

KESÄKAUDEN 2014

UUDET



Sinebrychoff



TÄYTTÄ OLUTTA

KUNNON
LÖYLYT,
TÄYTTÄ
OLUTTA.



TÄYTTÄ
OLUTTA

Karhu pöyhii turkkiaan

Karhu on voimissaan. Se on vahva ja itsevarma mutta uudella tavalla rento, mikä näkyy syksyllä käynnistyneessä mainonnassa. Vahva tahti jatkuu 2014. Uusi pakkausdesign nähdään keväällä monipakkauksissa.

Uusi Karhu on aito, suora ja rehellinen, mutta entistä avoimempi ja sosiaalisempi. Se on miehinen ja konstailematon, muttei koskaan suvaitsematon. Se viihtyy tuttuun tapaan saunassa ja metsässä, mutta erinomaisesti myös muissa ympäristöissä, pilke silmäkulmassa.

Uusi mainonta on huomattu ja se on saanut paljon myönteistä palautetta kuluttajilta. Myös Karhun mielikuvaan liittyvät mittarit ovat liikahtaneet selvästi ylöspäin ja vahvistaneet jo entisestään olutmarkkinan pidetyintä merkkiä. Mainonta jatkuu 2014, ja näkyy todella reippaasti touko-heinäkuussa TV:ssä, ulkomainoksissa ja netissä sekä kuuluu myös radiossa.

Anniskelupaikoissa Karhu-näkyvyys päivitetään isolla siveltimellä. Nuorten aikuisten suosimissa illanviettopaikoissa tullaan näkemään päivitettyä Karhu-ilmettä ja aivan uudenlaisia ratkaisuja.

Muista saunakaveri!

Suomessa 19 % oluen kulutuksesta tapahtuu saunomisen yhteydessä*, ja Karhulla on selkeästi vahvin omistajuus tässä käyttöyhteydessä**. Sauna on läsnä tänäkin kesänä Karhun mainonnassa ja myymäläpromootioissa.

* Marketing Clinic, Alkoholin portfoliotutkimus, talvi 2013

** Millward Brown Brand Tracker YTD, lokakuu 2013

Käytä hyväksesi
Karhun kaikkien
aikojen mittavin
mainoskampanja
tulevana kesänä!

Karhu laajensi reviiriään

Karhun viralliset Facebook-sivut on avattu. Tuotelähtöinen ja karhumaisen vähäeleinen lähestymistapa näyttää olevan Karhu-fanien mieleen, postauksista tykätään ja niitä jaetaan aivan poikkeuksellisen paljon. Puolessatoista kuukaudessa Karhulle kertyi 11 000 tykkääjää, ja lisää tulee koko ajan.

Facebook-sivut ovat osa Karhu-tekemistä, jota nähdään enemmän ensi vuonna. Sitä odotellessa: käy tykkäämässä ja jakamassa [facebook.com/Karhuolutta](https://www.facebook.com/Karhuolutta).



Karhun monipakkausten uusi ulkoasu tuo oluen herkullisuuden hienosti esiin.

Muista kylmä Carlsberg!



Jalkapallon valioliigakausi huipentuu toukokuussa, kesä ja alkusyksy ovat täynnä kansainvälistä huippujalkapalloa. Carlsberg elää vahvasti fanien tunnelmissa ja tuo katsomoihin uuden puolen litran tölkin.

Carlsberg on olut, joka liitetään vahvimmin jalkapalloon. Carlsberg on Englannin Valioliigan virallinen olut. Carlsberg on myös EURO-lopputurnausten pääyhteistyökumppani, jo vuodesta 1988.

Jalkapalloturnausten aikana nopeaan kulutukseen tarkoitettujen olutpakkausten myynti kasvaa. Esimerkiksi Euro 2012 kisojen myyntiviikkoina Carlsbergin pinti- ja puolen litran tölkkejä myytiin Suomessa lähes 500 000 litraa. Carlsberg 8-pack oli EURO 2012 -kisoihin liittyvän myyntiajan +16,3 % kasvussa (Lähde: Sinebrychoff-myyntitilasto 2012).

Carlsberg nostaa kesän aikana jalkapallotunnelmaa merkittäväällä mediakampanjalla. Myös asiakkaille on tulossa näyttäviä ajankohtaan sopivia jalkapalloaiheisia materiaaleja. Kampanjaan liittyy kuluttajakilpailu, jossa on mahdollisuus voittaa huippupalkintoja.

TUOTETIEDOT

Carlsberg

Ainesosat: vesi, ohramallas, humala.

Oluttyyppi lager

Alkoholi 4,5 til-%

Kantavierre 10,1 %Plato

Väri 7,5 EBC

Katkerot 19 EBU

100 ml sisältää

Energia 160 kJ/35 kcal

Rasva 0 g

josta tyydyttyynyttä 0 g

Hiiilihdyraatit 2,3 g

josta sokereita 0 g

Proteiini <0,5 g

Suola 0 g

Pakkaus

50 cl tölkki



Jakelu alkaa 24.3.2014

Suomen suosituin kansainvälinen olut
Carlsberg tarjoaa parhaan tilaisuuden
kasvattaa kannattavaa olutmyyntiä
vuoden 2014 suurimman
kulutustilanteen yhteydessä.

KOFF Rock tukee huomisen ROCK-TÄHTIÄ

Rock-musiikki elää vahvasti Suomessa, mutta myös uusia kovan luokan bändejä syntyy edelleen. KOFF Rock käynnistää nyt nousevien rock-tähtien haun ja tukee heitä tiellä tähtiin. Oletko valmis loistamaan?



KOFF Rockia saa myös 6x33 cl tölkipakkauksessa.

TUOTETIEDOT

KOFF Rock

Ainesosat: Vesi, ohramallas, ohra, panimosiirappi, humala.

Oluttyyppi lager

Alkoholi 4,7 til-%
 Kantavierre 10,6 %Plato
 Väri 13 EBC
 Katkerot 16 EBU

100 ml sisältää

Energia 165 kJ/40 kcal
 Rasva 0 g
 josta tyydyttyynyttä 0 g
 Hiilihydraatit 2,5 g
 josta sokereita 0 g
 Proteiini <0,5 g
 Suola 0 g

Pakkaukset

50 cl tölkki
 6x33 cl tölkki



KOFFin uutuuksilla on luontaista imua. Hyödynnä kannattavat uutuuspakkaukset ja tue suomalaista rock-musiikkia.

