

# SHELF/live

Lowicz choisit combifitMidi pour ses produits lactés:

## Un plaisir sain et délicieux

SHELFprofile

- Client**  
OSM Lowicz
- Marque**  
Lowickie
- Produits**  
Lait frais à 2 %  
et 3,2 % de  
matières grasses
- Marché**  
Pologne
- Format**  
combifitMidi  
1.000 ml avec  
combiTwist
- Marque**  
Optilife
- Produits**  
Boissons lactées
- Marché**  
Pologne
- Format**  
combifitMidi  
1.000 ml avec  
combiTwist

### Des innovations non-stop

Lowicz qui avait déjà choisi combifitMidi en avril 2005 pour conditionner son lait frais à faible teneur en matières grasses, a décidé en août dernier de conditionner également trois boissons lactées de la marque Optilife dans ce même emballage, auxquelles s'ajouteront prochainement de nouveaux produits à base de crème. Pour étendre sa gamme de produits, Lowicz s'est naturellement tournée vers le format combifitMidi.

Pour conditionner ses produits de marque, l'entreprise a accordé beaucoup d'importance à la réalisation du décor de l'emballage. Les nouvelles boissons lactées disponibles dans une large variété de parfums (ananas/noix de coco, orange sanguine, orange et carotte), affichent un décor moderne qui s'accorde bien avec le format innovant combifitMidi. Pour redynamiser sa marque Lowickie, l'entreprise a décidé de modifier son célèbre logo. Ainsi, la poupée en costume traditionnel a été redessinée et la prairie en arrière-plan met en avant la fraîcheur des produits. Pour sa part, la nouvelle marque Optilife s'émancipe totalement du logo de Lowickie. Le logo d'Optilife est résolument moderne. Conçu pour la nouvelle gamme de produits à valeur ajoutée, la marque vise les jeunes et les nouveaux consommateurs. La gamme de produits Optilife devrait d'ailleurs, s'agrandir dans un très proche avenir.

### Prêt pour l'avenir

La laiterie Lowicz occupe une place leader sur le marché polonais. Tous les produits laitiers et notamment le lait UHT et la crème UHT sont connus et appréciés des

consommateurs. Actuellement, l'entreprise conditionne plusieurs produits laitiers sur les conditionneuses de SIG Combibloc aux formats combiblocStandard, combiblocCompact, combiblocSmall, combiblocSlimline, combiblocMaxi auxquels s'ajoute maintenant combifitMidi.

wojciech.wroczynski@sig.biz



Le thé glacé de Lipton existe désormais en format combifit *Magnum* 1500 ml:

## Un rafraîchissement pour toute la famille

SHELFprofile

**Client**  
Unilever

**Marque**  
Lipton

**Produit**  
Thé glacé

**Marché**  
Pays-Bas

**Format**  
combifit *Magnum*  
1.500 ml avec  
combiTwist

### Un pionnier performant

Dès 1973, Unilever a lancé le premier thé glacé Lipton Ice Tea en Allemagne. Le lancement de ce produit représentait une incroyable nouveauté sur le marché des boissons non alcoolisées. Depuis, le thé glacé fruité est devenu une boisson désaltérante naturelle consommée par toutes les tranches d'âges. Les consommateurs de thé glacé sont principalement des familles et des jeunes adultes âgés de 18 à 28 ans. Depuis 30 ans, Lipton Ice Tea est toujours resté une référence en matière de boisson rafraîchissante. Présent dans quasiment tous les pays du globe, la marque est leader sur le segment des thés glacés. Depuis février 2005, Lipton Ice Tea est également proposé en emballage familial

combifit *Magnum* de 1,5 litres dans les parfums mangue, pêche et citron. Le décor des emballages est frais et évoque par sa couleur chacune des trois variétés.

