

# VETRO TIME

**VETROPACK ITALIA**  
Nuova società  
affiliata

**MERCATO**  
Soft drinks

**ARTE**  
Un esotico mondo  
di vetro



<b>03   ESPANSIONE</b>	Vetropack in Italia
<b>05   MERCATO</b>	Soft drinks
<b>10   NUOVI DESIGN</b>	Una fresca immagine
<b>16   CELEBRAZIONI</b>	Progetti tecnici in Croazia
<b>18   ARTE</b>	Oggetti di vetro in filigrana

**Care lettrici, cari lettori,**

*una domanda corre come un filo rosso invisibile attraverso questo numero di Vetrotime – una domanda alla quale, direttamente o indirettamente, viene anche data una risposta. Volete sapere quale domanda intendo? Bene. Tornate all'immagine di copertina. Se la bambina, in un momento in cui sa di non essere osservata, non si leccasse il dito intinto nella marmellata... che senso avrebbe?*

*In tutto ciò che facciamo intenzionalmente è insita un'aspettativa o una convinzione. Se non fosse così, che senso avrebbe? Vetropack ha deciso di acquisire una vetreria in Italia. A fine luglio, l'acquisto è divenuto giuridicamente valido e, ora, possediamo la nostra settima società affiliata. Abbiamo compiuto questo passo perché lo stabilimento di Trezzano sul Naviglio costituisce una perfetta integrazione per il nostro Gruppo, arricchisce il nostro assortimento e ci permette di essere ancora più vicini ai nostri clienti in Italia. Nella pagina successiva potete scoprire di più sulla nostra nuova affiliata Vetropack Italia che, nei prossimi mesi, verrà integrata progressivamente nel Gruppo Vetropack.*

*Nel 2015 abbiamo pubblicato il nostro primo rapporto sulla sostenibilità, sul quale abbiamo anche già informato brevemente. Ma che senso avrebbe tutto il lavoro e l'impegno profuso per la pubblicazione, se voi, i nostri clienti, fornitori e investitori, non foste interessati al nostro sviluppo in questo campo? Come, ad esempio, i due Asset Manager a pagina 4 di questo numero.*

*Che senso avrebbe se lo stabilimento Vetropack ucraino non potesse comunicare che quest'anno è stato premiato con ben due stelle per il confezionamento (pagina 9)? Le doppie vittorie vanno festeggiate, proprio come la positiva conclusione di complessi progetti tecnici (pagine 16-17). Per questo, lo stabilimento in Croazia ha invitato a una giornata di porte aperte. Che senso avrebbe festeggiare da soli? La gioia è gioia vera solo se è condivisa. Ciò vale anche per l'entusiasmo, ad esempio quello per l'arte del vetro della famiglia di soffiatori Blaschka (pagine 18-19) o per i numerosi nuovi barattoli e bottiglie che abbiamo sviluppato appositamente per i nostri clienti e le cui immagini e descrizioni sono contenute in questo numero di Vetrotime.*

*Vi auguro buon divertimento nella lettura – altrimenti che senso avrebbe?*

Cordialmente

  
Claude R. Cornaz



VIVA L'ITALIA

## Vetropack Italia – la nuova società affiliata del Gruppo Vetropack

*Venerdì 5 giugno 2015, Vetropack ha firmato il contratto di compravendita della vetreria con sede a Trezzano sul Naviglio, nei pressi di Milano. Il passaggio di proprietà definitivo ha avuto luogo solo poche settimane dopo, il 23 luglio. Lo stabilimento, precedentemente di proprietà del Gruppo Bormioli Rocco, è stato ribattezzato Vetropack Italia.*

La nuova vetreria Vetropack a Trezzano – la Vetropack Italia – si trova 10 km a ovest del centro di Milano. Con 258 dipendenti (a gennaio 2015), lo stabilimento produce ogni anno 140'000 tonnellate di vetro per imballaggi che viene venduto prevalentemente sul mercato italiano.

L'azienda specializzata nella produzione di imballaggi in vetro realizza bottiglie e vasetti a collo largo per l'industria alimentare e delle bevande. Nelle sue bottiglie vengono imbottigliati alcuni dei vini e dei liquori italiani più pregiati ma anche un companatico spalmabile molto apprezzato non solo dai bambini, oli esclusivi e aceti delicati.

### Una perfetta integrazione

L'acquisizione della vetreria con sede a Trezzano sul Naviglio rafforza la posizione di Vetropack sul mercato interno italiano. Già nell'esercizio 2014, il Gruppo ha venduto oltre il 20% dei propri imballaggi in vetro a clienti in Italia. Grazie alla nuova società affiliata Vetropack Italia, il Gruppo Vetropack aumenta significativamente la propria quota di mercato, espandendo ulteriormente su tutti i mercati la propria posizione di eccellente fornitore operante a livello europeo nel campo delle confezioni in vetro. Inoltre, la gamma di

prodotti diventa così ancora più varia, acquisendo ulteriore eleganza e un tocco di italianità.

«Uno stabilimento di proprietà in una nazione in cui operiamo da decenni come partner molto richiesto dall'industria alimentare e delle bevande rappresenta un'integrazione ideale per il nostro Gruppo» spiega Claude R. Cornaz. «Ora abbiamo la possibilità di svilupparci ulteriormente in una regione che conosciamo molto bene. A beneficiarne saranno i nostri attuali clienti, quelli che si aggiungeranno grazie al nostro nuovo stabilimento di Trezzano sul Naviglio e quelli che acquisiremo in futuro.»



