

# VETRO TIME

**FRIENDS OF GLASS**

**Le bottiglie  
in vetro parlano**

**ARTE**

**Interessante  
e insolita**

**MERCATO**

**Un piacere estivo  
nel bicchiere**



<b>03   MERCATO</b>	Un piacere estivo nel bicchiere
<b>06   ESPOSIZIONI</b>	Presentazione dei prodotti
<b>08   CLIENTI</b>	Tra tradizione e modernità
<b>10   NUOVI DESIGN</b>	Gustosi fino all'ultima goccia
<b>16   FRIENDS OF GLASS</b>	Le bottiglie in vetro parlano
<b>18   ARTE</b>	Interessante e insolita

### **Care lettrici e cari lettori,**

*ecco finalmente l'estate - e il Ferragosto, come si dice in Italia. L'estate e le vacanze sono molto importanti per il nostro settore, non solo perché la maggior parte di noi si concede qualche giorno di svago, ma soprattutto perché i modelli di consumo cambiano in questo periodo. La priorità è divertirsi e il bel tempo non fa che rafforzare questo desiderio. Bevande ghiacciate, servite in bottiglie di vetro: questa è, per me, l'essenza dell'estate!*

*Non solo: a seconda del luogo e dell'occasione, l'acqua fresca può essere servita anche in un bel bicchiere. Quando l'atmosfera è di festa, champagne e spumante sono quel che ci vuole, ma anche del sidro frizzante fa molto tendenza in questo momento. A proposito: lo sapevate che le bottiglie pesanti non costituiscono solo un imballo sicuro ma svelano anche molto sul loro contenuto? Fidatevi di ciò che si dice: un contenuto di grande valore merita bottiglie di alta qualità. Nelle pagine seguenti, approfondiremo quest'argomento e scopriremo la gamma di colori dei nuovi prodotti Vetropack.*

*Tengo molto a menzionare anche il nuovo sito web della Federazione Europea del Vetro per l'Imballaggio (FEVE) - feve.org - dove troverete informazioni importanti sul vetro e sui vantaggi che questo materiale offre. Per il momento, mi accontenterò di citare solo due delle aree più importanti in cui il vetro può raggiungere il suo pieno potenziale: la salute e l'ambiente. Il nuovo sito è di facile consultazione e carico di novità.*

*Stiamo anche potenziando la nostra presenza su Internet, attraverso la nostra pagina web, per esseri più «adattivi». Vogliamo, ossia, che rifletta ulteriormente ciò che siamo. Così come per noi è importante ascoltare sempre i nostri clienti e partner, il nostro sito sarà accessibile, in futuro, su tutti i dispositivi, dal pc allo smartphone, al tablet. Ulteriori informazioni su questo argomento seguiranno a breve. Per ora, torniamo al mondo della carta stampata: spero vi piaccia leggere, magari all'ombra e in compagnia di una bibita fresca!*

Cordialmente

  
Claude R. Cornaz



## GUSTO PIENO

## L'estate sotto vetro

*L'estate è la stagione del raccolto e del relax. Frutta e verdura giungono a maturazione e sviluppano un gusto pieno, che si traduce in puro piacere per il palato. Così come nel caso delle bevande rinfrancanti, alcoliche o analcoliche, che si gustano a fine giornata. E nulla conserva il gusto dell'estate meglio degli imballaggi in vetro.*



Le giornate estive sembrano fatte apposta per le bevande frizzanti e rinfrescanti. Tuttavia è vero che più si ha possibilità di scelta, più difficile è decidere che cosa bere. Anche perché di drink dell'estate ce ne sono più che a sufficienza quest'anno. Ai cocktail che sono ormai diventati dei 'classici' - ad esempio, l'Aperol Spritz e gli aperitivi Hugo, Helga e Inge - si sono infatti aggiunti, fra gli altri, il Franz e il Frosé. E poi ci sono sempre le 'tradizionali' bevande estive, fra cui si annoverano i vini bianchi leggeri, da soli o miscelati, i vini rosé, l'acqua minerale - spesso anche aromatizzata -, le bibite, i succhi di frutta e il tè freddo. Da non dimenticare poi anche la birra e le bevande a base di birra. Particolarmente di tendenza risultano già da qualche tempo anche bevande

a bassa gradazione alcolica quali il vino di mele, il sidro e il mosto, che presentano una differenza minima di gusto a seconda della regione di provenienza.

**Le sorelle di Franz e Hugo**

Ma ritorniamo a Franz. La particolarità di questo cocktail estivo leggero e rinfrescante è la combinazione di gin, liquore allo zenzero, tonica al sambuco e succo di mela. Inventato dall'austriaco Stefan Bauer, 'barman dell'anno', è stato servito per la prima volta al Park Hyatt di Vienna. Prosecco (o vino bianco), acqua di soda, sciroppo di melissa o di fiori di sambuco e menta sono gli ingredienti di Hugo. Per Helga si usa lo sciroppo di lamponi, per Inge quello di zenzero.

### Vino rosé 'congelato'

Il vino rosé 'congelato', denominato Frosé, è arrivato in Europa quest'anno dagli Stati Uniti e ha avuto un successo immediato. Si tratta semplicemente di vino rosé ghiacciato al quale vengono aggiunti frutta fresca sminuzzata, zucchero, succo di limone e ghiaccio tritato: gli ingredienti vengono poi mescolati fino a diventare una massa cremosa. I palati più fini sostengono anche che assomigli a un frappé alcolico.

### Vini leggeri – un piacere estivo

I vini bianchi e rosé freddi non solo sono ingredienti ideali per la preparazione dei drink più in voga, ma risultano perfetti per il periodo estivo anche da soli oppure con una spruzzata di acqua minerale o – per tutti coloro che preferiscono un gusto più dolce – di gassosa.

### Piace anche frizzante

Bisogna saper cogliere le buone occasioni quando si presentano. In estate si consumano volentieri anche lo champagne

e gli spumanti o i vini frizzanti. Nella categoria dei frizzanti, e preferiti dai consumatori sono i vini bianchi e rosé.