### Apprécié dans le monde entier

Unilever est l'un des plus grands fournisseurs mondiaux de produits de marque dans les domaines de l'alimentation, des soins corporels, du parfum, de la cosmétique ainsi que des lessives et des produits d'entretien. Le groupe, dont les sièges se trouvent à Rotterdam et à Londres, compte plus de 245.000 employés dans près de 90 pays.

robert.kummer@sig.biz



CAPSA relance le lait UHT à l'aloë vera en *combishape*:

## Un emballage digne d'un produit royal

SHELFprofile

**Client**  
Corporación  
Alimentaria  
Peñasanta, S.A.  
(CAPSA)

**Marque**  
Central Lechera  
Asturiana

**Produit**  
Lait UHT à la gelée  
royale et à  
l'aloë vera

**Marché**  
Espagne

**Format**  
*combishape*  
cs\_R020 1.000 ml

### Le meilleur de la nature

En juin 2005, CAPSA relançait son lait NATURJalea en *combishape*. Jusqu'à présent, le produit était conditionné en combibloc *Slimline* avec combiLift. La formule a également changé: le lait UHT contient désormais de l'aloë vera naturel. Avec ce lancement, Central Lechera Asturiana poursuit sa croissance dans le segment du lait à valeur ajoutée avec des produits innovants et sains. NATURJalea à l'aloë vera vient s'ajouter aux références déjà existantes telles que NATURLínea et NATURLínea Frutas del Sol (déjà conditionnées en *combishape*) ou encore NATURCalcio et NATURFibra (conditionnées en combibloc *Slimline* et combibloc *Premium*). Le lait NATURJalea à l'aloë vera est composé de gelée

royale 100 % naturelle et d'aloë vera. Les propriétés de la gelée royale sont multiples: elle renforce le corps, stimule la mémoire et les défenses naturelles, améliore la circulation sanguine, régénère la peau et prévient même certaines maladies dermatologiques. L'aloë vera, pour sa part, améliore la digestion, renforce le système immunitaire et réduit les risques de maladies cardiovasculaires. Il neutralise les radicaux libres et accélère la production des cellules.

### Un leader du marché qui aime la tradition

Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A. (CAPSA) est le groupe de produits laitiers leader en Espagne. L'entreprise est numéro un sur le segment du lait et

de la crème, deuxième sur le segment du beurre et troisième sur celui des yaourts. Central Lechera Asturiana est la marque phare de CAPSA.

christine.erbler@sig.biz



## Un plaisir exotique

SHELFprofile

**Client**

V&S Finland Oy

**Marque**

Festivo

**Produit**

Vin rouge sud-africain

**Marché**

Finlande

**Format**

combiblocPremium 1.000 ml avec combiTwist

### Du vin rouge en carton pour toutes les occasions

En mai 2005, V&S Finland Oy, entreprise leader dans le segment du vin et des spiritueux, a lancé sur le marché un vin sud-africain en combiblocPremium 1.000 ml. Ainsi, la marque Festivo est la première à utiliser ce type d'emballage pour conditionner du vin. L'emballage léger, pratique et écologique est particulièrement bien adapté lorsqu'il s'agit de déguster un verre de vin entre amis lors de pique-nique ou de sorties en plein air. Le décor de l'emballage combiblocPremium a été conçu par la créatrice de mode finlandaise Paola Suhonen. Avec son "décor oiseau",

cette jeune artiste contemporaine réussit à associer de façon unique tradition et modernité

### Une croissance continue

V&S Finland Oy, qui fait partie du groupe suédois V&S, est passé en l'espace de quelques années dans la cour des grands. Petite entreprise d'Europe du Nord à ses débuts, elle compte, aujourd'hui, parmi l'une des 10 plus grosses entreprises mondiales de vin et de spiritueux. Le produit le plus connu de V&S est la vodka ABSOLUT. La marque occupe une place de choix depuis une décennie sur le marché international. Autrefois, concentrée sur le marché local,

V&S s'est considérablement ouvert au commerce extérieur, ne réalisant plus qu'un sixième de son chiffre d'affaires sur le marché suédois. V&S possède des filiales dans 12 pays et vend ses produits sur près de 125 marchés. En 2004, les quelques 2.200 employés ont réalisé 9,3 milliards de couronnes suédoises de chiffre d'affaires (soit environ 1 milliard d'euros).

mark.richters@sig.biz



### Un nouveau design et de nouveaux produits pour la gamme:

## Cappy mise sur le succès du format combiblocPremium

SHELFprofile

**Client**

Coca-Cola Beverages Hrvatska d.d.