## FUND MANAGER

## Buoni voti per una gestione aziendale sostenibile

*Una relazione basata sulla fiducia: dal 2008 la Banque Cantonale de Genève investe in Vetropack. Stabilità, bilanci solidi, un modello di business efficace e una strategia aziendale orientata al lungo periodo convincono i gestori di fondi della banca, che restano così fedeli a Vetropack.*

Per Annick Baud-Woodtli e Laurent Brossy, Asset Manager la Banque Cantonale de Genève, la «sostenibilità» è un tema importante. La domanda di investimenti sostenibili è in aumento e i parametri non finanziari giocano un ruolo sempre più importante ai fini del valore di mercato. Il fatto che il gruppo Vetropack abbia deciso di riferire sulle proprie attività sostenibili secondo gli standard della Global Reporting Initiative (GRI) è quindi molto positivo per la banca. «Apprezziamo quando le aziende si preoccupano dei rischi esistenti a livello direttivo in ambito sociale o ambientale», spiega Brossy. Anche la politica etica aziendale (Business Ethics Policy) che Vetropack si è data autonomamente è considerata dai gestori un elemento a favore del gruppo specializzato a livello internazionale negli imballaggi in vetro.

In particolare, il fatto che Vetropack sia un'azienda a conduzione familiare di quarta generazione senza debiti netti e che quindi, in caso di difficoltà, possa operare da una posizione di forza, ha un impatto positivo sugli investitori. Vetropack si è posizionata ai vertici a livello europeo in un mercato difficile. Nel fondo S&M Caps (aziende a piccola e media capitalizzazione) della Banque Cantonale de Genève, Vetropack eccelle anche per quanto concerne il tema «vetro». Il vetro, infatti, è praticamente riciclabile all'infinito e non perde in qualità durante il riutilizzo, inoltre è un materiale per

imballaggi ecologico prodotto da materie prime disponibili in abbondanza, e presenta molti vantaggi rispetto al PET: il vetro è neutro al gusto, impermeabile e non interagisce in alcun modo con il contenuto.

Alla fine, nell'ambito dell'analisi effettuata dalla Banque Cantonale de Genève, sono molti i criteri che confluiscono nella valutazione globale e Vetropack ottiene buoni voti.

Nel 2012, alla consegna dell'Ernst & Young Award «Entrepreneur Of The Year» per la categoria «Family Business» al CEO di Vetropack, Claude R. Cornaz, Vetropack è stata addirittura celebrata come investimento «eccezionale» per investitori e analisti.

Funziona bene anche la comunicazione tra Ginevra a Bülach, dove la Vetropack Holding ha la propria sede operativa. «Diamo grande importanza al contatto diretto, il management per noi è sempre reperibile», spiega Annick Baud-Woodtli. La Banque Cantonale de Genève si augurano tuttavia che Vetropack comunichi ancor più marcatamente verso l'esterno le proprie prestazioni in ambito di sviluppo sostenibile, in quanto vantaggioso per la reputazione e aiuterebbe gli investitori a prendere le proprie decisioni.



**Annick Baud-Woodtli**  
Vice President Asset Management, Banque Cantonale de Genève



**Laurent Brossy**  
Assistant Vice President, Banque Cantonale de Genève

## UN MERCATO CONTESO

## Soft drinks

*Ai giorni nostri, i soft drink sono un segmento sotto osservazione. La tendenza verso un'alimentazione sana è presente ovunque. Tuttavia, le bevande hanno saputo adattarsi al mutare dei tempi. La gamma dei gusti e le confezioni sono estremamente varie e differenziate.*



La prima pietra dell'odierna industria dei soft drink è stata posata dal gioielliere tedesco Jacob Scheppe nel 1783 a Ginevra, in Svizzera. Fu il primo a produrre, in grande quantità, acqua minerale contenente anidride carbonica. Ancora oggi, la maggior parte delle bibite in commercio è addizionata di anidride carbonica.

Si tratta di bevande rinfrescanti a base di acqua, con ingredienti aggiuntivi come anidride carbonica, minerali,

vitamine, concentrato di frutta, zucchero, aromi o dolcificanti. Si suddividono in quattro categorie: succhi di frutta, bevande a base di succo di frutta concentrato, limonate e gassose.

Dal punto di vista nutrizionale, si afferma continuamente che non bisogna eccedere nel consumo di bibite gassate poiché contengono molto zucchero. Tuttavia, lo zucchero non è l'unico motivo del calo delle vendite del segmento sul mercato. L'acqua e le birre senza alcol sono in crescita, come pure il sidro di mele e le bevande mescolate alla birra. Inoltre, il segmento soffre quando l'estate è caratterizzata dal maltempo. Tuttavia i dati non sono del tutto negativi, in



quanto il trend a livello internazionale è comunque favorevole al vetro. In più, i produttori di soft drink puntano molto sulla caratterizzazione dei propri brand e sull'esaltazione dei valori originari di marchio, aspetti per i quali il vetro è perfetto. Nella confezione in vetro, igienica e sicura, il contenuto rimane fresco e mantiene un gusto inalterato per lungo tempo.

#### Da bianco a nero

Per i soft drink, Vetropack offre una vasta gamma di bottiglie riutilizzabili e mono-uso. In questo settore, il vetro bianco domina in tutte le nazioni nella quali Vetropack produce ed esporta. Tuttavia, sul mercato ci sono anche bottiglie in vetro verde e marrone. Un colore al quale bisogna ancora abituarti per le bibite è il nero. Lo stabilimento croato di Vetropack l'ha appena introdotto nell'assortimento su richiesta di un cliente.

#### Per la piccola e la grande sete

Le dimensioni delle bottiglie variano da 0,2 litri fino alla capacità di 0,33 litri, tipica per i soft drink. Un'eccezione è costituita dai succhi di frutta, per cui sono molto apprezzate anche le bottiglie fino a 0,75 litri.

#### Salute

Ormai la consapevolezza riguardo ad un'alimentazione e uno stile di vita sani è profondamente radicata nella nostra

società. Anche il settore delle bevande se ne sta accorgendo – e ora è richiesta una buona dose di creatività. I tecnici stanno lavorando su nuovi metodi per dolcificare, ad esempio con la stevia. Sul mercato sono già disponibili bevande dolcificate con questa pianta proveniente dal Sudamerica. Molto in voga sono anche i soft drink con l'aggiunta di oligoelementi come ferro, magnesio o vitamine nonché le innovazioni senza zucchero o con stimolanti naturali come il guaranà. Molto apprezzate sono anche le bevande a basso contenuto calorico.

