

VETRO TIME

ECOLOGIA
Un parco veicoli
all'insegna della
sostenibilità

APPRENDIMENTO CONTINUO
Il centro di formazione del Gruppo

MERCATO
Bibite gassate
rinfrescanti



04 IN EVIDENZA	Vetro decorativo
07 RICICLO	"Close the Glass Loop"
08 MERCATO	Dolci bollicine in bottiglia
14 FIERE	Grande interesse per i contenitori in vetro
15 FORMAZIONE	Un approccio decisamente pratico
18 NUOVI DESIGN	La varietà del vetro
26 FRAMMENTI DI CULTURA	In mostra a Humpolec, Repubblica Ceca

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.



No. 01-20-240235 - www.myclimate.org
© myclimate - The Climate Protection Partnership

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. Quando si parla di bibite gassate, ci si può sbizzarrire tra un'ampia varietà di gusti e di bottiglie. Per le bibite, Vetropack offre una vasta gamma di bottiglie, sia con vuoto a rendere, sia a perdere. Indipendentemente dal tipo di bottiglia, è il vetro bianco a farla da padrone. La varietà di colori delle bibite trova la sua espressione migliore in queste bottiglie. Il vetro risponde pienamente alle sempre più stringenti esigenze di sostenibilità ambientale dei clienti, perché può essere riciclato all'infinito senza comprometterne la qualità.



Care lettrici, cari lettori,

è proprio vero che è impossibile sottrarsi alla propria natura. Ne ho avuto l'ennesima dimostrazione leggendo l'articolo dedicato al tempio thailandese Wat Pa Maha Chedi Kaew (pagina 4): un'immagine magnifica, sebbene mi dispiaccia un po' aver perso tutta quella materia prima secondaria! Anche l'UE si è accorta dell'importanza del vetro riciclato, tanto che in tutta Europa il tasso di raccolta è destinato ad aumentare fino al 90%. Se siete interessati a questo tema, potete approfondire la questione a pagina 7.



Anche le pagine successive (8-10) trattano argomenti "frizzanti", grazie allo speciale sulle bevande gassate alla frutta: con il loro gusto dissetante piacciono davvero a tutti, non solo ai bambini. L'articolo spazia tra le varie declinazioni di queste bibite, ma per quanto mi riguarda sono rimasto particolarmente colpito dalla vasta offerta di cole.

A novembre 2019 si sono anche svolte le fiere per noi più importanti: l'immane BrauBeviiale a Norimberga e SIMEI a Milano (pagine 14-15). Solo poche settimane dopo, a gennaio 2020, Vetropack e la società commerciale Müller + Krempel Ltd hanno presentato la loro ampia gamma di prodotti a Martigny, in occasione della fiera svizzera della viticoltura e frutticoltura Agrovina.

Potrei darvi molti altri consigli di lettura per questo numero di Vetrotime, ma lasciatemi fare un annuncio che mi sta particolarmente a cuore: la nostra nuova relazione sulla gestione 2019 è online, ed è una novità che vale doppio. Innanzitutto la relazione sulla gestione e il rapporto sulla sostenibilità sono stati accorpati in un unico documento, perché le tendenze e gli obiettivi finanziari, ambientali e sociali si influenzano a vicenda, incidendo nel loro insieme sul successo a lungo termine di un'impresa. In secondo luogo la relazione integrata sulla gestione non viene più stampata, ma resa disponibile soltanto online, con la possibilità di scaricarla dal nostro sito web (pagina 6).

Care lettrici, cari lettori, fidatevi: sia Vetrotime sia la relazione integrata sulla gestione vi regaleranno una piacevole lettura. Colgo l'occasione per augurarvi una fantastica primavera.

Cordiali saluti

Johann Reiter
CEO Vetropack Holding Ltd

IN EVIDENZA



IL TEMPIO "RICICLATO" I

Il tempio del milione di bottiglie

Il tempio buddista Wat Pa Maha Chedi Kaew, noto anche come il Tempio del milione di bottiglie, sorge nella provincia thailandese di Sisaket ed è stato costruito con oltre 1,5 milioni di bottiglie di birra vuote. Volendo contribuire attivamente allo smaltimento dei rifiuti, i monaci hanno cominciato negli anni Ottanta a raccogliere le bottiglie per la costruzione. La raccolta, proseguita per due anni, è servita alla realizzazione del tempio principale. Successivamente sono stati costruiti, in maniera analoga, gli altri edifici della struttura.

Creazioni che nascono dal mare

Ispirandosi alla famosa tecnica di lavorazione del vetro Tiffany, l'artista ucraina Kateryna Shelyhina ha cominciato a trasformare i vetri di mare raccolti sulla spiaggia in oggetti di diverso tipo, come piatti, portacandele, lampade e altri articoli d'uso quotidiano. Kateryna Shelyhina ha anche esposto alcuni progetti di street art nei parchi della sua città natale, Odessa, mentre altre sue creazioni possono essere ammirate sulla costa nord-occidentale del Mar Nero, proprio nelle immediate vicinanze dell'acqua.