**Marque**

Cappy

**Produits**

Nectars, 100 % pur jus

**Marché**

Croatie

**Format**

combiblocPremium 1.000 ml avec combiTwist small

### Un leader qui aime la tradition

En 1997 déjà, Coca-Cola Beverages Hrvatska avait opté pour le format combiblocPremium 1.000 ml avec le bouchon à vis combiTwist small. En 2002, d'autres produits ont suivi en format 500 ml. Suite à un relooking de la marque Cappy, l'entreprise a décidé de conserver le format combiblocPremium et de l'adopter dans tous les pays européens. Parallèlement à ce relooking, la gamme de produits s'est enrichie de trois nouvelles variétés (orange sanguine, ananas et poire) en mars et en juillet 2005.

### Des rafraîchissements variés

Le croate Coca-Cola Beverages Hrvatska produit et commercialise des boissons non alcoolisées. Le principal actionnaire de l'entreprise est Coca-Cola Hellenic Bottling Company S.A. en Grèce. L'histoire de l'entreprise remonte à plus de 35 ans en arrière.

Elle a commencé en 1968 avec la production de la première bouteille à Zagreb. Depuis 1998, l'entreprise croate appartient à Coca-Cola Beverages qui a fusionné en 2000 avec Coca-Cola Hellenic Bottling Company. Coca-Cola Beverages Hrvatska fait ainsi partie du deuxième plus grand fournisseur de boissons au monde. Parallèlement à Coca-Cola qui reste la marque la plus connue et la plus importante, l'entreprise commercialise également en Croatie les marques de boisson Coca-Cola light, Fanta, Schweppes, Sprite, Cappy, Cappy Tempo, Nestea, Powerade ainsi que Burn et Bistra.

alesa.kovac@sig.biz



## La saveur de l'été

SHELFprofile

### Ca bouge à l'est

Le nouveau Cappuccino Fibella est le premier cappuccino national sur le marché bulgare en combibloc *Standard* 1L. La laiterie bulgare OMK a lancé en juin dernier Fibella, une boisson lactée visant toutes les tranches d'âges. Comme tous les produits UHT, Fibella peut être stocké à température ambiante pendant 6 mois. Ce cappuccino peut être consommé froid ou chaud en café glacé, frappé avec de la glace ou encore en cocktail. Le nouveau cappuccino Fibella s'inscrit dans une nouvelle gamme de boissons lactées, enrichie en mai 2005 des

variétés melon et caramel qui ont fait l'objet d'une grande campagne publicitaire.

### Une longue expérience des produits laitiers

La laiterie bulgare OMK possède plus de 50 ans d'expérience dans la filière des produits laitiers et détient plus de 30 % de parts de marché sur le marché du lait UHT. Disposant d'une large gamme de produits laitiers frais et UHT, OMK approvisionne le marché bulgare, mais aussi, les États-Unis, le Canada, l'Australie et la Russie. Enfin, Fibella représente plus particulièrement

la marque de produits laitiers UHT de l'entreprise.

katharina.fersterer@sig.biz



### Arrivée de EMIG sur le marché français:

## Une grande variété de nouveaux produits

SHELFprofile

### Un partenariat de longue date

La collaboration entre SIG Combibloc et Cedilac Le Quesnoy, aujourd'hui EMIG Production, date de 1979. Premier client en France à introduire combibloc *Standard* en 1 L, EMIG Production, anciennement Cedilac Le Quesnoy, lance en 1991 le grand format combibloc *Maxi* 2.000 ml, suivi en 1999 du combibloc *Magnum* 1,5 L. En 2003, l'entreprise achète cinq conditionneuses de type CFA 307 et lance le format élancé combibloc *Slimline* 1 L. Aujourd'hui, l'entreprise dispose d'une large gamme de jus de fruits, de nectars et de boissons aux fruits. Avec plus de 55 millions d'emballages carton par an, l'entreprise est l'un des plus gros clients jus de SIG Combibloc en France. Parmi les récents lancements survenus entre janvier et juillet 2005, on compte, pour les jus de fruits premiers prix Casino, l'adoption du combibloc *Magnum* 1,5 L équipé du bouchon combiTop et du combibloc *Standard* 1 L. Pour les hypermarchés Carrefour et Auchan,

les grands formats sont également à l'honneur avec l'arrivée du jus d'orange Carrefour en combibloc *Magnum* 1,5 L avec bouchon à vis combiTwist et du jus multivitaminé en emballage grand format combibloc *Maxi* 2 L avec combiTop.

