

SHELF/live

Lowicz propone le bevande a base di siero di latte in combifit*Midi*:

Un piacere fatto di salute e bontà

SHELFprofile

Cliente
OSM Lowicz

Marca
Lowickie

Prodotti
Latte fresco ESL con il 2 % e il 3,2 % di grassi

Mercato
Polonia

Formato
combifit*Midi*
1.000 ml
con combiTwist

Marca
Optilife

Prodotti
Bevande a base di siero di latte

Mercato
Polonia

Formato
combifit*Midi*
1.000 ml
con combiTwist

Innovazione costante

Dall'aprile di quest'anno Lowicz confeziona il latte fresco ad Extended Shelf Life e con percentuale di grassi 2 % – 3,2 % in combifit*Midi*. Dall'agosto 2005 altre tre bevande a base di siero di latte a marchio Optilife vengono riempite in questo formato innovativo, nel quale è previsto il confezionamento anche di nuovi prodotti panna. Nel quadro del potenziamento dell'assortimento e delle iniziative di marketing, Lowicz ha scelto il formato d'immagine combifit*Midi* principalmente per il riempimento di prodotti value added. Le nuove bevande a base di siero di latte sono disponibili nei gusti cocco-ananas, arancia rossa e arancia-carota. Lowicz dedica grande attenzione al design della confezione. Tutti i prodotti hanno un design moderno, che ben si adatta all'innovativo formato combifit*Midi*. Per rendere ancora più vivace e moderno il marchio Lowickie, il simbolo della bambola è stato ridisegnato in modo da risultare più dinamico e meno dominante, sullo sfondo di prati, più fresco e vivace. Il nuovo marchio Optilife si differenzia peraltro dal famoso design Lowickie già nel logo, che comunica vitalità e modernità. Questo marchio è stato infatti pensato in particolare per la nuova linea di prodotti value-added, rivolta a nuovi gruppi target più giovani. Per il futuro è previsto un ampliamento della gamma dei prodotti Optilife.

Attrezzati per il futuro

L'azienda lattiero-casearia Lowicz detiene una posizione di leadership sul mercato polacco. Tutti i prodotti lattiero-caseari, e in particolare il latte e la panna UHT, sono conosciuti e amati dai consumatori. Attualmente l'azienda riempie diversi prodotti a base di latte su confezionatrici

SIG Combibloc nei formati combibloc*Standard*, combibloc*Compact*, combibloc*Small*, combibloc*Slimline* e combibloc*Maxi*. La gamma delle confezioni è stata ora estesa al formato di successo combifit*Midi*.

wojciech.wroczynski@sig.biz



Tè freddo Lipton ora anche in combifitMagnum 1.500 ml:

Freschezza familiare

Cliente
Unilever

Marca
Lipton

Prodotto
Tè freddo

Mercato
Olanda

Formato
combifitMagnum
1.500 ml
con combiTwist

I successi di un pioniere

Già nel 1973, con Lipton Ice Tea, Unilever presentava in Germania il primo tè freddo. Il lancio di questo prodotto rappresentava una sensazionale novità sul mercato delle bevande analcoliche: un tè fresco e fruttato come bevanda naturale e dissetante, rivolta a tutte le fasce di età, con una forte immagine di marca. Fra i consumatori di questo prodotto, le famiglie giovani e i giovani fra i 18 e i 28 anni. In questi 30 anni, grazie al gusto incomparabile e rigenerante, Lipton Ice Tea, ha saputo conquistare e incrementare il proprio gradimento. Oggi questa bevanda dissetante è leader di mercato nel segmento tè freddo, ed è reperibile praticamente in

tutto il mondo. Dal febbraio 2005 Lipton Ice Tea viene proposto anche nella confezione famiglia combifitMagnum da 1,5 litri, nei gusti mango, pesca e limone. Il design delle confezioni è ispirato a freschezza e chiarezza, e i differenti gusti si distinguono per il colore della confezione.

