

SHELF/live

Candia выпускает на рынок «местное» УВТ-молоко

Le lait de ma Région

SHELFprofile

Клиент

Candia, одна из компаний, входящих в Sodiaal Group

Марка

Le lait de ma Région

Категория

УВТ-молоко

Рынок

Франция

Начало продаж

Май 2011 г.

Формат

combibloc Slimline 1 000 мл с combiSwift

Ассортимент

Полуобезжиренное молоко

Ближе к покупателю

В мае 2011 года Candia, ведущий молочный производитель во Франции, представила на рынке полуобезжиренное молоко в картонной упаковке combibloc Slimline 1 000 мл – «Le lait de ma Région» (молоко из моего региона).

Молоко будет поставляться только из определенных регионов Франции – Западная Луара, Пиренеи, Северная равнина и Рона–Альпы. Выбор обусловлен наличием местных промышленных предприятий и близким расположением к поставщикам молока, что позволяет избежать проблем, связанных с длинными транспортными маршрутами. В основе концепции – стремление удовлетворять требования покупателей, которые они предъявляют как к возможности отслеживать происхождение продукции, так и к качеству ее производства – экологичности и безопасности для окружающей среды.

У каждого региона свой дизайн упаковки с изображением местного поставщика молока, что указывает на особую связь с конкретным регионом. Новую концепцию особенно хорошо принял розничный рынок, для которого близость к покупателю – один из важнейших факторов. Цель – с первых дней обеспечить представленность в 20 % супермаркетов соответствующих регионов.

Свежая идея для насыщенного рынка

Не считая сегменты продуктов, не содержащих лактозу или обогащенных дополнительной ценностью, рынок молочной продукции стагнирует. «С начала 2010 года цены выросли, промо-акции приобрели особую важность. Крупные бренды обеспечивают более 35 % продаж за счет спецпредложений – говорит Фабинн Будриа, директор по маркетингу Candia. – Инновации должны проникнуть в самое сердце рынка».



Новый клиент в Алжире

Соки Vitajus в упаковке combiblocMini

Клиент
Vitajus**Марка**
Vitajus**Категория**
Фруктовые напитки**Рынок**
Алжир**Начало продаж**
Май 2011 г.**Формат**
combiblocMini 200 мл
с соломинкой**Ассортимент**
Апельсин,
королек / гранат,
апельсин / морковь /
лимон,
клубника / банан,
персик / апельсин,
коктейль из
9 фруктов**Премиальные продукты от Vitajus**

С мая 2011 года в продажу поступили сокодержательные напитки от компании Vitajus (Алжир) в асептической картонной упаковке SIG Combibloc. Богатый ассортимент – апельсин, фруктовый коктейль, апельсин и персик, клубника и банан, королек и гранат, апельсин, лимон и морковь – представлен в удобном порционном формате combiblocMini 200 мл с трубочкой. До сих пор продукция разливалась в стеклянные бутылки и картонную упаковку конкурента. С новой линией розлива SIG Combibloc компания надеется увеличить свою долю рынка и, в

особенности, продвинуться в области экспорта. Vitajus производит продукты не только для конечных потребителей, но и для сегмента общественного питания. У алжирских покупателей продукция Vitajus ассоциируется с высоким качеством.

Лидер рынка в маленьких картонных упаковках

Vitajus образована в 1999 году как компания по производству фруктовых соков, сегодня имеет 225 сотрудников и годовым оборотом 35 млн долларов США. Vitajus – лидер алжирского рынка в сегменте соков и сокодержательных напитков в малых упаковочных форматах.

**Премьера – продукция NÖM в combifitMidi**

Дебют в сегменте УВТ с SIG Combibloc

Клиент
NÖM AG**Марка**
NÖM / NÖM MIX**Категория**
Фруктовый напиток на основе сыворокты, УВТ-молоко, коктейли из УВТ-молока**Рынок**
Австрия, Венгрия, Словения**Начало продаж**
Февраль 2011 г. /
Май 2011 г.**Формат**
combifitMidi
500 и 1000 мл
с combiTwist**Ассортимент**
3,5%-е цельное молоко, 0,5%-е обезжиренное молоко, 1,5%-е молоко без лактозы, холодный кофе**Вход в сегмент УВТ с SIG Combibloc**

С продажами более 380 млн евро и 950 сотрудниками по всему миру NÖM – второй по величине молочный производитель в Австрии. До настоящего времени ассортимент включал только свежие продукты, в упаковке от конкурентов. Для выхода в сегмент УВТ-продукции NÖM сделал выбор в пользу технологии розлива SIG Combibloc. С февраля 2011 года для розлива УВТ-молока, молочных коктейлей и фруктовых напитков на основе сыворокты в картонную упаковку combifitMidi 500 мл и 1000 мл используется машина розлива CFA 812 от SIG Combibloc. В апреле 2011 года NÖM впервые представила УВТ-молоко жирностью 0,5% и 3,5%. В продажу также поступили не содержащие лактозу молоко и холодный кофе. Выход нового продукта на рынок сопровождался рядом рекламных мероприятий.

