

Концерн «Bunge CIS LLC» представил масло Ideal в новой упаковке, созданной брендинговым агентством Depot WPF Brand & Identity.

Перед разработчиками стояла задача осуществить редизайн графики торговой марки и упаковки согласно позиционированию бренда – высококачественное масло Ideal позволяет воплотить в жизнь самые смелые кулинарные эксперименты. Подсолнечное масло идеально подходит для приготовления любого блюда. Свойства кукурузного масла наилучшим образом раскрываются при жарке. А растительное масло, сохраняющее полезные свойства сои, может стать отличной составляющей правильного питания.

При разработке новой упаковки продукта, необходимо было выделить различные позиции внутри линейки, но при этом сохранить преемственность с прошлым дизайном. Новый дизайн выделяется блестящей этикеткой, с которой покупателям улыбается шеф-повар, а различные национальные орнаменты на золотистом фоне указывают на происхождение ингредиентов того или иного вида масла. Удобная крышка с носиком-дозатором – инновационный атрибут новой бутылки Ideal, который препятствует проливанью продукта, облегчает контроль налива масла и дает другие преимущества для готовки.

Ideal в новой упаковке уже можно приобрести в магазинах страны.

На российском рынке мировой бренд Ideal знают более двенадцати лет – первая бутылка дезодорированного масла под этим товарным знаком была продана в нашей стране в 1995 году.

Состав творческой группы:

Творческий директор: Алексей Фадеев

Дизайнер: Андрей Гладков

Pre-press: Курбан Курбанмагомедов

Иллюстратор: Вадим Брыксин

Менеджеры проекта: Ирина Страшнова, Елена Саркисян

Depot WPF Brand & Identity. Независимое российское брендинговое агентство. Основано в 1998 году. Depot WPF Brand & Identity специализируется в области стратегического брендинга, дизайна упаковки и айдентики бренда. Depot WPF Brand & Identity является представителем Pan-European Brand Design Association (PDA) в России, а также членом АКАР (Ассоциации Коммуникационных Агентств России).



**ИДЕАЛЬНАЯ УПАКОВКА.
DEPOT WPF BRAND & IDENTITY
СОЗДАЛО НОВЫЙ ДИЗАЙН
ДЛЯ БРЕНДА IDEAL**

РУЗСКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД НАЧАЛ ПОСТАВКИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В НОВОЙ УПАКОВКЕ



В начале июля 2007 года Русский молочный завод представил молочные продукты ТМ «Русское молоко» в новой упаковке Pure-Pak Mini Diamond Curve на 500 и 250 г. В продажу по-ступили «Русские сливки» и «Русский бифилайф» в упаковке 250 г., а также биокефир и кефир, обогащенный йодированным белком, в упаковке 500 г.

Новая упаковка для Русских молочных продуктов была разработана Русским молочным заводом совместно с компанией Elopak.

При разработке новой упаковки необходимо было выделить различные позиции внутри продуктовой линейки, в том числе и за счет изменения порционной упаковки для жидких молочных продуктов. Новую упаковку отличает комбинация функциональности и нового дизайна, большая открывающаяся крышка, которая демонстрирует отличные характеристики как при использовании (наливании), так и при хранении уже открытого продукта.

Новым инновационным элементом дизайна стала изогнутая пятая грань Curve, ассоциируемая с премиальным качеством молочной продукции.

Еще одним бесспорным достоинством и преимуществом новой упаковки является ее экологичность: упаковка Pure-Pak полностью безопасна для окружающей среды.

С июля 2007 года Русские молочные продукты в новой упаковке можно приобрести в магазинах Русского района, а также московских продуктовых бутиках и сетевых супермаркетах. **INM**



ПРЕМИАЛЬНОЕ ОТ HEINEKEN ОСВАИВАЕТ БАНКУ

Американское подразделение Heineken выпустила легкое пиво Heineken Premium Light в новой 12-унцовой тонкой банке.

Новая 12-унцовая банка имеет элегантный вид и уникальна по дизайну. Как правило, большая часть премиального пива продается в бутылках, но пить из них любят немногие. Новинка позволит Heineken увеличить продажи легкого пива за счет привлечения тех, кто предпочитает изящество упаковки, а не только вкуса. «Вне всяких сомнений, теперь наш покупатель сможет выбрать из чего пить его любимое легкое Premium Light – из бутылки или из банки, – говорит директор американского отдела Heineken Энди Глейзер (Andy Glaser), – особенно в летние месяцы любители пьют его вне дома, и стеклянная тара создает некоторые неудобства, хотя бы потому, что сравнительно тяжела. Теперь Heineken Premium Light представлено в 12-унцовой алюминиевой банке, что в конкретном случае намного привлекательнее ТВ телевидении. INM

«ВЕСЕЛЯЩИЙ ГАЗ» В ОПТИМАЛЬНОМ ОБЪЕМЕ

Полиэтилентерефталатная 22-унцовая упаковка энергетика NOS награждена 2007 Silver Award как одна из самых инновационных. Она представлена Национальной Ассоциацией Дистрибьюторов Упаковки (NACD) США.