Amato in tutto il mondo

Unilever è uno dei principali fornitori nel mondo di prodotti di marca nei settori alimentazione, cura del corpo, profumeria, cosmetica e detergenza. Il gruppo, con sedi principali a Rotterdam e Londra, occupa complessivamente oltre 245.000 dipendenti in 88 Paesi, dove è rappresentato attraverso filiali e

ditte indipendenti. Milioni di persone di quasi 90 Paesi in tutti i continenti conoscono e apprezzano i numerosi prodotti Unilever.

robert.kummer@sig.biz



CAPSA rilancia il latte UHT con aloe vera in combishape:

Una confezione "reale" per un prodotto "reale"

Cliente
Corporación
Alimentaria
Peñasanta, S.A.
(CAPSA)

Marca
Central Lechera
Asturiana

Prodotto
Latte UHT
con pappa reale e
aloe vera

Mercato
Spagna

Formato
combishape
cs_R020 1.000 ml

Il meglio dalla natura

Nel giugno 2005 CAPSA ha rilanciato il latte NATURJalea in combishape. Finora il prodotto veniva riempito in combiblocSlimline con combiLift. Anche la ricetta è stata modificata, il latte UHT contiene ora aloe vera naturale. Con questo lancio l'azienda lattiero-casearia Central Lechera Asturiana prosegue la crescita nel segmento dei latti value added con prodotti innovativi e salutistici. NATURJalea con aloe vera si inserisce in questa linea innovativa, proprio come il latte NATURLínea e Frutas del Sol NATURLínea già confezionati in combishape, ma anche come NATURCalcio e NATURFibra confezionati in combiblocSlimline / combiblocPremium. L'innovativo latte NATURJalea con aloe vera è prodotto con latte della migliore qualità, pappa

reale 100% naturale e aloe vera. La pappa reale rinforza l'organismo, mentre l'aloe vera ridona vitalità. Alla pappa reale si attribuiscono peraltro ulteriori proprietà: esercita un'azione stimolante sull'organismo e sull'umore, fa bene alla memoria e rafforza le difese immunitarie. Favorisce inoltre la circolazione sanguigna, rigenera la pelle e previene le patologie dermatologiche. L'aloe vera contenuta nel latte UHT favorisce la digestione, aiuta il sistema immunitario e riduce i rischi di patologie cardiocircolatorie. Neutralizza i radicali liberi e accelera la produzione cellulare.

Leader di mercato con tradizione

La Corporación Alimentaria Peñasanta, S.A. (CAPSA) è leader nel settore lattiero-caseario spagnolo. L'azienda è numero uno nel segmento latte e

panna, al secondo posto nel segmento burro e al terzo nello yogurt. Il marchio più importante della CAPSA è Central Lechera Asturiana.

christine.erbler@sig.biz



Piacere esotico

SHELFprofile

Cliente

V&S Finland Oy

Marca

Festivo

Prodotto

Vino rosso sudafricano

Mercato

Finlandia

Formato

combiblocPremium 1.000 ml con combiTwist

Vino rosso per tante occasioni

Nel maggio 2005 la V&S Finland Oy, azienda leader in Finlandia nel segmento del vino e dei superalcolici, ha lanciato sul mercato, in combiblocPremium 1.000 ml, un vino rosso di provenienza sudafricana. Per il marchio Festivo si tratta di un'iniziativa dal carattere pionieristico. La confezione Premium, leggera, pratica ed ecologica, è particolarmente adatta per picnic, gite ed escursioni, e per tutte le occasioni in cui condividere un bicchiere di vino in compagnia. La confezione combiblocPremium è stata ridisegnata dalla stilista di moda finlandese Paola Suhonen. Nella figura

del volatile la giovane artista associa in modo originale nostalgia a modernità e presente.

Una crescita costante

V&S Finland Oy, fa parte del gruppo svedese V&S. In pochissimi anni da piccola azienda nordeuropea, la V&S è cresciuta fino a diventare una delle 10 principali aziende nel mondo nel settore del vino e dei superalcolici. Il marchio più noto della V&S è ABSOLUT Wodka, affermatosi già da un decennio con successo sul mercato internazionale. Se V&S in precedenza lavorava prevalentemente sul mercato locale, oggi soltanto un sesto del fatturato

riguarda il mercato svedese. V&S detiene filiali in 12 Paesi e commercializza i propri prodotti in ca. 125 mercati. Nel 2004 i suoi 2.200 dipendenti hanno generato un fatturato complessivo di 9,3 miliardi di corone svedesi (1 miliardo di Euro).

mark.richters@sig.biz



Nuovo design e ampliamento della gamma dei prodotti:

Cappy punta ancora su combiblocPremium

SHELFprofile

Cliente

EMIG Production

Marca

Marchi commerciali tradizionali e di primo prezzo

Prodotti

Succhi e nettari di frutta

Mercato

Francia

Formati

combiblocStandard 1.000 ml
combiblocMagnum 1.500 ml con combiTop e combiTwist
combiblocMaxi 2.000 ml con combiTop

Precursore con tradizione

Già nel 1997 Coca-Cola Beverages Hrvatska puntava sul formato immagine combiblocPremium da 1.000 ml con il tappo a vite combiTwist small. Nel 2002 seguivano altri prodotti nel volume 500 ml. Oggi Coca Cola punta nuovamente su questa confezione nell'ambito del rilancio a livello europeo del logo Cappy. Parallelamente al nuovo design questa linea è stata ampliata, con i nuovi gusti arancia rossa, ananas e pera. L'introduzione sul mercato dei nuovi prodotti è avvenuta nel marzo e nel luglio 2005.

