www.vetropack.com | Rivista clienti | N° 1/2021

# VETROTIME

**Gruppo**
## Strategia 2030

**Mercato**
## L'avanzata delle bottiglie a rendere in vetro

**Focus**
## Meraviglie in vetro

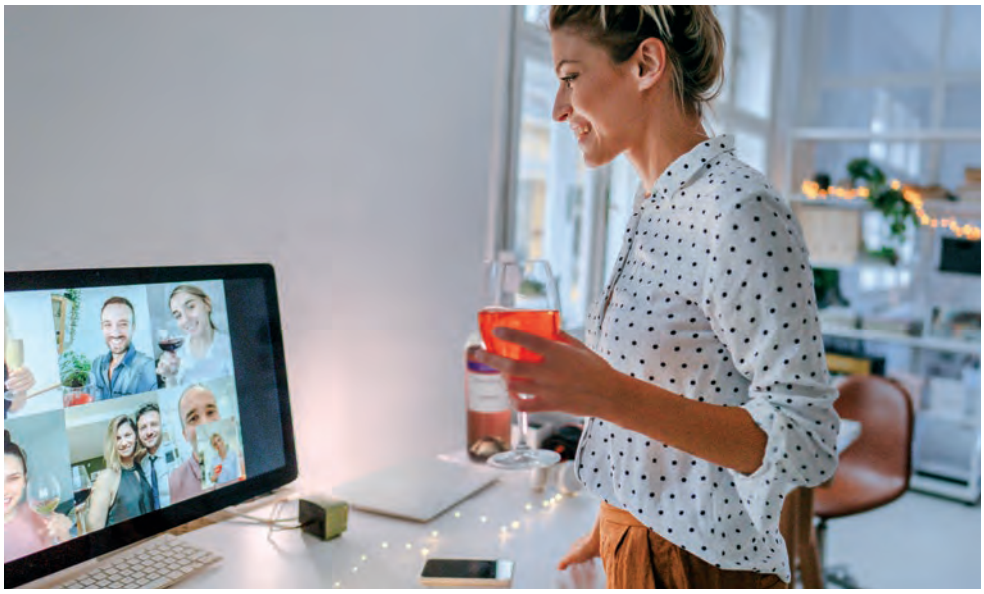
| | | |
|---|---|---|
| 4 | In evidenza | Vetro decorativo |
| 6 | Gruppo | Strategia 2030 |
| 8 | Focus | Meraviglie in vetro |
| 13 | Logisitca | La neutralità climatica richiede collaborazione |
| 19 | Nuovi design | Vetro variopinto |
| 22 | Mercato | Perché il vetro è il migliore materiale da imballaggio |
| 23 | Frammenti di cultura | "Le piccole cose attorno a noi" |


*Vi siete persi qualche uscita della rivista Vetrotime?*
*Con il QR code riportato di seguito*
*potete recuperare tutti i numeri precedenti.*


***Stampa***

| | |
|---|---|
| *Revisione e testi* | *Corporate Communications* |
| | *Vetropack Holding Ltd, Bülach* |
| *Design* | *Arnold & Braun Grafik Design, Lucerne* |
| *Stampa* | *Kalt Medien AG, Zug* |


***Focus:*** la pandemia di Coronavirus ha costretto molti dipendenti allo smart working. Per sopperire alla perdita di contatto diretto con i colleghi, non sono mancate alcune idee ingegnose. Ad esempio, chi ha voglia di un aperitivo virtuale dopo il lavoro può collegarsi in videoconferenza sorseggiando la sua bevanda preferita.
I vantaggi del vetro si evidenziano anche in queste occasioni, poiché nei contenitori di vetro il sapore naturale dei prodotti resta inalterato.



myclimate neutral Stampato
myclimate.org/01-21-966907

vetropack

# Care lettrici e cari lettori

*Gli ultimi mesi hanno mostrato che le crisi possono anche fare spazio a novità e innovazione. Fino a poco tempo fa, pochi di noi si sarebbero potuti immaginare un "happy hour virtuale". Anche in questa nuova forma di socialità, il vetro non può ovviamente mancare. Perché nell'attimo in cui si tocca il vetro, è inevitabile provare determinate sensazioni. Tuttavia, attendo anche io con ansia il momento in cui si potrà tornare a conversazioni e incontri che non avvengano più soltanto sui canali digitali e ci consentano di ritrovare e coltivare nuovamente i contatti personali. Le restrizioni e le norme dettate dalla pandemia hanno infatti modificato il nostro comportamento sociale. Le misure di sicurezza sono molto rigide e stressanti, specialmente per chi lavora in produzione, dove è richiesto un duro lavoro manuale.*

*Per noi, il 2020 è stato anche un anno all'insegna della nuova Strategia 2030, che siamo lieti di illustrare in questo numero (pagg. 6 e 7). Con le prime iniziative strategiche adottate nel 2020 abbiamo tracciato la rotta che ci impegniamo a seguire nei prossimi anni. Marciamo verso il futuro, ma senza dimenticare la nostra storia. E per la seconda volta pubblichiamo il Rapporto di gestione integrato del Gruppo Vetropack esclusivamente online.*

*La versatilità del vetro non smette mai di stupirmi. Scoprite anche voi i record sorprendenti e le tante curiosità che riguardano il mondo del vetro (pagg. 8-12). Personalmente, trovo affascinante la natura senza tempo di questo materiale: il più antico vaso di vetro, ad esempio, risale al secondo millennio a.C., ma il vetro è tra i materiali protagonisti anche dell'era digitale.*

*Il nostro impegno è per una produzione che sia la più ecologica possibile e puntiamo a conquistare la posizione di "green frontrunner" nel settore del vetro. In tal senso, cresce sistematicamente l'impiego di vetro riciclato e di contenitori riutilizzabili (pagg. 14 e 15). Dal canto nostro, nel 2020 abbiamo investito nell'importante progetto di rifacimento del forno dello stabilimento di Straža. Il nuovo impianto di produzione ha permesso di ottenere un miglioramento generale della qualità dei prodotti e di ottimizzare l'efficienza energetica (pag. 16). Infine, ridurre la nostra impronta ecologica è un obiettivo che perseguiamo anche sul fronte della gestione dei trasporti.*

*In quest'ottica, care lettrici e cari lettori, vi lascio a Vetrotime e vi auguro una lettura piacevole e stimolante.*

*Cordiali saluti,*

*Johann Reiter*
*CEO Vetropack Holding Ltd*

Smart working

# Un brindisi virtuale

*Nemmeno una pandemia può fermare i compleanni, gli anniversari aziendali e i pensionamenti, tutte occasioni che generalmente si festeggiano in compagnia. A seconda dei paesi, questi eventi possono assumere nomi diversi: in Svizzera, in Francia e Lussemburgo, lo chiamano "Apéro", mentre per noi è un aperitivo o un cocktail. In ogni caso, è un'occasione di convivialità e divertimento, un momento di incontro con amici, colleghi e parenti. Purtroppo, al tempo dello smart working e del distanziamento sociale, gli incontri dal vivo e i brindisi sono ricordi lontani.*

*Da circostanze straordinarie nascono idee straordinarie. Quindi, perché non festeggiare la prossima ricorrenza in videoconferenza? Le aziende più intraprendenti si sono inventate delle scatole che contengono succulenti manicaretti, per consentire ai collaboratori di interagire, ma sempre osservando il distanziamento. All'interno di queste scatole si può trovare un'ampia scelta culinaria, comprese le bevande e menù a più portate. Anche in questo caso, il vetro dimostra i suoi numerosi vantaggi, grazie alla capacità di mantenere inalterati i sapori, gli aromi naturali e le vitamine proprie degli alimenti. Da mangiare con gli occhi!*

## Varietà e creatività

Nagelberger Glaskunst è un'azienda a conduzione familiare situata ad Alt-Nagelberg, in Bassa Austria. Da 30 anni, la cristalleria Nagelberger lavora il vetro manualmente. Le loro creazioni più famose sono soprattutto articoli da giardino, bicchieri ed elementi decorativi, come vasi particolari, terrine e animali in vetro. Uno degli aspetti più caratteristici di Nagelberger Glaskunst è la possibilità di assistere dal vivo alla soffiatura del vetro o persino cimentarsi con questo affascinante mestiere in prima persona. L'azienda è circondata dal Parco del Vetro, punteggiato da tre laghetti, decine di sculture in vetro e oasi di relax all'ombra, tutte da scoprire. Oltre alla cristalleria e al parco, i visitatori hanno anche la possibilità di rivivere la storia della lavorazione manuale del vetro nel museo dedicato a questo nobile materiale.

