

VETRO

MERCATO Vini rosé

INCHIESTA

Cosa pensano i clienti di Vetropack

ARTE

Una seconda vita per le bottiglie in vetro

03 MERCATO	Aria d'estate in vetro
06 CLIENTI	A carte scoperte
09 ECCELLENZE	Contenitori vincenti
12 NUOVI DESIGN	Per la sete e il piacere
18 TECNOLOGIA	Come trasmettere dati in modo rapido e automatico
22 ARTE	Upcycling finlandese



Care lettrici e cari lettori

Il vino bianco è quello che si beve prima che sia servito il vino rosso. A meno che non vi sia del pesce e allora si prosegue con il bianco. Ma diciamocela tutta, è già da un po' che queste regole non valgono più. Tutto è possibile e si beve quello che più piace. Nelle giornate estive e nelle serate piacevolmente tiepide si preferiscono le bevande leggere. Tra le bevande preferite delle allegre compagnie che si ritrovano in giardino o in terrazzo troviamo l'acqua minerale fredda, buona birra e soprattutto vini rosé. A me piace tenere tra le mani una bottiglia di vetro ghiacciata. E' quasi un rituale che inizia aprendo la bottiglia con calma e prudenza, nel caso di una bottiglia di vino e un po' più velocemente nel caso della birra, ma sempre pregustando il sonoro 'pop' che si sente quando parte il tappo. Il vino rosé, inoltre, si è affermato come una delle bevande estive più apprezzate. Le statistiche di vendita confermano che oggi una bottiglia su dieci di vino bevuto è di rosé. Molte di queste sono bottiglie Vetropack. Nella pagina successiva di questa edizione di Vetrotime ne troverete un'ampia selezione.

Quest'anno abbiamo condotto un'indagine tra i clienti in diverse località. Per noi è molto importante sapere cosa pensano di noi i clienti e quello che, secondo loro, ci riesce bene o meno bene. Per noi, l'opinione dei clienti è il metro di misura che ci consente di migliorare. A questo proposito sono molto soddisfatto del riscontro positivo del sito internet e dell'utilizzo frequente del catalogo online.

In questo editoriale vorrei anche cogliere l'occasione di segnalarvi una fiera alla quale Vetropack parteciperà a settembre come espositore. Si tratta di SIMEI@drinktec a Monaco, che si tiene dall'11 al 15 settembre e che rappresenta una delle fiere più importanti nel settore dell'enologia. Per la prima volta entra a far parte della tradizionale Drinktec e per la prima volta si tiene in Germania e non più in Italia come è stato finora. I nostri collaboratori saranno lieti di accogliervi al nostro stand nel padiglione C2, stand 437. E chissà, magari ci sarà l'occasione di brindare all'estate che volge al termine con un bicchiere di vino bianco, rosso o rosé.

Cordialmente

Claude R. Cornaz





VINI ROSE

L'estate in un bicchiere

Le bottiglie di vetro bianco accentuano, in maniera impeccabile, le tinte rosso brillante del rosé in tutte le sue diverse tonalità. Al tempo stesso, il vetro protegge questi delicati vini estivi regalando un aspetto straordinario al contenuto, da servire come aperitivo o come vino da tavola.

Le temperature estive aumentano e così pure il desiderio di vini rosati, la cui popolarità continua a crescere in tutta Europa. Nei paesi dove Vetropack è presente, la delicatezza del vino rosé è pressoché sempre accompagnata da un gusto fruttato. Oggigiorno, quasi una bottiglia di vino su dieci bevute al mondo è un rosé. Circa l'80% di questi vini provengono da Francia, Spagna, USA e Italia. Solo venti anni fa, la loro popolarità sarebbe stata inimmaginabile e solo pochissimi viticoltori annoveravano un rosato tra i loro vini. A causa di un

pregiudizio diffuso, i rosé sono stati a lungo considerati vini senza carattere e da consumare solo occasionalmente.

Fresco, fruttato e carico di colore

I vini estivi, dalle numerose sfumature di rosso vivo, sono generalmente conservati in bottiglie di vetro. Il vetro bianco è perfetto per riflettere le nuance dei colori rosa, albicocca, rame o rosa salmone. Esiste, inoltre, una grande varietà di forme di bottiglia per questi vini.

VETROTIME MERCATO

Non esiste, infatti, una tipica bottiglia per rosé. Di solito si usano bottiglie bordolesi, renane o borgognotte con il classico tappo a vite. I vini rosé frizzanti, tuttavia, si presentano al meglio in bottiglie di vino spumante con tappo in sughero.

Se desiderate un modello di bottiglia fatto apposta per voi, Vetropack è l'azienda giusta. I nostri specialisti del vetro accompagnano i clienti dall'idea di un prototipo al suo sviluppo, fino al prodotto finito. Le prime decisioni vengono prese in base ad accurate bozze in 3D che sono poi sviluppate in un design ben preciso per trasformarsi, infine, nella produzione di un campione. Un buon design, la qualità dei materiali e la sensazione alla vista e al tatto, non possono che esaltare le qualità di un buon vino rosé.

Come si produce il rosé

I vini rosati sono prodotti da varietà di uve rosse o blu. Il colore di questi vini corrisponde al tipo di uva e al metodo di produzione utilizzato. Solitamente, le uve vengono prelevate direttamente al raccolto, messe nella pressa e spremute delicatamente. In seguito, le uve e il succo prodotto vengono lasciati riposare per un certo intervallo di tempo. Durante questo processo (in gergo tecnico "ammostatura") i pigmenti







di colore si dissolvono costantemente dalla buccia. Più a lungo questo processo dura, tanto più profondo sarà il colore del rosé. Non tutti i tipi di uva danno la stessa quantità di pigmento di colore. Il processo saignée – un termine che viene dal francese e che significa sanguinare – produce una colorazione più scura. Senza pigiare, una piccola quantità di succo è prelevata dal serbatoio di fermentazione del vino rosso e, dopo alcune ore o giorni di fermentazione, si trasforma in rosé. Il resto diventa vino rosso.

rosé congelato e mescolato con frutta in un frullatore, si ottiene questa gustosa bevanda ghiacciata. Una variante è ottenuta miscelando della frutta congelata con il vino. Il Frosé può essere servita come fruttato e frizzante dessert, ma è sicuramente consigliabile bere del rosé al naturale per l'aperitivo o durante i pasti.

Bevanda dell'estate





INDAGINE DI SODDISFAZIONE TRA I CLIENTI

A carte scoperte

All'inizio dell'anno le società Vetropack di Croazia, Svizzera, Austria e di altri stati export come Germania, Francia e Ungheria, hanno condotto un'indagine di soddisfazione tra i clienti. Insieme ai feedback molto positivi, sono emersi anche dei settori in cui vi è ancora margine di miglioramento.

