

VETRO TIME



En verre, naturellement

Moins de matériau, plus d'avenir:
Barilla mise sur le verre. Avec des emballages
allégés et une part croissante de verre usagé.

44

4
Right
versus light

Rightweighting: équilibre
efficace entre forme et fonction.

12
Très sain

La brasserie Ried mise
sur le réutilisable.

22
Nous allons
encore plus loin...

Production à grande échelle
de bouteilles en verre léger.

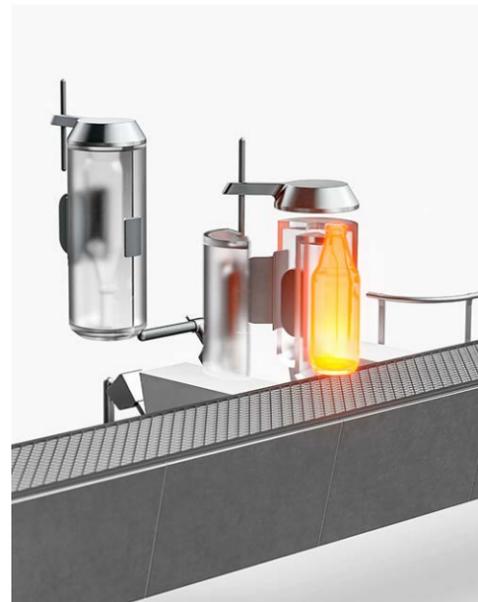


12 Très sain

La brasserie Ried mise sur le réutilisable.



- 8 Plus de cycles. Moins de déchets.**
Contribuer à renforcer la durabilité.
- 14 Plus de transparence. Plus de sécurité.**
Fini les bris inexplicables: système de mesure innovant.
- 18 Lukas Burkhardt**
Renouer avec la croissance.
- 24 Feuille de route pour la décarbonisation**
Atteindre le zéro net par le biais de l'optimisation technique et de l'électrification.
- 26 Deviens un héros!**
Le projet pilote numérique sur le recyclage.
- 28 Faire fondre notre consommation**
Moins d'énergie pour plus d'efficacité.
- 30 Plus rapide. Plus efficace. Plus longtemps.**
La coopération internationale, un facteur de succès.
- 32 St-Prex**
La fin d'une époque.
- 34 Un précieux coup de main**
Formation, tests et travail d'équipe.
- 36 Zero CO₂**
Un pas courageux vers une production de verre climatiquement neutre.
- 40 Nemiroff: dans les bons comme dans les mauvais moments**
Partenariat solide même en cette période difficile.
- 44 Barilla: en verre, naturellement**
Ouverture d'esprit et collaboration d'égal à égal.



22 Nous allons encore plus loin...

Production à grande échelle de bouteilles en verre léger.

Solutions de partenariat

Chères lectrices, chers lecteurs,



Dans un environnement de marché difficile, il est essentiel d'investir dans l'avenir de manière réfléchie et cohérente – sur le plan technologique, écologique et stratégique. Le nouveau numéro de notre magazine Vetropack montre comment nous continuons à avancer avec détermination sur la voie que nous nous sommes fixée. Le projet Zéro CO₂ de l'IPGR, par exemple, promeut activement la décarbonisation de notre secteur, une évolution décisive pour l'avenir du verre.

Parallèlement, nous mettons en œuvre des mesures importantes dans nos usines afin d'accroître l'efficacité. La modernisation complète du site de Hum na Sutli en est un excellent exemple: l'utilisation de nouvelles technologies, l'amélioration des processus et l'augmentation des capacités nous permettent de poser les bases d'une production durable et efficace.

Nos innovations concernent l'ensemble de la chaîne de création de valeur: grâce à notre concept de lightweighting, nous améliorons de manière ciblée les produits existants pour davantage de durabilité. Nous aidons nos clients à rendre leurs lignes plus efficaces et plus sûres avec une technologie de capteurs ultramoderne. Le développement de la bouteille en verre allégé trempé thermiquement progresse aussi, ainsi que sa reconnaissance en tant que norme sectorielle, comme pour la bouteille de circulation autrichienne de 0,33 litre.

Nous sommes particulièrement fiers de nos partenariats et du développement commun de nouveaux produits: en collaboration avec des clients tels que Barilla, Nemiroff ou Fridlin, nous mettons en œuvre des solutions d'emballage durables. À Koprivnica, en Croatie, nous nous engageons, avec la Fédération européenne du verre d'emballage (FEVE), le fabricant de produits alimentaires Podravka Inc. et l'entreprise de services communaux Komunalac d.o.o., dans un projet pilote numérique visant à promouvoir le recyclage du verre et à contribuer à une prise de conscience.

Après plus de 15 ans au sein du groupe Vetropack, dont huit en tant que CEO, je profite de cet éditorial pour vous dire au revoir. Je vous remercie de votre contribution à notre réussite commune et de la confiance que vous nous avez témoignée durant cette période. À compter du 1^{er} janvier 2026, Lukas Burkhardt reprendra la direction opérationnelle du groupe. Expert chevronné de notre secteur, il dispose d'un vaste savoir-faire. Grâce à son expérience, il insufflera un nouvel élan au groupe Vetropack – dans la droite ligne de notre stratégie et de nos valeurs.

Merci vivement à tous les collaborateurs et partenaires commerciaux pour leur loyauté et leur soutien de longue date. Je suis convaincu que de nouveaux chapitres de la success story du verre et de Vetropack s'écriront dans l'avenir.

Sincères salutations,

Johann Reiter
CEO du groupe Vetropack

Éditeur
Vetropack Holding AG
Schützenmattstrasse 48
CH-8180 Bülach

Photos
Valentin Flauraud / Gabriel Ammon,
Aura Foto Film Verlag GmbH /
Michael Schafrank, Purgstall / Vetropack

Concept visuel / mise en page
Eclipse Studios GmbH, Schaffhausen
Reto Coaz

Impression
Merkur Druck
Impression climatiquement neutre

Papier
Eminent, FSCCertifié

Paraît en
allemand, anglais, français,
italien, tchèque, slovaque,
croate, roumain, ukrainien

Contact
Vetropack Corporate Communications:
corporate.communications@vetropack.com

imprimé français une contribution au climat printed in switzerland

vetropack

Right versus Light

La précision au service de la durabilité: à la différence du «lightweighting», l'objectif du «rightweighting» n'est pas seulement de rendre les emballages plus légers. Avec son approche globale, Vetropack optimise les récipients en verre de manière ciblée, pour une efficacité des ressources et une stabilité maximales.



Le rightweighting est une approche globale qui allie durabilité, performance et rentabilité. Vetropack a optimisé le design des pots à épices pour J.C. Fridlin Gewürze AG.

Plus léger et plus stable; moins de ressources et plus de performances: les fabricants d'emballages sont de plus en plus confrontés à de telles exigences. En tant que matière première naturelle recyclable à l'infini, le verre présente donc des avantages évidents en termes de durabilité par rapport aux autres matériaux. Mais l'industrie verrière s'efforce elle aussi d'optimiser l'efficacité des ressources et s'interroge donc sur la manière d'utiliser encore moins de matériau – sans réduire les performances d'un emballage en verre.

Chez Vetropack, Dennis Gsell travaille quotidiennement sur cette question. Il fait partie d'un groupe de projet créé mi-2024 et consacré au «rightweighting». Ce terme est de plus en plus utilisé dans le secteur des emballages en verre, souvent en corrélation avec le «lightweighting». Mais de quoi s'agit-il et quelle est la différence entre les deux concepts?

«Le lightweighting consiste avant tout à réduire le poids des emballages en verre», explique Dennis Gsell. «La stabilité et la sécurité des consommateurs jouent bien sûr un rôle central. Mais le rightweighting est une approche plus globale. Notre objectif consiste ici à trouver le poids idéal d'un emballage en verre pour la performance souhaitée. Nous couvrons toutes les exigences de la chaîne de créa-

tion de valeur, p. ex. esthétique, branding, protection du produit, critères de performance (résistance et qualité), exigences des embouteilleurs, faisabilité technique et aspects environnementaux.» En tenant compte de ces facteurs, le rapport poids/performance doit être optimal.

Fit for Purpose

«Fit for Purpose» est la devise du rightweighting. Il s'agit de trouver le bon équilibre entre utilisation de matériau, fonctionnalité et stabilité. D'une part, le récipient en verre ne doit pas être trop lourd ou surdimensionné pour ne pas gaspiller des ressources. D'autre part, il ne doit pas être sous-dimensionné pour qu'il ne soit pas trop fragile et que l'intégrité du produit et la sécurité du consommateur ne soient pas compromises. Dans certains cas, le rightweighting peut donc consister à alourdir un emballage en verre afin d'améliorer sa performance globale.

Le rightweighting est exigeant et requiert une analyse approfondie des exigences liées au produit, y compris cycle de vie, manipulation et conditions d'utilisation. Dennis Gsell explique, à l'aide d'un bocal de cornichons, les subtilités techniques permettant de réduire l'utilisation de matériau. La partie la plus lourde du bocal est la bague, pour



L'optimisation des pots à épices permet de transporter une couche supplémentaire par palette et de réaliser au total une économie de poids d'environ 190 tonnes de verre par an.



laquelle il existe toutefois des prescriptions réglementaires. La bague d'un bocal doit être assez robuste pour supporter le vide et la fermeture à vis. La zone d'épaule présente un potentiel supplémentaire. La partie située entre le corps et le col de la bouteille est parfois trop compacte. Un contour plus fluide permettrait d'utiliser moins de matériau sans incidence sur le risque de bris.

Mais c'est surtout le talon du récipient en verre qui contribue au poids total. Une forme légèrement concave, à savoir incurvée vers l'intérieur, offre une grande stabilité sans consommer trop de matériaux. Les techniciens examinent aussi toujours dans quelle mesure l'épaisseur de paroi peut être optimisée. Des formulations innovantes de verre, plus résistantes, permettent de produire des parois plus fines. Pour évaluer les progrès en matière de rightweighting, les techniciens du verre utilisent divers indicateurs. Un paramètre important est l'indice alpha, qui indique le rapport entre volume et poids requis pour la contenance.

Leader du marché dans le segment de la bière

Selon Dennis Gsell, la promotion du rightweighting doit être considérée sous trois angles différents. Premièrement, la durabilité. Il s'agit ici surtout du bilan énergétique de chaque

conteneur. Deuxièmement, le facteur coûts. Moins de matériau par unité permet de réaliser des économies. Et troisièmement, l'innovation. «Nous surveillons bien sûr le marché de très près et analysons notre portefeuille pour identifier les potentiels d'amélioration. Mais chez Vetropack, notre ambition n'est pas seulement de suivre le marché. Conformément à notre stratégie d'entreprise, nous souhaitons établir nous-mêmes des normes en matière de fabrication de verre plus durable et plus efficace.» L'exigence de réduction des emballages du règlement sur les emballages et les déchets d'emballages (Packaging and Packaging Waste Regulations, PPWR) constitue une incitation supplémentaire à remettre en question les limites techniques et à rechercher des solutions alternatives.