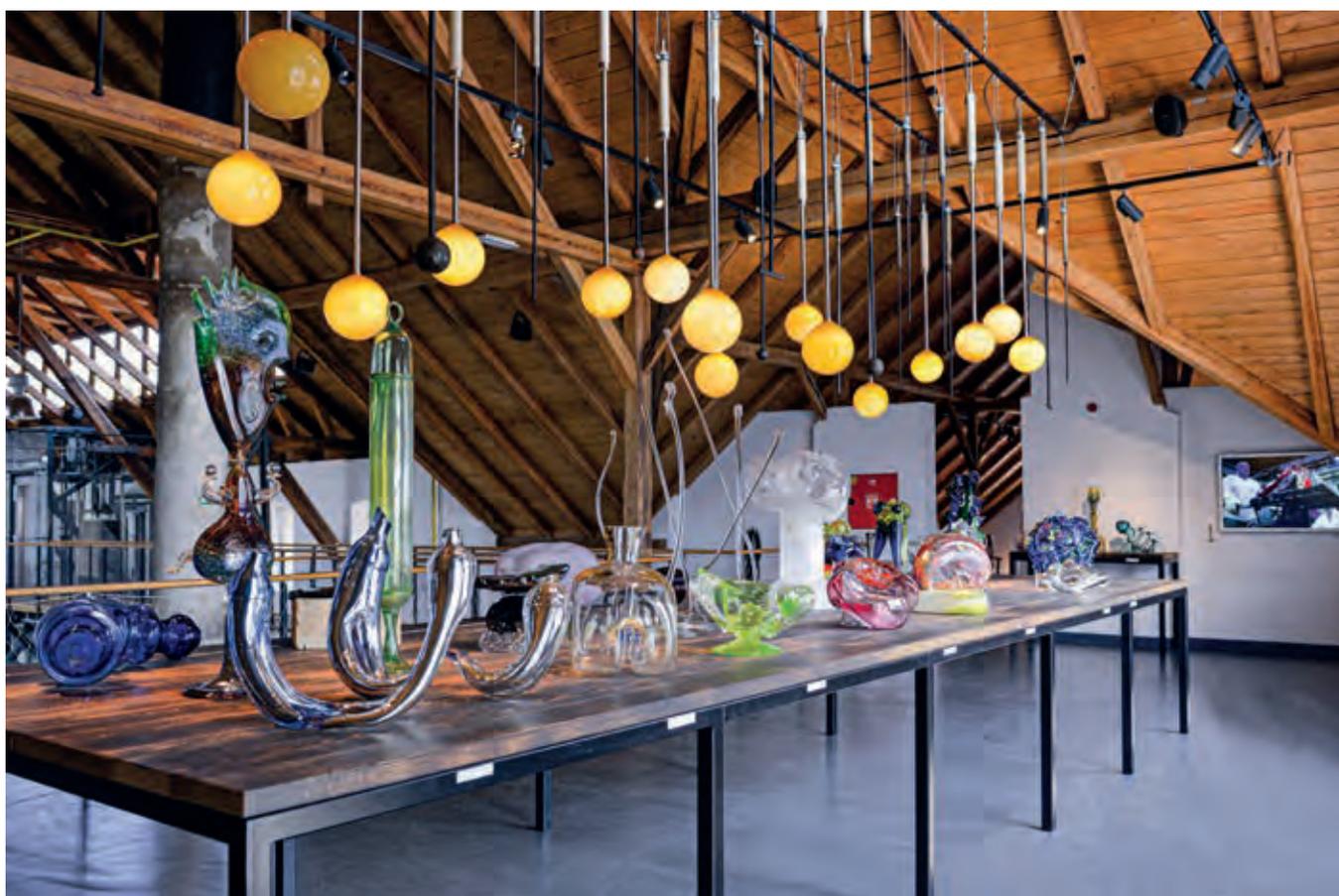


IL TEMPIO "RICICLATO" II

Giardinaggio urbano

Il giardinaggio urbano è una tendenza molto in voga. La riconversione di piccole superfici cittadine in mini aree verdi segue i principi della coltivazione sostenibile e della produzione ecocompatibile. Tagliate ad hoc, le bottiglie di vetro si prestano benissimo ad ospitare specie botaniche che non necessitano di molta terra per attecchire: fiori, erbe aromatiche, perfino fragole. Senza contare che un comodo orticello a portata di mano porta anche una gradevole nota di colore in casa.

TUTTI I SENSI DELLA BELLEZZA



La vetreria František di Sázava, in Repubblica Ceca, apre le porte della sua collezione di opere d'arte in vetro, realizzate da artisti cechi e internazionali. I visitatori hanno la possibilità di assistere alla creazione del vetro dal vivo. Un'esperienza a 360°, che coinvolge tutti i sensi e permette ai visitatori di scoprire come i capolavori in filigrana abbiano origine dalla sabbia e da altre materie prime. L'obiettivo della vetreria è quello di preservare l'arte del vetro, il vero fiore all'occhiello della Repubblica Ceca.



ESORDIO ONLINE

La prima relazione integrata sulla gestione del Gruppo Vetropack è disponibile online

Per l'anno fiscale 2019, per la prima volta il rapporto sulla sostenibilità verrà integrato nella relazione sulla gestione e pubblicato solo online. Questa iniziativa è dettata da principi di sostenibilità, ma anche dall'esigenza di interconnettere le informazioni.

Una relazione integrata sulla gestione, destinata soltanto alla pubblicazione online, è molto più di un semplice file PDF. Certo, offrire un documento del genere online permette alle parti interessate di vivere un'esperienza di consultazione digitale, ma il punto non è solo questo. Con la nuova relazione sulla gestione destinata alla pubblicazione online, il Gruppo Vetropack ha detto addio per sempre all'approccio che privilegia la stampa su carta, dimostrando a tutti gli effetti la propria lungimiranza. Questo nuovo formato soddisfa le rinnovate esigenze delle parti interessate e il bisogno di informazioni interconnesse.

I vantaggi di una relazione digitale

La relazione integrata sulla gestione funge da documento informativo per le varie categorie di stakeholder. Ogni categoria è interessata ad ambiti diversi, ma tutte hanno in comune la necessità di reperire le informazioni per loro importanti il più velocemente possibile. Con la relazione sulla gestione in formato digitale, riescono a farlo senza problemi.

I nuovi strumenti adottati, come visual o infografiche, permettono di rappresentare in maniera sintetica dati e contenuti in parte complessi. L'uso dei link agevola la navigazione nel

documento, o reindirizza l'utente a ulteriori informazioni. Vetropack pubblica la relazione integrata sulla gestione su un sottosito responsivo, capace cioè di adattarsi automaticamente al dispositivo utilizzato per la consultazione.

Una visione olistica

Per l'anno fiscale 2019, per la prima volta il Gruppo Vetropack redige una relazione integrata sulla gestione, che inquadra sia l'andamento finanziario sia altri tipi di prestazioni. L'azienda ha definito il punto focale della relazione sulla base di un'analisi della rilevanza condotta nell'anno di riferimento. La creazione del valore a lungo termine è emersa quindi come il tema chiave. La relazione integrata acquisisce ulteriore significato, perché da qualche anno i confini si stanno progressivamente assottigliando: i temi della sostenibilità e della responsabilità occupano sempre più spazio nelle relazioni sulla gestione. Ed è impossibile illustrare la strategia di sostenibilità senza fare riferimento alla strategia d'impresa. Alla luce di tutto questo, l'accorpamento dei due documenti è una mossa più che logica.

**Relazione integrata online 2019
del Gruppo Vetropack**



“CLOSE THE GLASS LOOP”

Il settore europeo dei contenitori in vetro punta a raggiungere un tasso di raccolta del 90%

La quota di raccolta dei contenitori in vetro per il riciclo bottle-to bottle ha già raggiunto a livello europeo il 76%. Ora la UE si prefigge l'ambizioso obiettivo di toccare quota 90% entro il 2030.

Il vetro è un materiale riciclabile al 100% e può essere riutilizzato innumerevoli volte, un pregio che consente di limitare il consumo di risorse naturali, produrre meno rifiuti e ridurre il consumo energetico, in linea con l'obiettivo di sostenibilità delle Nazioni Unite per un modello di consumo e produzione responsabile (SDG 12). Al tempo stesso, il riciclo del vetro consente al settore di ridurre drasticamente il consumo di energia e le emissioni di CO₂.

Il vetro è il materiale di imballaggio per alimenti e bevande più riciclato in Europa, con una quota di raccolta che al momento è pari al 76%. Pertanto, l'UE gioca già un ruolo di spicco nell'economia circolare del vetro. Ora il settore europeo del packaging in vetro si è posto l'obiettivo, con l'iniziativa "Close the Glass Loop", di arrivare entro il 2030 a raccogliere e riciclare il 90% del vetro usato, così da realizzare un'economia circolare del vetro nell'UE.

Miglioramento qualitativo del vetro riciclato

L'iniziativa coinvolge su una piattaforma europea comune i diversi attori della filiera della raccolta e del riciclo del vetro. L'obiettivo della piattaforma è duplice: oltre a colmare il gap della raccolta, si tratta anche di migliorare la qualità del rottame, in modo da assicurare la produttività delle risorse destinate al ciclo di produzione da bottiglia a

bottiglia. Nei prossimi mesi si lavorerà alla messa a punto del programma insieme ai partner della filiera, con i quali si stanno al momento definendo le modalità di collaborazione.

