

ЖИЗНИ

зима 2012

Журнал компании Тетра Пак



Формла



Удобная упаковка от Тетра Пак для инновационных детских продуктов «Агуша «Я сам»

iLine – впервые в Узбекистане

«Молочные реки» Тетра Пак в гипермаркете «Караван» в Киеве

Молоко Parmalat
в Tetra Brik Aseptic
1000 ml Edge

Уважаемые коллеги!



ИГОРЬ АКИМОВ
вице-президент
Тетра Пак Восточная Европа
и Центральная Азия

В этом номере «Формы Жизни» мы расскажем вам о самых интересных проектах, которые компания Тетра Пак реализовала в последние месяцы 2011 года.

Темой этого номера стала российская премьера новой эргономичной упаковки Tetra Brik Aseptic 1000 ml Edge. Нам особенно приятно, что первым заказчиком в России, выбравшим нашу инновационную упаковку, стала компания Пармалат, с которой Тетра Пак связывают многолетние партнерские отношения.

Еще одним заметным событием на российском рынке стал запуск линейки детского питания «Агуша «Я сам». Целый ряд новых продуктов для детей от 1,5 до 4 лет выпускается в упаковке Тетра Пак, на одной из поверхностей которой размещены еще и развивающие игры. О реализации этого проекта, важного для развития категории детского питания в России, вы можете прочитать в рубрике «Тенденции».

Материалы в рубриках «Технический сервис» и «Технологическое оборудование» знакомят вас с широким спектром услуг, который Тетра Пак предоставляет своим заказчикам, от комплексного контроля за качеством продукции до управления крупными проектами. В рубриках «Маркетинг» и «Ритейл» мы делимся с вами первыми успехами новых промокампаний по поддержке категории ультрапастеризованного молока на рынках России, Казахстана и Украины.

Важным достижением компании Тетра Пак в 2011 году было получение Московской и Киевской фабриками, а также офисами Тетра Пак в Москве, Минске, Киеве и Алматы сертификатов цепочки поставок Лесного попечительского совета (Chain of Custody, FSC CoC). О значении этого события для Тетра Пак и о том, какие возможности это открывает перед нашими заказчиками в этих странах, читайте в рубрике «Экология».

Я уверен, что наступивший год откроет новые горизонты для развития вашего бизнеса, а опыт Тетра Пак поможет вам в реализации самых смелых идей!

Тема номера



Тенденции



Ритейл



Содержание

02 | Тема номера

Молоко Parmalat в Tetra Brik Aseptic 1000 ml Edge – новые преимущества для мирового бренда

04 | Тенденции

Удобная упаковка от Тетра Пак для инновационных детских продуктов «Агуша «Я сам»

iLine – впервые в Узбекистане

07 | Ритейл

«Молочные реки» Тетра Пак в гипермаркете «Караван» в Киеве

08 | Новинки рынка

I-IV | Product Review

09 | Новинки рынка

10 | Технический сервис

Контроль качества продуктов – сохраним лучшее вместе

12 | Технологическое оборудование

Модернизация оборудования как способ повышения эффективности бизнеса

Высший пилотаж – управление крупными проектами

14 | Экология

Экологическая ответственность со знаком FSC

16 | Маркетинг

«Молоко-шоу» от Тетра Пак

Журнал компании Тетра Пак Восточная Европа и Центральная Азия распространяется в России, Беларуси, Украине и республиках Центральной Азии

Адрес редакции:
Тетра Пак, 129226, Москва,
ул. Вильгельма Пика, 8

Телефон (495) 787-80-00,
факс (495) 787-81-35

E-mail: communications.russia@tetrapak.com
web: www.tetrapak.ru

Ответственный редактор: Ирина Жукова
Выпускающий редактор: Екатерина Волкова

Журнал напечатан на частично переработанной бумаге Gallery Art

Технический сервис



Технологическое оборудование



Экология





Компания Пармалат стала первым заказчиком Тетра Пак в России, выбравшим для ультрапастеризованного молока одну из последних разработок в области упаковочных решений – инновационную упаковку Tetra Brik Aseptic 1000 ml Edge с винтовой крышкой LightCap. Новая упаковка обладает высокой функциональностью и подчеркивает премиальный характер бренда Parmalat.

МОЛОКО PARMALAT В TETRA BRIK ASEPTIC 1000 ml EDGE – НОВЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ МИРОВОГО БРЕНДА

Компания Пармалат, представленная на российском рынке с 1991 года, производит широкий спектр молочных продуктов в упаковке Тетра Пак, включая ультрапастеризованное молоко, а также сливки под торговыми марками Parmalat и «Белый город», обогащенное молоко Dietalat, молочные коктейли и ароматизированное молоко. Компания также выпускает в России соки и нектары «4 сезона» и Santal, молочно-соковые коктейли Santal Plus и фруктовые напитки Santal Active Drink в упаковке Тетра Пак. Производственные мощности компании, расположенные в Екатеринбурге и Белгороде - ООО «Ураллат» и ОАО «Белгородский молочный комбинат»,

позволяют компании Пармалат успешно удовлетворять спрос российских потребителей на молочную и соковую продукцию премиум-сегмента.

С самого начала производства упаковки компанией Тетра Пак итальянский производитель одним из первых оценил ее преимущества и по-прежнему доверяет опыту лидера в области переработки и упаковки жидких пищевых продуктов. Принимая решение о переводе ультрапастеризованного молока Parmalat из классической упаковки Tetra Brik Aseptic Base в новый формат, компания Пармалат стремилась предоставить покупателям максимально функциональное решение, которое также выделит продукт

на полке. Именно эти факторы определили выбор упаковки Tetra Brik Aseptic 1000 ml Edge с винтовой крышкой LightCap, представленной Тетра Пак на мировом рынке в 2010 году.

Функциональность

Современные потребители молочных продуктов придают все большее значение функциональности упаковки, обращая внимание на наличие крышки и удобство хранения продукта. Винтовая крышка LightCap надежно защищает продукт при транспортировке, а широкое отверстие делает процесс наливания молока более плавным, что нравится покупателям. Кроме того, диаметр

отверстия позволяет использовать упаковку ТВА 1000 ml Edge для продуктов с различными добавками, обеспечивая высокую гибкость производства.

Эргономичность

Эргономичность упаковки также является одним из конкурентных преимуществ продукта, и при создании Tetra Brik Aseptic Edge компания Тетра Пак уделила особое внимание этому качеству. Упаковку удобно держать в руке людям всех возрастов, а особая форма ее верхней части позволяет избежать расплескивания молока.

Уникальный дизайн

В условиях жесткой конкуренции на рынке важно, чтобы продукт был замечен на полке магазина. Благодаря оригинальной форме, упаковка Tetra Brik Aseptic 1000 ml Edge выделяется в ассортименте молочной продукции, а ее верхняя грань предоставляет производителю дополнительную площадь для размещения маркетинговой информации. Уникальный дизайн новой упаковки в полной мере соответствует премиальному статусу торговой марки Parmalat.

Безопасность и экологичность

Вопросы безопасности продуктов питания и защиты окружающей среды сегодня оказывают существенное влияние на выбор потребителей. Новая упаковка Tetra Brik Aseptic 1000 ml Edge обладает всеми традиционными преимуществами картонной упаковки Тетра Пак, являясь экологичным решением и надежно сохраняя питательные свойства продукта в течение длительного времени.