KOFF Rockin ensimmäinen versio kehitettiin yhteistyössä Kotiteollisuus-yhtyeen kanssa kesämyyntiin 2013. Kesäksi 2014 KOFF Rock -lageroluelle on tulossa uusi maku, joka on saanut twistiä rockin kotimaassa USA:ssa kasvaneesta humalasta. Kuluttajat voivat KOFF Rockin kautta tukea nousevien rock-bändien etsintää.

KOFF on olut, joka Suomessa selkeästi vahvimmin liitetään musiikkiin (Millward Brown Tracker 2013). Suurin osa suomalaisista ei aktiivisesti etsi uusia rock-bändejä mutta hyväksyy ne helposti suosikeiksi, kun tunnetut maineikkaat rock-persoonat tuovat ne esille.

Oman bändinsä voi tuoda esille KOFFin nettisivuilla www.koff.fi. Sieltä Sinebrychhoffin asiakkaat voivat varata bändejä esiintymään ravintoloissaan ja fanit voivat tutustua heidän musiikkiinsa. KOFF nostaa kuukausittain parhaat bändit erikoisesittelyyn omille keikoilleen ja festareille. Lanseerauksesta lähtien myös kuluttajat voivat kuukausittain voittaa lippuja festareille ja keikoille.

Sinebrychhoffin anniskeluasiakkaille KOFF Rock tarjoaa ainutlaatuisen mahdollisuuden saada ohjelmaa ravintoloihin. Tarjoukseen liittyy laadukkaita materiaalipaketteja.



Jakelu alkaa 24.3.2014

Tuborg mukana kesän festareilla

Tuborg on selkeästi vahvempi tuotemerkki halutuilla brändimittareilla mitattuna kuin vuosi sitten. Myös kokeilut ovat hyvässä kasvussa*. Tuborg on saanut tuhansia uusia Facebook-faneja, jotka osallistuvat vilkkaasti kilpailuihin. Tunnettua kasvatetaan edelleen vuonna 2014.



Tulossa on vahva mainoskampanja, joka painottuu toukokuulle. Päämedianana on TV, vaikka myös sosiaalinen ja digitaalinen media ovat tärkeitä; siellä uusia kuluttajia rekrytoidaan kiinnostavilla sisällöillä.

Huhti-heinäkuussa on tulossa festari aiheinen promotio. Viime vuonna neljän hengen reportteri-tiimi pääsi kiertämään Provinssirockin, Kalajoen Juhannuksen ja Roskilden festivaalit ja raportoi reaaliajassa Tuborgin Facebookiin ja Instagramiin. Lisäksi joka viikko huhti-heinäkuun ajan arvottiin lippupaketteja kotimaisille festareille.

Kuluttajilla on mahdollisuus voittaa lippuja myös ensi kesän festareille Tuborgin Facebook-sivujen kautta [facebook.com/tuborg](https://www.facebook.com/tuborg). Myös jakelutiehen on tulossa festari aiheisiä aktivoiteja.

*Millward Brown Tracking 2013



Tuborg on siellä missä aktiiviset nuoret aikuiset liikkuvat, missä on hyvää musiikkia ja kiinnostavia tapahtumia.

Kesäksi hanaan maukas vehnäolut Suomen Olutmestarilta



Suomen OLUTMESTARI
2014

Suomen Olutmestariksi 2014 valittu tamperelainen Juha Sorsa suunnitteli Sinebrychoff Olutmestari -oluen yhdessä Sinebrychoffin panimon Heikki Vuokon kanssa.

Suomen Olutmestari -kilpailu järjestettiin syksyllä kuudennen kerran. Voittaja pääsi jo toista kertaa kilpailun historiassa luomaan oman uuden oluen yhdessä Sinebrychoffin ammattilaisten kanssa.

Suomen Olutmestarin olut on vaalea, saksalaistyylinen vehnäolut, jossa hedelmäinen aromi yhdistyy kesäiseen raikkauteen. Olut on kuiva, maukas ja helposti juotava. Maltain on käytetty pilsnermallasta ja vehnämallasta. Aromihumalointi on tehty Saazer-humalalajikkeella ja kuivahumalointi saksalaisella Smaragd-lajikkeella.

Olut on hanatuotteena kevään ja kesän 2014 ajan. Jakelu alkaa maaliskuun alusta HOK-Elannon Oluthuoneissa ja huhtikuussa noin 130 muussa olutravintolassa.

Jakelu alkaa 24.3.2014

TUOTETIEDOT

Sinebrychoff Olutmestarin olut

Ainesosat: vesi, ohramallas, vehnämallas, humala.

Oluttyyppi saksalaistyylinen vehnäolut

Alkoholi 5,8 til-%
Kantavierre 13,1 %Plato
Väri 9 EBC
Katkerot 26 EBU

100 ml sisältää

Energia 210 kJ/50 kcal
Rasva 0 g
josta tyydyttyynyttä 0 g
Hiilihydraatit 3,2 g
josta sokereita 0 g
Proteiini <0,5 g
Suola 0 g

Pakkaus

30 litran astia



Suomen ykkössiiderin vauhti jatkuu

Golden Cap tarjoaa keväällä uuden kiinnostavan irtotölkkipakkauksen, tuo markkinoille kuluttajien toivoman maku-uutuuden ja jatkaa menestyksestä 'Suomalainen perinneherku' -mainontaa. Mediapanostus jatkaa vahvana koko vuoden.

Golden Capin uudelleenlanseeraus keväällä 2013 onnistui loistavasti.

Brändi kasvatti reippaasti myyntiään ja virkisti myös koko siiderikategoriaa. Samalla mielikuva Golden Capista parani: kuluttajien mielestä Golden Cap on entistä maukkaampi, raikkaampi, trendikkäämpi, alkuperäisempi ja juuri

Kevään 2013 uudelleenlanseeraus vahvisti Golden Capin markkinajohtajuutta Suomen myydyimpänä siiderinä.

minulle sopivampi (PHD kampanja-analyysi 8/2013). Facebookissakin oli vilkasta, kävijöiden määrä kasvoi maaliskuu-marraskuussa +101 %.

