

Comunicato stampa

Vetropack presenta la nuova Strategia 2035 in occasione del Capital Markets Day

Bülach, 16 settembre 2026 – Il [Gruppo Vetropack](#), uno dei principali produttori europei di contenitori in vetro, presenta la sua Strategia 2035 e i relativi obiettivi a medio termine in occasione del suo primo Capital Markets Day. Presso la sede centrale di Vetropack a Bülach, il Consiglio di Amministrazione illustra a investitori, analisti e rappresentanti dei media finanziari le iniziative e le misure che l'azienda intende attuare nei prossimi anni per rafforzare la propria competitività, la crescita del fatturato e la redditività. L'obiettivo dichiarato di queste iniziative è quello di raggiungere entro il 2030 una crescita del fatturato superiore alla media di mercato e tornare a un margine operativo a due cifre.

La Strategia 2035 mira a rafforzare ulteriormente la posizione di Vetropack come fornitore di soluzioni innovative e sostenibili nel campo degli imballaggi e dei servizi per il mercato alimentare e delle bevande, aumentando i vantaggi per i clienti lungo tutta la catena del valore. «Abbiamo rivolto la nostra attenzione al futuro, analizzando attentamente le tendenze del settore ed esaminando criticamente il nostro posizionamento. Ma soprattutto ci siamo chiesti come poter garantire una crescita redditizia in questo contesto di mercato futuro», spiega Lukas Burkhardt, CEO del Gruppo Vetropack. «La risposta è la nostra Strategia 2035 e, nell'ambito di essa, iniziative specifiche che ci consentiranno di trarre vantaggio da queste tendenze – il tutto definito con obiettivi chiari, indicatori chiave e responsabilità ben precise. Questo ci permette di misurare costantemente i nostri progressi e di gestirli in modo attivo.»

Ciò era stato preceduto da un'analisi approfondita dell'approccio strategico esistente, basata sulle tendenze del mercato e della sostenibilità, su sondaggi condotti sui clienti e su studi esterni. Alla fine di agosto, la strategia rivista è stata approvata dal Consiglio di amministrazione di Vetropack e i suoi punti salienti sono stati pubblicati nella [Relazione semestrale 2026](#). Nell'ambito del Capital Markets Day, il Consiglio di Amministrazione fornisce ora dettagli sui prossimi passi. «La Strategia 2035 definisce obiettivi pubblici a medio termine che, per la prima volta, vanno oltre l'anno fiscale in corso», spiega David Zak, Chief Financial Officer. Nello specifico, entro il 2030, rispetto al 2025 e a tassi di cambio costanti, Vetropack prevede una crescita del fatturato superiore a quella del mercato, nell'ordine di una percentuale a una cifra bassa, una ripresa del risultato operativo e un margine a due cifre entro la fine del periodo di medio termine. Vetropack intende raggiungere questi obiettivi soprattutto aumentando il grado di utilizzo della capacità produttiva, ottimizzando il mix di prodotti e migliorando l'efficienza. Per attuare la strategia rivista, Vetropack investirà con prudenza nello sviluppo del mercato e dei prodotti, nonché nell'adeguamento delle infrastrutture

produttive al fine di garantire maggiore flessibilità e produttività. Nel medio termine, l'obiettivo è raggiungere un rendimento a due cifre sul capitale operativo impiegato.

Soluzioni, sviluppo del mercato e crescita mirata

La Strategia 2035 si basa su tre fattori trainanti della crescita che mirano ad aiutare Vetropack a raggiungere una crescita redditizia compresa in un intervallo percentuale a una cifra bassa. Il primo consiste nell'ampliare l'offerta di soluzioni di prodotti e servizi che supportano i clienti al di là del semplice contenitore. «I nostri clienti si aspettano da noi qualcosa di più di semplici contenitori in vetro di alta qualità», spiega Evan Williams, Chief Commercial Officer. «Stanno cercando un partner che comprenda le loro sfide, li aiuti a cogliere le opportunità e crei valore misurabile. La nostra offerta si articola sempre più proprio su questo.» La bottiglia in vetro leggero temperato termicamente dell'azienda, [Rezon](#), dimostra come Vetropack metta in pratica questa aspirazione. È fino al 30% più leggera di una bottiglia riutilizzabile tradizionale, pur garantendo un numero di cicli di utilizzo notevolmente superiore. In Austria, una bottiglia riutilizzabile realizzata con Rezon è già disponibile per l'industria della birra come [soluzione standard](#), contribuendo al raggiungimento della quota nazionale di riuso. Vetropack sta attualmente potenziando la tecnologia presso il proprio stabilimento di Pöchlarn in vista di una produzione industriale su larga scala, estendendone gradualmente la disponibilità ad altri mercati.

Il secondo fattore di crescita consiste nel puntare su segmenti in espansione strutturale, quali le bevande a bassa gradazione alcolica e analcoliche, i prodotti alimentari o i vini di alta gamma. Questi settori in crescita richiedono solide capacità di sviluppo dei prodotti, offrendo al contempo l'opportunità di creare ulteriore valore per i clienti.