В упаковке Tetra Brik Aseptic 1000 ml

Edge с винтовой крышкой LightCap компания Пармалат выпускает ультрапастеризованное молоко Parmalat жирностью 0,5%, 1,8% и 3,5%. На «Белгородском молочном комбинате» - основной про-

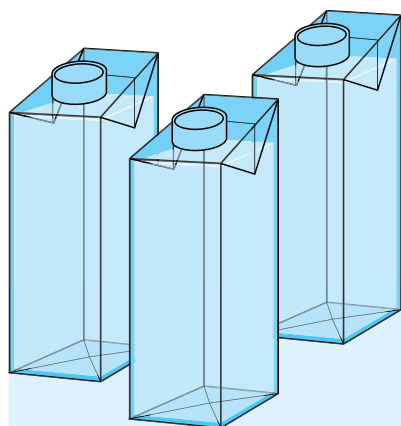
Коммерческий запуск производства молока Parmalat в Tetra Brik Aseptic 1000 ml Edge состоялся в сентябре 2011 года, и продукт уже можно увидеть в магазинах крупных городов Центральной России –

«Сегодня рынок предъявляет высокие требования к функциональности упаковки, и мы учитывали это при выборе нового формата. Мы высоко оцениваем потенциал ультрапастеризованного молока Parmalat в новой упаковке и считаем, что изящная форма, яркий дизайн и удобство использования понравятся нашим покупателям», - говорит Марина Шилко, руководитель отдела маркетинга компании Пармалат.

изводственной площадке Пармалат в России - уже установлена упаковочная линия Tetra Pak A3/Flex iLine производительностью 8 000 литров в час. Tetra Pak A3/Flex iLine – универсальная платформа, позволяющая выпускать продукты в различных форматах упаковки в зависимости от потребностей заказчика.

основного региона дистрибуции.

Упаковка Tetra Brik Aseptic 1000 ml Edge с винтовой крышкой LightCap уже хорошо зарекомендовала себя на мировом рынке, а результаты продаж ультрапастеризованного молока Parmalat позволят оценить успех упаковки у российских потребителей. В дальнейшем Тетра Пак планирует выпуск ТВА Edge порционных форматов, что позволит производителям предлагать более широкую линейку продуктов в одной из самых функциональных упаковок. ■





Компания «Вимм-Билль-Данн», входящая с 2011 года в PepsiCo, начала производство новой линейки детского питания «Агуша «Я сам», специально разработанной для детей от 1,5 до 4 лет. Линейка охватывает все категории детских продуктов и включает среди прочего молоко со злаками, ультрапастеризованное молоко и кисломолочный напиток «Иммунити» в упаковке Tetra Brik Aseptic 200 ml Base с соломкой и Tetra Brik Aseptic 500 ml Slim, соки в упаковке Tetra Brik Aseptic 200 ml Base с соломкой и Tetra Brik Aseptic 500 ml Square с крышкой.

УДОБНАЯ УПАКОВКА ОТ ТЕТРА ПАК ДЛЯ ИННОВАЦИОННЫХ ДЕТСКИХ ПРОДУКТОВ «АГУША «Я САМ»



Согласно рекомендациям педиатров, детям до 4 лет необходимо питание, учитывающее особенности развития желудочно-кишечного тракта ребенка и потребность детского организма в витаминах. Компания «Вимм-Билль-Данн» стала первым российским производителем, предложившим родителям детей от 1,5 до 4 лет весь спектр полезных и безопасных продуктов, адаптированных к этому возрасту. Выпуск линейки «Агуша «Я сам» стал важным этапом в развитии категории детского питания – по данным Тетра Пак, одной из наиболее активно развивающихся в России.

«Международный опыт Тетра Пак подтверждает, что потребители в разных странах проявляют высокий интерес к продуктам, созданным с учетом возраста детей. Проект компании «Вимм-Билль-Данн» доказывает, что российский рынок детского питания развивается в русле общемировых тенденций, предоставляя потребителям возможность покупать для детей высококачественные продукты отечественного



производства», - говорит Марина Градова, директор категории детского питания компании Тетра Пак.

Компания «Вимм-Билль-Данн», один из крупнейших заказчиков Тетра Пак в России, производит широкий спектр жидких пищевых продуктов и обладает многолетним опытом работы в области производства детского питания. Торговая марка «Агуша» впервые была представлена российским потребителям в 2001 году и благодаря высокому качеству и безопасности быстро завоевала доверие родителей маленьких детей.

Разработка новых категорий ведется совместно с ГУ НИИ питания РАМН, Союзом педиатров России и ведущими российскими научными медицинскими учреждениями. Линейка детского питания «Агуша «Я сам» создавалась на основе рекомендаций педиатров, а также физиологических и психологических особенностей детей в возрасте от 1,5 до 4 лет.



«Компания «Вимм-Биль-Данн» готовилась к выпуску новой линейки «Агуша «Я сам» более двух лет. Мы внимательно изучили предпочтения родителей маленьких детей и совместно с педиатрами разработали рецепты уникальных для российского рынка продуктов. Мы старались, чтобы продукция торговой марки «Агуша «Я сам» была не только полезной и безопасной для малышей, но и позволяла мамам сделать процесс кормления интересным для ребенка и максимально удобным», - говорит директор направления детского питания ОАО «Вимм-Биль-Данн» Илья Соколов.



Польза и уникальность

Продукты новой линейки «Агуша «Я сам» подобраны таким образом, чтобы максимально обеспечить ребенка необходимыми витаминами и микроэлементами. Ягодные морсы и фруктовые соки, сочетания молока, фруктов и злаков позволяют разнообразить рацион питания ребенка.



Функциональная упаковка

Для молока со злаками, кисло-молочного напитка «Иммунити» и соков «Агуша «Я сам» были выбраны упаковки Tetra Brik Aseptic 200 ml Base с солодкой и Tetra Brik Aseptic 500 ml Square с крышкой, доказавшие свою эффективность в категории детского питания. Детям в возрасте от 1,5 до 4 лет важно во всем проявлять самостоятельность, поэтому они так любят пить молоко или сок без помощи взрослых - через соломку. Завинчивающаяся крышка и большой объем упаковки позволяют родителям брать соки «Агуша «Я сам» на прогулки и в поездки. Технология асептического розлива обеспечивает безопасность продуктов на протяжении всего срока хранения, что особенно важно для детского питания. На каждой упаковке размещены развивающие игры, с которыми завтраки, обеды и ужины станут еще более полезными для развития малыша.



Преимущества для родителей

Многие родители сталкиваются с проблемами усваивания детьми пищи, которая предназначена для взрослых. При этом продукты, предназначенные для детей до года и широко представленные на рынке, уже не могут обеспечить ребенка старшего возраста всеми необходимыми питательными веществами. Новая линейка «Агуша «Я сам» позволит сделать переход к питанию для взрослых более плавным для малыша. Она охватывает все категории детских продуктов, позволяя родителям выбрать именно те из них, которые больше всего нравятся их ребенку.



Компания «Вимм-Биль-Данн» производит продукты «Агуша «Я сам» на Лианозовском заводе детских молочных продуктов и Курском экспериментальном заводе детского питания. Широкий спектр производственного и упаковочного оборудования Тетра Пак, установленного на этих предприятиях, позволяет выпускать такие сложные продукты, как молоко со злаками, с соблюдением всех стандартов качества и безопасности детского питания. Коммерческий запуск производства был произведен осенью, и сегодня новые продукты уже представлены в магазинах по всей России. В планах компании «Вимм-Биль-Данн» – дальнейшее развитие линейки «Агуша «Я сам» и ее расширение за счет новых интересных продуктов. ■

Крупнейший в Узбекистане производитель соковых концентратов и консервной продукции, лидер отрасли - компания «AGROMIR GROUP» впервые запустила производство соков и нектаров под брендом «Bliss» на линиях Tetra Pak A3/Flex iLine и Tetra Pak A3/CompactFlex iLine. До последнего времени соки и нектары компании «AGROMIR GROUP» выпускались на производственных мощностях других соковых заводов Узбекистана. Теперь самые современные в Центральной Азии линии, установленные на заводе компании в Самарканде, позволяют «AGROMIR GROUP» выпускать соки и нектары в упаковках Tetra Brik Aseptic 1000 ml Square, Tetra Prisma Aseptic 1000 ml, Tetra Brik Aseptic 200 ml Slim и Tetra Prisma Aseptic 200 ml.

iLINE – ВПЕРВЫЕ В УЗБЕКИСТАНЕ

Компания «AGROMIR GROUP» ведет свою историю с 1928 года. Именно в этом году началось строительство первого фруктоочистительного завода ОАО «Кишмиш» в городе Самарканд. Сегодня группа компаний объединяет 7 предприятий по разработке, выпуску и дистрибуции продуктов здорового питания на фруктовой основе: натуральных соков и нектаров, соковых концентратов, фруктовых и овощных паст и пюре, плодовоовощных консервов.