© nagelberger-glaskunst.at

# Affascinanti giochi di luce

Le tendenze della moda vanno e vengono, ma la bellezza e il fascino delle opere in vetro restano inalterati nei secoli. Anche nel lavoro dell'artista slovacca Silvia Hilkova il vetro occupa una posizione dominante. Si ispira, infatti, alle sue straordinarie proprietà realizzando ciotole uniche nel loro genere, vasi e oggetti decorativi. Sono pezzi unici, in cui l'artista realizza un design funzionale, unendo la grazia e la fragilità del vetro.

La giustapposizione della luce delle forme trasforma ogni creazione in un capolavoro straordinario e l'artista, consapevole di questa simbiosi unica, fa leva su questo punto di forza. I bordi e le superfici delle sue opere d'arte si fondono con la luce nelle varie sfumature dello spettro cromatico, creando un'attrazione di cui non ci si stanca mai.

© Silvia Hilkova

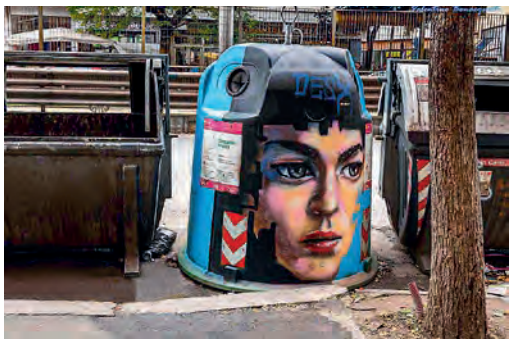
**Street art**

# Roma tra bellezze storiche e street art

*A novembre 2019, le Gallerie Urbane (GAU) hanno chiesto agli street artist romani di abbellire con le proprie opere d'arte le campane per la raccolta del vetro in alcuni quartieri della città. Il progetto, incluso nel programma Contemporaneamente Roma e patrocinato dall'Assessorato alla Crescita Culturale di Roma Capitale, puntava a creare una galleria d'arte urbana a cielo aperto. L'iniziativa dimostra che funzionalità e bellezza non devono necessariamente escludersi a vicenda.*

*Al tempo stesso, questo progetto artistico sottolinea quanto è importante riciclare il vetro. Tutte le bottiglie che vengono riutilizzate per produrre nuovi contenitori in vetro permettono un ridotto consumo di energia e di materie prime, nonché minori emissioni di CO2.*

© Valentina Bonacquisti / fotografiaerrante.com



Strategia 2030

# In viaggio verso il futuro

*Per Vetropack, il 2020 è trascorso nel segno della nuova Strategia 2030, approvata dal Consiglio di amministrazione a inizio anno. L'azienda si è da subito dedicata alla realizzazione operativa adottando le prime iniziative strategiche.*

**Un percorso di ampio consenso verso il futuro**
Vetropack ha avviato un profondo processo di trasformazione già a partire dal 2019. L'obiettivo è duplice: da un lato sfruttare nuove potenzialità di crescita nelle attività già esistenti, dall'altro definire nuovi modelli di business per garantire all'azienda un forte posizionamento di mercato a lungo termine e contribuire

## Expand the Core
**(espansione del core business)**

La strategia di Vetropack consiste nel consolidare la posizione di dominio sui mercati nazionali, avvicinandosi ai clienti e diventando un partner ad alto valore/un fornitore a tutto tondo. Un ulteriore obiettivo è l'espansione in mercati selezionati.

## Value Growth
**(aumento del valore)**

Vetropack amplia il suo raggio d'azione accedendo a nuovi settori di attività lungo la filiera dei contenitori in vetro. L'azienda punta allo sviluppo di nuovi servizi che rappresentino un'estensione naturale delle competenze già presenti e che le permettano di rafforzare ulteriormente le relazioni con i clienti.

## Drive Innovation
**(spinta innovativa)**

Vetropack ambisce a svolgere un ruolo pionieristico nel settore dei contenitori in vetro. A tale scopo, promuove in maniera proattiva l'innovazione, da un lato perseguendo l'innovazione graduale e, dall'altro, dedicandosi all'innovazione di prodotto/mercato e a modelli di business completamente nuovi.

in misura decisiva allo sviluppo dell'industria del vetro. A tale scopo, Vetropack ha voluto coinvolgere nel processo tutti gli stakeholder, sia interni sia esterni. L'elaborazione dei principi alla base della nuova strategia ha infatti visto la partecipazione di oltre 100 dipendenti, oltre che di clienti ed esperti esterni provenienti da settori e campi specialistici diversi. Vetropack ha così potuto acquisire preziosi insight e oggi punta al futuro guidata da una strategia di ampio consenso.

**Verso il successo grazie a cinque orientamenti strategici**
Il processo "aperto" di elaborazione della strategia di Vetropack si è tradotto in cinque orientamenti strategici che caratterizzeranno l'ulteriore sviluppo aziendale nei prossimi 10 anni.

## Clearly Sustainable
**(massima sostenibilità)**

Vetropack adotta un approccio olistico nei confronti della sostenibilità, perseguendo due obiettivi principali:

- ridurre costantemente l'impatto ambientale di tutte le sue attività di business e
- attivarsi nella filiera per favorire il riciclo (vuoti a perdere e a rendere) e assicurarsi l'accesso alle risorse chiave (soprattutto il vetro riciclato).

## Leader in Quality
**(leader nella qualità)**

Vetropack allinea tutte le proprie attività al fine di supportare al meglio la strategia a livello di Gruppo. Oltre a un approccio olistico all'eccellenza operativa, questo include strutture e processi coordinati nelle vendite e nella tecnologia/produzione. Si punta, inoltre, a sfruttare meglio la digitalizzazione e a conquistare la posizione di "Employer of Choice".

Questi cinque pilastri, la rinnovata mission aziendale e la precisa affermazione dei valori dell'azienda costituiscono il punto di partenza per l'implementazione della strategia. Con le prime iniziative adottate nel 2020, Vetropack ha tracciato la rotta che si impegna a seguire nei prossimi anni.

Il presente articolo è un estratto del Rapporto di gestione integrato del Gruppo Vetropack.

Rapporto online
del Gruppo Vetropack

# Meraviglie in vetro

© Staatliches Museum Ägyptischer Kunst, München

## Non solo contenitori e lampade: con il vetro si possono realizzare molte altre cose. E alcune di queste sono davvero eccentriche.