Selon Dennis Gsell, Vetropack occupe une position de leader dans les segments des bouteilles de bière et de lait. L'exemple d'innovation le plus connu de ces dernières années est la bouteille en verre léger trempé thermiquement, un emballage réutilisable de 0,33 litre nettement plus résistant à l'abrasion et dont le poids est 30 pour cent moins élevé que celui d'une bouteille standard. Ce projet de lightweighting a aussi permis d'améliorer les performances. Des réductions de poids significatives ont également été obtenues dans le segment des aliments. Il convient de mentionner ici l'entre-



Moins n'est pas forcément mieux: le rightweighting ne consiste pas seulement à réduire le poids, mais à trouver le poids idéal pour une performance et une stabilité maximales.



La bonne combinaison entre poids, fonctionnalité et stabilité permet de créer des emballages en verre durables et performants.

«**Chez Vetropack, nous souhaitons être leaders en matière de fabrication de verre plus durable et plus efficace.**»

Dennis Gsell, Group Performance Manager

prise suisse J.C. Fridlin Gewürze AG, avec laquelle Vetropack a repensé les pots à épices existants et introduit un nouveau verre léger. Il en résulte une économie d'environ 190 tonnes de verre par an, une palettisation plus efficace et une réduction des émissions de CO₂ dans le processus logistique. Dans le domaine du vin, le groupe de projet teste actuellement différentes bouteilles, p. ex. une bouteille de Bourgogne très légère.

«Nous misons sur la proactivité avec nos clients»

Mais quelles sont les priorités de ce jeune groupe de projet chez Vetropack? Le groupe est en train de fixer ses objectifs pour l'année en cours. «Il est important pour nous d'être proactifs et de soumettre des propositions à nos clients», précise Dennis Gsell, soulignant l'orientation client du groupe. Pour que tous les points de vue soient représentés, la composition du groupe est hétérogène: il comprend quatre collaborateurs de l'équipe Performance, mais également des représentants du marketing, des ventes et de la durabilité. L'équipe interdisciplinaire complète se réunit au moins une fois par trimestre et mène actuellement deux projets.

Selon Dennis Gsell, les défis de l'avenir concernent surtout les processus. Si moins de matériau doit être utilisé par unité, il faut produire des récipients en verre plus légers pour maintenir la même capacité de fusion. Pour fabriquer des

articles plus légers et à des vitesses plus élevées, des processus stables sont nécessaires. Parallèlement, des contrôles de qualité très stricts restent une priorité absolue.

Globalement, le poids idéal permet aux propriétaires de marques de réduire les coûts grâce à une plus grande efficacité du matériau sans compromettre la sécurité des consommateurs, de garantir des normes strictes et donc de bénéficier d'avantages significatifs en termes de durabilité et de compétitivité.



Plus d'informations sur Fridlin Gewürze
www.vetropack.com/fridlin-gewuerze

Plus de cycles. Moins de déchets.

Le réutilisable est un élément essentiel pour le développement d'un secteur des biens de consommation plus durable. En Autriche, le sujet est porté par le Logistikverbund-Mehrweg (L-MW) depuis février 2025, sous la direction de l'ingénieur Andreas Bayer. Dans cet entretien, ce logisticien chevronné explique la situation actuelle du réutilisable.



Andreas Bayer

Andreas Bayer a été pendant plus de 30 ans manager logistique chez REWE International. En tant que Head of Logistics, il était chargé de la logistique pour l'Autriche, mais aussi pour l'Italie et plusieurs pays d'Europe de l'Est. Durant cette période, il a bien connu le L-MW, qu'il dirige depuis février 2025. La plateforme L-MW (Logistikverbund-Mehrweg) a été créée en 1998 sous l'égide de GS1 Austria. Son objectif est de promouvoir des normes pour les supports de charge réutilisables afin d'éviter l'utilisation d'emballages réutilisables différents et incompatibles, ainsi que de réglementer l'organisation des systèmes réutilisables.



La bouteille en verre léger trempé thermiquement de Vetropack a été introduite début 2024 sur le marché autrichien de la bière comme solution réutilisable standard.

Monsieur Bayer, quelles sont les tâches du Logistikverbund-Mehrweg?

Nous sommes une plateforme centrale, un réseau qui promeut l'uniformisation et la réutilisation de différents récipients et emballages de circulation. Nous ne fabriquons aucun produit et ne vendons rien. Nous ne faisons qu'observer ce qui se passe actuellement et recherchons des solutions adaptées. Il est très important d'identifier suffisamment tôt les évolutions et nouvelles tendances. Nous disposons ainsi de la solution adaptée quand le marché en a besoin.

Quelle est la taille de votre organisation?

Le L-MW est une très petite structure. En tant que manager, je suis chargé, avec les autres membres, d'identifier les sujets sur lesquels nous souhaitons nous concentrer à l'avenir et de trouver des solutions. Ensuite, nous réunissons toutes les parties prenantes. Pour certains sujets, nous faisons appel à des spécialistes supplémentaires. Mais les personnes directement concernées disposent toujours de l'expertise la plus précieuse. Le L-MW est un

département de l'organisme de normalisation GS1 Austria, filiale à 100% de la Chambre économique fédérale d'Autriche. Le L-MW est financé par les cotisations de ses membres, qui nous permettent de couvrir nos événements et autres frais.

Comment identifiez-vous les sujets qui seront à l'avenir importants pour le secteur?

Les sujets viennent en premier lieu des suggestions formulées dans l'espace membres ou des nouvelles dispositions légales, par exemple les quotas légaux d'emballages de boissons réutilisables prescrits par la loi sur la gestion des déchets, en vigueur en Autriche depuis début 2024. On parle beaucoup actuellement du «Règlement sur les emballages et les déchets d'emballages» (PPWR). Celui-ci soulève de nombreuses questions qui concernent chacune et chacun d'entre nous, directement ou indirectement. Nous nous intéressons donc à tous les secteurs. Quelle est la situation dans l'industrie du bâtiment? Dans l'industrie du bois? Comment la restauration va-t-elle faire dans quelques années pour proposer

certains plats dans des emballages réutilisables?

Quand vous identifiez d'éventuels problèmes, vous devez agir rapidement.

Bien sûr. Avec le PPWR, on pourrait se contenter de dire que d'ici à 2027 ou 2029, nous avons encore le temps. Mais des retards de production et de transport peuvent survenir en raison de problèmes dans la chaîne d'approvisionnement, etc. Il faut donc bien réfléchir pour agir au bon moment. La durée d'un projet, de l'idée à la solution et à la mise en œuvre, est d'au moins un an et demi, voire deux à trois ans. La bouteille de circulation de 0,33 litre, introduite l'année dernière pour la bière comme solution standard, n'est pas arrivée en deux semaines.

Comment procédez-vous après avoir défini un nouveau champ d'action?

Nous constituons des groupes de travail. Pour reprendre l'exemple de la bouteille de circulation de 0,33 litre, il existait une base juridique, à savoir le quota légal d'emballages réutilisables en Autriche. Nous avons donc réuni les parties

«Augmentation probable des emballages réutilisables – en raison des exigences légales mais aussi parce qu’ils constituent une solution judicieuse et présentent un avantage évident par rapport au recyclage, où un emballage n’est utilisé qu’une seule fois.»

Andreas Bayer, Manager, L-MW

prenantes, à savoir les brasseries, les distributeurs et le fabricant du système réutilisable. Le groupe de travail a ensuite élaboré une solution standardisée. Il est en outre essentiel que les groupes de travail respectent ici le droit des cartels. Nous veillons donc par exemple à ce qu’aucune entente illicite ne soit conclue.

Où réside, selon vous, le secret du succès?

Eh bien, cela tient simplement au fait que tout le monde se réunit et discute ensemble, et que chaque partie prenante est écoutée attentivement. C’est la condition sine qua non d’un véritable échange d’expériences et d’informations, où chacun se met vraiment à la place de l’autre. La brasserie comprend alors le point de vue des distributeurs. Nous y sommes déjà parvenus sur de nombreux sujets. Plus le groupe de travail est diversifié, plus la solution élaborée conjointement et publiée pour l’ensemble du secteur sera efficace. Et je le répète: cela ne fonctionne que si la tendance a été identifiée suffisamment tôt. Quand chacun dispose déjà de sa propre bouteille, il est trop tard pour proposer une solution standard.

Sur quels sujets travaillez-vous le plus actuellement?

Les sujets ne manquent pas. Actuellement, nous nous concentrons sur le développement de bouteilles de circulation d’un litre pour l’eau et les boissons sans alcool. Le «réutilisable ToGo» nous intéresse aussi beaucoup. En Autriche, plus de 800 000 gobelets à café jetables sont utilisés chaque jour. Ils sont en moyenne jetés au bout de dix minutes. Nous travaillons sur des systèmes de consigne non seulement

pour les gobelets mais aussi pour la vente à emporter dans la restauration.

Les présentoirs sont également un sujet important: le commerce autrichien utilise chaque année quelque 3 millions de présentoirs jetables, qui consomment une grande quantité de carton et génèrent donc beaucoup de CO₂. Un groupe de travail étudie la question avec différents fournisseurs de présentoirs réutilisables.

Pour revenir à la bouteille de bière réutilisable de 0,33 litre: que pensez-vous aujourd’hui de cette solution standard?

C’est un véritable succès, car elle est devenue indispensable et s’est imposée comme bouteille standard. Je suis très heureux que nous soyons parvenus à élaborer cette solution standard avec Vetropack, les distributeurs et les brasseries. Avec sa technologie du verre léger, Vetropack propose une innovation dont les brasseries ont rapidement reconnu les avantages. Au début, nous avons eu quelques problèmes de détection des bouteilles dans les déconsigneurs. Mais à ma connaissance, l’introduction s’est très bien déroulée, je n’ai reçu que des retours positifs du marché. Le résultat peut sans problème être présenté au-delà des frontières de l’Autriche.

Envisagez-vous aussi une solution réutilisable standard pour le vin?

Ce sujet est actuellement examiné par l’Institut d’écologie autrichien et sa filiale pulswerk. Par rapport à la bière, la mise en œuvre d’une solution réutilisable est ici beaucoup plus difficile. Cela nécessiterait de réunir un grand nombre de parties prenantes. En outre, le vin est dispensé du

quota légal d’emballages réutilisables, et la pression du marché n’est donc pas encore suffisante. Par conséquent, aucune solution n’a encore été trouvée.

Selon vous, comment le réutilisable va-t-il évoluer?

