

VETROTIME

MERCATO
Olio e aceto

STUDIO
L'effetto della luce
sulla qualità del vino

ARTE
Vetro a perdita
d'occhio

03 MERCATO	Olio e aceto
06 SOSTENIBILITÀ	Adatto a un'economia circolare
10 NUOVI DESIGN	Un capolavoro in vetro
16 SCIENZA	L'effetto della luce sulla qualità del vino
18 ARTE	Il mondo dei musei

Gentili lettori,

benché l'anno sembri appena iniziato, siamo ormai a 2016 inoltrato. Il tempo è volato ed è quasi un anno da quando la Vetropack Italia si è unita a noi come sussidiaria. Da allora, è diventata parte integrante del nostro gruppo societario, come vedrete alle pagine 3-5 di questo numero di Vetrotime. Dopo tutto, è impossibile parlare di bottiglie da olio e aceto senza citare l'olio d'oliva e l'aceto balsamico, due tra i più iconici prodotti italiani d'esportazione – anche se, di fatto, la Spagna produce maggiori quantità di olio di oliva e la Grecia ne consuma molto di più. La Vetropack Italia, tuttavia, non produce solo bottiglie da olio e aceto. In aggiunta ai contenitori standard per vino, liquori e alimenti – per citarne solo alcuni – la sua offerta comprende un'ampia gamma di contenitori in vetro speciali, realizzati per conto di aziende di lunga tradizione, ben note anche fuori dai confini italiani.



Al momento, il Gruppo è impegnato a integrare la nuova sussidiaria italiana a 360 gradi: l'acquisto della società ha costituito infatti solo il passo iniziale, ma per armonizzare tutti i processi, gli standard e i metodi serve tempo.

Questo ce l'ha insegnato molto bene la Vetropack Gostomel. Quest'anno, la nostra vetreria ucraina festeggia il decimo anniversario da sussidiaria Vetropack. Potete leggere di tutti i cambiamenti avvenuti nell'azienda negli ultimi dieci anni alle pagine 8 e 9. Siamo orgogliosi di come questa azienda si è sviluppata e ha raggiunto alti livelli di produttività, rafforzando la sua posizione sul mercato: non è un'impresa da poco, considerate l'instabilità politica della regione e l'attuale crisi economico-finanziaria.

Le ultime due pagine di questo numero di Vetrotime sono dedicate ai musei del vetro e, chissà, potreste magari trarne ispirazione per fare qualche bella gita. Il vetro è un materiale affascinante, che incanta l'umanità da sempre, sia esso sotto forma di preziosi contenitori di epoca antica, di opere d'arte o di imballaggi rispettosi dell'ambiente e della salute.

Con i migliori saluti,


Claude R. Cornaz

OLIO E ACETO

Alimenti nobili

L'olio e l'aceto sono irrinunciabili in cucina, impreziosiscono le pietanze conferendo loro un tocco aromatico speciale. Nelle loro bottiglie di vetro, prodotte da Vetropack in svariate forme e dimensioni, questi due nobili alimenti campeggiano eleganti su scaffali e tavole di tutto il mondo.

L'olio d'oliva aromatizzato al limone conferisce una nota di freschezza all'insalata, mentre l'olio di noci è ideale per chi preferisce un gusto più deciso. La varietà di aromi, disponibile sia per gli oli sia per gli aceti, è sbalorditiva – e tutti sono perfetti per impreziosire le pietanze. Occorre dunque scegliere con grande cura un imballaggio in grado di proteggere al meglio questi alimenti talvolta delicati, talvolta vigorosi: il vetro è, senza dubbio, la scelta migliore.

Oggi, la tendenza del mercato è quella di produrre imballaggi sempre più piccoli, soprattutto per i sapori più particolari, generalmente offerti in formati ridotti da 0,5 litri. Ma anche le bottiglie da 0,75 e 1 litro sugli scaffali dei supermercati riscuotono un notevole successo. I clienti chiedono sempre più spesso forme ricercate, con cui sbaragliare la concorrenza e far risaltare il proprio olio e aceto, generalmente venduto in bottiglie di vetro marroni, verdi o bianche con tappi a vite.

Il Gruppo Vetropack offre una gamma di bottiglie standard e modelli personalizzati, rotondeggianti, quadrati e persino ottagonali: non c'è limite alle forme disponibili. Il cliente può scegliere tra colli lunghi e corti, spalle arrotondate, quadrate o che si fondono armoniosamente con il corpo della bottiglia. Per non parlare delle etichette, sia per le bottiglie di aceto sia per quelle di olio.

Gli oli più popolari

Nelle case della Repubblica Ceca e della Slovacchia si usa soprattutto olio di semi di girasole, seguito da olio d'oliva e di colza. In queste regioni, i sapori particolari sono minoritari, mentre in Europa si attribuisce grande importanza ai prodotti biologici e alle aziende di piccole dimensioni.



LO SAPEVATE?

Lo sapevate che sciacquare la bocca con l'olio è un metodo semplice quanto efficace per la pulizia del cavo orale? Questa pratica, originaria dell'Ucraina, fu presentata pubblicamente a metà degli anni Ottanta in occasione di un convegno dell'Associazione ucraina di oncologi e batteriologi. Sciacquare regolarmente la bocca con l'olio mantiene sano l'organismo, previene le malattie e riduce addirittura il sanguinamento delle gengive.



Questa attenzione alla produzione locale si avverte in particolar modo in combinazione con oli speciali come l'olio di semi di zucca della Stiria in Austria. Tra gli oli di semi, quello di girasole registra un alto indice di gradimento nei Paesi in cui opera Vetropack, seguito dall'olio di colza e da quello d'oliva. A livello mondiale, l'Ucraina è il maggior produttore di olio di semi di girasole: non c'è da stupirsi dunque che copra due terzi del proprio fabbisogno. In Italia, invece, è un altro olio a farla da padrone: gli italiani amano così tanto l'olio d'oliva che la produzione interna non riesce a coprire del tutto la domanda. A livello globale, il primo produttore di olio d'oliva è la Spagna, dove si registra tuttavia un consumo pro capite inferiore rispetto a

quello italiano. Il record dei consumi spetta alla Grecia, con i suoi 20 kg annuali di olio pro capite.

