

Новое лицо "Моей Семьи"

PRODUCT.RU, 3 мая 2007 г

Компания "Нидан Соки" провела редизайн упаковок соков и нектаров своего ведущего бренда "Моя Семья". Новый дизайн упаковки был разработан для бренда "Моя Семья" компанией Ultrabrand. Креативная группа: Всеволод Селянский, Роман Конопкин, Захар Крылов.

Основную роль в новом варианте дизайна играет логотип марки, который сохранился практически без изменений, подкорректирован только его цвет, что сделало его более ярким и выделяющимся. Изображение семьи на упаковке уже не используется, так как название "Моя Семья" говорит само за себя. Креативное решение Ultrabrand представляет собой сочетание логотипа, крупного и аппетитного изображения фруктов, ягод или овощей и читаемого названия вкусов. Информативность упаковки также оценивается как высокая.

При выборе из многих альтернативных креативных концепций дизайна перед "Нидан Соки" и Ultrabrand стояли следующие задачи:

- сделать упаковку более современной;
- сделать упаковку более выделяющейся на полке;
- решить ряд технических проблем при печати упаковки;
- сохранить существующую лояльную целевую аудиторию;
- привлечь новых потребителей.

"Новый визуальный образ соков и нектаров "Моя Семья", на наш взгляд, является последним штрихом, дополняющим знакомый и любимый покупателями образ бренда, - отмечает Аркадий Курин, директор Департамента по маркетингу и рекламе ОАО "Нидан Соки". - Теперь упаковка "Моей Семьи" выглядит более современно и соответствует ожиданиям даже самых требовательных потребителей".

Соки и нектары "Моя Семья" в обновленной упаковке уже поступили в продажу по всей России. Для справки: Соки и нектары "Моя Семья" были впервые представлены на рынке в 2001 году и сумели очень быстро завоевать популярность среди потребителей, став одним из лидеров российского рынка соков. По последним оценкам агентства КОМКОН, соки и нектары "Моя Семья" известны более 65% населения России (потребителей соков), а свои потребительские предпочтения им отдают около 25% сограждан. Все пять лет своего существования соковая продукция под брендом "Моя Семья" демонстрирует беспрецедентные темпы роста. Как показывают исследования агентства "Бизнес Аналитика" на февраль 2007 г, доля рынка "Моя Семья" по стране составляет около 14%.

Группа компаний "НИДАН" стала первым российским производителем, представившим на рынке инновационный, двухлитровый формат упаковки. В 2007 г торговая марка "Моя Семья" по решению потребителей и экспертного совета российского отделения компании Superbrands Ltd. четвертый год подряд удостоилась звания "Супербрэнд". Рейтинговым агентством Национальной торговой ассоциации соки "Моя Семья" названы "Товаром года" в 2 номинациях: "Соки" и "Нектары".

Компания Ultrabrand создана в ноябре 2005 года. Специализируется на разработке фирменных стилей и дизайне упаковки. Клиентами компании являются "Айсберри", "Нидан Соки", "1-ая Макаронная Компания", Bacardi Rus LLC, Golder Electronics, Kelly Services, Syngenta и другие.

ОАО "Нидан Соки" - один из трех лидеров российского рынка натуральных соков и соковой продукции (17,5% рынка по данным исследований компании "Бизнес Аналитика") и абсолютный лидер в Сибирском регионе (около 46% рынка). "Нидан Соки" производит соковую продукцию под такими торговыми знаками, как Caprice, Caprice Tea, "Моя Семья", "Сокос", "Чемпион", напитки на основе 100% сока "Да!".

ОАО "Нидан Соки" входит в состав Группы компаний "НИДАН" и объединяет все производственные и сбытовые активы холдинга, в том числе ООО "Нидан-Гросс" (Москва) и ООО "СП Нидан-Экофрукт" (Новосибирск).

Продукция компании представлена во всех регионах России, а также в странах СНГ и Монголии. Оборот компании в 2005 году составил \$211,8 млн.

<http://www.product.ru/news.asp?ID=53666>