Самый фруктовый напиток Австрии с сывороткой

В мае 2011 года Группа NÖM представила на австрийском рынке уникальный продукт – NÖM MIX, фруктовый напиток на основе молочной сыворокты в картонной упаковке combifitMidi 500 мл. Клодия Шобер, директор по маркетингу NÖM AG: «Фруктовый напиток на основе молочной сыворокты NÖM MIX – единственный в своем роде на национальном рынке. Содержание фруктов в нем самое большое в Ав-

стрии – 20%. Наши фруктовые напитки изготавливаются только из натуральных ингредиентов без добавления искусственных ароматизаторов, консервантов и красителей. Благодаря 0,1%-й жирности напитки на основе молочной сыворокты являются превосходным освежающим напитком для покупателей любого возраста. Фруктовый напиток NÖM MIX предлагается в трех вариантах: яблоко и персик, манго и маракуйя, персик.



Chen Kou Wei: вариации на тему «чай с молоком»

Клиент
Chen Kou Wei Food
Enterprise Co. Ltd.

Марка
GuDao

Категория
Холодный чай

Рынок
Тайвань

Начало продаж
Май 2011 г.

Формат
combifitPremium
500 мл
с соломинкой

Ассортимент
Чай с молоком
и злаками, чай
с молоком
и кукушкными
слезками

Ассортимент пополнился новыми популярными продуктами

С 2008 года овсяные напитки держатся в числе самых популярных и самых продаваемых напитков на Тайване благодаря богатому содержанию питательных веществ и способности снижать уровень холестерина в крови. Напитки из натурального овса полностью ассоциируются с современной тенденцией «хорошее здоровье».

В сентябре 2010 года Chen Kou Wei (Тайвань) представила в продажу готовый к употреблению чай с овсяным молоком в картонной упаковке combifitPremium 500 мл с соломинкой. Успех этого продукта побудил компанию пополнить ассортимент еще

двумя аналогичными концепциями. В мае 2011 года были выпущены новинки: чай с молоком + злаки и чай с молоком + кукушкные слезки – в combifitPremium 500 мл с соломинкой. Данные продукты позиционируются как напитки для здорового завтрака.

Кукушкные слезки (Coix lacryma-jobi) – плод злакового растения, первоначально произраставшего в тропических районах Азии, которое теперь также выращивают в США, Центральной и Южной Азии. Зерна этого растения в основном используются в азиатской кухне при приготовлении салатов, десертов и напитков. Большинство европейских стран до сих пор не знакомы с этим злаком.



Бразилия: новый заказчик доверяет SIG Combibloc

Shefa выпускает продукцию в формате combifitMidi

Клиент
Shefa

Марка
Shefa

Категория
УВТ-молоко

Рынок
Бразилия

Начало продаж
Август 2011 г.

Формат
combifitMidi
1 000 мл
с combiSwift

Ассортимент
Цельное,
полуобезжиренное,
обезжиренное
молоко

combifitMidi – разница есть!

Список бразильских клиентов SIG Combibloc пополнился еще одним представителем – компанией Shefa. Компания выбрала combifitMidi от SIG Combibloc в качестве упаковочного формата, который на полках магазинов будет выгодно выделять продукцию среди товаров конкурентов. В августе 2011 года на производственном объекте в г. Ампаро, штат Сан-Паулу, была установлена и запущена линия розлива CFA 812. Производительность оборудования составляет до 12 000 картонных упаковок combiblocMidi в час. Для Shefa ключевыми факторами начала сотрудничества с SIG Combibloc стали технологическая гибкость и высокая эффективность, а также превосходный уровень обслуживания. На первом этапе компания Shefa выпустила на рынок молочные продукты в упаковочном формате combifitMidi 1 000 мл.