Aceto – ieri e oggi

Oltre a impreziosire le pietanze, l'aceto – quello di vino bianco o di erbe – ha un ruolo di primo piano anche nella conservazione delle verdure. Nel Medioevo, l'aceto di erbe era usato anche come medicinale, mentre nel XIX secolo era, diluito in acqua, una bevanda rinfrescante.

L'aceto balsamico non serve solo per realizzare vinaigrette per insalate ma anche per arricchire i dessert: deliziose sono le fragole marinate nell'aceto balsamico e servite con



gelato alla vaniglia e menta tritata finemente. Non è da meno la mousse al cioccolato con vinaigrette di aceto balsamico, zeste d'arancia e olio d'oliva. Chi ama i sapori più decisi, versa su un pezzetto di parmigiano non stagionato una goccia di aceto balsamico dal sapore agrodolce.

Grassi sani

Scegliere l'olio è una questione di gusti ma anche un modo per prendersi cura della propria salute e assaporare, al contempo, squisiti piatti. L'olio d'oliva, di colza e di semi di arachide, ad esempio, influiscono positivamente su glicemia, colesterolo e pressione sanguigna. Gli oli di semi contengono, in generale, una maggiore percentuale

di acidi grassi insaturi. Sono quindi molto preziosi per il nostro corpo perché, in quanto grassi sani, rappresentano ottimo «materiale da costruzione» per cellule e nervi. I più noti acidi grassi insaturi sono gli omega-3 e gli omega-6, presenti rispettivamente nell'olio di colza, di noci e di lino i primi, nell'olio di semi di girasole, di cartamo e di soia i secondi. Cucinare con diversi tipi di olio, non solo introduce varietà in cucina ma fa anche bene alla salute.

SALUTE E AMBIENTE

Compatibilità con l'economia a ciclo chiuso

L'obiettivo di un'economia sostenibile a ciclo chiuso è quello di reintegrare completamente nel processo produttivo le materie prime necessarie per la produzione di un articolo, utilizzandole oltre il loro ciclo di vita. Nel caso del vetro, ciò avviene attraverso il riciclaggio. Rientra inoltre in un'economia sostenibile a ciclo chiuso una gestione moderna del rischio dovuto a sostanze chimiche.

Da tempo, la salute e la tutela dell'ambiente non sono più tematiche marginali. In maniera crescente, i consumatori desiderano sapere di cosa sono composti i prodotti, come e dove sono stati fabbricati e quali sono i valori delle aziende i cui marchi sono sulla bocca di tutti. Grazie alle informazioni pubblicamente accessibili e disponibili in Internet, i potenziali clienti trovano risposte a domande riguardanti, ad esempio, le sostanze chimiche potenzialmente pericolose presenti negli imballaggi. La trasparenza e la lealtà sono quindi fattori che incidono sempre più sulle decisioni d'acquisto, contribuendo così a determinare il successo economico.

Un'ulteriore tendenza è rappresentata dalla preoccupazione per l'impatto ambientale nei consumi. Nonostante gli imballaggi degli alimenti siano continuamente oggetto d'attenzione, essi incidono in modo relativamente ridotto sull'ambiente, se visti nell'ottica del prodotto alimentare nella sua interezza. Le stime per il mercato svizzero indicano che la percentuale corrispondente agli imballaggi alimentari si attesta attorno all'1%. Ciononostante è importante e doveroso limitare l'impatto ambientale degli imballaggi. Vanno altresì ottimizzati gli aspetti dell'imballaggio alimentare che riguardano la salute. Quest'ultimo punto si profila sempre più come una sfida dell'economia sostenibile a ciclo chiuso. In tale contesto, l'idea di base è lavorare con materiali che possano essere riutilizzati più volte. Poiché gli orizzonti temporali abbracciano diversi decenni, non sempre è possibile prevedere il tipo di utilizzo futuro di un materiale. Ciò premesso, la soluzione ideale nel caso

delle sostanze chimiche è non scendere a compromessi e non consentire fin da subito l'uso di sostanze dubbie per gli imballaggi alimentari. Queste ultime possono causare in seguito problemi nell'economia a ciclo chiuso.

Utilizzo sostenibile delle risorse

Sono associati a un rischio elevato per la salute gli interferenti endocrini (sostanze che alterano la funzionalità del sistema endocrino), le sostanze cancerogene (che possono causare tumori) e gli effetti della combinazione di tali sostanze nonché l'esposizione a determinate sostanze chimiche nello sviluppo prenatale. La tematica è complessa: non stiamo quindi parlando solo dei rischi correlati alle sostanze chimiche e al loro impatto sulla salute umana nel lungo periodo ma anche di un utilizzo davvero sostenibile



FOOD PACKAGING FORUM

Il «Food Packaging Forum» (FPF) – una Fondazione di pubblica utilità creata nel 2012 a Zurigo – si occupa degli aspetti scientifici dei materiali a contatto con gli alimenti e dell'impatto sulla salute a seguito dell'assunzione quotidiana di sostanze chimiche dell'imballaggio attraverso l'alimentazione. La FPF è un'organizzazione indipendente e con base scientifica che fornisce a diversi stakeholder informazioni obiettive e di grande utilità.



delle risorse che consenta di utilizzare, per decenni, diversi materiali come imballaggi alimentari, senza temerne conseguenze negative. È pertanto evidente che, nella gestione del rischio nell'economia a ciclo chiuso, il «business as usual» può creare problemi a causa delle sostanze chimiche nocive per la salute. E, in linea con i principi dello sviluppo sostenibile, dovremmo applicare già oggi le conoscenze in nostro possesso per garantire il sostentamento delle generazioni future. Fra i nostri compiti rientra anche il ritiro dal mercato di sostanze già note come problematiche. Ciò presuppone un approccio diverso, già assunto dai consumatori più consapevoli – una nicchia ideale di prodotti innovativi che rendono possibile un consumo sostenibile.

