



## Verallia punta sulla vocale "e".

Cambiamento e continuità sono i due concetti chiave che da oggi Verallia Italia porterà avanti insieme con nuova energia. Due concetti che coinvolgono, completandosi, sia le nuove nomine a livello dirigenziale che le future scelte aziendali.

Nella lingua italiana la vocale "o" separa. La "a" allontana. La "e" mette insieme. Verallia Italia utilizza appieno il significato di quest'ultima vocale mettendo insieme i due concetti chiave della continuità e del cambiamento facendoli interagire tra loro per sviluppare una Forza e una Prossimità sempre maggiori.

La testimonianza migliore della volontà di unire insieme in modo proficuo continuità e cambiamento si esprime nelle due nuove nomine avvenute in Verallia Italia in questi mesi. A guidarla adesso ci sono Giuseppe Pastorino, nuovo Amministratore Delegato, e Roberto Pedrazzi, nuovo Direttore Commerciale e Marketing. Si cambia dunque, ma con due uomini da sempre in azienda che ne condividono valori e modelli. Per un cambiamento nel segno della più assoluta continuità. E in Verallia la continuità significa portare avanti valori sui quali non si discute. A cominciare da una logica di sviluppo responsabile e sostenibile, obiettivo primario per un'azienda che ha da sempre avuto attenzione per l'ambiente in cui opera. Centrale è inoltre il rispetto per la salute e la sicurezza sul lavoro per le quali l'impegno di Verallia Italia è continuo sia a livello di informazione che di formazione. E su tutto c'è la

determinazione di essere sempre al fianco dei clienti in modo affidabile, trasparente ed efficace. Ma ora c'è qualcosa di nuovo nell'aria per dare vigore a questi valori. Da oggi l'innovazione, sempre presente in Verallia, cambia marcia in quanto non sarà più, o meglio, non sarà solo legata all'innovazione di prodotto, ma sarà un'innovazione radicale che arriverà a coinvolgere il modo di pensare e la cultura dell'intera azienda. Sarà un'innovazione in grado di esplorare nuove strade ispirate ad una visione che sappia cambiare regole del gioco e anticipare soluzioni in grado di aprire nuovi mercati ai suoi clienti, diventando fattore differenziante nei confronti della concorrenza. La continuità in azienda si esprimerà come sempre nel mantenere alta l'attenzione su tutti gli uomini, sull'importanza data al lavoro di ognuno, su rapporti consolidati nel tempo, su meccanismi resi validi dall'esperienza mentre il cambiamento si indirizzerà nella ricerca di un maggiore dinamismo facendo crescere la cultura della mobilità, dando spazio alle generazioni più giovani, cercando collaborazioni di talento. Tutto questo per far sì che si sviluppi una fitta rete di relazioni in cui, all'interno degli obiettivi comuni, la differenza di

pensiero trovi spazio. Perché è nella differenza che nasce la vera innovazione, quella radicale, quella che cambia il significato dei prodotti e che è "una delle maggiori fonti di vantaggio competitivo a lungo termine".\* In Verallia Italia la continuità e il cambiamento si esprimeranno insieme anche attraverso l'Innovation Team che continuerà a dare forma alle idee trasformandole in prodotti, ma che lo farà con una forza propulsiva maggiore. All'interno di una rete di rapporti che coinvolgerà tutta l'azienda, il Team dovrà infatti lavorare per soluzioni che diano ai clienti la percezione che Verallia Italia fa la differenza e che saprà dare ogni giorno più valore alla loro immagine e ai loro prodotti. Signore e Signori, si cambia per continuare il viaggio. Verallia Italia è pronta come sempre.

\*Roberto Verganti, Design-Driven Innovation, Rizzoli Etas, 2011, p. 3

### SOMMARIO

- Editoriale. pag. 01
- Innovare in tutta continuità. pag. 02
- Sulla strada chiamata futuro da oggi c'è VeralliaLab Dego. pag. 04
- Al Simec c'è un grande prato verde. pag. 06
- Cheese. Una forma di vita intelligente. pag. 07
- Vinibuoni d'Italia 2012 e Verallia mettono un fiore all'occhiello all'ecosostenibilità. pag. 08
- In Algeria il vetro alimentare è Verallia. pag. 08
- Ingredienti, passione, mestiere, responsabilità sociale: ecco Osterie d'Italia 2012. pag. 09
- La scienza in mano ai ragazzi. E non solo. pag. 09
- Passata std 37. Giusta per il consumatore, specializzata per l'industria alimentare. pag. 10
- Rubriche pag. 11
- Visti da vicino: miele.
- Dicono sul vetro.
- E il vetro va.





