



Fazendo diferença na América do Sul



SIG Combibloc

O sucesso se constrói caso a caso

O nosso slogan, “Fazendo Diferença”, significa, em uma leitura direta, trabalhar para garantir o sucesso dos negócios dos nossos clientes. Por isso, não medimos esforços para encontrar soluções sob medida em tecnologia, produtos e serviços, além de manter um relacionamento próximo e sólido com nossos parceiros.

Estudamos e entendemos as particularidades de cada negócio, a fim de trazer respostas eficazes. O nosso segredo está em pensar de maneira integrada, em todas as fases do projeto.

O principal desafio é identificar oportunidades de mercado e transformá-las em novos negócios de sucesso. Nossos serviços diferenciados começam ainda na atividade de pré-venda, com as pesquisas de mercado, passando pelo desenvolvimento das artes das embalagens até as ações de lançamentos de produtos. Além disso, nossa expertise mundial em gerenciamento de projetos garante soluções tecnológicas de alta performance.

Nas páginas a seguir, você poderá conhecer alguns casos de sucesso na América do Sul



Lácteos e bebidas à base de soja

Cemil inova no mercado de leite UHT com linhas de alta velocidade; ela foi a primeira do Brasil a introduzir o leite UHT com a conveniência da tampa abre-fácil



Cemil em alta velocidade

A Cemil (Cooperativa Central Mineira de Laticínios) decidiu instalar em 2007 duas máquinas de envase CFA 812, cada uma delas com capacidade de 12 mil embalagens de um litro por hora, para substituir quatro máquinas que funcionavam na planta. Com o novo equipamento, a Cemil se tornou a empresa com as linhas de envase de leite UHT mais rápidas da América do Sul. Além disso, as linhas são totalmente automatizadas, desde a recepção do leite *in natura* até a paletização.

As máquinas CFA 812 da SIG Combibloc são bastante flexíveis e possibilitam o envase em diferentes volumes (1.000ml, 750ml e 500ml).

O projeto também marcou o início de um grande processo de transformação do mercado de embalagens para leite UHT. A Cemil foi a primeira a introduzir uma combinação que se tornou referência: um formato inédito de embalagem para leite UHT com a conveniência da tampa abre-fácil. E a empresa segue inovando: em 2010, será a vez de substituir a tampa combiLift pela prática tampa-rosca na linha de leite.

Antes do lançamento, o novo conceito foi amplamente testado pelo Instituto Ipsos, junto aos consumidores de Minas Gerais. A pesquisa confirmou a atratividade da nova solução, avaliada como mais bonita, ergonômica e prática na hora de abrir, fechar e armazenar.

Desde então, o modelo passou a ser reproduzido por outros fabricantes, que rapidamente perceberam o sucesso do novo conceito.



Sucesso garantido

Com o projeto, a Cemil conquistou benefícios fundamentais no competitivo mercado de leite UHT: alta produtividade com otimização de custos, graças à eficiência e baixo índice de perda das máquinas da SIG Combibloc, e diferenciação de seus produtos da concorrência.

Além da linha de leite UHT, a Cemil produz bebidas lácteas, sob as marcas Performance e Chocomil, e bebidas à base de soja de diversos sabores com a marca Soy.

Desde o lançamento, a empresa tem investido de forma marcante em campanhas de marketing para alavancar as vendas e reforçar a imagem da marca entre os consumidores. As principais peças publicitárias utilizaram como garoto-propaganda o apresentador de TV Edu Guedes e a tradicional mascote da Cemil (uma vaca estilizada).

Algumas ações que conquistaram os consumidores mineiros foram sorteios de carros e motos, como o “Super Show de Prêmios Cemil”, as embalagens licenciadas com as logomarcas dos times Atlético Mineiro e Cruzeiro, placas nos estádios de futebol e vinhetas veiculadas nos intervalos das partidas.

A marca Cemil destaca-se no mercado brasileiro de lácteos por ser líder na região leste, que engloba os estados de Minas Gerais e Espírito Santo, e o interior do Rio de Janeiro. Fundada em 1992, a cooperativa mineira está presente em 16 estados brasileiros.