Valutazione del rischio delle sostanze chimiche

E' in aumento l'idea che le sostanze chimiche rappresentino un rischio per la salute per due fattori: il potenziale di rischio di una sostanza indica il suo grado di tossicità, gli effetti tossici che causa e con quali concentrazioni. Il secondo fattore è il potenziale di nocività di una sostanza che indica le quantità con cui le sostanze chimiche vengono trasmesse dall'imballaggio agli alimenti e le quantità consumate infine dall'essere umano.

Nuove sfide

Si è finora ritenuto di poter controllare bene i rischi dovuti a sostanze chimiche non superando determinati livelli di tolleranza di singole sostanze pericolose per l'organismo umano. Questo principio generale, secondo cui «il veleno risiede nella dose», viene tuttavia sempre più spesso messo in discussione da nuove conoscenze scientifiche per i danni cronici causati dalle sostanze chimiche. Gli interferenti endocrini possono provocare effetti nocivi anche a dosi basse, tuttavia non riscontrabili nel caso di concentrazioni più alte. Non sono quindi uniformi le interazioni delle dosi di sostanze che alterano il sistema endocrino. È un dato di cui si

è consapevoli ormai da tempo nella ricerca endocrinologica. Che questo principio si applichi anche ad alcune sostanze chimiche sintetiche è un aspetto relativamente nuovo e non ne è stato tenuto finora conto nella valutazione del rischio dovuto a sostanze chimiche negli imballaggi alimentari.

Almeno dallo scandalo del talidomide negli anni Sessanta, lo sviluppo prenatale è noto quale momento particolarmente delicato per gli effetti nocivi delle sostanze chimiche. Si sa che i composti chimici attraversano la placenta e che, già in quantità minime, possono avere effetti dannosi sullo sviluppo del feto. Questo principio viene applicato – oltre ai farmaci, all'alcool e al fumo – anche alle sostanze chimiche industriali. Non vengono però finora rilevati coerentemente gli effetti sul feto da parte delle sostanze utilizzate negli imballaggi alimentari.

La tossicità della composizione indica gli effetti della combinazione di sostanze che, considerate separatamente, non superano il loro limite di nocività. Sotto forma di cocktail, tuttavia, possono certamente avere degli effetti. Lo si può affermare sia per il lasso di tempo dello sviluppo prenatale sia per le successive fasi di vita. Negli imballaggi alimentari sono presenti più di 15'000 diverse sostanze chimiche, a cui sono esposti gli esseri umani attraverso il consumo di alimenti. Ne consegue un elevatissimo numero di possibili combinazioni, non controllabili attraverso metodi attuali. Il primo passo logico da compiere risulta quindi essere il non utilizzo di sostanze già note come pericolose.



Dott. sc. nat. PFZ Jane Muncke,
Fondazione «Food Packaging Forum», Zurigo

Dal 2,5% al **65%**

Aumento della quota di mercato nei settori dei vini e dei vini spumanti dal 2,5% al 65%



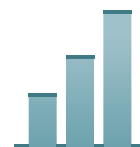
Magazzino

Costruzione di un magazzino coperto di 9'180 m²



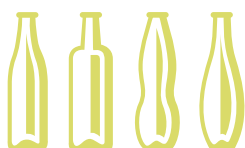
Capacità produttiva

Aumento della produzione giornaliera di vetro per imballaggi da 590 a 820 tonnellate



Mercato ucraino

Mantenuta e addirittura aumentata la quota di mercato: dal 22% al 32%



Ampliata la gamma di prodotti

Varietà dei contenitori in vetro ampliata da 107 a 425 articoli



Imballaggio

Installazione di linee di imballaggio automatiche in tutti i settori di produzione



Esportazioni

Quota di esportazioni cresciuta dal 5% al 30%

Riduzione dei costi

Riduzione del 32% dei costi energetici per ogni contenitore in vetro



Riciclaggio del vetro

Quota di scarti nella produzione di vetro colorato salita dal 42% al 60%



Sicurezza alimentare

Insignito della Food Safety System Certification FSSC 22000

Produzione annua

Produzione annua salita da 233 a 590 milioni di bottiglie di vetro



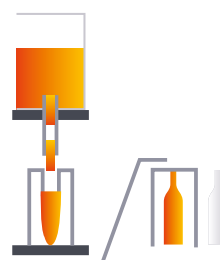
oliva

feuille-morte

cuvée

Nuovi colori

Oliva, feuille-morte e cuvée ampliano la gamma di colori



Nuova tecnologia

Introduzione di nuove tecnologie di produzione - macchina «a tripla goccia», procedimento di presso-soffiatura per bottiglie a collo stretto, procedimento di presso-soffiatura



10° ANNIVERSARIO

10 anni di Vetropack Gostomel

JSC Vetropack Gostomel fa parte del Gruppo Vetropack dal 2006. Da allora sono cambiate molte cose: ecco una breve retrospettiva.

Il 2006 è un anno memorabile per la vetreria di Gostomel: la ditta muove il primo grande passo verso il futuro con l'ingresso in un Gruppo imprenditoriale attivo in tutta Europa e specializzato nella produzione di imballaggi in vetro per l'industria alimentare e delle bevande.

Gostomel: produzione ecosostenibile

Il vetro è una sostanza stabile, impermeabile, igienica e naturale: l'ideale per gli imballaggi. Un'altra sua importante caratteristica è la riciclabilità. Ogni anno, la vetreria ucraina aumenta la quota di rottami di vetro impiegati nella produzione di vetro nuovo, risparmiando così energia e risorse: i rottami costituiscono il 61% del vetro ambra e il 31% di quello bianco. Ogni giorno, gli esperti vetrai producono 380 tonnellate di vetro verde, 220 di vetro ambra e 220 di vetro bianco. La vasca di fusione per il vetro verde, inaugurata nel 2007, è la più grande del Gruppo Vetropack, con una capacità di fusione giornaliera di 380 tonnellate.

Per la produzione del vetro sono necessarie temperature molto elevate, intorno ai 1'600 °C. Di conseguenza occorrono grandi quantità di energia. A tale riguardo, Vetropack ha sempre tenuto in grande considerazione la compatibilità ambientale, con investimenti in programmi mirati.