#### Gusti

I consumatori sono disponibili a provare nuovi gusti di bevande. Negli anni scorsi, sugli scaffali delle bevande sono apparsi innumerevoli prodotti innovativi, alcuni dei quali hanno avuto grande successo. I consumatori sono sempre più coinvolti nella selezione del prodotto. Di una bevanda ne esistono, ad esempio, due tipi ma, poi, solo uno viene inserito nell'assortimento definitivo. Si sperimenta intensamente sia sul piano dei gusti stagionali sia per quanto concerne nuove combinazioni abbinate all'anidride carbonica. Il vetro come materiale per le confezioni è impermeabile ai gas. I soft drinks mantengono quindi il proprio contenuto di anidride carbonica molto a lungo. Per far sì che il contenuto venga valorizzato, sia visivamente che dal punto di vista del gusto, è necessaria la confezione giusta. Vetropack produce sia modelli standard che personalizzati per i clienti.

### Ristorazione

In molti paesi, come per esempio in Austria, in Svizzera e in Croazia, gli imballaggi in vetro sono molto utilizzati nel settore alberghiero e della ristorazione. Sulle tavole ben apparecchiare dei ristoranti o a casa, i soft drinks si presentano nel loro elegante «vestito di vetro». Si tratta soprattutto di confezioni riutilizzabili o mono-uso. Nei supermercati, invece, dominano altri materiali per gli imballaggi, in particolare il PET. Leggermente diversa è la situazione presso i rivenditori specializzati di bevande che offrono con sempre maggiore frequenza i soft drink preferiti anche in bottiglie di vetro.

### Vetro leggero

Oltre al già citato tema della salute, nella nostra società si è profondamente radicata anche la consapevolezza ambientale. Il vetro come materiale per imballaggi ne beneficia, in quanto può essere riciclato continuamente, senza perdite in termini di qualità. Inoltre, sofisticati processi di produzione consentono di rendere le confezioni in vetro più leggere e senza riduzioni della sicurezza o della qualità. Il vetro leggero permette di ridurre sia il consumo di materie prime sia le emissioni di CO<sub>2</sub> – facendo delle bottiglie in vetro leggero un aspetto fondamentale per numerosi produttori o

imbottiglieri di soft drinks. Vetropack è specializzata nella produzione di pressato/soffiato bocca stretta, tecnologia che rende possibile la realizzazione di bottiglie ultraleggere.



### FATTORE QUALITÀ

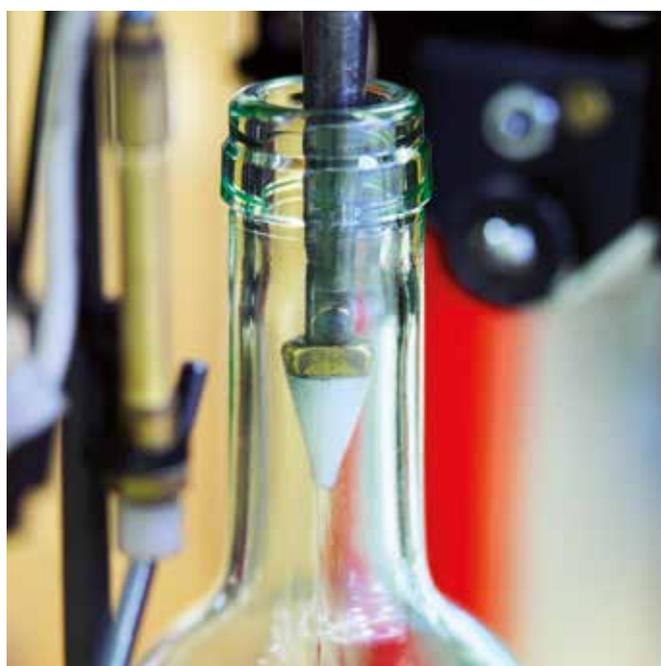
## Confezione e tappo

*In Europa, i produttori di vino chiudono le bottiglie dal nobile contenuto principalmente con tappi a vite o con il classico tappo di sughero. Vetropack offre entrambe le varianti e molte altre. Verifiche completamente automatiche e test statici garantiscono la massima qualità delle bottiglie da vino.*

Trasportare fino a casa una bottiglia di vino non chiusa bene sarebbe difficile. Una chiusura adeguata è fondamentale anche per preservare la qualità del vino stesso. Un'interazione armonica tra confezione di vetro e tappo è essenziale e rappresenta un fattore determinante per la qualità. Gli specialisti di Vetropack sviluppano per ogni forma di bottiglia una «bocca» adatta al tipo di tappo previsto all'interno di specifiche norme tecniche. La collaborazione con produttori di tappi leader sul mercato garantisce la massima precisione ed ermeticità nonché un notevole vantaggio in termini di innovazione.

### Alta qualità grazie a controlli severi

Le bottiglie da vino Vetropack vengono sottoposte a severi controlli – e per questo offrono chiari vantaggi in termini di qualità. Le procedure standard prevedono verifiche completamente automatiche della planarità della superficie bocca, del parallelismo tra piano della bocca e il fondo nonché il profilo interno bocca. Vetropack produce le bottiglie con bocca BVS con massima cura. Quelle permettono l'utilizzo di cannucce di riempimento in fase di imbottigliamento. Vetropack realizza bottiglie con sotto бага con un diametro medio di 25,5 millimetri che garantisce ottimi risultati in fase di apertura del tappo a vite. Inoltre, tutte le bottiglie da vino vengono sottoposte a test statici aggiuntivi. I test standard comprendono: verifica del trattamento finale a caldo e a freddo, test di planarità e resistenza agli shock termici e prova del pendolo. Se i clienti desiderano altri test personalizzati, è sempre possibile effettuarli.