Leite Condensado

Frimessa

Leite Condensado

Tradicional

Superstado de Consumo

Frimesa, considerada a melhor referência em linha de envase de alta produtividade, opera hoje com perdas de embalagens inferiores a 0,5% e eficiência de linha superior a 90%



Frimesa conquista o máximo de eficiência

Com o objetivo de instalar uma linha de leite condensado de alta eficiência e lançar uma embalagem de qualidade superior, a Frimesa deu início, em 2004, a uma estreita parceria com a SIG Combibloc.

O primeiro desafio foi definir um design diferenciado para a nova embalagem, de forma a garantir maior destaque no ponto-de-venda. Para isso, exploraram-se todos os recursos do sistema de impressão em rotogravura, que oferece maior nitidez às imagens. Em seguida, foi a vez de instalar a máquina de envase CFA 712, com capacidade de produção de 12 mil embalagens por hora.

Hoje, o resultado desse duradouro trabalho está na conquista do título de possuir a linha de produção mais eficiente do Brasil. Ela opera com perdas de embalagens inferiores a 0,5% e eficiência de linha superior a 90%.

Além disso, a Frimesa conquistou uma posição de destaque na categoria de leite condensado, sendo hoje uma das cinco maiores produtoras em embalagens cartonadas.

Em pouco mais de um ano, a cooperativa **Piá** lançou e ampliou a sua linha de leites UHT, após a instalação de duas máquinas de envase da SIG Combibloc



Piá: parceria que evolui em tempo recorde

Desde que a Piá instalou a primeira máquina de envase da SIG Combibloc em Nova Petrópolis (RS), em 2008, os produtos da maior cooperativa produtora de leite da região Sul não param mais nas prateleiras dos supermercados.

A primeira etapa dessa parceria resultou no relançamento do tradicional leite Piá em uma embalagem muito mais moderna, a combibloc *Midi* com tampa combiLift, para atender o mercado do Rio Grande do Sul. Foi um sucesso absoluto: a produção planejada para um mês se esgotou em apenas uma semana.

Além dessa novidade, a cooperativa decidiu aproveitar da flexibilidade da máquina CFA 810 para introduzir a inovadora versão de 500ml de seu leite UHT. A mudança de volumes envasados pode ser realizada em alguns minutos, sem comprometer a eficiência da linha de produção.

A Piá decidiu apostar nesse volume diferenciado ao identificar a demanda por meio de pesquisa. A embalagem de meio litro é destinada a solteiros, casais sem filhos e mulheres que se preocupam com a saúde e a boa forma e que, por isso, querem comprar leite desnatado para seu consumo individual.

Avanço do projeto

A incontestável aprovação das embalagens da SIG Combibloc pelos consumidores gaúchos motivou a Piá a acelerar a segunda fase do projeto, realizada ainda em agosto do mesmo ano. Com apenas alguns ajustes no aplicador de tampas e sem alterar nenhum dos outros componentes da linha, a empresa passou a usar a inovadora tampa-rosca combiTwist.

O leite Piá, agora com o novo sistema de abertura, se tornou o primeiro do mercado gaúcho com tampa-rosca. Isso impulsionou ainda mais a imagem positiva da empresa, que hoje é vista como uma fabricante moderna e em perfeita sintonia com os consumidores.

A combiTwist trouxe ainda mais praticidade para os leites da Piá. A nova tampa permite que a embalagem cartonada seja aberta num simples movimento: ao girar a tampa, um dispositivo integrado rompe a embalagem no local previamente picotado, permitindo que o leite seja servido facilmente. Para fechar, basta torcer a tampa-rosca de volta. Um lacre de segurança mostra se a embalagem foi violada anteriormente ou não.



O consumidor atual está cada vez mais sofisticado e exigente; busca e valoriza soluções que ofereçam alta conveniência. A combiTwist foi desenvolvida exatamente para atender este tipo de demanda, uma vez que facilita ainda mais abrir, servir, fechar e armazenar o leite após a primeira abertura.

