

SAOPŠTENJE ZA MEDIJE / PRESS RELEASE

## Select Milk predstavio nove proizvode, ambalažu i etikete na sajmu prehrane u Moskvi

31. mart 2014.

**Moskva** – Do početka drugog svetskog rata Srbija je imala 1,8 miliona grla koza i ova stočarska grana bila je veoma razvijena. Tokom 1954. godine zakonom je zabranjeno držanje koza i sva grla su morala da budu uništena. Francuska, najveći proizvođač proizvoda od kozjeg mleka i najkvalitetnijih sireva, danas ima preko milion grla koza, dok je Srbija tek nedavno prešla broj od 100.000. Na nedavno održanom sajmu prehrane u Moskvi, Kompanija Select Milk iz Indije jedina je iz Srbije predstavila svoje nove proizvode od kozjeg mleka, kao i novu ambalažu i etikete za sireve.



FOTO: Predstavljanje novih proizvoda od kozjeg mleka na sajmu u Moskvi (Izvor: PKS)

### O zdravstvenoj vrednosti

Kozje mleko spada u najzdravije namirnice i njegov sastav ima najveću sličnost sa majčinim mlekom. Sadrži vitamine B1, B2, B6, B12, važne za jačanje nervnog sistema, i u odnosu na kravlje mleko sadrži 47% više vitamina, 134% više kalijuma, četiri puta više bakra, dok obiluje kalcijumom, fosforom, cinkom i selenom, a zatim i snažnim antioksidansima bitnim za održavanje imuniteta. Proizvodi od kozjeg mleka vekovima su opisivani kao savršen saveznik u borbi protiv stresa, bronhitisa, raznih alergija, karcinoma pluća jer sadrže specifičnu linolinu

# Foster + Svensson

Communications and  
advertising agency

kiselinu, imaju anti kancerogeno dejstvo i mogu da ih koriste i dijabetičari. Kozje mleko ima nutritivne i zdravstvene prednosti u odnosu na kravlje mleko, jer se bolje i brže vari u organizmu i njegova iskorišćenost je za čak samo 40 minuta, dok je za varenje kravljeg mleka potrebno oko dva i po sata. Da bi se zadovoljile dnevne potrebe organizma dovoljno je popiti čašu kozjeg mleka od 200 mililitara, jer ona obezbeđuje čak 18 odsto dnevnih potreba u proteinima, za razliku od kravljeg mleka koje sadrži 13%.

Najpoznatiji proizvod od kozjeg mleka je kozji sir ili ševre (chèvre), što je francuska reč za kozu.

## Redizajn i kvalitet

Naš klijent, Kompanija Select Milk želela je da na najpoznatijem sajmu prehrambenih proizvoda u Moskvi, od 10. do 14. februara, predstavi nove proizvode, ali i novi dizajn ambalaže i etiketa za svoje sireve. U veoma kratkom roku, za manje od dve nedelje, kroz redizajn je trebalo je predstaviti sve prednosti kozjih proizvoda i sireva, zadržati tradicionalne vrednosti po kojima su oni poznati, kao i prikazati da su oni u rangu svetski poznatih proizvođača.