Молоко с витаминами

Компания использует новое оборудование для розлива цельного, полуобезжиренного и обезжиренного УВТ-молока, обогащенного витаминами А и D. В дальнейшем Shefa планирует фасовать в картонные упаковки от SIG Combibloc такие продукты, как соевые, чайные и фруктовые напитки.

Ведущий производитель и копакер

Компания Shefa, созданная в 1967 году, находится в г. Ампаро, штат Сан-Паулу, и входит в число ведущих бразильских производителей напитков. Среди главных игроков рынка это семейное предприятие также зарекомендовало себя как надежного партнера по копакингу. Соки, нектары, фруктовые и соевые напитки, сливки, УВТ-молоко и молочные коктейли – ассортимент, который предлагает компания своим потребителям.



Запуск производства в Нигерии

Dansa теперь разливает продукты в combiblocMini

Клиент
Dansa Foods Limited

Марка
Dansa и Ziza

Категория
Негазированные напитки, нектары, 100% соки, напитки из УВТ-молока

Рынок
Нигерия

Начало продаж
Август 2011 г.

Формат
combiblocMini 250мл с соломинкой

Ассортимент
Йогуртовые напитки: натуральный, клубника, черная смородина
Фруктовые напитки: маракуйя, гуава, черная смородина
Соки: апельсин, ананас, яблоко

Гибкость и эффективность убеждают
В августе 2011 года на производственной площадке компании Dansa (Нигерия) была запущена линия CFA 124 от SIG Combibloc по розливу продукции в combiblocMini. До этого продукция расфасовывалась в картонную упаковку конкурирующей фирмы. Технологическая гибкость и высокая производительность разливающего оборудования SIG Combibloc покорили заказчика. Линия розлива CFA 124 способна производить до 24 000 картонных упаковок в час. Соки, нектары, молочные коктейли и йогуртовые напитки марок Dansa и Ziza будут представлены на полках в асептических картонных упаковках от SIG Combibloc.

Новая упаковка, новый дизайн

С запуском нового оборудования от SIG Combibloc началась переработка

дизайна упаковки. В ближайшее время компания выпустит в продажу соки, молочные коктейли, а также фруктовые и йогуртовые напитки в формате combiblocMini 250мл. Выход продукции в новой упаковке сопровождается обширной рекламной кампанией.

Dansa – лидер рынка в Нигерии

DANSA Foods входит в группу компаний Dangote Group, которая является самым крупным и быстро развиваю-

щимся конгломератом в Африке, и вторым по величине игроком на рынке напитков Нигерии. Основанная в 2006 году и насчитывающая сегодня более 300 сотрудников Dansa – единственное предприятие в стране, которое предлагает богатый ассортимент негазированных безалкогольных напитков, таких как натуральные соки, фруктовые нектары, газированные напитки, молоко и вода.

**Экзотические вкусы для юных потребителей**

Exotix в combiblocSmall от Calypso

Клиент
Calypso

Марка
Calypso Exotix

Категория
Фруктовые напитки

Рынок
Великобритания

Начало продаж
Май 2011 г.

Формат
combiblocSmall 200 мл с соломинкой

Ассортимент
Тропические фрукты, манго, гуава

Фруктовая свежесть для маленьких торопыг

Компания Calypso Soft Drinks пополнила свой ассортимент тремя экзотическими новинками. Манго, гуава и тропические фрукты предлагаются под маркой Calypso Exotix в картонной упаковке combiblocSmall 200мл. Напитки Calypso Exotix на 50% состоят из сока, фруктового пюре и природной минеральной воды. Для приготовления напитка Exotix Mango используется один из самых сладких и ароматных сортов манго – «Альфонсо». В основе Exotix Guava – спелые фруктовые плоды, а в Exotix Tropical – коктейли из девяти фруктов, в их числе ананас и маракуйя. Продукция изготавливается без добавления сахара и не содержит консервантов.

Вкус путешествий

В Великобритании более 15% детей и подростков младше 16 лет живут в мультикультурных семьях. Маркетинговое исследование, проведенное Calypso, выявило следующие результаты: не смотря на то что в школе детям дают традиционные (обычные) фруктовые соки, именно школа и школьники представляют собой наилучшую потенциальную потребительскую аудиторию и именно они испытывают потребность в новых, особенных, продуктах. Дети, которые путешествуют с родителями и возвращаются после каникул с новыми «вкусовыми» впечатлениями, хотят того же самого и дома.