Perinneherkun paluu

Golden Capin Facebook-sivuilla siiderifanit saivat äänestää, minkä oman suosikkinsa menneiden vuosien siidereistä haluaisivat nähdä kauppojen hyllyillä keväällä 2014. Yksi suosikeista oli Golden Cap Vadelma Light. Kehitimme sen makua vastaamaan tämän päivän siiderikuluttajien makumieltymyksiä ja tuloksena oli vadelmainen ja kevyt maustettu omenasiideri **Golden Cap Raspberry Soda Light**. Se ei sisällä lainkaan sokeria, joten kaloreita on vain 30 desissä. Raikas maustettu siideri sopii hyvin rekrytoimaan uusia siiderikuluttajia. Se toimii mainiona makuparina Golden Cap Lemon Sodalle, joka oli vuoden 2013 myydyin maku-uutuus siidereissä.



TUOTETIEDOT

Golden Cap Raspberry Soda Light

Maustettu omenasiideri
Sisältää makeutusaineita ja fenyylialaniinin lähteen

Ainesosat: Vesi, hedelmäviini, hiilidioksidi, omenamehutiviste, aromit, happamuudensäätöaine (sitruunahappo), säilöntäaineet (kaliumsorbaatti ja natriumdisulfiitti), makeutusaineet (aspartaami ja asesulfaami K), mustaporkkanauute.

100 ml sisältää

Energia	120 kJ/30 kcal
Rasva	0 g
josta tyydyttyynyttä	0 g
Hilihydraatit	0,6 g
josta sokereita	0,4 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g

Pakkaukset

33 cl sleek-tölkki
33 cl kierrätysmuovipullo
45 cl kierrätysmuovipullo



Golden Cap on siiderimerkki, joka tulee kuluttajille ensimmäisenä mieleen.

Lähde: TNS Miriad Tracking 12/2013

Uusi tyylikäs irtotölkki

Siiderin juojista yli 60 % on naisia (Research Insight Finland, Siiderin kategoriatutkimus 2009). Erityisesti naiset pitivät tutkimuksen mukaan sirosta sleek-tölkistä, joka on normaalia hiukan kapeampi ja korkeampi. Se on heidän mielestään erilainen ja hauska ja tuo vaihtelua pakkaustarjontaan (Kopla pakkaustutkimus 2013).

Jakelu alkaa 24.3.2014

Kesäinen juomanautinto



Bacardi Breezer Peach

– nyt ensimmäistä kertaa Suomen markkinoilla.

Bacardi Breezer Peach on Bacardi-rommipohjainen, long drink -tyyppinen alkoholijuoma, joka on makeutettu sokerilla ja maistuu makealta persikalta. Se on raikas ja kesäinen lisä Breezer-valikoimaan.

Bacardi Breezer on Suomen ensimmäinen kansainvälinen RTD-juoma (ready-to-drink) vuodelta 2001. Breezereiden vahvuus on hyvä makumieli-kuva. Kuluttajat valitsevat trendikkäänä pitämänsä tuotteen kiinnostavien uusien makujen ja niiden houkuttelevan värikkään ulkonäön perusteella.

Tuoteperheeseen kuuluvat lisäksi Bacardi Breezer Lime, Orange ja Pineapple.

TUOTETIEDOT

Bacardi Breezer Peach

Ainesosat: Hiilihapotettu vesi, Bacardi-rommi, sokeri, persikka- ja appelsiinimehukonsentraatti, aromi, happo (sitruunahappo E330), happamuudensäätöaine (natriumsitraatti E331), säilöntäaineet (kaliumsorbaatti E202 ja kaliumbentsoaatti E212), stabilointiaine E445, sakeuttamisaine E444, värit E129 ja E102.

Alkoholi 4,0 til-%

100 ml sisältää

Energia	230 kJ/55 kcal
Rasva	0 g
Hiilihydraatit	7,5 g
josta sokereita	7,5 g

Pakkaus

27,5 cl kertalasipullo

Uutuusmaulla lisää kuluttajakokeiluja Breezer-tuotteelle. Saatavana vain kesäkauden 2014.



Jakelu alkaa 24.3.2014

Uusi makukokemus: Suomen ensimmäinen hiilihapoton siideri



Suomen myydyin premium-siideri Crowmoor tarjoaa jotain Suomen markkinoilla ennennäkemätöntä: englantilaistyyppisen hiilihapottoman maalaissiiderin kahden litran hanapakkauksessa, joka mahtuu kätevästi jääkaappiin ja on helppo kuljettaa.

Täyteläinen ja aromikas **Crowmoor Country Cider Still** on englantilaisen maalaissiiderin tyyppinen hiilihapoton, kuiva omenasiideri. Tuotteen makua dominoi vahvasti raikas puraiseva omenaisuus, joka pyöristyy pehmeän hapokkaasti hieman tallimaiseen vivahtavassa jälkimaussa. Hiilihapottomuus korostaa maun vivahteikkoutta – kuplien puuttuessa maun syvyys ja hapokkaan omenaisuuden eri kerrokset pääsevät erinomaisesti esille. Väritään siideri on punertavan kullankeltainen.

Hanapakkauksesta on helppo kaataa lasiin juuri sopivan kokoinen annos ja mieto 4,5-prosenttinen alkoholijuoma on vastuullinen valinta.



TUOTETIEDOT

Crowmoor Country Cider Still

Hiilihapoton omenasiideri

Ainesosat: Vesi, omenaviini, sokeri, happamuudensäätöaine (omenahappo), luontainen aromi, stabilointiaine E466, karamellisoitu sokerisiirappi, säilöntäaine (natriumdisulfiitti), väri (karmiinit).

Alkoholi 4,5 til-%

100 ml sisältää

energia	190 kJ/45 kcal
rasva	0 g
josta tyydyttynyttä	0 g
hiilihydraatit	5,0 g
josta sokereita	4,4 g
proteiini	0 g
suola	0 g

Pakkaus

2 L Bag-in-Box

**Kuluttajaa kiinnostava
konsepti ja pakkaus.**

Lähde: IRO Research 10/2013



Jakelu alkaa 1.4.2014.