L'obiettivo dell'indagine è un'analisi delle attività produttive. Nel tentativo di migliorare costantemente la collaborazione con i clienti, per un'azienda è importante sapere quale sia la percezione del cliente e scoprire al contempo quali siano i possibili interventi migliorativi.

La percentuale di risposta dell'indagine commissionata da Vetropack, pari a oltre il 70% in tutti gli stati, è stata decisamente elevata, confermando l'attendibilità dello studio. I questionari sono stati sottoposti online in Svizzera, Austria e nei paesi dell'export occidentali, mentre in Croazia sono stati fatti telefonicamente, con il supporto di CATI, un sistema di sondaggio telefonico computerizzato.

Soddisfazione elevata

Particolarmente elevata è stata la soddisfazione complessiva. In Svizzera, rispetto al sondaggio di tre anni fa, il livello di soddisfazione è rimasto invariato, in Austria e negli altri paesi export è stato molto buono come in passato, anche se non proprio straordinario come nel 2014. Il mercato

della Croazia, che annoverava tra gli intervistati anche clienti di Slovenia, Serbia, Bosnia-Erzegovina, Montenegro e Macedonia, ha riportato un leggero aumento della soddisfazione. In particolare viene sempre apprezzata l'assistenza personale dei collaboratori Vetropack: «Sono soddisfatto del know-how e dell'esperienza che Vetropack rappresenta», afferma un cliente. Vengono altresì sottolineate la fiducia, la professionalità e la proficua collaborazione con Vetropack.

Potenziale di miglioramento

Per Vetropack è molto positiva la valutazione che si possa sempre migliorare. I clienti auspicano in parte un approccio ancora più flessibile nei confronti dei clienti e delle loro esigenze. Infine, solo alcuni clienti che hanno presentato reclami hanno avuto da ridire sulla qualità dei prodotti e sugli imballaggi per il trasporto. Chiaramente si possono migliorare anche i tempi di risposta nel caso di reclami. Per gli interessati i reclami sono tanto irritanti che i clienti ritengono che la risposta di Vetropack sia trasparente,

equa e rapida. Si auspicano in parte anche serie più limitate di prodotti e un assortimento più adatto ai singoli clienti. In pochissimi casi i clienti non sono soddisfatti delle condizioni di pagamento e della produzione parzialmente poco flessibile.

Vetropack prende in seria considerazione le esigenze del cliente. Per rispondervi in modo ancora più efficace, potrebbero essere utili degli interventi mirati. Tra questi vi è anche una maggiore attenzione ai servizi già disponibili. Ad esempio, infatti, se nell'assortimento standard non si trova l'articolo desiderato, insieme agli specialisti Vetropack è possibile lavorare allo sviluppo di un modello di contenitore particolare e su misura. Le possibilità sono praticamente infinite.

Rispetto all'ultimo sondaggio, i clienti ricorrono ad alcuni servizi più raramente. Al primo posto, come in passato, spicca la pianificazione comune delle necessità, seguita dallo sviluppo di contenitori in vetro personalizzati. Il servizio di consulenza offerto finora, tuttavia, viene utilizzato sempre meno. Vanno quindi trovati i motivi alla base di questa tendenza. Un team Vetropack è già al lavoro in questo senso.

Il nuovo sito internet e il nuovo catalogo online vengono utilizzati bene, in particolare il catalogo elettronico assume grande valore per i clienti e al giorno d'oggi non è immaginabile lavorarvi senza.

RICICLARE

Conferenza dei partner a Saint-Prex

La conferenza dedicata ai partner che si occupano di riciclo si svolge ogni due anni sotto la guida di Peter Reimann, responsabile di questo settore presso la Vetropack svizzera. La recente conferenza è stata molto speciale giacché l'ultima organizzata da Peter prima del suo pensionamento a fine anno. Circa sessanta persone hanno preso parte all'evento, tenutosi presso l'impianto svizzero della Vetropack a Saint-Prex.

Il seminario che si è svolto a giugno ha avuto come tema "Il riciclo del vetro – un circuito che funziona". Dopo alcuni cenni storici sulla produzione della fabbrica svizzera da parte di Philippe Clerc, direttore dell'impianto di St-Prex, Christine Arnet, direttore vendite Vetropack Svizzera, ha illustrato le cifre del fatturato dello scorso anno e, ricollegandosi al tema dell'incontro, ha mostrato con chiarezza come la Vetropack svizzera sia in grado di ridurre i gas effetto serra e le emissioni di CO₂ grazie all'uso di materiale secondario. Marc Kuster, successore di Peter Reimann, anch'egli presente all'incontro, ha stretto i primi contatti con quelli che saranno i suoi futuri partner e colleghi di lavoro e ha approfittato dell'occasione per approfondire le sue conoscenze sul rici-



clo del vetro. Nel corso della visita organizzata all'interno della vetreria, i partecipanti hanno potuto assistere direttamente alle fasi di produzione dei contenitori in vetro: dalla lavorazione dei rottami alla fusione e formatura del vetro, fino al prodotto finito e imballato sui singoli pallet.

VETROTIME ESPOSIZIONI

GLASS PACK

Un nuovo Salone in Italia

La prima edizione del Salone GLASS PACK si è tenuta a Pordenone, a 60 km da Venezia, lo scorso 8 giugno. Vetropack Italia era presente con un suo stand.



I visitatori al Salone GLASS PACK hanno avuto modo di scoprire i tanti prodotti presentati dai sessantacinque espositori, non solo presso gli stand individuali ma anche in uno spazio riservato ai produttori, dove le aziende li hanno esposti al meglio su piattaforme diverse. Parallelamente all'esposizione di prodotti e servizi, sono stati organizzati vari workshop e conferenze, alle quali hanno preso parte numerosi ospiti. In una di queste occasioni, alcune aziende sono state invitate alla presentazione di Marcello Montisci, direttore marketing, vendite e pianificazione della produzione Vetropack Holding che ha approfittato dell'occasione per presentare il gruppo Vetropack e lo sviluppo delle sue attività, evidenziando l'importanza del mercato e del contesto imprenditoriale italiano.

GLASS PACK è il nuovo Salone italiano destinato all'industria del packaging in vetro nel suo insieme. Nell'ambito della mostra, molte aziende hanno presentato la loro intera gamma di prodotti e servizi, dal design alla decorazione e produzione, fino ai diversi tipi d'imballaggio.

FEST.A CROPAK

Bottiglie standard innovative per la birra artigianale

Un'idea di branding di successo, con tanto di nome e di etichette per trasformare una comune bottiglia in una star del packaging. La linea di birra artigianale del birrificio Pivovara Medvedgrad di Zagabria è stata premiata per il suo design innovativo durante la manifestazione croata Cropak.

Ogni anno, nel corso della fiera del packaging Cropak, vengono premiati i packaging migliori e più indovinati del mercato croato. Per la prima volta, quest'anno è entrata in gara anche la categoria delle birrerie artigianali. Il premio istituito da Vetropack Straža è stato assegnato al birrificio di Zagabria Pivovara Medvedgrad.