Os novos leites eram voltados inicialmente apenas para o mercado do Sul do país, mas uma parceria com as redes de supermercados Atacadão, Carrefour, Makro e Zaffari levou a bebida a outros centros consumidores importantes, como São Paulo, o que aumentou consideravelmente a produção da Piá.

Os resultados positivos da parceria já puderam ser comprovados em pesquisas do instituto Kantar, que indicam aumento de penetração de mercado e ganho de market share desde 2008.

Novidades em 2009

Com a aprovação dos consumidores, a Piá decidiu lançar, no início de 2009, a linha de bebidas à base de soja Vitta e o leite especial Plenna. A primeira, disponível nos sabores laranja, pêssego, uva e maçã, foca os consumidores que não toleram lactose

e buscam uma bebida refrescante e saudável. Já o leite especial Plenna, voltado às mulheres que buscam um estilo de vida mais saudável, é enriquecido com cálcio, vitaminas A e D e tem 0% de gordura. As novas bebidas também estão disponíveis no formato combibloc *Midi* com tampa combiTwist.

No intuito de passar a abastecer também os estados de Santa Catarina e Paraná, a Piá decidiu instalar mais uma máquina da SIG na planta localizada em Nova Petrópolis (RS), desta vez, a CFA 812, que chega a envasar até 12.000 embalagens de 1 litro por hora.

Tradição e qualidade

A Piá foi fundada em 1967 e está presente em mais de 85 municípios. A cooperativa conta hoje com mais de 10 mil associados. Ela foi a primeira produtora de leite UHT brasileira a obter o rigoroso certificado do sistema APPCC (Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle), além da certificação de gestão ambiental ISO 14000.

Flexibilidade da SIG Combibloc nas linhas de envase da **BRF Brasil Foods**: primeiro foi a vez dos leites especiais da Batavo; hoje a tecnologia já está presente no leite Cotochés e na bebida láctea Becel da Unilever



Com o objetivo de reposicionar a linha de leites especiais, a BRF Brasil Foods, empresa da qual fazem parte a Perdigão e Sadia, decidiu instalar uma máquina de envase CFA 206, com capacidade de seis mil embalagens de um litro por hora, para oferecer sua linha de leites especiais Batavo no inovador formato *combifit*. A decisão, ocorrida em meados de 2005, permitiu reforçar a imagem *premium* da marca, diferenciando os seus produtos no concorrido mercado de leite.

A solução de abertura escolhida foi a prática combiSwift, tampa-rosca que conta com triplo lacre de segurança. Ela é fácil de abrir, servir e fechar, protegendo o conteúdo de odores e agentes externos.

Os primeiros leites especiais da marca Batavo a chegar aos consumidores foram as versões enriquecidas com cálcio (Light Cálcio) e ferro (Ferro), além de uma opção com baixo teor de lactose (Sensy), todos na embalagem de um litro *combiftPremium*.

No final de 2006, a Perdigão ampliou a unidade fabril de Carambeí (Paraná) para instalar uma segunda CFA 206 e atender a alta demanda dos consumidores, reforçando a parceria com a SIG Combibloc. Com o sucesso da linha de leites especiais, a Brasil Foods decidiu lançar ainda no início de 2009 mais um leite especial, o Pense Light, enriquecido com cálcio, ferro e vitaminas, com 0% de gordura. A bebida visa atender a demanda por produtos saudáveis, que garantam o bem-estar.

Sucesso contagiante

A linha de leites especiais da Brasil Foods fez tanto sucesso entre os consumidores que o grupo resolveu iniciar uma joint venture com a Unilever para fabricar e comercializar os produtos da famosa marca Becel.

Conhecida por sua linha de margarinas que combatem o colesterol, a marca foi estendida para outras categorias de produtos, como a bebida láctea com fitosteróis Becel pro-activ. A nova bebida também está disponível na embalagem *combiftPremium* de um litro com tampa combiSwift.