JÄIDEN PARASTA SEURAA

Sinebrychoffin lonkerovalikoiman muodostaa kolme vahvaa tuotemerkkiä: Kurko, Garage ja Sinebrychoff Long Drink. Terävöitämme keväällä kaikkien kolmen rooleja, tuomme kiinnostavia uutuuksia ja pakkausratkaisuja ja uudistamme designia. Uudistusten jälkeen kuluttajat kohtaavat entistä veto-voimaisemmat brändit, jotka kasvattavat kiinnostusta koko juomaryhmään.

Parasta harmaata

Tuttu Sinebrychoff Long Drink uudistaa maaliskuussa ulkoasunsa ja tuo kaappoihin makutestien voittajamaut* Greipin ja Limen 4,5-prosenttisina versioina. Molemmat myydään laatumielikuvaa vahvistavassa sleek-tölkissä.

Sinebrychoff **Long Drinkin** myyntivolyymi on kasvanut 36 % vuodesta 2009 (Sinebrychoff-myyntitilastot 2009–2013). Pitkään vain vahvana Alkossa ja ravintoloissa myyty long drink tuo nyt päivittäistavaramyyntiin sekä greippilonkeron että limenmakuisen lonkeron, molemmat 4,5 % vahvaisina. Uutuudet myydään 33 cl sleek-tölkissä, jota harvemmin nähdään lonkeroissa. Pakkaus tarjoaa vaihtoehdon myös niille, jotka arvostavat pienempää kerta-annosta.

Uusi pakkausdesign antaa harmaalle uuden merkityksen. Se tekee harmaasta

ajattoman, tyylikkään ja itsevarman, mihin tahansa tilanteeseen sopivan. Tutusta tuotteesta tulee uudella tavalla mielenkiintoinen ja persoonallinen.

Uudistunut Sinebrychoff Long Drink on moderni ja tyylikäs vaihtoehto perinteisen lonkeron kuluttajalle, joka on 30–50-vuotias mies tai nainen. Tämä kohderyhmä arvostaa lonkerossa raikkaita ja kirpeitä perusmakuja.

* Lähde: Research Insight Finland, Lonkeroiden maku- ja mielikuva -tutkimus 2013



TUOTETIEDOT

Sinebrychoff Long Drink Grapefruit

Long drink – valmistettu käymisteitse

Ainesosat: Vesi, glukoosisiirappi, sokeri, hiilidioksidi, luontaiset aromit, happamuudensäätöaine (sitruunahappo), stabilointiaineet E414 ja E445, säilöntäaine E202.

Alkoholi 4,5 til-%

100 ml sisältää

Energia	210 kJ/50 kcal
Rasva	0 g
josta tyydyttyynyttä	0 g
Hilihydraatit	5,9 g
josta sokereita	5,8 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g

Pakkaukset

33 cl sleek-tölkki

Sinebrychoff Long Drink Lime

Long drink – valmistettu käymisteitse

Ainesosat: Vesi, glukoosisiirappi, sokeri, hiilidioksidi, happamuudensäätöaine (sitruunahappo), luontaiset aromit, säilöntäaine E202, värit E104 ja E131.

Alkoholi 4,5 til-%

100 ml sisältää

Energia	260 kJ/60 kcal
Rasva	0 g
josta tyydyttyynyttä	0 g
Hilihydraatit	9,0 g
josta sokereita	8,8 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g

Pakkaukset

33 cl sleek-tölkki

Kuluttajat haluavat lonkeronsa tyylikkäässä, modernissa paketissa ja ovat valmiita maksamaan siitä hieman korkeamman hinnan.

Lähde: Kopla pakkaustutkimus 2013 / Norm Shopper 2013

Jakelu alkaa 24.3.2014



Kurkon uusi ilme on raikas ja houkutteleva

Mikä on ensi kesän hittilonkero? Vahva veikkaus on Kurko Lime-Kaktus, joka tarjotaan selkeästi muusta lonkerotarjonnasta erottuvassa uudessa tölkkipakkauksessa.

Kurko Lime-Kaktus puhuttelee kohderyhmäänsä; se on makea, raikas, kaktusaromilla maustettu lonkero, jossa tuntuu mukavasti limen kirpeä puraisu.

Kurkon uusi ilme levittyä kesän uutuuslonkeron lisäksi kaikkiin muihinkin Kurko-pakkauksiin. Uusi design sai testiryhmässä aikaan runsaasti myönteisiä reaktioita: ”Tyylikäs ja moderni”, ”Raikas”, ”Sopii sekä miehille että naisille”, ”Erottuu muista” (Kopla, Kurkon pakkausratkaisujen esitestaus 2013).

Kurko uudistaa myös pakkauskojoja. Kevään uusi pakkauskojo on **75 cl tölkki**, joka korvaa litran

tölkin. Samaan aikaan Kurkon pinti vaihtuu puolen litran tölkkiin, joka on yksittäistölkkipakkauksissa selkeästi suosituin koko. Makurintamallakin tapahtuu: Kurko Karpalon makuprofiilia on kehitetty kohderyhmän mieltymysten mukaan; uusi karpalo-lonkero on entistä raikkaampi ja sen väri on kirkas.

Sosiaalisessa mediassa on koko kesäkauden nuorten aikuisten kohderyhmää puhuttelevaa sisältöä ja kilpailuja.

Nuoret aikuiset haluavat uusia makuja ja arvostavat erottuvia pakkauksia ostopäätöksiä tehdessään.

Lähde: NORM shopper decision tree study 2013

TUOTETIEDOT

Kurko Greippi

Long drink – valmistettu käymisteitse
Sisältää sokeria, makeutusaineita ja fenyylialaniinin lähteen.

Ainesosat: Vesi, glukoosisiirappi, sokeri, hiilidioksidi, luontaiset aromit ja katajanmarja-aromi, happamuudensäätöaine sitruunahappo, säilöntäaineet kaliumsorbaatti ja natriumbentsaatti, stabilointiaine arabikumi, makeutusaineet aspartaami ja asesulfaami K.