“Il nostro obiettivo è accrescere ulteriormente la sostenibilità delle soluzioni di packaging in vetro che offriamo ai nostri clienti e ai consumatori”, ha affermato Michele Giannuzzi, Presidente della FEVE. “Siamo orgogliosi di aver dato vita a “Close the Glass Loop”, un'iniziativa di settore che si tradurrà in vantaggi reali sia per il mercato che per il pianeta. È la nostra call to action per realizzare un ambizioso piano d'azione per l'economia circolare del vetro.”

Tutto ha inizio dalla raccolta del vetro usato. Il programma “Close the Glass Loop” punta a promuoverla e a coinvolgere i numerosi

partner europei e nazionali, dai Comuni alle aziende di trasformazione del vetro ai clienti del settore.



Oltre a voler incrementare il tasso di raccolta del vetro, portandolo a quota 90%, il settore europeo degli imballaggi in vetro punta a migliorare la qualità del rottame, in modo che si possa destinare più vetro riciclato al processo di produzione di nuovi contenitori.

FEVE

La Federazione europea dei contenitori in vetro, FEVE, è l'associazione che riunisce i produttori europei di contenitori e stoviglie in vetro realizzati a macchina. I membri della FEVE producono oltre 20 milioni di tonnellate di vetro all'anno. La Federazione rappresenta circa 60 aziende che appartengono a circa 20 gruppi societari indipendenti. Vetropack è membro della FEVE.



DOLCEZZA NATURALE

Bevande frizzanti alla frutta: un sapore rinfrescante che solletica il palato

Dimenticate le vecchie definizioni: oggi le bevande gassate alla frutta sono molto più di un semplice mix a base di acqua e succo. Grazie al sapore rinfrescante e alla piacevole frizzantezza regalano una vera e propria iniezione di buonumore, non solo ai bambini. Tra l'ampia varietà di gusti e le bottiglie originali c'è solo l'imbarazzo della scelta. Dolci e dissetanti, le bevande frizzanti alla frutta si inseriscono in un mercato molto competitivo, che ha abbracciato il trend dell'alimentazione sana anche per quanto riguarda le bibite zuccherate.

Le bevande frizzanti alla frutta rientrano nella categoria delle bibite dolci, come succhi, infusi e gazzose. Prepare con acqua dolcificata addizionata di anidride carbonica, queste dissetanti bevande analcoliche possono anche essere aromatizzate con estratti di frutta, ma in ogni caso devono contenere solo ingredienti naturali.

Oggi le bevande frizzanti alla frutta occupano una posizione difficile sul mercato: sono considerate ipercaloriche, e sappiamo tutti che il loro consumo andrebbe limitato, tanto

che in alcuni Paesi è già al vaglio l'introduzione di una tassa sugli zuccheri. D'altra parte, però, quasi nessuno ne beve litri al giorno.

Un settore in mutamento

Il trend dilagante dell'alimentazione sana non si ferma nemmeno davanti all'industria del beverage, anzi, le aziende



del settore sfoderano tutta la creatività di cui sono capaci per fronteggiare questo fenomeno. Sul mercato sono già disponibili bevande alla frutta dolcificate con metodi alternativi, ad esempio con la stevia. A queste si aggiungono le varianti senza zucchero, nonché le bevande con caffeina naturale come il guaranà.

Ma a fare concorrenza a queste bibite ci sono anche i segmenti dell'acqua e della birra analcolica, che al momento sono in forte ascesa, così come il sidro e i mix a base di birra. Un'altra potenziale sfida per i produttori di bevande frizzanti alla frutta sono le estati particolarmente fredde. Ma nessuno di questi è un valido motivo per scoraggiarsi. Oltre all'aspetto salutistico già citato, la società moderna è molto attenta anche all'ambiente, e le bottiglie in vetro sono un asso nella manica da questo punto di vista. Rispetto ai decenni passati, infatti, si è osservato un

netto passaggio dai contenitori in altri materiali a quelli in vetro. Inoltre le aziende del settore puntano sempre più spesso a offrire prodotti esclusivi e il vetro è senz'altro la scelta ideale per una proposta di fascia alta.

Una miriade di colori

Rispetto agli altri materiali, il vetro offre vantaggi decisivi nel settore alimentare e in quello dei prodotti gourmet. Innanzitutto è completamente impermeabile e inerte:

i contenitori in vetro sono "inattivi", infatti non reagiscono all'ambiente circostante. Inoltre è un materiale inodore e insapore: le bevande - comprese quelle alla frutta - conservano intatto il loro gusto naturale e gli aromi originali.

Ma non è finita qui, perché

le bottiglie in vetro sono a tenuta di gas, perciò le bevande trattengono molto a lungo il loro contenuto di anidride carbonica.

*"Se la vita ti offre
limoni, fatti una
limonata."*

Virginia Euwer Wolff (n. 1937)
scrittrice



Quando si parla di bevande alla frutta, Vetropack è in grado di offrire una vasta gamma di bottiglie a perdere e a rendere. Nel settore della ristorazione, le bottiglie a rendere sono utilizzate nella maggior parte dei casi. Il vetro bianco regna incontrastato in tutti i Paesi in cui Vetropack produce ed esporta. Le numerose declinazioni cromatiche delle bevande vengono valorizzate al massimo con questo tipo di bottiglia: sulla tavola di un ristorante raffinato come a casa, le bibite risultano non solo dissetanti, ma anche belle esteticamente nella loro "veste di vetro". Ad ogni modo non mancano le bottiglie in vetro verde e ambra. Il formato tipico per una bottiglia di una bevanda frizzante alla frutta è quello da 0,33 litri, ma sugli scaffali dei negozi esistono anche versioni da mezzo litro o addirittura da litro.

Per quanto riguarda le bevande alla frutta artigianali, i piccoli produttori e le aziende locali stanno conquistando il mercato. In questi casi una bottiglia realizzata su misura

sottolinea l'unicità del prodotto, perché per dare il giusto risalto alla bibita – sul piano visivo come su quello gustativo – occorre un contenitore adeguato. Per questo, oltre all'offerta standard, Vetropack produce modelli personalizzati su richiesta dei clienti.

Sostenibilità in primo piano

Il vetro rappresenta un vantaggio anche alla luce di una maggiore consapevolezza ambientale tra i consumatori: i contenitori in vetro possono essere riciclati più e più volte, mantenendo lo stesso livello qualitativo. Inoltre gli ingegnosi processi produttivi permettono di ottenere contenitori in vetro più leggeri, senza alcun compromesso in termini di sicurezza o qualità. Infine il vetro leggero consente di ridurre l'impiego di materia prima e le emissioni di CO₂, non per niente le bottiglie leggere sono un tema all'ordine del giorno tra i produttori e gli imbottiglieri di bevande frizzanti alla frutta. Vetropack è specializzata nel procedimento presso-soffio a imboccatura stretta, che è quello con cui si ottengono le bottiglie in vetro leggero.



"Kracherl"

In Austria e nel Sud della Germania le bevande frizzanti alla frutta sono note anche come "Kracherl", una denominazione che a quanto pare deriva dalle bottiglie di vetro utilizzate originariamente per questo tipo di prodotto. In passato, infatti, le bottiglie contenenti le bibite gassate alla frutta venivano chiuse con sfere di vetro, e per aprirle si spingeva la sfera all'interno, generando quella piccola esplosione (in tedesco "Krachen") che dà il nome alle bevande. Anche lo scoppio delle bollicine di anidride carbonica potrebbe aver contribuito alla nascita di questo nome.