Nel 2010, nella fabbrica Vetropack ucraina è stato introdotto il procedimento di presso-soffiatura dei vasi a collo stretto, per produrre contenitori in vetro dalle pareti più sottili e del 30% più leggeri, senza tuttavia rinunciare alla stabilità e alle eccellenti caratteristiche di questo materiale. Un anno dopo è stata inaugurata la macchina «a tripla goccia» per produrre ben 36 contenitori in vetro alla volta.

Uno sguardo al futuro

Nonostante la crisi economica, l'instabile situazione politica e gli scontri militari in Ucraina, la fabbrica situata nella regione di Kiev mantiene il 32% delle quote di mercato. 650 dipendenti producono ogni giorno ben due milioni di contenitori in vetro, coprendo all'incirca il 18% della produzione totale del Gruppo Vetropack.

Come accennato sopra, il riciclaggio e il trattamento dei rottami di vetro sono all'avanguardia in Ucraina: con il 10% di vetro vecchio si risparmiano il 3% di energia e il 7% di emissioni di CO2. Un milione di imballaggi in vetro riciclati fa risparmiare 250 tonnellate di sabbia di quarzo che, oltre al vetro vecchio, è la materia prima maggiormente utilizzata per la produzione di contenitori in vetro. È un'enorme opportunità per salvaguardare le materie prime naturali per le generazioni future.



RICCO DI TRADIZIONE

Rosso rubino perlato

Il noto vino spumante Novy Svet, della penisola di Crimea, si presenta con una nuova veste. Le bottiglie color oliva sono prodotte dall'azienda specialista del vetro Vetropack Gostomel.

Sin dal primo sorso spicca la delicata interazione tra il gusto di ribes neri, prugne e violette. Il vino spumante Novy Svet è una miscela delle varietà di vite Cabernet Sauvignon, Saperavi e Merlot. Il rosso rubino perlato della bevanda è avvolto da un'elegante bottiglia standard color oliva, prodotta nello stabilimento ucraino di Vetropack. La bottiglia da 0,75 litri è il simbolo della tradizione della cantina vinicola ubicata sulle coste del Mar Nero. Da poco, il vino Novy Svet viene imbottigliato nella fabbrica di spumanti Charkiv situata nella città ucraina di Charkiv.

SPEZIE PICCANTI

Protagonista è il vetro

Šafram, il maggior produttore di spezie croato, vende le proprie spezie in vasetti di vetro prodotti da Vetropack Straža.

In Croazia, il nome dell'impresa di proprietà familiare Šafram è sinonimo di raffinata polvere di peperoncino rosso – sia dolce che piccante. La gamma dell'impresa – con una tradizione che risale al 1991 – comprende anche altre miscele di spezie, oltre a frutta e verdura essiccata. Da poco, le rinomate spezie Šafram si possono acquistare in vasetti di vetro da 0,12 litri, prodotti nello stabilimento Vetropack croato. Il vasetto in vetro bianco è disponibile con una semplice chiusura dotata di spargitore o macinaspezie. La sfida tecnica è consistita nel concepire la bocca in modo tale che il macinaspezie formasse un tutt'uno con il vasetto, per evitare che i due elementi si separassero durante il processo di macinazione.



POWER DRINK

Un imballaggio sano per un prodotto sano

Vetropack Austria fabbrica le bottiglie in vetro per l'«IngwerTRINK» di Kloster Kitchen e per i succhi di frutta e gli smoothie di SanLucar. Il contenuto è rinfrescante – e sano è l'imballaggio che protegge lo squisito aroma e i pregiati ingredienti.

Lo zenzero è utilizzato sia come spezia sia come agente terapeutico – ad esempio, per una pietanza al curry o contro un raffreddore incipiente. Gli amanti dello zenzero

ma anche coloro che ne sono incuriositi possono ora gustare una bevanda rinvigorente. L'«IngwerTRINK» di Kloster Kitchen Öko Fairtrade GmbH trae ispirazione da un'antica

ricetta conventuale. L'azienda ha sede a Cudrefin in Svizzera. La bottiglia di questo rinfrescante power drink viene prodotta da Vetropack Austria. Si tratta di una bordolese da 0,25 litri di colore verde dell'assortimento standard. Il colore della bottiglia, abbinato a un'appariscnte serigrafia dell'azienda Printglass, assume un aspetto armonioso e trasmette una sensazione di tranquillità. A perfezionare questa bevanda caratterizzata da freschi pezzetti di zenzero e sciroppo di agave provvede un tappo a vite con coperchio argentato.



sono provviste di un pratico tappo twist-off. L'elegante etichetta e gli sgargianti colori delle bevande invogliano a sorseggiarne il pregiato contenuto. Le bottiglie in vetro proteggono al meglio le vitamine, gli aromi e i colori di queste bibite ricche di vitamine.

Come per l'«IngwerTRINK» è Vetropack Austria a produrre le bottiglie di queste bevande a base di frutta e verdura. SanLucar è una società del settore ortofrutticolo che opera su scala internazionale, la cui sede centrale si trova a Valencia in Spagna, con filiali in Germania e Austria.

Saporiti e rinfrescanti sono anche i succhi di frutta e gli smoothie di SanLucar «Fruit to go» GmbH con sede a Ebreichsdorf in Bassa Austria. Le bottiglie in vetro bianco da 0,25 e 0,65 litri spiccano con il loro corpo cilindrico e

EDIZIONE LIMITATA

Doppio imballaggio

Alla fine del 2015, il birrificio Pilsner ha creato una confezione regalo speciale per la birra Pilsner Urquell: il progetto è stato ideato da un designer ceco, mentre le bottiglie in vetro verde sono prodotte da Vetropack Moravia Glass.

Le confezioni regalo sono molto apprezzate e impreziosiscono i prodotti – ragion per cui alla fine del 2015 la Pilsner Urquell ha immesso sul mercato un imballaggio speciale per una doppia protezione per la propria bevanda al luppolo.