En fait, il est très difficile d’établir des prévisions. Quand j’étais chez REWE, nous avons effectué un sondage sur le poulet bio. Les consommateurs l’ont évalué de manière très positive, mais n’ont pas opté pour le poulet bio sur le point de vente. La même question se pose avec le réutilisable: quel est le niveau d’acceptation des clients? Quelles dépenses supplémentaires sont-ils prêts à accepter? Le commerce est en constante mutation et les évolutions sont difficiles à prévoir. Toutefois, une augmentation des emballages réutilisables est probable, en raison des exigences légales, mais aussi parce qu’ils constituent une solution judicieuse et présentent un avantage évident par rapport au recyclage, où un emballage n’est utilisé qu’une seule fois.

Un grand merci pour cet entretien!



Caisse ou bouteille – la nouvelle bouteille de circulation de 0,33 litre séduit par son design uniforme et permet d’optimiser la logistique. Gosser et la brasserie Ried utilisent déjà la bouteille en verre allégé trempé thermiquement – et contribuent ainsi à renforcer la durabilité sur le marché de la bière.

Très sain

La brasserie Ried ajoute à sa gamme d'emballages réutilisables des bouteilles en verre léger innovantes de Vetropack



WorldStar Award pour la bouteille de circulation en verre allégé

Pour la deuxième fois, la bouteille de circulation en verre allégé trempé thermiquement a remporté le prestigieux WorldStar Award de la World Packaging Organisation (WPO) - dans la catégorie «Alcoholic beverages» - ainsi que le Special Award «Sustainability».

30 pour cent plus légers, avec une réduction considérable des émissions dans la logistique et 20 pour cent de réutilisations en plus que les emballages traditionnels, ces poids plumes ont convaincu le jury du WorldStar Award. Celui-ci a également souligné l'efficacité du système global mis en place: en collaboration avec des partenaires tels que le Logistikverbund-Mehrweg (L-MW) et l'association des brasseries, le design des bouteilles et des caisses, ainsi que les palettes et la logistique, ont été harmonisés de manière optimale.

En 2024, les bouteilles de circulation en verre allégé trempé thermiquement de Vetropack avaient déjà été récompensées par le prix national autrichien Smart Packaging et un Swiss Packaging Award. Vetropack est actuellement le seul fabricant d'emballages en verre au monde à proposer cette innovation tout à fait unique.



#Innovation
www.vetropack.com/innovation

Dans le cadre de la modernisation de ses installations de remplissage, la brasserie privée Ried en Autriche a introduit la bouteille en verre léger de 0,33 litre du fabricant d'emballages en verre Vetropack, basée sur la nouvelle technologie de trempé thermique. Le verre trempé thermiquement est 30 pour cent plus léger que les bouteilles traditionnelles et permet d'économiser beaucoup de ressources grâce aux cycles de réutilisation.

La production de bière à Ried, en Autriche, remonte à 1536. Aujourd'hui, la brasserie Ried, organisée en coopérative depuis 1908, emploie 55 personnes et produit 45 000 hectolitres de bière par an. Elle commercialise 65 000 hectolitres de boissons, de la bière mais également des limonades («RiLi») et même un cocktail à base de vin. Les bières blanches («Weisse») dans des bouteilles traditionnelles à fermeture mécanique sont l'une des spécialités de la maison.

La brasserie Ried évolue avec son temps aussi en matière de technologie de remplissage: une nouvelle ligne d'emouteillage ultramoderne a été mise en service début 2025. Josef Niklas, dans l'entreprise depuis plus de 30 ans et aujourd'hui directeur, déclare: «Avec un total de 8,5 millions d'euros, il s'agit du plus gros investissement de toute l'histoire de l'entreprise. Cette nouvelle ligne nous permet de remplir jusqu'à 18 000 bouteilles par heure. En outre, nous avons étendu nos activités à un nouveau domaine, l'emouteillage à façon, afin d'exploiter pleinement les capacités de la machine.»

Une entreprise de remplissage axée exclusivement sur le réutilisable

Lors de la planification de la nouvelle ligne, la brasserie Ried a également décidé de devenir une entreprise de remplissage axée exclusivement sur le réutilisable. L'une des raisons de cette décision a été le lancement de la bouteille en verre léger trempé thermiquement de 0,33 litre de Vetropack, disponible en Autriche comme bouteille standard pour l'ensemble du secteur brassicole.

Avec celle-ci, Vetropack propose un emballage en verre innovant qui établit de nouvelles références en matière de du-

tabilité: cette bouteille de circulation en verre léger trempé est plus légère, plus robuste et plus efficace au niveau du transport que les bouteilles traditionnelles. Comme elle ne pèse que 210 grammes, il est possible de placer six rangées de caisses par palette au lieu de cinq et d'économiser du CO₂ dans la chaîne d'approvisionnement. Par rapport aux anciennes bouteilles à un seul usage de 0,33 litre, les émissions de CO₂ sont divisées par quatre!

Partenariat solide avec Vetropack: verre léger prévu aussi pour d'autres boissons

«Le passage à la nouvelle bouteille était en parfaite adéquation avec notre vision», précise Josef Niklas. «Nous croyons au réutilisable et nous nous réjouissons de contribuer avec Vetropack à renforcer la durabilité. Vetropack est pour nous un partenaire très fiable depuis plus de trois décennies.» Vetropack a aussi fourni son soutien lors de la mise en service de la nouvelle ligne de remplissage de la brasserie Ried: un audit de ligne a notamment été réalisé avec le Shocklogger de Masitek pour garantir des conditions de remplissage idéales pour les bouteilles.

La Rieder Märzen et la Rieder Radler sont déjà disponibles dans la nouvelle bouteille en verre léger trempé de 0,33 litre. La nouvelle bouteille sera prochainement utilisée aussi pour des limonades et, ce qui est plutôt inhabituel sur le marché, pour les différentes bières blanches. Nous sommes donc impatientes de voir comment cette boisson traditionnelle sera accueillie par les consommateurs dans son emballage innovant, qui constitue une alternative légère et particulièrement durable.



Plus de transparence. Plus de sécurité.

Pour en finir avec les bris inexplicables, Vetropack ajoute à son portefeuille de services un système de mesure innovant pour analyser les contraintes mécaniques sur la ligne. Outre le capteur en ligne éprouvé de Masitek, le service technique après-vente utilise désormais un capteur de la société IGR GmbH. Les clients bénéficient d'une plus grande flexibilité, de coûts réduits et d'un gain de temps considérable.

Données en temps réel contre les points à risque

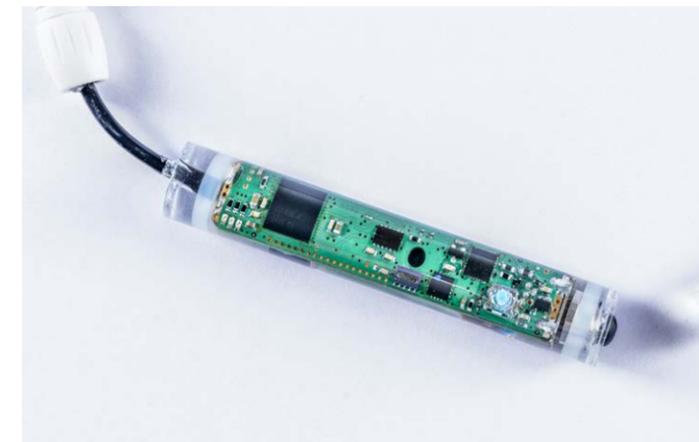
Un récipient en verre se brise sur la ligne et personne ne sait pourquoi? De telles situations constituent un véritable défi pour les embouteilleurs: les points à risque sont souvent difficiles à localiser, et les causes restent indéterminées. Afin d'offrir à ses clients une assistance optimale dans de tels cas, Vetropack mise sur une technique de mesure très précise. Celle-ci permet aussi d'éviter que des problèmes ne surviennent sur la ligne.

Vetropack Austria utilise déjà depuis un certain temps le capteur en ligne ShockQC de la société canadienne Masitek. Ce système mesure avec précision les charges d'impact qui agissent sur un récipient en verre sur la ligne. Une réplique de l'article original (un récipient factice en plastique équipé du capteur et étalonné) est utilisée. Le procédé fournit des données précises en temps réel.

Capteur directement dans le récipient en verre original

Pour accélérer l'analyse pour les clients, le service technique après-vente propose désormais un deuxième système: un capteur placé directement dans le récipient en verre original, sans réplique et sans temps d'attente. Le système a été développé en 2019 par l'IGR - Institut für Glas- und Rohstofftechnologie GmbH de Göttingen.

L'institut est spécialisé dans l'analyse chimique et physique du verre. «Nous proposons un conseil global à l'industrie verrière. Notre objectif est de comprendre réellement pourquoi un récipient en verre se brise sur la ligne», explique Heiko Hartung, expert à l'IGR. «Pour ce faire, nous avons analysé le marché de manière approfondie. Dans la pratique, on dit souvent que si le verre se brise, c'est que la ligne était trop rapide. La vitesse est indiquée en pouces par seconde (Inch per Second IPS). Mais cette explication nous paraissait trop superficielle. Nous voulions savoir l'endroit exact où des forces agissent - et pourquoi elles brisent le verre.»



Aperçu des avantages du nouveau système:

- Aucune réplique n'est nécessaire – avantages en termes de temps et de coûts pour le client
- Durées de projet plus courtes – analyses et recommandations en quelques jours
- Grande flexibilité – utilisable sur l'ensemble de la ligne, aussi souvent que nécessaire
- Étanche à l'eau et robuste – utilisable même dans des conditions exigeantes sur la ligne

Des résultats rapides pour des décisions efficaces

Le capteur de l'IGR est composé de deux modules qui peuvent être montés facilement et en toute sécurité dans une bouteille. Cela permet de détecter les charges réelles sur l'ensemble de la ligne, du dépalettiseur au conditionnement. Le capteur est totalement étanche aux liquides et peut parcourir la ligne plusieurs fois sans compromettre la production. Des données brutes précises sont collectées directement à partir de la bouteille et permettent une évaluation rapide et réaliste.

Michael Waltl, du service technique après-vente de Vetropack Austria, souligne les avantages pratiques de ce procédé: «Le plus grand avantage du nouveau système est le facteur temps: les projets avec des répliques pouvaient prendre six à huit semaines. Avec le nouveau capteur, nous pouvons souvent fournir des résultats exploitables au bout de quelques jours seulement.»

Le capteur ShockQC de Masitek et le nouveau système de capteur de l'IGR se complètent parfaitement: ShockQC convainc par la précision de ses mesures avec une réplique spécialement conçue, tandis que le système de capteur de l'IGR permet des interventions flexibles et rapides directement dans le récipient en verre original – et à moindres coûts. «Nous offrons ainsi à nos clients une possibilité supplémentaire de détecter les charges critiques sur la ligne, d'y remédier efficacement et d'optimiser les réglages de leur ligne», explique Michael Waltl.

Solutions de capteurs éprouvées

Les retours issus de la pratique sont déjà très positifs. «Le succès de telles solutions de capteurs auprès des clients est globalement très élevé», précise Michael Waltl. «La combinaison des deux systèmes nous permettra à l'avenir d'être encore plus efficaces et plus flexibles, en fonction des besoins, des cas de figure et des types d'articles.»