Cola: una bevanda stimolante dalla lunga tradizione

La storia dell'invenzione della Coca-Cola è quasi leggendaria. Alla fine del XIX secolo il farmacista americano John Stith Pemberton voleva lanciare sul mercato uno sciroppo contro il mal di testa, ma in realtà diede origine alla Coca-Cola, di gran lunga la bibita rinfrescante più conosciuta al mondo. La fama del marchio è pressoché universale: in tutto il mondo non esistono altri brand che possano vantare lo stesso livello di notorietà e la stessa penetrazione del mercato.

La componente base per le bevande tipo cola è l'acqua addizionata di anidride carbonica. La noce di cola - unita a vaniglia, olio di cannella e di garofano, limone e acido fosforico - conferisce alla bibita il suo sapore inconfondibile. Il caratteristico colore scuro, invece, è dato dagli additivi.

A causa dell'elevato contenuto di zuccheri le bevande tipo cola

sono spesso bersaglio di critiche. Le aziende, però, hanno saputo reagire: oltre alle opzioni con edulcoranti artificiali, sul mercato sono disponibili anche cole senza zuccheri. In termini di sapore è una questione di gusto personale, ma per certi versi queste varianti risultano analoghe: sono tutte prive di zucchero e contengono pochissime (se non zero) calorie. Il contenuto di caffeina deriva da estratti vegetali o caffeina prodotta chimicamente e l'azione stimolante è data proprio dalla combinazione di zucchero e caffeina. Tuttavia il consumo massiccio di bevande tipo cola non ha grandi effetti sugli adulti, poiché la concentrazione di caffeina è piuttosto limitata.

Per molto tempo la Coca-Cola è stata l'emblema della gioia di vivere nel mondo occidentale, ma negli ultimi decenni hanno preso piede alcune alternative in Europa, con un discreto successo. In un mercato così competitivo la scelta del contenitore non può essere lasciata

al caso. E spesso sono proprio le cole alternative a distinguersi per l'approccio sostenibile e gli ingredienti biologici. Le bottiglie di vetro rispecchiano l'alto valore del contenuto e sottolineano l'impegno per la sostenibilità dell'azienda produttrice.

Ad esempio il Gruppo Vetropack realizza le bottiglie per la Goba Cola del Canton Appenzello, prodotta in Svizzera presso la sorgente di Gontenbad. Nel mercato austriaco, invece, è particolarmente apprezzata la Tirola Kola, che punta molto sul legame con il territorio. Questo approccio riguarda sia gli ingredienti sia l'utilizzo di acqua pura di montagna o aghi di abete rosso. La bevanda viene imbottigliata nella Bassa Atesina, cosa che accorcia notevolmente le distanze per la consegna ai clienti.



INVESTIMENTI

Rifacimento della più grande vasca di fusione a Gostomel

Nel secondo semestre del 2019 sono stati avviati e ultimati con successo importanti interventi di ristrutturazione presso cinque sedi produttive Vetropack. Questi investimenti consentono, da un lato, di incrementare la produzione e migliorare la qualità dei prodotti e, dall'altro, di ridurre i costi energetici.



Nel settore del vetro è necessario pianificare in anticipo gli incrementi di capacità produttiva per il lungo periodo. Realizzarli al volo è quasi impossibile, e per far fronte ai picchi di domanda improvvisi si attinge al magazzino. Vetropack punta ad assicurarsi una crescita organica a lungo termine attraverso un programma di investimenti mirati. Per la produzione dei contenitori in vetro leggero e in piccolo formato, le macchine a tripla goccia stanno sempre più sostituendo quelle a doppia, per potenziare la capacità di rispondere alla richiesta del mercato. Ulteriori misure di ammodernamento si traducono in uno scambio di informazioni più efficiente tra produzione e controllo qualità.

Incremento della capacità di fusione

Tra settembre e novembre 2019 è stato sottoposto a rifacimento il forno di vetro colorato più grande di Vetropack, in termini di superficie di fusione. L'intervento ha portato la capacità di fusione media a circa 380 tonnellate al giorno. Inoltre, su una delle linee è stata installata una nuova macchina a 12 sezioni a doppia e tripla goccia. La macchina, sempre a 12 sezioni già in uso sull'altra linea, è stata invece revisionata e tempestivamente rimessa in funzione grazie a una stretta collaborazione con le imprese locali.

Analoghi interventi di rimessa a nuovo sono stati eseguiti negli stabilimenti Vetropack di Kyjov, Nemšová, Pöchlarn e St-Prex. Anche qui, grazie alle misure di modernizzazione adottate per le attività di confezionamento e ispezione nella zona fredda, è garantito un buon livello di coordinamento e comunicazione tra la produzione e il controllo qualità, a vantaggio della qualità del prodotto.

Per ridurre al minimo l'impronta ecologica dei contenitori in vetro e al contempo soddisfare i più alti standard di qualità ed efficienza, Vetropack opera continui investimenti nei forni, che costituiscono il cuore della nostra produzione. L'impiego di servosistemi, al posto dei macchinari pneumatici, ha permesso di ottimizzare l'efficienza energetica sia dei nuovi impianti sia di quelli rimessi a nuovo. Infine, un'ulteriore misura finalizzata all'accrescimento dell'efficienza energetica è il continuo aumento della percentuale di rottame nella produzione del vetro.

CARRELLI ELEVATORI ALL'INSEGNA DELLA SOSTENIBILITÀ

Come salvaguardare le risorse e migliorare allo stesso tempo il comfort di guida

Per il Gruppo Vetropack, ormai già da molto tempo, la sostenibilità non è più una prerogativa solo del processo di produzione. Tutte le fasi produttive vengono regolarmente esaminate e adeguate ai fini dell'efficienza energetica. Ad esempio, gli stabilimenti Vetropack di Austria e Croazia sono stati i primi del Gruppo a convertirsi ai carrelli elevatori elettrici.



Grazie a un'economia sostenibile, il Gruppo Vetropack ottiene risultati di successo. Nell'ottica dell'efficientamento delle risorse e dei costi, tutti i processi di produzione e le infrastrutture relative agli impianti vengono regolarmente analizzati per individuare potenziali risparmi e migliorarne l'efficienza energetica.

Negli stabilimenti di Kremsmünster e Pöchlarn, Vetropack Austria ha condotto un'attenta analisi sulla flotta dei carrelli elevatori. In entrambi gli stabilimenti, l'uso dei carrelli elevatori è praticamente ininterrotto, sia per il trasporto dei prodotti finiti in magazzino, sia per le attività di carico su camion o vagoni ferroviari. Anche tutti i mezzi di produzione vengono trasportati con il carrello elevatore. In un anno, un carrello elevatore a forca effettua almeno 1500 carichi ed è in funzione fino a 5000 ore. Tenendo conto della vita utile, ciò equivale a circa 20.000 ore di funzionamento; se lo paragonassimo a un motore per auto, corrisponderebbero a un milione di chilometri.

Grande potenziale di risparmio

Per Vetropack, il passaggio da mezzi a motore diesel a carrelli elevatori elettrici è iniziato già qualche anno fa. I vantaggi sono evidenti: confrontando i costi complessivi, un carrello elevatore elettrico consente un risparmio fino al 30% rispetto a uno a gasolio. L'uso di carrelli elevatori elettrici riduce le emissioni di CO₂ e, allo stesso tempo, abbatte anche i costi energetici. Nel frattempo, presso gli stabilimenti austriaci, la conversione ha interessato già due terzi della flotta. Il consumo di gasolio è diminuito in modo significativo e continuerà a scendere grazie all'acquisto pianificato di nuovi carrelli elevatori. Persino l'inquinamento da polveri sottili si è ridotto all'interno dei capannoni.