### Birra e affini

Da decenni ormai birra, Radler e affini contano fra le bevande preferite durante il periodo estivo. Le varianti sono praticamente infinite. Le più nuove possono considerarsi i mix a base di birra, fra cui spiccano per popolarità la Radler (cocktail di birra e bibita analcolica) o la Berliner Weisse (birra artigianale Berliner Weiss più sciroppo di lampone o di asperula), giusto per citarne un paio. Sempre più diffuse e gradite sono poi le birre aromatizzate, disponibili in un'ampia gamma di varianti, da quella alla ciliegia e al ribes, al lampone o alla fragola.

### Gradite anche senz'alcool

La birra analcolica, l'acqua minerale naturale o gassata, semplice o aromatizzata, placano la sete in estate tanto quanto i numerosi succhi a base di frutta e sciroppo. Questi ultimi non solo si rivelano vere e proprie 'bombe di gusto' in estate, ma si adattano perfettamente anche alla miscelazione con acqua minerale.

### Ricordo dei giorni d'estate

Le specialità estive non si limitano soltanto alle bevande e ai cocktail. Infatti in questa stagione anche frutta e verdura giungono a maturazione e sono pronte per essere raccolte e quindi lavorate su vasta scala dall'industria alimentare. E' ad esempio nei sughi in barattolo di vetro che si riesce a catturare e conservare l'aroma dei pomodori maturi di fine estate, così da ritrovarlo poi durante l'anno, anche quando fuori già nevica.



### L'estate su una fetta di pane

E i più impazienti non devono attendere per forza fino all'inverno. L'estate può essere portata immediatamente – indipendentemente dalle condizioni meteorologiche – sulla tavola della prima colazione grazie alle marmellate estive. L'offerta include mix di fragole, limetta e cocco o altri frutti estivi. Le varianti stagionali sono disponibili fra l'altro anche in primavera, autunno e inverno.

### Il vetro è il compagno per l'estate ideale

Indipendentemente dal fatto che contribuisca a placare l'arsura estiva o che ci consenta di centellinare la nostra bevanda preferita, il vetro resta comunque il materiale per imballaggio ideale. Le bottiglie in vetro resistono infatti ai

raggi solari e al calore che potrebbero alterare il gusto fresco e naturale di alimenti e bevande. Per questo vale la pena fare attenzione alle confezioni di ciò che si acquista e si consuma, soprattutto in estate.

### Fresco fino all'ultimo sorso e all'ultimo boccone

Il vetro conserva il gusto originale di ciò che contiene. Gli aromi, il contenuto vitaminico e il grado di freschezza di bevande e alimenti pregiati sotto vetro rimangono quindi invariati per lungo tempo. Il vetro non rilascia alcuna sostanza nel prodotto conservato, nessun agente esterno penetra attraverso il vetro nel prodotto e nulla fuoriesce dal contenitore in vetro. Questo è particolarmente importante in estate, poiché quando la temperatura esterna aumenta, nulla deve rovinare il gusto e la freschezza di ciò che consumiamo.



PLASTO ISPACK 2016

## Prima comparsa in Israele

*Per la prima volta, la Vetropack Moravia Glass ha partecipato al Plasto Ispack. Lo stabilimento ceco della Vetropack ha potuto presentare i suoi contenitori in vetro insieme a tanti altri espositori nella cornice della grande fiera dell'azienda Archem. Il salone dell'imballaggio si tiene ogni tre anni a Tel Aviv, in Israele.*

Il Plasto Ispack è la più grande fiera d'Israele e mette in mostra le ultime innovazioni dell'industria nazionale e internazionale nel campo del confezionamento. Lo stabilimento ceco della Vetropack è arrivato in rappresentanza del ramo vetro essendo il solo produttore di contenitori in questo materiale. La Vetropack Moravia Glass ha avuto a disposizione uno



spazio all'interno del grande stand della Archem, in condivisione con altri 18 espositori, nel quale ha potuto presentare le bottiglie e le conserve in vetro. L'azienda Archem è stata fondata nel 1967 e annovera tra i suoi fornitori i più grandi e più importanti produttori di Israele nel ramo del confezionamento per alimentari e bevande.

AZERBAĪDJAN

## Una grande dimostrazione del «saper fare»

*La 22° edizione del salone internazionale «WorldFood» si è tenuto a maggio 2016 a Baku, capitale dell'Azerbaijan. In quest'ambito, Vetropack Gostomel ha presentato un'ampia selezione dei suoi prodotti.*

«WorldFood Azerbaijan» è una delle principali esposizioni del settore alimentare, come dimostra la presenza di Heydar Asadov, Ministro dell'Agricoltura, in occasione della cerimonia di apertura del 19 maggio 2016. Il Ministro ha reso omaggio all'agricoltura, un settore economico indipendente dal petrolio e ha accolto con grande entusiasmo il pubblico internazionale presente alla manifestazione.

Vetropack Gostomel ha approfittato dell'evento per presentare, non solo i suoi prodotti standard, ma anche nuovi contenitori in vetro di recente sviluppo. La gamma esposta comprendeva bottiglie di vino e liquori, contenitori per

conserve di frutta e verdura, bottiglie per il latte e succhi di frutta. Il design accattivante dei nuovi prodotti, semplice ma elegante al contempo, ha riscosso tanto consenso quanto le forme più tradizionali scelte deliberatamente: un contenitore di vetro «pesante» che dà maggiore sostanza all'immagine del suo contenuto e che è stato particolarmente apprezzato.

Il «WorldFood Azerbaijan 2016» ha riunito 126 espositori provenienti da 23 paesi. I visitatori hanno potuto scoprire tutta la diversità del Food & Beverage e del settore del packaging ad esso collegato.

## UKRAINIAN PACKAGING STAR

## Il bianco vincente

Quest'anno, in occasione della 18a edizione del concorso ucraino di packaging «Ukrainian Packaging Star», Vetropack Gostomel ha vinto la sua dodicesima stella con la bottiglia da mezzo litro per la vodka Myakush.

