

SHELF/live

Format combifitMidi w OSM Łowicz:

Smaczne i zdrowe

SHELFprofile

Klient:
OSM Łowicz

Marka:
łowickie

Produkt:
mleko świeże

Rynek:
Polska

Format:
combifitMidi
1.000 ml z
zamknięciem
combiTwist

Rodzaje:
2 % i 3,2 % tłuszczu

Marka:
Optilife

Produkt:
napoje na bazie
serwatki

Rynek:
Polska

Format:
combifitMidi
1.000 ml z
zamknięciem
combiTwist

Rodzaje:
kokos-ananas,
czerwona
pomarańcza,
pomarańcza-
marchew na bazie
serwatki

Nowe produkty

W kwietniu 2005 roku OSM Łowicz rozpoczął produkcję mleka świeżego 2 % i 3,2 % w opakowaniach kartonowych combifitMidi. W sierpniu tego roku planowane jest rozpoczęcie produkcji trzech nowych wyrobów. Będą to innowacyjne napoje stworzone na bazie serwatki o smakach kokos-ananas, czerwona pomarańcza oraz pomarańcza-marchew oferowane pod marką Optilife. OSM Łowicz chcąc rozszerzyć asortyment swoich produktów poszukiwał odpowiedniego formatu opakowania kartonowego. Opakowanie combifitMidi okazało się tu najlepszym rozwiązaniem, ponieważ format ten nadaje się szczególnie dobrze dla nowoczesnych i innowacyjnych wyrobów takich jak np. produkty wzbogacone (value added products). OSM Łowicz przywiązuje dużą wagę do odpowiedniego przygotowania i opracowania szat graficznych. Przy okazji wprowadzania wyrobów w formacie combifitMidi "unowocześniono" charakterystyczną dla marki "łowickie" szatę graficzną. Aby uczynić grafikę bardziej nowoczesną i nadać jej więcej życia zmieniono postać łowiczanki. Stała się ona bardziej dynamiczna i jednocześnie nabrała lekkości, a jednolite niebieskie tło zastąpiono wizerunkiem kolorowej łąki. Marka Łowickie również w tej nowej "odświeżonej" postaci przewidziana jest dla produktów tradycyjnych takich jak mleko czy śmietana. Szata graficzna marki Optilife z kolei różni się zasadniczo od szaty graficznej marki Łowickie. Marka Optilife odzwierciedla takie wartości jak vitalność, nowoczesność i jest przewidziana przede wszystkim dla produktów nowatorskich oraz tzw. wzbogaconych (value added products). Asortyment wyrobów oferowanych pod marką Optilife będzie w przyszłości poszerzany o nowe ciekawe produkty.

Ciągły sukces

OSM Łowicz jest jedną z bardziej liczących się mleczarni na polskim rynku. Oferowane przez mleczarnię wyroby, a w szczególności mleko i śmietana UHT są dobrze znane i wysoko cenione przez konsumentów. Wyroby UHT

produkowane w mleczarni na urządzeniach aseptycznego napełniania firmy SIG Combibloc oferowane są w następujących formatach opakowań kartonowych: combiblocStandard, combiblocCompact, combiblocSmall, combiblocSlimline oraz combiblocMaxi, a ostatnio również w opakowaniach combifitMidi.

wojciech.wroczyński@sig.biz


Eistee Lipton teraz dostępna także w formie **combifitMagnum 1.500 ml**:

Świeżość dla całej rodziny

SHELFprofile

Klinet
Unilever

Marka
Lipton

Produkt
Eistee

Rynek
Holandia

Format
combifitMagnum
1.500 ml z
combiTwist

Pionierski sukces

Unilever w 1973 roku zaprezentował w Niemczech po raz pierwszy mrożoną herbatę "Lipton". Wdrożenie nowego produktu stało się sensacją na rynku napojów bezalkoholowych. Od tej pory owocowa mrożona herbata w naturalny sposób, doskonale gasi pragnienie osób z każdej grupy wiekowej, zdobywając silną pozycję na rynku. Do jej głównych zwolenników zaliczyć można młode rodziny oraz osoby dorosłe pomiędzy 18 i 28 rokiem życia. Popularność herbaty mrożonej Lipton rosła nieprzerwanie w ciągu ostatnich 30 lat. Dzisiaj herbata mrożona Lipton jest jedną z bardziej znanych marek w tym segmencie. Od lutego 2005 Lipton Ice Tea oferowana jest także w 1,5 litrowych