L'idée de ce nouveau système de capteurs n'est pas nouvelle, mais sa mise en œuvre est d'une grande actualité. La recherche de solutions à l'IGR a commencé il y a plus de six ans déjà; le système était prêt à être commercialisé avant la pandémie et a ensuite été testé avec les premiers clients.

Le contact avec Vetropack a aussi été axé sur la pratique dès le début, quand la collaboration avec Vetropack a commencé il y a environ un an et demi: un premier test commun et

une comparaison directe avec le système de Masitek existant ont été effectués peu après le premier échange avec le directeur de l'IGR. La première formation du service technique après-vente a eu lieu en avril 2025, une étape majeure pour la future application sur le terrain

Technologie proactive de détection précoce

Un avantage clé du nouveau capteur est qu'il peut parcourir la ligne sans interrompre celle-ci, de manière flexible et aussi souvent que nécessaire, directement dans le récipient original et en conditions réelles. Cela permet de procéder en toute simplicité à des audits de ligne réguliers, et les embouteilleurs peuvent ainsi identifier, documenter et corriger rapidement les éventuelles charges.

L'utilisation de cette technologie s'inscrit parfaitement dans l'orientation stratégique du service technique après-vente de Vetropack: «Nous ne voulons pas attendre d'être confrontés à des réclamations pour agir», explique Michael Waltl. «Notre objectif est d'identifier et d'éliminer les points faibles en amont.» Cette approche proactive est particulièrement cruciale avec les bouteilles en verre léger, qui absorbent les charges différemment des bouteilles conventionnelles.

Les tests de lignes et les mesures précises font donc aujourd'hui partie intégrante d'un concept de service très efficace. La combinaison du ShockQC et du système de capteurs d'IGR permet aux clients de Vetropack de disposer désormais d'un ensemble d'outils complet et flexible pour analyser de manière fiable les contraintes mécaniques sur la ligne. La clientèle bénéficie d'analyses précises et concrètes, de coûts réduits et de durées de projet plus courtes, ce qui lui permet d'optimiser ses lignes de remplissage de manière ciblée et durable.



«Nous voulions savoir pourquoi le verre se brise», déclare Heiko Hartung, de l'Institut für Glas und Rohstofftechnologie (IGR), lequel a développé un nouveau système de capteurs qui mesure avec précision les charges d'impact.



Utilisable directement dans le récipient original en conditions réelles: le nouveau capteur IGR procède de manière flexible à une analyse rapide sur la ligne sans interrompre la production et sans aucune réplique.



Plus sur Vetropack Service plus+
www.vetropack.com/service-plus



«Nous devons faire preuve d'un véritable esprit d'innovation pour le marché»

Le conseil d'administration de Vetropack a nommé Lukas Burkhardt comme successeur du CEO Johann Reiter. Ce Suisse de 46 ans reprendra la direction opérationnelle du groupe au 1^{er} janvier 2026. Nous avons discuté avec lui de ses attentes et de ses projets.



«Le verre est l'un des matériaux d'emballage les plus importants pour l'avenir. Il est particulièrement durable, recyclable intégralement et idéal pour les aliments.»

Lukas Burkhardt, CEO du groupe Vetropack à partir du 1^{er} janvier 2026



Lukas Burkhardt dirigera désormais les activités du groupe Vetropack. Dans l'entretien, il souligne l'importance de l'innovation, de l'esprit d'équipe et des emballages respectueux de l'environnement.

Félicitations, Monsieur Burkhardt! Qu'est-ce qui vous éjouit le plus dans votre nouvelle fonction et chez Vetropack?

Merci! Je suis avant tout impatient de faire plus ample connaissance avec les collaborateurs et collaboratrices de Vetropack et avec l'entreprise. Actuellement, je n'ai encore qu'un regard extérieur, ce qui peut d'ailleurs être un avantage. Grâce à mon expérience professionnelle, je sais que Vetropack est un groupe solide, coté en bourse, mais aussi une entreprise familiale active sur un marché passionnant et très prometteur. Au fil des rencontres, j'ai pu constater que Vetropack était une entreprise stratégiquement bien positionnée, disposant d'une équipe extrêmement motivée et très compétente. C'est crucial dans notre secteur, car un énorme savoir-faire réside dans les esprits. Je vois ici un fort potentiel et beaucoup de créativité, et je me réjouis d'ores et déjà de notre collaboration.

Connaissez-vous bien l'industrie verrière? Quelles sont vos expériences dans le domaine?

Je dirige actuellement la division d'activité Primary Packaging Glass d'un grand fabricant international d'emballages spéciaux. Je connais donc bien le secteur et dispose d'une solide expérience que je souhaite mettre à profit dans ma nouvelle fonction chez Vetropack. L'industrie du verre me fascine, et j'apprécie beaucoup le fait que nous fabriquons des produits à la fois de grande qualité et durables. Je pense personnellement que cette contribution apportée à la société est essentielle, et je suis heureux de pouvoir poursuivre ce développement chez Vetropack. J'ai également beaucoup travaillé à l'international, et le fait que Vetropack soit un groupe international doté de solides racines suisses me réjouit particulièrement. Cela correspond parfaitement à mon parcours.

Selon vous, quels sont les défis que Vetropack doit relever?

De toute évidence, notre industrie traverse actuellement une période difficile sur certains marchés. Les raisons sont multiples, et la plupart d'entre elles se situent en dehors de notre sphère d'influence, p. ex. le changement des habitudes de consommation dû aux incertitudes économiques, sans parler des tensions géopolitiques. Nous devons nous adapter à cette situation et trouver des approches stratégiques qui nous permettent de pérenniser notre succès. L'objectif principal pour les années à venir est de retrouver le chemin de la croissance. Ce n'est sans doute pas évident, mais ce n'est pas non plus irréaliste: le verre est l'un des matériaux d'emballage les plus importants pour l'avenir. Il est particulièrement durable, recyclable intégralement et idéal pour les aliments. Notre expertise unique en son genre nous permet de développer des emballages en verre

porteurs d'avenir pour nos clients. Les bouteilles en verre léger trempé thermiquement, commercialisées depuis peu par Vetropack, en sont le meilleur exemple. Nous devons à l'avenir faire encore davantage preuve d'un tel esprit d'innovation pour le marché, d'autant plus que la nouvelle réglementation européenne sur les emballages promeut les solutions d'emballage durables comme les nôtres. Nous devons saisir ces opportunités avec nos clients.

Comment envisagez-vous le début de votre mandat?

Je prendrai le temps de mieux connaître mes collègues des différentes usines, de la distribution et autres départements, mais aussi de rencontrer nos clients et partenaires pour mieux comprendre leurs besoins. Je tiens

aussi à passer encore du temps avec Johann Reiter pour garantir une transition efficace. J'aime beaucoup travailler en équipe et je sais à quel point il est important d'entretenir des relations personnelles et de maintenir un dialogue constant les uns avec les autres. L'ouverture d'esprit et l'authenticité sont des valeurs très importantes pour moi.

Pour conclure, pourriez-vous nous parler un peu de la vie privée de Lukas Burkhardt?

Volontiers. Je vis avec ma famille à Zurich. Nous avons deux jeunes enfants, et la famille joue pour moi un rôle très important. J'essaie de passer le plus de temps possible avec elle. En hiver, j'aime faire du ski et en été, nous allons en général dans le sud, au Tessin ou en Italie. J'ai travaillé et vécu dans

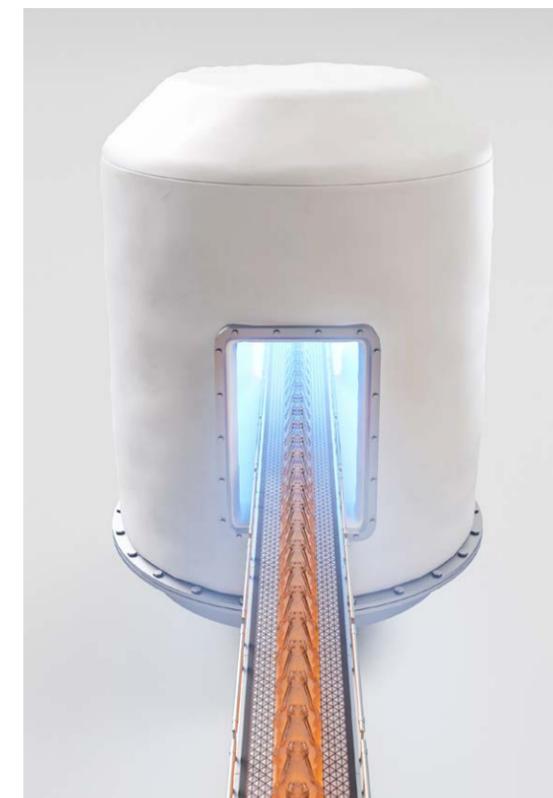
de nombreux pays et cela m'a beaucoup apporté. Je pense avoir une approche saine de la gestion des défis et un niveau élevé de résilience. Cela m'a déjà beaucoup aidé dans mes postes précédents et me sera certainement très utile aussi chez Vetropack.

Nous allons encore plus loin...

Vetropack prépare la production de bouteilles en verre allégé à grande échelle



Fonctionnement du durcissement thermique: le verre est chauffé puis refroidi de manière contrôlée selon un procédé spécial. Le résultat est une bouteille en verre allégé nettement plus résistante - idéale comme emballage réutilisable.



À partir du deuxième trimestre 2026, l'entreprise va augmenter sensiblement sa capacité de production de bouteilles en verre allégé trempé thermiquement en Autriche. Les bouteilles en verre allégé trempé thermiquement sont fabriquées selon un procédé développé par Vetropack et elles sont de plus en plus utilisées comme solution réutilisable particulièrement durable..

«Le conseil d'administration a approuvé le projet d'augmenter sensiblement la capacité de production de bouteilles en verre allégé trempé thermiquement en Autriche. Les fonds nécessaires à la mise en place d'une unité industrielle sont désormais disponibles», explique Guido Stebner, Chief Technical Officer chez Vetropack. L'entreprise de Pöchlarn a développé pendant plusieurs années un procédé innovant qui rend les bouteilles en verre extrêmement résistantes grâce au durcissement thermique, tout en réduisant leur poids. La bouteille en verre allégé trempé thermiquement est 30 pour cent plus légère qu'une bouteille de circulation traditionnelle et est nettement plus performante. Elle est donc idéale comme emballage de circulation et se révèle convaincante en termes de durabilité, de stabilité et de logistique simplifiée. Au début de l'année dernière, le groupe Vetropack a présenté, avec la Brau Union Österreich, sa bouteille de circulation innovante de 0,33 litre comme solution standard pour l'ensemble du secteur brassicole autrichien.