Una varietà di bevande rinfrescanti

L'azienda croata Coca-Cola Beverages Hrvatska produce, distribuisce e commercializza bevande analcoliche. La società, detenuta principalmente dalla greca Coca-Cola Hellenic Bottling Company S.A., ha una storia di oltre 35anni, iniziata con il riempimento della prima bottiglia a Zagabria nel 1968. Dal 1998 questa società croata fa parte di Coca-Cola Beverages, fusasi

nel 2.000 con Coca-Cola Hellenic Bottling Company. Coca-Cola Beverages Hrvatska fa pertanto parte del secondo gruppo produttore di bevande nel mondo. Oltre al più noto e importante marchio Coca-Cola, l'azienda distribuisce in Croazia i marchi Coca-Cola light, Fanta, Schweppes, Sprite, Cappy, Cappy Tempo, Nestea, Powerade oltre a Burn e Bistra.

alesa.kovac@sig.biz



Azienda lattiero-casearia bulgara lancia sul mercato il Cappuccino:

Il gusto dell'estate

SHELFprofile

Ad est molto di nuovo

Il nuovo Cappuccino Fibella è il primo Cappuccino di provenienza nazionale reperibile sul mercato bulgaro. Fino ad oggi sul mercato erano disponibili soltanto prodotti in polvere solubili a marchio estero. L'azienda lattiero-casearia OMK ha lanciato questo nuovo prodotto nel giugno di quest'anno in combibloc *Standard* 1.000 ml. Fibella è una bevanda al latte sana, rinfrescante e dal gusto apprezzato da consumatori di tutte le fasce di età. Come tutti i prodotti UHT, anche Fibella può essere conservata per ca. 6 mesi a temperatura ambiente. Il prodotto è adatto alla

preparazione di bevande fresche, caffè freddo, cappuccino caldo, frappé con gelato oppure essere utilizzato come ingrediente per cocktail. Il nuovo Cappuccino Fibella intende proseguire il successo riscontrato dal lancio sul mercato, accompagnato da una campagna pubblicitaria, di una nuova gamma di bevande miste a base di latte, ampliata nel maggio 2005 dai gusti melone e caramello.

Anni di esperienza nei prodotti lattiero-caseari

L'azienda lattiero-casearia bulgara OMK vanta un'esperienza di oltre 50 anni nel settore della produzione

lattiero-casearia, detenendo una quota di mercato superiore al 30 % nel segmento del latte UHT. L'azienda distribuisce una vasta gamma di prodotti a base di latte, freschi e a lunga conservazione. OMK serve il mercato bulgaro e commercializza i propri prodotti anche negli USA, in Canada, Australia e Russia. Fibella è il marchio dei prodotti a base di latte UHT.

katharina.fersterer@sig.biz



Nuovi prodotti EMIG per il mercato francese:

Nuova freschezza alla francese

SHELFprofile

Una collaborazione di successo

SIG Combibloc e Cedilac Le Quesnoy, oggi EMIG Production, sono accomunati da una partnership di successo sin dal 1979, quando EMIG introdusse per prima in Francia il formato combibloc *Standard* 1.000 ml, cui dovevano seguire nel 1991 il grande formato combibloc *Maxi* da 2.000 ml e nel 1999 il combibloc *Magnum* da 1.500 ml. Nel 2003 l'azienda acquistava una quinta confezionatrice, modello CFA 307, per poter riempire anche il sottile formato combibloc *Slimline* da 1.000 ml. Oggi EMIG offre una vasta gamma di succhi, nettari, nettari dietetici e bevande alla frutta. Con oltre 54 milioni di confezioni vendute l'anno, EMIG è uno dei principali clienti SIG Combibloc in Francia. Dei nuovi prodotti fanno parte i succhi di frutta a marchio Casino, nei gusti mela e arancia, confezionati in combibloc *Magnum* da 1.500 ml con combiTop, oltre ad altri succhi di frutta sempre a marchio Casino e un nettare in combibloc *Standard* da 1.000 ml. Per gli ipermercati Carrefour e Auchan Pouce vengono prodotti un succo

d'arancia in combibloc *Magnum* da 1.500 ml con combiTwist e un succo multivitaminico nel grande formato combibloc *Maxi* da 2.000 ml con combiTop. Tutti i prodotti sono stati messi sul mercato fra gennaio e luglio 2005.