### Bocca BVS e tappi in sughero naturale

In Croazia, ad esempio, il 33% delle bottiglie di vino ha un tappo BVS – un tappo a vite sviluppato in Svizzera. Questo tipo di chiusura richiede una perfetta planarità del vetro nella zona della bocca della bottiglia. Solo così è possibile garantire la qualità del contenuto. Lo stabilimento Vetropack croato vende la metà delle bottiglie da 0,75 litri e da 1 litro in Slovenia. Un quarto delle bottiglie è invece in circolazione sul mercato interno. Si tratta in particolare di vini di qualità che vengono imbottigliati in bottiglie BVS. Il trend a livello europeo è sempre più orientato verso le bottiglie con bocca BVS. I produttori di vini di altissima qualità, tuttavia, continuano a preferire il tradizionale tappo in sughero naturale.

La maggior parte dei vini svizzeri è dotata di un tappo a vite. Anche in Austria, i vini di alto livello qualitativo vengono imbottigliati in bottiglie di vetro con tappo a vite. La stessa situazione si riscontra in Slovacchia e nella Repubblica Ceca. In Ucraina, invece, i produttori di vino preferiscono le bottiglie dotate di bocca ad anello e fascette con turacciolo. I vini di alta qualità e vengono tappati con tappi di sughero naturale. Singole nazioni, verso le quali esporta lo stabilimento ucraino di Gostomel, chiedono invece la bocca BVS ma si tratta solo di una piccola parte della produzione.

### Bocche di tutti i tipi

Per la bocca della bottiglia, Vetropack offre un'ampia gamma di varianti, tra cui la bocca ad anello, la bocca a fascette, la bocca con tappo a vite e la bocca per tappo a corona, per citarne solo alcune. In base alle esigenze dei clienti e del mercato è possibile sviluppare imboccature su richiesta.

RICONOSCIMENTI

## Un concorso, due stelle del packaging

L'assegnazione del premio ucraino «Packaging Stars 2015» si è tenuta in aprile a Kiev durante la fiera «Pack-Expo». Ben due dei 14 ambiti riconoscimenti sono andati a Vetropack Gostomel.

Nell'ambito della 17a edizione del concorso per la migliore confezione dell'Ucraina, Vetropack Gostomel si è aggiudicata i premi numero dieci e undici. La doppia vittoria si è ottenuta con due bottiglie in vetro bianco diverse tra loro.

La bottiglia da 500 millilitri «Voloshkove pole» viene prodotta con un procedimento di presso-soffiatura che garantisce pareti della bottiglia snelle e uniformi. La bottiglia in vetro leggero pesa 290 grammi ed è ideale per latticini come yogurt, kefir e latte.

La seconda bottiglia premiata «KIM Champagne 750 ml» viene prodotta con lavorazione soffio-soffio. La forma bombata e il collo lungo le conferiscono un aspetto esclusivo. Inoltre, l'intera superficie è percorsa da una struttura spirale che rende la confezione per vini spumanti particolarmente raffinata.



«KING OF BEERS»

## Una birra american lager

Una confezione reale per la regina delle birre. A produrla dall'inizio di maggio è lo stabilimento Vetropack di Gostomel.

La produzione delle bottiglie da 0,75 litri per il birrifico SUN InBev Ukraine è iniziata questa primavera presso lo stabilimento Vetropack di Gostomel. SUN InBev è il birrifico leader sul mercato in Ucraina e ha ampliato l'offerta della marca americana. La Budweiser, famosa in tutto il mondo e nota anche come BUD, è stata sviluppata nel 1876 dal mastro birraio Adolphus Busch. Si tratta di una birra lager americana con un gusto aromatico e una nota leggermente amarognola.

Il design della bottiglia - volutamente maestoso, reale e imponente - è stato ideato dagli specialisti di Vetropack Gostomel in funzione dello slogan «King of Beers». La bottiglia si contraddistingue, infatti, per il suo colore ambrato e l'emblema del birrifico sulle spalle della stessa.



#### TRADIZIONE IN UNA NUOVA VESTE

## I 300 anni del birrificio di Lviv

*In onore del 300° anniversario del birrificio di Lviv (Leopoli) nell'Ucraina occidentale, la Carlsberg Ukraine ha lanciato sul mercato la birra «Lvivske 1715». A produrre la bottiglia verde è la Vetropack Gostomel.*

Esattamente 300 anni fa è stato fondato il birrificio di Lviv, il più antico produttore di birra dell'Ucraina, che oggi fa parte della Carlsberg Ukraine. In occasione dell'anniversario, gli specialisti del birrificio hanno elaborato un nuovo design della bottiglia tradizionale dell'apprezzatissima birra ucraina «Lvivske 1715». Della realizzazione è stata incaricata la Vetropack Gostomel. Si tratta di una bottiglia verde da 0,45 litri, con impresso un leone molto evidente. Il leone è il simbolo della Città di Lviv - Leopoli in italiano - che è considerata la «capitale ucraina della birra» ed è nota anche con il nome «città dei leoni». Ora, dopo 300 anni, la Lvivske originale, con un contenuto di 0,5 litri, appartiene al passato.

L'etichetta aggiuntiva sulla nuova bottiglia informa gli amanti della birra sulla storia del birrificio di Lviv. La «Lvivske 1715» quindi non solo disseta ma consente anche di partecipare ai festeggiamenti per il 300° anniversario del più antico birrificio dell'Ucraina.

#### VECCHI RICORDI

## Una bottiglia retrò

*La bottiglia, molto semplice, sviluppata negli anni '80 per la distilleria Old Herold, ora si presenta con un look rinnovato.*

La distilleria Old Herold è famosa per l'acquavite di ginepro Juniperus Borovicka che, dalla fine del XX secolo, viene esportata in diverse nazioni in Europa e in America, ed è tra le grappe slovacche più antiche. Dal 1905, l'acquavite viene prodotta a Trenčín, a circa 18 chilometri da Vetropack Nemšová, motivo per il quale è nota anche con il nome di Trenčín Juniperus Borovicka.