*Il vetro è uno dei materiali più antichi utilizzati dall'uomo. Un vetro naturale come l'ossidiana veniva usato già in tempi remoti per realizzare cunei, coltelli, raschietti e perforatori. Ma allora l'uomo non era ancora in grado di produrre il vetro da sé. Il primo a riuscirci è stato... già, chi è stato? Ad oggi i ricercatori non sanno dire con certezza se la produzione del vetro abbia avuto origine in Mesopotamia, in Egitto o sulla costa levantina. Tuttavia, il vetro viene citato per la prima volta in un testo del 1600 a.C. circa proveniente da Ugarit, un antico snodo commerciale e culturale nell'attuale Siria. Il contenitore di vetro più antico, tra quelli databili con certezza, risale al 1450 a.C. circa ed è stato ritrovato in Egitto. Si tratta di un calice che porta il nome del faraone egizio Thutmose III. Oggi il reperto è custodito nel Museo Statale Egizio di Monaco di Baviera.*

## Il vetro è a prova di futuro

Dagli antichi egizi, la produzione del vetro si è diffusa rapidamente in ogni direzione. Oggi la nostra vita quotidiana sarebbe impensabile senza bottiglie, bicchieri, finestre e lampade. Ma adesso è giunto il momento di sondare e superare i confini di questo materiale trasparente. In linea di massima, per esempio, si dà per assodato che il vetro non si possa piegare e che sia un materiale fragile: più è sottile, più è probabile che si rompa. Ma le regole sono fatte per essere infrante. Ed è proprio quello che ha fatto Schott, azienda tecnologica di Magonza (Germania) specializzata in vetro e vetroceramica, che ha sviluppato un vetro ultrasottile. È spesso come un capello umano, leggero come una piuma, ma anche estremamente stabile e resistente ai graffi. Non solo: può essere addirittura piegato fino a un raggio di pochi millimetri, senza il minimo sforzo, cosa assolutamente insolita per il vetro. I ricercatori prevedono un grande futuro

per questo prodotto nell'ambito della tecnologia informatica e delle comunicazioni: come copertura per display pieghevoli, come materiale di supporto o di separazione e nella produzione di micro-batterie a base di vetro per piccoli dispositivi e sensori. Il vetro è un materiale senza tempo e anche nell'era digitale gioca un ruolo da protagonista.

A volte, però, il mondo della ricerca sa prendersi anche meno sul serio. Nel 2000, un gruppo di ricercatori giapponesi ha avuto un'idea davvero stramba: realizzare il calice da vino più piccolo al mondo. Ci sono riusciti grazie a un fascio ionico a elevata concentrazione con un diametro di 10 nanometri. Il fascio ha permesso al team di incidere le forme in un minuscolo pezzo di vetro grezzo, andando poi a scavarlo. Il calice ha un diametro di appena 3 micrometri, ossia 0,003 millimetri: al confronto, un capello umano fa quasi l'effetto di un cavo con i suoi 0,05-0,08 mm di diametro.

## Grande, più grande, grandissimo

© Titus Bernhard Architekten

Non si occupa certo di "minuzie" del genere la vetreria Sedak di Gersthofen, in Germania. Per il nuovo showroom del marchio di sedie e poltrone Topstar/Wagner, l'azienda ha realizzato le vetrine più grandi mai costruite al mondo. Sui lati lunghi dell'edificio sono stati assemblati con una sola giuntura due vetri isolanti tripli di circa 3 x 19 metri l'uno. Così sono nate due impressionanti superfici in vetro da 117 metri quadrati ciascuna, installate ufficialmente a marzo 2020.

Fino a qualche anno fa, la vetrata colorata nell'atrio del Ramada Hotel di Dubai trasudava splendore orientale da ogni singolo centimetro. Era la più grande nel suo genere quando il complesso alberghiero, nel 1983, accolse questa meraviglia tappezzata di uccelli e decori floreali, alta 40 metri e larga 9 metri. La vetrata fu progettata dall'artista inglese John Lawson (1932-2009), che regalò agli Emirati Arabi Uniti la loro prima apparizione nel Guinness dei Primati. Tempi passati: il Ramada Dubai ha chiuso i battenti nel 2016 ed è stato demolito. Non sono mancati i tentativi per trovare un nuovo proprietario alla vetrata, ma senza successo. C'è stata quindi la proposta di spostarla provvisoriamente in un magazzino, ma non si sa se sia stato fatto davvero.

© dubaisituatedbe.net

© Joska Glasparadies Bodenmais

Un normale bicchiere da Weissbier contiene mezzo litro di bevanda. Ma il più grande bicchiere di questo tipo, soffiato a bocca, arriva addirittura a una capacità di 65 litri, un peso di 10 chili e un'altezza di 1,07 metri. A realizzarlo sono stati i maestri del vetro di Joska Bodenmais, direttamente dalla foresta bavarese. Ci è voluta un'intera squadra di professionisti per portare la sfera incandescente dal forno alla vetreria e lavorarla. La procedura è stata perfino trasmessa in diretta televisiva. L'orgoglioso proprietario del bicchiere è il Principe Luitpold di Baviera del birrificio Schlossbrauerei Kaltenberg, che ha ricevuto in dono il mega boccale dai soffiatori.

**Panorami vertiginosi**

## Ponti di vetro e passerelle aeree sono strutture spettacolari:

Secondo un vecchio detto, di fragile come il vetro c'è solo la felicità. Ma è meglio non pensarci mentre si cammina su un ponte di vetro o su una passerella aerea. Ad esempio sul ponte di vetro più lungo al mondo, all'interno dello Huaxi World Adventure Park, nella provincia cinese dello Jiangsu, fatto apposta per far venire i brividi ai visitatori e regalare loro un'esperienza che non dimenticheranno tanto facilmente. Il ponte è lungo più di 518 metri e si trova a 100 metri da terra. Le lastre spesse 35 millimetri hanno una portata di 4,7 tonnellate, il che significa sostenere il peso di 2.600 persone contemporaneamente. Eppure è impossibile non farsi prendere dal panico quando sotto i piedi si formano crepe finte realizzate con effetti speciali e accompagnate da un sottofondo sonoro ad-hoc.

# Una nota particolare

Ma lo staff di Joska ha messo a segno anche un altro record con un'opera soffiata a bocca: il più grande uovo di vetro al mondo. Quattro maestri soffiatori e due aiutanti gli hanno dato la forma, mentre due fresatori e due pittori lo hanno trasformato in un capolavoro. Solo per dipingerlo, ci sono voluti tre giorni di lavoro. Forse il coniglio pasquale sarebbe l'unico ad avere qualcosa da ridire sull'uovo da record: se volesse consegnarlo, infatti, alto un metro e pesante 20 chili, dovrebbe procurarsi un cesto extra-large.

"Kleinsche Flasche" – in italiano "bottiglia di Klein" – non è una specie di scioglilingua, ma il nome di una superficie non orientabile descritta per la prima volta nel 1882 dal matematico tedesco Felix Klein. In parole povere, si tratta di una superficie in cui non c'è distinzione fra interno ed esterno. Pertanto, dal punto di vista matematico, la bottiglia di Klein non ha nemmeno volume. Scomponendo una bottiglia di Klein si ottengono due nastri di Möbius, che però non hanno nulla a che vedere con il vetro e sono un concetto altrettanto difficile da spiegare...