Предприятия работают по принципу замкнутого цикла, включающего в себя все стадии процесса, от заготовки сырья до продажи готового продукта. Такая стратегия подчинена одной общей цели – определить качество продукта как главный приоритет в деятельности компании и создать по-настоящему качественный и полезный продукт по доступной цене.

Портфель компании «AGROMIR GROUP» включает в себя: бренд «Bliss» – соки и нектары, бренд «Marinelle» – плодовоовощная консервация. Компания является поставщиком концентратов для крупнейших производителей соков и нектаров Узбекистана, Казахстана и России.

Популярный среди потребителей бренд «Bliss» насчитывает

в линейке 16 вкусов и три формата упаковки. Широкая линейка вкусов Bliss способна удовлетворить запросы самых взыскательных потребителей.

В рамках расширения бизнеса компании «AGROMIR GROUP» на заводе в Самарканде 21 ноября 2011 года состоялось торжественное открытие нового цеха по производству соков. Установленные ультрасовременные линии Tetra Pak A3/Flex iLine и Tetra Pak A3/CompactFlex iLine позволяют выпускать соки и нектары «Bliss» в упаковках Tetra Brik Aseptic 1000 ml Square, Tetra Prisma Aseptic 1000 ml, Tetra Brik Aseptic 200 ml Slim и Tetra Prisma Aseptic 200 ml.

Важно отметить, что формат Tetra Prisma Aseptic 200 ml является новым не только для Узбекистана, но и для всего региона Центральной Азии.

Компания «AGROMIR GROUP» растет и развивается вместе со своим потребителем. Постоянное изучение спроса и внедрение на рынок новых, отличающихся высоким качеством предложений, позволили компании занять на рынке Узбекистана лидерские позиции. Кроме того, «AGROMIR GROUP» планирует расширить географию дистрибуции соков и нектаров «Bliss» за счет рынков Казахстана, Киргизии, Таджикистана, Афганистана и России. ■



Высокая производительность

Ультрасовременные линии Tetra Pak A3/Flex iLine и Tetra Pak A3/CompactFlex iLine выпускают в час 8 т продукции в литровой упаковке и 2 т – в порционной. Производительность нового оборудования позволяет компании «AGROMIR GROUP» в полной мере удовлетворять спрос на соки и нектары в Узбекистане, а также экспортировать продукцию на рынки соседних государств.

Гибкость производства

Линия Tetra Pak A3/CompactFlex iLine способна выпускать до 19 различных форматов упаковок Tetra Brik Aseptic и Tetra Prisma Aseptic, а линия Tetra Pak A3/Flex iLine – до 22 форматов. В настоящее время компания «AGROMIR GROUP» выпускает соки и нектары «Bliss» в упаковках Tetra Prisma Aseptic 1000 ml, и Tetra Prisma Aseptic 200 ml, высокая гибкость оборудования открывает перед производителем широкие возможности дальнейшего развития бизнеса.

Эффективность и экологичность

Линии Tetra Pak A3/Flex iLine и Tetra Pak A3/CompactFlex iLine отличаются высоким уровнем автоматизации, низкими объемами отходов и затратами на производство единицы продукции в сравнении с оборудованием предыдущего поколения. Новейшее решение Тетра Пак обеспечивает производителю высокую эффективность производства, сокращая влияние на окружающую среду.



«МОЛОЧНЫЕ РЕКИ»

ТЕТРА ПАК В ГИПЕРМАРКЕТЕ

«КАРАВАН» В КИЕВЕ

Компания Тетра Пак и одна из крупнейших торговых сетей Украины – гипермаркет «Караван» – реализовали пилотный навигационный проект для покупателей по продвижению категории молока и молочных продуктов в картонной упаковке Тетра Пак. Благодаря яркому оформлению витрины с молочными продуктами, потребители легко могут найти ультрапастеризованное молоко в экологичной упаковке Тетра Пак даже в самом большом гипермаркете.



Преимущества для розничной сети

Яркие дисплеи с подсветкой, использованные в оформлении полок с молочной продукцией, привлекают внимание покупателей. Изображения молочных рек подчеркивают натуральность ультрапастеризованного молока, а знак экологичной упаковки - преимущества картонной упаковки Тетра Пак. Такая выкладка продукции позволяет гипермаркету увеличить объем продаж этой категории молочных продуктов.



Удобство для потребителей

Благодаря особому оформлению полок для молочной продукции, посетители гипермаркета в Киеве легко находят продукт в магазине. При этом информация на дисплеях знакомит потребителей с компанией Тетра Пак, подчеркивая экологические преимущества картонной упаковки.



«Первые результаты навигационного проекта для наших покупателей были положительными. Изначально проект был рассчитан на три года, однако мы рассматриваем возможность его реализации на постоянной основе. Мы также планируем распространить навигационный проект с Тетра Пак на все гипермаркеты сети «Караван», а затем реализовать данный позитивный опыт и для категории соков», - говорит Александр Смяян, управляющий гипермаркетом «Караван» в г.Киеве.

Гипермаркеты сети «Караван», первый из которых был открыт в 2003 году, в настоящее время расположены в Киеве, Харькове, Днепропетровске, Житомире и Черновцах. Общая продуктовая площадь гипермаркета «Караван» в Киеве составляет около 10,5 тыс.м², а среднее число посетителей – от 30 до 35-45 тыс. человек. Каждый гипермаркет предлагает посетителям более 50 тысяч наименований продовольственных и непродовольственных товаров, являясь одним из крупнейших в соответствующих городах.

Компания Тетра Пак и сеть «Караван» уже имеют успешный опыт проведения совместных ВТЛ-акций в области развития категории ультрапастеризованного молока. Навига-

ционный проект для покупателей, стартовавший в сентябре 2011 года, стал очередным этапом сотрудничества компании Тетра Пак и одной из ведущих розничных сетей Украины в этом направлении. В рамках совместного навигационного проекта ультрапастеризованное молоко в картонной упаковке размещается в основном молочном блоке магазина, оформление которого подчеркивает натуральность молочных продуктов в упаковке Тетра Пак, а также экологичность картонной упаковки. Целью проекта является поддержка категории ультрапастеризованного молока в картонной упаковке и информирование потребителей о ее экологических характеристиках, а также продвижение бренда Тетра Пак. ■



ООО «Денеб»

БРЕНД: **SWOY**

ПРОДУКТ: соки

ВКУС: яблоко, апельсин, томат, персик, виноград, ананас, вишня, мультифрукт

УПАКОВКА: Tetra Prisma Aseptic 1000 ml Square с крышкой StreamCap



ОАО «МК «Сарапул-молоко»

БРЕНД: **ТОПТЫЖКА**

ПРОДУКТ: молочный коктейль

ВКУС: шоколад, клубника, ваниль, банан

ЖИРНОСТЬ: 3,2%

УПАКОВКА: Tetra Brik Aseptic 500 ml Square с крышкой StreamCap

ООО «Галактика» (Россия)