Flexibilidade a toda prova

A flexibilidade da linha de envase da SIG Combibloc também permitiu à Brasil Foods lançar outras marcas de leite, desta vez, focadas em mercados regionais. Um bom exemplo é o leite Cotochés, de Minas Gerais, que chegou aos consumidores mineiros na embalagem combibloc *Midi* de 1 litro com tampa combiTwist. Outra novidade é o leite longa vida Batavo Integral, Desnatado e Semi-desnatado, marca *premium* da Brasil Foods, que foi relançado na inovadora combifit *Midi* para atender os mercados de Minas Gerais, Espírito Santo, Centro-Oeste e Nordeste.

A BRF Brasil Foods, é uma das maiores empresas de alimentos da América Latina e seus produtos chegam a mais de 110 países. Oferecer qualidade e inovação ao consumidor é um dos valores da empresa. Para ela, inovar implica desenvolvimento contínuo de novos produtos, melhoria sucessiva de qualidade, implementação de novas tecnologias, controle rigoroso dos processos produtivos para a garantia da segurança alimentar. O resultado dessa dinâmica são ganhos de competitividade, que permitem à empresa oferecer o melhor produto a preço justo, atingindo um maior número de consumidores conscientes do exercício de sua cidadania e, portanto, exigentes, vigilantes e seletivos.

Esse posicionamento reflete-se no portfólio de mais de 1.500 itens, destinados para os mercados interno e externo, com as marcas Perdigão, Batavo, Elegê, entre outras.

Atualmente, a empresa emprega mais de 56 mil funcionários e opera unidades industriais em oito estados brasileiros, além de outras quatro no exterior (Argentina, Inglaterra, Holanda e Romênia). Escritórios comerciais da companhia estão instalados na Inglaterra, Holanda, Hungria, Espanha, Áustria, Itália, França, Rússia, Emirados Árabes Unidos (Dubai), Cingapura, Japão e Ilha da Madeira (Portugal), além de centro de distribuição na Holanda.



Nova planta da **Godiva Alimentos** recebe máquina de envase de alta eficiência para lançamento do leite Godam



A Godiva Alimentos, detentora da marca Godam, inaugurou em 2009 sua planta de processamento e envase de leite UHT, na filial de Jamapará/RJ. O projeto da unidade fabril foi concebido em parceria com a SIG Combibloc. Os novos leites Godam, nas versões integral e desnatado, são fornecidos para os mercados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo nas embalagens combibloc*Standard* de 1 litro, com o exclusivo sistema de abertura *W-perforation* (perfuração em W). A máquina de envase escolhida foi a CFA 505, com capacidade para envasar até 5 mil embalagens de 1 litro/hora e perdas inferiores à 0,5%.

A Godam escolheu o formato mais tradicional para a categoria de leites, combibloc*Standard*. Esta embalagem se diferencia no ponto-de-venda graças ao design arrojado e ao sistema de abertura que garante total conveniência para o consumidor: basta dobrar e destacar a parte indicada para abrir facilmente a embalagem.

Os valores mais importantes da marca foram reforçados com os dois elementos que se destacam no novo design: o splash do leite que valoriza o frescor e sabor do produto, e a imagem do campo que valoriza a origem e qualidade do produto.

Criada em 2000, a Godiva conta com 250 funcionários e 900 fornecedores. Além do leite, a empresa produz bebidas lácteas, queijos e manteiga, tendo como principal mercado o Rio de Janeiro.

Líder do mercado de leite condensado, **Itambé** estreia um dos seus principais produtos em embalagem cartonada



Leite condensado Itambé, em embalagem cartonada

Em janeiro de 2009, a linha de leite condensado Itambé ficou mais completa, com a decisão da empresa de lançar o seu tradicional produto em embalagem cartonada de 395g. A iniciativa da empresa vem ao encontro do crescimento deste tipo de embalagem na categoria, que atingiu 38% de market share em 2008, segundo o instituto de pesquisas Kantar.

A Itambé, que é líder brasileira do mercado de leite condensado, não poderia deixar de oferecer esta opção para os consumidores da marca. As embalagens cartonadas conquistam cada vez mais espaço nas prateleiras dos supermercados, para os mais diversos produtos, pois são percebidas como mais práticas, seguras e fáceis de servir.