## INNOVARE IN TUTTA CONTINUITÀ.

### Intervista a due voci con il nuovo Amministratore Delegato Verallia Italia e il nuovo Direttore Commerciale e Marketing Roberto Pedrazzi



#### Quali sono state finora le vostre esperienze in azienda?

**Giuseppe Pastorino** - "Ho sempre lavorato in Verallia Italia dal 1989 nel settore amministrativo, a parte una breve esperienza in Isover. Per 10 anni sono stato direttore amministrativo e finanziario, ruolo che si è via via ampliato grazie ad uno sguardo attento alle tematiche gestionali. Negli ultimi anni mi sono occupato anche di progetti di sviluppo e crescita con, tra l'altro, l'acquisizione della vetreria Alver in Algeria e la creazione della joint venture VETRECO che opererà nel settore del riciclo del vetro. L'interesse che ho sempre avuto per i temi gestionali mi consente oggi di essere già calato nel mio nuovo ruolo, perché la storia di Verallia

Italia mi appartiene, ne condivido i valori e individuo nell'innovazione e nella continuità le parole chiave per delineare la strada da seguire".  
**Roberto Pedrazzi** - "Dopo aver conosciuto la realtà di Verallia Italia, ho avuto importanti esperienze internazionali in cui ho potuto approfondire similitudini e differenze tra le varie aziende del Gruppo e ho lavorato sull'ampliamento del network e sullo sviluppo sinergico. L'ottica che mi appartiene è quella di un continuo confronto e di una stretta collaborazione tra Verallia Italia e le altre realtà internazionali del Gruppo utilizzando un'ampia rete di contatti. L'obiettivo dichiarato è quello di allargare i nostri rapporti internazionali".

#### Come vi ponete nei confronti della continuità e del cambiamento, parole chiave per l'azienda?

**Giuseppe Pastorino** - "La nomina contemporanea di due persone nate e cresciute in azienda è un segnale forte perché entrambi siamo portatori della cultura e del modello di Verallia Italia e questa è una conferma della

loro bontà e della validità della squadra che li portano avanti. Voglio per questo sottolineare che sento queste nomine un riconoscimento alla squadra, più che personale. L'obiettivo da raggiungere sarà quello di mantenere la solidità del modello Verallia, che non è minimamente in discussione, mettendolo in relazione con le nuove sfide che ci aspettano e che richiedono una spinta innovativa forte. In questi anni Verallia Italia ha sempre saputo reagire bene e in velocità al mercato supportando con efficacia i clienti nelle loro spinte innovative in termini di prodotto, di comunicazione, di canali distributivi, ma oggi è necessario fare un passo più avanti esprimendo valori di cambiamento che le consentano, agli occhi dei clienti stessi, di differenziarsi in modo netto dal resto del mercato. Adesso è arrivato il momento di farlo, di muoversi alla ricerca di un'innovazione che sia prima di tutto un fatto culturale. Deve esserci per questo uno sforzo comune allargato a tutta l'azienda che liberi energie potenziali e

trasformi in profondità il modo di pensare perché oggi non serve un'innovazione di facciata, ma di sostanza. E quindi, mantenendo il mercato come punto di riferimento, e i valori Verallia come solida base del nostro sviluppo, serve un'innovazione radicale. In una squadra così forte e coesa come quella di Verallia serve ora un pensiero divergente che aiuti a cambiare davvero le cose. E la figura di Roberto Pedrazzi avrà un ruolo centrale per la forza propulsiva del suo carattere e della sua esperienza internazionale".

**Roberto Pedrazzi** - "È indispensabile lasciare entrare aria fresca in azienda per far respirare meglio tutti e schiarirci le idee ed è importante farlo con continuità. Dobbiamo uscire dalla logica dell'innovazione di prodotto per arrivare alla cultura dell'innovazione in senso più profondo e radicale combinando insieme servizio, idee e pensiero. E le nostre nomine in contemporanea sono un fatto positivo che dà forti possibilità di successo nel conseguire gli obiettivi che ci proponiamo".







## Giuseppe Pastorino per parlare della strada da fare insieme e di come farla.

**Quali sono le strategie che avete individuato e da attuare?**

**Giuseppe Pastorino** - "C'è la necessità per Verallia Italia di attuare una forte mobilità, di aprirsi alle nuove generazioni e di creare occasioni per rapporti sempre più stretti con i clienti grazie ad un dinamismo condiviso che imprima un ritmo nuovo e faccia in modo che questa cultura dell'innovazione diventi centrale per tutti. Il nostro prodotto è un attore del btb, ma è innegabile anche che il suo gradimento da parte del consumatore è un importante fattore di successo per il nostro cliente. Siamo quindi chiamati a muoverci su due binari, quello del trade e quello del consumer. È una sfida avvincente che abbiamo sempre portato avanti e che ora più che mai riteniamo essere la chiave di volta per crescere in qualità e competitività".