Oltre alle altre birre, dal 2013 questo birrificio imbottiglia le proprie birre artigianali in bottiglie standard con vuoto a



rendere, prodotte nello stabilimento croato Vetropack, così come molte altre birrerie. Eppure la particolarità del nome e il design dell'etichetta contraddistinguono inconfondibilmente queste birre artigianali, regalando un'esperienza unica a chi osserva la bottiglia.

L'etichetta è stata realizzata da Andrea Knapić, in collaborazione con Tomislav Tomić e Vedran Klemens. I tre artisti si completano in modo straordinario e si contraddistinguono allo stesso tempo per il loro essere a sé. Andrea Knapić



vanta grande esperienza nella progettazione grafica e nel web-design, mentre Tomislav Tomić è un noto illustratore di libri. Vedran Klemens è uno stimato illustratore e grafico. Nelle etichette realizzate, il trio di artisti rimanda alle storie raccontate a Zagabria da secoli e oltre.

Per esempio, la birra Indian Pale Ale si chiama "monella" (in croato: fakin). La parola Fakin fa riferimento alla terminologia locale e si utilizza a Zagabria e in Istria. Un'altra birra si chiama Baltazar e rende omaggio al personaggio dei cartoni animati, il Professor Baltazar, che insieme ai suoi simili rende la vita più facile con le sue curiose invenzioni. Ma anche la strega di Grič (in croato: Grička vještica) si trova su un'etichetta che da il nome a una birra. La denominazione Grič si rifà persino a un quartiere di Zagabria.

VETROTIME PREMI

PACKAGING STAR UCRAINA

Un nuovo colore assegna a Gostomel una nuova stella

Nell'ambito della cerimonia Packaging Star 2017 tenutasi in Ucraina, Vetropack Gostomel ha ottenuto la sua 13a stella. In questo concorso nazionale del packaging, la bottiglia da 0,75 litri, realizzata per il vino Vardiani, ha vinto senza riserve.

La giuria ha molto apprezzato la bottiglia da vino "Bordolese light 750 ml" della gamma standard, sia per il suo peso leggero che per il suo colore cuvée, una nuova sfumatura creata da Vetropack Gostomel. La fabbrica ucraina di Vetropack utilizza il processo soffio-soffio per la produzione di questa bottiglia di vetro, vuoto a perdere, che consente di ridurre il peso della bottiglia a soli 400 grammi, il 40 per cento in meno rispetto alle bottiglie di vino tradizionali. Il vetro leggero ha un costo di produzione inferiore e consente, inoltre, di ridurre le emissioni di CO₂, pur mantenendo la forza e la stabilità dei contenitori di vetro più pesante.

Un'ulteriore innovazione e la seconda caratteristica vincente del prodotto, è il suo nuovo colore cuvée. Questa sfumatura, infatti, protegge ancora meglio il suo prezioso contenuto dagli effetti nocivi della luce del giorno, aspetto particolarmente messo in evidenza dalla giuria. Questa bottiglia in vetro leggero con tappo in sughero, disponibile anche in vetro bianco, ambra, verde e oliva, è uno dei contenitori per il vino più popolari sul mercato ucraino.

Vetropack Gostomel ha partecipato alla competizione ucraina Packaging Star per la diciannovesima volta. La cerimonia di premiazione si è svolta a marzo, presso il Salone Pack-Expo di Kiev.



FRIENDS OF GLASS

"La vita infinita del Vetro" – miglior campagna mediatica del 2017

Friends of Glass ha condotto la sua campagna "Endless Lives of Glass" (La vita infinita del vetro) principalmente attraverso i social media e il successo è stato tale da meritare il premio "International & European Association Award" in questa categoria.

Vi ricordate le bottiglie parlanti di Friends of Glass? La campagna "Endless Lives of Glass", lanciata circa un anno fa, sensibilizza ed educa con ironia al riciclo del vetro. Alcuni video sono stati girati in diversi supermercati europei utilizzando videocamere nascoste. Dagli scaffali dei supermercati, bottiglie di vetro chiacchierone interpellano direttamente i clienti esterrefatti e iniziano a parlare della vita infinita del vetro che può essere riciclato all'infinito per diventare così una nuova bottiglia o un nuovo vasetto.

Così come la campagna #MapYourTaste di due anni fa, anche "Endless Lives of Glass" ha riscosso grande successo sui social media tanto da meritare il premio "International & European Association Award" nella categoria Social Media.





SOSTENIBILE

Il vetro leggero protegge l'ambiente

I vigneti Schwertführer 47 sono stati selezionati come "Weingut des Jahres" (Vigneti dell'anno) nel corso della Lower Austrian Weingala (festa di gala del vino). La Raiffeisen Ware Austria ha conferito in premio 10.000 bottiglie di vino ecosostenibili fabbricate dalla Vetropack Austria.

Le bottiglie ecologiche erano nei magazzini Raiffeisen da circa un anno. Il magazzino dell'azienda ospita una vasta gamma di prodotti e servizi per il settore agricolo, tecnologico, energetico, edile, per la casa e il giardino. La RWA Raiffeisen Ware Austria ha sviluppato questa bottiglia leggera, composta quasi all'80% con vetro riciclato, in collaborazione con Vetropack Austria GmbH.

Resoconto sull'ambiente e sui prodotti locali

Utilizzando bottiglie ecosostenibili, i produttori di vino e altre bevande dichiarano apertamente la loro intenzione di prendersi cura dell'ambiente e di promuovere i prodotti locali. Questo contenitore di vetro leggero è facilmente riconoscibile dalla scritta "Nachhaltig Austria" (Austria Sostenibile) stampata in rilievo alla base. La bottiglia è disponibile in bordolese di colore oliva e bianco primeur (350 gr) e in renana cuvée (410 gr).

Tutte le bottiglie sono dotate di tappo a vite Bague Vin Suisse (BVS).

Premiate

Nel 2016, è stato riconosciuto il marchio Nachhaltig-Austria-Weinflasche (bottiglia sostenibile Austria) con la nomination all'Austrian "Smart Packaging", premio nazionale, che Vetropack Austria ha avuto l'onore di ricevere assieme alla RWA, oltre al rinomato premio "Green Packaging

Star Award" per l'ambiente. Durante la Weingala

austriaca, il vigneto Schwertführer 47 è

stato premiato come "Vigneto dell'anno" e

ha ricevuto il dono speciale di 10.000 bottiglie Nachhaltig-Austria-Wein-

flasche da RWA, un numero di bottiglie che rendono il vigneto ben fornito per la prossima stagione. Franz Rosner, Direttore Vendite vini, spumanti e alcolici, ha rappresentato Vetropack Austria a questa festa di gala. VETROTIME NUOVI DESIGN

QUALITA' SUPERIORE

Una lager che ha stile

La Vetropack ucraina produce le nuove bottiglie in vetro verde per la birra rumena Ciuc della Heineken. La bevanda è disponibile in bottiglie da 0,33 e 0,5 litri.