Para o projeto, foi instalada uma máquina de alta velocidade CFA 712, com capacidade de envasar 12 mil embalagens por hora. A mesma máquina poderá produzir também embalagens de 150, 200, 250 e 350ml, o que abre a possibilidade de lançamentos futuros, inclusive em tamanhos promocionais.

Itambé no Brasil e no mundo

As exportações do produto também têm impulsionado os negócios da Itambé. O processo iniciou-se em 2003, e hoje seus produtos são comercializados para mais de 65 países, em especial para a América Latina, África e Oriente Médio. O leite condensado é o segundo produto mais exportado da empresa, atrás apenas do leite em pó.

Produzido na unidade de Goiânia (GO), o novo produto da Itambé foi lançado com apoio de diversas ações de marketing, especialmente nos pontos-de-venda, através de materiais de merchandising e degustação.





Complem revitaliza marca de leite Compleite para ampliar sua competitividade



Com uma estratégia focada nos seus consumidores, a Complem – Cooperativa Mista dos Produtores de Morrinhos, com filiais em Goiás e Distrito Federal, relançou sua tradicional linha de leites longa vida Compleite nas práticas e modernas embalagens cartonadas assépticas da SIG Combibloc.

Para garantir uma melhor relação custo-benefício para os consumidores, as novas embalagens oferecem praticidade de abertura e design revitalizado com o sistema de abertura *W-perforation* (perfuração em W). Ele possibilita a fácil abertura da embalagem com as mãos, dispensando o uso de facas ou tesouras: basta dobrar e destacar a parte pré-picotada para abrir facilmente a embalagem.

Outra vantagem do sistema de abertura é a manutenção da total assepsia da embalagem. Os picotes são feitos nos *sleeves* ainda na fábrica da SIG Combibloc e são entregues prontos para o envase na planta do cliente. A Compleite foi a primeira marca de leites UHT da América do Sul a adotar essa solução.

O slogan da campanha de relançamento do leite “Novo Compleite: para quem não abre mão de simplificar a vida”, realça os benefícios do sistema de abertura.

Para esse projeto, a SIG Combibloc instalou na fábrica da Complem em Morrinhos (GO) uma linha de envase CFA 512 com capacidade para 12.000 unidades/hora. Inicialmente a linha trabalhará com as embalagens combibloc *Standard* de 1 litro, mas a empresa já planeja o lançamento de duas novas versões *premium* de seu leite.





Derivados de tomates

Olé relança linha de derivados de tomate em *combiblocCompact*; com quase 40 anos de tradição, ela é uma das maiores processadoras de tomate *in natura*



Olé oferece mais praticidade para seus consumidores

A Olé, uma das cinco maiores produtoras de derivados de tomates em embalagem cartonada do Brasil, escolheu a SIG Combibloc para relançar a sua linha de derivados de tomate. A nova máquina CFA 606 começou a operar em março de 2009, com capacidade para envasar até seis mil embalagens por hora.

Graças à flexibilidade da SIG Combibloc, foram relançados produtos em diferentes volumes, com uma única máquina de envase: Extrato de Tomate (270g), Catchup Tradicional (300g), Catchup Picante (300g), Molho Refogado (260g e 520g) e Polpa de Tomate (260g e 520g), todos na prática *combiblocCompact*.

As embalagens contam com sistema de abertura *V-perforation* (perfuração em V), que possibilita abrir a embalagem com as mãos. Essa foi uma das principais vantagens da embalagem apontadas pelos consumidores.

O grande momento do lançamento dos produtos no mercado ocorreu na tradicional APAS, a maior feira supermercadista do mundo, que recebeu, em 2009, cerca de 70 mil empresários em seus quatro dias de duração.

Tradição brasileira

Fundada em 1969, a Conservas Olé é uma das mais tradicionais empresas de derivados de tomates e sobremesas do país, com unidades em Morrinhos (Goiás) e Pelotas (Rio Grande do Sul). A região de Morrinhos é considerada uma das melhores para cultivo do tomate no Brasil, com clima perfeito e boa irrigação - o que possibilita envasar o produto fresco logo após a colheita.