Une recherche récompensée

Les nombreux prix remportés reflètent le travail de recherche et de développement qui a été consacré à la technologie utilisée pour fabriquer ces emballages innovants: en 2024, les bouteilles de circulation en verre allégé trempé thermiquement de Vetropack avaient déjà été récompensées par le prix national autrichien Smart Packaging et un Swiss Packaging

Award. Fin mai, cette bouteille de circulation innovante de Vetropack a de nouveau remporté le prestigieux WorldStar Award de la World Packaging Organisation (WPO) - dans la catégorie «Alcoholic beverages» - ainsi que le Special Award «Sustainability».

Mise en service de l'unité industrielle en 2026

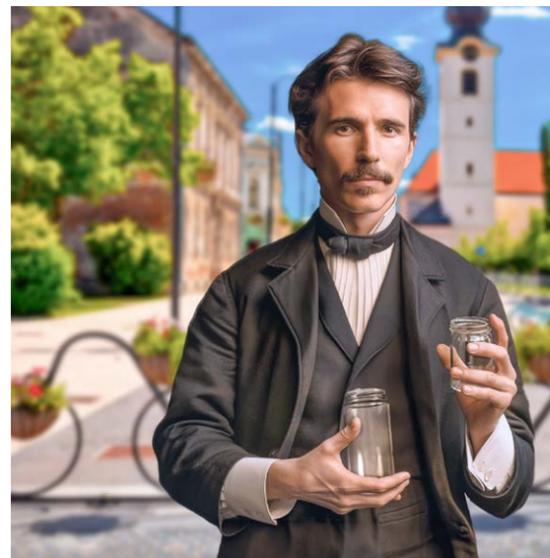
Vetropack prépare actuellement l'infrastructure nécessaire à l'aménagement d'une grande unité industrielle à Pöchlarn. La mise en service de la machine est prévue pour l'été 2026. Pour le développement, le design et la réalisation de la première unité de production industrielle, Vetropack travaille en étroite collaboration avec la société Iprotec basée à Zwiesel et experte de renommée mondiale en construction de machines spéciales. «Nous prévoyons une demande croissante de bouteilles en verre allégé, lesquelles sont très appréciées et produites jusqu'à présent uniquement à Pöchlarn. À moyen et long terme, nous envisageons d'étendre la production à d'autres sites en utilisant la même technologie», conclut Guido Stebner.



Représentation virtuelle du processus de Vetropack: durcissement thermique des bouteilles en verre (EN)

Canal Youtube de Vetropack

Par le biais d'images fortes et de motifs de super-héros, la campagne numérique de Koprivnica misait sur l'émotion et l'identification pour changer durablement le comportement de la population en matière de recyclage.



D'octobre 2024 à mars 2025, les habitants de Koprivnica en Croatie ont rencontré des super-héros sur leurs téléphones portables et leurs ordinateurs, dans le cadre de la promotion du recyclage du verre. Le projet pilote numérique de recyclage, une initiative commune de Vetropack Straža d.d., de la Fédération européenne du verre d'emballage (FEVE), du fabricant de produits alimentaires Podravka d.d. et de l'entreprise de services communaux Komunalac, est désormais entré dans une nouvelle phase.

Les partenaires du projet analysent la campagne et vérifient si elle a atteint ses objectifs, à savoir renforcer la prise de conscience de l'importance du recyclage du verre et augmenter la quantité de verre recyclé au sein de la commune. Ce projet numérique est mené dans la commune de Koprivnica, qui compte plus de 30 000 habitants, et a débuté en juillet 2024 par un sondage préliminaire. L'objectif était de clarifier où se situent les défis du système REP (responsabilité élargie du producteur) pour le recyclage du verre. Il se concentre sur les verres et les bouteilles d'une contenance inférieure à 200 ml, qui sont collectés dans des conteneurs municipaux et ne sont pas inclus dans le système de consigne. Le sondage a révélé que de nombreux habitants étaient peu enclins à recycler, principalement en raison du nettoyage des récipients et de la distance, parfois importante, à parcourir jusqu'aux points de collecte les plus proches.

Messages ciblés, diffusés de manière ciblée

Ces résultats ont été directement intégrés dans l'élaboration des messages de la campagne: ceux-ci étaient axés sur les obstacles identifiés, fournissaient des solutions concrètes telles que l'indication des conteneurs les plus proches et soulignaient les avantages écologiques du recyclage du verre. Les visuels de la campagne mettaient en scène des personnalités croates connues ainsi qu'un super-héros, et transmettaient un message clair: en recyclant le verre, tout le monde peut devenir un héros de l'environnement!

La campagne numérique a été lancée en octobre 2024 avec des annonces en ligne et sur les réseaux sociaux, avec des hyperliens vers des pages de renvoi. Au cours de la campagne, les données d'interaction ont été régulièrement évaluées, et les messages

ont été adaptés en conséquence pour atteindre plus efficacement le groupe cible. L'engagement a été important et n'a cessé d'augmenter, ce qui montre clairement l'intérêt croissant des habitants et l'efficacité de la communication sur mesure. En juin, après la fin de la campagne, un autre sondage a été réalisé afin d'évaluer les changements d'opinion et de comportement vis-à-vis du recyclage du verre.

Quelle sera la prochaine étape?

Dans les prochains mois, les partenaires du projet vont évaluer les résultats des sondages réalisés avant et après la campagne. L'objectif majeur est de déterminer la quantité de verre usagé collectée à Koprivnica. Celle-ci sera comparée aux valeurs d'une commune voisine dans laquelle aucune campagne n'a été menée. Sur la base des résultats obtenus, les partenaires du projet évalueront l'impact global de la campagne et examineront si elle peut servir de modèle pour d'autres campagnes de sensibilisation au recyclage en Croatie et dans d'autres pays. Mais une chose est désormais certaine: avec des messages ciblés basés sur une compréhension des défis locaux, des sujets tels que le recyclage du verre peuvent également être communiqués de manière intéressante et stimulante.



#Durabilité
www.vetropack.com/durabilite

Deviens un héros!



Le projet pilote numérique de recyclage en Croatie entre dans une nouvelle phase



Faire fondre notre consommation

Le bassin de fusion modernisé de Hum na Sutli atteint sa pleine capacité



Après une modernisation couronnée de succès, le nouveau bassin à verre blanc de Hum na Sutli fonctionne à pleine capacité. Cette innovation technique a permis à Vetropack Straža d.d. d'augmenter sa capacité de production, d'améliorer l'efficacité énergétique de l'usine et de réduire son impact environnemental.

La modernisation du bassin de fusion à verre blanc de l'usine de Hum na Sutli s'est achevée en décembre 2024. Depuis, le bassin de fusion, les machines de soufflage de verre et les systèmes d'inspection fonctionnent à pleine capacité. Ces mises à niveau techniques permettent à Vetropack Straža d.d. de répondre plus efficacement aux besoins des clients, d'augmenter sa capacité de production, d'améliorer la qualité des produits et de garantir une meilleure fiabilité. Elles contribuent également à la réalisation des objectifs de durabilité du groupe Vetropack.

Moins d'énergie pour plus d'efficacité

Vetropack a commencé les travaux de modernisation en septembre 2024 par le drainage du verre et le démantèlement du bassin de fusion existant. Vetropack Straža d.d. a installé de nouvelles machines de soufflage de verre plus efficaces et des technologies d'inspection modernes dans la zone froide afin de garantir une qualité élevée et constante des produits. L'une des principales caractéristiques est que l'usine croate est désormais dotée d'une machine NIS à servocommande. Cette machine permet un contrôle précis du processus de façonnage du verre tout en réduisant la consommation d'énergie et les nuisances sonores.

Le nouvel agencement de l'usine améliore l'ensemble du processus de production et en augmente ainsi la capacité. Grâce à ces optimisations, Vetropack Straža peut répondre plus rapidement et de manière plus efficace à la demande croissante des clients.

Pleins feux sur la durabilité

Mario Berc, directeur technique de Vetropack Straža d.d., s'est exprimé en ces termes: «Le projet de modernisation a été mis en œuvre de manière très efficace au niveau du temps. Nous avons donc pu très rapidement remettre nos produits sur le marché. Cette mise à niveau technique témoigne de notre engagement en faveur de la protection de l'environnement. Le nouveau bassin et les installations permettent de diminuer la consommation d'énergie et nos émissions spécifiques de CO₂. Nous réduisons ainsi notre empreinte écologique et progressons dans la mise en œuvre de nos objectifs de durabilité.»

Cérémonie symbolique de fin de chantier

Un moment très particulier de la phase de transformation a été la pose solennelle de la dernière brique sur la voûte du four le jeudi 21 novembre 2024. La cérémonie chez Vetropack Straža d.d. a été présidée par la ministre de l'Environnement et de la Transition verte Marija Vučković, le directeur Darko Šlogar, la directrice financière Marija Špiljak et le directeur de la production Božo Hršak. Ensemble, ils ont marqué la fin officielle de la phase de construction par un coup de marteau symbolique.

Le nouveau bassin de fusion obtient le marquage CE

Parallèlement aux améliorations techniques, la modernisation du four de fusion a également établi de nouvelles références en matière de sécurité et de conformité. Un bassin de Vetropack a été pour la première fois certifié comme système technique complet conforme à la directive européenne relative aux machines (2006/42/CE) et a obtenu le marquage CE en tant qu'unité intégrée.

Grâce à cette certification, le nouveau bassin de l'usine de Vetropack Straža répond désormais pleinement aux exigences essentielles de l'UE en matière de santé, de sécurité et de protection de l'environnement. Il a été conçu, construit et testé comme un système cohérent capable de fonctionner de manière fiable et en toute sécurité.

Plus rapide. Plus efficace. Plus longtemps.

Un composant essentiel du processus de fabrication de récipients en verre, le moule de bague, subit une modification déterminante. Une étroite coopération internationale et une technologie innovante permettent à Vetropack Chişinău non seulement d'améliorer son efficacité, mais aussi de porter la satisfaction des clients et des collaborateurs à un niveau supérieur.



Des outils diamantés et des processus partiellement automatisés permettent d'optimiser les moules de bague, d'améliorer ainsi la qualité, de prolonger la durée de vie et d'augmenter la satisfaction des clients.



Rôle du moule de bague

Le moule de bague est un composant essentiel du processus de fabrication de récipients en verre. Il fait partie de l'outil qui, au contact du verre en fusion (1000 à 1200°C), permet de façonner une bouteille en verre. Les outils de formage sont très résistants et peuvent produire plus de 20 millions d'emballages, mais les moules de bague s'usent plus rapidement car ils sont en contact direct avec le verre en fusion. Cela peut donc entraîner des cols de bouteilles incomplets et des défauts de qualité.

