

AL VIA LA CAMPAGNA GLASS IS LOVE: SCEGLIERE IL VETRO SIGNIFICA PRENDERSI CURA

Bruxelles, 21 settembre 2026 – L'industria europea dei contenitori in vetro lancia oggi "Glass is Love", un nuovo brand europeo e una piattaforma di engagement ideati per rafforzare la preferenza per gli imballaggi in vetro tra consumatori, brand e l'intera filiera.

Promossa da FEVE (la Federazione Europea del Vetro Cavo), l'iniziativa "Glass is Love" viene lanciata oggi con un nuovo ecosistema digitale e un'identità condivisa in **Austria, Belgio, Croazia, Repubblica Ceca, Francia, Germania, Italia, Polonia, Portogallo, Slovacchia, Spagna, Svizzera e Regno Unito**.

"Glass is Love" nasce da un'idea semplice: **scegliere il vetro significa scegliere di prendersi cura** – cura di ciò che è contenuto all'interno, delle persone che lo utilizzano e ne apprezzano le qualità, dell'esperienza legata al prodotto e di ciò che è destinato a durare nel tempo.

Da oltre 5.000 anni, il vetro è apprezzato per la sua capacità di **proteggere e preservare**. Oggi, **la sua riciclabilità, la circolarità e le prestazioni** rimangono punti di forza fondamentali, ma la sola credibilità non basta più: **la sfida consiste nel trasformare questi punti di forza in una preferenza attiva e in una scelta quotidiana**. L'obiettivo è superare l'idea che il packaging sia un elemento neutro o intercambiabile. Il packaging influisce sul modo in cui i prodotti vengono protetti, percepiti e vissuti; inoltre, la scelta stessa dell'imballaggio può esprimere i valori di un brand o di un consumatore. Per i settori alimentare, delle bevande, della profumeria, della cosmetica e per altri prodotti confezionati, ciò significa considerare il vetro non solo in termini di prestazioni tecniche, ma anche di integrità del prodotto, esperienza del consumatore, design, valore del brand e circolarità a lungo termine.

Glass is Love coniuga aspetti razionali ed emotivi, mostrando come il vetro protegga senza interferire, preservi l'autenticità di sapori e ingredienti, valorizzi i prodotti che contiene grazie al design e all'esperienza sensoriale, e possa rinascere continuamente attraverso il riciclo, la ricarica e il riutilizzo.

Glass is Love non nasce dal nulla: si fonda sulla consapevolezza, sulla credibilità e sulla comunità sviluppate grazie a **Friends of Glass**, iniziativa che ha contribuito a far conoscere ai consumatori europei i vantaggi del vetro e a sensibilizzarli sulle sue qualità. La nuova piattaforma evolve questo percorso: si passa dalla credibilità alla scelta consapevole; dallo spiegare le funzioni del vetro al creare motivazioni più forti per celebrarlo; da comunicazioni frammentate a un'unica piattaforma europea integrata; e dalla semplice comunicazione verso la partecipazione, la collaborazione e la promozione attiva.

Carlo Pirrone, Segretario Generale, ha dichiarato: *"Glass is Love nasce da un'idea semplice ma potente: quando qualcosa ci sta a cuore, conta anche il modo in cui lo proteggiamo. Vogliamo che la scelta del vetro diventi la naturale espressione di questa cura: verso il prodotto, la sua qualità, l'esperienza che crea e ciò che è destinato a durare". E prosegue:* *"Un obiettivo che l'industria del vetro non può raggiungere da sola. Glass is Love è un invito rivolto a clienti, partner, dipendenti e all'intera filiera a partecipare, contribuire e collaborare per accrescere il valore del vetro".*

Una piattaforma aperta alla collaborazione

Promossa dall'industria del vetro cavo, **Glass is Love nasce con l'obiettivo di espandersi oltre i confini del settore**. La piattaforma offrirà a brand, clienti e organizzazioni dell'intera filiera l'opportunità di contribuire a questo movimento mettendo in campo competenze, innovazione, storie ed esperienze.

L'obiettivo comune è chiaro: **rendere gli imballaggi in vetro una scelta più frequente, più apprezzata e più visibile**. Perché lo scopo non è soltanto far conoscere meglio i contenitori in vetro, ma **rendere naturale la scelta del vetro ogni volta che decidiamo di proteggere ciò che amiamo**.

Scopri perché il vetro è così speciale su. <https://glassislove.org>

Su Glass is Love

Glass is Love è un brand e una piattaforma di coinvolgimento europei, promossi dall'industria europea del vetro cavo tramite FEVE. Partendo dalle basi gettate da Friends of Glass, l'iniziativa unisce comunicazione ai consumatori, coinvolgimento B2B e attività di promozione lungo l'intera catena del valore sotto un'unica identità condivisa. Glass is Love mira a incrementare la preferenza, il valore e il sostegno verso gli imballaggi in vetro, presentando la scelta del vetro come un gesto di cura: verso le persone, i prodotti, le esperienze e ciò che è destinato a durare. È concepita come una piattaforma collaborativa che consente a brand, clienti e organizzazioni dell'intera catena del valore di partecipare, contribuire e contribuire ad ampliarne la portata e l'impatto. La sua missione è **promuovere il vetro come la scelta ideale per proteggere ciò che amiamo**.

Chi è FEVE

FEVE – la Federazione Europea del Vetro d'Imballaggio – rappresenta l'industria del vetro d'imballaggio in 23 paesi europei. Con oltre 160 stabilimenti produttivi che realizzano più di 20 milioni di tonnellate di imballaggi in vetro all'anno, il settore sostiene 125.000 posti di lavoro diretti e indiretti e costituisce il fulcro di una più ampia catena del valore che impiega oltre 850.000 persone.

Gli imballaggi in vetro svolgono un ruolo fondamentale nella protezione sia dei prodotti di esportazione ad alto valore aggiunto che dei beni di consumo quotidiano: dai vini, profumi e medicinali a latte, salse, conserve e alimenti per l'infanzia. Il vetro è un **materiale puro a strato singolo**: non contiene strutture complesse multimateriale né strati chimici nascosti. È **inerte, impermeabile e non interagisce con il prodotto**, garantendo una lunga durata di conservazione, il mantenimento delle proprietà organolettiche e la sicurezza alimentare.

Uno dei materiali più riciclati in Europa, **il vetro è riciclabile all'infinito senza alcuna perdita di qualità** ed è anche riutilizzabile all'interno di appositi sistemi. Nel 2021, il settore del vetro d'imballaggio ha generato un valore di 6,3 miliardi di euro per l'economia dell'UE. Includendo i prodotti confezionati in vetro, tale valore sale a 115 miliardi di euro, pari a quasi lo 0,8% del PIL dell'UE. Nel 2023, i prodotti confezionati in vetro hanno rappresentato oltre 140 miliardi di euro delle esportazioni dell'UE, ovvero il 5,7% del totale delle esportazioni.

Il vetro è circolare per natura: **puro, permanente e prodotto in Europa**. Scopri di più su www.feve.org.

Per ulteriori informazioni, contattare:

Michael Delle Selve, Head of Marketing and Communications
m.delleselve@feve.org | +32 (0)4 75 52 24 58