**Roberto Pedrazzi** - "Nei nostri piani industriali è centrale migliorare la competitività e la nostra vicinanza al cliente. Per questo è innanzitutto fondamentale tenere conto

dei valori Verallia perché sono quelli che ci danno la forza di affrontare meglio i cambiamenti vivendoli come opportunità di



miglioramento piuttosto che come minacce per il nostro futuro. Ma la squadra Verallia Italia deve però imparare ad esprimersi di più e più liberamente sia verso la sede centrale sia all'interno dell'organizzazione locale. Deve inoltre aumentare il livello di intimità con il cliente, intesa come forte sintonia con le sue problematiche, perché è il cliente la nostra risorsa e dobbiamo impegnarci per conoscerlo sempre meglio. Perché più lo conosciamo, più siamo in grado di proporgli quei cambiamenti che siano sostanziali per la sua crescita. Che è poi la nostra crescita.

Di tutto questo l'Innovation Team deve diventare ogni giorno di più il motore propulsivo proponendo design e tendenze che siano sempre in grado di interfacciarsi con il marketing del cliente per anticipare soluzioni che diano valore alla sua immagine e lo supportino nei confronti del mercato, a cominciare da quello internazionale nel quale la forza del Made in Italy è viva più che mai. C'è bisogno quindi di esplorare continuamente nuove strade, di far crescere il network, di innovazioni radicali che cambino significato ai prodotti, aprendoli a nuovi modi di utilizzo mai pensati prima. Di innovare d'anticipo. Sarà mio compito riuscire a mettere in azione idee ed energie di tutti perché la vera innovazione nasce da un impegno e un coinvolgimento comuni".

**Che atteggiamento avrà Verallia Italia nei confronti dello sviluppo sostenibile?**

**Giuseppe Pastorino** - "Ci sarà la stessa determinazione nel continuare il nostro impegno nei confronti dell'ambiente grazie ad una logica di

sviluppo sostenibile che prevede impianti fonoassorbenti, circuiti chiusi di raffreddamento del vetro, moderni sistemi di depurazione fumi, sicurezza sul lavoro e l'impegno diretto nel riciclo del vetro. In questo campo Verallia Italia ha già raggiunto risultati molto rilevanti producendo oltre il 63% dei suoi articoli con vetro riciclato e superando, su alcune tipologie di produzione, il 90% di riciclo".

**Roberto Pedrazzi** - "Siamo un'azienda che punta sull'ecosostenibilità rispettando in modo responsabile le regole e applicando la filiera corta nei trasporti, contribuendo così ad un abbattimento di Co2 sistematico. Il nostro impegno è incontestabile come è incontestabile la naturalezza del vetro, un materiale sano, sicuro, naturale, ecosostenibile e riciclabile al 100% all'infinito, che Verallia Italia è orgogliosa di produrre".







## SULLA STRADA CHIAMATA FUTURO DA OGGI C'È VERALLIALAB DEGO.



Jérôme Fessard



Giuseppe Pastorino



Roberto Pedrazzi

## Alla presenza di Jérôme Fessard, Direttore Generale di Verallia, si di bottiglie e vasi in vetro nel segno dell'innovazione e al servizio

**4 novembre 2011.** Dego, Italia. Anzi Verallia Italia. È un giorno importante per l'azienda che con l'inaugurazione di VeralliaLab a Dego apre un'altra corsia sulla sua strada verso il futuro. VeralliaLab Dego ha tutta la tecnologia per dare una forma in diretta alle idee, per trasformare in realtà un pensiero che è destinato a diventare prodotto. Tutto al servizio dei clienti. L'inaugurazione è stata un successo per la nutrita partecipazione di clienti, autorità, giornalisti e di tanta parte di Verallia Italia. Il taglio

del nastro è stato preceduto da interventi significativi sui temi dell'innovazione e del vetro. Giuseppe Pastorino, Amministratore Delegato di Verallia Italia, ha dedicato il suo intervento alla cultura del cambiamento nella continuità dei valori e della strategia dell'azienda. Roberto Pedrazzi, Direttore Commerciale e Marketing, ha delineato un contesto di mercato sempre più complesso ed incerto individuando nell'innovazione, in VeralliaLab e nell'Innovation Team un motore propulsivo per

lo sviluppo di Verallia Italia. L'architetto Jacopo Bargellini, JFB Design Management, ha parlato di Design management e di innovazione come elementi chiave per il futuro di un'azienda. Piero Sardo, Presidente della Fondazione Slow Food per la Biodiversità Onlus, ha sottolineato l'importanza del vetro come fattore di qualità per i prodotti che contiene, portando esempi legati alle attività dei Presidi Slow Food. Ed infine il Professor Giorgio Calabrese, Docente di dietetica e nutrizione umana

all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza e all'Università degli Studi di Torino, ha dichiarato in modo perentorio e con la consueta verve che il vetro vuol dire salute, sicurezza, gusto e che non c'è un materiale migliore da utilizzare per gli alimenti. A questi interventi è seguito il taglio del nastro da parte di Jérôme Fessard, Direttore Generale di Verallia, e VeralliaLab di Dego, progettato dallo studio Armellino&Poggio con criteri di sostenibilità ambientale e risparmio energetico, è entrato