opakowaniach kartonowych **combifitMagnum** w następujących smakach: mango, brzoskwinia i cytryna. Odpowiednio opracowana szata graficzna opakowania kartonowego, z jednej strony daje wrażenie lekkości i świeżości, z drugiej zaś pozwala klientowi na łatwe rozróżnienie oferowanych smaków.

Popularny na całym świecie

Unilever jest największym na świecie oferentem produktów rynkowych w branży artykułów spożywczych, kosmetyków pielęgnacyjnych, perfum, oraz środków czyszczących i piorących. Koncern z głównymi siedzibami w Rotterdamie i Londynie zatrudnia łącznie ponad 245.000 pracowników w 88 krajach. Miliony ludzi w prawie

90 krajach na wszystkich kontynentach znają i wysoko cenią sobie produkty firmy Unilever.

robert.kummer@sig.biz



CAPSA produkuje mleko UHT z aloesem w formie **combishape**:

Królewski produkt, królewskie opakowanie

SHELFprofile

Klient
Corporación
Alimentaria
PeEasanta, S.A.
(CAPSA)

Marka
Central Lechera
Asturiana

Produkt
Mleko UHT z
dodatkiem Gelee
Royal oraz aloesu

Rynek
Hiszpania

Format
combishape
cs_R020 1.000 ml

Wszystko co najlepsze z natury

W czerwcu 2005 roku CAPSA wprowadziła na rynek mleko NATURJalea w opakowaniach kartonowych **combishape**. Do tej pory produkt ten oferowano w opakowaniach **combiblocSlimline** z zamknięciem **combiLift**. Zmieniono także recepturę, mleko UHT zawiera teraz naturalny aloes. Wprowadzając ten ulepszony produkt Central Lechera Asturiana zagwarantowała sobie wzrost sprzedaży również w segmencie wzbogaconych produktów mlecznych (value added milk). NATURJalea z aloesem jest niewątpliwie innowacyjnym produktem, podobnie jak NATURLínea Milch oraz NATURLínea Frutas del Sol oferowane w opakowaniach **combishape** oraz NATURCalcio i NATURFibra oferowane w opakowaniach **combiblocSlimline** oraz **combiblocPremium**.

Nowoczesny i zdrowy produkt NATURJalea z aloesem stworzony jest na bazie mleka najwyższej jakości, 100% naturalnego Gelee Royal oraz aloesu. Zastosowane Gelee Royal wzmacnia organizm, podczas gdy aloes ożywia go od środka. Gelee Royal posiada także inne pozytywne właściwości: działa pobudzająco na ciało i duszę, poprawia myślenie i wzmacnia odporność organizmu. Poza tym poprawia krążenie krwi, regeneruje skórę i zapobiega powstawaniu chorób skórnych. Mleko UHT z zawartością aloesu wspomaga trawienie, usprawnia system immunologiczny i redukuje ryzyko chorób układu krążenia. Neutralizuje wolne rodniki i przyspiesza regenerację komórek.

Rynkowy lider z tradycjami

Grupa Corporación Alimentaria PeEasanta, S.A. (CAPSA) stanowi

czołową sieć mleczarni w hiszpańskim przemyśle mleczarskim. Przedsiębiorstwo jest liderem w segmencie produktów mlecznych i śmietany, zajmuje jednocześnie drugie miejsce wśród producentów na rynku masła i trzecie na rynku jogurtów. Jedną z podstawowych marek firmy CAPSA jest Central Lechera Asturiana.

christine.erbler@sig.biz



Egzotyczny smak

Czerwone wino na wiele okazji

Wiodąca firma w fińskiej branży winiarskiej i spirytusowej V&S Finland Oy, wprowadziła na rynek w maju 2005 południowoafrykańskie czerwone wino w opakowaniu kartonowym combiblocPremium 1.000 ml. Tym samym marka Festivo stała się na tym rynku pionierem. Lekkie, praktyczne i ekologiczne opakowanie kartonowe nadaje się doskonale na pikniki, wycieczki oraz na inne okazje, przy których można wypić z przyjaciółmi kieliszek wina. Szata graficzna opakowania combiblocPremium została stworzona przez fińską projektantkę Paola Suhonen. Współczesna młoda artystka połączyła w swoim projekcie

nostalgię, współczesność i nowoczesność w bardzo wyjątkowy sposób.