Più vantaggi che svantaggi

I carrelli elevatori elettrici sono caratterizzati da silenziosità

e vibrazioni ridotte, il che consente una guida molto più confortevole per il conducente. Ciò, tuttavia, può comportare delle conseguenze in termini di sicurezza sul lavoro. Mentre si muovono, infatti, i mezzi elettrici si sentono appena, quindi sul tettuccio sono installati un cosiddetto "Blue Spot" e una luce girevole, che si attivano durante la retromarcia per segnalarne la presenza ai pedoni. Un altro vantaggio importante è costituito dalla ridotta necessità di manutenzione. La batteria, tuttavia, ha una durata che varia da 5 a 8 ore circa, a seconda della temperatura del momento. In entrambi gli stabilimenti sono stati allestiti dei garage interni, attrezzati di apposite stazioni per la ricarica. L'elettricità proviene al 100% da energia rinnovabile.

Vantaggi per tutti anche in Croazia

Presso lo stabilimento Vetropack di Straža, anche le condizioni di lavoro migliorano costantemente e sono sempre più a favore dell'ambiente. L'acquisto del primo carrello elevatore elettrico, destinato alla zona fredda, risale al 2008 e successivamente ne sono stati acquistati altri. A Hum na Sutli, anche la qualità dell'aria all'interno dello stabilimento produttivo è notevolmente migliorata. In tutti i reparti, pertanto, si prevede di sostituire i tradizionali carrelli elevatori con quelli elettrici, più ecologici e comodi per l'operatore.



FIERE

Appuntamento internazionale alle fiere di settore

Perché continuare ad andare alle fiere, se al giorno d'oggi si può scoprire tutto su internet? Le fiere BrauBeviale e SIMEI, svoltesi entrambe nel mese di novembre 2019, sono due eventi di settore che ribadiscono l'importanza di partecipare ancora alle fiere. Vetropack, presente a entrambi, ha colto l'occasione per stringere numerosi contatti.



A novembre, i visitatori della fiera BrauBeviale sono stati circa 40.000. La fiera di Norimberga è tra le principali in Europa nel settore della produzione e vendita di birra e bevande analcoliche. Ogni fiera che si rispetti ha i suoi highlight e con oltre 9.000 visitatori, la degustazione guidata di birra e liquori, acqua, sidro e bibite analcoliche, tenutasi presso l'arena delle bevande artigianali, è stata sicuramente uno degli highlight di BrauBeviale.

Standard consolidati e soluzioni speciali

Il panorama delle bottiglie in vetro è molto vivace. Ovunque, alla fiera, spopolavano campioni unici di bottiglie, creati in qualche caso per un produttore o, in qualche altro, per una bevanda specifica. Nel segmento delle bevande artigianali sono emersi due temi intorno ai quali ruota tutto il settore: L'origine locale di molti prodotti che si affacciano

sul mercato e la consapevolezza di produrre bottiglie su misura e sostenibili. Il tema della sostenibilità accomuna le soluzioni speciali con gli standard consolidati e le bottiglie con vuoto a rendere, che riscontrano notevole successo in altri segmenti.

Allo stand, Vetropack ha illustrato cosa è in grado di realizzare per il design delle bottiglie in fase di sviluppo produttivo, grazie all'efficienza dei suoi impianti di produzione. Ai visitatori è stata presentata un'ampia gamma di colori, forme e tipologie di bocche per i segmenti cruciali quali birra, bibite analcoliche, succhi di frutta e acqua minerale. Gli ospiti hanno potuto constatare di persona che le bottiglie in vetro creative non sono solo efficaci dal punto di vista dell'immagine, ma possono anche essere prodotte in modo economico e sostenibile.



L'Italia, il vino e il mondo

Sempre a novembre 2019, ma più incentrata sulle tecniche di vinificazione e imbottigliamento, presso il Polo Fieristico di Milano-Rho, ha aperto i battenti la fiera SIMEI. Il focus principale era il vino, ciò nonostante Vetropack ha avuto modo di presentare l'intera gamma di prodotti: dalle bottiglie da vino, a quelle da birra, liquori, succhi, olio e aceto. Gli ospiti sono rimasti entusiasti di questa panoramica completa.

La bottiglia si è anche affermata sul mercato internazionale del vino come elemento di costruzione e supporto del mar-

chio. La richiesta di "soluzioni personalizzate" è stata naturalmente la più gettonata allo stand, ma anche l'interesse per le bottiglie standard di alta qualità è stato molto alto.

Una piattaforma di comunicazione ideale

Le fiere sono una piattaforma ideale, soprattutto per i prodotti che puntano tutto sull'aspetto visivo e tattile. Lo stand del Gruppo Vetropack al BrauBeviale ha accolto varie centinaia di visitatori, molti dei quali si sono mostrati interessati alla conversazione. "I visitatori si sono trovati in un contesto adatto ad una chiacchierata informale, lontano dal ritmo frenetico del lavoro quotidiano. Questi incontri portano sempre a progetti di successo per tutto il gruppo", racconta Herbert Kühberger, Head of Marketing and Sales di Vetropack Austria.

Grazie alle fiere, sia i visitatori, sia gli espositori hanno l'opportunità di scoprire le ultime novità in modo più rapido ed efficiente, in un concentrato di informazioni. Vetropack approfitta della sua presenza alle fiere per far conoscere le nuove tecnologie e le tendenze nel design, ma anche per stringere contatti e organizzare incontri mirati. Partecipare a una fiera significa non doversi recare di persona dai singoli clienti e potenziali e inoltre il mercato appare più trasparente ed è possibile percepire e vedere dal vivo tutte le innovazioni.

AGROVINA 2020

Una presenza capillare

Ogni due anni, Martigny, nella parte occidentale della Svizzera, ospita la fiera ortofrutticola Agrovina. Durante i tre giorni di fiera, Vetropack Svizzera e la sua commerciale Müller + Krempel Ltd hanno presentato la vasta gamma di bottiglie e contenitori in vetro.

Lo stand di Vetropack Svizzera ha dato la possibilità a circa 18.000 visitatori di scoprire tutte le ultime tendenze direttamente in loco. I visitatori si sono fatti un'idea del vastissimo assortimento di bottiglie standard da vino prodotte da Vetropack. Gli intensi scambi presso lo stand Vetropack hanno dimostrato un notevole interesse dei frutticoltori e viticoltori nei confronti delle ultime novità.

Le mega-immagini proiettate allo stand Vetropack, relative alla produzione del vetro, hanno conquistato i visitatori. Il

pavimento dello stand è stato modellato utilizzando mattoni refrattari, per ricreare l'ambiente di una vera e propria vasca di fusione. Grazie a questo impatto visivo, i visitatori hanno colto l'essenza della produzione del vetro. Anche allo stand di Müller + Krempel Ltd gli incontri e le conversazioni con i clienti sono stati molto vivaci.



UN APPROCCIO MOLTO PRATICO

Il centro di formazione del Gruppo

Il centro di formazione del Gruppo Vetropack a Pöchlarn (Austria) è già al terzo anno di attività e i risultati sono decisamente positivi. I corsi di formazione "on the job" per gli addetti alla produzione registrano sempre il tutto esaurito. Le tematiche principali sono le competenze specifiche relative al vetro, l'efficienza e la qualità, ma anche le varie fasi di produzione.