La bottiglia in vetro verde da un litro con chiusura a meccanica viene prodotta nello stabilimento ceco Vetropack di Kyjov – in edizione limitata, ideata dal famoso designer Rony Plesl che si è ispirato ai classici bicchieri da Pilsner da 0,5 litri, anche questi creati da lui. Con la sua pancia accentuata, la bottiglia verde spicca tra le birre lager: su un lato campeggia l'incisione «Pilsner Urquell», mentre la parte inferiore della bottiglia è decorata con sagome rotondeggianti. Ad accentuare l'effetto di ricercatezza ci pensa la confezione regalo cilindrica su cui è raffigurata la bottiglia stessa.





RICCA DI MAGNESIO

Leggendaria

Secondo la leggenda, Pegaso – il cavallo alato della mitologia greca – sarebbe legato al momento in cui l'acqua minerale Donat Mg zampillò per la prima volta dal suolo. Le bottiglie in vetro verde di questa acqua minerale ricca di magnesio sono prodotte nello stabilimento Vetropack croato.

Tanto tempo fa, Pegaso sorvolò la Slovenia e rimase talmente affascinato dal paesaggio che scese fino a toccare il suolo provocando uno spostamento degli strati terrestri. Fu così che sgorgò la sorgente di Donat Mg, un'acqua minerale ricca di magnesio dall'effetto benefico.

Nel 2013, l'agenzia spagnola di design PointBleu con sede a Barcellona è stata incaricata di riposizionare il marchio Donat Mg, con l'obiettivo di conferire alla bottiglia l'aspetto di un flacone di medicinali, per distinguersi così ancor più dall'immagine classica di una bottiglia di acqua minerale convenzionale. Il progetto ha avuto l'effetto sperato: dal 2016, lo stabilimento Vetropack Straža di Hum na Sutli produce la bottiglia in vetro verde che contiene la leggendaria acqua minerale. Il corpo della bottiglia si contraddistingue per il suo design sobrio e classico, dal collo corto. La bottiglia da 0,75 litri è dotata di tappo a vite.

AD ALTO TASSO ALCOLICO

Lime e menta

Il liquore verde Villa Bianca risalta splendidamente nella bottiglia di vetro bianco prodotta da Vetropack Gostomel. Questa bevanda alcolica dal sapore aromatico e fruttato completa l'attuale ventaglio di prodotti.

All'insegna dello slogan «il segreto sta nella miscela» si presenta il liquore Villa Bianca della ditta ucraina Obolon. Il contenuto è una miscela di erbe aromatiche, succo di frutta e sciroppo di zucchero. La combinazione di lime e menta conferisce un fresco tocco verde a questa bevanda alcolica.

A produrre la bottiglia in vetro bianco da 0,5 litri è Vetropack Gostomel. Sia il lungo corpo della bottiglia sia l'allungato collo provvisto di tappo a vite conferiscono a questo liquore un'eleganza sobria e classica. La sua squisita dolcezza con una nota fruttata porta una ventata di novità sul mercato ucraino dei liquori, donando quel tocco speciale a cocktail e in abbinamento a pietanze.





PICCOLO MA PREGIATO

Perfetto in abbinamento con la pizza

Sul mercato ucraino del vino c'è una novità tutta da scoprire: un vino piccolo ma pregiato che accompagna perfettamente la pizza. Il «pizzavino» della ditta Kotnar è disponibile in bottiglie da 0,375 litri prodotte da Vetropack Gostomel.

La pizza rappresenta per molti una delle pietanze preferite. Il «pizzavino» è l'abbinamento perfetto a questa prelibatezza italiana. Con la pizza è meglio bere vino rosso o bianco? È questione di gusti. Il «pizzavino» è disponibile in due varianti: un «Traminer» secco e semisecco con una dolce nota di rosa tea e un «Merlot» secco e semisecco con un gusto fruttato di ribes.

Le bottiglie piccole e leggere da 0,375 litri in vetro bianco o color oliva, prodotte nello stabilimento ucraino di Vetropack a Gostomel, sono ideali per un'escursione all'aperto o per un piacevole picnic. Non occorre portare con sé un apribottiglie, essendo le bottiglie dotate di un tappo a vite.

DELICATEZZA IN CUVÉE

Squisito vino bianco italiano

L'impresa di proprietà familiare Sartarelli imbottiglia i propri vini bianchi in bottiglie di vetro cuvée prodotte da Vetropack Italia. Le uve impiegate crescono negli antichi vigneti della cantina.

Il vigneto «Vinicola Sartarelli» promuove da tempo un'agricoltura eco-sostenibile, con l'obiettivo di proteggere gli impianti, i macchinari e il paesaggio. Le viti, distribuite su oltre 55 ettari di terreno, crescono rigogliose ad un'altezza di 350 m.s.l.m. Le bottiglie di vetro cuvée per i vini bianchi sono prodotte da Vetropack Italia nella classica forma renana, originaria dell'Alsazia. L'elegante e sobrio design è stato sviluppato dagli esperti vetrai che l'hanno ulteriormente impreziosito con una «S» incisa all'altezza della spalla.

Il vino nelle bottiglie da 0,75 litri è disponibile in tre varietà diverse: il «Tralvio» è leggermente dolciastro, il «Classico» si contraddistingue per il suo retrogusto amarognolo che richiama le mandorle, mentre il «Balciana» spicca con il suo fresco aroma agrumato.



IL RICHIAMO DEI MONTI

Moderno Design Svizzero

Il design del nuovo packaging delle rinfrescanti bibite Rivella si ispira alla lunga tradizione del marchio e a una reinterpretazione della Svizzera moderna. Le bottiglie in vetro da 0,33 litri sono state prodotte appositamente per il mercato della ristorazione.

Con l'arrivo della primavera, il marchio svizzero di bevande Rivella si rifa completamente il look. A differenza della versione precedente dalle scanalature ondulate, la nuova bottiglia Rivella è caratterizzata da distintive linee diagonali. Il tema intrecciato creato dalle linee simboleggia le montagne svizzere, tema che viene ripreso nuovamente dall'etichetta. Per garantire che la bottiglia e l'etichetta formino un insieme armonioso, l'etichetta viene applicata alla bottiglia con grande precisione durante il processo di produzione. I nuovi contenitori, che sono completati da un tappo a corona, hanno la stessa capacità da 0,33 litri dei precedenti. Il compito di creare questa nuova immagine del marchio è stato affidato a Yves Behar, designer di fama internazionale originario della Svizzera occidentale.