БРЕНД: **ТОМ И ДЖЕРРИ**

ПРОДУКТ: молочный коктейль

ВКУС: шоколад, клубника

ЖИРНОСТЬ: 2,0%

УПАКОВКА: Tetra Prisma Aseptic 200 ml Square с солодкой



Danone

БРЕНД: **ПРОСТОКВАШИНО**

ПРОДУКТ: кефир

ЖИРНОСТЬ: 3,2%

УПАКОВКА: Tetra Brik 1000 ml и 500 ml Square с крышкой SimplyTwistMaxi



ЗАО «Obi Zulol»

БРЕНД: **NURI ZULOL**

ПРОДУКТ: соки

ВКУС: абрикос, вишня, томат, персик, груша, яблоко с мякотью, вишня и яблоко с мякотью, абрикос и яблоко, слива и яблоко, фруктовое ассорти (слива, персик, груша, яблоко, абрикос), мультифрукт, тропический, айва, апельсин

УПАКОВКА: Tetra Brik Aseptic 1000 ml Square с крышкой StreamCap

PRODUCT REVIEW

зима 2012

Швеция

Лидер рынка Yoggi - 40-летний юбилей и новая уникальная линейка «без добавок»

Arla Foods является лидером рынка Швеции в сегментах натурального йогурта, ароматизированных йогуртов и йогуртосодержащих напитков. В линейке бренда над порционной упаковкой преобладает литровый объем (90%), что нехарактерно для рынков более южных европейских стран; кроме того, йогурт там обычно гораздо более вязкий, чем аналогичный скандинавский продукт.

В 2003 году Arla Foods первой в мире использовала литровую картонную бутылку Tetra Top. После успешных испытаний компания полностью перевела свою линейку йогуртов Yoggi с кусочками фруктов из литровой упаковки с «гребешком» в Tetra Top Carton Bottle 1000 ml с заворачивающейся крышкой (исходально Расау S38, впоследствии Katla S38).

Причин перехода Arla Foods на упаковку Tetra Top Carton Bottle несколько:

- новую упаковку сочли более современной, а также лаконичной по форме и внешнему виду;
- уникальная форма упаковки помогла выделить продукты Yoggi на фоне конкурентов;
- картонную бутылку очень легко открывать и закрывать;
- продукт легко наливать, остатки не скапливаются в углах упаковки;
- открытую упаковку можно хранить в холодильнике в горизонтальном положении.

В настоящее время Arla Foods представляет в упаковке Tetra Top Carton Bottle 1000 ml шесть торговых марок, насчитывающих более 20 наименований фруктовых йогуртов для всей семьи, под зонтичным брендом Yoggi.

Самые популярные продукты в линейке:

«Yoggi Yangster» - детский Yoggi, изготавливаемый исключительно из органических компонентов. Два вкуса - клубника и груша-банан, - а также дизайн упаковки разработаны специально для детей.

«Yoggi Fri Från Tillsatser» («Без добавок») - новинка в семействе йогуртов Yoggi. Существует в трех вкусовых вариантах: манго, черника-банан и малина-гуава. Этот продукт, выпущенный в конце 2010 года, стал результатом напряженного обсуждения вопроса о пищевых добавках в Швеции. Исследования показали, что трое из четырех потребителей хотели бы видеть на полках магазинов «более чистые и натуральные» продукты. «Yoggi Без добавок» - первый фруктовый йогурт в Швеции, содержащий только йогурт, молочный белок, фрукты и сахар.

«Yoggi Original» - линейка «бестселлер» - продукция с высоким содержанием фруктов или ягод (8%), кроме варианта с ванильным вкусом, и низким содержанием жира (2%). Процент содержания сахара - 7-8%. В настоящее время продукт представлен в

нескольких вкусовых вариантах: клубника-ваниль, клубника-земляника, лесные ягоды, яблоко-ваниль-корица, тропические фрукты (Самоа) и мадагаскарская ваниль. Каждые полгода компания выпускает «специальный вкус».

Срок хранения - около 28 дней (при температуре не выше +8 С).

Информация предоставлена Тетра Пак Скандинавия.



Греция

Фруктовые соки и напитки в упаковке Tetra Gemina Aseptic



- агрессивный план коммуникаций, в центре которого - качество и местное происхождение сырья;
- инновационная упаковка (Tetra Gemina Aseptic 1000 Square, Tetra Gemina Aseptic 500 Square);
- продукты премиум-класса;
- процесс создания национальной сети дистрибуции.

Информация предоставлена Тетра Пак Юго-Восточная Европа, Греция.

Chios Fruits S.A. - новый завод по переработке и упаковке соков, открытый в 2009 году, расположен на острове Хиос, славящемся производством цитрусовых. Основным поставщиком как перерабатывающего, так и упаковочного оборудования для завода является компания Тетра Пак.

В 2010 году Chios Fruits предложила потребителям свои первые продукты под брендом Kampos Chiou – линейку 100% фруктовых соков и сокодержажих напитков в упаковках Tetra Gemina Aseptic 500 ml Square и Tetra Gemina Aseptic 1000 ml Square.

Линейка включает 10 наименований продукции:

- мандариновый сок (500/1000 мл);
- апельсиновый сок (500/1000 мл);
- сок мандарина/красного апельсина/грейпфрута (1000 мл);
- мандариновый фруктовый напиток (20% - 500 мл);
- апельсиновый фруктовый

напиток (20% - 500 мл);

- лимонный фруктовый напиток (9% - 500/1000 мл);
- мультицитрусовый фруктовый напиток (20% - 500 мл).

Бренд ориентирован на взрослых потребителей; продукты позиционируются как соки премиум-класса, благодаря уникальным вкусам и натуральному составу - фрукты поставляются из садов самого острова Хиос. Продукты распространяются охлажденными.

Продукты Kampos Chiou продаются в розничных магазинах и магазинах деликатесов.

Срок хранения - 3 месяца (100% сок) и 4 месяца (фруктовые напитки) соответственно.

Линейка Kampos Chiou получает все большее признание среди потребителей. Ключевые факторы успеха следующие:



Финляндия

Популярный фруктовый и морковный сок в порционной упаковке Tetra Top Carton Shot 100 ml

Компания Valio, лидер на молочном рынке Финляндии, выпускает около 80% производимого в стране молока. Valio - это также самый известный бренд пищевых продуктов в Финляндии; компания ассоциируется с высоким качеством продукции и инновациями в разработке функциональных продуктов.



Убедившись в эффективном внедрении и положительной реакции рынка на порционный формат фруктовых и овощных соков Knorr Vie в пластиковых бутылках объемом 100 мл от Unilever, компания Valio в начале 2007 года решила вывести на рынок аналогичный продукт. Компания остановила свой выбор на упаковке Tetra Top Carton Shot 100 ml, которую уже успешно использовала для широкой линейки «пробиотических продуктов» в порционной упаковке.

Новый продукт HeVi Shot, изготавливаемый из соков и пюре, представлен в четырех вариантах:

- ананас-морковь-манго;
- яблоко-морковь-клубника;
- клубника-брусника со злаками;
- груша-морковь-черная смородина.

Например, упаковка продукта со вкусом яблока-моркови-клубники содержит сок или пюре:

- одного яблока;
- полутора морковок;
- одной ягоды клубники;
- одной ягоды вишни.

HeVi Shot от Valio позиционируется как удобный и полезный фруктово-овощной продукт для потребления «на ходу», обеспечивающий занятым людям заряд энергии фруктов и овощей.

Целевые группы:

- молодежь;
- женщины;
- потребители, интересующиеся здоровым образом жизни;
- занятые люди;
- потребители, следящие за своим весом;
- люди среднего возраста.

Срок хранения - 35 дней (в холодильнике).

Новый продукт в порционной упаковке был великолепно принят потребителями и дополнительно укрепил позиции Valio на финском рынке соков, нектаров и фруктовых напитков.