Alkoholi 4,7 til-%
(75 cl tlk 4,6 til-%)

100 ml sisältää

Energia	160 kJ/40 kcal
Rasva	0 g
josta tyydytynyttä	0 g
Hiliihydraatit	3,2 g
josta sokereita	3,0 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g

Pakkaukset

50 cl tlk
75 cl tlk
6x33 cl

Kurko Karpalo

Long drink – valmistettu käymisteitse
Sisältää sokeria, makeutusaineita ja fenyylialaniinin lähteen

Ainesosat: Vesi, glukoosisiirappi, sokeri, hiilidioksidi, karpaloaromi, luontaiset aromit, happamuudensäätöaine (sitruunahappo), porkkana- ja musta-herukkauute, säilöntäaineet (kaliumsorbaatti ja natriumbentsaatti), makeutusaineet (aspartaami ja asesulfaami K).

Alkoholi 4,7 til-%

100 ml sisältää

Energia	160 kJ/40 kcal
Rasva	0 g
josta tyydytynyttä	0 g
Hiliihydraatit	3,3 g
josta sokereita	3,1 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g

Pakkaukset

50 cl tlk
6x33 cl tlk

Kurko Lime-Kaktus

Long drink – valmistettu käymisteitse

Ainesosat: Vesi, sokeri, glukoosisiirappi, hiilidioksidi, happamuudensäätöaine (sitruunahappo), luontainen limearomi ja luontaiset aromit, säilöntäaine (kaliumsorbaatti), väri E141.

Alkoholi 4,7 til-%

100 ml sisältää

Energia	260 kJ/65 kcal
Rasva	0 g
josta tyydytynyttä	0 g
Hiliihydraatit	9,0 g
josta sokereita	8,8 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g

Pakkaukset

50 cl tlk
6x33 cl tlk

Jakelu alkaa 24.3.2014

Garage Hard
Lemonaden myynti
kasvoi yli 30 %
vuonna 2013.

Lähde: SFF Myyntitilasto 2012–2013

Hard Ice Tea

– FRESH FROM THE GARAGE

Garage Hard Lemonade on kahdessa vuodessa hurmannut suomalaiset. Nyt tuote saa arvoisensa makuparin.

Garage Hard Ice Tea 4,6 til-% on raikas janonsammuttaja. Juoma maistuu jäteeltä, johon sitruuna tuo ryhdikästä särmää.

Garagen kasvuvauhti on ollut poikkeuksellisen vahvaa. Myynti 2013 kasvoi yli 30 % edellisvuoteen verrattuna (Sinebrychhoff-myyntitilasto 2012–2013). Garage on lyhyessä ajassa noussut suomalaisten toiseksi suosituimmaksi lonkeromeriksi. Kuluttajat ovat myös arvioineet sen laadukkaimmaksi lonkeroksi (Miriad Tracker 09/2013).

Garagen mainonta tukee brändin kehitystä ja kevään uutuuslanseerausta. Tulossa on TV- ja ulkomainontaa sekä kiinnostavaa sisältöä Facebookiin.



TUOTETIEDOT

Garage Hard Ice Tea Lemon

Käymisteitse valmistettu alkoholijuoma

Ainesosat: Vesi, glukoosisiirappi, sokeri, hiilidioksidi, happamuuden-säätöaine (sitruunahappo), aromit, luontaiset aromit, ohramallasuute, sitruunamehutiiviste, säilöntäaine E202, stabilointiaineet E414, E444, E445 ja E412, hapettumisenestoaine (askorbiinihappo).

Alkoholi 4,6 til-%

100 ml sisältää

Energia	230 kJ/55 kcal
Rasva	0 g
josta tyydyttyynyttä	0 g
Hiilihydraatit	7,3 g
josta sokereita	7,1 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g

Pakkaukset

33 cl kertalaspullo
50 cl tölkki



Jakelu alkaa 24.3.2014



Share A Coke puhuttelee kaikkia

Share A Coke on myös vuonna 2014 henkilökohtainen, mutta entistä hauskempi. Promootiossa yhä useampi voi löytää omalla nimellään varustetun Coca-Cola- tai Coca-Cola zero -pullon. Tarjolla on myös uusia riemastuttavia yleisnimiä.

Kesällä 2013 promootio kasvatti Coca-Cola ja Coca-Cola zero 0,5 l pullojen myyntejä 12 %.

Lähde: SFF Myyntitilasto 5-8 2013

Pidennämme kesäsesonkia ajoittamalla Share A Coke -promootion heinä-syyskuulle. Tiinan, Villen ja Eemelin lisäksi oman puolen tai puoleltoista litran Coca-Cola -pullonsa löytävät muun muassa Sydänkävyt, Hifistelijät, Lomailijat, Saunamajurit ja Mussukat. Puolen litran pulloissa julkaistaan yhteensä 581 yleisintä etunimeä vuosina 1900-2013 syntyneiden nimistä ja 22 yleisnimeä. Etunimistä julkaistaan n. 190 uutta nimeä joka kuukausi. Kertomalla mediassa

kuukausittain uusista nimistä kampanja pysyy tuoreena. **Yleisnimet ja 30 suosituinta etunimeä löytyvät kaupoista koko promootion ajan.**

Uutta on myös, että etiketit varustetaan QR-koodilla, joka ohjaa Coca-Cola'n verkkokauppaan. Sieltä kuluttaja voi tilata itselleen haluamallaan nimellä varustettuja ikonisia 20 cl lasipulloja.

Just add zero

- Because adding zero changes everything

Coca-Cola zero -tuotesarja uudistuu maaliskuussa näyttävästi ja saa valtavan mediapanostuksen.

E erityisesti miehille suunnattu sokeriton Coca-Cola zero on vuoden 2006 lanseerauksensa jälkeen kasvanut tasaisesti ja on nykyisin Suomen toiseksi ostetuin kevytcola. Vuonna 2013 Coca-Cola zero oli nopeimmin kasvava kevytcola Suomessa, ja kuluttajien ostovolyymi kasvoi peräti 16,8 %.