OLÉ
Molho
Refogado
520g

OLÉ
Molho
Refogado
260g

Informação Nutricional
Porção de 10g (1 colher de sopa)

	Porção	%
Energia	110 kcal	22
Carboidratos	2,2g	4
Proteínas	0,9g	2
Gorduras Totais	21g	42
Gorduras Saturadas	7g	14
Gorduras Trans	0,4g	1
Sódio	0,4g	8

Siol escolhe a flexibilidade de volume e produto da SIG Combibloc para a linha Saúde; produtos antes estavam disponíveis apenas em lata e vidro



Siol opta por flexibilidade para linha Saúde

A necessidade de atender às novas demandas dos consumidores, aliada à compra de uma nova fábrica da Unilever, levou a Siol a ampliar seu portfólio de produtos, lançando uma linha completa de derivados de tomate com a marca Saúde.

Pesquisa realizada pela Quorum Brasil indicou a existência de demanda por embalagens cartonadas para molhos porque as donas-de-casa reconhecem os valores intrínsecos do cartão: segurança (elimina o risco de ferimentos na manipulação ou de quebra da embalagem), praticidade de abertura e armazenagem, bem como a facilidade de descarte.

Assim, surgiu a ideia de utilizar a flexibilidade de volume e envase de produtos das máquinas da SIG Combibloc para a nova linha de molhos de tomates com pedaços. Antes do lançamento da Siol, estes produtos eram encontrados apenas em embalagens de metal e vidro.

A moderna CFA 606, com capacidade de envasar 6 mil embalagens por hora, foi selecionada por operar com uma grande variedade de volumes e produtos, de líquidos a alimentos com pedaços. Os produtos Molho de Tomate Refogado com Pedaços e Extrato são envasados nas embalagens combibloc *Compact* de 200g e 350g, e a Polpa Saúde, em 520g. As embalagens contam com sistema de abertura *V-perforation* (perfuração em V), que dispensa o uso de faca ou tesoura.

A Siol Alimentos, indústria nacional que atua no mercado de óleos, maioneses e gorduras há mais de três décadas, ingressou no segmento de derivados de tomate ao colocar em funcionamento a sua nova fábrica localizada em Rio Verde (GO).







Ovos

AB Brasil escolhe tecnologia da SIG Combibloc para quadruplicar shelf life de ovo líquido; flexibilidade da máquina de envase permitiu lançar em 2008 os primeiros mixes para sobremesas à base de ovos



AB Brasil, liderança no setor de ovos

Considerado um dos ingredientes mais sensíveis à contaminação microbiológica, o ovo líquido enfrenta limitações de distribuição quando envasado em embalagens tradicionais para produtos pasteurizados porque seu shelf life fica reduzido a apenas 10 ou 15 dias.

Para conquistar o mercado de padarias e food service, a AB Brasil estabeleceu uma parceria com a SIG Combibloc, a fim de buscar uma solução inovadora, que, ao mesmo tempo, renovasse a apresentação dos ovos pasteurizados e aumentasse o shelf life.

Assim, uma equipe formada por técnicos da SIG Combibloc e da Sohovos, divisão da AB Brasil responsável pela produção de ovos líquidos, resolveu apostar no exclusivo sistema de envase asséptico, tradicionalmente utilizado nas bebidas longa vida.

A solução escolhida foi a combibloc *Standard* de 1 litro, envasada na CFA 507, com velocidade de produção de até 7 mil embalagens por hora. A associação do processo de pasteurização com o envase asséptico ampliou o shelf life do ovo inteiro, gemas e claras para 45 dias. Isso colocou os produtos em perfeita sintonia com a distribuição do “carro-chefe” da AB Brasil: o Fermento Biológico Fresco Fleischmann, que tem a mesma validade.

Os três primeiros produtos da linha de ovos líquidos em embalagem SIG Combibloc foram lançados em novembro de 2006 e alcançaram excelentes resultados, em especial no canal de padarias e confeitarias de grande porte e de supermercados.