Государственный консультационный совет Финляндии по пищевым продуктам рекомендует ежедневно потреблять не менее 400 г овощей и фруктов. Одна упаковка HeVi Shot обеспечивает половину этого количества.

Информация предоставлена Тетра Пак Скандинавия, Финляндия.



Пакистан

Лидер рынка Nestlé повышает продажи за счет перехода на упаковку Tetra Prisma Aseptic 1000 ml Square

Компания Nestlé Pakistan Ltd. является одним из пионеров в области производства напитков с добавленной стоимостью в упаковке Тетра Пак. Компания регулярно внедряет инновационные решения в области производства и упаковки продукции, что позволяет ей выделяться среди конкурентов.

Известный бренд Nestlé Fruita Vitals представлен на рынке уже много лет и предлагает соки и нектары разнообразных вкусов в упаковках Tetra Brik Aseptic 1000 ml Square и Tetra Brik Aseptic 200 ml Slim.

В 2011 году компания решила, что пришло время обновить упаковку, и перевела продукцию в формат Tetra Prisma Aseptic 1000 ml и Tetra Brik Aseptic 200 ml Slim с новым современным дизайном.

В целом, потребители считают линейку соков и нектаров Nestlé «продукцией высшего качества» и готовы покупать их по стоимости премиум-сегмента, поскольку доверяют бренду Nestlé.

Продукт Nestlé Fruita Vitals предназначен для молодежи, может употребляться как дома, так и в дороге и предлагает 16 наименований со следующими вкусами:

- апельсиновый сок;
- яблочный нектар;
- нектар из красного винограда;



- ананасовый нектар;
- нектар манго;
- нектар гуавы;
- грушевый нектар;
- ягодный нектар (яблоко, вишня, клубника и банан).

Помимо великолепного вкуса, отдельные варианты продукта также являются отличным источником витамина С (например, напиток со вкусом апельсина, гуавы, ананаса и манго).

Потребительские цены соответствуют премиум-сегменту рынка. Срок хранения - 6 месяцев.

Внедрение продукта Nestlé Fruit Vitals с новым дизайном и в упаковке Tetra Prisma Aseptic прошло успешно, продукт в новой упаковке был высоко оценен потребителями.

Продукт Nestlé Fruit Vitals в новой упаковке позволил бренду получить дополнительные возможности для роста присутствия на рынке и объема производства, а также помог ему укрепиться в сознании потребителей как «соки и нектары премиум-сегмента».

Информация предоставлена Тетра Пак Пакистан.



ООО «Галактика» (Россия)

БРЕНД: **БОЛЬШАЯ КРУЖКА**
 ПРОДУКТ: кефир свежий
 ЖИРНОСТЬ: 2,5%
 УПАКОВКА: Tetra Top 500 ml с крышкой Katla



ООО «Галактика» (Россия)

БРЕНД: **БОЛЬШАЯ КРУЖКА**
 ПРОДУКТ: пастеризованное молоко свежее
 ЖИРНОСТЬ: 2,5%
 УПАКОВКА: Tetra Top 500 ml с крышкой Katla



ТОО «Алсу»

БРЕНД: **КРУГЛЫЙ ГОД**
 ПРОДУКТ: сокосодержащие напитки
 ВКУС: яблоко, апельсин, абрикос, персик, мультифрукт
 УПАКОВКА: Tetra Brik Aseptic 1000 ml Slim с крышкой ReCap



Raimbek Agro (Казахстан)

БРЕНД: **МИЛОКО**
 ПРОДУКТ: молоко
 ЖИРНОСТЬ: 2%, 3%, 6%
 УПАКОВКА: Tetra Brik Aseptic 1000 ml Base

Raimbek Bottlers (Казахстан)

БРЕНД: **JUICY**
 ПРОДУКТ: соки/нектары
 ВКУС: зеленое яблоко, апельсин, томат, вишня, абрикос, персик, мультивитамин, ананас, клюква, белое яблоко, красное яблоко, грейпфрут, манго, черная смородина, виноград, слива, гуава, груша
 УПАКОВКА: Tetra Prisma Aseptic 1000 ml Square с крышкой StreamCap



КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ПРОДУКТОВ – СОХРАНИМ ЛУЧШЕЕ ВМЕСТЕ



Вопросы обеспечения качества и безопасности продуктов питания являются приоритетными для Тетра Пак. Специалисты Технического сервиса компании Тетра Пак предлагают заказчикам решение, позволяющее четко отслеживать производственный процесс и снизить риск выпуска некачественного продукта.

Комплексный анализ контроля качества – одна из самых востребованных сегодня производителями услуг, которая позволяет оценить текущую ситуацию на выбранной линии, выявить уязвимые места и минимизировать их влияние на конечный продукт.

В рамках аудита специалисты Тетра Пак изучают как технологическую и упаковочную часть конкретной производственной линии, так и другие элементы, способные повлиять на качество конечного продукта: склады сырья и готовой продукции, водоподготовку, работу лаборатории и т.д. При этом исследование проходит сразу в трех направлениях.



Анализ работы оборудования

Техническое состояние установленного на предприятии оборудования напрямую связано с качеством выпускаемого на нем продукта. Сотрудники отдела технического сервиса Тетра Пак анализируют регулярность и эффективность планового обслуживания оборудования, а также его состояние в целом.



Анализ процедур

Специалисты по качеству технического сервиса Тетра Пак оценивают общий уровень гигиены и асептики на предприятии заказчика, проверяют выполнение сотрудниками процедур и соблюдение государственных стандартов производства. Оцениваются также критические контрольные точки, принятые на предприятии.



Анализ квалификации персонала

Тетра Пак проводит оценку квалификации, знаний и навыков сотрудников заказчика, которые должны контролировать процесс производства на каждом этапе и предотвращать сбои, способные негативно сказаться на качестве продукции.

Комплексное исследование по всем этим направлениям позволяет специалистам отдела технического сервиса Тетра Пак получить детализированное представление об организации производственного процесса на предприятии. По итогам проведенных мероприятий Тетра Пак совместно с заказчиком разрабатывает эффективный план дальнейших действий, призванных устранить выявленные недостатки. При этом мероприятия в рамках составленного плана группируются по степени срочности их проведения: незамедлительное исполнение, краткосрочная перспектива и среднесрочная перспектива. Такой подход позволяет сосредоточиться в первую очередь на наиболее важных или критичных аспектах, проводить мониторинг выполнения плана и вносить в него корректировки.

В соответствии с согласованным планом устранения выявленных недостатков, Тетра Пак предлагает заказчику целый ряд решений в каждой из проанализированных областей.



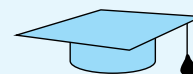
Обслуживание оборудования

В портфеле услуг Технического сервиса Тетра Пак представлен широкий спектр решений в области обслуживания оборудования, включая систему планово-предупредительного ремонта TPMS (Tetra Pak Maintenance System) online, позволяющую эффективно управлять процессом планирования сервисных работ. Система также позволяет оперативно получать рекомендации по техническому обслуживанию оборудования и использовать международный опыт специалистов Тетра Пак в области устранения неполадок на производстве.



Соблюдение стандартов и сертификация

Специалисты по качеству Технического сервиса Тетра Пак оказывают заказчику поддержку в области сертификации по международным стандартам ISO9000 и HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) – «Анализ рисков и критические контрольные точки». Внедрение этих стандартов обеспечения качества продуктов наряду с соблюдением принятых в России государственных стандартов позволяет заказчику значительно повысить уровень контроля за качеством выпускаемой продукции.



Обучение персонала

Центр технического обучения Тетра Пак (г. Лобня) разработал для заказчиков комплекс курсов по вопросам качества, ориентированных на различные категории специалистов: операторов, наладчиков, технологов, работников лаборатории и руководителей.