Che con il vetro si possa fare anche musica è noto a chiunque abbia mai soffiato nel collo di una bottiglia o sfregato le dita inumidite sull'orlo di un bic-

## percorrerle è un'esperienza mozzafiato, sotto molti aspetti.

Sempre in Cina si trova il ponte di vetro più alto al mondo. La passerella aerea nel grand canyon di Zhangjiajie, in un parco nazionale nella provincia meridionale dell'Hunan, è lunga "soli" 430 metri. La struttura, costituita da 99 elementi trasparenti in vetro, è sospesa a 300 metri da terra. Chi vuole può provare sulla propria pelle cosa significhi un'altezza simile: i più coraggiosi possono infatti usare il ponte come piattaforma per il bungee jumping.

Quanto alle Alpi, il ponte sospeso più alto dell'Austria, situato sopra al ghiacciaio del Dachstein, non è in vetro, bensì in acciaio. La struttura lunga 100 metri, composta da 30.000 elementi singoli, porta alla cosiddetta "Treppe ins Nichts", una scala che finisce nel nulla. I suoi 14 gradini stretti conducono a una pedana in vetro, dalla quale si possono ammirare senza alcun impedimento i 400 metri di vuoto. In totale sono state utilizzate ben cinque tonnellate di materiale. Ciononostante, possono accedere alla spericolata passerella solo quattro persone alla volta. E per chi proprio non si accontenta mai, lì vicino sorge anche il Dachstein Skywalk: la piattaforma di vetro è arroccata a 250 metri di dislivello sulla parete verticale dello Hunerkogel e offre una vista spettacolare sulle Alpi.

Dopo quattro anni di lavori, nel 2007 è stato inaugurato il Grand Canyon Skywalk negli Stati Uniti. Il balcone a ferro di

cavallo è costituito da un parapetto in vetro e un pavimento in lastre di vetro. Entrambi gli elementi sono stati realizzati in Germania da aziende specializzate. Sulla struttura, che ha un peso di 462 tonnellate, i visitatori godono di una vista mozzafiato sul Grand Canyon, fino al fiume Colorado, che si estende a circa due chilometri di distanza e 1.100 metri più in basso.

Il Cabo Girão Skywalk, nell'isola portoghese di Madera, è stato costruito sul modello del Grand Canyon Skywalk. La passerella, dotata di pavimento in vetro dal 2012, si trova sulla seconda scogliera a picco più alta al mondo, a 580 metri di dislivello. L'impressione è quella di fluttuare leggeri sopra il mare, liberi come uccelli.

chiere. Tuttavia, il fatto che questo principio di generazione del suono sia stato utilizzato per due veri strumenti, sembra essere stato dimenticato. Nel caso del glasspiel, si usano bicchieri a tutti gli effetti di varie dimensioni, riempiti con acqua a diversi livelli e opportunamente disposti e accordati. L'artista produce i suoni strofinando il dito sui bordi dei bicchieri con movimenti circolari. Esistono circa 400 composizioni classiche e altrettante moderne riproducibili con il glasspiel, tra cui il quintetto di Mozart per glassarmonica, flauto, oboe, viola e violoncello. A tal proposito, la glassarmonica propriamente detta non è uguale a un glasspiel, sebbene i suoni vengano prodotti secondo lo stesso principio. Infatti nella glassarmonica, inventata dallo studioso e politico americano Benjamin Franklin, i bicchieri vengono disposti concentricamente lungo un'asse orizzontale e fatti girare per mezzo di un pedale. Oggi sono ormai rarissimi i musicisti in grado di suonare questi due strumenti.

© MA Brugge, pzc.nl

© Blanka Matragi

Per un'occasione speciale serve una mise fuori dal comune. Eppure pochissime donne penserebbero a un abito in vetro, a differenza della designer e stilista ceca Blanka Matragi. Quando nel 2012 ha partecipato all'11a edizione del Convegno internazionale del vetro a Nový Bor, ha portato con sé alcuni vestiti disegnati da lei e realizzati con il vetro da professionisti del settore, applicando diverse tecniche. Il modello Orchidea (foto) segue lo stile dell'artista improntato alla natura. Il modello Op-Art si ispira alla prima collezione prêt-à-porter della designer.

Il rinomato scultore e artista del vetro Vlastimil Beránek, di origine ceca, ha pensato a qualcosa di molto originale per il suo contributo al padiglione ceco nell'ambito dell'Expo Dubai 2021, il cui inizio è previsto per ottobre. La scultura Venus in vetro colato azzurro ha un diametro di 88 cm e pesa la bellezza di 243 chili. Come materiale di partenza sono serviti 350 chili di cristallo topazio al piombo al 15%, che è stato fuso a una temperatura di 830 °C e infine lavorato. La produzione di questa insolita Venere ha richiesto 18 mesi di lavoro. Ad oggi l'opera boema è la più grande scultura al mondo in vetro completamente levigato.

© uschovna.cz

**Gestione dei trasporti**

# La neutralità climatica richiede collaborazione

*Per ridurre la propria impronta ecologica, Vetropack lavora con la piattaforma di gestione dei trasporti Elogate, che mostra la situazione attuale dell'azienda e i risultati perseguibili con ogni miglioria.*

In veste di produttore leader in Europa per i contenitori di vetro, Vetropack sostiene il Green Deal dell'UE. "Il vetro offre già di per sé un contributo alla sostenibilità" afferma Ulrich Ruberg, Head of Corporate Procurement. "Perché è riciclabile ed è costituito da materie prime che si trovano in natura." Ma ovviamente Vetropack può fare molto di più. Affinché sia possibile modificare processi e attività in modo tale da raggiungere l'obiettivo globale della neutralità climatica, occorre innanzitutto esaminare la situazione allo stato attuale. Ecco perché dal 2014 tutti i trasporti ai clienti a livello di Gruppo vengono gestiti all'interno di un'apposita piattaforma dalla A alla Z, ovvero dall'appalto all'emissione della fattura.

**Dati precisi**

Questo permette di costruire un enorme bacino di dati, poiché ogni anno vengono effettuate 70.000 consegne alla clientela, mentre altre 40.000 spedizioni vengono ritirate direttamente dai clienti. I prodotti Vetropack viaggiano ogni anno per una distanza pari a circa mille volte la circonferenza della Terra. "Con Elogate possiamo stabilire con precisione le distanze che percorriamo, la frequenza dei trasporti, il prezzo e le emissioni di CO2" continua Ulrich Ruberg. "Perciò, con un modulo di calcolo standardizzato, sappiamo esattamente qual è l'impronta ecologica di ogni carico." Ad esempio, vengono inserite le norme Euro approvate da Vetropack per i motori a combustione dei veicoli, per sapere con precisione quanta CO2 emettono e quanto è alta l'efficienza del motore. Questa combinazione di dati può essere quindi utilizzata per calcolare le emissioni equivalenti generate da un veicolo specifico su una distanza specifica. "E grazie a tutti questi dati possiamo decidere come ridurre la nostra impronta ecologica" spiega Ulrich Ruberg.

**Un lungo cammino da affrontare insieme**

A tale scopo, però, Vetropack deve fare affidamento sulla partecipazione dell'intera catena logistica, dal fornitore al cliente fino allo spedizioniere. Prosegue Ulrich Ruberg: "Ad esempio, potremmo ottimizzare l'utilizzo dello spazio di carico, inasprire ulteriormente le norme approvate sui motori, o puntare su altri sistemi di propulsione come l'idrogeno o l'elettricità. Ma i clienti devono anche poter lavorare con questi nuovi bancali, i camion devono essere disponibili in quantità sufficiente e deve esserci un'infrastruttura per la nuova tecnologia." La politica ha un ruolo importante in tutti gli sforzi per la neutralità climatica. Deve creare le condizioni necessarie affinché nell'industria si inneschi un cambio di paradigma. Come spiega Ulrich Ruberg: "Per fare il grande salto devono prima esserci le giuste infrastrutture."