Il premio dell'Ukrainian Packaging Star, è stato assegnato in ambito del salone «Pack-Expo» tenutosi a Kiev nel mese di aprile. La bottiglia di vetro bianco prodotta per la nativa vodka Myakush dalla Vetropack Ucraina, ha convinto la giuria nella categoria degli imballaggi in vetro. La bottiglia è prodotta con il metodo soffiato convenzionale.

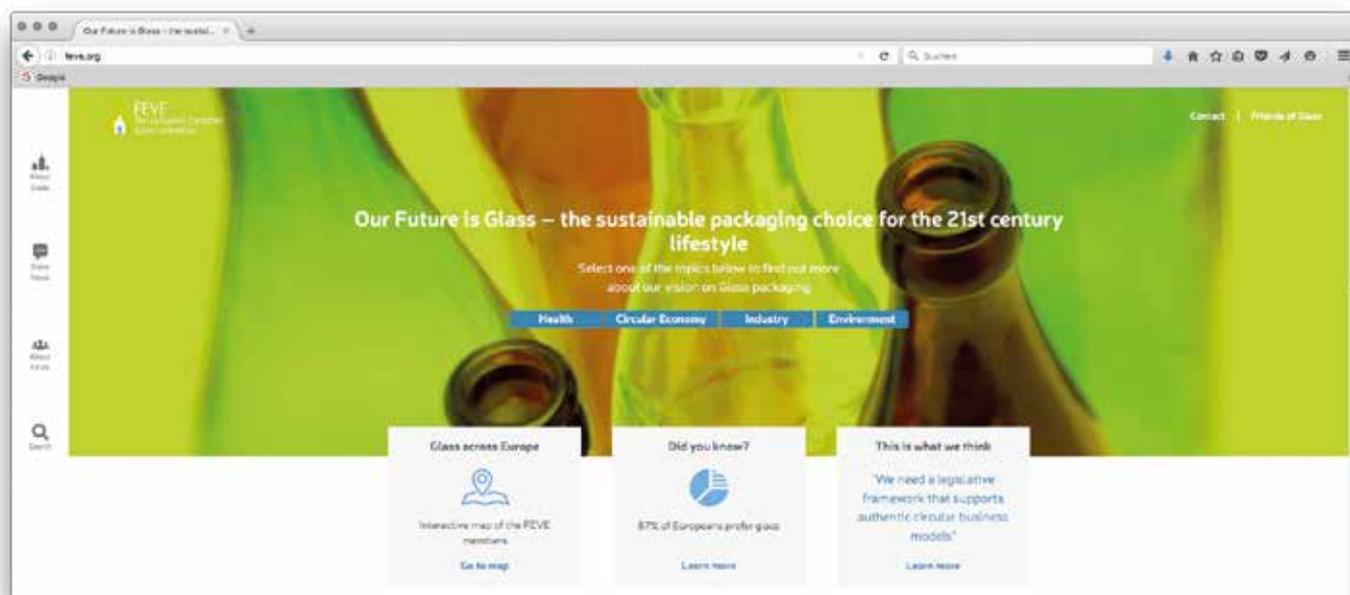
Gli elementi decorativi conferiscono alla bottiglia l'aspetto di una superficie d'acqua, donandole un carattere ricono-



scibile. Per garantire la qualità dell'alcol dopo l'apertura, la bottiglia da 0,5 litri ha una chiusura a tappo. Le spalle leggermente arrotondate e una forma leggermente curva conferiscono a questa bottiglia una sensazione tattile perfetta.

## LA FEVE

## Un nuovo look su Internet



La Federazione Europea di Vetro per Contenitori (Fédération Européenne du Verre d'Emballage, FEVE) ha lanciato il suo sito online. È davvero un piacere imparare di più sul vetro e sui suoi vantaggi sfogliando le pagine del nuovo sito.

La nuova presentazione sul web è chiara, fresca e molto esauriente. Le notizie sul soggetto di certo non mancano. Le

più importanti informazioni sul vetro, la salute e l'ambiente, per esempio, sono scritte in maniera giornalistica, facili da leggere e arricchite da numerose illustrazioni. Grafici informativi attirano l'attenzione e permettono di far passare più facilmente le numerose nozioni. La mappa interattiva dell'Europa, a sua volta, facilita la ricerca dei membri della FEVE nei diversi paesi. Per saperne di più, visitate il sito internet feve.org.

## LA SCOPERTA

## «I Fratelli Maye», tra tradizione e modernità

*La cantina «Fratelli Maye SA», a Riddes, nel Canton Vallese, è un'azienda innovativa e dinamica che non teme il cambiamento ponendo particolare attenzione sulla qualità. L'imbottigliamento, esclusivamente in bottiglie Vetropack, dei vini di questo gioiello vallese è il perfetto esempio di questa politica di qualità.*



La «Fratelli Maye», azienda familiare fondata nel 1889, è tra i più antichi produttori di vino del Vallese, nonché una tra le cantine più conosciute. La valle del Rodano, con i suoi pendii soleggiati, è il territorio ideale per quei grandi vini ricercati dagli intenditori. Il «Clos de Balavaud», che deve il suo nome alla sua posizione ineguagliabile, è uno dei grandi vigneti della casa. Coltivato e curato con amore, sviluppa una personalità che offre un perfetto equilibrio tra corpo e struttura, il tutto punteggiato da aromi sottili.

#### **Il vino, la passione di una vita**

È da 125 anni che un gruppo devoto alla tradizione, composto tra gli altri da un viticoltore, una ragioniera e un enologo, lavora con passione e impegno per dare qualità al vino e per il successo dell'azienda. Che si tratti di membri della famiglia o di collaboratori appassionati, tutti mettono il cuore all'opera. I vini «Fratelli Maye» sono dei «vini fatti da esperti per intenditori, da appassionati per appassionati». E ce n'è per tutte le annate. L'azienda produce vino non solo con le proprie uve ma anche con quelle di circa 300 fornitori. Il suo vigneto copre una superficie di circa

trenta ettari e, tra questi, c'è anche il famoso «Clos de Balavaud» prodotto a Vétroz.