Jacopo Bargellini



Piero Sardo



Giorgio Calabrese

## è inaugurato a Dego il nuovo spazio dedicato alla progettazione dei clienti.

ufficialmente a far parte di Verallia Italia. In uno spazio bianco e luminosissimo azienda e clienti lavoreranno da oggi fianco a fianco per immaginare prodotti che possano cambiare le regole del gioco sul mercato. E in questo luogo dedicato alle idee trova posto anche una dimensione artistica con il Progetto Lampade realizzato con il Liceo Artistico Martini di Savona, con la collezione de I riprodotti in cui bottiglie e vasi di vetro vengono riutilizzati in modo ironico per parlare dell'infinito riuso del vetro e con

una collezione esclusiva di bordolesi della linea Ecovà, la più leggera ed ecologica di Verallia, dipinta da artisti da sempre legati al vetro e alla sua storia. Questi pittori si sono misurati sul tema dell'Ecosostenibilità del vetro in una sfida appassionante in cui la bottiglia bordolese è diventata il veicolo creativo attraverso il quale ognuno ha espresso la sua poetica, il suo stile e la sua tecnica creando un mondo di immagini e di emozioni uniche. A chiusura della giornata Jérôme Fessard ha incontrato i

giornalisti in una conferenza stampa dove si è parlato del vetro, dei suoi valori, di Verallia e delle strategie future dell'azienda. Il Direttore Generale di Verallia ha tra l'altro risposto ad una domanda specifica sull'aumento dei costi della materia prima affermando di non essere preoccupato perché in azienda "utilizziamo come nostra prima materia il rottame di vetro che ci consente di contenerli". Ha inoltre sottolineato gli investimenti sulle energie alternative, biomasse compresse, mettendo

in evidenza una volta di più la vocazione ad uno sviluppo responsabile e sostenibile di Verallia. Sviluppo che VeralliaLab di Dego contribuirà da oggi a far crescere con progetti sempre nuovi.







## AL SIMEI C'È UN GRANDE PRATO VERDE.

Dal 22 al 26 novembre a Fiera Milano Rho, Verallia è presente alla grande manifestazione internazionale con un'immagine tutta nuova nella quale esprimerà i valori di sempre, a cominciare da quello dell'ecosostenibilità, e con tanta voglia di guardare avanti.

Tra il succedersi degli stand del Simeì il prato verde di Verallia cattura subito l'attenzione. Formato da tantissime bottiglie verdi, una affiancata all'altra, evoca da una parte l'idea metaforica del prato e dall'altra l'anima produttiva dell'azienda. Questo pavimento ecosostenibile al 100% è alla base dello stand come l'ecosostenibilità è alla base di Verallia in ogni sua scelta aziendale. Sullo sfondo si staglia un grande albero di bottiglie, simbolo delle qualità del vetro, materiale sano, naturale, sicuro, riciclabile al 100% all'infinito.

Quest'anno per Verallia la presenza al Simeì, la più grande esposizione mondiale di macchine e attrezzature per l'enologia e per la produzione, l'imbottigliamento e il confezionamento delle bevande, è particolarmente importante. È infatti qui per la prima volta con il nuovo nome e il nuovo logo e a questi si propone di dare la massima visibilità possibile all'interno dello stand, rafforzandoli anche con la presentazione della campagna istituzionale Verallia che arriverà al grande pubblico grazie alla contemporanea uscita sui

maggiori quotidiani italiani: Il Sole 24 Ore, Il Corriere della Sera e La Repubblica. Nome, logo e campagna esprimono i grandi valori che da sempre Verallia

porta avanti, primo fra tutti quello di uno sviluppo responsabile e sostenibile che viene perfettamente espresso nel prato di bottiglie.



## Info Simeì Enovitis



La manifestazione si svolge dal 22 al 26 novembre 2011 al quartiere Fiera Milano a Rho.