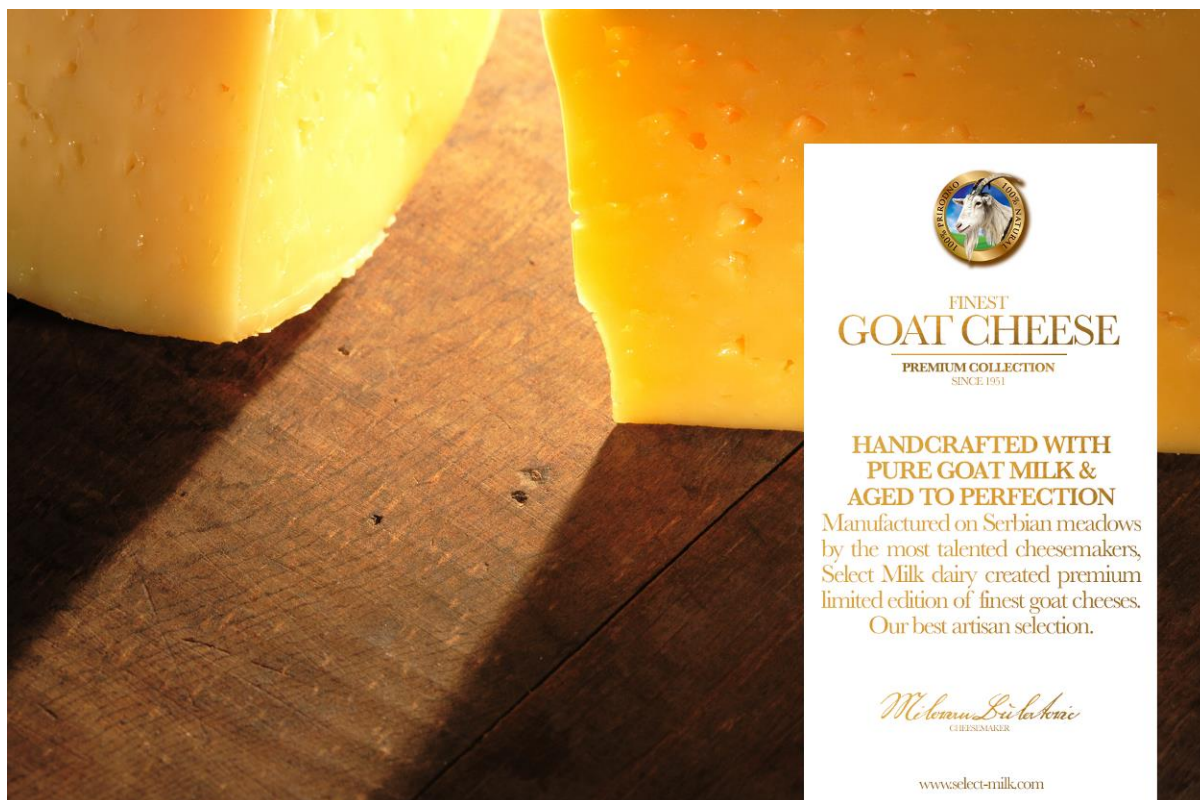


FOTO: Predlog izgleda oglasa u štampanim medijima

Kompletan projekat redizajna ambalaže bio je podeljen na dve kategorije:

- proizvodi za masovnu upotrebu i masovno tržište (kozje mleko, beli sirevi...), koriste se svakodnevno i dostupni su većem broju kupaca
- premium proizvodi (tvrdi i meki sirevi), izuzetnog kvaliteta i zahtevni po načinu proizvodnje, a samim tim i nešto višeg cenovnog ranga



FOTO: Predlog izgleda oglasa u štampanim medijima

Pri pripremi dizajna za prvu kategoriju tj. standardne proizvode od mleka i sireve, vodilo se računa da ambalaža i etikete oslikavaju upravo ono što čini takvu vrstu proizvoda, a to je da su oni u osnovi beli, čisti i uvek sveži, kao i da se malo pomere postavljene norme u dizajnu.

Upotrebljena je ljubičasta boja, koja se do sada uglavnom koristila za različite kreme za uklanjanje bora i protiv starenja, a kako kozje mleko i kozji mlečni proizvodi takođe imaju sličan efekat, ona skreće pažnju pažnju na ovu kategoriju proizvoda.

Takođe, ljubičasta boja se uglavnom koristi za prikazivanje sadržaja sa 0% masti, probiotske kulture i na ovaj način je, pored skretanja pažnje, prikazano da kozje mleko spada u vrstu proizvoda koji mogu da se koriste svakodnevno.