#### **Un nuovo impianto di imbottigliamento per garantire la qualità del vino**

Circa un anno fa la compagnia «Fratelli Maye» ha investito in un nuovo impianto di imbottigliamento che produce più o meno 4 milioni di bottiglie all'anno. «Gli aromi vengono preservati grazie a uno speciale sistema di disaerazione delle bottiglie», spiega Michel Duc, Direttore della cantina. Il macchinario utilizza tecnologie di punta per disaerare le bottiglie e riempirle preventivamente di azoto, un'operazione che garantisce la stessa qualità sia nel fusto che nella bottiglia. Vengono quindi preservati anche il minuzioso lavoro del viticoltore e dell'enologo.

La cantina «Fratelli Maye» ha ottime ragioni per utilizzare esclusivamente bottiglie Vetropack per l'imbottigliamento: le due aziende sono infatti legate da anni, risultando in una fruttuosa collaborazione. La vetreria non è molto distante e il servizio clienti non si limita solo alla consegna delle botti-

glie, anzi: il servizio clienti tecnico della Vetropack è costantemente al fianco dei clienti per qualsiasi questione relativa all'imbottigliamento. «E' rassicurante, anche se ricorriamo raramente a questo servizio visto che tutto funziona a meraviglia», sottolinea Michel Duc.

### Il «Bicchiere Maye», molto più che un vino

La vinoteca «Fratelli Maye» è un piccolo gioiello. I visitatori possono andarci a gustare un bicchiere di vino e le specialità regionali tutti i giorni della settimana. Naturalmente possono anche acquistare delle ottime bottiglie. Inoltre, visite guidate in tre lingue permettono di scoprire tutte le fasi della produzione del vino. Coloro che sono interessati a conoscere la regione potranno inoltre trovare tutto l'occorrente nel negozio. Il Vallese non manca certo di attrattive turistiche con i suoi musei, i bagni termali, le centrali idroelettriche e, ovviamente, i vigneti.

### Una fresca ventata

L'azienda «Fratelli Maye» ha recentemente elaborato un programma di vini in base ai gruppi-target, che si compone di tre gamme esclusive: la oro, l'argento e la bronzo. La gamma «oro» combina prodotti d'eccellenza del territorio (tra gli altri, il «Clos de Balavaud»), mentre la gamma «argento» si rivolge agli appassionati esigenti e la gamma «bronzo» al settore alberghiero e alla ristorazione.

Il nuovo design delle etichette è il risultato del rinnovato orientamento della comunicazione. Finora le etichette erano state decorate con piccole opere d'arte del famoso pittore e grafico vallese Robert Héritier (1926-1991). Anche se queste scene consacrate al tema del vino e affascinanti nel più piccolo dettaglio sono atemporali, non esprimono più il linguaggio semplice e chiaro, comprensibile a tutti, che viene richiesto al giorno d'oggi. Sono tuttavia parte integrante della storia della cantina e ne sono indissociabili. Robert Héritier disegnò la prima etichetta per la «Fratelli Maye» nel 1958 e queste etichette rimarranno per sempre un prezioso documento storico.

### Meglio la sobrietà

Le nuove etichette sono estremamente sobrie. Utilizzano una palette di colori che riprende gli elementi stilistici rimodernati di Héritier, talvolta sulle etichette, ma comunque sempre sul tappo, che riporta inoltre il logo della cantina «Fratelli Maye».





#### NOMEN EST OMEN

## Suscitare desiderio, preservando il sapore

*Un cognac prestigioso in bottiglie di prestigio: l'Odessa Cognac Factory utilizza, per il suo cognac Shustoff, bottiglie di vetro bianco create appositamente per il marchio dalla fabbrica ucraina di Vetropack Gostomel.*

Quando la forma, il contenuto e la marca sono un tutt'uno, si raggiungono gli obiettivi più ambiziosi della comunicazione: l'unicità e l'autenticità s'incontrano. Con il nuovo design delle bottiglie di Cognac Shustoff, l'azienda ha colpito nel segno. Il design di questa bottiglia da 0,375 litri è una campana che richiama il logo del produttore. Le forme morbide della bottiglia di vetro bianco, il delicato rosso scuro dell'etichetta e del tappo retrattile che circonda il sughero naturale, la scritta in oro che si accosta ai riflessi ambrati del contenuto, suscitano il desiderio di assaporare il gusto vellutato di questo eccellente distillato. La confezione di vetro ne garantisce inoltre il sapore fino all'ultima goccia.

#### FRUTTATO

## La freschezza nel bicchiere

*I succhi di frutta e verdura FRUXI, confezionati nelle bottiglie di vetro verdi della fabbrica Vetropack in Slovacchia, riflettono il gusto della natura.*

I succhi di frutta e verdura hanno il gusto della natura allo stato puro. Le bevande fruttate non contengono alcun additivo, essendo il prodotto della pressatura a freddo della frutta e delle verdure, senza aggiunta di zuccheri o acqua.

Un contenuto di qualità eccezionale merita una protezione affidabile, garantita dalle bottiglie da 0,75 litri della Vetropack Nemšová. È la seconda volta che la fabbrica slovacca della Vetropack sviluppa una bottiglia in vetro per la linea di bibite FRUXI. Le bottiglie verdi con chiusura a vite hanno due cerchi a livello del collo, bombati verso l'esterno e disposti in parallelo al contenitore in vetro. Il consumatore può vedere a colpo d'occhio sull'ampia etichetta i frutti contenuti nella bibita e che quest'ultima è realizzata esclusivamente con ingredienti interamente naturali. La bottiglia viene prodotta a partire da un processo di compressione-soffiatura a collo stretto, che permette di ottenere uniformità nello spessore delle pareti.