Энергетик NOS, получил название от популярного бренда – Nitrous Oxide Systems, – который дебютировал в сентябре 2006. Упаковка с добавлением закиси азота («веселящий газ») разработана фирмой Holley Performance Products. Ею же совместно с Fuze Beverage был разработан и NOS. «Это очень динамичная категория, – поясняет главный исполнительный маркетинг-директор Билл Мейсснер (Bill Meissner), – по нашим исследованиям, потребители предпочитают упаковки большие, чем 16 унций. Та же статистика показала, что 24-унцовые контейнеры чрезмерно велики, потому неудобны. В итоге, мы нашли оптимальное решение – 22 унции, упакованные в полиэтилентерефталатную упаковку». NACD рассматривали более 200 претендентов по восьми категориям. В упаковках оценивались внешняя графика, форма, текстура, материалы, легкость использования, привлекательность, и т.д. «Мы очень горды признанием наших 22-унцовых бутылок из пластика инновационными в категории энергетических напитков, – сказал бренд-менеджер Майк Файн (Mike Fine), – энергетик NOS в этой упаковке действительно отличается от своих аналогов, это к нему и привлекает». Новинка продается в бакалеях и супермаркетах США. INM

SWISS INDUSTRIAL GROUP ВЫПЛАТИТ ДИВИДЕНДЫ СВОИМ АКЦИОНЕРАМ

Совет директоров швейцарской компании Swiss Industrial Group (SIG), в структуру которой входит компания SIG Combibloc, мировой лидер в области производства асептической упаковки и оборудования, принял решение о выплате в 2007 году дивидендов своим акционерам. Основным акционером SIG является Новозеландская инвестиционная компания Rank Group Holdings Ltd., владеющая 81.31% акций. Размер дивидендных выплат составит 5 швейцарских франков за одну акцию. При этом руководство компании оставляет за собой право отозвать данное решение или внести поправки в дивидендное предложение. Выплата дивидендов стала возможна после подведения итогов финансовой деятельности компании в 2006 году. По итогам 2006 года продажи компании выросли на 12% и достигли €1,349 млрд. (для сравнения в 2005 году этот показатель составил 1,207 млн.). Несмотря на повышение цен на сырье и ценовое давление рынка в 2006 году, у компании значительно выросла также операционная прибыль. Показатель EBIT (прибыль до вычетов налоговых платежей) увеличился за прошлый год на 42% и достиг €108 млн. В итоге чистая прибыль компании выросла на 53% и составила €66 млн. По мнению руководства SIG, уверенный рост ключевых финансовых показателей компании продолжится и дальше. Значительную роль в бизнесе Swiss Industrial Group играет компания SIG Combibloc. Ее продажи в 2006 году достигли €1,210 млн., что составляет порядка 90% от всех продаж Swiss Industrial Group. В 2006 году SIG Combibloc добился показателя EBIT в размере €103 млн., или 95% от EBIT Swiss Industrial Group. Существенное влияние на положительный результат финансовых показателей SIG Combibloc в 2006 году оказал российский рынок, на котором динамика роста продаж в течение последних пяти лет составила 60%.

«SIG Combibloc сейчас уделяет особое внимание развивающимся рынкам, в частности, рынкам Юго-Восточной Азии, Китая, Ближнего Востока, Южной Америки и, конечно же, России, – говорит Вальтер Шефферс, президент компании SIG Combibloc. – В российском рынке мы видим высокий потенциал для роста. Так, за период с 2001 по 2006 год наша компания увеличила долю в сегменте асептической упаковки с 15% до 24% рынка и в течение следующих пяти лет мы надеемся достичь доли в 35%. По итогам 2007 года мы ожидаем двузначных показателей роста, в частности, продажи упаковок достигнут 1 миллиарда». SIG Combibloc – один из ведущих мировых производителей картонной упаковки и фасовочных автоматов для напитков и продуктов питания. Количество сотрудников: 3,890 человек. Оборот в 2006 году: EUR 1,210 млрд. SIG Combibloc является подразделением SIG Holding AG, Швейцария. INM