### Un assortiment varié

EMIG est une filiale du plus grand fournisseur européen de jus de fruits et boissons aux fruits au hard discount, Gerber Foods Holding Ltd. dont le siège est à Bridgwater (Grande Bretagne). L'ensemble du groupe EMIG est l'un des plus importants fabricants de boissons aux fruits en Europe. Les nombreux jus de fruits et boissons rafraîchissantes sont produits dans deux usines allemandes et une usine polonaise à destination de 30 pays différents. Les techniques de conditionnement modernes et les 650 salariés contribuent en grande partie à assurer le succès de l'entreprise. Le point stratégique de EMIG repose sur les marques

d'enseigne européennes. En janvier 2005, l'entreprise a repris la production du site de Le Quesnoy en France devenant ainsi l'un des acteurs clés sur le marché français des boissons.

guillaume.confais@sig.biz



**Client**  
EMIG Production

**Marque**  
Marques de distributeurs

**Produits**  
Jus de fruits et nectar

**Marché**  
France

**Formats**  
combibloc *Standard* 1.000 ml  
combibloc *Magnum* 1.500 ml avec combiTop et combiTwist  
combibloc *Maxi* 2.000 ml avec combiTop

## Deux formats – une conditionneuse

### Client

Wimm-Bill-Dann

### Marques

Domik v derevne,  
Neo/Magitelle,  
Solnechnaja  
Melenka

### Produits

Crème, jus et  
boissons lactées,  
boisson à base  
de lait

### Marché

Russie

### Formats

combiblocPremium  
500 ml avec  
combiTwist  
combifitPremium  
500 ml et 1000 ml  
avec combiTwist

### Tout sur une seule machine

Wimm-Bill-Dann, le leader russe des produits laitiers, mise sur la flexibilité des formats de SIG Combibloc et conditionne sa gamme de produits aussi bien en combiblocPremium qu'en combifitPremium. Sur un marché laitier très compétitif, cette flexibilité est un atout primordial pour l'entreprise lui permettant de poursuivre son développement sur des produits de niche. En développant des produits laitiers de terroir et au goût authentique, Wimm-Bill-Dann a axé ses produits de marque sur un concept santé et plaisir. La conditionneuse CFA 209 conditionne trois marques de lait très appréciées en Russie: Domik v derevne, Neo/Magitelle et Solnechnaja Melenka. Domik v derevne fait partie des marques les plus connues en Russie et compte une grande variété de produits laitiers tels que le beurre, le fromage blanc, le lait, la crème et les produits traditionnels à base de lait caillé. La marque Domik v derevne cible principalement les familles avec enfants bien que les produits puissent être consommés à tout âge. Précédemment conditionnée dans un emballage concurrent en 200 ml, la crème de Domik v derevne est désormais proposée en format combiblocPremium 500 ml avec le bouchon à vis combiTwist. La crème à 33 % est également disponible dans ce format.

### Jour pleinement de la vie

La nouvelle marque de Wimm-Bill-Dann, Neo/Magitelle, mise sur l'innovation et vise davantage les jeunes et les personnes actives à la recherche d'aliments plaisir. Les jus de fruits et les boissons lactées (pêche/fruit de la passion, poire/mangue, fraise, cocktail de fruits, abricot/orange et pomme) ont été lancés en mai en format combifitPremium 1L. Ce même format

a également été utilisé pour conditionner la nouvelle boisson à base de lait & céréales de la marque Solnechnaja Melenka commercialisée au début de l'été.

### Une gamme de produit très étendue et de haute qualité

Wimm-Bill-Dann Foods OJSC est connu en Russie pour la qualité de ses produits et bénéficie d'une forte fidélité des consommateurs. L'entreprise est leader sur le segment du lait et l'un des leaders sur le marché des jus. Depuis 1992, date de fondation de Wimm-Bill-Dann, l'entreprise est devenue l'une des sociétés les mieux cotées en bourse. Avec plus de 17 000 employés, l'entreprise ne cesse de s'agrandir grâce à des acquisitions régulières. Le chiffre d'affaires de Wimm-Bill-Dann s'élevait en 2004 à environ 1,2 milliards de dollars. L'entreprise compte 27 usines de production en Russie et dans la Communauté des États Indépendants (CEI) et dispose d'un réseau de distribution réparti dans 26 villes de Russie et de CEI. De plus, l'entreprise approvisionne également le gouvernement russe,