#### VETRO LEGGERO

## Un imballaggio sano

*I succhi di frutta, verdura e bacche della ditta ucraina Galicia vengono prodotti con materie prime ucraine di alta qualità e vengono confezionati in bottiglie da 0,3 litri prodotte dalla Vetropack Gostomel.*

L'azienda Galicia ha conquistato una posizione di rilievo nell'industria ucraina delle spremute. Grazie alla naturalezza delle materie prime, di prima qualità, così come alla produzione di succhi senza concentrati, zuccheri, acqua, aromi o conservanti. Il successo dell'azienda è dovuto anche al fatto che i succhi Galicia vengono confezionati in bottiglie di vetro da 0,3 litri, comode per i consumatori.

Per i succhi di frutta, verdura e bacche Galicia, la Vetropack Gostomel, in Ucraina, ha realizzato una bottiglia in vetro bianco da 0,3 litri utilizzando un processo di compressione-soffiatura a collo stretto. Grazie a questo procedimento, la bottiglia di Galicia pesa appena 180 grammi, senza rinunciare alla solidità o all'eccellente qualità. Protegge infatti perfettamente il suo contenuto aprendosi in maniera semplice e rapida grazie al tappo a vite.

#### UNA BEVANDA TRADIZIONALE

## Bottiglie di vetro per il «grano liquido»

*La vodka Khliblyni Dar è una delle più popolari bevande ucraine nel mondo. Le bottiglie di questo distillato nazionale sono prodotte da Vetropack Gostomel.*

Da quando è entrata in commercio quattordici anni fa, la vodka Khliblyni Dar è diventata uno dei più grandi marchi tradizionali in Ucraina e nel mondo. Nel 2011 si è aggiudicata il terzo posto tra le vodke più vendute a livello internazionale.

La bottiglia da un litro, in vetro bianco ovale con bordi smussati, esprime tutto il carattere, la forza, la limpidezza e l'integrità del chicco di grano. Niente da nascondere. L'incisione sulla parte frontale della bottiglia rimanda al fatto che la vodka Khliblyni Dar è distillata dal grano. Il lato posteriore è intonso e il collo leggermente allungato. Per tutto il resto, gioca sulla sobrietà, inclusa l'etichetta trasparente. La bottiglia rimanda a chicchi di grano sul retro e sulla parte anteriore ostenta la qualità superiore del prodotto, dovuta al sole dorato che inonda i campi dell'Ucraina.



**FRIZZANTE**

## L'acqua di fonte del monte di Zurigo

*Un'acqua fresca di sorgente che sgorga direttamente dalla montagna, nel cuore della città vecchia di Zurigo. La «Lokales Wasser 37» nasce a Uetliberg, la montagna sopra Zurigo e Vetropack Austria produce le bottiglie di vetro bianco ad essa destinate.*

Urs Grütter, fondatore della «Lokales Wasser 37» un giorno scoprì, nell'estratto di un registro fondiario di sua proprietà, un diritto di approvvigionamento idrico della città di Zurigo risalente all'anno 1559 che lo autorizzava a prelevare 10,5 litri di acqua al minuto dalla condotta di Albisrieder. La condotta era stata realizzata nel 1429 per consentire l'erogazione di acqua alla città vecchia di Zurigo.

L'acqua è imbottigliata anche in contenitori da 0,5 litri di Vetropack Austria. Si tratta di una bottiglia riutilizzabile con tappo a corona. L'acqua di sorgente è proposta nella versione gassata e liscia ma distribuita solo in un raggio di 10 chilometri. L'azienda è infatti impegnata a favore del consumo sostenibile. I proventi delle vendite sono corrisposti a progetti di sviluppo internazionali a favore della difesa del diritto di accesso all'acqua potabile.

**ACQUA PREMIUM**

## Una bottiglia d'acqua a forma di goccia

*La nuova bottiglia d'acqua minerale Kropla Delice, venduta in Polonia e fabbricata dalla sede ceca della Moravia Glass, è sobria e depurata quanto cristallina ed elegante, con una forma che ricorda una goccia d'acqua limpida.*

L'acqua minerale leggermente frizzante Kropla Delice è un prodotto di prim'ordine proveniente dalla regione protetta dei monti Beschidi, nei Carpazi. I consumatori possono scegliere tra la confezione da 0,33 litri e quella da 0,75 litri. La bottiglia da 0,75 litri viene prodotta dalla fabbrica della Vetropack in Croazia. Una goccia d'acqua ha fatto da modella per la bottiglia in vetro trasparente da 0,33 litri, con una sobrietà e un'eleganza impareggiabili. La Kropla Delice viene distribuita da Coca-Cola HBC Polska.