**Moderne soluzioni di confezionamento**

# L'avanzata delle bottiglie a rendere in vetro

*Il vetro è adatto tanto per i contenitori a perdere quanto per quelli a rendere. Una bottiglia di vetro a rendere permette più di 40 riutilizzi. Grazie al dibattito sugli effetti ambientali degli imballaggi, la domanda di bottiglie a rendere in vetro è in crescita.*

Vetropack è impegnata a produrre nel modo più ecologico possibile. L'elevato fabbisogno energetico che caratterizza la produzione del vetro pone una sfida particolarmente complessa, che Vetropack affronta con il costante ammodernamento degli impianti. Ma anche l'impiego di vetro riciclato e contenitori a rendere viene sistematicamente incrementato, per risparmiare più risorse naturali possibili.

Nei Paesi europei, la percentuale di bottiglie a rendere in vetro in circolazione è molto variabile. In generale, i vuoti a rendere sono diffusi soprattutto nell'ambito della ristorazione e della produzione specializzata di bevande. La maggiore fetta del mercato è rappresentata dalle bottiglie di birra in vetro ambra. Nella ristorazione, invece, sono particolarmente apprezzate le bottiglie in vetro bianco. 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". Con il tempo, in alcuni Paesi l'uso delle bottiglie a rendere è aumentato anche nel settore del commercio alimentare.

I requisiti chiave per i contenitori a rendere sono sostanzialmente identici a quelli per i contenitori a perdere: il contenuto deve arrivare al consumatore in totale sicurezza. I vuoti a rendere in vetro sono esposti a maggiori sollecitazioni a causa dei ripetuti riempimenti e lavaggi. Nel 2019, Vetropack ha dimostrato che questo non implicava necessariamente un peso superiore, lanciando sul mercato austriaco una bottiglia a rendere in vetro leggero – la prima al mondo. Questo vetro temprato si chiama "Vetropack Improved Performance Glass", in breve VIP Glass (vedi Vetrotime 2/2019). Quando si progetta un contenitore a rendere in vetro, i requisiti specifici devono essere presi in considerazione fin da subito, come dimostrano i due articoli personalizzati sviluppati per il mercato austriaco e quello croato.

**Piccolo ma gagliardo**

Dopo il successo delle bottiglie a perdere in vetro per il latte introdotte nella primavera del 2018, all'inizio del 2020 l'azienda austriaca leader del settore lattiero-caseario Berglandmilch ha deciso di convertirsi alle bottiglie riutilizzabili. Così in tutta l'Austria, per la prima volta dopo circa 20 anni, il latte è di nuovo disponibile in commercio in una bottiglia a rendere. L'assortimento di prodotti lattiero-caseari è stato continuamente ampliato in base ai desideri dei consumatori.

"Klein aber oho", ovvero "piccolo ma gagliardo", recita un popolare detto dei Paesi di lingua tedesca. E "Klein aber oho" è anche il motto scelto dal marchio Schärdinger, di proprietà di Berglandmilch, per la nuova bottiglia a rendere in vetro da mezzo litro prodotta negli stabilimenti austriaci di Vetropack e sbarcata da poco nei supermercati del Paese. La proficua collaborazione tra Vetropack e Berglandmilch nello sviluppo di questa soluzione di confezionamento ecologica per il latte è quindi proseguita.

**Una netta riduzione dei rifiuti di vetro**
L'azienda slovena Radenska produce acqua minerale naturale e diverse bevande analcoliche. I prodotti nascono da sorgenti idriche di altissima qualità. L'obiettivo di Radenska è quello di conservare queste sorgenti per le generazioni future e di raggiungere la completa neutralità carbonica nella produzione entro il 2030.

L'introduzione delle bottiglie a rendere in vetro da 0,25 litri nei colori bianco e verde contribuirà notevolmente alla riduzione dell'impatto ambientale e permetterà di limitare il fabbisogno di materie prime. Radenska prevede oltre 2000 tonnellate di rifiuti di vetro in meno nei prossimi tre anni. Vetropack Straža produce le bottiglie a rendere da un quarto di litro nei colori bianco e verde. Che Radenska tenga molto alla tutela dell'ambiente lo dimostrano anche i tre cuori incisi sulla bottiglia nell'area della spalla. Il lancio delle bottiglie in vetro a rendere da 0,25 litri, utilizzate soprattutto nella ristorazione, è un passo importante secondo Radenska.

Al termine del ciclo di vita la bottiglia a rendere può essere riciclata. Ma anche così il vetro resta parte integrante di un'economia circolare che dona nuova vita al materiale.

# Triplo riconoscimento per Vetropack Austria

*Lo Staatspreis Smart Packaging è il Premio di Stato più antico dell'Austria. L'obiettivo del Premio è dare risalto alle soluzioni moderne nel settore del confezionamento, capaci di soddisfare sia criteri ecologici sia elevati standard funzionali e progettuali.*

La bottiglia a rendere in vetro da 1 litro per il marchio Radlberger Limö, prodotta dallo stabilimento di Pöchlarn per Egger-Getränke, ha conquistato lo Staatspreis Smart Packaging 2020 nella categoria Branding – Markenbildung.

La bottiglia a rendere in vetro da 0,5 litri per Vöslauer è la prima nel suo genere da mezzo litro nel mercato austriaco. Vanta già l'Österreichische Umweltzeichen, il marchio ecologico austriaco, e adesso è stata premiata anche nell'ambito dello Staatspreis in quanto "soluzione di confezionamento esemplare 2020".

L'anno scorso la bottiglia a rendere in vetro da 1 litro per Berglandmilch, prodotta negli stabilimenti austriaci di Vetropack, è stata invece tra i candidati allo Staatspreis Smart Packaging nella categoria B2C – Konsumverpackungen.

**Riparazione del forno a Hum na Sutli**

# Un salto di livello

*Grazie al nuovo impianto di produzione per il vetro colorato, oggi lo stabilimento Vetropack di Hum na Sutli, in Croazia, può vantare non solo un notevole incremento della capacità, ma anche migliori condizioni di lavoro, una maggiore produttività e un ridotto consumo di energia. Questo rafforza la competitività di Vetropack Straža e dell'intero Gruppo.*

Con l'uscita della prima goccia di vetro dal forno, l'8 febbraio 2021, si è concluso un intenso periodo di investimenti che ha interessato lo stabilimento Vetropack di Straža. La ristrutturazione del forno è stata preceduta da numerose opere infrastrutturali, che hanno modificato profondamente la disposizione dell'impianto e di tutta la superficie aziendale.

L'ultima e decisiva fase di questo impegnativo progetto è iniziata a settembre 2020, con l'eliminazione dei residui di vetro fuso dal vecchio forno. Le opere di costruzione sono proseguite per circa due mesi, durante i quali la vetreria si è trasformata in un cantiere con oltre 200 lavoratori esterni ogni giorno. Nonostante l'organizzazione del lavoro molto complessa e le circostanze speciali in cui si è svolto questo progetto, a causa del Coronavirus, i lavori sono stati completati entro i tempi e senza incidenti. Il costruttore principale del forno è Horn.