Принимая во внимание возрастающий спрос на экзотические и нетрадиционные вкусовые характеристики продуктов, а также рост мультикультурности в обществе, компания Calypso, выбрав в качестве своей аудитории школьников, решила предложить фруктовые напитки, которые могли бы звучать в унисон с существующей тенденцией. Эта продукция как бы побуждает молодое поколение попробовать нечто новое.



Обновленный ассортимент в combiblocMidi

SHELFsuccess

Клиент
Nestlé México

Марка
Svelty®

Категория
УВТ-молоко

Рынок
Мексика

Начало продаж
Июнь 2011 г.

Формат
combiblocMidi
1 000 мл
с combiSwift

Ассортимент
Svelty® 0% fat

Успех, запакованный в combiblocMidi

Отдельные молочные продукты от Nestlé México уже представлены в картонных упаковочных форматах от SIG Combibloc. Особой популярностью пользуется продукция в combiblocMidi, ассортимент которой постоянно расширяется. С мая 2010 года два сорта готового к употреблению молока Svelty® Deslactosada (без лактозы) и Svelty® Total Digest® поступили в продажу в упаковке combiblocMidi. Наряду с удобным современным форматом упаковки главной «фишкой» стала удобная отвинчивающаяся крышка combiSwift – настоящая инновация на мексиканском рынке молочной продукции. Принимая во внимание такой успех, компания Nestlé решила расширить ассортимент молочных напитков Svelty®, которые выпускаются в упаковке от SIG Combibloc.

Время пить Svelty® Figura 0%

Раньше молоко Svelty® 0%-й жирности предлагалось только в виде порошка. С июня 2011 года этот продукт выходит в картонной упаковке combiblocMidi с крышкой combiSwift. Мексиканские потребители отдают всё большее предпочтение полезным для здоровья и удобным в употреблении продуктам, которые «облегчают» современную жизнь, но при этом содержат все важные питательные вещества. Продукция марки Svelty® от Nestlé México соответствует этой тенденции и имеет хорошие шансы увеличить свое присутствие

в рыночном сегменте жидких молочных продуктов в Мексике. Молоко 0%-й жирности (Svelty® 0% Fat) обеспечивает более 24% суточной потребности в кальции, а также содержит достаточный объем белка и витаминов.

Собственное производство вместо копакинга

На протяжении 15 лет фасовкой продукции Nestlé México's занимались подрядные организации. Однако многочисленные преимущества технологической гибкости оборудования SIG Combibloc побудили компанию изменить подход к розливу своей продукции. Начиная с 2008 года Nestlé México использует на собственном производстве в Керетаро 2 линии розлива от SIG Combibloc. За счет самостоятельной фасовки продукции компания рассчитывает сделать производственный процесс более гибким и конкурентоспособным. Кроме того, гибкая технология розлива от SIG Combibloc дает Nestlé возможности оперативно и эффективно выводить на рынок новые продукты. Например, с 2008 года Nesquik, популярный молочный напиток для детей, продается в формате combiblocSmall. Перед повторным выпуском на рынок этого продукта Nestlé модифицировала его рецептуру и проработала дизайн упаковки. Особым успехом среди покупателей пользуются такие молочные продукты, как Carnation, La Lechera и Nestlé Media Crema, которые в 2008 и 2009 годах поступили в продажу в картонной упаковке combiblocMidi 1 000 мл.

Nestlé – грандиозный успех в Мексике

На сегодняшний день компания Nestlé, созданная в 1866 году, является крупнейшим в мире производителем продуктов питания и представлена в более чем 80 странах. В 2010 году оборот компании, штат которой насчитывает 280 000 сотрудников, составил около 110 млрд швейцарских франков (ориентировочно 130 млрд долларов США). Неизменно увеличивается доля мексиканского рынка, на который компания пришла в 1930 году. В Мексике Nestlé насчитывает более 5 600 сотрудников и свыше 13 производственных площадок.



Oduyu: новая марка от Seoul Dairy

Клиент
Seoul Dairy

Марка
Oduyu

Категория
Соевые напитки

Рынок
Южная Корея

Начало продаж
Сентябрь 2011 г.

Формат
combiblocMini
150 мл
с соломинкой

Ассортимент
Черные бобы,
натуральный

Новый соевый напиток, обогащенный кальцием

В сентябре 2011 года компания Seoul Dairy выпустила на рынок новую марку соевых напитков. Под маркой «Oduyu» (по произношению похоже на «О соевое молоко») компания предлагает два вида обогащенного кальцием соевого напитка: натуральный и с черными бобами – в картонной упаковке combiblocMini 150 мл. Южнокорейские покупатели придают особое значение содержанию кальция в соевых продуктах. Кроме того, спрос на них возрастает, так как они считаются «полезной для здоровья» альтернативой молока.

