

Communiqué de presse

Vetropack présente à la BrauBeviale 2026 des solutions d'emballages réutilisables et de valorisation des marques

Bülach, 25 septembre 2026 – À l'occasion de la BrauBeviale de cette année à Nuremberg, Vetropack présente une large palette de solutions d'emballage qui permettent aux fabricants de boissons de concilier durabilité, fonctionnalité et différenciation de leur marque. L'offre comprend des bouteilles de circulation en verre allégé et un vaste choix de couleurs, de formes et de finitions, avec lesquelles les marques peuvent accroître leur visibilité dans les rayons, conformément à la devise du salon «All Beverages. One Future.»

Sur le stand de Vetropack, les visiteuses et visiteurs pourront découvrir la bouteille standard [Rezon](#), fabriquée en verre allégé trempé thermiquement. Jusqu'à 30 pour cent plus légère que les emballages réutilisables traditionnels, mais dotée d'une grande résistance et d'une longue durée de vie, la bouteille rencontre un écho très favorable sur le marché. «Le poids allégé de la bouteille permet de faire des économies de matériau et de réduire les coûts de transport et les émissions de CO₂. Les premières expériences sur le marché montrent que ces bouteilles de circulation légères sont de plus en plus demandées par les fabricants de boissons mais aussi par les consommateurs», précise Ina Graggaber, Sales Director au sein du groupe Vetropack.

Vetropack présente également les avantages des solutions numériques pour les emballages en verre. Avec Coca-Cola Europacific Partners Deutschland et la start-up Myneral Labs, Vetropack a développé une solution qui attribue une identité numérique à chaque bouteille en verre réutilisable. Ce projet a remporté le [prix allemand de l'emballage 2026](#) dans la catégorie «Numérisation».

Emballages en verre comme outil de différenciation des marques

Vetropack montre aussi à la BrauBeviale comment les emballages en verre peuvent contribuer à mettre les produits en valeur dans les rayons des supermarchés. Vetropack propose aux fabricants de boissons qui souhaitent gagner en visibilité dans les rayons une large palette de teintes standard et de [teintes originales](#), allant d'un délicat vert menthe à des nuances de bleu très intenses. L'offre comprend également du verre flint avec une [protection UV renforcée](#) et des [formes de récipients non rondes](#). La combinaison de ces caractéristiques permet d'allier fonctionnalité et design distinctif, de renforcer la notoriété de la marque et de conférer aux produits une visibilité accrue dans les rayons.

«Un emballage en verre ne protège pas seulement le produit, il véhicule aussi l'identité de la marque. Une combinaison équilibrée de couleurs, de formes et de finitions permet aux fabricants

de boissons de positionner clairement leurs produits sur le point de vente et de mettre en avant l'identité de la marque», explique Ina Graggaber.

Le groupe Vetropack présentera son portefeuille de produits du 10 au 12 novembre 2026 à la BrauBeviale, stand 339, halle 7 A.

Photos:

	Photo 1: Poids allégé, moins d'émissions, longue durée de vie: la bouteille de circulation «Rezon» de Vetropack montre comment des emballages en verre innovants peuvent contribuer à renforcer la durabilité tout au long de la chaîne de création de valeur.
	Photo 2: La solution développée par Vetropack avec Coca-Cola Europacific Partners Germany et Myneral Labs attribue une identité numérique à chaque bouteille en verre réutilisable. Cette innovation a été récompensée par un prix.
	Photo 3: Avec une combinaison équilibrée de couleurs, de formes et de finitions, les emballages en verre deviennent des ambassadeurs de la marque. Les emballages en verre de Vetropack dans la teinte Grandala blue se distinguent par leur design distinctif et allient le raffinement à la qualité.

	Photo 4: D'un délicat vert menthe à des nuances de bleu très intenses: la large palette de teintes et les solutions personnalisées d'emballages en verre de Vetropack permettent de mieux mettre en valeur les produits sur le point de vente.
	Photo 5: La Pietra Limoncella est une bière blanche fruitée corse, lancée sur le marché en 2025. Les bouteilles de Limoncella fabriquées en verre flint par Vetropack allient protection anti-UV efficace et esthétique haut de gamme. Vous pouvez lire ici l'intégralité de la success story.

À propos du groupe Vetropack

Le groupe Vetropack est l'un des principaux fabricants européens d'emballages en verre destinés à l'industrie des aliments et des boissons. Il emploie 3532 collaborateurs et a réalisé un produit net de CHF 778,9 millions en 2025. Vetropack dispose d'usines de production ultramodernes et de bureaux de vente et de distribution en Suisse, en Autriche, en République tchèque, en Croatie, en Slovaquie, en Ukraine, en Italie, en République de Moldavie et en Roumanie.

Notre travail permet de consommer des aliments et des boissons de manière sûre, élégante et responsable. Le verre est en effet une solution d'emballage durable et le matériau idéal pour les emballages alimentaires. Grâce à notre approche globale Service plus, nous aidons notre clientèle à optimiser ses chaînes de création de valeur et garantissons ainsi la sécurité des consommateurs. Nous entretenons avec nos clients des relations étroites et pérennes. Notre approche de la responsabilité environnementale et de la rentabilité se caractérise par la recherche d'une empreinte carbone minimale tout au long de la chaîne d'approvisionnement et par un engagement en faveur du recyclage, élément clé de l'optimisation du cycle de vie des produits.

Pour de plus amples renseignements:

Sabrina Oberholzer
External Communications Manager
Vetropack Holding AG
Schützenmattstrasse 48
CH-8180 Bülach

Téléphone: +41 44 863 33 62

E-mail: sabrina.oberholzer@vetropack.com

www.vetropack.com