La scorsa primavera, la Heineken rumena ha lanciato nuove bottiglie in vetro verde prodotte da Vetropack Gostomel. Le bottiglie da 0,33 e 0,5 litri vantano un design tradizionale dal collo lungo e dalle spalle delicatamente arrotondate che scivolano lungo un corpo sottile. Le parole 'Qualità Superiore made in Romania dal 1974' sono incise in lettere maiuscole sulla parte anteriore. La bottiglia da 0,33 litri ha un tappo a corona twist-off mentre la bottiglia da 0,5 litri è fornita di un semplice tappo a corona.

Questa famosa lager è prodotta da Miercurea Ciuc, uno dei quattro birrifici della Heineken rumena. In perfetta sintonia con il design, gli ingredienti della birra sono anch'essi tradizionali: acqua, malto d'orzo e luppolo.





SPIRITI LIBERI

La distillazione ai più alti livelli

Le acquaviti di frutta della distilleria Freihof sono vendute in bottiglie di vetro prodotte dalla Vetropack Austria. La frutta proviene dalla regione austriaca del Vorarlberg, un'area di coltivazione tra le più rinomate a livello europeo. La qualità della frutta dona ai distillati un sapore particolarmente intenso.

Le distillerie Freihof distribuiscono le loro acquaviti alla frutta in bottiglie di vetro bianco, alte e sottili, realizzate presso lo stabilimento austriaco della Vetropack a Pöchlarn. Sopra le semplici etichette delle bottiglie da 0,5 e 1 litro sono incise le parole "Freihof 1885", anno di fondazione della distilleria di Vorarlberg. Sia i tappi a vite della bottiglia da 1 litro che I tappi di sughero a fungo della bottiglia da 0,5 litri sono elegantemente rifiniti in un bianco candido come la neve.

Gli alcolici sono distillati in modo tradizionale utilizzando la frutta che cresce principalmente nel clima mite di questa regione della valle del Reno. La gamma "Freihof 1885" è stata creata lo scorso anno e comprende otto gusti diversi: dalla tipica pera Williams alla genziana, al fresco e fruttato gusto delle arance rosse. Le acquaviti, distillate esclusivamente da frutta e bacche senza additivi o aromatizzanti, sono squisite tanto gustate lisce quanto miscelate con altre bevande o cocktail.

CHOCOLATEY

Dolci tentazioni

L'antica azienda viennese STAUD'S accosta il gusto della frutta e del caffè a quello del cioccolato e presenta queste novità di tendenza in un vasetto chiaro da 0,12 litri prodotto dalla Vetropack Austria di Pöchlarn.

Il marchio caratteristico della STAUD'S di Vienna, azienda conosciuta a livello internazionale per le sue specialità, è il suo distintivo vasetto ottagonale con coperchio nero. La

Vetropack Austria produce vasetti in vetro bianco dalla capacità di 37-580 ml per gli esclusivi prodotti di quest'azienda. Sono oltre 220 le prelibatezze dolci e salate confezionate nei vasetti di vetro prodotti da Vetropack per la STAUD'S che, di recente, ha creato nuove delizie che accostano il gusto di frutta e caffè a un rivestimento al cioccolato svizzero Grand Cru, realizzate da Felchlin, maestro cioccolatiere della grande tradizione locale di questo prodotto. Il caratteristico vasetto da 0,12 litri, realizzato presso l'impianto austriaco di Vetropack a Pöchlarn, offre un'esperienza tattile molto particolare non appena lo si preleva dallo scaffale. Il coperchio nero e l'etichetta scura completano l'aspetto elegante del prodotto.

Le nuove tentazioni dolci sono disponibili in quattro diverse varietà: lampone, amarena, banana e caffè. Spalmati sul pane o aggiunti a un dessert come tocco finale, questi prodotti al cioccolato, fatti con ingredienti di primissima qualità, sono una vera delizia per il palato.





La Vetropack croata a Straža produce le nuove bottiglie in vetro verde

per la birra Laško del birrificio "Pivovarna Laško Union".

Il birrificio sloveno di Heineken, "Pivovarna Laško Union", distribuisce la birra Laško non pastorizzata in nuove bottiglie di vetro realizzate da Vetropack Straža. La bottiglia verde da 0,5 litri è stata disegnata sul modello della bottiglia Euro della gamma standard ma ha un corpo più sottile ed è leggermente più alta. La bottiglia riutilizzabile con tappo a corona in sughero ha un design elegante e delicato. La scritta bianca, applicata sulla bottiglia dall'azienda Print Glass Kurt Mayer (Austria) con una tecnica di stampa serigrafica, lascia bellamente intravedere il suo contenuto.

La birra è preparata, come da ricetta tradizionale, con malto purissimo che le conferisce un fresco sapore di luppolo e il gusto amaro autentico delle birre slovene.





VETROTIME NUOVI DESIGN



RICCO DI TRADIZIONI

Vetro, vino e rock 'n' roll

Preziose gocce dalla regione del Vallese, in Svizzera, in una bottiglia di vetro prodotta dalla Vetropack di St-Prex. E' il vino Petite Arvine della "selezione Chris Slade" del vigneto "de Bernunes".

La musica degli AC/DC è forte e ostentata, mentre la bottiglia di vino cuvée della serie standard della Vetropack svizzera è modesta e delicata. L'unico particolare che salta all'occhio, sulla parte anteriore della bottiglia da 0,75 litri, è il bullone rosso e la firma in argento del batterista degli AC/DC, Chris Slade. La modestia della bottiglia esalta il suo prezioso contenuto, il vino Petite Arvine, prodotto da un'antica varietà d'uva, ricca di tradizione, della regione del Vallese. Il tappo di sughero naturale completa l'aspetto di pregio del prodotto.

Lo scorso maggio, nell'ambito della manifestazione "Cantine Aperte", nel Vallese, Nicolas Zufferey dei vigneti "de Bernunes" e Chris Slade hanno presentato questo vino. Nel corso dell'evento, i visitatori hanno avuto anche il piacere di assistere a un interludio musicale del famoso batterista.

LA VARIETÀ

Dagli aromi fruttati a quelli erbacei

Il sidro e la birra del birrificio Dr. Gab's, situato nella Svizzera occidentale, risplendono nelle bottiglie di Vetropack Svizzera. Le due bevande sono disponibili nel formato da 0,33 l.

Adatta al sidro, la bottiglia in vetro verde è a forma di mela, almeno nella parte della pancia. Il collo della bottiglia, abbandonato lo stile legnoso, si allunga verso l'alto. La bevanda rinfrescante, nella bottiglia da 0,33 l, è prodotta con mele svizzere al 100%. Buona e rinfrescante, anche l'etichetta dai toni del verde brilla di luce propria.