*"Ristrutturare un forno rappresenta sempre una sfida. Nel 2020, a causa del Covid-19, la sfida è stata ancora più ambiziosa del solito. I nostri colleghi di Hum na Sutli hanno fatto un lavoro straordinario! Con l'avvio del nuovo forno, la Croazia può fare un salto di livello. Ogni giorno, grazie a questo investimento, lo stabilimento di Hum na Sutli sarà in grado di produrre circa 1000 tonnellate di vetro."*

*Johann Reiter, CEO*

Il nuovo forno assicura non solo una maggiore capacità, ma anche una quarta linea di produzione. Con un totale di tre forni e dodici linee di produzione, oggi Vetropack Straža è in grado di produrre 960 tonnellate di contenitori di vetro ogni giorno. Nonostante l'aumentata capacità, il nuovo forno vanta consumi energetici nettamente inferiori rispetto a quello vecchio. Vetropack conferma così la propria leadership in tema di protezione ambientale.

## I dati più importanti

| | Vecchio Forno | Nuovo Forno |
|---|---|---|
| Capacità | 230t/d | 360t/d |
| Numero di linee di produzione | 3 | 4 |
| Superficie del forno | 82,8 m² | 126,7 m² |
| Consumo energetico | 960 kcal/kg | 840 kcal/kg |

**Vetropack Moravia Glass**

# Una nuova etichettatrice nello stabilimento di Kyjov

*La nuova etichettatrice nello stabilimento Vetropack di Kyjov etichetta automaticamente i bancali già pronti per la spedizione. Un codice univoco permette di tracciare la posizione del bancale in qualsiasi momento. Questo investimento segna un ulteriore passo in avanti nella strategia di automazione del Gruppo Vetropack.*

Ogni bancale che lascia lo stabilimento di Vetropack Moravia Glass è dotato di un codice univoco stampato sull'etichetta. I codici permettono ai clienti di identificare le merci, un concetto che semplifica enormemente la gestione dei bancali.

La produzione dei contenitori in vetro è parte integrante della filiera alimentare, a valle della quale il cliente riceve un prodotto che soddisfa rigorosi criteri di sicurezza. Ecco perché Vetropack Moravia Glass ha implementato un sistema di identificazione preciso per i propri prodotti. È totalmente automatizzato grazie ai robot introdotti nella fase di applicazione, dove le etichette vengono incollate all'esterno della pellicola. In questo modo è possibile andare incontro ai clienti che necessitano di un'etichetta esterna, cosa che permette una gestione senza intoppi nei magazzini automatici ed elimina eventuali problemi come lo spostamento o la perdita delle etichette di carta e fasi di fermo nel trasporto in magazzino.

**Un salto di qualità grazie all'automazione**

Velocità, efficienza, accuratezza e risparmio di tempo e denaro sono solo alcuni dei vantaggi dell'allestimento robotizzato a Kyjov. La postazione esegue la stampa e l'etichettatura automatica, controlla le etichette e comunica con la linea e il sistema complessivo. Il robot applica due etichette identiche nella parte anteriore e laterale del bancale, con la possibilità di posizionarle su più livelli grazie a un braccio robotico. Le postazioni sono manovrate da robot di Fanuc e installate dietro a due dispositivi per le pellicole adesive. È inoltre disponibile una stampante desktop di backup in caso di guasto. L'automazione consente un minore impiego di risorse umane, che adesso possono essere utilizzate in modo più efficiente, per esempio nel controllo qualità.

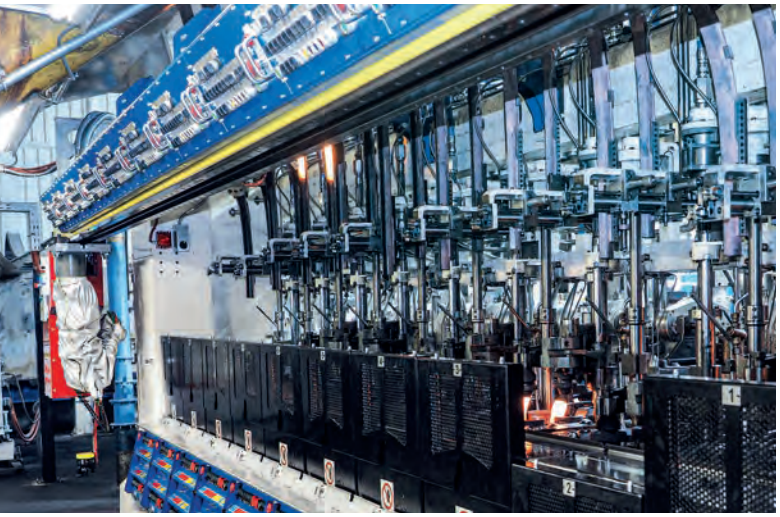
L'etichetta riporta il codice del bancale, informazioni sul tipo di prodotto, data e stabilimento di produzione, oltre a uno spazio per le informazioni sul cliente. "Durante le operazioni di carico effettuiamo la scansione dei bancali e registriamo quando e dove sono stati spediti. Questo processo prende il nome di 'tracciabilità'. Contrassegnare i bancali con un numero univoco di 18 cifre (Serial Shipping Container Code) permette di identificare ogni bancale in qualsiasi momento, qualora servisse. Sappiamo dove e quando il bancale è stato spedito e, se necessario, possiamo anche garantirne il rientro dal mercato" spiega Peter Pekara, Logistic Manager presso Vetropack Moravia Glass e Vetropack Nemšova.

**L'automazione prende piede nel Gruppo**

L'etichettatrice installata nella sede di Kyjov è considerata un progetto pilota per il Gruppo Vetropack. Nella prima metà del 2021 toccherà a Vetropack Straža, mentre nel 2023 l'etichettatrice verrà impiegata anche nel nuovo stabilimento di Boffalora sopra Ticino.

# Rinnovo della linea del vetro bianco nello stabilimento di Pöchlarn

*La sostituzione della linea del vetro bianco nello stabilimento di Pöchlarn è stata completata in appena 28 giorni. Da un lato questo ammodernamento a 360° favorisce il funzionamento della linea e aumenta la capacità produttiva, dall'altro offre migliori condizioni ergonomiche per lo staff, favorendo al tempo stesso la sicurezza sul lavoro.*



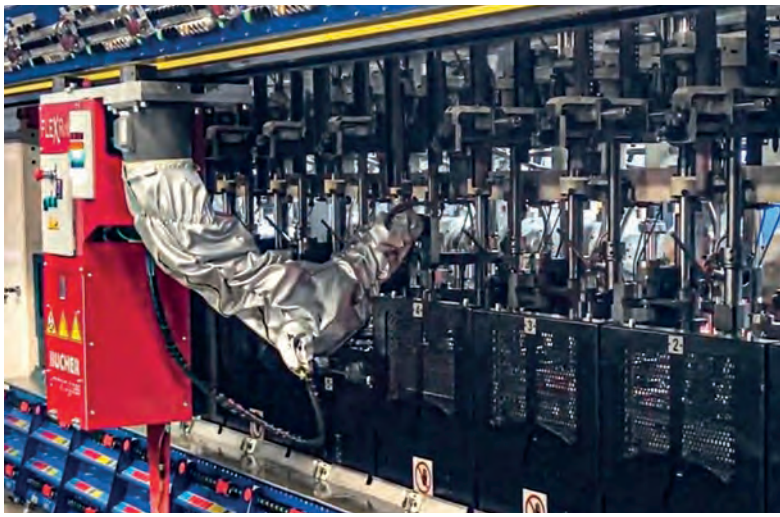
A Pöchlarn e Kremsmünster, per sfruttare al massimo i due forni per vetro bianco e per ottimizzare l'occupazione delle linee in entrambi gli stabilimenti, è stato messo a punto un nuovo progetto. A Kremsmünster, la linea di produzione è stata inoltre convertita per la produzione in tripla goccia, permettendo così di spostare i lotti di formato maggiore da Pöchlarn a Kremsmünster. La linea del vetro bianco di Pöchlarn è stata completamente riprogettata, in modo da trasferire la produzione degli articoli idonei da Kremsmünster a Pöchlarn. Complessivamente, queste innovazioni possono contribuire a soddisfare la crescente domanda di vetro bianco.