Simeì è la vetrina internazionale ideale per presentare tutte le innovazioni tecniche, le macchine, i prodotti e servizi, che vengono utilizzati nella produzione, nell'imbottigliamento e nel confezionamento delle bevande. Ad essa si affianca Enovitis che si occupa in particolare della filiera vitivinicola con le ultime proposte tecnologiche per la viticoltura e l'olivicoltura. 35.000 mq occupati, 647 aziende, 24 Nazioni,

oltre 50.000 visitatori attesi, dei quali il 20% esteri: ecco i numeri attesi per l'edizione 2011. Gli espositori italiani sono in aumento rispetto al 2009 ed è previsto un incremento ulteriore di aziende e marchi esteri provenienti da Austria, Belgio, Bulgaria, Canada, Cile, Cina, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Portogallo, Regno Unito, Slovenia, Spagna, Svizzera, Sud Africa, Ungheria e USA. Nel corso delle passate edizioni è cresciuto l'interesse da parte di amministratori delegati, direttori, responsabili aziendali, buyer,

che con le loro scelte influenzano in modo significativo le tendenze dei produttori. C'è quindi nuovo slancio e ottimismo per questa grande manifestazione che nell'edizione 2011 pone un'attenzione sempre crescente alle politiche di sostenibilità.





## CHEESE. UNA FORMA DI VITA INTELLIGENTE.

Dal 16 al 19 settembre si è svolta l'ottava edizione di Cheese, la manifestazione in onore di sua maestà il formaggio organizzata dalla città di Bra e da Slow Food. E a cui ha partecipato Verallia con uno stand che ha destato grande interesse.



Cheese vuol dire formaggio e dintorni. Cheese è una manifestazione piena di vita profondamente legata al territorio che si svolge per le strade di Bra, una piccola e bella città sospesa tra Langhe e Roero, mescolandosi ai suoi ritmi e alla sua storia. Cheese unisce e differenzia nel nome di Mozzarelle e Pecorini, di Stilton ed Époisse. Unisce perché sotto il suo nome c'è spazio per tutti i formaggi del mondo e differenzia perché ha la capacità di metterne in evidenza l'infinita varietà. L'Italia in particolare ha

dietro i suoi innumerevoli campanili un patrimonio di formaggi di cui è importante salvaguardare la diversità: dietro ad ognuno ci sono storie e tradizioni portate tenacemente avanti con passione da piccoli, eroici produttori che, messi uno accanto all'altro, ci danno l'immagine di un paese che non si arrende. Questi sapori sono libri aperti sul passato e basta girare tra gli stand per fare un giro d'Italia che ci dà un ritratto del nostro Paese più reale di tante parole. È un giro d'Italia dove vince chi partecipa, perché vuol dire che c'è ancora e che è riuscito a resistere ad un mondo che usa e getta, per proporre un mondo che produce e rispetta. Ma Cheese non è solo Italia. È aperto infatti anche al mondo e ha dato spazio innanzitutto alla Francia, ospite d'onore di quest'anno, e ai suoi formaggi che fanno parte della storia del gusto del mondo intero, alla Scandinavia, alla Macedonia, agli Stati Uniti, all'Inghilterra e a tutti quei Paesi che hanno voluto

esserci per confrontarsi, farsi conoscere e crescere. Per questo Carlin Petrini, nella cerimonia di inaugurazione della manifestazione davanti ad un pubblico attento su cui spiccavano le fasce tricolori dei Sindaci di tanti piccoli comuni della zona, ha parlato di Cheese come di un evento illuminato e illuminante in cui ogni formaggio è un mondo che ha dentro di sé lavoro, uomini e territorio. La crescita di questa manifestazione parla della ricerca di un nuovo legame tra consumatori, produttori e ambiente, della nascita di una coscienza diversa che consenta di costruire un futuro meno impresentabile per i nostri figli. C'è da notare che al Cheese di quest'anno c'è stata una forte presenza di giovani e si è parlato del recupero di antichi lavori come per esempio quello dell'affinatore di formaggi, professione che aveva storicamente in Bra i suoi maggiori esperti e la cui rinascita può creare nuovi posti di lavoro. Sono queste le cose in cui noi italiani dobbiamo

credere: nella nostra manualità e artigianalità forte di secoli di esperienza combinata ad una creatività in continua attività. Al Cheese, in cui il rispetto per l'ambiente è centrale, Verallia ha trovato una sua collocazione più che naturale. Sostenitore benemerito e sponsor tecnico della Fondazione Slow Food per la Biodiversità Onlus, Verallia ha allestito uno stand per parlare del vetro e delle sue qualità, del Progetto latte con la bottiglia creata per i distributori di latte crudo e del suo impegno per uno sviluppo sostenibile. Ha inoltre distribuito simpatiche borsette in cotone portabottiglia con il messaggio "è vetro è sano". L'interesse da parte del numeroso pubblico è stato molto e tutti si sono mostrati dalla parte del vetro, dei suoi valori ecosostenibili e di Verallia.







## VINIBUONI D'ITALIA 2012 E VERALLIA METTONO UN FIORE ALL'OCCHIELLO ALL'ECOSOSTENIBILITÀ.

Il 5 novembre alla premiazione delle Corone della Guida dei vitigni autoctoni italiani sono state premiate le aziende che si sono impegnate di più per uno sviluppo sostenibile.

