7 dicembre 2018 è stato dichiarato Giornata del miele nelle scuole. È la data in cui si commemora Sant'Ambrogio, il patrono degli apicoltori, e si festeggia la giornata internazionale dedicata al prezioso nettare. Per l'occasione, tutti i bambini delle classi prime hanno ricevuto in dono un vasetto di miele.



IMPATTO VISIVO E GUSTATIVO

Il gin incontra il miele

Vetropack Straža produce per il gin GiniBee dell'azienda slovena MR SPIRITS d.o.o. le bottiglie in vetro bianco da 0,7 litri, che - declinate in un design stravagante - rendono il prodotto unico e inconfondibile.

Non è soltanto la ricetta del gin GiniBee a essere misteriosa, bensì anche il design delle bottiglie di vetro bianco. Il particolare impatto visivo e il tono lussuoso del packaging da 0,7 litri è il risultato di un sottile rivestimento blu, che nulla toglie alle proprietà uniche del vetro. Un'ulteriore caratteristica è la speciale stampa che protegge il gin dai raggi UV. Il centro della bottiglia sciancrata sfoggia, infine, il logo dell'azienda stampato in rilievo.

Distillata dalle bacche di ginepro, la bevanda alcolica si caratterizza per un ingrediente aggiuntivo particolarmente dolce. Il 20% delle bacche viene infatti imbevuto in miele sloveno prima della fase di produzione. L'azienda produttrice è stata fondata da Rado Mulej, che in Slovenia è un noto attore e presentatore televisivo.



Su richiesta progettiamo e realizziamo il prodotto in vetro su misura perfetto per le vostre esigenze: colorato e raffinato - a voi la scelta.

I BAMBINI E IL VETRO

Imparare a riciclare divertendosi

Avvicinare i bambini ai temi del contenitore in vetro e del riciclo di questo materiale è l'obiettivo di un progetto slovacco dedicato alle scuole elementari. L'iniziativa è del produttore di yogurt Malý Gazda in collaborazione con Vetropack Nemšová e l'agenzia di marketing dobrýBRAND.



In Slovacchia sono pochi i programmi scolastici che si occupano di ambiente e di come insegnare ai bambini a proteggerlo. È per questo motivo che è nato il progetto scolastico ideato da Malý Gazda, azienda slovacca nota e apprezzata per i suoi latticini venduti in contenitori di vetro a imboccatura larga. Quando Malý Gazda ha proposto l'idea ai responsabili di Vetropack Nemšová, questi hanno subito aderito con entusiasmo.

Lo stabilimento slovacco di Vetropack ha fornito 500 vasetti di yogurt agli alunni e alle alunne della scuola elementare

Lesnícka di Prešov, nella parte orientale della Slovacchia, e con il contributo dell'agenzia di marketing dobrýBRAND ha lanciato un concorso avente lo scopo di insegnare ai bambini, attraverso il gioco, come si ricicla il vetro. I bambini hanno usato i vasetti di yogurt vuoti per realizzare opere d'arte creative, come un tavolino con le gambe in vetro o diverse figure, sempre in vetro. I 500 scolari, insieme agli insegnanti, hanno prodotto per il concorso più di 50 creazioni, rendendo così non semplice il compito della giuria chiamata a scegliere le due classi vincitrici.

L'entusiasmo degli alunni e delle alunne dimostra come il riciclo del vetro e il vetro in generale siano tematiche molto creative, capaci di destare interesse e coinvolgimento tra i bambini. Le conoscenze acquisite con questa iniziativa

sono inoltre un bagaglio che i piccoli porteranno con loro per tutta la vita e che, si spera, tramanderanno alla prossima generazione.



GIORNATA DEI CLIENTI

Una manifestazione nel segno dell'ambiente

Lo scorso novembre Vetropack Nemšová ha invitato i suoi maggiori clienti nel cuore di Bratislava, capitale slovacca, in occasione della manifestazione annuale. È stata una giornata all'insegna dell'armonia, che ha permesso ai partecipanti di vivere un'insolita esperienza culturale e allacciare relazioni proficue.