Stały postęp

V&S Finland Oy, będąca częścią szwedzkiej grupy V&S, rozwinęła się w ciągu kilku lat z małego północnoeuropejskiego przedsiębiorstwa w jedną z 10 największych firm winiarskich i spirytusowych świata. Najbardziej znana marką firmy V&S to wódka ABSOLUT. Marka ta już od dziesięciu lat cieszy się popularnością na międzynarodowych rynkach. Poprzednio V&S koncentrowała się na rynku lokalnym. Obecnie jedynie jedna

szósta obrotów realizowana jest na szwedzkim rynku. V&S ma oddziały w 12 krajach i sprzedaje swoje produkty na rynkach w ok. 125 krajach. Firma zatrudnia 2200 pracowników i w roku 2004 osiągnęła obroty w wysokości 9,3 mld. szwedzkich koron (ok. 1 mld. EUR).

mark.richters@sig.biz



Zmiana szaty graficznej i poszerzenie grupy produktów:

Cappy niezmiennie w combiblocPremium

Prekursor z tradycjami

W roku 1997 Coca-Cola Beverages Hrvatska zdecydowała się zaoferować swoje produkty w opakowaniu kartonowym combiblocPremium 1.000 ml z zakrętką combiTwist small. W roku 2002 rozszerzono asortyment o kolejne produkty tym razem w opakowaniach o objętości 500 ml. Produkty Coca-Cola Beverages Hrvatska oferowane są do tej pory niezmiennie w formacie combiblocPremium. Zmieniana, "odświeżana" jest jedynie co pewien czas szata graficzna Cappy. W marcu oraz lipcu 2005 przy okazji ostatniego "odświeżenia" szaty graficznej wprowadzone zastały na rynek trzy nowe produkty o następujących smakach: czerwona pomarańcza, ananas i gruszka.

Wielostronne odświeżenie

Chorwacka firma Coca-Cola Beverages Hrvatska produkuje, dystrybuje i sprzedaje napoje bezalkoholowe.

Główny udziałowcem przedsiębiorstwa jest Coca-Cola Hellenic Bottling Company S.A. z Grecji. Przedsiębiorstwo Coca-Cola Beverages Hrvatska posiada długą, ponad trzydziestoletnią tradycję. Początki sięgają roku 1968 i produkcji pierwszych butelek w Zagrzebiu. Od roku 1998 chorwackie przedsiębiorstwo należy do Coca-Cola Beverages, które z kolei w 2000 połączyło się z Coca-Cola Hellenic Bottling Company. Coca-Cola Beverages Hrvatska stała się w ten sposób częścią drugiego co do wielkości producenta napojów na świecie. Obok najbardziej znanej i najważniejszej marki Coca-Cola przedsiębiorstwo sprzedaje w Chorwacji produkty pod następującymi markami: Coca-Cola light, Fanta, Schweppes, Sprite, Cappy, Cappy Tempo, Nestea, Powerade oraz Burn i Bistra.

alesa.kovac@sig.biz



Bułgarska mleczarnia po raz pierwszy wprowadza na rynek cappuccino:

Tak smakuje lato

Na wschodzie wiele zmian

Nowe cappuccino Fibella jest pierwszym bułgarskim produktem tego typu. Do tej pory dostępne były wyłącznie rozpuszczalne cappuccino w proszku oraz produkty importowane. Bułgarska mleczarnia OMK w czerwcu tego roku wprowadziła na rynek produkt w opakowaniu kartonowym combiblocStandard 1.000 ml. Fibella jest zdrowym mlecznym napojem, który smakuje osobom w różnych grupach wiekowych. Jak wszystkie produkty UHT, także Fibella może być przechowywana w temperaturze pokojowej przez ok. 6 miesięcy. Produkt nadaje się do

przygotowywania zimnych napojów, mrożonych kaw, gorącego cappuccino, frappé z lodami i jest świetny jako dodatek do koktajli. Sukces nowego cappuccino Fibella zachęciło producenta do wprowadzenia na rynek następnego napoju stworzonego na bazie mleka. W maju 2005 roku pojawiły się na rynku napoje o smaku melona oraz smaku karmelu.