La Vetropack Svizzera produce la bottiglia con il tappo a corona sia per il sidro, sia per la birra Dr. Gab's. Gli amanti della birra possono scegliere tra quattro birre stagionali e sei classiche, come ad esempio "Tempête" o "Chameau". Su un lato della bottiglia Cuvée, con un design pulito, risalta l'incisione "DR. GAB'S". Chiara e fruttata, Pale Ale amarognola o birra scura: il birrificio propone un'ampia varietà di birra per soddisfare tutti i gusti. Ciò che accomuna tutte le birre è la fermentazione in bottiglia, grazie alla quale le bollicine si formano in modo naturale. Il risultato è una birra non filtrata che con il passare del tempo diventa sempre più buona.





NATURALMENTE TORBIDA

Una relazione tra Belgio e Svizzera

L'innovativa birra L'Echappée è il risultato di un incontro casuale fra un imprenditore svizzero e due belgi. La birra color paglierino, prodotta dai vigneti Rouvinez, è disponibile in bottiglie fabbricate dalla Vetropack ucraina.

La nuova bottiglia da 0,375 litri della Vetropack Gostomel per la birra L'Echappée, prodotta dai vigneti Rouvinez a Vallese, in Svizzera, non è seconda a nessuno in fatto di design. Il corpo lineare scorre senza discontinuità fino al collo che assottiglia la bottiglia come fosse un filo che ne prolunga la lunghezza. Il sughero giallo della corona fa da forte contrasto al colore ambrato scuro della bottiglia. Una semplice etichetta avvolge sfacciatamente il collo della bottiglia come la sciarpa di un bohémien.

La "più bizzarra innovazione dei settant'anni di storia dei vigneti Rouvinez" è stata ideata in Belgio, dove Frédéric Rouvinez, responsabile dell'azienda di famiglia, incontra due giovani birrai di Liegi in visita a quei luoghi. Il risultato dell'incontro è una birra belga color ambra, non filtrata, prodotta con un mix segreto di lieviti belgi e acqua delle Alpi svizzere. Gli altri ingredienti che compongono questa bevanda sono il malto d'orzo tostato e caramellato, malto di frumento e luppolo.

DA AGITARE

Una bevanda salutare sempre a portata di mano

Persone attive e salutisti sono entusiasti dei nuovi contenitori in vetro per bevande, prodotti dalla Vetropack croata. Si tratta di bottiglie shaker in vetro bianco da 0,65 litri.

D'ora in poi, gli amanti dei frappè e frullati fatti in casa potranno portarsi appresso quest'utilissimo shaker in vetro, prodotto da Vetropack Straža, anche quando sono in giro. Il contenitore sagomato da 0,65 litri permette di mescolare con facilità i liquidi, consentendo anche a chi non ha molto tempo per preparare frullati e bevande a casa, di mescolare gli ingredienti mentre è fuori. Gli anelli in silicone che circondano il recipiente assicurano una certa durevolezza e resistenza, rendendone possibile l'utilizzo anche durante l'attività sportiva. La scala di misura incisa sul contenitore consente di preparare con facilità la giusta quantità d'ingredienti. Questo prodotto esclusivo è distribuito dall'azienda slovena GlassShaker d.o.o. ed è un regalo sempre gradito a tutti. Lo shaker può anche essere personalizzato con un'incisione esclusiva sugli anelli in silicone.

Il vetro protegge il suo contenuto contro le contaminazioni esterne, mantenendo così intatte le vitamine e l'aroma della frutta per lungo tempo: una qualità certamente molto importante per le bevande salutari.



VETROTIME NUOVI DESIGN

PREZIOSA

Un'acqua dal valore inestimabile

La Vetropack slovacca produce la bottiglia in vetro bianco per la premiata acqua di sorgente rumena AUR'A. La bottiglia, rifinita con colloidi d'oro e d'argento, è disponibile in due diverse misure.

I progettisti della Vetropack Nemšová hanno creato le bottiglie in vetro bianco per l'acqua sorgiva AUR'A dei Monti Banat in Romania in due misure: 0,75 e 0,33 litri. La bottiglia stretta, alta e lineare, ha una superficie ultra-liscia e una zona spalla sorprendente. L'etichetta trasparente, e il logo AUR'A, raffigura dell'acqua che scorre – una donna dai lunghi capelli che ricoprono le spalle trasformandosi in onde.

L'acqua di fonte AUR'A vanta un alto valore del pH e contiene colloidi d'oro e d'argento, elementi molto utili per la salute dei consumatori. La bottiglia da 0,5 litri è già nella fase di progettazione. Quest'acqua inestimabile è ben protetta dalla bottiglia di vetro che preserva tutti i suoi preziosi ingredienti.



HOPS HOPS Hopfentimonade Alkohoc Freichtig zitronig

UNA PROTEZIONE CONTRO I RAGGI UV

Una bevanda dal gusto pungente

La nuova limonata "HOPS" del birrificio Zipf, membro dell'Unione birrai austriaci Brau Union Österreich, è ben protetta contro gli effetti dannosi della luce. La bottiglia di vetro bianco prodotta dalla Vetropack Straža si distingue, infatti, per il suo vetro con protezione UV integrata.

Con la sua ultima creazione, HOPS, il birrificio Zipfer, situato in alta Austria, ha capito che la birra non deve necessariamente essere alcolica, come dimostrano anche le più recenti tendenze. Le birre analcoliche stanno, infatti, diventando sempre più popolari.

Per questa nuova bevanda, la Vetropack Straža produce bottiglie di vetro bianco che vantano una protezione integrata contro i raggi UV – elementi che deviano la luce sono, di fatto, aggiunti al vetro fuso nell'alimentatore (canale). Il logo distintivo della birreria Zipfer è impresso sulla spalla della bottiglia mentre la base è decorata con la scritta "Brauerei Zipf" ("Zipf Brewery"). La Vetropack di Kremsmünster produce anche una versione da 0,33 litri in vetro ambrato.

Sei diverse varietà di luppolo concorrono ad affinare il gusto della HOPS. I pungenti, seppur discreti aromi del luppolo, il fruttato succo di limone e un tocco di birra analcolica Zipfer, riescono a incontrare il gusto dei palati adulti. Inoltre, questa bevanda dissetante, non è assolutamente dolce come altre limonate in commercio.

PREMIO ECOLOGICO

Naturale dentro, perfetta fuori

"Morshynska", il "diamante" naturale dei Carpazi, nonché acqua minerale preferita dal popolo ucraino, ha da poco assunto una nuova veste – una bottiglia dal design tutto nuovo, prodotta da Vetropack Gostomel.