«Системный подход к поиску причин потери качества» с использованием методики «Производство мирового уровня» (World Class Manufacturing) является следующим шагом в образовательном процессе. В основе методики - всемирно известная концепция Toyota Kaizen, предусматривающая постоянное совершенствование производственных и бизнес-процессов. Учебная программа рассматривает типовые алгоритмы действий сотрудников на предприятии, применение командного подхода к анализу возможных причин снижения качества и проведение предупредительных мероприятий. Системный подход позволяет ускорить процесс поиска и устранения причин, лежащих в основе возникающих проблем.

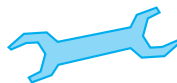
В рамках базовых семинаров по качеству сотрудники приобретают необходимые знания и навыки работы по контролю качества, а также учатся применять их на практике. Обучение новых специалистов и регулярное повышение квалификации всего персонала способно значительно снизить риски нарушения качества выпускаемой продукции.

Также в ближайшее время отдел технического сервиса планирует представить заказчиком новый курс, разработанный специально для сотрудников микробиологических лабораторий.

Ежегодное проведение комплексного анализа контроля качества позволяет заказчиком Тетра Пак свести к минимуму риск возникновения ситуаций, способ-

ных повлиять на характеристики конечного продукта. Ряд крупных заказчиков уже оценил эффективность комплексного анализа контроля качества, проводимого специалистами компании Тетра Пак. ■

МОДЕРНИЗАЦИЯ ОБОРУДОВАНИЯ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА



Тетра Пак регулярно представляет инновационные технические решения, которые помогают повысить эффектив-

ность производства, сохраняя при этом оптимальные показатели безопасности и экологичности. Инженеры Тетра Пак помогают специалистам заказчиков максимально использовать возможности установленного оборудования, предлагая различные варианты его модернизации с учетом стоящих перед производителем задач.

Продукты питания должны соответствовать быстро меняющимся потребительским предпочтениям и все более строгим стандартам безопасности, а их производство должно быть экологичным и экономически выгодным. В таких условиях успешное развитие бизнеса во многом зависит от технического оснащения предприятия и состояния производственных линий. Кроме полной замены оборудования, Тетра Пак предлагает своим заказчикам также услуги по модернизации используемых линий и модулей.

ность производства, сохраняя при этом оптимальные показатели безопасности и экологичности. Инженеры Тетра Пак помогают специалистам заказчиков максимально использовать возможности установленного

Сокращение времени простоев и затрат на покупку запасных частей

Внедрение автоматизированных решений Тетра Пак позволяет заказчику существенно сократить время простоя оборудования по причине неисправностей. Установив на оборудовании заказчика новые системы управления и контроля и используя систему удаленного доступа, специалисты Тетра Пак оперативно определяют причину сбоя и способы ее устранения.

В случае, если определенные детали модуля быстро изнашиваются и требуют частой замены, а значит, и дополнительных расходов, инженеры компании могут установить комплектующие нового поколения. Так, одним из востребованных решений Тетра Пак в этом направлении является установка дисковых клапанов и цельнокерамических плунжеров для гомогенизаторов, что способствует сокращению простоев оборудования и экономии запасных частей при проведении плановых ремонтов. Эксплуатация цельнокерамических плунжеров

одним из крупнейших заказчиков Тетра Пак подтвердила, что их ресурс в несколько раз выше, чем ресурс стандартных плунжеров. При этом происходит значительное сокращение потребления расходных материалов и сокращение потерь продукта.

Эффективный расход сырья

В условиях дефицита качественного сырья производители заинтересованы в его экономном расходовании. В качестве одного из вариантов модернизации Тетра Пак позволяет заказчикам уменьшить расход сырья за счет замены устаревших балансных баков с большой зоной смешения на новое устройство «умный бак» (smart vessel management). Зона смешения в новом устройстве гораздо меньше, что положительно сказывается на расходе сырья.

Снижение потребления воды и электроэнергии

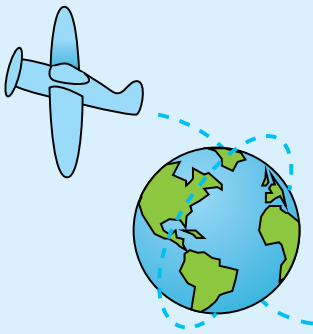
Сокращение объемов потребляемой воды и электроэнергии способно существенно уменьшить операционные затраты производителя, а также его влияние на окружающую среду. Тетра Пак предлагает целый спектр решений, позволяющих свести к минимуму потребление воды и энергии.

Изменения в производстве

В случае расширения производства, увеличения производительности линий или перехода на новый упаковочный формат, специалисты Тетра Пак проводят анализ установленного на предприятии заказчика оборудования и, если это возможно, адаптируют его к новым условиям. Таким образом, производитель может оперативно вносить изменения в производственный процесс без необходимости закупать новое оборудование. ■

10 лет

Эффективная периодичность модернизации оборудования



ВЫСШИЙ ПИЛОТАЖ – УПРАВЛЕНИЕ КРУПНЫМИ ПРОЕКТАМИ

Тетра Пак обладает многолетним опытом реализации проектов в области производства и упаковки жидких пищевых продуктов, предоставляя своим заказчикам в 170 странах мира как отдельные компоненты оборудования, так и готовые технологические решения. Крупные проекты связаны с разработкой и внедрением инновационных производственных решений или выпуском принципиально новых для рынка продуктов, и компания Тетра Пак является признанным экспертом в этой области.

Реализация крупного проекта требует участия большого количества специалистов, что повышает вероятность возникновения ошибок, связанных с возможными временными задержками и «человеческим фактором». Благодаря высокой квалификации участников проектных групп и применению эффективной системы управления, в том числе предусматривающей анализ рисков и комплекс превентивных мер по их устранению на каждом этапе реализации проекта, Тетра Пак обеспечивает качественное выполнение работ в утвержденные сроки.

Эффективное управление

Работа над крупным проектом может занимать от 1,5 до 2 лет и включает в себя несколько стадий: анализ потребностей заказчика, разработка оптимального решения, согласование деталей и реализация. Каждый проект проходит через серию обязательных контрольных точек, что позволяет минимизировать вероятность воз-

никновения внештатных ситуаций и заблаговременно принимать меры по устранению возможных проблем.

Проектная группа

В состав проектной группы Тетра Пак входят руководители проекта, проектные инженеры по технологии, автоматизации, электрике и инженерным средам, руководители монтажных

Тетра Пак применяет следующую градацию для определения масштаба проектов: небольшие проекты – поставка отдельных компонентов оборудования и модулей; средние проекты – предоставление готовых и опробованных технических решений; крупные проекты – разработка и внедрение инновационных технических решений или производственных линий для выпуска новых видов продукции.

и пуско-наладочных работ, а также проектные координаторы, отвечающие за поставки оборудования. Руководители проектов проходят обучение по стандартам международного Института управления проектами (Project Management Institute), а также внутреннюю аккредитацию, подтверждающую их высокую квалификацию. При этом международное присутствие Тетра Пак позволяет компании привлекать к работе зарубежных специалистов, уже обладающих опытом успешной

реализации подобных проектов. Дополнительные ресурсы обеспечивает организация Global Projects – централизованное звено между представителями Тетра Пак в мире с отделениями в Швеции, Индии и Бразилии.

«Наша задача – оказывать всестороннюю поддержку в реализации крупных проектов заказчиков Тетра Пак. При этом особенно важной становится работа с возможными рисками, эффективность которой повышается, если они выявлены на ранних стадиях. Именно поэтому мы стремимся принимать участие в проекте с этапа его обсуждения. Важно убедиться, что мы правильно понимаем потребности заказчика и можем выполнить поставленные задачи в полной мере», – говорит Стэн Нилсби, старший менеджер по продажам департамента технологического оборудования, Тетра Пак, Швеция.