Новый объем имеет значение!

Новый продукт привлекает внимание не только интересным дизайном и новым названием, упаковочный формат объемом 150 мл также выделяет его на полках среди товаров-конкурентов. В Южной Корее около 98% соевых напитков выпускаются в упаковке объемом 200 мл. Основная потребительская аудитория, на которую ориентирована эта изящная новинка, – молодежь. Выход нового продукта на рынок сопровождался рядом рекламных акций.

Ведущий производитель молочных продуктов питания в Южной Корее

Созданная в 1937 году компания Seoul Dairy Cooperative – лидер на южнокорейском рынке производства молочных продуктов питания. Рыночная доля компании – 38,4%. Количество сотрудников – более 1 950 человек. Ассортимент представлен порошковым и свежим молоком, сыром, маслом и молочными продуктами длительного хранения.



Компания «ИнтерАгроСистемы» расширяет ассортимент популярной продукции

Соки прямого отжима в упаковке combiblocPremium

Клиент
«ИнтерАгроСистемы»

Марка
ВИКО

Категория
100%-й
натуральный сок

Рынок
Российская
Федерация

Начало продаж
Март 2011 г.

Формат
combiblocPremium
750 мл
с combiSwift

Ассортимент
Яблоко

Яблочный сок «ВИКО» премиум-класса

Компания «ИнтерАгроСистемы» (ИАС), один из ведущих российских производителей соков и нектаров, расширил ассортимент популярной марки «ВИКО», выпустив на рынок премиальный яблочный сок прямого отжима в формате combiblocPremium 750 мл. Марка «ВИКО» появилась в 1997 году, сегодня она объединяет 11 разновидностей вкусов.

Тенденция: натуральность и высокое качество

В России растет спрос на натуральные и полезные для здоровья продукты премиум-класса. Сок прямого отжима, как и натуральные восстановленные соки, на 100% состоят из фруктов. Однако концентрированный сок проходит гораздо больше этапов производственной обработки, так как из

него необходимо удалить воду, чтобы уменьшить объем продукта, что является важным фактором для транспортировки и логистики. Позже концентрат снова превращают в сок, добавляя воду натуральный аромат и витамины, после чего полученный продукт пастеризуют и разливают в упаковку. В отличие от концентрированного сока, фрукты, используемые для приготовления сока прямого отжима, сразу после их сбора выжимают, обрабатывают в центрифуге, фильтруют и разливают в упаковку.

Все этапы производства сока прямого отжима «ВИКО» происходит на собственных заводах компании «ИАС», расположенных на юге России в Краснодарском крае. Там же, в превосходном теплом климате в собственных садах «ИАС» выращиваются и сами яблоки – сырье для сока.

Алексей Суни, Исполнительный директор компании «ИнтерАгроСистемы» рассказывает: «Такой процесс изготовления делает продукт уникальным на нашем рынке: сок содержит все необходимые питательные вещества и имеет консистенцию, характерную для свежевыжатого натурального неосветленного сока. Благодаря упаковке, которая выделяется среди других на полке магазина, эта маленькая «жемчужина» превосходно дополнила ассортимент продукции».



Pomurske mlekarne: юбилейный дизайн и новый продукт

Клиент
Pomurske
mlekarne d.d.

Марка
Pomursko
mleko / Milki

Категория
УВТ-молоко /
сливки / арома-
молоко

Рынок
Словения

Начало продаж
Июнь 2011 г.

Формат
combiblocSlimline
500 и 1 000 мл
с combiSwift
combiblocSmall
250 и 330 мл
с V-перфорацией
combiblocSmall
200 мл
с соломинкой

Ассортимент
Натуральное
молоко / 33%-е
взбитые молочные
сливки,
30%-е взбитые
растительные
сливки,
10%-е сливки для
кофе / Milki:
молоко, шоколад

20 лет плодотворного сотрудничества

SIG Combibloc и Pomurske mlekarne d.d. имеют многолетнюю историю сотрудничества. На протяжении 20 лет словенская компания предлагает в продажу УВТ-молоко в картонной упаковке от SIG Combibloc. По этой причине в течение года продукция будет представлена в особом, юбилейном, дизайне упаковки, который расскажет покупателям о «лучшем за 20 лет молоке длительного хранения». Компания, основанная в 1945 году и сегодня насчитывающая 130 сотрудников, – второй по величине производитель продуктов из УВТ-молока в Словении.