## LO SCRIGNO DEL TESORO

# Un vento di freschezza dalla Polonia

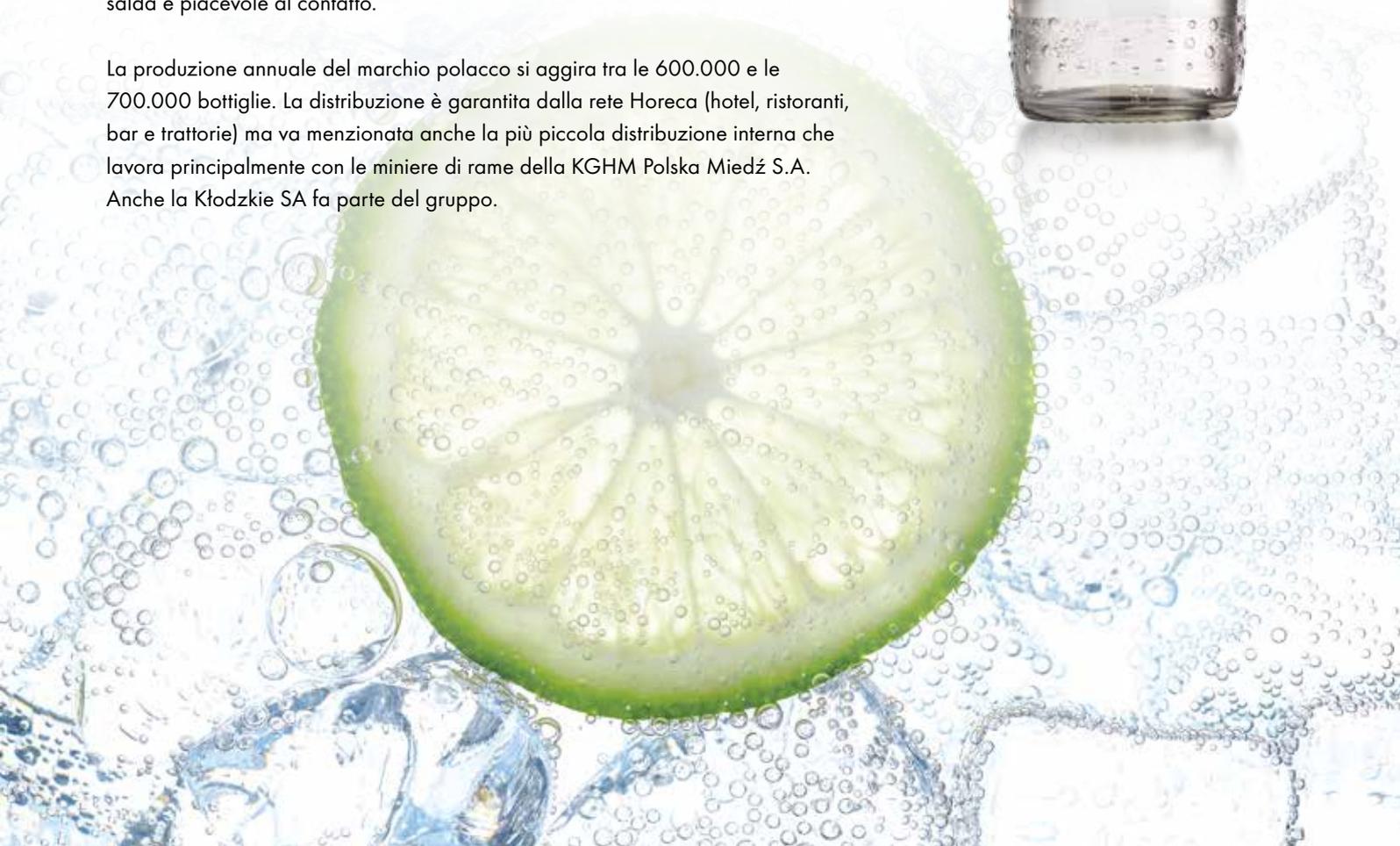
*La Vetropack Moravia Glass in Repubblica Ceca è la produttrice della nuova bottiglia in vetro trasparente per l'acqua minerale polacca Staropolanka. La bottiglia gioca su un sottile design punteggiato.*

Sotto il rinomato marchio Staropolanka, il raggruppamento delle case di cura delle montagne di Kłodzko «Kłodzkie SA - Grupa PGU» distribuisce un'acqua ricca di minerali, oligoelementi e ioni. Oltre a calmare la sete, quest'acqua vuole anche essere un rimedio contro la fatica. Gli amanti di quest'acqua ne sono convinti e la definiscono con decisione e tenerezza un «tesoro minerale». I Gesuiti stanziati in questa regione apprezzano le qualità energizzanti della Staropolanka già dal XVII secolo.

### Freschezza allo stato puro

Recentemente l'acqua Staropolanka ha cominciato a essere distribuita nella bottiglia di design Obus da 0,33 litri, in vetro trasparente, prodotta dalla fabbrica Vetropack ceca, sostituendo la bottiglia Witold della stessa taglia. Lo stile molto fresco è caratterizzato da innumerevoli puntini di grandezza differente che sembrano salire come bollicine e simboleggiano l'energia e la vivacità dell'acqua. L'etichetta verde lucido e il tappo anch'esso verde rafforzano ulteriormente questa impressione. Grazie ai rilievi punteggiati, la presa sulla bottiglia è sempre ben salda e piacevole al contatto.

La produzione annuale del marchio polacco si aggira tra le 600.000 e le 700.000 bottiglie. La distribuzione è garantita dalla rete Horeca (hotel, ristoranti, bar e trattorie) ma va menzionata anche la più piccola distribuzione interna che lavora principalmente con le miniere di rame della KGHM Polska Miedź S.A. Anche la Kłodzkie SA fa parte del gruppo.



**DOPPIO**

## Il linguaggio chiaro delle bottiglie

*Quest'anno, il produttore d'acqua minerale Knjaz Miloš, in Serbia, presenterà non una ma ben due novità contemporaneamente: la bottiglia che porta il suo stesso nome, Knjaz Miloš e l'Aqua Viva, con una nuova mise in vetro.*

Il design ricco e sofisticato della bottiglia di acqua minerale naturale Knjaz Miloš da 0,75 litri produce un effetto particolare grazie alle sue linee chiare, valorizzate da un'etichetta argento, rossa e verde. Il contenuto di calcio e magnesio dell'acqua è perfettamente equilibrato e piacevole quindi per gli amanti delle bibite molto gassate. Non c'è quindi da stupirsi che il nome Knjaz Miloš sia già diventato sinonimo di acqua minerale. In questo senso, la nuova bottiglia in vetro trasmette allo stesso tempo fiducia in se stessa e resistenza, ed è stata progettata seguendo le preferenze dei consumatori. Riflette la ricca storia della casa produttrice Knjaz Miloš, che è d'altronde presente sull'etichetta.

### La natura allo stato puro

L'acqua Aqua Viva rappresenta la natura allo stato puro: sgorga dalla montagna vulcanica Bukulja, in Serbia, e la sua fonte è protetta da 500 metri di strati d'argilla e di granito.

A colpo d'occhio, non si capisce subito il volume della nuova bottiglia da un litro in vetro trasparente con capsula a pressione. Le ondulazioni accentuate si slanciano dalla base e si allargano audacemente per arrivare a un cilindro elegante e leggermente più largo, lasciando spazio a un'etichetta sobria che abbraccia la bottiglia. L'etichetta è abbellita con colori blu argentati oscillanti e da un paesaggio montagnoso stilizzato, il cuore della Bukulja. La silhouette della bottiglia, stretta sul fondo e poi più larga, evoca volontariamente l'acqua che sgorga da una roccia.