L'originale della bottiglia «Walker» da 700 millilitri risale agli anni '80. Attualmente, la gamma è completata da una bottiglia da 0,5 litri e da 0,7 litri. Si tratta di modelli standard bianchi della Vetropack, prodotti - per la Old Herold - nello stabilimento Vetropack di Nemšová. Il nuovo design retrò della bottiglia, con collo corto, spalle arrotondate e nuova etichetta in stile retrò, fa parte di un'edizione limitata ed evoca ricordi di tempi passati. La campagna sarà accompagnata da eventi retrò come serate swing, giri in vetture d'epoca ed edizioni speciali di giornali.





## RINFRESCANTE

# Black Tonic

*Nelle calde giornate estive non si desidera altro che un tuffo nell'acqua fresca o qualcosa di rinfrescante sotto forma di una bevanda fredda. Che ne dite allora della nuova Cockta black tonic? A produrre le bottiglie di vetro nere è l'azienda croata Vetropack Straža.*

La bevanda rinfrescante Cockta proviene dalla ex Jugoslavia ed è molto amata dai giovani. L'inventore Emerik Zelinka ha creato un nuovo drink da una miscela di melagrana, vitamina C, svariate erbe e zucchero caramellato. È così nata la bevanda Cockta. Ancora oggi, il segreto del gusto inconfondibile sta nella miscela di erbe, abbinata a melagrana, limone e arancia.

I consumatori in Croazia, Serbia e Slovenia trovano ora sugli scaffali delle bevande anche la Cockta black tonic. La base è costituita dalla bevanda Cockta originale, alla quale sono stati aggiunti Bitter Tonic e caffeina. Le bottiglie di vetro nere vengono prodotte dallo stabilimento croato Vetropack di Hum na Sutli. Un corpo lungo e sottile e il collo corto caratterizzano la pregevole bottiglia, la cui eleganza è sottolineata da linee semplici e chiare. La sua maneggevolezza e la capacità di 0,25 litri sono ideali per portare la bevanda con sé.

## BESTIALI!

# Ispirazione per piccoli gourmet

*I macinini per spezie accompagnano la colazione, il pranzo e il dessert dei bambini, stimolando in modo divertente la voglia di condire.*

Vetropack Austria produce il vetro dei macinini per spezie che stimolano soprattutto i bambini a cucinare e ad arricchire le pietanze. Sono disponibili una tigre, un coniglio e un camaleonte. I contenitori in vetro trasparente sono caratterizzati da elementi come una pancia bombata, un collo lungo e uno zoccolo largo. Il meccanismo della macina è stato sviluppato specificamente per KOTÁNYI dalla ditta austriaca JOMA, produttrice di tappi e coperchi, la quale acquista da KOTÁNYI le parti superiori in plastica idonee ai bambini a forma di animale tramite l'azienda «Die Werbemittler». Una volta posizionata la parte superiore, il contenitore in vetro Vetropack si trasforma in uno dei tre amici. Nella pancia della tigre c'è una miscela di spezie e fiocchi di pomodoro essiccato per condire riso, patate o pasta. Durante la colazione, il compagno ideale è il coniglio: i suoi biscotti sbriciolati sono ottimi con frutta e muesli. Per il dessert, il camaleonte offre perle di cioccolato da aggiungere al gelato, alla crema di vaniglia o allo yogurt.

I macinini sono prodotti dalla ditta KOTÁNYI. Dal 1881, l'azienda austriaca specializzata nel settore dei condimenti invita a cucinare e a godere dei piaceri del palato con spezie ed erbe da tutto il mondo. Nazioni e culture diverse hanno sviluppato esigenze, gusti e abitudini differenti, motivo per il quale l'assortimento KOTÁNYI comprende ormai ben 4'500 articoli per venti Paesi.





#### FRIZZANTE E AFFASCINANTE

## Elegante prosecco

*La bottiglia di prosecco cuvée ora viene prodotta dalla Vetropack Straža.*

Il collo lungo conferisce alla bottiglia la sua eleganza, fondendosi armonicamente con il corpo, leggermente più robusto, che costituisce una caratteristica tipica delle bottiglie per vini spumanti. Le bottiglie standard sono adatte soprattutto al prosecco, ma vengono utilizzate anche per altri vini spumanti prodotti secondo il metodo Charmat. Il processo Charmat è un'invenzione italiana, paese nel quale viene anche utilizzato più frequentemente. In Francia, il «metodo Charmat-Martinotti» è conosciuto come «méthode Charmat».

Il processo è però lo stesso in entrambi i paesi: rifermentazione del vino in contenitori d'acciaio tipo autoclave anziché nelle bottiglie, come prevede invece il «metodo Champenoise» (rifermentazione in bottiglia). Molti tipi di uva, inclusi quelli per il prosecco, sono particolarmente adatti per questo tipo di rifermentazione e per il processo di imbottigliamento continuo ad alta pressione.

#### DA MIXARE

## Uno sciroppo versatile

*Due colori delle bottiglie, due fabbriche Vetropack, 14 gusti e tante possibilità di utilizzo: ecco ciò che contraddistingue gli sciroppi JOHN'S.*

Gli sciroppi JOHN'S vengono presentati in bottiglie bianche e verdi da 0,7 litri con tappo a vite. Le bottiglie in vetro bianco vengono prodotte dalla fabbrica austriaca di Kremsmünster, che le ha anche ideate. Le bottiglie verdi invece, in versione leggermente rielaborata, provengono dalla fabbrica Vetropack di St-Prex. La spalla della bottiglia è leggermente più larga dello zoccolo e, grazie alla forma caratteristica, garantisce una presa ottimale. Al centro della bottiglia si trova un'incisione, raffigurante foglie di piante che rappresentano il logo, la quale mette particolarmente in risalto il design personalizzato della bottiglia.