La natura ha creato un contenuto perfetto e, in sinergia, l'uomo si è ingegnato a costruire la forma di un contenitore ideale, realizzando un prodotto di altissima qualità. La produzione della nuova bottiglia così progettata è stata affidata all'impianto ucraino di Vetropack. "Morshynska Premium" è disponibile in tre misure: 0,33, 0,5 e 0,75 litri.

Con le sue linee nitide ed eleganti, il lungo collo che scorre dolcemente verso il corpo, la bottiglia di vetro bianco ha un aspetto armonioso. Il tappo a vite è di colore argento o verde, a seconda che si tratti di acqua frizzante o naturale. L'etichetta trasparente appare elegante, pur nella sua semplicità.

Con il lancio della nuova bottiglia premium, "Morshynska", l'azienda ha anche dato il via a un premio ecologico con lo scopo di sostenere gli sforzi dell'Ucraina nell'ambito di una maggiore attenzione alla tutela ambientale. Con l'obiettivo di ispirare le persone a uno stile di vita sano e consapevole, diverse aziende nel settore dei prodotti ecologici, eco-blogger, figure pubbliche e molte persone interessate hanno preso parte a questo premio.



TIRAMI SU!

Gratificazione al caffé

La Vetropack Nemšová ha sviluppato un nuovo contenitore in vetro per la recente linea di prodotti "INTENSE" di Elite Coffee. Il caffè energizzante dell'azienda israeliana ha il gusto caratteristico e intenso dell'espresso.

Elite Coffee è uno dei marchi più popolari in Israele. Gli specialisti della fabbrica slovacca di Vetropack hanno sviluppato un nuovo modello di contenitore in vetro per la nuova linea INTENSE. Il vetro bianco con tappo a vite conferisce al contenitore un aspetto sobrio e spiritoso al tempo stesso. Il corpo si assottiglia sotto le spalle larghe, giù fino in fondo per poi allargarsi di nuovo e riprendere le dimensioni delle spalle. La sincronia cromatica tra il tappo e l'etichetta dona al vasetto un aspetto armonioso.

La combinazione unica del caffè liofilizzato e del caffè espresso appena tostato si realizza pienamente dentro il contenitore di vetro da 0,566-litri. Il caffè Elite è di proprietà della Strauss Coffee BV che opera in più di venti paesi. Cinque anni fa, la società ha acquisito la Norddeutsche Kaffeewerke GmbH, l'azienda tedesca produttrice di questo nuovo caffè.



VETROTIME CLIENTI

SIMEI@DRINKTEC

Eccitanti prospettive

La fiera SIMEI@drinktec si terrà a Monaco di Baviera dall'11 al 15 settembre prossimo. Il Gruppo Vetropack sarà presente con un grande stand per far conoscere la vasta gamma di articoli prodotti da tutte le filiali.

SIMEI, che si tiene a Milano dal 1963 è considerata la fiera leader, a livello globale, per le tecnologie del vino. Da quest'anno, Simei fa parte della fiera Drinktec, esposizione dedicata all'industria degli alimenti liquidi e delle bevande che si tiene ogni quattro anni a Monaco. Il SIMEI si terrà, invece, ogni due anni, in alternanza tra Milano e Monaco.

Presso il suo stand, il Gruppo Vetropack presenterà l'intera gamma di bottiglie in vetro per il vino, dai numerosi modelli standard fino a bottiglie particolari e uniche, prodotte dalle nostre filiali su specifica richiesta dei clienti. Presso lo stand, i visitatori potranno inoltre capire come avviene la produzione dei contenitori in vetro.

Naturalmente, oltre a bottiglie per vino e spumante, il Gruppo Vetropack presenterà anche molti altri prodotti per il confezionamento di alimenti e bevande. Venite dunque a trovarci nel padiglione C2, stand 437, e lasciatevi conquistare dalla nostra incredibile gamma di prodotti.

SCAMBIO DATI ELETTRONICO

Trasmissione rapida e automatica

Vetropack Austria è il primo fornitore dell'azienda di produzione alimentare austriaca Spitz che svolge tutto il processo di ordinazione in modo automatico grazie allo scambio dati elettronico.

Per i propri prodotti, l'azienda alimentare Spitz utilizza i contenitori in vetro di Vetropack Austria. Da oltre un anno, le due aziende si scambiano i dati in modo elettronico. Lo scambio dati avviene per mezzo di EDI, acronimo di electronic data interchange (scambio dati elettronico). Per ora Vetropack è l'unico fornitore con cui Spitz si interfaccia per mezzo di uno scambio dati interamente elettronico. Nel caso di commesse standard, il processo aziendale tra le due aziende, dall'ordine alla consegna, avviene in modo automatico e a velocità elevata. Se per esempio le condizioni di consegna o la quantità deviano dallo standard, il contatto personale si rende necessario. Infine le modifiche vengono reinserite nel sistema.

Contemporaneamente all'ordine vengono inviate tutte le informazioni relative e Spitz riceve un codice (Serial Shipping Container Code), che viene stampato anche sull'etichetta dei bancali. Grazie a questo codice a barre è possibile identificare immediatamente eventuali reclami e risalire in modo rapido ed efficiente alla produzione.

«EDI ci permette di lavorare in modo ancora più efficiente»



Vetrotime ha intervistato Günter Heimbuchner, responsabile della logistica presso S. Spitz GmbH, che ha raccontato delle sue esperienze nel campo dello scambio dati elettronico.

Quali vantaggi le offre lo scambio dati elettronico?

Con il passaggio a EDI, non serve più inviare gli ordini via mail e a fronte dell'elevato numero di ordini, l'impegno burocratico si riduce notevolmente. Ad esempio si elimina il controllo delle conferme d'ordine per quegli ordini in cui

non vi sono scostamenti dallo standard. Inoltre si accelera il processo di accettazione della merce in quanto il sistema acquisisce i dati direttamente e non serve più eseguire l'operazione a mano.

Per quanto riguarda la rintracciabilità della merce, qual è il vantaggio di EDI per l'azienda? Contestualmente all'ordine inseriamo tutte le informazioni pertinenti di Vetropack Austria nel nostro sistema. A dire il vero non sono più necessari ulteriori inserimenti manuali. Anche in questo caso, il fattore tempo svolge un ruolo fondamentale, che con EDI può essere notevolmente ridotto.

In che misura è cambiato il lavoro per la S. Spitz GmbH con Vetropack Austria da quando le commesse vengono trasmesse con lo scambio dati automatico? Ovviamente, nella fase iniziale si genera un lavoro aggiuntivo. È altresì necessario ottimizzare internamente i processi, a valle e a monte. EDI funziona solo grazie a processi snelli e

solo così può supportare i collaboratori in modo mirato. Il sistema nel frattempo si è stabilizzato e noi ne siamo molto soddisfatti.

Quali passi successivi avete pianificato nell'ambito della collaborazione EDI con Vetropack Austria?

Il prossimo passo dovrebbe consentire la trasmissione e la consegna delle fatture nel nostro sistema. Al momento questa procedura è possibile solo in modo tradizionale.