La «Rivella Rossa» e la «Rivella Blu», i pilastri del marchio Rivella, si presentano in bottiglie di vetro ambrato. La versione «Verde» di Rivella, venduta l'anno scorso in versione limitata in bottiglie di vetro verde, è stata ribattezzata «Rivella Te Verde» ed è confezionata in bottiglie trasparenti. Le bottiglie in vetro di tutte e tre le varietà di Rivella sono prodotte esclusivamente per il mercato della ristorazione.



LA BIRRA DEL MONASTERO

Prodotta secondo la tradizione

Da due anni, il birrificio del monastero di Fischingen produce la propria birra artigianale. Le bottiglie in vetro verde e marrone sono realizzate negli stabilimenti Vetropack di Croazia, Austria e Svizzera.

Il piccolo birrificio del monastero di Fischingen produce, nel Canton Turgovia in Svizzera, un'eccellente birra gourmet denominata PILGRIM, contribuendo in modo sostanziale alla conservazione del monastero.

La «craft beer» (birra artigianale) così come la «Abteibier» (birra di abbazia) vengono imbottigliate in bottiglie Vetropack prodotte negli stabilimenti di Hum na Sutli, Pöchlarn e Saint-Prex. La prima è disponibile sia nella bottiglia «long neck» marrone da 0,75 litri sia nella bottiglia Gambrinus da 0,33 litri. Entrambe sono dotate di tappo a corona. La «Abteibier» – anche conosciuta con il nome di «Bière d'Abbaye» o «Bière de Trappiste» – spicca nelle sue bottiglie da spumante in vetro verde da 0,75 e 0,37 litri. Grazie al suo elevato tasso alcolico (11,5%), la birra si conserva a lungo. La presentazione delle birre in bottiglie da vino spumante impreziosisce tanto il contenuto quanto il loro aspetto esteriore.

Oltre a queste due birre, il birrificio del monastero produce una birra diversa per ogni stagione. Tutte vengono comunque prodotte secondo l'antica ricetta e in tini aperti. Ai giorni nostri, la tradizione della fermentazione aperta è una peculiarità di pochi birrifici, perlopiù di piccole dimensioni.



NATURALMENTE TORBIDA

Una birra leggendaria

Con la sua nuova linea di prodotti, il birrificio svizzero Brauerei Adler AG con sede a Schwanden nel Canton Glarona riscopre il mondo delle leggende. «Vrenelisgärtli» è una birra bianca non filtrata dal gusto fruttato. Le bottiglie in vetro marrone vengono prodotte nella fabbrica di vetro Vetropack di Kremsmünster.

La cima Vrenelisgärtli (letteralmente «piccolo giardino di Verena») – il peculiare quadrilatero nelle Alpi glaronesi – è ben nota agli escursionisti alpini. Secondo una leggenda, qui dovrebbe esservi sepolta sotto la neve Vreneli, la piccola Verena, che a causa della pesante coltre di neve non sarebbe più stata in grado di salvarsi. La nuova linea di prodotti di Adler Bräu si rifà, con l'etichetta «Saagehafts usem Glarnerland» (cose leggendarie dalla terra glaronese), proprio a questa leggenda.

Vetropack Austria produce le sobrie bottiglie in vetro marrone, dotate di una bocca per tappo a corona. Sull'etichetta della bottiglia è raffigurata Vreneli che dorme nel suo giardino. La bottiglia contiene 0,29 litri di questa gustosa bevanda al luppolo naturalmente torbida, una tipica «witbier» (birra bianca) belga. Il lievito ad alta fermentazione le conferisce una nota fruttata, arricchita da semi di coriandolo, scorze essiccate di arancia amara di Curaçao e avena.



RINFRESCANTE

Sapori che riportano all'infanzia

Lo stabilimento italiano di Vetropack a Trezzano sul Naviglio produce le bottiglie in vetro bianco per le bevande analcoliche di Baladin – fra cui il «Ginger» di color arancione.

Nonostante lo suggerisca il nome, il «Ginger» di Baladin non contiene zenzero. Questa bibita analcolica è composta da acqua, zucchero di canna, succo di limone, anidride carbonica, erbe, scorze di arancia amara e dolce, spezie e vaniglia. È una composizione rinfrescante per il palato, da gustare liscia, arricchita con arance oppure miscelata con alcolici.

Vetropack Italia produce la bottiglia da 0,25 litri in vetro bianco. L'incisione con il logo e la scritta «Baladin» adornano il corpo della bottiglia con imboccatura a corona.

Le bevande analcoliche Baladin sono state create per rievocare i sapori e gli aromi dell'infanzia. Oltre a «Ginger» sono disponibili le bibite «Cedrata» (limone), «Spuma Nera» (arancia-mirto), «Mela Zen» (mela-zenzero) e «Cola».



APPROCCIO SCIENTIFICO

La luce influisce sulla qualità del vino

Da un progetto di ricerca svolto dal laboratorio di tecnologia e analisi del vino dell'Università di Zagabria emerge che la scelta del colore della bottiglia è un fattore determinante per la qualità del vino durante la conservazione. I produttori di vino dovrebbero quindi riflettere bene prima di scegliere il tipo di recipiente in cui imbottigliare i propri delicati nettari, soprattutto se si tratta di vino bianco. Il progetto è stato realizzato in collaborazione con Vetropack Straža.

Non appena un vino viene lanciato sul mercato, la sua qualità dipende da come viene conservato: la luce influisce sullo sviluppo del sapore e l'esposizione a una luce intensa può modificarne l'aroma originale. Questo fenomeno, conosciuto fra gli intenditori come «goût de lumière», conferisce al vino un retrogusto che ricorda il cavolfiore.