Ambalaža i etikete za svež kozji sir su ostale čiste i bele uz jednostavan dodatak plave ili zelene boje, prikazujući čistoću sira kao lepu belu kocku koja ima svojstven ukus.

Kod sira sa mirođijom, plava boja je zamenjena zelenom, pri čemu je zadržan početni izgled i forma, a dodati je zeleni detalj koji pokazuje da sir zadržati zeleno bilje.







Redizajn etiketa i ambalaže za drugu kategoriju proizvoda, premium proizvode, zahtevao je drugačiji pristup, jer oni imaju za nijansu višu cenu. Polazna osnova bila je da bi proizvodi u ovoj kategoriji trebalo da izgledaju prefinjeno, ekskluzivno, moderno, da budu potpuno drugačiji u odnosu na slične proizvode u Srbiji, ali i da zadrže tradicionalne vrednosti visoke kuhinje. U suprotnosti sa aktuelnim trendom da ono što je lepo to je i preskupo, ideja je bila da se predstave kvalitetni proizvodi u modernom i lepom pakovanju, ali koji nisu precenjeni, već da cena oslikava kvalitet. Da ambalaža verodostojno prikazuje sadržaj, kao i da kupac bude zadovoljan.

Takođe, ideja je bila da oni podsećaju na dizajn britanskih i nemačkih malih porodičnih proizvodnji koje brinu o svakom proizvedenom detalju, kao i da podsećaju na skupe konditorske proizvode koji su u ponudi isključivo tokom novogodišnjih i božićnih praznika. Upravo zbog toga, zlatna boja je najdominantniji deo u svim etiketama, a zatim i druge boje poput crvene, koja označava nešto toplo, prefinjeno i lepo. Preko 30 etiketa je pripremljeno za tržišta u inostranstvu i one su dizajnirane da predstavljaju „najbolje od najboljeg“ i najkvalitetniju ponudu kompanije Select Milk.

Ovi proizvodi su ekskluzivni, jer se njihovoj pripremi posvećuje mnogo truda i vremena i konzumiraju se isključivo uz kvalitetna vina i odabrano društvo. Upakovani su u zlatne folije sa etiketom u obliku kruga uz zlatna slova i boje specifične za određenu vrstu sira. Prsten tj. krug je podeljen na dva dela koji sadrži logotip i naziv sira, kao i donji deo na koji uglavnom niko ne obraća pažnju, ali itekako svi pogledaju šta piše. Navedeni su podaci o vrsti sira, za šta je dobar taj proizvod, način skladištenja i korišćenja, rok trajanja i podaci o proizvođaču.

Pored toga, dodatne tri nove informacije o gramaži, tiražu i potpisu proizvođača govore da je reč o najkvalitetnijem proizvodu. Gramaža od 125g ili 200g ukazuje da je reč o premium proizvodu malog pakovanja, ograničeni tiraž govori da je za pripremu tog proizvoda potrebno mnogo vremena i truda, a treći detalj tj. potpis proizvođača, prikazuje da je proizvod autentičan.

Na primer, kao što slikari stavljaju potpise na svoja umetnička dela, tako je i proizvođač sireva potpisao svoje proizvode, jer se proizvodi ove vrste i kategorije ne mogu pronaći u svakom supermarketu ili prodavnici.

Najpoznatiji koziji sirevi dolaze iz Francuske su Bucheron, Chabis, Crottin de Chavignol, Pélardon, Picodon, Pouligny Saint-Pierre, Rocamadour, Sainte-Maure de Touraine, Chabichou du Poitou, Valençay, Pyramide, dok su u Srbiji to sirevi koje proizvodi kompanija Select Milk.