Un ampio assortimento

EMIG è un'azienda leader sul mercato tedesco delle bevande analcoliche. Appartiene al gruppo britannico Gerber Foods Holding Ltd., con sede a Bridgwater/ UK. Il gruppo EMIG è uno dei maggiori produttori europei di bevande alla frutta. Il vasto assortimento di succhi di frutta e bevande, destinato alla commercializzazione in circa 30 Paesi, viene prodotto in tre stabilimenti, due con sede in Germania e uno con sede in Polonia. La proprietà delle fonti e la disponibilità di moderne tecnologie di confezionamento contribuiscono al successo di questa azienda che occupa ca. 650 dipendenti. Il core business strategico della EMIG si colloca nell'ambito dei marchi commerciali europei. Nel gennaio 2005 l'azienda

ha rilevato la produzione Cedilac di Le Quesnoy in Francia, divenendo un importante key player sul mercato francese delle bevande.

guillaume.confais@sig.biz



Due formati, una sola riempitrice

SHELFprofile

Cliente

Wimm-Bill-Dann

Marche

Domik v derevne ("Casetta di paese"), Neo/Magitelles, Solnechnaja Melenka ("Mulino soleggiato")

Prodotti

Panna 10% e 33%, succo e bevande al latte, bevande miste a base di latte

Mercato

Russia

Formati

combiblocPremium 500 ml con combiTwist
combifitPremium 500 ml e 1.000 ml con combiTwist

Tutto sulla stessa macchina

Wimm-Bill-Dann, leader sul mercato russo per i prodotti a base di latte, punta sull'innovativa flessibilità di formato di SIG Combibloc e confeziona la propria gamma di prodotti sia in combiblocPremium che in combifitPremium. Il vantaggio di questo duplice formato è di importanza decisiva per un'azienda che deve crescere su un mercato lattiero-caseario altamente competitivo, basando questo sviluppo principalmente sul potenziamento di prodotti di nicchia. Gli aspetti fondanti la filosofia del marchio Wimm-Bill-Dann sono la purezza e il gusto dei prodotti tradizionali lattiero-caseari della campagna, che portano salute e relax nella frenetica vita delle città. Sulla riempitrice CFA 209 vengono confezionati tre dei marchi di latte più amati in Russia, come Domik v derevne, Neo/Magitelles e Solnechnaja Melenka. Domik v derevne è uno dei marchi più importanti e conosciuti nel settore del latte e dei prodotti a base di latte in Russia. Di questo marchio fanno parte prodotti come burro, quark, latte da bere, panna e tradizionali prodotti a base di latte acido. Il principale target di Domik v derevne sono le famiglie con bambini, ma i suoi prodotti si rivolgono un po' a tutte le fasce d'età. Fino all'inizio del 2005 la panna 10% Domik v derevne veniva confezionata esclusivamente in Tetra Pak 200 ml. Ora il prodotto viene proposto nel maneggevole formato combiblocPremium da 500 ml con tappo a vite combiTwist. Sempre in questo formato è disponibile la panna con il 33% di grassi.

Uno stile di vita attivo

Con il nuovo marchio Neo/Magitelles della Wimm-Bill-Dann vengono commercializzati prodotti innovativi e d'immagine. Il gruppo target cui si rivolge Neo/Magitelles è costituito dalle fasce giovani e di mezza età con uno stile di vita ancora attivo, che nell'alimentazione ricercano, oltre all'utilità, anche un piacere.

Da maggio sono uscite sul mercato novità come le bevande a base di succo e latte nei 6 gusti pesca-maracuja, pera-mango, fragola, multifrutti, albicocca-arancia e mela. Tutti questi prodotti vengono riempiti in combifitPremium 1.000 ml. In questo formato dall'inizio dell'estate è disponibile anche la nuova bevanda al latte a marchio Solnechnaja Melenka. Il prodotto a base di latte contiene cereali e aromi naturali.