Sobremesas

Em 2008, a AB Brasil decidiu lançar uma linha inovadora de produtos à base de ovos: os mixes para preparo de quindim, fios de ovos, pudim de leite e pudim tipo brigadeirão. Os preparados são de uso fácil, bastando alguns simples passos para finalizar as deliciosas sobremesas.



Os novos produtos também são envasados na combibloc*Standard* de 1.000ml (com abertura *V-perforation*) e são voltados ao segmento de hotéis, restaurantes e empresas de catering, sob a marca Fleischeggs. No caso do quindim, pudim de leite e pudim brigadeirão, a empresa decidiu apostar também, com sucesso, nos volumes de 500ml para os consumidores finais com a reconhecida marca Fleischmann.

Liderança

A fábrica de ovos da AB Brasil fica em Sorocaba (SP) e processa 40 milhões de ovos por mês. Hoje a AB Brasil, líder no setor, fornece matéria-prima para várias indústrias de alimentos (maionese, massas, doces, biscoitos, bolos etc), cosméticos, produtos farmacêuticos e fabricantes de suplementos alimentares.





Vinhos

Viña San Pedro e SIG Combibloc celebram mais de uma década de sucesso; empresa é uma das principais fornecedoras mundiais de vinho



Viña San Pedro: a sofisticação do vinho na prática embalagem cartonada

A Viña San Pedro (VSP), uma das maiores produtoras de vinho do Chile, e a SIG Combibloc iniciaram em 1998 uma parceria de sucesso, quando a vinícola decidiu lançar o vinho Gato, principal marca da empresa, na inovadora combibloc *Maxi* de 2 litros com tampa combiLift.

Para o projeto, foi instalada uma máquina CFA 405, com capacidade de produzir cinco mil embalagens de dois litros por hora. Além do vinho Gato, a empresa também oferece o vinho da marca Santa Helena, ambos nas opções tinto e branco.

Mais tarde, a embalagem foi relançada com novo design, que passou a usar a imagem de uma garrafa de vinho para reforçar os atributos de qualidade da marca.

A decisão de modernizar um produto de sucesso partiu de uma pesquisa com os consumidores. Ainda na mesma direção, a empresa decidiu introduzir os vinhos varietais, em atendimento à demanda por produtos diferenciados.

O Chile está entre os dez maiores produtores de vinhos do mundo e se destaca no mercado por sua seleta variedade de uvas, em especial a Carmenère, que se acreditava extinta após uma praga que atingiu os vinhedos europeus no século XIX. Hoje, os vinhos que utilizam essa uva são considerados pelos enólogos como símbolos do país.



Fundada em 1865 pelos irmãos Correa Albano, a Viña San Pedro é hoje a segunda maior exportadora de vinhos do mundo e a terceira vinícola do Chile. A empresa se localiza no tradicional vale de Curicó, onde conta com a maior área contínua de cultivo de uvas para vinhos da América do Sul (1.200 hectares). No total, a Viña San Pedro tem mais de 2,5 mil hectares de parreiras na região Central do país. Em 1990, a San Pedro deu início a um processo de compra de outras empresas vinícolas como a Leyda, Colchagua, Maipo, San Antonio, Casablanca, Elqui and Limarí. Todas essas áreas proporcionam a possibilidade de oferecer vinhos dos mais diferentes tipos de uvas.

A Viña San Pedro está presente em mais de 80 países, em todos os cinco continentes, com as marcas Cabo de Hornos, 1865, Castillo de Molina, 35°South e GatoNegro.

Se você quer fazer diferença no mercado de alimentos, entre em contato com a SIG Combibloc do Brasil e conheça nosso trabalho na América do Sul.

SIG Combibloc do Brasil Ltda.
Edifício Millennium Office
Avenida Chedid Jafet, 222, cj. 42 / Torre B
04551-065 – São Paulo – Brasil
www.sig.biz/brasil
sigcombibloc.bra@sig.biz
Tel: +55 11 3028 6744
Fax: +55 11 3028 6745



SIG Combibloc