Virvoitusjuomakategorian kasvattaminen vaatii lisää kuluttajia. Siksi Coca-Cola zero uudistuu maaliskuussa näyttävästi, ja pakkaukset saavat uuden Just

add zero -ilmeen. Uudella konseptilla ja mainonnalla tavoitellaan entistä laajempaa kohderyhmää.

Colajuomat ovat edelleen ylivoimaisesti suurin ja kasvavin virvoitusjuomasegmentti Suomessa (Canadean 2013 -tutkimus).

Vuonna 2013 Coca-Cola zero oli nopeimmin kasvava kevytcola Suomessa.

Lähde: Nielsen kuluttajapaneeli 52W 3.11.2013

JUST ADD zero



Coca-Cola ja FIFA World Cup saavat ihmiset liikkeelle

2014 FIFA WORLD CUP™

BRASIL



Hyödynnä FIFA World Cup™ kasvattaaksesi myyntiä vuoden tärkeimpänä sesonkina.

FIFA World Cup™ on vuonna 2014 maailman suurin urheilutapahtuma, joka koskettaa maailmanlaajuisesti yli 3 miljardia ihmistä.

Coca-Cola on yksi tapahtuman pääsponsoreista. FIFA maustaa Coca-Cola'n näkyvyyttä vahvasti mm. tv-mainonnassa, sosiaalisessa mediassa sekä mobiilisovelluksen muodossa. Urheilutapahtuma näkyy puolentoista litran Coca-Cola ja Coca-Cola zero -etiketeissä.

Coca-Cola tukee myös nuorten liikkumista jalkapallon merkeissä vuonna 2014. Coca-Cola ja Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio VALO yhdistävät voimansa ja käynnistävät uudenlaisen monivuotisen liikuntaprojektin. #MunLiike -nimellä kulkevan ohjelman päällimmäisenä tavoitteena on tuoda liikkuminen ja sen hauskuus takaisin nuorten vapaa-aikaan. Tänä vuonna ohjelman lähettiläänä toimii jalkapalloilija **Teemu Pukki**.



Uusi Fanta -maku!

KOE
UUSI
MAKU

Fanta Persikka Twist jatkaa viime vuosien kesälanseerausten menestysarjaa. Herkullinen sokerimakeutettu uutuu sisältää kaikkien Fantojen tapaan vain luontaisia aromeja eikä lainkaan lisättyjä säilöntäaineita.

Fanta kuuluu kesään! Vuoden 2013 kesälanseeraus Mansikka Twist ylitti kaikki odotukset ja on noussut kolmanneksi myydyimmäksi Fantaksi.

Fanta on teini-kohderyhmässä brändiarvoissa edelleen ylivoimainen ykkönen ja myös vanhempia puhutteleva Fantan luonnollisuudesta kertova mainonta on tehonnut (ACNielsen Homescan 2013 ja TCCC. Brand Health - B3. 2013).

Jo perinteeksi muodostunut kesäpromootio touko-elokuussa näkyy Fanta Appelsiini ja Fanta zero Appelsiini -etiketeissä, kuluttajaviestinnässä ja internetissä.

TUOTETIEDOT

Fanta Persikka Twist

Hiilihapotettu persikanmakuinen virvoitusjuoma

Ainesosat: Vesi, sokeri, mehu 3 % (appelsiini 2 %, persikka 1 %), hiilidioksidi, happamuudensäätöaine (E330), stabilointiaineet (E414, E445), hapatustuotteenestoina (E300), luontaiset aromit.

Ravintosisältö per 100 ml

Energia	175 kJ/41 kcal
Rasvaa	0 g
josta tyydyttyynyttä	0 g
Hiilihydraatit	10,1 g
josta sokereita	10,1 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g

Pakkaukset

50 cl kierrätysmuovipullo
150 cl kierrätysmuovipullo

Kesämaun lanseerauksen tukena on TV- ja ulkomainontaa sekä paljon maistatuksia kaupoissa ja tapahtumissa. Kaupoissa lanseerausta tukee houkutteleva POS-materiaali.

Vuosi 2013 oli Fantalle menestys. Fanta-myyntit kehittyivät peräti 16 %!

Lähde: SFF Myyntitilasto 2013

Jakelu alkaa 24.3.2014.

Poistuva tuote:
Fanta zero Verigreippi 150 cl KMP

Uudistunut Bonaqua

tekee hyvästä vielä parempaa

Bonaqua haluaa lisätä kuluttajien kiinnostusta pullovesiä kohtaan uudistamalla vahvasti. Keväällä 2014 nähdään **uudet etiketit ja pakkauskoot** sekä uusi vitamiinoidujen makuvesien tuoteperhe Bonaqua Explore. Vahva mediatuki saattaa uudistusta.

Suomalaiset juovat paljon vettä, vuosittain 1,5 miljardia litraa, mikä on 36 % koko juomakulutuksestamme. Tästä valtaosa lasketaan vesihanasta, sillä pulloveden kulutus on Suomessa vähäistä (22 l per capita). Ero on erityisen suuri verrattuna Keski-Euroopan maihin (Espanja 127 l), mutta myös muut pohjoismaalaiset nauttivat pullovesiä meitä enemmän (Norja 29 l)*.

Bonaquan uudistuksen taustalla on suurin Suomessa tehty vesitutkimus*, johon vastasi 4000 kuluttajaa. Tutkimuksesta kävi ilmi, että pullovesien käyttö liitetään vahvimmin terveyteen, kauneuteen ja tasapainoiseen ravintoon. Hyvinvointitrendi näkyy Suomessa funktionaalisten vesien voimakkaana kasvuna, ja uskomme trendin jatkuvan vielä pitkään*.

Pääkohderyhmä:

Bonaqua-perussarja	lapsiperheet ja suurkuluttajat
Bonaqua Vichy	50+ v.
Bonaqua Multi – päivittäiset mineraalit	30+ v.
Bonaqua Explore – päivittäiset vitamiinit	20–39 v. 1–2 henkilön kotitaloudet

Uudet etiketit raikastavat Bonaquan ilmeen ja keskittyvät viestimään makua entistä selvemmin.

Uudet 33 cl ja 95 cl kmp-pakkauskoot luovat uusia käyttötilanteita.