Dietro al prodotto JOHN'S c'è molto più che un semplice sciroppo: i 14 differenti gusti possono essere utilizzati in svariati modi: a mezzogiorno come bevanda analcolica rinfrescante, nel pomeriggio nel caffè o nel tè oppure alla sera in un cocktail. I tre gusti Lemon Squash, Citron Juice e Lime Juice sono perfettamente adatti per essere "mixati" con altre bevande e vengono venduti in bottiglie verdi. All'unico sciroppo iniziale (fiore di sambuco), hanno fatto seguito altre dieci varietà. Le bottiglie in vetro bianco, nelle quali viene imbottigliata l'intera gamma di sciroppi, sottolineano la varietà delle bevande naturali.





#### SICURA E NATURALE

## Solo il meglio per la mamma e il bebè

Lo stabilimento Vetropack di Gostomel produce la bottiglia da 200 millilitri in vetro bianco destinata ad alimenti per neonati. La bottiglia, leggera e dal design classico, viene prodotta con procedimento di presso-soffiatura e pesa solo 160 grammi.

La bottiglia dello Yagoty Baby Food si contraddistingue per numerosi vantaggi. Il vetro bianco - in quanto igienico, impermeabile e neutro al gusto - è perfettamente adatto per prodotti naturali e alimenti come il latte. In tal modo si preservano le caratteristiche originarie del contenuto della bottiglia.

Per questo, la bottiglia in vetro è la confezione più sicura ed ecologica per gli alimenti per neonati. Secondo un sondaggio condotto dall'istituto Usuma (istituto tedesco di ricerche di mercato e in campo sociale), il 77% delle mamme europee preferisce, per i propri figli, alimenti per neonati in confezioni di vetro. Inoltre, il tappo a vite a chiusura ermetica è facile da utilizzare: i genitori lo possono aprire con facilità e richiuderlo bene, in modo da mantenere freschi i prodotti a base di latte.





EXPO MILANO

## Sculture in vetro

*Nel Padiglione svizzero all'esposizione mondiale di Milano si possono ammirare graziosi oggetti in vetro. Le due aziende produttrici di imballaggi in vetro Vetropack e O-I hanno messo a disposizione 4'000 bottiglie.*

Nel 2015, a ospitare l'esposizione mondiale è la Città italiana di Milano. 116 Paesi presentano il proprio contributo sul tema «Nutrire il pianeta, energia per la vita». Sono rappresentate le seguenti nazioni Vetropack: Svizzera, Austria, Slovacchia, Repubblica Ceca e Italia.

L'Expo Milano punta a sensibilizzare i visitatori invitandoli a riflettere sull'alimentazione e sui relativi effetti. Attraverso il consumo di generi alimentari e bevande si generano automaticamente rifiuti sotto forma di confezioni vuote. Tuttavia, le confezioni in vetro sono, in realtà, tutt'altro che rifiuti. Dopo l'uso si trasformano in preziose materie prime secondarie per l'industria del vetro. Il Gruppo Vetropack è pioniere nel riciclaggio del vetro. Per la produzione di vetro bianco e marrone si utilizza fino al 60% di vetro riciclato. Per il vetro verde, la quota di vetro riciclato arriva addirittura al 100%. Il riutilizzo del vetro consente di migliorare notevolmente il bilancio ambientale. Per ogni 10% di vetro riciclato si risparmiano il 3% di energia e il 7% di emissioni di CO<sub>2</sub>.

Nel Padiglione svizzero a Milano, nella sezione dedicata alla Città e al Cantone di Zurigo nonché a Zurigo Turismo, si possono ammirare decorative sculture fatte con imballaggi in vetro. L'esposizione zurighese è dedicata al tema dell'acqua, alle aziende e alle idee innovative nel campo dei generi alimentari e alla corrente artistica DADA. Per illustrare queste tematiche, Vetropack ha messo a disposizione 2'100 bottiglie marroni, verdi e bianche, con cui sono state create delle installazioni a forma di carote e la parola DADA. Dopo

l'esposizione, le lettere in vetro verranno riciclate. Le opere raffiguranti le carote invece potranno essere ammirate ancora per qualche tempo presso la Vetropack in Svizzera e Austria.

L'**Austria** ha scelto il tema dell'aria presentando un vero e proprio bosco. Il padiglione «breathe.austria» trasforma la visita a un ex quartiere industriale di Milano in un'esperienza a contatto con la natura.

La **Slovacchia** presenta «Il mondo in tasca», un'allusione al fatto che, nella piccola nazione europea, si può trovare tutto ciò che si può desiderare. Inoltre, davanti al padiglione c'è uno spazio per ricaricare le proprie batterie o quelle del proprio cellulare.

Nella **Repubblica Ceca** ci si immerge nel «Laboratorio della vita», scoprendo di più su un'agricoltura ricca di tradizione e sulla ricerca fondamentale nel campo della biochimica e delle nanotecnologie, con particolare riferimento ad ambiente, salute di persone e animali nonché alla sicurezza in ambito alimentare.

L'**Italia** vuole mostrarsi come un Paese che vanta un terreno fertile affinché progetti e talenti si possano sviluppare positivamente. È il messaggio che si cela dietro alla tematica «Vivaio Italia».

### Expo Milano 2015

L'esposizione mondiale in corso a Milano proseguirà ancora fino al 31 ottobre 2015, quella dedicata a Zurigo fino al 12 settembre 2015.

## SCAMBI INTERNAZIONALI

## Ospiti in Moldavia

A maggio, la Vetropack Gostomel Ucraina ha partecipato alla 20a edizione della fiera PACKAGING. DEPOT a Chisinau in Moldavia. Presso il centro fieristico MOLDEXPO si sono svolte tre manifestazioni parallele sui temi «Food & Drinks», «Food Technology» e «Packaging».

La PACKAGING. DEPOT è, in Moldavia, l'unica esposizione di materie prime e tecnologie per la produzione di generi alimentari e materiali per imballaggio. La fiera permette l'incontro e gli scambi tra produttori, dettaglianti, fornitori e potenziali partner. Erano presenti oltre 120 partecipanti provenienti da Moldavia, Bielorussia, Francia, Italia, Polonia, Romania, Russia e Ucraina.