В настоящее время Тетра Пак реализует в России и странах СНГ около 15 крупных проектов для ведущих компаний в отрасли, в рамках которых предоставляет заказчикам инновационные технологические решения во всех областях производства и упаковки жидких пищевых продуктов. При этом и на российском, и на мировом рынках наблюдается тенденция к увеличению масштабов проектов, вызванная как активным выводом на рынок новых категорий продуктов, так и растущим интересом производителей к оборудованию для производства инженерных сред: пара, воды и электроэнергии. Наличие передовых разработок и международный опыт реализации проектов любой степени сложности позволяют Тетра Пак в полной мере удовлетворять потребности своих заказчиков. ■



ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СО ЗНАКОМ FSC

Своим появлением на рынке в середине прошлого века картонная упаковка Тетра Пак для напитков открыла новые горизонты и определила новые стандарты в упаковке продуктов питания для пищевых отраслей. В упаковке Тетра Пак нашли отражение и ответственный подход компании к выбору сырья, и ее активное участие в сохранении и приумножении лесных ресурсов. Сегодня Тетра Пак приглашает своих заказчиков в России, Украине и Казахстане стать частью этих важных инициатив, разместив на своей продукции в картонной упаковке знак FSC® (Forest Stewardship Council или Лесной попечительский совет).

В цепи поставок добавлены последние звенья

В сентябре 2011 года Московская и Киевская фабрики Тетра Пак, а также офисы Тетра Пак в Москве, Минске, Киеве и Алматы получили сертификаты цепочки поставок Лесного попечительского со-

вещиями по защите окружающей среды.

Наличие сертификата управления лесами (Forest Management Certificate, FSC FM) подтверждает, что владельцы, арендаторы и лесозаготовители следят за здоровьем управляемых ими лесов, регулярно проводят мероприятия по их восстановлению, а также заботятся о со-

Независимая неправительственная некоммерческая организация Лесной попечительский совет была создана в 1993 году в Торонто. В настоящее время имеет представительства в более чем 50 странах мира. Лесной попечительский совет призван содействовать распространению практики ответственного лесопользования в мировом масштабе и создавать условия для сохранения лесных ресурсов для будущих поколений.

вета (Chain of Custody, FSC CoC). Теперь компания имеет возможность предлагать своим заказчикам на рынках СНГ FSC-сертифицированный упаковочный материал. Древесина для производства картона, лежащего в его основе, получена ответственным лесозаготовителем из легальных источников с соблюдением международных экологических и социальных требований к ведению лесного хозяйства. Разработанные для лесных хозяйств, поставщиков и покупателей сертифицированной лесотехнической продукции, стандарты FSC на сегодня являются самыми строгими в мире и признаются ведущими организа-

ционально-экономическом благополучии своих работников и местного населения.

Производители, поставщики и покупатели самой лесотехнической продукции могут получить сертификат цепочки поставок – FSC CoC (Chain of Custody Certificate), что является гарантией легального происхождения исходной древесины и лесотехнической продукции и организации собственных производств с соблюдением всех экологических и социальных норм и требований.

На сегодняшний день в России по стандартам FSC сертифицированы около 29 млн га лесов. 115 компаний имеют серти-



фикаты лесопользования (FSC FM) и 165 компаний - сертификаты цепочки поставок (FSC CoC). Все эти компании регулярно проходят независимый аудит и ежегодно подтверждают свое соответствие требованиям Лесного попечительского совета.

Почему компании выбирают FSC?

Ответы на этот вопрос можно найти, в частности, в недавно опубликованном исследовании «Мировой рынок FSC в 2010 году». Исследование показало, что основной движущей силой прироста сертификации в 2010 году стало заметное увеличение спроса на сертифицированную продукцию со стороны заказчиков и конечных потребителей - 83% компаний получили сертификаты цепи поставок в ответ на новые требования рынка.

Среди главных причин, побудивших компании сертифицироваться, названы экономические, экологические и репутационные факторы. 78% участников опроса сочли сертификацию ключевым фактором, позволившим их бизнесу добиться ощутимых экономических преимуществ, и 57,7% респондентов приняли решение о сертификации, поскольку рассматривают экологию как важный фактор развития их бизнеса.

От моды к ответственному потребительскому выбору

Экологические характеристики упаковки оказывают все большее влияние на потребителей при выборе ими продуктов питания. Такой вывод содержится в отчете «Environmental Research 2011», подготовленном по заказу Тетра Пак. Результаты исследований потребительских предпочтений в 10 странах, включая Россию, показали, что 77% покупателей приобретают конкретные продукты исходя из того, что их упаковка оказывает меньшее воздействие на окружающую среду.

Все больше производителей продуктов питания стремятся громко заявить потребителям о тех мерах, которые они предпринимают для сохранения природных ресурсов и климата на нашей планете. Одним из наиболее эффективных способов донести эту важную информацию до покупателей является размещение на упаковке соответствующей символики и сопутствующей информации.

«Новая инициатива Тетра Пак дает заказчикам компании в России, Беларуси, Украине и Казахстане возможность выпускать свою продукцию в упаковке со знаком FSC, что позволит им активнее развивать свой бизнес в соответствии с актуальными тенденциями на мировом и локальных рынках, - говорит Александр Барсуков, вице-президент по охране окружающей среды компании Тетра Пак. - С появлением на полках магазинов продуктов в FSC-сертифицированной упаковке Тетра Пак для заказчиков открываются новые каналы общения с потребителями, через которые последние смогут не только узнать больше об экологической составляющей любимых брендов, но и сделать более ответственный выбор».

1+1+1=миллион

Такой подсчет вполне возможен, когда ради общих целей усилия объединяют FSC, Тетра Пак и производители продуктов питания. Ведь FSC – это 29 миллионов га сертифицированных лесов только в России. Тетра Пак – это более полутора миллионов километров сертифицированного упаковочного материала. А наши заказчики – это миллиарды продуктов в картонной упаковке на полках наших магазинов. Активная поддержка Лесного попечи-

«Компания Тетра Пак, один из ведущих мировых потребителей картона, активно поддерживает цели Лесного попечительского совета и выполняет все требования как при выборе поставщиков, так и при организации собственного производства. Только совместными усилиями представителей лесной индустрии, производителей продукции из древесины и потребителей мы сможем выполнить нашу главную задачу – сохранить леса для будущих поколений», - говорит Андрей Птичников, директор регионального офиса FSC для стран СНГ.

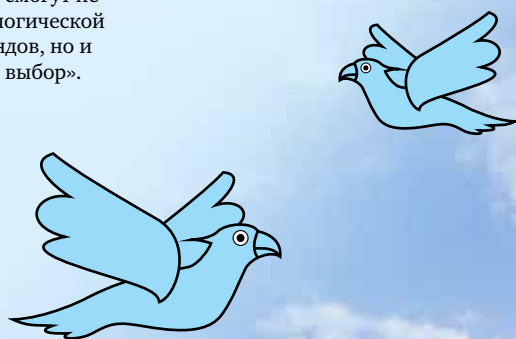
тельского совета является важной составной частью экологической политики компании, и сегодня Тетра Пак делает все для того, чтобы иметь возможность предложить FSC-сертифицированную упаковку всем своим заказчикам.

В 2010 году мировой объем FSC-сертифицированного картона, закупленного Тетра Пак для своих нужд, составил 28%. К 2020 году этот показатель должен достичь 100%. Для выполнения поставленной задачи Тетра Пак отдает предпочтение поставщикам картона,

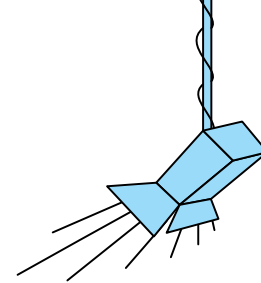
располагающим сертификатами Лесного попечительского совета. В настоящее время 85% мировых и 100% европейских поставщиков Тетра Пак уже имеют сертификат цепочки поставок FSC CoC, и Тетра Пак планирует увеличивать их количество, требуя от каждого своего партнера активно внедрять практику ответственного лесопользования.