Per la giornata dei clienti lo stabilimento slovacco di Vetropack ha invitato dieci importanti clienti locali apparte-

nenti a diverse categorie di prodotto. Il vetro – protagonista indiscusso – ha favorito l'interazione non soltanto tra potenziali soci in affari, ma anche tra soggetti che si occupano di ecologia e problematiche ambientali. Sono stati proprio questi i temi chiave della giornata, anche grazie all'efficace campagna «Endless Ocean» promossa da Friends of Glass, una community impegnata nella protezione dei mari.

Sul fronte dell'intrattenimento, gli ospiti hanno avuto la possibilità di posare per una foto ricordo, per poi assistere al musical slovacco Rasputin presso il New Stage Theater. Al termine di questa coloratissima esperienza, fatta di musica, balli e canti, i clienti hanno ricevuto un piccolo regalo natalizio all'interno di un contenitore in vetro.



NOMINA WORLD-STAR

Una piccola bottiglia sotto le luci della ribalta

La bottiglia da 0,4 litri dell'acqua minerale VODA UA è stata nominata per il «World Star» e ha ottenuto il certificato di merito. Ogni anno la «World Packaging Organisation» assegna questo rinomato premio nel settore dell'imballaggio.

Gli imballaggi, che nell'anno corrente o passato hanno ottenuto un prestigioso riconoscimento nazionale, possono concorrere per il premio «World Stars». Vetropack Gostomel ha sfruttato questa occasione e ha presentato la bottiglia dell'acqua minerale VODA UA. Non è riuscita a salire in alto sul podio ma la nomina ha portato all'ottenimento di un certificato di merito.

La bottiglia di vetro si è distinta per il suo esclusivo design floreale. I papaveri incisi decorano la bottiglia e evidenziano la naturalezza dell'acqua minerale. Inoltre, il papavero è il fiore nazionale dell'Ucraina.



PIATTAFORMA

Amore per il vetro

Da più di dieci anni in Croazia esiste la piattaforma «Glass our Friend» che ha l'obiettivo di sensibilizzare gli studenti delle piccole città e dei paesi all'importanza del riciclo e al suo impatto ambientale. Vetropack Straža, unica vetreria in Croazia, sostiene la piattaforma sin dal suo esordio.



Nel quadro della piattaforma croata «Glass our Friend» sono organizzati diversi workshop per gli studenti. Uno di questi è la presentazione della soffiatura del vetro. I bambini sono sempre entusiasti e i loro volti radiosi parlano da soli. Concentrati, assorbono avidamente le informazioni sui vantaggi del vetro e sull'importanza di riciclarlo regolarmente. L'interesse dei bambini si rispecchia nei risultati del quiz finale: i bambini conoscono perfettamente tutte le risposte. «Quando diventerò grande, vorrei diventare un soffiatore del vetro», dice uno dei bambini. I giovani professionisti del vetro imparano a dividere correttamente i rifiuti nel laboratorio destinato a questa funzione.

Le opere teatrali «Storia del riciclo» e «La grande avventura del vetro» scatenano sempre grande entusiasmo e consentono ai bambini di dare sfogo alla loro fantasia. Lo scorso anno sono state messe in scena numerose opere teatrali e i preparativi sono stati fonte di grande gioia.

La quota di riciclo in Croazia è bassa. Per questo motivo lo stabilimento croato di Vetropack, sin dall'esordio di «Glass

our Friend», si è impegnato molto a favore di questi temi. Le reazioni dei bambini e degli insegnanti sono sempre state molto positive e incoraggianti. Il grande interesse degli studenti nei confronti dei contenitori in vetro e il loro riciclo fanno ben sperare che questa generazione si prenderà maggiore cura dell'ambiente.