ViniBuoni d'Italia, l'unica guida italiana dedicata esclusivamente ai vini da vitigni autoctoni, ha premiato al teatro Puccini di Merano i 278 vini che hanno ottenuto il massimo riconoscimento della Corona per la loro eccellenza. Ispirata alla tradizione enologica italiana e volta a valorizzare le radici locali, il territorio e la tipicità, la guida ViniBuoni mette a disposizione dei consumatori e del mercato italiano ed estero una scelta che si basa sui livelli qualitativi e il rapporto qualità-prezzo che gli autoctoni esprimono. La guida è unica nel panorama italiano anche perché si basa su

un processo di selezione eccezionale per impegno e per trasparenza che quest'anno ha selezionato 4.500 vini. Nel 2012 ViniBuoni d'Italia si apre alle degustazioni della vicina Istria croata ed ha una sezione dedicata agli spumanti italiani metodo classico curato dall'ONAV (Organizzazione Nazionale Assaggiatori Vino). I temi forti di questa edizione sono il rapporto vino-cibo-territorio, il bere consapevole e il vino e i valori dell'ecosostenibilità. In quest'ambito Verallia, che è sponsor della Guida, ha consegnato il premio Ecofriendly "VinoAmbiente 2012" al

Consorzio Tutela Vini Soave e a sette aziende che si sono particolarmente distinte per il loro impegno per uno sviluppo sostenibile: la Tenuta San Pietro in Piemonte, Conte Collalto in Veneto, Giorgio Colutta-Bandut in Friuli Venezia Giulia, Trebotti in Lazio, Moroder nelle Marche, Villa Matilde in Campania e Tenuta Sella&Mosca in Sardegna. Il premio è un fiore in vetro nato da una bottiglia negli stabilimenti Verallia per opera degli uomini dell'azienda. E c'è forse un simbolo più efficace di questo per parlare dell'ecosostenibilità perseguita dalle aziende premiate e da Verallia stessa?



## IN ALGERIA IL VETRO ALIMENTARE È VERALLIA.

La strategia di investire nei mercati emergenti ha portato Verallia ad acquisire lo stabilimento Alver in Algeria.

Dal 26 giugno 2011 Alver, una delle principali società algerine per la produzione e la commercializzazione di contenitori in vetro, è entrata a far parte di Verallia. Sarà Verallia Italia, realtà consolidata del Gruppo e vicina per posizione geografica, a seguire il piano di investimenti destinato a far crescere Alver, una realtà che ha sede ad Orano, conta 470 dipendenti, dispone di due

forni e di sei linee di produzione. Ora Verallia Italia si occuperà di aumentare le sue capacità produttive e di migliorarne le prestazioni, mettendo in atto anche un piano di formazione per il personale. "Questa acquisizione rientra nel quadro della strategia di crescita messa in opera da Verallia, specialmente nei paesi in forte sviluppo, e rappresenta il nostro primo

impianto nel sud del bacino del Mediterraneo, un mercato che offre un importante potenziale per l'imbottigliamento di prodotti alimentari e bevande" ha dichiarato Jérôme Fessard, Direttore Generale di Verallia. Si tratta di un potenziale interessante sia sul fronte interno per la forte crescita demografica, le enormi possibilità economiche, la prospettiva di crescita e i costi

competitivi del mercato algerino, sia per tutto il Maghreb e il Sudafrica. Si tratta di una buona notizia in più per Verallia.







## INGREDIENTI, PASSIONE, MESTIERE, RESPONSABILITÀ SOCIALE: ECCO OSTERIE D'ITALIA 2012.

Il 24 ottobre è stata presentata a Milano la Guida Slow Food ed è stato consegnato il Premio Alto Profilo Verallia a tre Osterie segnalate.

Durante la presentazione della Guida alle Osterie d'Italia 2012 ha parlato, tra gli altri, la giornalista di Repubblica Lucia Granello che ha messo l'accento sul fatto che non c'è via di mezzo: la cucina o è buona o è cattiva. La differenza è data dalla qualità delle materie prime e dalla correttezza e trasparenza delle

scelte fatte giorno per giorno. È un dovere quindi essere vicini a chi fa buona agricoltura, a chi sceglie materie prime buone e sane, a chi cucina con passione e mestiere, a chi esprime una cucina che è innovazione continua e rispetto delle tradizioni, a chi si impegna in una ospitalità attenta e cordiale. "Il

mestiere degli Osti non è solo quello di cucinare perché hanno anche un ruolo sociale, economico e politico nel senso che riguarda tutta la sfera pubblica di un individuo. La Guida Osterie d'Italia è qualcosa di più di una guida per mangiare bene" ha infatti sottolineato il Presidente di Slow

Food Italia Roberto Burdese. E con il Premio Alto Profilo, quest'anno in una versione Tricolore per festeggiare i 150 anni dell'Unità d'Italia, sono state segnalate per l'impegno dimostrato in questo senso le osterie "La Brinca" di Ne (GE), "Da Cesare" di Roma e "Angiolina" di Pisciotta (SA).