Vetropack individua la terza opportunità di crescita nello sviluppo sistematico dei mercati di esportazione, dove la propria rete produttiva e il proprio portafoglio di prodotti le conferiscono una solida posizione competitiva.

Competitività ed eccellenza operativa

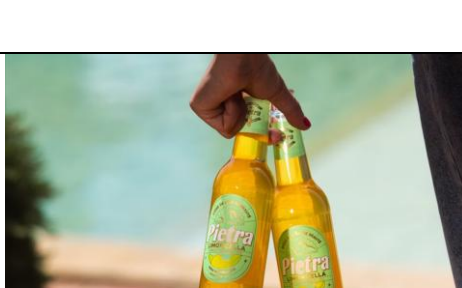
Vetropack sta inoltre migliorando la propria base di costo intervenendo sui propri processi. Il Gruppo armonizza i propri processi in modo coerente tra le diverse funzioni e sedi, li semplifica e adegua la propria infrastruttura produttiva per aumentare la flessibilità e la produttività. «Una leva fondamentale per noi risiede nella standardizzazione, nell'automazione e nella digitalizzazione dei nostri processi», spiega Guido Stebner, Chief Technology Officer. «Questo non solo riduce i costi, ma ci rende anche più flessibili e garantisce una qualità affidabile ai nostri clienti.»

La sostenibilità rimane un elemento fondamentale della strategia. Vetropack intende continuare ad aumentare la quota di vetro riciclato nella produzione a livello di Gruppo. Ha riunito in un unico piano d'azione la riduzione delle emissioni, un approccio responsabile alle risorse e una leadership aziendale responsabile. Una soluzione per la serializzazione delle bottiglie riutilizzabili, sviluppata

in collaborazione con Coca-Cola Europacific Partners Deutschland e Myneral Labs e insignita del [German Packaging Award](#) nel 2026 dimostra quanto siano strettamente legate tra loro l'economia circolare e l'innovazione.

Per ulteriori informazioni sulla [Strategia 2035](#) e sul programma del [Capital Markets Day](#), consultare il sito web di Vetropack.

Immagini:

	Immagine 1: Presso la propria sede centrale di Bülach, Vetropack ha accolto investitori, analisti e rappresentanti dei media finanziari in occasione del primo Capital Markets Day nella storia dell'azienda.
	Immagine 2: La Strategia 2035 è stata elaborata congiuntamente dai membri della Direzione e da esperti tecnici dell'intero Gruppo Vetropack, che hanno apportato al processo strategico le loro competenze in materia di mercato, clienti e aspetti tecnici.
	Immagine 3: Gösser Biostoff Lager è la prima birra austriaca ad essere lanciata sul mercato nella bottiglia standard Rezon. Realizzata con una nuova tecnologia, la bottiglia contribuisce al raggiungimento della quota di riuso obbligatoria in Austria dal 2024. La bottiglia riduce le emissioni di CO₂ di un quarto.
	Immagine 4: In occasione del lancio sul mercato di Pietra Limoncella, Vetropack ha collaborato con Brasserie Pietra per sviluppare la prima bottiglia progettata su misura dal birrificio. L'esclusiva bottiglia trasparente unisce un design accattivante alla protezione dai raggi.

	UV, mettendo in risalto il colore e la freschezza del prodotto.
--	---

A proposito di Vetropack Group

Il Gruppo Vetropack è uno dei principali produttori europei di imballaggi in vetro per l'industria alimentare e delle bevande, con circa 3'532 dipendenti e un fatturato netto di CHF 778,9 milioni nel 2025. Vetropack dispone di impianti di produzione all'avanguardia e di uffici di vendita e distribuzione in Svizzera, Austria, Repubblica Ceca, Croazia, Slovacchia, Ucraina, Italia, Repubblica di Moldavia e Romania.

Grazie al nostro lavoro, consentiamo alle persone di gustare cibi e bevande nel modo più sicuro possibile, offrendo soluzioni che coniugano un'eleganza ottimale con la massima responsabilità. Questo perché il vetro è una soluzione di imballaggio sostenibile e il materiale perfetto per garantire che gli alimenti siano confezionati in modo sicuro. Il nostro approccio olistico Service plus+ aiuta i nostri clienti a ottimizzare le proprie catene di creazione di valore e a garantire la sicurezza dei consumatori. A tal fine, ci impegniamo a costruire relazioni strette e durature. Guidati dalla nostra comprensione della responsabilità ambientale e dell'efficienza dei costi puntiamo a ridurre al minimo l'impronta di carbonio lungo tutta la catena di fornitura e ci impegniamo a riciclare come chiave per ottimizzare il ciclo di vita dei prodotti.

Per ulteriori informazioni:

Lukas Burkhardt, CEO

Vetropack Holding AG

Tel. +41 44 863 33 30

Email: lukas.burkhardt@vetropack.com

David Zak, CFO

Vetropack Holding AG

Tel. +41 44 863 32 25

Email: david.zak@vetropack.com