Nonostante le dimensioni relativamente limitate, la Moldavia è tra le regioni vinicole più importanti dell'Europa orientale. Con oltre 140 aziende vinicole e numerosi vigneti e cantine, il Paese vanta una vasta gamma di vini rossi, bianchi e spumanti.

Lo stabilimento ucraino della Vetropack ha presentato un'ampia gamma di articoli: bottiglie da vino e da champagne, bottiglie a bocca larga per latticini e succhi nonché per la conservazione di frutta e verdura.



## UNA MOSTRA IN SVIZZERA

## Ceci n'est pas une bouteille!

*Fino al 25 ottobre 2015, presso il Museo Vallesano della Vigna e del Vino di Sierre saranno esposti degli oggetti in vetro. La diversità di questa mostra porta alla luce sorprendenti oggetti che vanno ben al di là del consueto utilizzo quotidiano del vetro. L'azienda Vetropack ha sostenuto finanziariamente il museo mettendo a disposizione alcune bottiglie per l'esposizione.*

Il Museo Vallesano della Vigna e del Vino è stato fondato all'inizio degli anni '90 con l'obiettivo di documentare la storia del vino e della viticoltura nel Cantone svizzero del Vallese. Attualmente, a Sierre è possibile visitare la mostra «Ceci n'est pas une bouteille!» che presenta la grande varietà delle attuali interpretazioni di bottiglie e bicchieri in vetro - e si propone di far riflettere. L'idea è che il visitatore osservi un oggetto che viene contraddetto da un elemento testuale. L'assunto fondamentale «ciò che vediamo non è ciò che pensiamo di vedere» viene trasferito al contenitore in vetro in quanto oggetto. Il titolo dell'esposizione si ricollega al lavoro del pittore belga René Magritte che, con il dipinto «Questa non è una pipa», ha analizzato la relazione tra un oggetto, il suo status e la sua rappresentazione.



### Informazioni per i visitatori

Musée valaisan de la Vigne et du Vin, Rue Sainte-Catherine 6, 3960 Sierre  
Orari di apertura: Lun-Ven ore 14:00-18:00, Sab-Dom ore 11:00-18:00

## EVENTO

## Degna conclusione di due progetti tecnici

*L'azienda croata Vetropack Straža ha invitato clienti, fornitori e politici per festeggiare insieme la riparazione della vasca di fusione per il vetro marrone e l'installazione dell'impianto di depurazione dei gas di scarico. Oltre 200 ospiti hanno preso parte all'evento.*

Il 29 maggio 2015, la Vetropack Straža ha festeggiato, insieme a 200 invitati, la conclusione di due grandi progetti. In qualità di ospite d'onore era presente anche la Presidentessa croata Kolinda Grabar Kitarović che, nel suo discorso, ha definito Vetropack Straža il miglior esempio di una gestione efficiente. A tale definizione si è associato anche il più alto funzionario amministrativo della regione: «Vetropack Straža è l'azienda di maggior successo della regione. Se la Croazia avesse anche solo 10-20 aziende come questa, la nostra economia andrebbe meglio già da diverso tempo.»



Tihomir Premužak, Direttore della Vetropack Straža, ha sottolineato il ruolo fondamentale dei due team di progetto per la riparazione della vasca di fusione e l'installazione dell'impianto di depurazione dei gas di scarico. La realizzazione dei due progetti è stata portata a termine grazie al loro impegno nonché alla loro efficienza e professionalità. Premužak ha inoltre ringraziato tutti i clienti e partner commerciali per la plurennale collaborazione.

Tutta la festa è stata all'insegna del vetro: dalle decorazioni sui tavoli agli omaggi per gli ospiti, fino ad arrivare

all'accompagnamento musicale con un particolare strumento detto «bottigliofono» che si compone di bottiglie delle più svariate dimensioni e forme.



### Riparazione della vasca di fusione

Il team di Velimir Mrkus, Direttore tecnico della Vetropack Straža, ha lavorato alla riparazione della vasca di fusione per il vetro marrone per ben 67 giorni. L'intervento ha permesso di migliorarne l'efficienza energetica, ridurre le emissioni di gas a effetto serra e incrementare la flessibilità del tonnellaggio della vasca. Ora la capacità nominale della vasca è di 250 tonnellate al giorno.

### Impianto di depurazione dei gas di scarico

L'installazione dell'impianto è a tutt'oggi il più grande progetto ecologico dello stabilimento croato della Vetropack. Tutte le tre vasche di fusione sono collegate all'impianto, in modo tale da ridurre le immissioni di polveri e sostanze tossiche nell'ambiente. Con l'installazione dell'impianto di depurazione dei gas di scarico, la Vetropack Straža soddisfa i requisiti previsti dalle direttive UE per le emissioni dell'industria del vetro.



**PORTE APERTE**

## Un grande giorno per la Vetropack Straža

*Sabato 30 maggio 2015, la Vetropack Straža ha avuto ben due motivi per festeggiare: da un lato, la riuscita riparazione della vasca di fusione e, dall'altro, l'installazione dell'impianto di depurazione dei gas di scarico. Lo stabilimento ha aperto le porte al pubblico per tutta la giornata.*

All'insegna dello slogan «Vetropack Straža for Hum na Sutli – Hum na Sutli for Vetropack Straža» è stato dato il via al programma. Gli scolari del paesino si sono esibiti, ha suonato una banda di strumenti a fiato e un piccolo coro ha intrattenuto i visitatori con canzoni famose e molto amate. Tihomir Premužak, Direttore della Vetropack Straža, ha ringraziato gli attuali e gli ex collaboratori per il loro impegno e il contributo allo sviluppo dello stabilimento croato. Il Direttore ha sottolineato il proprio particolare orgoglio per la positiva installazione dell'impianto di depurazione dei gas di scarico: «Portando a termine questa installazione abbiamo completato i progetti ecologici della Vetropack Straža. Naturalmente porteremo avanti il nostro impegno per l'ambiente poiché è sempre possibile e doveroso migliorarsi ulteriormente.»