На сегодняшний день 25 из 35 фабрик Тетра Пак по производству упаковочного материала, а также 86 торговых компаний Тетра Пак в мире имеют сертификат цепочки поста-

вок (FSC CoC). К 2018 году компания планирует получить сертификаты для всех своих фабрик и офисов. Сертификация Московской и Киевской фабрик, а также офисов Тетра Пак в Москве, Минске, Киеве и Алматы стала важным шагом в этом направлении. ■



«МОЛОКО-ШОУ» ОТ ТЕТРА ПАК



В ноябре 2011 года компания Тетра Пак запустила уникальную обучающую кампанию, призванную в доступной форме предоставить потребителям информацию о полезных свойствах и преимуществах ультрапастеризованного молока. Яркая масштабная кампания позволяет привлечь внимание большого количества покупателей и будет способствовать популяризации потребления ультрапастеризованного молока в картонной упаковке.



Целью новой кампании Тетра Пак «Молоко-Шоу» является расширение знаний потребителей о молоке и борьба с ошибочными представлениями о характеристиках ультрапастеризованного молока, которые существуют в сознании покупателей. Узнать об особенностях технологии ультрапастеризации, преимуществах ультрапастеризованного молока и пользе его регулярного употребления можно, приняв участие в образовательно-развлекательной викторине на сайте www.omoloke.com, которую ведет Иван Ургант.

Участники викторины, быстрее всех правильно ответившие на 10 вопросов, могут получить призы от компании Тетра Пак. Вопросы посвящены истории потребления молока, его питательным свойствам, особенностям технологии ультрапастеризации. Потребители, отвечая на вопросы викторины, расширяют свои знания о молоке, различных технологиях его обработки и видах упаковки, а значит – могут делать осознанный выбор продукта.

Знаете ли Вы?

- В какой емкости хранили молоко древние египтяне?
- Из-за чего скисает молоко?
- В каком году была изобретена картонная упаковка Tetra Brik?

Яркое «Молоко-Шоу» от Тетра Пак и привлечение одного из самых популярных российских телеведущих позволило кампании продемонстрировать впечатляющие результаты уже в первые полтора месяца реализации. За это время в викторине приняли участие более 50 000 человек, и, по прогнозам Тетра Пак, к моменту завершения акции этот показатель должен увеличиться в несколько раз.

Образовательная кампания Тетра Пак по поддержке ультрапастеризованного молока, планируемый охват которой - 50 млн жителей России и Казахстана, продлится до 30 апреля 2012 года. В настоящее время более 30 заказчиков Тетра Пак в России и Казахстане принимают участие в «Молоко-Шоу». Условием проведения кампании позволяют постоянно расширять количество

участников, и Тетра Пак предлагает всем производителям ультрапастеризованного молока присоединиться к уникальному «Молоко-Шоу». ■





Николай Савкин с 1 февраля 2012 переведен на должность вице-президента и управляющего директора подразделения технологического оборудования для молочных продуктов, напитков и готовых продуктов питания компании Тетра Пак в г. Лунде, Швеция.

Николай начал работу в компании Тетра Пак в 1995 году в должности менеджера по продажам технологического оборудования, а в 2004 году был переведен в штаб-квартиру компании Тетра Пак в г. Лунде на позицию директора категории «напитки». С 2006 года и по настоящее время Николай занимает позицию вице-президента по технологическому оборудованию Тетра Пак Восточная Европа и Центральная Азия.

В новой должности Николай будет подчиняться Тиму Хаю, исполнительному вице-президенту по технологическому оборудованию компании Тетра Пак.



Сергей Славнов с 1 февраля 2012 года назначен на должность вице-президента по технологическому оборудованию Тетра Пак Восточная Европа и Центральная Азия. Сергей начал свою карьеру в компании в 1997 году в должности торгового представителя департамента технологического оборудования и в дальнейшем занимал различные позиции в подразделении. В 2006 году Сергей был назначен на должность директора по маркетингу и продажам технологического оборудования.

С 2007 года Сергей работал в отделе технологического оборудования в штаб-квартире компании Тетра Пак в г. Лунде, Швеция.

В должности вице-президента по технологическому оборудованию Тетра Пак Восточная Европа и Центральная Азия Сергей будет подчиняться генеральному директору Тетра Пак Восточная Европа и Центральная Азия Игорю Акимову.

Москва

129226, Россия, Москва, ул. Вильгельма Пика, 8
Тел.: (495) 787 80 00
Факс: (495) 787 80 01

Санкт-Петербург

191036, Россия, Санкт-Петербург, ул. Жуковского, 63
Тел.: (812) 346 81 20
Факс: (812) 346 81 21

Красноярск

660049, Россия, Красноярск, ул. К. Маркса, 32а
Тел.: (391) 255 57 20
Факс: (391) 255 57 21

Краснодар

350000, Россия, Краснодар, ул. Ленина, 82
Тел.: (861) 210 00 68
Факс: (861) 210 00 69

Екатеринбург

620014, Россия, Екатеринбург, ул. Ленина, 20а, оф. 309
Тел.: (343) 379 35 93
Факс: (343) 379 35 94

Минск

220004, Республика Беларусь, Минск, ул. Немига, 40, оф. 33
Тел.: +375 (17) 211 00 39
Факс: +375 (17) 211 51 57

Киев

04080, Украина, Киев, ул. Межигорская, 82
Тел.: +380 (44) 230 39 00
Факс: +380 (44) 230 39 49



Алматы

050010, Казахстан, Алматы, ул. Зенкова, 22, 2-й этаж
Тел.: +7 (727) 259 84 00
Факс: +7 (727) 258 25 42

Ташкент

100000, Узбекистан, Ташкент, ул. Мустакиллик, 75
Тел.: +998 (71) 140 07 82
Факс: +998 (71) 140 07 81



“ЗЕЛЕНОЕ” СОЗНАНИЕ ДОЛЖНО СТАТЬ ЗРЕЛЫМ

Амбициозная экологическая программа Тетра Пак до 2020 года нацелена на достижение устойчивого и прибыльного роста компании вместе с предприятиями наших заказчиков. В рамках этой программы мы ставим перед собой цель – производить экологичную упаковку, состоящую на 100% из возобновляемых материалов, с минимальным воздействием на окружающую среду при полностью безотходном производстве.

КЛИМАТ

Мы выступаем с инициативой «заморозить» показатели выбросов углекислого газа к концу 2020 года на уровне 2010 года при ежегодном росте производства, что в относительных цифрах в эквиваленте CO₂ означает снижение выбросов на 40%. Мы планируем достичь этой цели вместе с нашими партнерами и поставщиками, а также поддерживая усилия заказчиков по снижению воздействия на окружающую среду их собственных производств.

ПЕРЕРАБОТКА ОТХОДОВ

Мы готовы активно содействовать удвоению к 2020 году мирового уровня переработки потребительских отходов картонной упаковки для напитков, который составит 40% или около 100 миллиардов использованных упаковок.

ОТВЕТСТВЕННЫЙ ВЫБОР РЕСУРСОВ

Мы планируем увеличить в составе упаковки до 100% долю картона, сертифицированного Лесным попечительским советом (FSC).

ЭКОЛОГИЧЕСКИ УСТОЙЧИВАЯ ПРОДУКЦИЯ

Уже сегодня 75% в составе упаковочного материала Тетра Пак приходится на картон, производимый из древесины – возобновляемого природного ресурса. Мы стремимся к тому, чтобы создаваемая нами упаковка на 100% состояла из возобновляемых материалов.

Узнайте об этом подробнее на www.tetrapak.com/environment