Milki – новая линейка продуктов питания для детей от Pomurske mlekarne

В этом же году компания выпустила на рынок новые продукты питания для детей. В дополнение к натуральному УВТ-молоку и какао-напитку, которые продаются в формате combiblocSmall, новая торговая марка Milki включает в себя пудинги и сыры. Выход на рынок новой продукции сопровождался рекламой на телевидении, выпуском детских книг, созданием сайта и другими промо-акциями.

Сливки: новый дизайн

Летом 2011 года компания Pomurske mlekarne представила на рынке сливки различной жирности в обновленной упаковке. Помимо взбитых сливок из молока компания предлагает взбитые сливки растительного происхождения, которые особенно хороши при приготовлении пирогов и сладких блюд. Сливки продаются в форматах combiblocSmall 200 и 330 мл, combiblocSlimline 500 мл и 1 000 мл с крышкой combiSwift. Сливки для кофе также предлагаются в combiblocSmall 200 мл. Для удобного открывания картонная упаковка малого формата имеет V-перфорацию.



Премия «Вкус года 2011»*: Сливки от компании Lescure для HoReCa получили заслуженную награду

Клиент GLAC	Рынок Франция
Марка Lescure	Начало продаж 2009
Категория УВТ-сливки	Формат combiblocStandard 1 000 мл

* Награда «Вкус года» («Saveurs de l'Année») ежегодно присваивается продуктам питания, вкус и качество которых значительно превосходят аналогичные характеристики других продуктов. Состоящее из покупателей независимое жюри по строгим определенным правилам проводит дегустацию продукта. Во Франции одобрительные отзывы потребителей о продукте высоко ценятся и пользуются уважением.



Полезные соки для школьников:

Island Aseptic выпустила Nature's

Клиент
Island Aseptic

Начало продаж
Февраль 2011 г.

Марка
Nature's

Формат
combiblocMini 200 мл с соломинкой

Категория
100 %-й сок

Ассортимент
Яблоко, фруктовый пунш с витамином С

Рынок
США



Великобритания: новый продукт, новый фильм

Апельсиновый напиток от Calypso с дизайном «Тачки 2» (Disney Pixar)

Клиент
Calypso Drinks Limited

Начало продаж
Июль 2011 г.

Марка
Calypso

Формат
combiblocSmall 200 мл с соломинкой

Категория
Сокодержательный напиток

Ассортимент
Апельсин

Рынок
Великобритания



Вкусные молочные коктейли для активных детей и подростков:
nuVita для роста и здоровья

Клиент
Nutifood

Начало продаж
Март 2011 г.

Марка
nuVita

Формат
combiblocMini 200 мл с соломинкой

Категория
УВТ-молочные напитки

Ассортимент
Шоколад, клубника, подсластители

Рынок
Вьетнам



Pomi в новом формате:

Томатная паста в combifitMidi 500 мл – новый продукт в ассортименте Boschi Food & Beverage

Клиент
Boschi Food & Beverage

Начало продаж
Май 2011 г.

Марка
Pomi

Формат
combifitMidi 500 мл с combiSwift

Категория
Томаты

Ассортимент
Протертые томаты

Рынок
США



Миндальное молоко с фундуком и фисташками:
Boschi Food & Beverage разливает новый вкус в формате combiblocSlimline

Клиент
Boschi Food & Beverage

Начало продаж
Март 2011 г.

Марка
Mandor

Формат
combiblocSlimline 1 000 мл с крышкой combiSwift

Категория
Заменитель молока

Ассортимент
Миндальное молоко с фундуком и фисташками

Рынок
Италия



Освежающий напиток в combiblocMagnum:

Refresco Iberia разливает Lipton Ice Tea для португальского рынка

Клиент
Refresco Iberia

Начало продаж
Июнь 2011 г.

Марка
Lipton

Формат
combiblocMagnum 1 500 мл с combiSwift

Категория
холодный чай

Ассортимент
Персик, экзотические фрукты, манго, лимон

Рынок
Португалия



В печать

SIG Combibloc
Rurstrasse 58
D-52441 Linnich
Тел. + 49 2462 79 0
Факс + 49 2462 79 2519

Ответственное лицо
Бьянка Росскопф
bianca.rosskopf@sig.biz

Отпечатано на бумаге, сертифицированной в соответствии с международными стандартами FSC®.
(FSC® – Лесной попечительский совет).