Entrambe le bottiglie vengono prodotte nello stabilimento della Vetropack a Hum na Sutli.





**EVVIVA!**

## Una composizione di Merlot unica, in bottiglie Vetropack

*Il vino del tunnel! L'Associazione Ticinowine ha mostrato grande lungimiranza in occasione del lancio del suo progetto vinicolo in collaborazione con Coop e le sue cantine, in occasione dell'inaugurazione della galleria di base del San Gottardo. Questa bella annata è confezionata in bottiglie Vetropack.*

Ai primi di giugno 2016, la Svizzera ha festeggiato l'apertura della galleria di base del San Gottardo. Più di 80.000 visitatori provenienti da tutta la Svizzera, ma anche dall'estero, sono accorsi per visitare i vari luoghi delle celebrazioni intorno al massiccio del San Gottardo. Con i suoi 57,1 km, la galleria di base è il tunnel ferroviario più lungo al mondo.

Il completamento di un cantiere unico e memorabile deve essere annaffiato con un vino altrettanto unico. Ecco perché è stato creato un vino ufficiale per l'evento. Dieci cantine del Ticino si sono riunite sotto la guida dell'associazione Ticinowine con il motto «Merlot per la porta del Ticino», allo scopo di creare un Merlot e un Bianco di Merlot, imbottigliati delle cantine Coop.

Entrambi i vini non provengono da una singola azienda, ma riflettono tutto il territorio ticinese. Per questo motivo, i vini delle celebrazioni, sono stati combinati grazie al contributo di dieci produttori. Essi rappresentano pertanto, simbolicamente, l'insieme della produzione di una settantina di aziende.

Le bottiglie di vino da 0,75 litri Bordeaux Europea cuvée provengono dalla Vetropack di St-Prex, in Svizzera. Progettata dalla società di Zurigo Gottschalk Ash International, l'etichetta della bottiglia celebra con orgoglio i colori rosso e blu dello stemma del Ticino e invita a visitare il Cantone, approfittando anche del risparmio di tempo offerto dal passaggio attraverso la nuova galleria.



## CAMPAGNE

## Riconoscimenti e bottiglie «parlanti»

*Friends of Glass è attivamente impegnato al servizio del vetro dal 2008. Con ironia, sensibilizza ed educa i consumatori al riciclaggio di questa materia, ricorrendo alle «bottiglie parlanti». La recente campagna #MapYourTaste è stata recentemente premiata con l'International & European Association Award nella categoria Social Media.*



Lo scorso anno, in collaborazione con celebri esperti del settore del gusto, Friends of Glass ha sviluppato una mappa gastronomica dell'Europa, basata sulla campagna #MapYourTaste. I consumatori sono stati invitati a partecipare a un quiz on line e ad assegnare al loro paese un sapore che lo potesse contraddistinguere. Oltre 29 000 persone hanno risposto a questo quiz del gusto, che si è rivelato un vero successo su tutta la linea. La campagna è anche stata premiata nell'ambito dell' «International & European Association Award» con il primo posto nella categoria Social Media.

Tuttavia, mai sedersi sugli allori! La prossima campagna è già in corso dall'inizio del 2016: Endless Lives of Glass. Come suggerisce il nome, la campagna è dedicata alla vita infinita del vetro: tutto ciò che gira intorno al riciclaggio di questo materiale, proposto in forma ludica e didattica. A questo scopo sono state nascoste delle videocamere in diversi supermercati europei. Una bottiglia di vetro sulla mensola interpella direttamente i clienti e inizia a conversare con loro. L'esperimento ha prodotto sei video che possono essere visualizzati sul sito web Friends of Glass e sui social media. Questi filmati mostrano come il vetro possa essere

Il codice QR consente di accedere al video «Best-of» della campagna.



ritrasformato all'infinito in nuove bottiglie o nuovi contenitori per conserve. Comici e attori famosi di tutta Europa hanno prestato la loro voce alle bottiglie: per la versione francese, Christophe Beaugrand, per la versione tedesca, Kaya Yanar e per la versione italiana, Diego Abatantuono.

La campagna si è basata sui risultati di un sondaggio indipendente condotto dall'Istituto di Ricerca Europea Respondi

per conto di Friends of Glass. Questo studio afferma che il 94% degli europei intervistati ricicla i rifiuti domestici. L'82% sostiene di riciclare regolarmente i contenitori di vetro e le persone di una certa età sembrano essere più consapevoli dell'importanza per l'ambiente del riciclaggio degli imballaggi alimentari rispetto ai giovani.

#### Risultati relativi ai paesi dove Vetropack è presente con un sito industriale

	Svizzera	Austria	Rep. Ceca	Slovacchia	Croazia	Italia
<b>Tasso generale di riciclaggio</b>	99,6 %	99,1 %	94,6 %	96,2 %	97,8 %	99,0 %
<b>Riciclaggio del vetro</b>	93,1 %	89,9 %	79,1 %	75,3 %	67,3 %	90,8 %





QUALCHE CURIOSITA'

## Informazioni e curiosità sul vetro

*Gli usi del vetro sono vari e molteplici e non sembrano conoscere limiti. Esistono mobili in vetro, giochi da tavolo così come scacchi e campanelle, piatti, tazze, bicchieri, bottiglie e conserve. Inoltre, esistono anche tavoli e mosaici.*

In questo numero estivo di Vetrotime abbiamo il piacere di presentarvi informazioni interessanti e curiose sul tema del vetro. Alcune di queste vi sorprenderanno almeno quanto hanno sorpreso la redazione di Vetrotime.