Outils diamantés: une solution propre et très précise

Pour que le moule de bague des récipients en verre reste durablement précis et propre, il faut le retravailler régulièrement. On applique d'abord de la poudre de soudage, puis un outil diamanté ponce le moule avec précision pour lui redonner sa dimension d'origine. Un outil diamanté spécifique existe pour chaque géométrie de bague, ce qui permet une réparation simple, rapide et précise. Cette procédure prolonge considérablement la durée de vie du moule de bague - la réparation est plus minutieuse et plus efficace. Grâce à l'amélioration de la qualité d'usinage, le nombre de moules à remplacer a diminué d'environ 30 pour cent.

Réparation plus efficace et de meilleure qualité

Début 2024, l'équipe de Vetropack Chişinău s'est interrogée sur la manière d'optimiser la qualité de la réparation. Ils ont alors découvert un procédé efficace pour le traitement des moules de bague, développé par leurs collègues de Kyjov. Ce qui a commencé comme une idée pour optimiser la qualité des réparations a été mis en pratique grâce à un échange ouvert et transparent. L'été dernier, Marek Pokorák et son équipe ont construit et testé à Kyjov la station de travail semi-automatisée pour la réparation des moules de bague. Ils l'ont ensuite transportée à Chişinău, où elle a été entièrement intégrée dans l'atelier existant.

La collaboration au service d'une efficacité accrue

L'étroite collaboration entre Vetropack Chişinău et Vetropack Moravia Glass a été un facteur déterminant dans la réussite du projet. Le nouvel atelier est aujourd'hui pleinement opérationnel. Un bel exemple de coopération internationale couronnée de succès au sein du groupe. Les machines et outils installés permettent désormais aux collaborateurs de réparer plusieurs moules de bague en même temps, et ce plus rapidement et avec une qualité accrue.

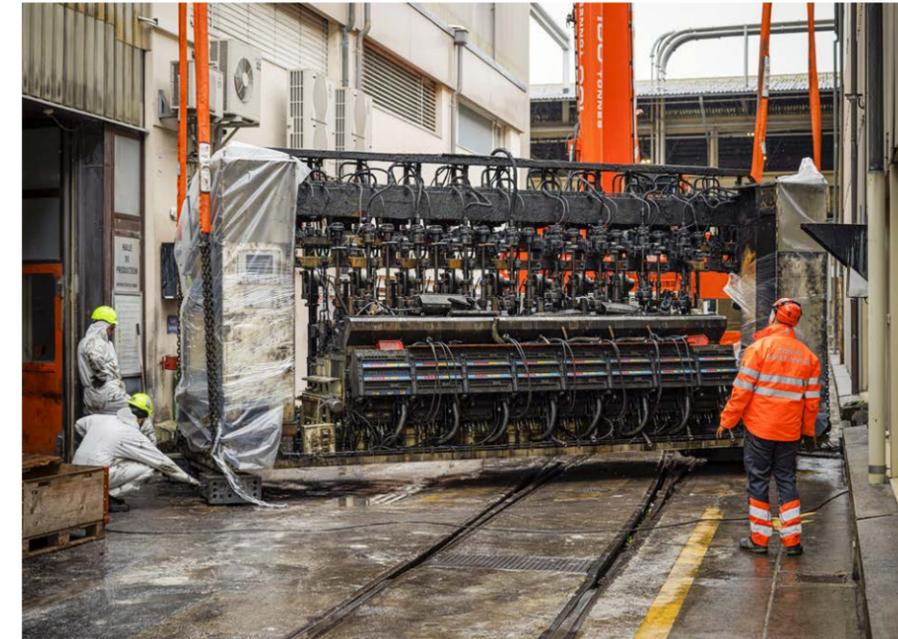
Une plus grande satisfaction des clients et des collaborateurs

Marek Pokorák, responsable du Performance Improvement Program chez Vetropack Nemšová et Kyjov ainsi que Mould Design Supervisor, dresse le bilan en ces termes: «Je suis fier de notre équipe et de nos succès communs. Dans notre usine de Chişinău, nous avons automatisé les réparations des moules de bague. Il s'agit-là d'un progrès significatif dans les efforts continus déployés pour améliorer la qualité et l'efficacité. Grâce à l'étroite collaboration entre Vetropack Moravia Glass à Kyjov et Vetropack Chişinău, nous avons développé et mis en place une technologie qui permet d'augmenter la précision et la qualité de nos produits et d'améliorer les conditions de travail de nos collaborateurs.»

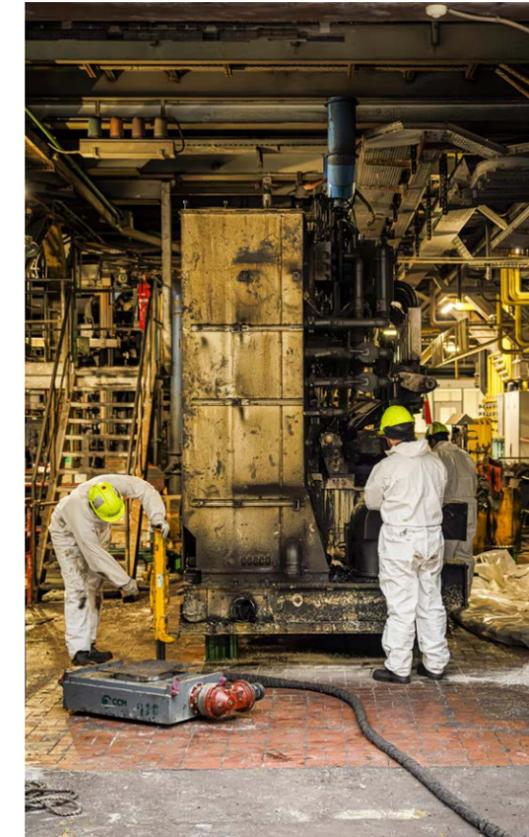
St-Prex

La fin d'une époque

Cela fait déjà un an que l'usine de St-Prex, riche d'une longue tradition, a été fermée. Les machines sont en cours de préparation pour être bientôt utilisées sur d'autres sites, et le démantèlement sur place se poursuit.



Deux des quatre machines de production de St-Prex ont été transportées en Italie, fin février, en vue de leur démontage et de leur réparation.



«La fermeture de St-Prex aura certainement été l'un des moments les plus difficiles de ces dernières années», déclare le CEO Johann Reiter. «Une décision très douloureuse, en raison non seulement de l'importance historique de cette usine pour Vetropack, mais aussi et surtout des conséquences pour nos collaborateurs sur place, de longue date pour la plupart. Cela a été très éprouvant.»

Vetropack a annoncé la fermeture de l'usine en mai 2024, marquant ainsi la fin de 113 ans de production de verre. Dès le mois de juin, deux mois plus tôt que prévu, l'entreprise a entamé la procédure d'arrêt de la production pour des raisons de sécurité. Pour que la transition soit aussi supportable que possible pour les collaborateurs concernés par les suppressions de postes, Vetropack a mis en place un plan social. La collaboration avec la caisse de chômage et le service d'orientation professionnelle créé sur le site a également porté ses fruits: la plupart des collaborateurs de l'usine de St-Prex ont trouvé un nouvel emploi, tandis que d'autres ont pris une retraite bien méritée. La délocalisation de la production de St-Prex vers les sites voisins en Autriche et en Italie s'est également très bien déroulée.

Machines transférées à Nemšová et Kremsmünster

Au printemps, une nouvelle vie a aussi commencé pour les machines. En février, une machine à dix stations AIS 211 et une machine à douze stations AIS 214 ont été transportées en Italie avec tous leurs accessoires, en vue de leur démontage et de leur réparation. Vetropack envisage d'installer

dès l'année prochaine la machine AIS 211 sur le site de Nemšová et la machine AIS 214 à Kremsmünster. Les deux autres machines de production de St-Prex ont été vendues à une entreprise indienne.

«Beaucoup de souvenirs sont associés à ces machines. Leur démantèlement, qui s'est d'ailleurs déroulé dans des conditions extrêmement difficiles, notamment dans le froid, est tout sauf simple pour nous», confie Jose-Maria Cipriano, chef de la production. «Je me réjouis néanmoins de savoir qu'elles continueront à être utilisées», ajoute-t-il. Tous les systèmes de commande IS ainsi que des appareils de mesure pour laboratoire et des pièces de rechange ont été réaffectés au sein du groupe.

Notre engagement en Suisse reste inchangé

La Suisse reste un marché essentiel pour Vetropack. «La fermeture de la dernière usine de verre d'emballage de Suisse marque bien sûr un tournant décisif, même au-delà de notre groupe», explique Johann Reiter. «Toutefois, nous l'avons dit clairement dès le départ: nous fermons l'usine de St-Prex, mais cela ne signifie pas que nous nous retirons de notre marché national. Bien au contraire, nous continuerons à approvisionner nos clients ici comme à l'accoutumée. Pionnier du recyclage du verre en Suisse, le groupe Vetropack continuera à être actif dans le recyclage du verre.»



«**Cette technologie va nous aider à réduire les émissions et à accroître encore davantage l'efficacité de la production.**»

Martin Wakolbinger, Group Technology and Projects Manager en Technical Engineering chez Vetropack



Le bras robotisé de la machine NIS est extrêmement précis, une étape majeure dans la modernisation de la production à Kyjov.

Kyjov établit de nouvelles références

Une étape technologique majeure a été franchie dans l'usine tchèque de Vetropack à Kyjov. Avec la mise en service de deux machines NIS à servocommande de Bucher Emhart Glass, le site établit de nouvelles normes dans la production de verre en matière de précision, de performance et de durabilité. Cet investissement dans une servotechnologie ultramoderne souligne notre engagement en faveur de l'innovation et de l'avantage client.

Investissement stratégique et partenariat éprouvé

La production de verre repose sur une longue tradition chez Vetropack Moravia Glass. Pour répondre à la demande croissante et renforcer la compétitivité, le bassin 52 a récemment été mis en service en combinaison avec une nouvelle génération de technologie de façonnage du verre. La décision d'utiliser des machines NIS (New Individual Section) de Bucher Emhart Glass a été prise avec un objectif clair: augmenter le rendement tout en améliorant la qualité et l'efficacité.

Le succès de l'utilisation des machines à Kyjov constitue également un nouveau chapitre de ce partenariat de longue date. Vetropack et Bucher Emhart Glass ne sont pas liées uniquement par leurs origines suisses: les deux entreprises travaillent conjointement depuis plus de 30 ans à la poursuite du développement de la technologie de façonnage du verre. «Nous n'avons pas choisi Bucher Emhart Glass seulement pour sa solution technique», précise Mar-

tin Wakolbinger. «Nous avons comparé les offres de quatre fournisseurs, et Bucher Emhart Glass proposait la meilleure solution globale. La collaboration a toujours été ouverte, rapide et professionnelle.»

L'innovation au service de la précision

Le système NIS est l'un des plus modernes du marché. La servocommande permet des mouvements précis et répétitifs ainsi qu'un haut niveau de flexibilité, des facteurs déterminants pour une qualité constante des produits. En outre, la consommation d'énergie, les émissions sonores et les interventions manuelles sont réduites, ce qui améliore sensiblement les conditions de travail dans l'usine. Pour Kyjov, qui produit principalement en grandes séries, les machines fournissent exactement la performance requise.