Kehitetään pullovesien kulutusta yhdessä! Voimme kasvattaa koko vesikategoriaa +19 %, jos pääsemme pullovesien kulutuksessa edes muiden Pohjoismaiden tasolle.

*Consumer beverage landscape study, Finland 2012

Poistuvat tuotteet:
Bonaqua 35 cl lasipullo, Bonaqua Mansikka-Raparperi 50 cl KMP,
Bonaqua Mansikka-Raparperi 150 cl KMP, Bonaqua 33 cl TLK 6-pack

Jännittävät maut, tarpeelliset vitamiinit: Bonaqua Explore

Suomalaisista kotitalouksista 74 % on 1-2 hengen kotitalouksia.*
Uudet Bonaqua Explore -tuotteet ja niitä tukeva markkinointi on suunniteltu erityisesti heitä varten.

*Tilastokeskus 2012

Bonaqua Explore -makuvesi-konseptissa uudet, jännittävät maku yhdistelmät kohtaavat päivittäin tarvittavat vitamiinit.

Bonaqua tuoteperhe tarjoaa jo nyt tuotteet suurimpiin käyttöyhteyksiin, mutta kasvava hyvinvointitrendi luo uusia mahdollisuuksia ja monipuolistaa tarjontaa.

Pitkän tuotekehitysprosessin jälkeen tuoteperheeseen valikoitui makutestien kolme vahvaa voittajaa:

- Päärynä-Melissa + B3
- Persikka-Aloe Vera + B5
- Mango-Acai + B6.

Bonaqua Explore on suunnattu etenkin 20-39-vuotiaille 1-2 henkilön kotitalouksille. Myös tavallista pienemmät pullokoot, 33 cl ja 95 cl, palvelevat pieniä kotitalouksia.

Vahva aktiveettikalenteri varmistaa Bonaquan hyvän näkyvyyden kesäjaksolla 2014. Mediavalinnoissa keskitytään näkyvyyteen ostopäätöksen lähellä ja kohderyhmälle relevanteissa kanavissa.



TUOTETIEDOT

Bonaqua Explore Päärynä-Melissa

Ainesosat: Vesi, hedelmäsokeri, hiilidioksidi, happamuudensäätöaine (E330), luontainen melissa-arami joka sisältää muita luontaisia aromeja, säilöntäaine (E202), B3-vitamiini (niasiini).

100 ml sisältää

Energia	45 kJ/11 kcal
Rasvaa	0 g
josta tyydytynyttä	0 g
Hiilihydraatit	2,5 g
josta sokereita	2,5 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g
Niasiini (B3)	1,3 mg (8 %*)

* % vuorokautisen saannin vertailuarvosta

Pakkaukset

33 cl kierrätysmuovipullo
95 cl kierrätysmuovipullo

B3-vitamiini auttaa vähentämään väsymystä ja uupumusta

Bonaqua Explore Persikka-Aloe Vera

Ainesosat: Vesi, hedelmäsokeri, hiilidioksidi, happamuudensäätöaine (E330), luontaiset aromit, säilöntäaine (E202), B5-vitamiini (pantoteenihappo).

100 ml sisältää

Energia	43 kJ/10 kcal
Rasvaa	0 g
josta tyydytynyttä	0 g
Hiilihydraatit	2,5 g
josta sokereita	2,5 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g
Pantoteenihappo (B5)	0,5 mg (8 %*)

* % vuorokautisen saannin vertailuarvosta

Pakkaukset

33 cl kierrätysmuovipullo
95 cl kierrätysmuovipullo

B5-vitamiini edistää normaalia henkistä suorituskykyä

Bonaqua Explore Mango-Acai

Ainesosat: Vesi, hedelmäsokeri, hiilidioksidi, happamuudensäätöaine (E330), luontaiset aromit, säilöntäaine (E202), luontainen omena-arami, B6-vitamiini.

100 ml sisältää

Energia	43 kJ/10 kcal
Rasvaa	0 g
josta tyydytynyttä	0 g
Hiilihydraatit	2,5 g
josta sokereita	2,5 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g
B6-vitamiini	0,11 mg (8 %*)

* % vuorokautisen saannin vertailuarvosta

Pakkaukset

95 cl kierrätysmuovipullo

B6-vitamiini edistää normaalia toimintaa

Jakelu alkaa 24.3.2014.

Battery energisoi mehujään



Uusia kuluttajia houkutteleva uutuus kesään: energijuoman tehokkuus ja mehujään nautinto samassa paketissa.

мєрпlааи

Batteryn mausta ja tehokkuudesta voi pian nauttia mehujään muodossa. Battery-energiajää on myynnissä maaliskuun alusta koko kesäsesongin ajan.

Battery on energijuomien markkina-johtaja ja energia-juomamarkkinan arvokasvun veturi. Se on myös kuluttajien mielimerkki, jolla on ylivertainen brändimielikuva. Sitä pidetään markkinoiden laadukkaimpana energijuomana ja sen makua parhaimpana (Canadian 2012 ja TNS tracking 9/2013).

Suomessa myydään paljon mehujäitä, mutta markkinoilla ei ole tällä hetkellä yhtään energiamehujäätä. Edelläkävijän, markkinajohtajan ja parhaan makumielikuvan omaavan energijuomabrändin on uskottavaa laajentua myös tälle markkinalle.

Battery Energiced on vitamiinoitu kofeiinipitoinen energiajää, jossa energijuoman maku ja teho yhdistyvät mehujään nautintoon. Uutuus on tarkoitettu virkistykseen ja tilapäiseen energiantarpeeseen. Se sisältää kofeiinia saman verran kuin Battery (32 mg/100 g) ja suunnilleen saman verran kuin pieni kuppi kahvia. Yhdessä energiajäässä on 22 mg kofeiinia, mikä on reilu neljännes yhden Battery-tölkkin kofeiinimäärästä. Käyttösuositus on enintään kolme energiajäätä päivässä. Tuotetta ei suositella lapsille eikä raskaana oleville.

TUOTETIEDOT

Battery Energiced

Energijää.
Sisältää kofeiinia (32 mg/100 g).
Ei suositella lapsille eikä raskaana oleville.
Käyttösuositus: enintään kolme energiajäätä päivässä.
Yksi energiajää sisältää 22 mg kofeiinia.