Długoletnie doświadczenie

Bułgarska mleczarnia OMK posiada ponad pięćdziesięcioletnie doświadczenie oraz ok. 30 procentowy udział rynkowy w segmencie mleka

UHT. Przedsiębiorstwo oferuje szeroki wachlarz produktów świeżych oraz produktów UHT. OMK eksportuje swoje produkty także do USA, Kanady, Australii i Rosji. Marka Fibella reprezentuje w przedsiębiorstwie grupę mlecznych produktów UHT.

katharina.fersterer@sig.biz



Nowe produkty firmy EMIG na francuskim rynku:

Nowa świeżość we Francji

Udana współpraca

Firmy SIG Combibloc oraz Cedilac Le Quesnoy (obecnie EMIG Production) współpracują ze sobą już od 1979 roku. EMIG jako pierwszy klient firmy SIG Combibloc we Francji wprowadził na rynek w 1979 roku opakowanie kartonowe combiblocStandard 1.000 ml, w roku 1991 przysłała kolegi na format combiblocMaxi 2.000 ml, a w roku 1999 z kolei format combiblocMagnum 1.500 ml. W 2003 przedsiębiorstwo zakupiło piąte z kolei urządzenie aseptycznego napełniania tym razem typu CFA 307, aby móc zaoferować swoje produkty również w wysmukłych opakowaniach kartonowych w formacie combiblocSlimline 1.000 ml. Obecnie EMIG oferuje szeroką gamę soków, nektarów oraz napojów owocowych. Z wielkością sprzedaży ponad 54 milionów opakowań kartonowych rocznie przedsiębiorstwo należy do największych klientów SIG Combibloc we Francji. Do najnowszych produktów firmy Emig należą soki owocowe Casino o smakach: jabłko i pomarańcza w opakowaniach kartonowych combiblocMagnum 1.500 ml z zamknięciem combiTop jak

również pozostałe soki i napoje owocowe Casino oraz jeden nektar w opakowaniach combiblocStandard 1.000 ml. Dla hipermarketów Carrefour i Auchan Pouce produkowany jest sok pomarańczowy w opakowaniu combiblocMagnum 1.500 ml z zamknięciem combiTwist oraz sok multiwitamina w 2-litrowych opakowaniach combiblocMaxi zaopatrzonych w zamknięcie combiTop.

Szeroki asortyment

EMIG jest czołowym producentem napojów bezalkoholowych na rynku niemieckim. Przedsiębiorstwo należy do brytyjskiego Gerber Foods Holding Ltd. z siedzibą w Bridgwater (Wielka Brytania). Grupa EMIG jest jednym z największych producentów napojów owocowych w Europie. Bogaty asortyment soków i napojów owocowych, które są sprzedawane w 30 krajach produkowany jest w dwóch zakładach w Niemczech i w jednym zakładzie w Polsce. Własne źródła wody, nowoczesne techniki napełniania i około 650 pracowników stanowią czynnik decydujący o zyskach przedsiębiorstwa. EMIG koncentruje

się w swojej działalności na europejskim rynku marek handlowych. W styczniu 2005 roku przedsiębiorstwo przejęło produkcję Cedilac w Le Quesnoy we Francji i stało się tym samym jednym z kluczowych graczy na francuskim rynku napojów.

guillaume.confais@sig.biz



Dwa formaty – jedno urządzenie napełniające

Klient

Wimm-Bill-Dann

Marki

"Domik w derewnie" ("Domek na wsi"), Neo/Magitelle, "Solnecznaja melenka" ("Słoneczny młyn")