## LA SCIENZA IN MANO AI RAGAZZI. E NON SOLO.

"Sentieri per crescere" è il programma per consentire ai ragazzi di essere protagonisti del mondo della scienza. Grazie anche al MASTeR, museo scientifico interattivo. E alla collaborazione convinta di Verallia.

A Mantova e provincia l'associazione "Per il parco" Onlus apre ai ragazzi delle scuole le porte della scienza con laboratori didattici e progetti scientifici. I percorsi da sviluppare in classe sono diversissimi: botanica, matematica, astronomia, chimica, zoologia, corretta gestione dei rifiuti. Il taglio è fortemente interattivo e per questi cittadini del futuro ci sarà la possibilità di toccare con mano la scienza e le sue meraviglie, con una particolare attenzione all'ambiente. Affiancate alle proposte didattiche in classe ci saranno escursioni nella zona per scoprire l'ambiente e visite

ad aziende specializzate che si sono rese disponibili ad accogliere le classi nei propri stabilimenti. Verallia, da sempre attenta al territorio e al rapporto con le generazioni più giovani, farà conoscere l'organizzazione dell'azienda e il ciclo del vetro, un materiale amico dell'ambiente perché sano, naturale, sicuro, riciclabile al 100% all'infinito. A queste attività da qualche anno si affianca il MASTeR (Mantova Ambiente, Scienza Tecnologia e Ricerca), museo scientifico interattivo, con una spiccata vocazione alla divulgazione della

scienza in modo creativo. Il MASTeR si trova a Virgiliana – Frassino (MN) e si propone alle scuole e al pubblico sempre con un approccio strettamente legato all'interattività, al fare per capire, al provare sperimentando. Per il 2011/2012 il MASTeR si è ispirato all'Anno Internazionale delle Energie Rinnovabili per tutti, con mostre e attività realizzate grazie anche alla collaborazione con enti ed aziende come Verallia che credono che lo sviluppo ecosostenibile sia la via maestra da seguire.





### Giusta per il consumatore, specializzata per l'industria alimentare.

La nuova bottiglia è un contenitore innovativo, dalle importanti performance tecniche, capace di rispondere alle nuove abitudini di consumo.

Il formato è dedicato alle nuove famiglie, per nuclei di due o tre persone, ma anche per i single. Al contrario delle sorelle maggiori da 72 cl (che bastano per più di un pasto ma che dimenticate in frigo finiscono generalmente per essere buttate) la nuova bottiglia ha la giusta misura, i suoi 37 cl sono la quantità perfetta per non sprecare prodotto.

Un contenitore realizzato in vetro bianco, funzionale ma anche bello da vedere, con una pancia a tutto tondo che ricorda la rotondità del pomodoro. Una forma che lo distingue, che comunica il prodotto, e che mostra importanti contenuti tecnici. A partire dal piede con dimensioni e raggature progettate per evitare le rotture anche nel caso di prolungati stazionamenti, e che assicura un'ottima stabilità nella viabilità in linea. Ma nonostante la grande pancia non mancano le ampie zone di contatto per assorbire gli urti e per offrire abbondante spazio all'etichettatura.

La nuova bottiglia utilizza una delle bocche più diffuse dei contenitori da 72 cl, così da permettere ai clienti di usufruire di capsule già in loro dotazione. La bocca tanto ampia poi facilita lo svuotamento da parte del consumatore.

La "passata std 37" (il nome tecnico del contenitore) con le sue qualità ha già conquistato l'interesse del mondo dell'industria alimentare e a breve vedremo il suo esordio tra gli scaffali dei supermercati.



Nome: **PASSATA STD 37 T53**

Versione: **37 cl**

Colore: **bianco BN**

Peso: **210 gr**



## VISTI DA VICINO.

### Qualche domanda a chi si occupa di MIELE da vicino.

Tra Cefalù e Palermo, affacciato sul golfo di Termini Imerese, si trova il parco naturale del Monte San Calogero dove volano alti l'aquila reale e il falco pellegrino. Alle falde di questo paradiso naturale c'è l'apicoltura Amodeo Carlo che produce il miele del Presidio dell'Ape Nera Sicula.

#### Signor Amodeo quando nasce la sua azienda?

Ho iniziato l'allevamento delle api alla fine degli anni 70, ma è diventato il mio lavoro dal 1985. Oggi ho 1.500 alveari e la mia apicoltura opera il nomadismo su tutto il territorio siciliano che si distingue per paesaggi molto diversi anche a breve distanza l'uno dall'altro. Per ognuno le api producono mieli differenti per fragranza, aromi e colori e riusciamo così a produrre più di 17 varietà di mieli monofloreali che vanno dal bianco perlaceo del nespolo al nero della melata.