L'impianto di depurazione dei gas di scarico ridurrà il futuro inquinamento ambientale dovuto a polveri e sostanze tossiche, mentre l'energia termica prodotta dall'impianto verrà sfruttata per il riscaldamento degli uffici e dello stabilimento. Questa innovazione è finora il più grande progetto ecologico realizzato nella storia dello stabilimento Vetropack in Croazia.

Tra i 1500 ospiti c'erano anche il Sindaco di Hum na Sutli e il più alto funzionario amministrativo della regione, i quali si sono congratulati con la Vetropack Straža e il suo personale per i progetti realizzati e i buoni risultati operativi, sottolineando inoltre l'importanza dello stabilimento. I visitatori hanno potuto ammirare la moderna tecnologia, l'ordine e la pulizia degli impianti di produzione. Soprattutto gli ex collaboratori – che, in parte, hanno lavorato alla Vetropack per tutta la vita – erano impressionati dal suo sviluppo e dai progressi realizzati.

### **La tradizione del vetro a Hum na Sutli**

Lo stretto rapporto tra la Vetropack Straža e la tradizione del vetro è stato evidenziato dal progetto di otto scolari di una classe di Hum na Sutli. Gli scolari, di età compresa tra 7 e 10 anni, hanno raccolto, insieme ai loro insegnanti e ai genitori, oltre 4000 tonnellate di vetro che hanno poi consegnato alla Vetropack Straža perché venissero riciclate. Tihomir Premužak si è congratulato con gli scolari per il lavoro svolto e ha consegnato loro un regalo.



## OGGETTI DI VETRO IN FILIGRANA

# Uno sguardo all'esotico mondo sottomarino

*Oltre 100 anni fa conservare piante ed esseri viventi per i posteri era difficile. Eppure esisteva una tecnica di conservazione che ancora oggi svolge il proprio compito: la riproduzione di animali e piante in vetro. Leopold e Rudolf Blaschka realizzavano modelli in filigrana.*



© Museum of Comparative Zoology, Harvard University

L'anemone di mare, riprodotto fin nei minimi dettagli, si sporge con delicatezza verso i visitatori. Non è però reale, bensì un modello di vetro fabbricato da Blaschka padre e figlio. Leopold (1822-1895) e Rudolf Blaschka (1857-1939), soffiatori di vetro, artisti e studiosi di scienze naturali boemi, tra il 1863 e il 1890 hanno realizzato migliaia di modelli in vetro di animali e piante marine.

I Blaschka provenivano da una famiglia di vetrai. Prima che Leopold seguisse le orme familiari, aveva svolto la formazione per diventare orafo, alla quale fece seguito quella come vetraio. Leopold era affascinato dalle scienze naturali, un campo allora in grande evoluzione. Alla fine degli anni 1850, iniziò infatti a produrre fiori esotici in vetro sulla base delle illustrazioni di libri di scienze naturali. Un aristocratico venne a sapere della sua attività e lo incaricò di approntare 100 modelli delle sue orchidee.



© Laurel/Alec



©NHM Wien, Kurt Kracher



© Museum of Comparative Zoology, Harvard University

### Disegni accurati

Nel mondo nascevano sempre più acquari e musei di scienze naturali. Le tecniche per la conservazione di piante ed esseri viventi reali erano però ancora rudimentali. Così Leopold Blaschka ottenne altri grossi incarichi. Ben presto anche il figlio Rudolf si unì a lui, aiutando il padre nel suo lavoro. Durante i suoi viaggi Rudolf fece innumerevoli disegni e prese appunti sulle caratteristiche delle piante. Prima di iniziare a creare qualsiasi modello in vetro, i Blaschka effettuavano sempre anche accurati disegni di ogni singola creatura. Ciascun esclusivo e complesso modello è composto da pezzi di vetro bianchi e colorati che sono stati incollati e fusi gli uni agli altri con una tecnica che è una combinazione di soffiatura e riscaldamento. Leopold prediligeva il lavoro con le grandi superfici di vetro, mentre Rudolf si dedicava per ore ai dettagli in filigrana.

### Collezioni in tutto il mondo

Ancora oggi è possibile ammirare gli incantevoli modelli in vetro realizzati da Blaschka padre e figlio. La collezione più grande si trova presso l'Università di Harvard e risale a un contratto stipulato con il museo botanico dell'università, nell'ambito del quale i Blaschka crearono 4000 fiori di vetro per l'esposizione. Padre e figlio lavorarono all'incarico per ben cinque anni. Dopo la morte di Leopold, Rudolf continuò a produrre i modelli, da solo, per 41 anni.

La seconda più grande collezione di questi stupendi esemplari è visibile al museo di storia naturale di Vienna. Nell'ambito del 650° anniversario dell'Università di Vienna, il museo ha prestato alcuni modelli in vetro per un'esposizione. Ulteriori esemplari si trovano al museo botanico di Boston, al museo dell'Università di Tubinga, all'Università di Pisa e al museo di storia naturale di Londra.



©NHM Wien, Karl Kraecher



©NHM Wien, Karl Kraecher



**Indirizzi di contatto**

**Vendita**

**Svizzera**

Telefono +41 44 863 34 34

Fax +41 44 863 34 45

verkauf.ch@vetropack.ch

vente.ch@vetropack.ch

**Austria**

Telefono +43 2757 7541

Fax +43 2757 7541 202

verkauf.at@vetropack.at

**Repubblica Ceca**

Telefono +420 518 603 111

Fax +420 518 612 519

marketing.cz@vetropack.cz

**Slovacchia**

Telefono +421 32 6557 111

Fax +421 32 6589 901

odbyt@vetropack.sk

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

Telefono +385 49 326 326

Fax +385 49 341 154

prodaja@vetropack.hr

**Ucraina**

Telefono +380 4597 313 44

Fax +380 4597 320 77

sales@vetropack.ua

**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@vetropack.at

**Altri paesi dell'Europa orientale**

Telefono +420 518 733 111

Fax +420 518 612 519

export.cz@vetropack.cz