Produkty

10% i 33% śmietana, soki i napoje mleczne,

Rynek

Rosja

Formaty

combiblocPremium 500 ml z *combiTwist* *combifitPremium* 500 ml i 1.000 ml z *combiTwist*

Wszystko na jednej maszynie

Wimm-Bill-Dann, czołowy rosyjski producent produktów mlecznych, wykorzystuje możliwości jakie daje urządzenie aseptycznego napełniania firmy SIG Combibloc. Na jednej maszynie możliwe jest napełnianie opakowań kartonowych o formacie *combiblocPremium* oraz formacie *combifitPremium*. Możliwość ta stanowi dla przedsiębiorstwa Wimm-Bill-Dann zaletą o decydującym znaczeniu, a dzieje się tak, ponieważ w walce konkurencyjnej na rynku dalszy wzrost produkcji można uzyskać głównie rozwijając różnego rodzaju produkty niszowe. Najważniejszy punkt filozofii rynkowej firmy Wimm-Bill-Dann zakłada, że czystość i dobry smak tradycyjnych wiejskich produktów mlecznych powinny przynosić mieszkańcom miast zdrowie i odprężenie. Urządzenie aseptycznego napełniania firmy SIG Combibloc CFA 209 służy do rozlewania trzech najbardziej popularnych w Rosji marek produktów mlecznych, mianowicie "Domik w derewnie" (Domek na wsi), Neo/Magitelle oraz "Solnecznaja melenka" (Słoneczny młyn). "Domik w derewnie" jest jedną z najbardziej znanych marek w branży produktów i napojów mlecznych w Rosji. Pod tą marką produkowane są różne wyroby takie jak masło, twarożek, mleko, śmietana i tradycyjne produkty z ukwaszonego mleka. Grupą docelową dla marki "Domik w derewnie" są głównie rodziny z dziećmi, jednakże produkty te cieszą się również popularnością wśród innych grup konsumentów. Do początku 2005 roku 10-cio procentowa śmietana "Domik w derewnie" była oferowana wyłącznie w opakowaniach kartonowych Tetra Pak 200 ml. Obecnie produkt ten sprzedawany jest w poręcznym i eleganckim formacie *combiblocPremium* 500 ml z otwarciem typu *combiTwist*. W tym formacie dostępna jest również 33 procentowa śmietana.

Aktywne korzystanie z życia

Pod nową marką Neo/Magitelle firmy Wimm-Bill-Dann oferowane są nowoczesne, innowacyjne i atrakcyjne produkty. Grupę docelową dla tych produktów stanowią przede wszystkim ludzie młodzi, ale również aktywne osoby w średnim wieku, które szukają nowych doznań smakowych. Nowością na rynku są soki i napoje mleczne w 6 różnych smakach: brzoskwinia - marakuja, gruszkamango, truskawka, morela - pomarańcza oraz jabłko. Wszystkie te produkty oferowane są w opakowaniach kartonowych *combifitPremium* 1.000 ml. Również w formacie *combifitPremium* wprowadzony został ostatnio na rynek napój mleczny pod marką "Solnecznaja melenka". Produkt ten stworzony na bazie mleka zawiera ziarna zboża oraz naturalne aromaty.

Szeroki wachlarz produktów o najlepszej jakości

Wimm-Bill-Dann Foods OJSC jest znany i ceniony w Rosji dzięki wysokiej jakości oraz szerokiemu asortymentowi oferowanych przez siebie produktów. Przedsiębiorstwo to jest czołowym producentem w segmencie mlecznym i jednym z głównych producentów na rynku soków. Pomimo tego, że firma Wimm-Bill-Dann została założona stosunkowo niedawno (1992 rok) jest obecnie jednym z najlepiej notowanych na giełdzie przedsiębiorstw i zatrudnia ponad 17000 pracowników. Obróty Wimm-Bill-Dann wynosiły w 2004 roku ok. 1,2 miliarda dolarów amerykańskich.