Il vino bianco viene tradizionalmente imbottigliato in bottiglie di vetro bianche o chiare, mentre il vino rosso in bottiglie verdi oppure di colore scuro. È un'immagine nota a quasi tutti i consumatori. Ma è la scelta giusta anche per garantire la qualità dei vini?

Per dare una risposta a questa domanda, lo stabilimento di Vetropack a Hum na Sutli in Croazia ha avviato uno studio congiunto con la Facoltà di tecnologia alimentare e biologica. L'obiettivo era analizzare come i colori bianco, oliva e cuvée delle bottiglie incidessero sull'esposizione alla luce e rilevare gli effetti sulla qualità del vino. Sia i vini bianchi che quelli rossi sono stati imbottigliati in contenitori di questi tre colori. Prima di esporli per un anno a un'intensa luce o di conservarli in un ambiente scuro, i ricercatori li hanno chiusi con un tappo a vite. Ogni sei mesi è stato eseguito un controllo della qualità. I ricercatori hanno analizzato i

cambiamenti relativi agli antiossidanti polifenoli (sostanze sane presenti nel vino), al colore e all'aroma. Per le analisi sensoriali sono state effettuate delle prove del sapore.

Il vino bianco è particolarmente delicato

Il progetto di ricerca ha evidenziato che, se il vino viene conservato con un'intensa esposizione alla luce, il colore della bottiglia incide notevolmente sulla sua qualità. Le bottiglie color cuvée proteggono praticamente con la stessa efficacia dei colori ancora più scuri. I colori oliva e soprattutto il bianco, invece, non sono stati in grado di proteggere nella stessa misura il vino bianco dall'effetto negativo della luce.

Il vino rosso reagisce diversamente

Per il vino rosso, il risultato è stato diverso: nonostante l'azione della luce, le bottiglie di color oliva e cuvée l'hanno protetto con la stessa efficacia con cui sono stati protetti i vini conservati al buio.

La qualità dei vini bianchi e rossi può quindi variare sensibilmente a seconda dell'esposizione alla luce e del colore della bottiglia di conservazione del vino. In altre parole: i vini in bottiglie di vetro chiaro andrebbero degustati subito oppure conservati al buio.





FIERE

Nel segno del vetro

Vetropack ha partecipato a tre importanti fiere. Alla BrauBeviale di Norimberga in Germania, il Gruppo ha esposto gli imballaggi in vetro di tutte le proprie affiliate. Vetropack Italia ha fatto il proprio debutto come impresa Vetropack alla Fiera SIMEI di Milano, mentre a Martigny, nella Svizzera francese, è stata presentata la grande varietà di prodotti di Vetropack Svizzera in occasione della fiera Agrovina.



SIMEI in Italia

Per la prima volta, Vetropack ha partecipato, con un proprio stand, alla Fiera SIMEI di Milano. Vetropack Italia, l'ultima arrivata nel gruppo, ha presentato prodotti di Trezzano e alcune referenze delle società sorelle. SIMEI è il Salone internazionale macchine per enologia e imbottigliamento. Nel complesso, i quattro padiglioni fieristici hanno ospitato 700 espositori provenienti da 27 nazioni diverse. Numerosi clienti interessati hanno visitato lo stand e reperito informazioni sulla variegata gamma di prodotti di Vetropack Italia.

BrauBeviale in Germania

Tre intensi giorni fieristici, oltre 37 000 visitatori e quasi 1'100 espositori: sono questi i numeri di BrauBeviale 2015, tenutasi lo scorso novembre a Norimberga. Vetropack partecipa sempre alla BrauBeviale in veste di Gruppo con un proprio grande stand, dove tutte le società Vetropack

espongono i rispettivi imballaggi in vetro. Qui, Vetropack ha esibito l'ampio ventaglio dei propri prodotti.

Per birre speciali dal carattere deciso ci vogliono bottiglie esclusive che si distinguono dalla massa e lasciano spazio al branding individuale. Con un espositore dedicato, Vetropack ha reso omaggio alla cultura creativa della birra, sempre più di tendenza. Il vetro vive delle sue possibilità di essere modellato – una varietà pressoché illimitata. L'aspetto fondamentale è che forma, colore, decorazione e funzionalità siano in armonia. I visitatori della fiera hanno potuto convincersene personalmente. Infine è stato presentato il nuovo opuscolo Vetropack dal titolo «La nostra offerta Service plus+» che fa il punto sulla vasta gamma di servizi offerti da Vetropack: dalla consulenza completa nella fase di progettazione del prodotto fino alla realizzazione del prodotto finito, così come la valutazione dell'impatto ambientale e l'ottimizzazione degli imballaggi e delle forniture ai clienti, per ridurre i costi di trasporto.

Agrovina in Svizzera

Nel gennaio 2016, Vetropack Svizzera ha partecipato alla fiera biennale Agrovina – il Salone dell'enologia, viticoltura e arboricoltura. La sua presenza a questa esposizione è stata all'insegna di «Service plus+». Inoltre, i visitatori hanno potuto apprezzare diversi campioni speciali di bottiglie esclusive: in vetro leggero o con decorazioni speciali come, ad esempio, la serigrafia. Il protagonista per eccellenza è stata l'enorme mensola a muro ubicata in posizione centrale, su cui poggiava la gamma di prodotti Vetropack destinati alla vendita in Svizzera.



DEGNI DI ESSERE VISITATI

Un mare di vetro

La Redazione è andata alla ricerca di musei del vetro degni di essere visitati. Ve ne presentiamo uno per ogni Paese di produzione di Vetropack. Seguiteci in questo viaggio in avanscoperta.

Originariamente i musei erano considerati luoghi sacri dedicati alle muse, dee protettrici dell'arte. Ai giorni nostri, pur non essendo più luoghi sacri in senso stretto, i musei rimangono un luogo importante dove raccontare la storia e illustrare il presente.

Un emblema in vetro

Avvicinandosi al museo delle bottiglie di Willisau in Svizzera si nota subito il suo vistoso emblema, una bottiglia in vetro verde alta 7,5 metri. Da maggio del 2006, nelle sale del museo si possono ammirare oltre 35'000 bottiglie. La collezione spazia da bottiglie mignon – che fungevano da recipienti per medicinali – fino a enormi bottiglie di vino: una gioia per i collezionisti appassionati e una forte emozione per gli estimatori del vetro. Lo scorso settembre, il museo è stato ampliato, con una solenne cerimonia d'inaugurazione dell'edificio annesso. Il curatore, Sepp Stadelmann, è conosciuto ben oltre i confini della cittadina.