**Rifacimento del feeder**

I lavori di rifacimento su larga scala per la linea del vetro bianco di Pöchlarn sono iniziati il 21 settembre 2020 con la demolizione del materiale ignifugo del feeder e dell'intera infrastruttura. Il materiale ignifugo del feeder è stato sostituito, per adeguarlo al maggiore tonnellaggio richiesto. Il basamento della macchina è stato ribassato, cosa che ha anche permesso di regolare l'inclinazione del forno di ricottura. Ora il lavoro sulla linea è molto più ergonomico per i dipendenti.

**Maggiore sicurezza sul lavoro**

L'installazione di un sistema di barriere sul lato aperto minimizza il rischio di urtare la sezione mentre è in funzione. La buona visuale dello stato operativo rimane invariata. Lo stabilimento di Pöchlarn è il primo del Gruppo Vetropack a integrare questo sistema di sicurezza. Il robot lubrificante installato è il più innovativo nel suo genere.



**Ammodernamento nella zona fredda**

Quattro nuove macchine di controllo Symplex riconoscono il codice stampo binario dei contenitori in vetro tramite la videocamera. Eventuali bolle e grinze sul corpo del contenitore vengono facilmente rilevate e i difetti legati al numero stampo vengono segnalati alla zona calda in tempo reale tramite le immagini. Completano la nuova infrastruttura della linea gli aggiornamenti riguardanti le macchine di verifica e controllo, quattro orientatori e i nuovi scanner nella zona pallettizzatori per rintracciare le schegge di vetro sul pallet.

*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!*

**Raffinatezza**

## Sano e bello

*Zdravo Organic estrae il meglio della natura per i suoi succhi. E vuole che sia chiaro anche alla vista: le bottiglie in vetro bianco da 200 ml di Vetropack Straža hanno un aspetto molto nobile grazie alle curve morbide.*

La consapevolezza in materia di salute è aumentata enormemente negli ultimi anni, come dimostra il successo delle aziende alimentari che puntano tutto sulla naturalità. Una di queste è Zdravo Organic. Il nome (Zdravo significa "sano") parla già da sé: l'impresa di Selenča, nella Vojvodina, utilizza solo frutta e verdura locale per i suoi prodotti – succhi, marmellate, sottaceti e salsa ajvar – rinunciando a qualsiasi additivo o conservante.

Il miglior materiale da imballaggio per un'offerta del genere è il vetro, per questo Zdravo Organic imbottiglia i propri succhi esclusivamente in vetro. Il fiore all'occhiello della famiglia di bottiglie realizzate per Zdravo Organic è la nuova bottiglia da 200 ml con tappo twist-off. È semplice e compatta come i più capienti fratelli maggiori – il vaso da 314 ml e la bottiglia da 750 ml – ma appare comunque particolarmente elegante grazie alle curve morbide. I prodotti Zadravo sono apprezzati in tutto il mondo e vengono spediti fino in Canada o in Cina: e allora buon viaggio a questa bella bottiglia.

**Sapori equilibrati**

## I piaceri della vita

*L'azienda agricola Caudrina vizia gli estimatori del vino con il "sole liquido" del Piemonte. Per i suoi nettari pregiati, il viticoltore Romano Dogliotti attribuisce enorme importanza a un packaging dal grande impatto estetico: ecco perché collabora con Vetropack Italia.*

Fertile e soleggiato, il Piemonte è considerato da sempre un territorio eccezionale per il vitigno moscato. Ed è qui, nei pressi di Asti, che lavora Romano Dogliotti. Il proprietario dell'azienda agricola Caudrina è quasi ossessionato dalla creazione di vini sontuosi di altissima qualità. Gli astri più fulgidi della sua collezione sono il Moscato d'Asti La Caudrina e l'Asti Spumante La Selvatica DOCG. Questi vini dolci, ma anche gradevolmente aciduli, che si sposano alla perfezione con tapas o leggeri piatti estivi, sono un'ode alla gioia di vivere.

Lo stabilimento milanese di Vetropack Italia produce da quasi 20 anni le bottiglie personalizzate da 750 ml per l'azienda agricola Caudrina. La bottiglia di colore cuvée appare elegante con le sue proporzioni equilibrate e la lavorazione in rilievo, preservando un aspetto armonioso. Ogni elemento si combina alla perfezione, dando vita a una splendida cornice per le accattivanti etichette disegnate dagli artisti Alessandro Lupano e Romano Levi.

**Naturalità**

## Affinità elettive

*Fino a 200 anni fa l'acqua termale Vincentka veniva imbottigliata in contenitori di ceramica, ma da allora si presenta in bottiglie di vetro. Per questo anniversario, Vincentka si è regalata una bottiglia speciale in edizione limitata.*

Definire Vincentka un'acqua minerale è davvero riduttivo, perché in realtà questo eccellente alimento è un'acqua termale dalle proprietà curative. Sgorga a Luhačovice, la località termale più grande e antica della Moravia, le cui dieci fonti naturali attirano ospiti da tutto il mondo. Questo tipo di acqua si presta a terapie idropiniche (per ingestione) e inalatorie contro una serie di patologie, ma le persone attente alla salute sfruttano i suoi numerosi vantaggi anche nella vita quotidiana.

Dal 1820 Vincentka viene imbottigliata in vetro, salvo una breve interruzione, perciò il legame tra la speciale acqua e il vetro dura da ben 200 anni. Questa ricorrenza ha spinto Vincentka a creare, insieme a Vetropack Moravia Glass, una bottiglia celebrativa, nettamente più scura e più verde rispetto alla sua veste abituale. In totale ne sono stati realizzati 400.000 esemplari, a riprova di una naturale affinità: il vetro è un materiale salutare e di altissimo valore, proprio come le acque termali.

**Maestoso**

## Oro liquido

*I contenitori in vetro prodotti da Vetropack Gostomel per il brandy Aznauri dimostrano quanto fortemente una bottiglia possa trasmettere l'immagine di un marchio e di una bevanda nobile.*

Il nome Aznauri deriva da un antico titolo nobiliare conferito per meriti speciali. E il brandy che porta questo nome, distillato dall'azienda ucraina Global Beverage Trade, non poteva che essere sublime. L'immagine del marchio è rappresentata da maestosi leoni, in piena sintonia con il mondo della nobiltà. Una bevanda del genere richiede una bottiglia speciale, come quella prodotta da Vetropack Gostomel.

Affinché il colore oro scuro scintillante del brandy abbia il massimo risalto, le bottiglie nei formati 0,25, 0,5 e 0,7 litri sono realizzate in resistente vetro incolore. Il mix tra le linee curve e l'incisione convessa sulla parte anteriore è assolutamente armonioso. I due imponenti leoni che reggono una corona sopra alla lettera A rispecchiano la natura della bevanda: forte, fiera, ma al tempo stesso unica e libera. Non c'è dubbio: questa bottiglia regala un'ulteriore sensazione di piacere ai veri intenditori.