Come dovrebbe svilupparsi ulteriormente lo scambio dati elettronico? Secondo lei esiste un potenziale di miglioramento? Ci si dovrebbe concentrare in modo ancora più mirato sulla gestione delle rampe. Ciò interessa il coordinamento di tutti i processi di carico e scarico sulla rampa di carico. In questo modo si potrebbero ridurre ad esempio i tempi di attesa da entrambe le parti. Altrettanto pratico e necessario sarebbe un segnale di ingresso della merce che ancora non riceviamo automaticamente.



VETROTIME CONCORSO

CONCORSO DI DISEGNO

Il riciclo spiegato in modo semplice

La scorsa primavera, l'impianto ceco di Vetropack a Kyjov ha lanciato un concorso per gli allievi della scuola secondaria locale. Gli allievi dovevano dipingere e disegnare le loro idee sul riciclo e su tutto quanto può essere prodotto con il vetro.



Il concorso organizzato da Vetropack Moravia Glass per i bambini delle scuole secondarie è stato un grande successo, con oltre 150 disegni inviati. Scopo dell'iniziativa era rendere i bambini più consapevoli dell'importanza del riciclo e del valore del vetro usato. «E' stato entusiasmante ricevere tanti meravigliosi disegni. Siamo rimasti così sorpresi dal numero elevato dei lavori ricevuti e dalla loro straordinaria diversità che abbiamo anche assegnato un premio speciale per un libro di disegni creativi» ha dichiarato Regína Bělohoubková, co-organizzatore del progetto e assistente all'Amministratore Delegato di Vetropack Moravia Glass. Karolina Bystřická, Assistente Vendite e Marketing, ha aggiunto: «Sì, è stato davvero difficile scegliere i disegni migliori. Ogni rappresentazione aveva un suo fascino e avremmo voluto dare un premio a tutti i bambini.»

L'arte della selezione

L'artista russo Wladimir Abramuszkin, che vive vicino alle vetrerie, è stato coinvolto nel processo di selezione e ha spiegato così la sua scelta dei vincitori: «Ho valutato i disegni in base alle emozioni che hanno suscitato. I bambini hanno una fantastica immaginazione e sono rimasto affascinato e commosso dalla varietà degli approcci.»

I vincitori sono stati poi tutti invitati alla vetreria di Kyjov per la cerimonia di premiazione. Uno dei vincitori, Dáša Ježová, quidicenne affetta da autismo ha detto: «Mi piace disegnare e sono felice di aver vinto. Continuerò a dipingere, soprattutto creature mitiche.» La madre, Zdeňka Ježová, fiera del risultato, aveva un grande sorriso sul volto: «Sono molto felice per lei e certamente l'incoraggerò a continuare con la sua arte.»

Gregor Gábel, Amministratore Delegato di Vetropack Moravia Glass, ha consegnato a ciascuno dei tredici vincitori un voucher per un negozio di articoli sportivi e i tredici disegni scelti andranno a comporre un calendario: un disegno per la copertina e uno per ogni mese del 2018. «È importante che i bambini imparino l'importanza di separare i diversi colori quando buttano i contenitori di vetro. In questo modo, potranno proteggere la natura e svolgere un ruolo attivo nel preservare l'ambiente per le generazioni future. Sono molto orgoglioso dei bambini», ha poi affermato.

Dopo la premiazione, tutti hanno partecipato a una piccola festa, seguita da una breve visita guidata all'impianto di produzione. I bambini sono rimasti impressionati e sorpresi dalla potenza, dal rumore e dal calore prodotto dalle machine.



CREATIVITÁ

GlasSharing e l'entusiasmo delle classi italiane

Il tema del GlasSharing approda nelle scuole italiane per la decima volta. Gli studenti e le studentesse della scuola primaria e secondaria hanno presentato oltre 270 progetti incentrati sul tema del vetro e del riciclo. La premiazione ha avuto luogo nelle sale del Ministero dell'Istruzione a Roma.





In occasione della decima edizione di "GlasSharing" (si veda box informativo), gli studenti e le studentesse potevano scegliere tra tre temi per partecipare al concorso: "Ambiente, raccolta e riciclo", "Sicurezza alimentare e salute" e "Il vetro e la sua importanza". Il concorso ha avuto grande riscontro tra gli studenti della scuola primaria e secondaria italiana, tanto che i progetti presentati sono stati oltre 270.

Il primo posto nella categoria scuola primaria se lo è aggiudicato la classe 4A dell'istituto Collodi di Ceggia, Venezia, con il testo teatrale scritto dagli studenti di proprio pugno: "Pietro – il vetro". Il tema dell'opera è il riutilizzo creativo delle bottiglie di vetro e dei vasi da conserva, riciclati ad esempio per le decorazioni di Natale.

Per la categoria Scuola secondaria, il primo premio è stato assegnato alla classe 3A dell'istituto Giovanni di Maserà, sempre in Veneto. Gli studenti e le studentesse hanno ideato un'originale rivista di enigmistica dal titolo "Il vetro" in tre lingue, per illustrare le infinite possibilità di vita del vetro.

Diamo vita al riciclo

«Con il concorso di quest'anno abbiamo voluto sottolineare i vantaggi del vetro quale materiale di imballaggio»,

afferma Marco Ravasi, Presidente della sezione vetro cavo di Assovetro. Franco Grisan, presidente di CoReVe, aggiunge quanto sia importante sensibilizzare i giovani sul tema del riciclo e i vantaggi che ne derivano. Il vetro, infatti, è un materiale naturale e riciclabile al 100%. Ecco perché riciclare il vetro significa valorizzare le risorse, migliorare il bilancio ambientale e risparmiare energia.

GlasSharing

GlasSharing, il progetto italiano per le scuole, si rivolge agli studenti e alle studentesse della scuola primaria (solo agli ultimi due anni) e della scuola secondaria. Il concorso viene promosso da Assovetro (Associazione Nazionale dell'Industria del Vetro Italiana) e CoReVe (Consorzio Recupero Vetro).

VETROTIME

VITA NUOVA

Upcycling finlandese

Conosciuta e amata oltre i propri confini, la Finlandia è diventata una fucina di creatività, dove la bellezza e l'attenzione al design sono diventate quasi un culto. Lo stesso si può dire anche del vetro finlandese, perfetto per l'uso quotidiano.