# Foster + Svensson

Communications and  
advertising agency

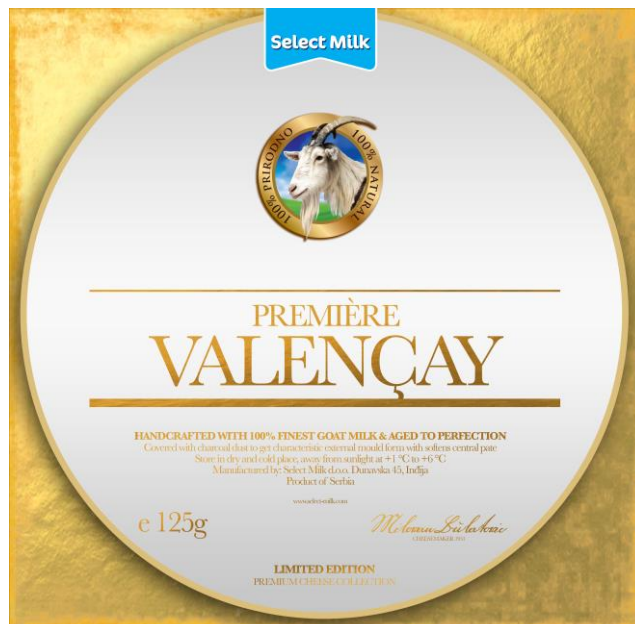


FOTO: Izgled redizajniranih etiketa i ambalaže za sve vrste kozjih sireva

Na sajmu u Moskvi za Select Milk su interesovanje pokazali različiti trgovinski lanci, kao i kompanije koje se bave distribucijom proizvoda za tržišta Rusije, Belorusije, Kazahstana, Kanade, Japana i drugih zemalja u okruženju. Drugačijim pristupom u dizajniranju ambalaže i posvećivanjem pažnje svakom detalju, pokazali smo da uprkos standardnim normama koje prate dizajn određenih proizvoda, uvek može da se napravi još jedan korak dalje, koji će privući pažnju.

## O KOMPANIJI SELECT MILK

Select Milk je porodična firma za preradu kozjeg mleka i proizvodnju mlečnih proizvoda, osnovana u Indiji 2003. godine i tržištu nudi stoprocentne proizvode od kozjeg mleka. Select Milk raspolaže sopstvenim poljima za uzgoj kvalitetne hrane koja nije prskana niti đubrena veštačkim đubrivom, zatim kukuruz, zob i ječam, a suncokretova i soja sačma, kao dodaci, imaju sertifikat koji garantuje da nisu genetski modifikovane. Poslednjih nekoliko godina kompanija beleži rast i razvoj, a u planu su nastupi na sajmovima prehrane u Evropi i svetu. Select milk ima HACCP i HALAL sertifikate koji im omogućavaju izvoz na tržišta Evropske unije i bliskoistočnih zemalja.

## O FOSTER + SVENSSON

Foster + Svensson je nezavisna evropska agencija za advertajzing i odnose sa javnošću sa sedištem u Beogradu, u Srbiji, i predstavništvima u Švedskoj i Rusiji. Agenciju čine posvećeni i stručni ljudi sa velikim iskustvom u telekomunikacijama, bankarstvu, finansijama, naftnoj industriji, dizajnu, kulturi, medijima i trgovini robom široke potrošnje, a specijalizovana je za izgradnju brenda i korporativnog identiteta, digitalni marketing, odnose sa javnošću, advertajzing i obrazovanje u oblasti marketinških komunikacija. Razvojem i izgradnjom zanimljivih i vizuelno drugačijih oglasnih poruka, agencija stvara komunikacije koje će aktivirati sve ciljne grupe klijenata. Foster + Svensson je jedan od osnivača MAI Marina Abramović Instituta.

Foster + Svensson d.o.o.  
Bulevar Mihajla Pupina 10v  
11070 Beograd, Srbija  
Matični broj: 20922079  
PIB: 108045843  
Tekući račun RSD: 170-30017430007-21  
UniCredit Bank Srbija a.d.

SARADNJA SA MEDIJIMA  
Aleksandar Nikolić  
Menadžer za komunikacije  
Tel: +381 63 230988  
E-mail: aleksandar.nikolic@fostersvensson.com  
Internet: www.fostersvensson.com