PICCOLE COSE

Una mano all'ambiente

Vetropack Moravia Glass è sponsor del progetto ceco "Le piccole cose attorno a noi", che grazie al supporto finanziario dell'azienda intende mettere in atto le idee più valide per migliorare o riorganizzare l'ambiente.



Delle 23 proposte inviate da imprese e privati nel quadro del progetto, i dipendenti dello stabilimento ceco di Vetropack hanno selezionato i dieci finalisti. Ora toccherà a una giuria ristretta, sempre composta da dipendenti dell'azienda, decretare i sei vincitori, ciascuno dei quali riceverà in premio 10.000 corone ceche (circa 400 euro).

Tra i progetti finalisti figurano i seguenti: creazione di un alveare in vetro per apicoltori amatoriali; nuovi costumi per i bambini di un complesso folk; posti a sedere presso il luogo sacro Věgrův kříž nei pressi dello stabilimento; nuovo armadio per un centro dell'infanzia; un circuito di allenamento per motociclisti in erba; e una stazione mangime per gli uccelli vicino a un buon punto di osservazione.

Senza il sostegno finanziario ricevuto, molte di queste idee non sarebbero mai state attuate o avrebbero visto una realizzazione su scala ridotta. Talvolta sono le cose apparentemente piccole a fare una grande differenza. Tutti i progetti dimostrano che le persone hanno a cuore l'ambiente e si impegnano volentieri a trasformarlo in un luogo migliore in cui vivere.



FRAMMENTI DI CULTURA



© The Corning Museum of Glass

CENTRO DELLE INNOVAZIONI DEL VETRO

Il Corning Museum of Glass è il cuore della città americana di Corning nello stato di New York. La città è anche considerata un centro dell'eccellenza in America per le innovazioni nel campo del vetro. L'industria vetraria è, infatti, la prima voce economica del territorio. Vicino al museo si trovano, infatti, l'azienda vetraria Corning Inc e molte altre vetrerie minori. Nel museo sono esposte più di 50.000 oggetti di vetro. La collezione è composta da opere d'arte dell'antico Egitto, greche, romane, asiatiche, europee e americane ma viene presentata anche l'intera gamma dei movimenti artistici che si sono sviluppati verso la fine del diciannovesimo secolo e che continuano tutt'oggi. Il Corning Museum of Glass è conosciuto anche per gli spettacoli dal vivo sulla produzione del vetro che rappresentano una grande attrazione per il museo che espone anche la più grande zucca di vetro al mondo con un peso di circa trenta chilogrammi.

Nuova interpretazione dell'arte barocca

Nella pittura su vetro inversa, conosciuta anche come arte naïf, il motivo viene dipinto a rovescio sul retro di uno strato di vetro. Nella maggior parte dei casi sono prima abbozzati i contorni, in seguito sono dipinti i soggetti mentre lo sfondo si completa a fine lavoro.

Il cuore dell'arte naïf croata si trova a Hlebine nel nord della Croazia. La pittura su vetro inversa fa parte del patrimonio culturale protetto della Croazia. Qui si trova anche la scuola dell'arte naïf. Questo movimento artistico ha origine circa nel 1930, quando un pittore cercò di avvicinare alla pittura un gruppo di agricoltori senza formazione accademica. Gli agricoltori furono così entusiasti che portarono al rifiorire del vecchio stile barocco attraverso la pittura su vetro inversa. In tutto il mondo ci sono numerosi musei e gallerie che si occupano di arte naïf.



© Ivan Generalić, Koprivnica Municipal Museum

**Contatti ufficio vendite****Svizzera**

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

Austria

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

Repubblica Ceca

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

Repubblica Slovacca

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

**Croazia, Slovenia,
Bosnia-Erzegovina,
Serba, Montenegro,
Macedonia, Kosovo**

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

Ucraina

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

Italia

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

Altri paesi dell'Europa occidentale

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

Altri paesi dell'Europa orientale

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