Le parole "Finnish Glass and design" evocano immediatamente immagini del vaso Aalto dal profilo ondulato, conosciuto anche come "vaso Savoy", uno dei più famosi articoli in vetro del mondo. La collezione classica di questi vasi in vetro è il frutto dell'ingegno dell'architetto e designer Alvar Aalto e di sua moglie Aino, dal 1936 in poi icona del design scandinavo. Si dice che il design sia modellato sui paesaggi finlandesi: ben definito ma non noioso, grazie ai suoi monti, foreste e laghi. Il vaso Aalto è stato svelato per la prima volta durante l'Expo di Parigi nel 1937. La produzione di un singolo pezzo richiedeva l'impiego di sette soffiatori di vetro che lavoravano al vaso per ben sedici ore. I pezzi originali furono commissionati dal lussuoso ristorante Savoy di Helsinki, che ha così contribuito al suo secondo nome. La forma di questi vasi è tuttora molto popolare e numerosi vetrai continuano a produrre variazioni sull'originale. Oggi come allora, la gamma di colori si estende dal trasparente all'ambra, alle varie tonalità di blu e rosso fino al viola, al grigio fumo e all'opale.

In questo modo, Aalto ha gettato le basi per la fama mondiale della Finlandia nella lavorazione del vetro. Tapio Wirkkala, che visse dal 1915 al 1985, celebrò il suo primo grande successo a Milano, nel 1951. Tra i suoi disegni più famosi c'è un vaso in vetro ispirato alla forma del fungo cantarello. In seguito, lavorò anche per Rosenthal, società famosa per le sue porcellane.

Come il vaso Aalto, molti dei temi rappresentati dal design finlandese traggono ispirazione dalla natura. Questo è particolarmente vero nel settore della lavorazione del vetro, il materiale che più di ogni altro rispecchia la purezza della natura e la sua pletora di strutture in un originale linguaggio stilistico. Sia Jukka Isolalo sia Jan Torstensson, designer appartenenti alla nuova generazione di artisti del vetro finlandese, concordano sul fatto che il design ha un rapporto molto stretto con il mondo naturale. Entrambi gli artisti utilizzano vetro riciclato come punto di partenza per le loro opere, trasformando i pezzi in articoli quotidiani senza tempo da godere e apprezzare. Il materiale di recupero è fornito da ristoranti oppure da Aiko, azienda statale di distribuzione di alcolici.

"Sabbiatura a freddo"

Nato nel 1962, Jukka Isotalo ha studiato disegno industriale presso l'università Aalto di Helsinki e, in seguito, alla prestigiosa scuola di vetro Svedese Orrefors. Quando la sua carriera artistica aveva appena iniziato a decollare, iniziò a



creare portacandele utilizzando vecchie bottiglie. Al vetro rilavorato, tagliato, macinato e sabbiato con una tecnica conosciuto nell'industria come "sabbiatura a freddo", viene data una nuova forma e una nuova finitura. In altre parole, i pezzi sono trasformati in oggetti d'arte con un aspetto nuovo, fresco e con una funzione ben diversa da quella originale. Qualche volta, Isotalo introduce contrasti diversi all'estetica tranquilla del vetro, aggiungendo una base o coperchio di legno, creando lampade, ciotole, bicchieri e molto altro. I trofei dei vincitori della Coppa del mondo di Slalom del 2009, tenutasi a Levi, in Finlandia del nord, sono stati disegnati da Isotalo e, come si può ben immaginare, prodotti con bottiglie di vino usate.

Scaldare e riformare

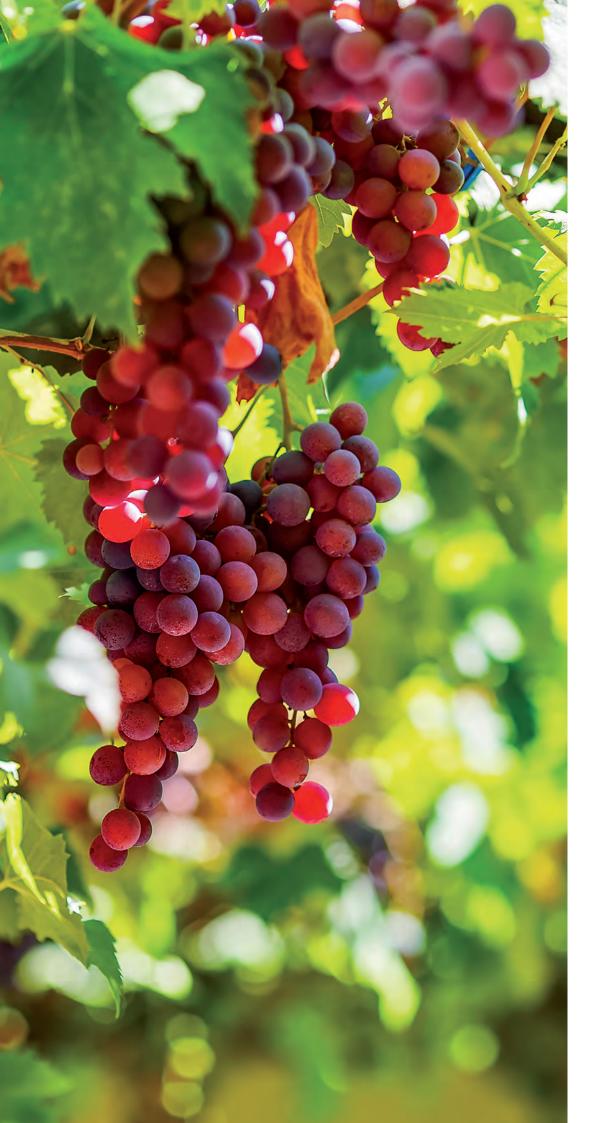
Nato nel 1953, Jan Torstensson ha imparato a lavorare il vetro completando un apprendistato di tre anni come soffiatore. Le sue opere prendono vita riscaldando il vetro riciclato e distendendolo, creando così nuove forme men-

tre la materia è ancora calda. I suoi oggetti preferiti sono bottiglie per il vino e bottiglie piccole. Il suo principale fornitore di materiale grezzo è l'aeroporto di Helsinki-Vantaa. Per l'artista è molto importante lavorare nel modo più 'eco-friendly' possibile, e per questo motivo usa attrezzature e fornaci da lui stesso progettate. Infatti, nel 2009 è stato premiato in Finlandia per il suo impegno nei metodi di produzione e design a basso consumo energetico.

Da vetreria a società di design

La società più famosa in Finlandia è la littala che ha iniziato la sua attività come vetreria, nel 1881. La società ha ottenuto fama mondiale tra il 1930 e il 1940 grazie ad alcuni suoi designer, incluso Alvar e Aino Aalto, Kay Franck, Tapio Wirkkala e Oiva Toikka, quest'ultimo non ancora menzionato in quest'articolo. Anche se littala non assume più designer, sono esposti presso l'azienda numerose opere di famosi artisti, pezzi che possono essere acquistati insieme alle creazioni di Jan Torstensson e Jukka Isotalo.

Il Glasmuseum Frauenau in Germania ha fornito le foto degli oggetti in vetro resi disponibili per questo articolo. Le opere di Jan Torstensson and Jukka Isotalo sono state esposte al Glasmuseum Frauenau nel 2014.



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 45877714 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