Formation, tests et travail d'équipe

Le passage aux nouvelles machines a nécessité une préparation minutieuse. De l'adaptation des jeux de moules à la formation du

personnel technique en Suède, l'équipe de Kyjov a travaillé en étroite collaboration avec Bucher Emhart Glass. Même les restrictions liées à la pandémie n'ont pas pu entraver la progression du projet: les tests d'acceptation ont été réalisés à distance via livestream et documentation vidéo. Malgré les problèmes d'approvisionnement à l'échelle mondiale, le projet a été achevé dans les délais prévus.

Un modèle d'avenir

Kyjov montre la voie – et d'autres sites Vetropack suivront. Une autre machine NIS a déjà été installée sur le site de Hum na Sutli, en Croatie. «Cette technologie va nous aider à réduire les émissions et à accroître encore davantage l'efficacité de la production», déclare Martin Wakolbinger.

Les avantages sont évidents: rendement accru, meilleure qualité, réponse plus rapide aux besoins des clients et réduction de l'empreinte carbone. Pour Vetropack, c'est bien plus qu'une nouvelle machine. C'est une étape supplémentaire vers une croissance durable.

Zéro

un pas courageux vers une production de verre climatiquement neutre

CO₂

La décarbonisation de l'industrie verrière est un objectif très ambitieux du secteur et indispensable pour l'avenir du verre comme matériau d'emballage et notre environnement. Avec le projet Verre zéroCO₂, l'International Partners in Glass Research e. V. (IPGR) établit de nouvelles références dans le développement d'articles en verre et de procédés de production sans émissions. L'équipe a mis en place avec succès son propre centre de recherche, avec pour objectif la fabrication de récipients en verre CO₂ et l'acquisition de connaissances pratiques.

La fabrication de verre est un processus énergivore qui, jusqu'ici, dépendait largement des énergies fossiles. À l'heure où les objectifs climatiques, les réglementations politiques et la conscience collective exigent un changement durable, le secteur doit se transformer radicalement. L'objectif du projet Verre zéroCO₂ de l'IPGR est de développer et de tester un procédé de production de verre neutre en CO₂.

Moteur d'innovation pour une industrie verrière écologique

L'IPGR fait office de plateforme internationale et coordonne la recherche et le développement préconcurrentiels, avec comme objectif de partager avec ses membres son expertise technique et scientifique. Il rassemble un savoir-faire mondial et lance des projets de recherche pour tester des matières premières alternatives et de nouveaux systèmes énergétiques, comme dans le projet Verre zéroCO₂.

La pièce maîtresse du projet est un centre technologique aménagé dans un ancien entrepôt transformé en organisme de recherche moderne. «Notre installation expérimentale est une réplique parfaite d'une verrerie, avec les étapes décisives du processus de production industrielle du verre», explique Dominik Orzol, directeur de l'IPGR. Après la phase de conception en 2021, les travaux de construction et de transformation ont débuté en 2023, suivis de la mise en service du four de fusion en 2024. Les premiers essais ont démarré en avril à l'issue de la phase de mise en route.

Vers une production sans CO₂

Pour promouvoir la production de verre sans CO₂, le projet repose sur trois leviers. D'une part, on passe à l'utilisation de matières premières sans carbonates, qui ne génèrent aucune émission lors de la fusion.



Dans l'installation expérimentale de l'IPGR, les tests de fabrication de récipients en verre avec réduction des émissions de CO₂ marquent une étape importante vers une production sans émissions.

D'autre part, l'approvisionnement énergétique est repensé: au lieu de dépendre de combustibles fossiles comme auparavant, l'installation utilise de l'énergie électrique et des systèmes de chauffage à hydrogène. Cette combinaison de matières premières et de sources d'énergie alternatives permet de réduire considérablement les émissions de CO₂ du processus de fusion ou même d'atteindre zéro émission.

Le troisième levier concerne le façonnage des bouteilles. L'objectif est de tester la nouvelle composition du verre fondu sans CO₂ pour déterminer s'il peut être utilisé comme verre d'emballage. À terme, il pourra servir à développer des bouteilles plus légères pour non seulement économiser du verre, mais aussi réduire les émissions liées au transport.

Défis techniques comme opportunité de développement

Le passage à des matières premières et à des sources d'énergie alternatives pose de nouveaux défis à l'ensemble de la production de verre. Les récipients fabriqués sans carbonate requièrent des températures de production plus élevées, ce qui sollicite davantage les bassins, avant-creusets et équipements de façonnage. Pour continuer à utiliser les designs et formats de bouteilles existants, il faut des matériaux innovants, des processus de façonnage adaptés et éventuellement des nouveaux matériaux pour les moules, car leur comportement sous de nouvelles contraintes a été encore peu étudié.

Collaboration comme clé du succès

La collaboration au sein de l'IPGR et avec des organismes de recherche externes – en l'occurrence deux chaires de l'université RWTH d'Aix-la-Chapelle – est essentielle au succès du projet Verre zéroCO₂. Des experts de la production du verre, du monde scientifique et de la construction d'installations apportent ici leur savoir-faire. Vetropack est membre de l'IPGR et s'engage activement. Guido Stebner joue un rôle clé en tant que Chief Technology Officer du groupe Vetropack et président de l'IPGR depuis 2023.

«Nous sommes prêts!»

Après la phase de conception et de mise en place, l'installation expérimentale de Verre zéroCO₂ est désormais opérationnelle. La phase de référence est terminée: le bassin de fusion est entièrement caractérisé, l'équipe de projet connaît les leviers essentiels et les points précis sur lesquels elle doit continuer à travailler. La phase de développement suivante peut commencer: des essais avec des parts d'énergie électrique plus élevées sont prévus pour concrétiser à l'avenir les objectifs ambitieux de 50, voire 80 pour cent d'électrification du processus de fusion.



#Expertise
www.vetropack.com/expertise



Objectif du projet ZéroCO₂: fabriquer les emballages en verre de manière climatiquement neutre, sans énergies fossiles et à partir de matières premières alternatives.



«La collaboration est très productive.»

Guido Stebner, CTO Vetropack

1. Que pensez-vous de la collaboration au sein du projet Verre zéroCO₂?

Elle est très productive grâce à l'étroite coopération entre recherche, industrie et construction d'installations. Cet échange permet de mettre assez vite en pratique des connaissances scientifiques pour développer ensemble des solutions techniques. Les innovations peuvent être mises en œuvre plus rapidement et adaptées aux exigences réelles du secteur.

2. Comment le groupe Vetropack contribue-t-il au projet?

Vetropack dispose d'une vaste expérience de la production industrielle du verre, p. ex. en matière de formulations de verre et d'optimisation des processus. En outre, nous connaissons bien les défis auxquels le secteur est confronté. Il est essentiel pour nous que les solutions développées soient efficaces et économiquement viables.

3. Quel rôle jouez-vous dans le projet en tant que CTO de Vetropack et président de l'IPGR?

Je me considère comme bâtisseur de ponts entre les partenaires et j'encourage les échanges ciblés. Les interfaces entre la recherche et la pratique sont particulièrement indispensables pour que les nouvelles connaissances puissent faire l'objet d'applications industrielles.

Dans les bons comme dans les mauvais moments

Malgré le contexte actuel, Nemiroff et Vetropack poursuivent leur success story en Ukraine

Nemiroff s'est rapidement établi comme l'une des plus grandes marques de vodka au monde. Le fabricant LVN Limited, dont le siège social, la production et la mise en bouteilles se situent exclusivement en Ukraine, poursuit son expansion en cette période difficile. Et ce, grâce notamment aux emballages en verre innovants et de grande qualité de Vetropack.

La vodka («horilka» en ukrainien) jouit d'une longue tradition en Ukraine. La «horilka» de Nemyriv a été mentionnée pour la première fois en 1752, et la distillerie est une adresse renommée dans toute l'Europe depuis 1872. Elle est l'une des premières à produire de la vodka à partir de céréales plutôt que de pommes de terre. Depuis, grâce en particulier à des créations innovantes telles que «Nemiroff Honey & Pepper», présentée pour la première fois en 1998, Nemiroff est devenu l'un des principaux producteurs de vodka au monde. Avec plus de 60 produits différents, dont depuis quelques années des vodkas premium obtenues à l'aide de procédés de filtration complexes, Nemiroff se voit régulièrement décerner des distinctions lors de concours internationaux. Par ailleurs, l'entreprise sponsorise de nombreux événements sportifs, festivals de musique et de cinéma, ainsi que des projets

Partenariat solide même en cette période difficile
L'usine Vetropack d'Hostomel, dans la région de Kiev, est l'un des principaux fournisseurs de Nemiroff et livre actuellement

environ 15 millions de bouteilles en verre par an à l'entreprise. Les deux entreprises, qui travaillent ensemble depuis de longues années, se sont toujours soutenues mutuellement dans les périodes difficiles et ont célébré des succès communs. Mais le plus grand défi a été la guerre en Ukraine, en particulier la dégradation de la verrerie lors de l'attaque d'Hostomel. Durant cette phase critique, Nemiroff a non seulement respecté ses obligations contractuelles, mais a aussi soutenu activement Vetropack Gostomel en passant d'importantes commandes de bouteilles après la remise en service du premier bassin de fusion en 2023. Nemiroff a également racheté tous les stocks restants de la production d'avant-guerre et contribué ainsi de manière décisive à accélérer la reprise des activités.

Avant la guerre, les quantités livrées étaient nettement plus élevées: Vetropack Gostomel produisait des emballages en verre pour tous les segments de prix de Nemiroff. Les partenaires considèrent néanmoins les 15 millions de bouteilles actuels comme le point de départ d'une nouvelle



Le piment rouge extra fort présent dans la bouteille de «Nemiroff Honey with Pepper» apporte une touche d'originalité et vient parachever la saveur ample et généreuse de la boisson.



Au-dessus de: La qualité supérieure des produits Nemiroff est protégée de manière optimale et est mise en valeur par les emballages en verre innovants de Vetropack. Gauche: Une nouvelle bouteille pour conquérir de nouveaux sommets: Irina Shramko avec deux employées de la production chez Nemiroff.

croissance. Vetropack fournit actuellement trois emballages en verre différents à Nemiroff: une bouteille en verre léger dont la forme plate est inhabituelle, les récipients en verre pour sa ligne de produits «The Originals» et d'autres bouteilles pour la série premium «De Luxe». L'extension des capacités de production permettra d'élargir l'assortiment et d'augmenter les quantités livrées.

Irina Shramko, responsable du département Planification opérationnelle et achats chez Nemiroff, souligne: «Vetropack est non seulement notre fournisseur, mais aussi un partenaire stratégique qui nous a toujours soutenus. Nous relevons ensemble les défis, recherchons des solutions innovantes et continuons à développer le marché. Notre compréhension mutuelle et nos valeurs communes sont la clé de notre succès.»