Per poter offrire al personale di tutte le sedi Vetropack un percorso formativo interno, l'avvio del nuovo centro di formazione (inaugurato nel 2017) è stato preceduto da una fase preparatoria intensiva. E ne è valsa la pena. I moduli di formazione riguardanti le diverse fasi produttive e le metodologie del settore vetrario sono stati concepiti per aiutare gli specialisti del vetro ad approfondire le loro conoscenze, ma anche per supportare gli apprendisti alle prime armi e tutti i professionisti provenienti da altri settori.

In questo modo i dipendenti familiarizzano con la produzione del vetro, imparando a calibrare e applicare corretta-



mente le varie tecniche disponibili. L'elemento fondante è la formazione "on the job". In totale sono state allestite quattro postazioni didattiche, ciascuna delle quali riproduce un certo step della lavorazione. I partecipanti possono cimentarsi in tutte le fasi di lavoro della zona calda, ossia quelle in cui viene data forma al vetro.

Intervista a Martin Pejic, Direttore del centro di formazione di Pöchlarn dall'inizio di quest'anno



Qual è l'aspetto più importante quando si parla di formazione?

I nostri corsi di formazione servono innanzitutto ad approfondire le conoscenze sulle macchine della zona calda in

uno stabilimento per la lavorazione del vetro. È importante che i partecipanti conoscano alla perfezione il funzionamento dei comandi e che imparino a capire e sfruttare le complesse interazioni alla base di questi macchinari. Al momento offriamo 15 moduli diversi, dai corsi base a quelli sulla sicurezza, fino ai training più specifici pensati per chi ha appena cambiato posizione lavorativa o per chi deve imparare a gestire i feeder.

Come si svolgono concretamente i corsi?

L'impianto didattico consiste in una macchina perfettamente funzionante, dotata di quattro postazioni, che permettono di testare i procedimenti soffio-soffio, presso-soffio e presso-soffio a imboccatura stretta per singola, doppia e tripla goccia. L'unica differenza con un vero stabilimento è che non è previsto l'uso del vetro. Le attività durano in genere cinque giorni, ma alcuni corsi speciali vengono

erogati anche solo nell'arco di una o due giornate. I corsi pratici sono quelli a cui diamo maggiore rilevanza, mentre cerchiamo di limitare il più possibile la parte teorica.

Com'è l'andamento dal punto di vista delle adesioni?

Nel 2019 abbiamo erogato 39 corsi, per un totale di circa 350 partecipanti. Tutti i posti sono andati esauriti. Per quest'anno, invece, abbiamo in programma 45 corsi, per un totale di circa 400 adesioni. I partecipanti arrivano da tutti gli stabilimenti del Gruppo Vetropack, in particolare dalla zona calda e dall' officina IS. Inoltre formiamo anche meccanici, elettricisti, addetti all'assistenza tecnica e apprendisti della linea di produzione, provenienti da entrambe le sedi austriache di Pöchlarn e Kremsmünster.

Possiamo definire il centro di formazione Vetropack un modello di successo?

Finora abbiamo ricevuto solo riscontri positivi dai parte-

cipanti, che apprezzano soprattutto l'aspetto fortemente pratico e l'importanza attribuita alla sicurezza sul lavoro. Le iniziative formative consentono di svolgere attività che nella normale routine sarebbero impensabili.

Anche noi responsabili abbiamo vissuto esperienze che ci hanno arricchito. Spesso, per fare bene il nostro lavoro, è necessaria una stretta collaborazione tra il team responsabile dei corsi e i reparti tecnici degli stabilimenti Vetropack. Dobbiamo sempre prevedere le novità tecniche in arrivo, cercando di capire come integrarle nel programma di formazione. Organizziamo i contenuti dei singoli moduli in maniera molto flessibile, tanto che finora non mi è mai capitato di fare le stesse identiche cose con due gruppi diversi. Di volta in volta calibriamo il programma in base al livello dei partecipanti e alle necessità specifiche. È uno degli aspetti più importanti per il buon esito di queste iniziative.

Il centro di formazione nello stabilimento Vetropack di Gostomel

A marzo 2019, il centro di formazione interno di Vetropack Gostomel ha aperto le porte ai primi partecipanti. A distanza di un anno sono già 60 i dipendenti che hanno concluso con successo il loro percorso formativo. Nella fase preparatoria del progetto i rappresentanti di Vetropack Gostomel hanno frequentato il centro di formazione globale di Pöchlarn, per osservare l'operato dei colleghi austriaci. Il centro di formazione ucraino si basa sugli standard del Gruppo Vetropack e si allinea ai piani della sede locale per un affinamento delle competenze professionali.

Il centro di formazione prevede attività relative alla zona calda e a quella fredda. Oltre agli aspetti pratici, le lezioni vertono anche sulle nozioni teoriche. La formazione coinvolge anche i dipendenti già qualificati, che tra le altre cose possono aggiornarsi in materia di sicurezza sul lavoro per assolvere le proprie funzioni con meno rischi possibili.



Nel centro di formazione locale i dipendenti hanno a disposizione macchine e apparecchiature, come il layout elettronico della macchina di controllo e confezionamento, e in tutte le fasi sono assistiti da esperti in materia. Alla luce del successo registrato, il progetto pilota proseguirà anche in futuro.



VARIETÀ AROMATICA

Tradizione in formato mignon

C'è una new entry nella gamma di liquori emil, distillati in Alta Austria. Vetropack Austria produce presso lo stabilimento di Pöchlarn la nuova accattivante bottiglia da 0,35 litri in vetro bianco.

Nel 2016, gli specialisti del vetro dello stabilimento Vetropack di Pöchlarn hanno progettato in stretta collaborazione con il distillatore Emil Stegmüller un'accattivante bottiglia per liquori da 0,7 litri con tappo a vite. Poco dopo è stata la volta della "sorella minore", ossia il formato da 0,35 litri con il medesimo design. La parte inferiore della bottiglia è decorata da quattro incisioni del logo "emil". Sulle spalle, i rilievi riprendono le cime dei monti raffigurati sull'etichetta, offrendone una versione tattile e sottolineando così l'inconfondibile immagine del tradizionale marchio di liquori.

Disponibili in molteplici varianti di gusto, i liquori emil nelle bottiglie da 0,35 e 0,7 litri si trovano esclusivamente sugli scaffali dei punti vendita al dettaglio. L'azienda a conduzione familiare produce distillati da 150 anni, proponendoli oggi in chiave moderna pur rimanendo fedele a un'antica tradizione.

SUADENTE

Apertura fruttata

La filosofia della vodka lituana Marke Stumbras Wodka si fonda su un equilibrio armonico tra tradizione e innovazione. La bottiglia da 500 ml viene utilizzata esclusivamente per la vodka Klasikine, prodotta dallo stabilimento Vetropack di Gostomel.

Le cose più semplici, spesso, sono quelle più di effetto. Nel rispetto di questo principio, la vodka Klasikine di Stumbras si presenta con una forma regolare, linee semplici e sinuose dai colori verde smeraldo, che richiamano la naturalità del prodotto. Il logo e lo slogan del marchio sono incisi su entrambi i lati della bottiglia e mettono in evidenza l'unicità della bottiglia. Il tappo a vite completa il design originale, rendendo così la bottiglia moderna e funzionale.

