

Comunicat de presă

Vetropack prezintă noua Strategie 2035 la Ziua Piețelor de Capital

Bülach, 16 septembrie 2026 – [Grupul Vetropack](#), unul dintre principalii producători europeni de ambalaje din sticlă, își prezintă Strategia 2035 și obiectivele aferente pe termen mediu în cadrul primei sale ediții a „Zilei Piețelor de Capital”. La sediul central al Vetropack din Bülach, Consiliul de administrație le prezintă investitorilor, analiștilor și reprezentanților mass-media din domeniul financiar inițiativele și măsurile pe care compania intenționează să le pună în aplicare în următorii ani pentru a-și spori competitivitatea, creșterea vânzărilor și profitabilitatea. Obiectivul declarat al acestor inițiative este de a înregistra o creștere a vânzărilor peste nivelul pieței până în 2030 și de a reveni la o marjă operațională de două cifre.

Strategia 2035 își propune să consolideze în continuare poziția Vetropack ca furnizor de soluții inovatoare și durabile de ambalaje și servicii pentru piața alimentelor și băuturilor, sporind beneficiile pentru clienți de-a lungul lanțului valoric. „Ne-am îndreptat atenția spre viitor, analizând cu atenție tendințele din industrie și examinând critic poziționarea noastră. Dar, mai presus de toate, ne-am întrebat cum putem asigura o creștere profitabilă în acest viitor context de piață”, explică Lukas Burkhardt, director general al Grupului Vetropack. „Răspunsul este reprezentat de Strategia noastră 2035 și, ca parte a acesteia, de inițiative specifice care ne vor permite să valorificăm aceste tendințe – toate fiind definite prin obiective clare, indicatori-cheie și responsabilități bine stabilite. Acest lucru ne permite să ne măsurăm în mod continuu progresul și să îl gestionăm în mod activ.

Acest demers a fost precedat de o analiză cuprinzătoare a abordării strategice existente, bazată pe tendințele pieței și ale sustenabilității, pe sondaje în rândul clienților și pe studii externe. La sfârșitul lunii august, strategia revizuită a fost aprobată de Consiliul de administrație al Vetropack, iar punctele sale principale au fost publicate în [Raportul semestrial 2026](#). În cadrul evenimentului „Ziua Piețelor de Capital”, Consiliul de administrație oferă acum detalii cu privire la pașii următori. „Strategia 2035 definește, pentru prima dată, obiective publice pe termen mediu care depășesc anul fiscal curent”, explică David Zak, director financiar. Mai precis, până în 2030, comparativ cu 2025 și la rate de schimb constante, Vetropack preconizează o creștere a vânzărilor peste nivelul pieței, situată în intervalul procentual de o singură cifră, o redresare a rezultatului operațional și o marjă de două cifre până la sfârșitul perioadei pe termen mediu. Vetropack își propune să atingă aceste obiective, în primul rând, prin creșterea gradului de utilizare a capacității de producție, îmbunătățirea gamei de produse și sporirea eficienței. Pentru a pune în aplicare strategia revizuită, Vetropack va investi cu prudență în dezvoltarea pieței și a produselor, precum și în adaptarea

infrastructurii de producție în vederea obținerii unei flexibilități și productivități sporite. Pe termen mediu, obiectivul este de a obține o rentabilitate de două cifre a capitalului angajat în activitatea operațională.

Soluții, dezvoltarea pieței și creșterea orientată spre obiective specifice

Strategia 2035 se bazează pe trei factori de creștere care au ca scop să ajute Vetropack la înregistrarea creșterii profitabilității în intervalul procentual de o singură cifră, la nivelul inferior. În primul rând, extinderea ofertei de soluții de produse și servicii care vin în sprijinul clienților dincolo de simplul ambalaj. „Clienții noștri se așteaptă la mai mult de la noi decât la ambalaje din sticlă de înaltă calitate”, explică Evan Williams, director comercial. „Caută un partener care să le înțeleagă provocările, să îi ajute să valorifice oportunitățile și să creeze valoare măsurabilă. Oferta noastră se bazează din ce în ce mai mult exact pe acest lucru.” Ambalajul ușor din sticlă temperată termic a companiei, [Rezon](#), arată modul în care Vetropack pune în practică această aspirație. Este cu până la 30% mai ușoară decât o sticlă reutilizabilă obișnuită, oferind în același timp un număr considerabil mai mare de cicluri de utilizare. În Austria, o sticlă reutilizabilă realizată pe baza tehnologiei Rezon este deja disponibilă pentru industria berii ca [soluție standard](#), contribuind la atingerea cotei naționale de reîmbuteliere. În prezent, Vetropack își extinde capacitatea tehnologică la unitatea din Pöchlarn pentru producția industrială la scară largă, extinzând treptat disponibilitatea acesteia către piețe suplimentare.