Obecnie przedsiębiorstwo posiada 27 zakładów produkcyjnych na terenie Rosji oraz Wspólnocie Niezależnych Państw. Sprzedaż produktów realizowana jest poprzez 26 centrów dystrybucyjnych zlokalizowanych w 26 różnych miastach. Przedsiębiorstwo zaopatruje w swoje produkty między innymi również rosyjski rząd, konsulaty, banki, lotniska, oraz szkoły. Udział rynkowy produktów Wimm-Bill-Dann w segmencie mlecznym wynosi 34% (na podstawie badań przeprowadzonych przez AC Nielsen w 24 największych miastach w okresie luty-marzec 2005r.). Udział produktów Wimm-Bill-Dann z kolei w rynku napojów owocowych wynosi ok.27% (na podstawie badań przeprowadzonych przez Business Analytik w 18 największych miastach w okresie luty-marzec 2005r.). Produkcja wyrobów firmy Wimm-Bill-Dann oparta jest na standardach World Health Organization, Unii Europejskiej i innych ważnych organizacji. Własne laboratorium badawcze z kolei gwarantuje rozwój nowych i innowacyjnych produktów.

nana.rubina@sig.biz



Klient
Frispa GmbH

Marka
Frispa

Produkty
Soki, herbata, herbata mrożona

Rynek
Niemcy

Wprowadzenie na rynek:
Kwiecień 2005

Formaty
combiFitMagnum 1.500 ml z
combiTwist
combiFitPremium 750 ml z
combiTwist

Rodzaje
combiFitMagnum: brzoskwiowa herbata mrożona, zielona herbata, herbata rooibusch, czerwona herbata; soki: pomarańcza, wieloowocowy, gruszka, jabłko
combiFitPremium: pomarańcza, jabłko, wieloowocowy, winogrona, czerwone winogrona, gruszka, frispaccio (koktajl warzywny)



Najlepszy w formie: Frispa wyprowadza na rynek produkty wzbogacone w *combiFit*

Klient
Refresco North – Krings Fruchtsaft GmbH

Marka
Aqua fruitmix

Produkty
Gazowane napoje owocowe

Rynek
Niemcy i Holandia

Wprowadzenie na rynek
Luty 2005

Format
combiBlocPremium 1.000 ml z zamknięciem combiLift

Rodzaje
Białe winogrona i cytryna, jabłko i czerwone jagody, jabłko i brzoskwinia light, jabłko i owoce leśne, pomarańcza i limonka, jabłko i brzoskwinia, ananas i marakuja light



Owocowa świeżość: Krings wprowadza na rynek Aqua fruitmix w formacie *combiBlocPremium*

Klient
eterna Nahrungsmittel GmbH

Marka
Mamma Lucia

Produkty
Sosy

Rynek
Niemcy i Holandia

Ponowne wprowadzenie na rynek
Styczeń 2005

Format
combiBlocCompact 375 ml

Rodzaje
Ziołowy, czosnkowy, pieczarkowy



Typowo włoskie: Pyszne sosy w formacie *combiBlocCompact*

Klient
Zuegg S.p.A. (napętnianie w OSM Łowicz w Polsce)

Marka
io-bevo

Produkty
Napoje owocowe

Rynek
Włochy

Wprowadzenie na rynek
czerwiec 2005

Format
combiBlocMaxi 2.000 ml z zamknięciem *combiTwist*

Rodzaje
ACE, czerwona pomarańcza, pomarańcza, ananas, multiwitamina



Po prostu wspaniały: Zuegg rozlewa swoje nowe napoje owocowe do *combiBlocMaxi*

Klient
General Bottlers CR s.r.o.

Marka
Toma

Produkty
100 % soki i nektary

Rynek
Republika Czeska

Wprowadzenie na rynek
lipiec 2005

Format
combiBlocStandard 1.100 ml z zamknięciem *combiTwist*

Rodzaje
pomarańcza, wieloowocowy



Więcej znaczy lepiej: Opakowanie promocyjne PepsiCo o 10 % więcej napoju

Klient
Rauch Hungaria Kft.

Marka
Rauch Eistee

Produkt
Mrożona herbata

Rynek
Węgry

Wprowadzenie na rynek
czerwiec 2005

Format
combiBlocMaxi 2.000 ml z *combiTwist*

Rodzaje
cytryna, brzoskwinia



Mrożna przyjemność: Rauch startuje z opakowaniem promocyjnym mrożonej herbaty