Stumbras, uno dei più importanti e antichi produttori di liquori del Baltico, resta fedele alle ricette originali del 19° secolo. Per ottenere i suoi prodotti, Stumbras utilizza ingredienti naturali come grano, segale e patate. Grazie all'utilizzo di tecnologie avanzate, è possibile interpretare e degustare i vecchi classici in modo tutto nuovo.



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!



VITALITÀ

Vigore in bottiglia

Per il suo prezioso Amarone della Valpolicella DOCG Classico, l'azienda vitivinicola Secondo Marco ha scelto una bottiglia bordolese Elite da 750ml, prodotta da Vetropack Italia.

La bottiglia Bordolese Elite si presenta con una forma cilindrica allungata, sovrastata da spalle ben pronunciate. Il collo, dalla linea dritta, culmina con il tappo in sughero. Eleganza e vitalità si fondono nella forma della bottiglia cuvée e anche nell'etichetta è presente un elemento che richiama la forza.

L'azienda vitivinicola Secondo Marco è situata nel cuore della zona del Valpolicella Classico e coniuga una viticoltura moderna con i valori della tradizione. L'Amarone è il frutto di anni di osservazione e aggiustamenti. Il tradizionale sistema di allevamento a pergola è stato sviluppato e migliorato nel corso degli anni. I vantaggi sono molteplici e il risultato si ritrova poi nel vino. Grazie alla fertilità del terreno, l'Amarone si esprime con tutta la sua intensità al gusto. Nel bicchiere si ritrova quindi la forza del terreno, oltre a una nota di eleganza che caratterizza questo vino rosso.

EFFETTO DIAMANTE

Sol Levante

Il vino a base di prugna Mikado, di ispirazione giapponese, è diffuso in Ucraina. Le straordinarie bottiglie Mikado Cuvée sono prodotte dallo stabilimento Vetropack di Gostomel da circa un decennio. Di recente, l'inconfondibile bottiglia è stata sottoposta a un restyling e ora viene prodotta in vetro bianco lavorato con effetto diamante.

La raffinata bottiglia da 0,7 l si distingue per il suo aspetto e per le linee dolcemente sinuose. Tutto il corpo della bottiglia è decorato con incisioni a effetto cristallo, creando così un gioco di riflessi unico nel suo genere. Il design è inoltre caratterizzato dal nome del marchio Mikado, impresso sotto la superficie dell'etichetta, sulla parte frontale e posteriore della bottiglia. Oltre che accattivante, la bottiglia risulta solida e non passa certo inosservata tra gli scaffali.

Il vino a base di prugne Mikado viene prodotto nella zona meridionale dell'Ucraina, con ingredienti naturali e utilizzando varietà quali Aligoté, Riesling, Sauvignon, Chardonnay e Rkaziteli. Grazie al gusto intenso e all'aroma setoso dai sentori di prugna, questo vino prezioso è l'abbinamento ideale in numerose occasioni.



SCIROPPI ALLA FRUTTA

Quasi come fatti in casa

Vetropack Moravia Glass produce le nuove bottiglie da mezzo litro per i diversi gusti degli sciroppi Kitl. Le bottiglie sfoggiano una tonalità verde oliva conferita dalla colorazione a forno.

Per i propri sciroppi, l'azienda Kitl attribuisce molta importanza alla qualità e ai processi manuali. Entrambi i requisiti si estendono anche alle bottiglie da 500 ml in vetro color olive, sormontate da un tappo a vite color argento. L'intera superficie è ricoperta da una grossa etichetta di carta, che da un lato sottolinea il carattere artigianale del contenuto, dall'altro riporta preziose informazioni aggiuntive come i consigli per la degustazione.

Gli sciroppi Kitl (Kitl Syrob) hanno quasi il sapore di un prodotto fatto in casa, non per niente sono ancora realizzati seguendo le ricette tradizionali. Oltre alla variante ai lamponi, sono disponibili i gusti zenzero, sambuco, menta, pompelmo, ciliegia e ribes. I succhi concentrati vengono prodotti secondo standard biologici e vantano un'elevata percentuale di frutta. La lavorazione a freddo conferisce un gusto e un aroma intensi al prodotto finale.

VINI BIOLOGICI

Emozioni in bottiglia

Vetropack Svizzera ha sviluppato insieme a Raymond e Laura Paccot dell'azienda vinicola Domaine La Colombe una bottiglia personalizzata da 0,75 con inconfondibile forma Vaudoise. Realizzata in vetro cuvée, è prodotta nello stabilimento Vetropack di St-Prex, ad appena otto chilometri dalla cantina.

Sviluppando la bottiglia, i due membri della famiglia Paccot - padre e figlia - hanno prestato attenzione a ogni minimo dettaglio, proprio come avrebbero fatto nella produzione dei loro vini. Insieme al Product Designer di Vetropack Jean-Franck Haspel hanno valutato e approvato tutte le caratteristiche della bottiglia, recandosi direttamente nello stabilimento di St-Prex. E ne è valsa la pena: il risultato è una bottiglia solida e raffinata, capace di emozionare già solo alla vista. Le bottiglie da 0,75 in vetro cuvée sono state talmente apprezzate che a breve verranno prodotte anche con un'altra imboccatura (BV30H60).

Ma la cura per i dettagli è un approccio che la famiglia Paccot adotta in ogni aspetto, non solo per i contenitori dei loro nettari pregiati. Godendo di una posizione rialzata sul lago di Ginevra, le uve del Domaine La Colombe sono coltivate secondo criteri biologici. A Féchy, piccolo comune della Côte Vaudoise, hanno tutto ciò che serve per crescere sane. Ma c'è un fattore che conta più di tutti, ed è il tempo: superano il test della vendemmia soltanto le uve perfettamente equilibrate, giunte a un corretto livello di maturazione.



Panoramica dei nuovi prodotti



PRATICITÀ A PORTATA DI MANO

Contenitori maneggevoli e sostenibili

I nuovi contenitori delle spezie in polvere Vegeta Maestro, distribuite su scala internazionale, si distinguono per l'aspetto moderno e accattivante. Podravka li ha sviluppati insieme a Vetropack Straža, suo partner commerciale di lunga data.

I nuovi contenitori per le spezie sembrano più grandi dei modelli precedenti, eppure hanno lo stesso diametro e la stessa capacità. L'illusione nasce dalla cosiddetta "base push-up", realizzata da Vetropack Straža con il procedimento presso-soffio a imboccatura stretta.

Il nuovo design offre più spazio sull'etichetta per le comunicazioni ai consumatori, i quali noteranno subito che si tratta di spezie 100% naturali. Inoltre i contenitori vantano una nuova funzione all'insegna della praticità: ora è possibile rimuovere sia il tappo-macina sia il tappo-dosatore, in modo da trasferirvi le spezie conservate nelle bustine. Infine il tappo-dosatore ha i fori più grandi, cosa che agevola il passaggio dei grani più grossolani. I nuovi contenitori soddisfano le esigenze dei clienti in cerca di soluzioni sostenibili e avanzate, oltre che facili da maneggiare.

ELEGANZA

Saluti dal sole dell'Alto Adige

Forte di una tradizione vitivinicola di settecento anni, la Cantina Josef Brigl è pronta per investire nel futuro. Il Pinot Bianco viene imbottigliato nella Borgognotta da 0,75 l, prodotta presso lo stabilimento Vetropack di Trezzano sul Naviglio.