Origini nell'antichità

Nel Paese limitrofo alla Svizzera, in Italia, troviamo il Museo dell'Arte Vetraria Altarese. Qui, oltre a oggetti in vetro risalenti al periodo che va dal 1650 fino a oggi, sono esposti anche utensili per la lavorazione artigianale del vetro. In un'area dedicata del museo si soffia ancora il vetro a bocca seguendo l'antica tradizione. L'esposizione si tiene nella Villa Rosa, ex residenza privata

in stile Liberty. Le origini della cultura vetraria nella località di Altare risalgono all'antichità. Oltre ad ammirare gli oggetti d'esposizione, i visitatori possono scoprire la storia della produzione del vetro ad Altare.

Passione per il vetro

Ammirevole è anche il laboratorio di soffiatura del vetro ospitato nei locali del museo del vetro antico di Zadar in Croazia. Il museo vanta una straordinaria collezione di ben 2'000 oggetti in vetro risalenti all'antichità. Le esposizioni sono suddivise in diversi temi: dalla tecnica di lavorazione del vetro decorativo alle rotte commerciali del vetro, dall'utilizzo del vetro in cosmetica, farmaceutica e medicina al suo impiego nel quotidiano, fino ai gioielli in vetro. Al centro del padiglione espositivo più grande si erge la Necropoli quale sito archeologico di vetro antico. Una peculiarità è rappresentata dalle urne in vetro e altri oggetti che anticamente assumevano un ruolo importante nei funerali. La passione che il Direttore del museo, Ivo Fadić, nutre per questo materiale è palpabile in ogni angolo. Egli lavorò come archeologo nel museo archeologico di Zadar nel settore delle riserve di vetro

antico. Tra l'altro, stando alle affermazioni del regista cinematografico inglese Alfred Hitchcock, a Zadar si possono ammirare i più suggestivi tramonti del mondo.





Artistico

Il vetro ci accompagna giorno dopo giorno, perciò spesso non ci accorgiamo nemmeno più della sua peculiarità. Il «Castello di Vetro» nella Bassa Austria si è prefissato l'obiettivo di plasmare e presentare questo prezioso materiale in modo artistico. Nel vasto ed accurato museo i visitatori scoprono, ad esempio, nozioni interessanti e coinvolgenti sul mondo della produzione vetraria. Lo slogan è «vedere, sentire, scoprire». Gran parte del museo è dedicata alla soffiatura del vetro: furono i Romani a iniziare a dare forme al vetro. Alcuni secoli più tardi, quest'arte visse una rinascita a Venezia. I veneziani volevano tenere per sé i segreti della soffiatura del vetro ma, col passare del tempo, la tecnica si diffuse anche oltrelpe. Da rilevare che la facciata del museo è molto brillante grazie a circa 3 milioni di mosaici in vetro che la ricoprono

Giardino incantato

Il museo di Jablonec nad Nisou, specializzato in vetro e bigiotteria, fu costituito oltre 110 anni fa. L'edificio principale in stile Liberty si trova nel centro storico-culturale della città. Dal «giardino incantato» ci si immerge nel mondo del vetro boemo, ricco di sette secoli di tradizione. Come il nome stesso promette, i visitatori restano incantati dagli oggetti in vetro. L'esposizione è inoltre arricchita da ritagli di opere di poesia. Nell'area destinata alla bigiotteria sono esposti gioielli in vetro e in altri materiali; qui viene anche illustrata la storia della produzione di gioielli e bigiotteria. L'industria vetraria riveste un significato particolare per la regione sin dal XVII secolo – un secolo dopo, anche la bigiotteria si stabilì in questo sito industriale.

Cristallo nel castello

Il museo del vetro slovacco si trova nel Comune di Lednické Rovne. Nel 1892, nella località omonima venne aperta una vetreria. Il museo si trova nei locali del castello rinascimentale della famiglia proprietaria della fabbrica. L'esposizione ruota attorno alla storia della produzione slovacca di vetro, di cui i visitatori possono ammirare gli oggetti più disparati, risalenti sino al XVII secolo. La produzione di vetro moderna viene presentata sulla scorta di prodotti delle singole vetrerie slovacche. La regione che abbraccia Lednické Rovne è nota per la pluriennale tradizione in campo vetrario. Non lontano dal museo sorge anche lo stabilimento Vetropack slovacco.

Tradizione e modernità

Il museo del vetro di Lviv è il primo e unico nel suo genere in Ucraina. Fu costituito a Lviv nel 1992 dall'artista ucraino Andriy Bokotey in occasione del simposio internazionale di soffiatura del vetro, con l'obiettivo di esporre gli oggetti che sarebbero nati nel corso della riunione. Questa è anche la sezione principale dell'esposizione, cui sono dedicati oltre 300 oggetti. Le altre due sezioni illustrano il concetto storico e moderno del vetro. La parte storica è dedicata a bottiglie, anfore, anelli e frammenti di mosaici provenienti da Kiev, Terebowlja (città dell'Ucraina occidentale) e dalla Galizia – nonché al vetro risalente ai secoli XVI e XVII della collezione del noto restauratore ucraino Petro Linytsky. Sebbene le esposizioni sul vetro moderno varino, hanno tutte una cosa

in comune: osservano l'affascinante materiale da prospettive sempre diverse, fornendo spunti di riflessione.



**Indirizzi di contatto Vendita****Svizzera**

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

Austria

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

Repubblica Ceca

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

Repubblica Slovacca

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

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

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

Ucraina

Telefono +38 044 392 41 00
Fax +380 4597 311 35
sales.ua@vetropack.com

Italia

Telefono +39 02 458771
Fax +39 02 45877714
sales.it@vetropack.com

Altri paesi dell'Europa occidentale

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

Altri paesi dell'Europa orientale

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