des ambassades, des banques, des compagnies aériennes et des écoles. Selon AC Nielsen Retail Audit, la part de marché (valeur) de Wimm-Bill-Dann sur le marché du lait dans les 24 plus grandes villes s'élevait à 34 % en février – mars 2005. Selon une étude de Business Analitika, Wimm-Bill-Dann réalise 27 % des ventes de jus dans les 18 plus grandes villes en janvier - février 2005. Pour suivre les tendances du marché, l'entreprise possède son propre laboratoire de recherche, ce qui lui permet de répondre aux besoins du marché en développant des produits innovants et de grande qualité, respectant notamment les normes de l'organisation mondiale de la santé ou de l'Union Européenne.

nana.rubina@sig.biz



**Client**  
Frispa GmbH

**Marque**  
Frispa

**Produits**  
Jus de fruit frais,  
thé, thé glacé

**Marché**  
Allemagne

**Lancement**  
Avril 2005

**Formats**  
combitMagnum  
1500 ml avec  
combiTwist  
combitPremium  
750 ml avec  
combiTwist

**Parfums**  
combitMagnum:  
thé glacé à la pêche,  
thé vert, thé rouge,  
jus de fruits frais:  
orange, cocktail de  
fruits, poire, pomme  
combitPremiums:  
orange, pomme,  
cocktail de fruits,  
raisin, raisin rouge,  
poire, cocktail de  
légumes



**En forme:** Frispa lance sur le marché allemand ses produits santé dans *combit*

**Client**  
eterna  
Nahrungsmittel  
GmbH

**Marque**  
Mamma Lucia

**Produits**  
Sauces

**Marchés**  
Allemagne et  
Pays-Bas

**Nouveau  
lancement**  
Janvier 2005

**Format**  
combiblocCompact  
375 ml

**Parfums**  
Herbes, ail,  
champignon



**Des sauces:** typiquement italiennes en *combiblocCompact*

**Client**  
General Bottlers  
CR s.r.o.

**Marque**  
Toma

**Produits**  
Boisson 100 %  
pur jus et nectar

**Marché**  
République  
Tchèque

**Lancement**  
Juillet 2005

**Format**  
combiblocStandard  
1100 ml avec  
combiTwist

**Parfums**  
orange,  
cocktail de fruits



**Promotion spéciale:** 10 % de produit en plus pour les boissons PepsiCo

**Client**  
Refresco North –  
Krings Fruchtsaft  
GmbH

**Marque**  
Aqua fruitmix

**Produits**  
Jus de fruits  
légèrement  
gazeux

**Marchés**  
Allemagne et  
Pays-Bas

**Lancement**  
Février 2005

**Format**  
combiblocPremium  
1 L avec combiLift

**Parfums**  
raisin blanc &  
citron, pomme &  
baies rouges,  
pomme - pêche  
allégé, pomme &  
fruits de bois,  
orange & lime,  
pomme & pêche,  
ananas – fruit de la  
passion allégé



**Frais et fruité:** Krings lance Aqua fruitmix en *combiblocPremium*

**Client**  
Zuegg S.p.A.  
(conditionné par  
Lowicz en Pologne)

**Marque**  
io-bevo

**Produits**  
Boissons aux fruits  
avec 30 %  
minimum de jus de  
fruits

**Marché**  
Italie

**Lancement**  
Juin 2005

**Format**  
combiblocMaxi  
2 L avec combiTwist

**Parfums**  
ACE, orange  
sanguine, orange,  
ananas,  
multivitaminé



**Maxi formats:** Zuegg lance de nouveaux jus en *combiblocMaxi*

**Client**  
Rauch Hungaria  
Kft.

**Marque**  
Rauch Eistee

**Produit**  
Thé glacé

**Marché**  
Hongrie

**Lancement**  
Juin 2005

**Format**  
combiblocMaxi 2 L  
avec combiTwist

**Parfums**  
Citron, pêche



**Promotion spéciale:** 50 cl gratuit pour les boissons au thé de Rauch