Al doilea factor de creștere constă în orientarea către segmente aflate în expansiune structurală, precum băuturile cu conținut redus de alcool și cele fără alcool, produsele alimentare sau vinurile premium. Aceste domenii de creștere necesită capacități solide de dezvoltare a produselor, oferind în același timp ocazia de a crea valoare adăugată pentru clienți.

Vetropack consideră că a treia oportunitate de creștere constă în dezvoltarea sistematică a piețelor de export, unde rețeaua sa de producție și portofoliul de produse îi conferă companiei o poziție competitivă puternică.

Competitivitate și excelență operațională

Vetropack își îmbunătățește, de asemenea, structura costurilor prin optimizarea propriilor procese. Grupul își armonizează procesele în mod consecvent la nivelul tuturor departamentelor și locațiilor, le simplifică și își adaptează infrastructura de producție pentru a spori flexibilitatea și productivitatea. „Un factor-cheie pentru noi îl reprezintă standardizarea, automatizarea și digitalizarea proceselor noastre”, explică Guido Stebner, directorul tehnic. „Acest lucru nu numai reduce costurile, dar ne și conferă mai multă flexibilitate și asigură o calitate fiabilă pentru clienții noștri.”

Sustenabilitatea rămâne un element constant al strategiei. Vetropack dorește să continue creșterea ponderei sticlei reciclate în procesul de producție la nivelul întregului grup. Aceasta a

reunit într-o foaie de parcurs comună reducerea emisiilor, o abordare responsabilă față de resurse și o conducere responsabilă a companiei. O soluție pentru serializarea sticlelor reutilizabile, dezvoltată în colaborare cu Coca-Cola Europacific Partners Deutschland și Myneral Labs și distinsă cu [Premiul german pentru ambalaje](#) în 2026 arată cât de strâns legate sunt economia circulară și inovarea.

Pentru mai multe informații despre [Strategia 2035](#) și programul [Ziua Piețelor de Capital](#), consultați site-ul Vetropack.

Elemente vizuale:

	Ilustrația 1: La sediul central din Bülach, Vetropack a primit investitori, analiști și reprezentanți ai presei financiare cu ocazia evenimentului Ziua Piețelor de Capital, prima din istoria companiei.
	Ilustrația 2: Strategia 2035 a fost elaborată în comun de membrii Comitetului Executiv și de experți tehnici din întregul Grup Vetropack, care și-au adus contribuția la procesul de elaborare a strategiei prin expertiza lor în domeniul pieței, al clienților și al aspectelor tehnice.
	Ilustrația 3: Gösser Biostoff Lager este prima bere austriacă lansată pe piață în sticla standard Rezon. Realizată cu ajutorul unei noi tehnologii, sticla contribuie la îndeplinirea cotei de reîmbuteliere, care este obligatorie în Austria începând din 2024. Sticla reduce emisiile CO₂ cu un sfert.



Ilustrația 4:

Pentru lansarea pe piață a produsului [Pietra](#) Limoncella, Vetropack a colaborat cu Brasserie Pietra pentru a dezvolta prima sticlă personalizată a fabricii de bere. Sticla transparentă, cu un design deosebit, combină un aspect atrăgător cu protecția împotriva razelor UV, punând în valoare culoarea și prospețimea produsului.

Despre Grupul Vetropack

Grupul Vetropack se numără printre principalii producători europeni de ambalaje din sticlă pentru industria alimentară și a băuturilor, având aproximativ 3.532 de angajați și vânzări nete de 778,9 milioane CHF în 2025. Vetropack deține unități moderne de producție, precum și birouri de vânzări și distribuție în: Elveția, Austria, Cehia, Croația, Slovacia, Ucraina, Italia, Republica Moldova și România.

Prin activitatea noastră, le oferim oamenilor posibilitatea de a se bucura de mâncare și băuturi în condiții de maximă siguranță, punând la dispoziție soluții care îmbină eleganța optimă cu responsabilitatea maximă. Acest lucru este posibil deoarece sticla este o soluție de ambalare sustenabilă – și materialul perfect pentru a asigura siguranța alimentelor. Cu abordarea noastră holistică Service plus+, îi ajutăm pe clienți să-și optimizeze lanțurile valorice și să garanteze siguranța consumatorilor. În acest scop, ne străduim să construim relații strânse și durabile. Ghidați de înțelegerea noastră asupra responsabilității față de mediu și eficienței economice, ne propunem să minimizăm amprenta de carbon la nivelul întregului lanț de aprovizionare și suntem dedicați reciclării ca element-cheie pentru optimizarea ciclului de viață al produselor.

Pentru informații suplimentare:

Lukas Burkhardt, Director general

Vetropack Holding AG

Tel. +41 44 863 33 30

Email: lukas.burkhardt@vetropack.com

David Zak, Director financiar

Vetropack Holding AG

Tel. +41 44 863 32 25

Email: david.zak@vetropack.com