#### Quali sono le caratteristiche del suo prodotto?

Il nostro miele è piena espressione del territorio e della flora siciliana, in quanto non soltanto non subisce manipolazioni termiche né microfiltrazioni, ma viene estratto ogni dieci giorni circa per evitare che invecchi e mantenga inalterati i profumi, le fragranze, gli enzimi e di conseguenza la propria vitalità. Fin da piccolo sono sempre stato un mangiatore di miele e anche oggi se non apprezzo un miele non entra nei miei vasetti in vetro. Alla base dell'allevamento dei miei apiari c'è il rispetto delle stesse api. Le faccio solo un esempio di cosa intendo: ritengo importantissimo non usare guanti che proteggono dai pungiglioni, perché se le api pungono lo fanno solo se si è poco delicati e con i guanti non si impara mai ad esserlo.

#### Qual è il suo rapporto con i Presidi Slow Food?

Il legame con i Presidi Slow Food è forte, ne condivido i valori e lo vedo come uno spiraglio per aiutare il mondo a salvare la biodiversità e quindi la vita. La mia opera di salvataggio dell'ape sicula maior del Presidio è cominciata con il prof. Pietro Genduso ed è continuata con la collaborazione dell'Università di Palermo e dell'Istituto nazionale di apicoltura di Bologna.

#### Perché ha scelto il vetro per il suo miele?

Sembra quasi superfluo motivare la scelta del vetro: esso è sinonimo di trasparenza e d'igiene, non altera l'alimento che contiene ed è un contenitore non aggredibile in alcun modo dall'esterno. Il barattolo realizzato da Verallia con il logo Slow Food in rilievo è inoltre veramente distintivo.

#### Qualche consiglio per utilizzare il miele in cucina?

Noi usiamo servire il nostro miele con i formaggi sia freschi che stagionati facendo attenzione all'abbinamento: i formaggi delicati vogliono mieli decisi come l'aneto, il castagno o le melate mentre quelli stagionati li amano delicati come il mandarino, il nespolo o l'arancio. Non parliamo poi delle frittelline al miele che sono una vera ghiottoneria!



## DICONO SUL VETRO.

Piccola rassegna stampa.

#### L'eno-appassionato amico dell'ambiente

L'eno-appassionato amico dell'ambiente predilige le bottiglie in vetro alleggerito, che rappresentano uno degli strumenti eco-friendly più diffusi nel mondo del vino, a cui le cantine che hanno scelto di convertire la propria produzione in difesa dell'ambiente guardano con interesse crescente. Una bottiglia in vetro alleggerito non solo permette un risparmio - sia in termini di energia usata nel processo produttivo sia di emissioni di CO2 - ma al momento in cui viene gettata via il quantitativo di materiale è minore, ed essendo vetro è riciclabile al 100%, ovvero una bottiglia può tornare ad essere una bottiglia.



[www.krones.cn/it/industries/2124.htm](http://www.krones.cn/it/industries/2124.htm)  
<http://www.winenews.it/news/22850/il-decalogo-delleno-appassionato>

#### Ritorna il "vuoto a rendere" mai più bottiglie usa e getta di Christian Benna

Compril latte. Paghi anche la bottiglia. E ti restituiscono i soldi, una ventina di centesimi, quando riporti il contenitore al negoziante o al supermercato. Scene quotidiane in Italia, fino a trenta, quarant'anni fa. Poi la febbre dei consumi ha tolto l'impiccio di tempo e del trasporto in più per far posto all'usa e getta, nel migliore dei casi affidato alla raccolta differenziata. Scaricando sull'ambiente uno spreco vissuto come piccola comodità. Un lusso che ora non è più possibile permettersi.



<http://temi.repubblica.it/repubblica-rapporti-affari-e-finanza/category/ambiente/-/ritorna-il-vuoto-a-rendere-mai-piu-bottiglie-usa-e-getta-2/>

#### Il vetro ha l'impatto minore

Fra i vari materiali disponibili per realizzare pack, il vetro è quello più rispettoso dell'ambiente. Per tali misurazioni è necessario riflettere sul carbon footprint e sull'intero ciclo di vita dell'oggetto.

Francesca Tozzi  
Largo Consumo n. 6/2011



## E IL VETRO VA.

Cartoline dal mondo.



Messico



Valencia



Tunisia





**CONTENUTI SANI,  
OBIETTIVI RESPONSABILI.**

Non basta produrre bottiglie e vasi in vetro sani, naturali, sicuri e riciclabili al 100% all'infinito. Per noi è anche indispensabile seguire logiche di sviluppo responsabile e sostenibile. Occuparsi direttamente del riciclo del vetro. Mettere prodotti sempre nuovi nelle vostre mani. Per questo siamo **Verallia**, il vetro per alimenti.