### **Architettura e bottiglie in vetro**

L'artista austriaco Friedensreich Hundertwasser ha fissato standard decisamente elevati per quanto riguarda l'architettura. I suoi edifici si distinguono per le sue intenzionali asimmetrie e per le forme arcuate senza spigoli o angoli, così come per l'utilizzo di materiali da costruzione non convenzionali, tra cui il vetro. In tutto il mondo si possono trovare edifici nei quali la luce entra dalle superfici in vetro colorato piuttosto che dalle finestre. Qualche esempio: i bagni Hundertwasser a Kawakawa, in Nuova Zelanda, le case Hundertwasser a Vienna e a Magdebourg, così come il mercato coperto di Altenrhein in Svizzera.

Le innumerevoli case in vetro, i cui muri sono fatti appunto quasi esclusivamente in questo materiale, sembrano un po' meno artificiali anche se nettamente più fragili. Una tra queste si trova a Cape Egmont, sull'isola canadese del Principe Edoardo, per la cui costruzione negli anni '80 è stato neces-

sario raccogliere e svuotare più di 20.000 bottiglie. Questa casa, fondamentalmente disabitata, è parte di un museo che comprende anche una taverna e una cappella, costruite anch'esse con bottiglie di vetro colorate. La brochure del museo esalta la sinfonia di colori e luci che si possono trovare all'interno di queste costruzioni.

### **Lacrime di vetro che nessuno versa**

Le lacrime in vetro sono state rese famose in diverse maniere, ma in particolare attraverso due canali: innanzitutto dal fotografo dadaista russo di origini ebraiche Man Ray (il cui vero nome era in realtà Emmanuel Rudnitsky) e in seguito da un fenomeno fisico. Cominciamo dal fotografo. Man Ray è stato un maestro dell'alienazione surrealista: le sue opere hanno infatti sempre un aspetto enigmatico. L'artista è diventato famoso grazie alla sua fotografia «The Tears» («Le Lacrime»), realizzata nel 1930. Questa si focalizza sugli occhi di una donna molto bella che però non mostra alcun sentimento eppure «piange» lacrime di vetro, appoggiate artificialmente sul suo viso.

Le lacrime in vetro di Bologna sono ancora più convincenti nel vero senso del termine rispetto ai quadri di Man Ray.

Conosciute anche come le «lacrime del diavolo», «gocce di Batavia» o «del Principe Rupert», queste lacrime vengono create scaldando il vetro e lasciandolo cadere goccia a goccia in un recipiente pieno d'acqua. La superficie si solidifica velocemente chiudendosi sul vetro ancora fuso all'interno e questo processo crea forti tensioni meccaniche all'interno della goccia. Le lacrime resistono perfettamente a pressioni omogenee ma la più piccola alterazione sulla superficie è sufficiente per distruggere il fragile equilibrio e polverizzare la lacrima in minuscole schegge.

Le lacrime in vetro erano già note nelle vetrerie della regione tedesca del Mecklenburg verso il 1625 e nel 1642 furono reinventate a Bologna attraverso la bottiglia bolognese, che ha dunque le stesse caratteristiche delle lacrime di vetro. Con questa bottiglia, di forma sferica e dalle pareti spesse che richiamano un'ampolla in vetro, si possono addirittura piantare chiodi ma è sufficiente che un solo chiodo cada al suo interno che la bottiglia letteralmente esplose. Nel momento in cui la punta del chiodo scalfisce la superficie, la forte tensione a cui la bottiglia è sottoposta si scarica in maniera violenta.

### Acqua di vetro nella medicina e nella stregoneria

Rimaniamo nel Medio Evo, al tempo in cui il vetro veniva utilizzato come medicinale. Per produrre l'acqua di vetro veniva diluita nell'acqua della polvere di vetro, per produrre la quale venivano utilizzate le lacrime di cui vi abbiamo parlato sopra. Le vite di molti uomini creduloni raggirati da una strega sono state accorciate da del vetro frantumato e macinato aggiunto come condimento a qualche piatto gustoso.

### Acqua di vetro e vetro liquido in chimica

L'acqua di vetro indica uno stato dell'acqua diverso da quello usuale, a una temperatura pari a meno di 200 gradi e sotto forte pressione. Il vetro liquido indica invece dei silicati alcalini solubili in acqua. Questo composto amorfo non cristallino può trovarsi sotto forma solida, liquida o congelata. Gli utilizzi del vetro liquido sono molteplici e ve ne riportiamo qualche esempio: colla e legante, agente sbiancante utilizzato nell'industria cartiera, protettivo anticorrosione, materiale per la posa di murature. Prima dell'invenzione del frigorifero veniva inoltre utilizzato in cucina, per conservare le uova in modo da mantenerle fresche più a

lungo. Si diluiva la soluzione di silicato alcalino con acqua (in un rapporto uno a nove) e si mescolava il composto con una frusta. Quando diventava quasi solido, vi si ponevano dentro le uova. Il vetro liquido chiudeva quindi i pori delle uova e ne permetteva la conservazione più a lungo.

### Gioielli in vetro di Jablonec

Verso la metà del XIX secolo nella città di Jablonec nad Nisou, in Boemia (Repubblica Ceca), è nato un libero consorzio di piccole e medie imprese specializzate nella produzione di gioielli d'alta moda e di oggettistica in vetro. I bottoni in vetro sfaccettato e le perle di vetro soffiato erano estremamente ricercati all'epoca. Fu nel 1895 a Jablonec che Daniel Swarovski pose le basi per quella che sarebbe diventata la compagnia Swarovski, oggi famosa in tutto il mondo. I gioielli in vetro di Jablonec hanno conosciuto l'apice del loro successo poco prima della Seconda Guerra Mondiale. In seguito, le aziende sono diventate patrimonio demaniale ma nel 1989 la situazione è cambiata nuovamente e le imprese nuovamente privatizzate hanno riconquistato il successo degli anni '20.



Immagine: [dawanda.com/shop/jungferzart](http://dawanda.com/shop/jungferzart)

Una curiosità: prima che la fabbrica Vetropack di Kremšunster cominciasse la produzione industriale di vetro per imballaggi nel 1955, abili mani vi producevano gioielli in vetro secondo lo stile di Jablonec.



**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