*Panoramica dei nuovi prodotti*

**Eleganza**

## Prodotti di prima classe

*Le aziende vinicole che aderiscono all'associazione "Österreichische Traditionsgüter" hanno elaborato uno speciale schema di classificazione. Le bottiglie più ricercate per i vini "Erste Lage", provenienti da vigneti di prima classe, sono realizzate da Vetropack Austria.*

Le regioni vinicole austriache sono estremamente variegate. La diversa composizione del suolo e il microclima possono dare vita a vini molto differenti anche in cantine vicine. Con grande passione e competenza, i membri dell'associazione "Österreichische Traditionsweingüter" affrontano la questione di come i piccoli dettagli di un luogo influenzino la qualità e l'identità di un vino.

L'associazione ha messo a punto un apposito schema di classificazione, dove sulla base di criteri territoriali-qualitativi si distingue tra "Klassifizierte Lage", "Erste Lage" e "Grosse Erste Lage". Per la categoria "Erste Lage", Vetropack Austria ha sviluppato bottiglie renane che rendono riconoscibile fin dal primo sguardo la particolarità del loro contenuto. Il logo "Erste Lage" in rilievo, che è come un marchio di qualità, impreziosisce l'area della spalla di questa elegante bottiglia in tonalità cuvée. Quanto all'imboccatura, i viticoltori possono scegliere tra le varianti BVS (Bague Vin Suisse) o cetie: anche per il vino, vale il motto "a ciascuno il suo".

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

**Un sorso di schiettezza**

## Autentico e deciso

*L'eccellente, pluripremiato whiskey dell'azienda irlandese Royal Oak Distillery si presenta ai suoi estimatori in una bottiglia prodotta da Vetropack Italia: perché un prodotto straordinario merita un look straordinario.*

La giovane azienda Royal Oak Distillery, nel sud-est dell'Irlanda, punta tutto sul whiskey artigianale. Con il brand "The Busker" produce infatti tutte e quattro le tipologie del superalcolico: Single Grain, Single Pot Still, Single Malt e il blend Triple Cask Triple Smooth. Grazie alla loro essenza profonda e al retrogusto dolce, questi whiskeys sono appena stati premiati nell'ambito dei famosi L. A. Spirits Awards.

L'idea dei produttori di unire tradizione e audaci innovazioni emerge anche nelle bottiglie di "The Busker". Le linee pulite e la forma rettangolare minimalista ne incarnano la genuina schiettezza, mentre la spalla pronunciata rappresenta la determinazione con cui la Royal Oak Distillery percorre la propria strada. Le bottiglie vengono prodotte nello stabilimento Vetropack di Trezzano sul Naviglio, in cinque formati compresi tra 375 e 1750 ml. Ma perché una distilleria irlandese si è affidata a un fornitore in Italia? Semplice: la Royal Oak Distillery appartiene all'Illva Saronno, che ha sede nell'omonima città lombarda. Ed è così che è nato il fortunato incontro.

Protezione ottimale

# Perché il vetro è il migliore materiale da imballaggio per l'olio d'oliva

*Olio d'oliva di alta qualità e contenitori in vetro: ecco un binomio vincente. Il vetro è uno dei materiali da imballaggio più efficaci per proteggere i prodotti nobili. E anche l'aroma unico di un delicato olio d'oliva si mantiene inalterato in una bottiglia di vetro.*

L'olio d'oliva, chiamato "oro liquido" dagli antichi greci, è un prodotto di culto in Europa e rappresenta il fondamento per una sana dieta mediterranea. Ingrediente di base per una marinata o condimento per una leggera insalata estiva, l'olio d'oliva offre numerose possibilità di impiego, cosa che lo rende un genere alimentare importante in ogni parte del mondo.

**"La qualità dell'olio dipenderà pure dalla pianta, ma se si tratta di preservare la qualità in fase di stoccaggio è il vetro a fare la differenza."**

Le differenze tra i vari oli stanno nel tipo di olive utilizzate e nel processo di spremitura. La definizione di "olio extra vergine d'oliva" si applica esclusivamente agli oli d'oliva puri, ricavati direttamente dalle olive. Solo il primo raccolto dell'anno può essere definito "extra". L'olio d'oliva puro deve essere spremuto a freddo per mantenerne il naturale bouquet aromatico. È privo di additivi chimici ed è soggetto a una procedura di altissima qualità per quanto riguarda sia la produzione sia lo stoccaggio. Ecco perché non esiste un materiale da imballaggio più adatto del vetro: evita qualsiasi contaminazione aromatica e salvaguarda il sapore, l'odore, il colore e la texture.

**Dio li fa e poi li accoppia**

Il vetro viene prodotto con materiali di origine naturale. Il vetro è puro. Non reagisce ad altre sostanze e può essere riutilizzato più e più volte senza alcun timore. Il vetro è inerte, il che significa che i prodotti che entrano in contatto con questo materiale non si modificano. È un grande vantaggio, soprattutto per i prodotti alimentari che nascono da una lavorazione scrupolosa, come per l'appunto l'olio d'oliva. Il vetro è uno dei materiali da imballaggio più efficaci per proteggere questi prodotti, perché crea una barriera quasi impenetrabile che impedisce qualsiasi perdita di qualità.

Rispetto ad altri imballaggi, l'olio d'oliva in vetro presenta il minor numero in assoluto di perossidi; in altre parole, i contenitori di vetro sono utili a prevenire l'ossidazione. Per gli oli d'oliva di alta qualità spesso si preferisce un vetro di colore scuro: una scelta che unisce estetica e funzionalità, poiché più la bottiglia è scura, maggiore è la protezione dalla luce.

Secondo un'indagine condotta da Friends of Glass nel 2020, oggi circa il 60% dei consumatori europei predilige l'olio nelle bottiglie di vetro.

**Le piccole cose**

# Un contributo attivo all'ambiente che ci circonda

*Da quattro anni, Vetropack Moravia Glass è sponsor del progetto "Le piccole cose che ci circondano". Grazie a queste sovvenzioni, è possibile implementare nuove idee per migliorare o riorganizzare l'ambiente. Ora, anche lo stabilimento Vetropack di Nemšová ha aderito a questo progetto di successo.*

Tredici concorrenti, singolarmente o in gruppo, hanno partecipato al concorso, presentando le loro proposte in diversi ambiti, come ambiente, salute, assistenza agli anziani e programmi per bambini o per giovani. L'anno scorso, in primavera, i dipendenti dello stabilimento slovacco hanno selezionato gli otto progetti vincenti. La commissione giudicante ha poi incontrato gli autori del progetto. "Abbiamo visitato luoghi insoliti e ascoltato storie interessanti. Non è stato facile scegliere, tutti i progetti erano validi e si differenziavano solo per piccoli particolari. Ci siamo concentrati sull'impatto del progetto sulla comunità e sull'ambiente", così Ľubica Gostíková descrive il suo lavoro come membro della giuria. I cinque progetti vincenti sono stati premiati con un contributo di 500 Euro e implementati con successo l'anno scorso.

**Piccole cose che fanno la differenza**

Tra i progetti vincenti vi sono tre casette per insetti costruite da un gruppo di scout e amanti della natura nei dintorni di Nemšová. Un altro progetto prevedeva la realizzazione di una tabella in legno presso la scuola elementare J. Palu a Nemšová, che riporta le informazioni sui tempi di decomposizione dei diversi tipi di rifiuti, per invitare gli alunni a riciclare.

A Ľuborč è stato realizzato un percorso pump-track per bambini e giovani ciclisti. L'associazione civica Peregrín è stata premiata per il suo impegno sociale. E la scuola d'arte primaria Nemšová ha ricevuto un contributo per rinnovare gli spazi scolastici. Tutti i progetti dimostrano quanta cura abbia la gente verso il proprio ambiente e quanta gioia procuri poterlo rendere ancora più vivibile.

Aprile 2021

**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

vetropack