Ampia gamma di prodotti di alta qualità

Wimm-Bill-Dann Foods OJSC è famosa in Russia per la qualità e l'ampiezza della sua offerta. I prodotti godono di un grado elevato di notorietà di marca e di fedeltà della clientela. L'azienda è leader di mercato nel segmento latte e fra i leader nei succhi. Nonostante sia stata fondata soltanto nel 1992, Wimm-Bill-Dann è cresciuta divenendo un'azienda di successo, quotata in borsa e con oltre 17.000 dipendenti. Grazie ad una forte attività di acquisizioni, l'azienda è in costante crescita. Nel 2004 il fatturato della Wimm-Bill-Dann è stato di ca. 1,2 miliardi di dollari USA. L'azienda conta 27 stabilimenti di produzione,

situati in 22 siti industriali della Russia e della CIS. La distribuzione dei prodotti avviene attraverso 26 centri di distribuzione situati in 26 città della Russia e degli Stati della CIS. WBD rifornisce peraltro importanti istituzioni, come ad esempio il governo russo, ambasciate, banche, linee aeree e scuole. Secondo AC Nielsen Retail Audit la quota di mercato di Wimm-Bill-Dann nel segmento latte è stata, nelle 24 maggiori città, del 34%. (bimestre febbraio – marzo 2005 in valore). In base ad uno studio di Business Analitica, la quota di mercato WBD nel segmento succhi, nelle 18 maggiori città è stata del 27% (bimestre gennaio – febbraio 2005). L'azienda dedica il massimo impegno a garantire un elevato grado di qualità, prendendo come riferimento gli standard della World Health Organization, della UE e di altre rinomate organizzazioni. Un proprio laboratorio di ricerca assicura lo sviluppo di prodotti nuovi e innovativi in linea con le richieste del mercato.

nana.rubina@sig.biz



Cliente
Frispa GmbH

Marca
Frispa

Prodotti
Succhi spremuti,
tè, tè freddo

Mercato
Germania

Lancio
Aprile 2005

Formati
combiFitMagnum
1.500 ml con
combiTwist
combiFitPremium
750 ml con
combiTwist

Gusti
combiFitMagnum: tè
alla pesca, tè verde,
tè Rooibush, tè
rosso, succhi
spremuti: arancia,
multifrutti, pera,
mela
combiFitPremium:
arancia, mela,
multifrutti, uva,
uva rossa, pera,
Frispaccio
(cocktail di verdure)



In forma al meglio: Frispa lancia sul mercato prodotti con valore aggiunto in *combiFit*

Cliente
eterna
Nahrungsmittel
GmbH

Marca
Mamma Lucia

Prodotti
Sughi

Mercati
Germania e
Olanda

Rilancio
Gennaio 2005

Formato
combiBlocCompact
375 ml

Gusti
Erbe, aglio,
champignon



Tipicamente italiani: sughi gustosi in *combiBlocCompact*

Cliente
General Bottlers
CR s.r.o.

Marca
Toma

Prodotti
Succo 100 % e
nettare

Mercato
Repubblica Ceca

Lancio
Luglio 2005

Formato
combiBlocStandard
1.100 ml con
combiTwist

Gusti
Arancia, multifrutti



Di più è meglio: confezioni promozionali PepsiCo con il 10 % di prodotto in più

Cliente
Refresco North –
Krings Fruchtsaft
GmbH

Marca
Aqua fruitmix

Prodotti
Bevande alla
frutta gassate
con il 20–34 %
di percentuale di
frutta

Mercati
Germania e
Olanda

Lancio
Febbraio 2005

Formato
combiBlocPremium
1.000 ml con
combiLift

Gusti
Uva bianca e
limone, mela e
bacche rosse, mela
e pesca light, mela
e frutti di bosco,
arancia e limette,
mela e pesca,
ananas e maracuja
light



Freschezza alla frutta: Krings lancia Aqua fruitmix in *combiBlocPremium*

Cliente
Zuegg S.p.A.
(riempito da Lowicz
in Polonia)

Marca
io-bevo

Prodotti
Bevande alla frutta
con minimo il 30 %
di succo

Mercato
Italia

Lancio
Giugno 2005

Formato
combiBlocMaxi
2.000 ml con
combiTwist

Gusti
ACE, arancia rossa,
arancia, ananas,
multivitaminico



Semplicemente grande: Zuegg riempie le nuove bevande alla frutta in *combiBlocMaxi*

Cliente
Rauch Hungaria
Kft.

Marca
Rauch Eistee

Prodotto
Tè freddo

Mercato
Ungheria

Lancio
Giugno 2005

Formato
combiBlocMaxi
2.000 ml con
combiTwist

Gusti
Limone, pesca



Un freddissimo piacere: Rauch lancia le confezioni promozionali per il tè freddo

Dati editoriali

SIG CombiBloc GmbH
Rurstrasse 58
D-52441 Linnich
T + 49 2462 79 0
F + 49 2462 79 2519

Responsabile:
Birgit Kartscher
birgit.kartscher@sig.biz