Nouveau design couronné de succès pour relancer la croissance

Le nouveau design de la bouteille de Nemiroff «The Originals» en 2020 a été une étape importante dans la collaboration entre les deux entreprises. L'introduction d'une forme de bouteille entièrement remaniée, nettement différente du modèle précédent en termes de taille et de design, a constitué

un véritable défi. «Vetropack a été le seul fabricant de verre à oser mettre en œuvre un design audacieux qui nécessitait une approche non conventionnelle. Les experts de Vetropack Gostomel ont démontré qu'ils maîtrisaient parfaitement leur cœur de métier en transformant nos idées en réalité», se souvient Irina Shramko.

Pendant des mois, les ingénieurs et les concepteurs de Vetropack et de Nemiroff ont travaillé d'arrache-pied à l'harmonisation de tous les éléments de l'emballage et à l'adaptation du concept aux conditions de production. Parallèlement, Nemiroff a modernisé ses installations de remplissage afin de les adapter au nouveau design. Ces efforts conjoints ont donné naissance à une bouteille totalement inédite, laquelle est désormais produite par Vetropack Gostomel: la base de la bouteille, dotée de quatre rainures circumférentielles, n'est ni carrée ni vraiment ronde et est prolongée par une partie centrale plus étroite avec un évidement prononcé pour le gaufrage. La partie supérieure reprend la forme du fond de la bouteille et se termine par une ouverture très caractéristique. Ce produit innovant a rapidement séduit les consommateurs et est désormais un élément central de l'identité de la marque. «Beaucoup de gens étaient sceptiques. Même au sein de notre entreprise,



Irina Shramko, responsable du département Planification opérationnelle et achats chez Nemiroff, fête cette année ses 25 ans d'ancienneté dans l'entreprise.

la force de l'habitude était palpable. Mais malgré tous les doutes, notre nouveau produit a rencontré un vif succès. Les consommateurs ont très bien accueilli la nouvelle bouteille, car ils l'ont trouvée plus pratique et plus attrayante en termes de design», explique Irina Shramko.

Renforcer l'essence de la marque avec des emballages en verre innovants

Nemiroff considère les emballages en verre de Vetropack comme un élément crucial de sa stratégie commerciale, car la philosophie de l'entreprise repose sur un principe fondamental: la qualité dans tous les domaines, en particulier dans l'emballage des produits. «Nous nous engageons à respecter les normes de qualité et de sécurité alimentaire les plus strictes, ainsi que les réglementations nationales et internationales, à chaque étape de la production, depuis le choix des matières premières jusqu'à la livraison au consommateur final.»

La collaboration entre Vetropack et Nemiroff ne se limite toutefois pas à la fourniture d'emballages en verre. Les deux entreprises travaillent sur de nouveaux projets, des solutions innovantes et des initiatives sociales. Malgré les défis auxquels le secteur est confronté, elles envisagent

l'avenir avec optimisme. Irina Shramko conclut en ces termes: «Même dans un contexte qui reste difficile, nous misons sur Vetropack et savons que de nombreux projets ambitieux nous attendent. L'usine d'Hostomel est pour nous non seulement un fournisseur fiable, mais aussi un élément essentiel de notre success story.»



Plus d'histoires de réussite
www.vetropack.com/histoires-de-reussite

Fraîchement conditionnés



Conditionnement, optimisation, fiabilité: le groupe agroalimentaire italien Barilla a des exigences élevées envers ses fournisseurs en matière de qualité et de service et vise une optimisation continue, notamment en termes de durabilité. Barilla travaille avec Vetropack depuis de longues années. Leur objectif commun est de rendre les emballages en verre plus légers et d'augmenter la part de verre recyclé.

Pâtes, pains et snacks: Barilla est incontestablement l'une des marques alimentaires les plus renommées à l'échelle internationale et le leader mondial du marché des pâtes. L'entreprise, basée à Parme en Italie, est riche d'une longue tradition de plus de 140 ans. Elle a été fondée en 1877 par Pietro Barilla senior, lequel a débuté avec une petite boulangerie produisant du pain et des pâtes. En dépit de difficultés initiales, la famille est parvenue à restructurer l'entreprise. Dès 1910, Barilla mise sur la production industrielle et construit une usine qui produit environ 80 quintaux de pâtes par jour, une étape décisive vers l'industrie alimentaire moderne.

Au cours des années suivantes, Barilla se positionne comme pionnier en matière de qualité des produits, de développement de marque et d'innovation. Sous la direction de Petro Barilla (1913-1993), l'accent est mis sur les campagnes publicitaires, le design des emballages et l'efficacité des processus de production. Cela permet à l'entreprise de consolider sa position sur le marché italien, mais aussi de s'implanter dans d'autres pays européens. Aujourd'hui, le groupe Barilla est présent dans le monde entier avec plus de 9000 collaborateurs, 30 sites de production et un grand nombre de marques bien établies, p. ex. Mulino Bianco,



Du produit à l'emballage Barilla veille à ce que ses pestos très prisés soient d'une qualité irréprochable, tant au niveau des ingrédients que de l'emballage en verre. L'entreprise développe avec Vetropack des emballages en verre plus légers et plus durables.

Wasa et Voiello. Des projets tels que l'«Academia Barilla», fondée en 2004, et le «Barilla Center for Food & Nutrition», mis en place en 2009, soulignent son engagement en faveur de solutions d'alimentation et d'emballage durables.

Moins de matériau, plus de qualité

La philosophie de Barilla se fonde sur le principe suivant: «The joy of food for a better life». Ne faire aucun compromis sur la qualité et protéger au mieux le consommateur font partie des valeurs fondamentales de Barilla. Guglielmo Bozano, dans l'entreprise depuis 1997 et chargé de l'achat des emballages depuis 2000, explique ce que cela signifie concrètement: «Nous sélectionnons les matériaux avec le plus grand soin et réduisons au strict minimum la quantité de matériaux d'emballage (carton, plastique et verre). Nous préservons ainsi de précieuses ressources et continuons à conditionner des aliments de grande qualité dans des emballages de grande qualité. Nous sommes constamment à la recherche d'innovations et de nouvelles possibilités d'amélioration.»

Les emballages en verre sont principalement utilisés pour les pestos et les sauces – là aussi, Barilla vise une optimisation continue. Le partenariat avec Vetropack joue ici

un rôle essentiel. Les deux entreprises travaillaient déjà ensemble quand Guglielmo Bozano a commencé dans l'achat d'emballages en verre. «Nous avons des exigences élevées en matière de qualité et de service. Et nous attendons de nos partenaires qu'ils nous soutiennent de manière compétente dans le développement de nouveaux emballages», précise-t-il.

«Vetropack a toujours été un bon partenaire»

Selon Guglielmo Bozano, les deux principaux aspects de l'optimisation des emballages en verre sont l'économie de matériau et une part plus élevée de verre recyclé. «Lorsque nous développons un nouveau pot, nous essayons en premier lieu d'éviter d'éventuels problèmes. L'expérience acquise par nos fournisseurs et notre équipe nous permet de réaliser des optimisations ciblées. Après environ cinq ans de travail sur le pot de 400 grammes pour les sauces, nous sommes parvenus à réduire son poids de 10 pour cent. C'était en 2016/17.»

Un autre projet couronné de succès a été le développement d'un pot de 525 grammes, également avec Vetropack. «Vetropack a trouvé dès le début la forme idéale. Le pot ne présentait aucun point faible ni risque de bris. Vetropack a ainsi démontré son expertise», résume Guglielmo Bozano, qui apprécie tout particulièrement la proximité culturelle entre



Pour Barilla, la durabilité est une priorité. De la culture des ingrédients, toujours frais, au conditionnement, l'entreprise mise sur des procédés respectueux de l'environnement. En outre, elle ne cesse d'augmenter la part de verre recyclé de ses emballages.



De la verrerie aux rayons des magasins: le partenariat de longue date établi entre Barilla et Vetropack se fonde sur la qualité, l'innovation et des valeurs communes. Guglielmo Bozano, Group Supply Chain Purchasing Manager - Packaging chez Barilla, entretient cette collaboration depuis plus de dix ans.

les deux entreprises: «Nous sommes des entreprises familiales et avons la même approche. L'ouverture d'esprit et la collaboration d'égal à égal sont des valeurs cruciales pour moi et, avec Vetropack, cela fonctionne parfaitement.»

Le verre recyclé, emballage du futur

Barilla souhaite à l'avenir mettre l'accent sur l'augmentation de la part de verre recyclé. «Au début, nous utilisions uniquement du verre transparent classique. Lors d'une visite chez un fournisseur, j'ai vu des verres légèrement teintés qui ont éveillé ma curiosité. Après un examen approfondi et en collaboration avec le service marketing, les avantages nous sont apparus clairement. Nous continuons aujourd'hui à travailler sur ce concept. J'ai toujours été convaincu qu'augmenter la part de verre recyclé était une solution d'avenir», déclare Guglielmo Bozano.

Barilla continue de miser sur la croissance

Dans l'environnement de marché actuel, Barilla est soumise à une forte pression concurrentielle. La stratégie de l'entreprise comprend des objectifs clairs pour chaque division d'activité pour les trois à dix prochaines années, avec comme priorités l'amélioration de l'efficacité et l'optimisation des coûts. Pour les sauces et les pestos, l'expansion vers de nouveaux marchés reste un objectif majeur.

En outre, les exigences en matière de chaînes d'approvisionnement et de durabilité sont de plus en plus strictes. Barilla a lancé des initiatives concrètes pour rendre sa production encore plus durable. Ces trois dernières années, l'entreprise a triplé les capacités photovoltaïques de ses sites italiens, ce qui lui permet de produire sa propre électricité à partir d'énergies renouvelables. L'entreprise prévoit de tripler à nouveau cette capacité d'ici à 2026. La réduction des émissions, l'augmentation de l'efficacité énergétique et une plus grande autonomie de production ne sont que quelques-uns des engagements pris par Barilla. Ces mesures font partie du plan global de durabilité mis en place dans le cadre de la Science Based Targets initiative (SBTi).

La durabilité est au cœur de la stratégie d'entreprise de Barilla, laquelle mise également sur la poursuite de sa croissance. Pour stimuler cette croissance, le fructueux partenariat avec Vetropack pourrait être renforcé à l'avenir.



Du champ à l'assiette
www.vetropack.com/barilla

En verre, naturellement

Moins de matériau, plus d'avenir:
Barilla mise sur le verre.



L'univers Vetropack dans votre boîte de réception. Deux fois par an.

ouvelles de nos sites, dates des prochains salons, projets clients actuels et coup d'œil dans nos coulisses: vous recevrez tout cela régulièrement dans votre boîte de réception grâce à notre newsletter. 100% divertissant. 100% instructif. 100% diversifié.