Le spalle affusolate e il collo allungato regalano alla bottiglia un'eleganza inconfondibile, sottolineata ulteriormente dal colore cuvée. La Borgognotta rispecchia perfettamente gli aromi freschi e fruttati del Pinot Bianco, che si distingue anche grazie ai sentori piacevolmente delicati di vaniglia.

Sin dal 14° secolo, la cantina altoatesina Brigl è sempre stata un simbolo di tradizione vitivinicola e di pigiatura. La cantina utilizza esclusivamente uve provenienti dai vigneti di proprietà e da conferitori selezionati per produrre vini eccellenti. Nel processo di produzione convivono tecniche tradizionali e la tecnologia più avanzata. Le uve di Pinot Bianco provengono dalla Cantina Haselhof, situata a Colterenzio, a un'altitudine di 550 m s.l.m. Il colore giallo paglierino del Borgogna è la quintessenza delle innumerevoli giornate di sole che baciano questa zona vitata.

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



ECOLOGIA

Vetropack Svizzera investe in nuove macchine per la selezione del vetro riciclato

In pochi decenni, l'utilizzo del vetro riciclato ha migliorato notevolmente le prestazioni ambientali nella produzione del vetro. Ma il rottame contiene un'ingente quantità di sostanze estranee, che porta a rincari nel processo produttivo. Ecco perché l'anno scorso lo stabilimento Vetropack di St-Prex ha acquistato due macchine per la selezione del rottame.



Il vetro è una sostanza naturale e riutilizzabile al 100%, senza alcun compromesso in termini di qualità. L'impiego di rottame al posto di materie prime migliora notevolmente le prestazioni ambientali nella produzione del vetro. Ma affinché il vetro riciclato diventi una materia prima seconda ad alto valore, durante il ricondizionamento occorre innanzitutto eliminare ogni tipo di sostanza estranea e contaminante. Dopo la preselezione manuale i rottami finiscono nell'impianto di riciclo, dove il vetro viene separato dalle sostanze estranee con aria compressa e altri sistemi di espulsione.

Nello stabilimento Vetropack sul lago di Ginevra vengono selezionate e ricondizionate ogni giorno dalle 300 alle 350 tonnellate di vetro riciclato. A St-Prex la quantità di rottame impiegato nella produzione ammonta addirittura all'80%: si tratta della percentuale più alta all'interno del Gruppo Vetropack. Questa elevata percentuale si traduce in un risparmio energetico pari a poco meno del 25%.

In Svizzera la qualità del vetro riciclato è superiore rispetto ad altri Paesi, ma anche a St-Prex il rottame contiene una componente di sostanze estranee che si aggira attorno al 9%. Bolle e inclusioni nelle bottiglie finite sono la conseguenza di una mancata eliminazione di queste sostanze estranee. Le bottiglie con questi difetti non superano il controllo qualità e vengono quindi scartate. Naturalmente i clienti ricevono soltanto contenitori in vetro della migliore qualità.

Aumento della redditività

Il filtraggio delle sostanze estranee comporta un rincaro nella produzione, perciò nel 2019 St-Prex ha optato per l'acquisto di due macchine Clarity per la selezione del vetro. Ogni macchina è in grado di processare 14 tonnellate all'ora di vetro riciclato. Il ricondizionamento viene eseguito in due turni dal lunedì al venerdì, durante i quali il rottame viene sottoposto a un processo di svariate ore.

Le nuove selezionatrici a marchio Clarity dell'azienda Binder + Co vanno ben oltre la semplice differenziazione ottica. Clarity è dotata di diversi sensori che lavorano in combinazione, ma non solo: i dati rilevati vengono messi in relazione da algoritmi di elaborazione appositamente sviluppati. Questo consente la differenziazione simultanea della vetroceramica resistente al calore, senza l'impiego di fluorescenza a raggi X. La notevole capacità di riconoscimento e la tecnica highspeed con l'utilizzo di valvole ad-hoc garantiscono un'elevata selettività. Le due macchine ricondizionano rispettivamente rottame con granulometrie comprese tra 10 e 20 millimetri e tra 20 e 80 millimetri.

Questi acquisti permettono a Vetropack di lavorare con molta più precisione e identificare anche minuscole particelle di metallo e alluminio con appositi rilevatori. Clarity assicura un alleggerimento delle successive fasi di processo, un aumento dei volumi di produzione e della qualità del prodotto e al tempo stesso una riduzione dei costi di ricondizionamento.

Clarity 1400 a due vie

I dati riportati di seguito si riferiscono a una singola macchina.

Costo:	220'000 Euro
Capacità di ricondizionamento all'ora:	14 tonnellate
Pressione:	max. 10 bar
Sostanze estranee e contaminanti eliminate:	8-10% dei rottami conferiti



UNO SPAZIO RIQUALIFICATO

Cancellare le differenze tra centro e periferia



A metà strada tra Praga e Brno, a Humpolec, sorge un'ex zona industriale. Oggi è diventata un luogo di cultura, che offre ai visitatori la possibilità di entrare in contatto con l'arte contemporanea.

In questa ex area industriale si trova anche il complesso della vecchia fabbrica di stoffe Karel Trnka, nata alla fine del XIX secolo e specializzata nella produzione di tessuti pettinati a doppia altezza. Dopo l'acquisizione da parte dell'impresa statale Sukno, alla fabbrica di stoffe e alle altre aziende rilevate furono assegnati dei numeri. Il nome dell'odierno centro culturale, "8smička", contiene il numero otto proprio in ricordo di quell'epoca industriale. Dopo la chiusura della fabbrica alla fine degli anni Ottanta, nel 1995 e nel 2010 l'edificio fatiscente venne sottoposto a una completa ristrutturazione, per poi essere riconvertito in centro culturale.

L'area industriale di Humpolec è diventata così un punto di riferimento nella scena culturale, dove i visitatori hanno la possibilità di entrare in contatto con l'arte contemporanea. Il polo artistico 8smička nasce per promuovere la creazione di una comunità locale aperta a tutti i visitatori della zona, ma anche a quelli provenienti da lontano. Alla ciclica alternanza delle mostre fanno da sfondo conferenze, serate a tema, incontri per le scuole e laboratori.

Lo specchio dell'anima

Dal 7 marzo al 7 giugno 2020, 8smička ospita la mostra sul vetro "Time out of mind - mind out of time". La mostra parte da un presupposto ben preciso: sia l'arte libera sia quella applicata sono lo specchio dell'anima dell'artista, ma sono anche plasmate da una serie di influssi e circostanze culturali

e sociali. Questo evento speciale non ha la pretesa di mostrare le varie tecniche per la lavorazione del vetro nella loro totalità, ma permette ai visitatori di scoprire creazioni in vetro storiche e contemporanee, realizzate a scopo artistico o pratico, a opera di artisti emergenti o affermati.



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

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

Austria

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

Repubblica Ceca

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

Repubblica Slovacca

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

**Croazia, Slovenia,
Bosnia ed Erzegovina,
Serbia, Montenegro,
Macedonia del Nord, Kosovo**

Telefono +385 49 326 326
prodaja@vetropack.com

Ucraina

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

Italia

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

Altri paesi dell'Europa occidentale

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

Altri paesi dell'Europa orientale

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