Ainesosat: vesi, sokeri, fruktoosi-, glukoosi- ja sakkaroosisiirappi, energijuomatiiviste 0,8 % (vesi, happamuudensäätöaine (sitruunahappo), aromit, kahvi- ja guaranaute, vitamiinit (riboflaviini, niasiini, B6, B12, pantoteenihappo), väri E150d), happamuudensäätöaine (sitruunahappo), stabilointiaineet (E412, dekstroosi, E401 ja E407), ohramallasuute.

100 g sisältää

Energia	417 kJ/100 kcal
Rasva	0 g
josta tyydyttyynyttä	0 g
Hiihihydraatit	25 g
josta sokereita	25 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g
Riboflaviini	0,6 mg / 43 %*
Niasiini	8,0 mg / 50 %*
B6-vitamiini	1,8 mg / 129 %*
B12-vitamiini	1,0 µg / 40 %*
Pantoteenihappo	2,0 mg / 33 %*

* Päivän saannin vertailuarvosta



Jakelu alkaa 1.3.2014.



Gumball 3000 kutsuu!



Kevään vauhdikkain ja näkyvin pakkauspromootio on Gumball 3000 Battery-tölkeissä. Voittaja pääsee Barcelonaan ja Ibizalle Gumball 3000 -kiertueen vieraaksi. Life style -kiertue ajetaan tänä vuonna USA:ssa ja Etelä-Euroopassa.



Tölkkipromootio on voimassa maaliskuun lopusta toukokuun puoliväliin, ja siinä ovat mukana **Battery Energy Drink**, **Sugarfree** ja **Jungled**. Syötä tölkkiklipsien uniikit koodit kilpailusivustolle ja näet heti oletko voittanut!

Pääpalkinto on ainutlaatuinen kahden hengen matka, joka vie Gumball 3000 -varikolle ja Ibizalle Barcelonaan. Sieltä matka jatkuu Ibizalle kiertueen päätösetapille kesäkuun puolivälissä. Joka päivä on lisäksi mahdollisuus voittaa Gumball 3000 -aiheinen tuotepalkinto.

Promootiota tuetaan TV- ja netti-TV-mainonnalla. Gumball 3000 näkyy myös Battery:n nettisivuilla ja Facebookissa sekä muissa digikanavissa.

Kiinnostava palkinto ja helppo promootiomekaniikka saa kuluttajat kokeilemaan onneaan ja ostamaan useammin.



Sima on kevään kuplajuoma

Sinebrychoffilla valmistettiin simaa jo 1800-luvun puolivälissä. Vuosikymmenien vaihtuessa juoman nimi vaihtui: Sff Mjöd, Citron Sima, Champagne-Sima, Sinebrychoff Sima, KOFF Sima, Perhe Sima ja JuhlaSima. Tällä nimellä tuote on ollut markkinoilla myös viimeiset viisi vuotta.

Sinebrychoff JuhlaSima on kotisiman tapaan valmistettu sokerista, fariini-sokerista, sitruunasta ja hiivasta. Se sisältää kaikkien simojen tapaan pienen määrän alkoholia (0,7 til-%).

JuhlaSiman myynti on kasvanut vuosittain n. 5 %.

Lähde: SFF Sisäänmyynti 2013.



Simaa tynnyrissä

1860-luvun alussa Sinebrychoffin panimolla valmistettiin eniten baijerilaisolutta ja tavallista pintahiivaolutta, mutta ympäri vuoden tehtiin myös simaa, jopa enemmän kuin böömiläisolutta ja portteria. Sima varastoitui tuolloin 200 litran tynnyreihin. 1800-luvun lopulla simaa alettiin pullottaa lasipulloihin. Vanhin säilynyt Sinebrychoffin simaetiketti on 1900-luvun alkuvuosilta.

TUOTETIEDOT

Sinebrychoff JuhlaSima

Alkoholipitoisuus 0,7 til-%.

Ainesosat: Vesi, sokeri, fariinisokeri, hiilidioksidi, sitruunamehutiiviste, väri (sokerikulööri), aromi, säilöntäaine (kaliumsorbaatti), hapettumisenestoaine (askorbiinihappo).

100 ml sisältää

Energia	220 kJ/50 kcal
Rasva	0 g
josta tyydyttyynyttä	0 g
Hiilihydraatit	11,9 g
josta sokereita	11,9 g
Proteiini	0 g
Suola	0 g

Pakkaus

125 cl kierrätysmuovipullo

Jakelu alkaa 24.3.2014.



Sinebrychoff Mediakalenteri 2014

		Huhtikuu				Toukokuu				Kesäkuu				Heinäkuu				Elokuu					
		14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
Karhu	Televisio									■	■	■	■	■		■	■	■	■	■			
	Ulkomainonta									■	■	■	■	■	■		■	■	■	■	■		
	Radio										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
	Online										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Koff	Televisio	■	■	■	■			■				■				■				■			
	Radio	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Online	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Ulkomainonta	■	■	■																			
Carlsberg	Online											■	■	■	■	■	■	■	■			■	
	Radio											■	■	■	■	■	■	■	■				
	Printti											■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Tuborg	Televisio					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	webTV					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Online	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Garage	Ulkomainonta			■		■		■															
	Online			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Televisio			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Kurko	Online													■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Golden Cap	Televisio	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Ulkomainonta	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Radio										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Online	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Battery	Televisio	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Online	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CocaCola	Televisio																						
	Online																						
CocaCola zero	Televisio	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Ulkomainonta	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Online	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Bonaqua	Ulkomainonta																						
	Online			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Fanta	Televisio																						
	Ulkomainonta			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	Online																						




Oikeudet muutoksiin pidetään.

3632	Sinebruchhoff Long Drink Lime 4,5 % 33 cl tlk SLEEK	24	24.3.2014				
3635	Garage Hard Ice Tea 4,6 % 33 cl kp	24	24.3.2014				
3634	Garage Hard Ice Tea 4,6 % 50 cl tlk	24	24.3.2014				































VIRVOITUSJUOMAT

3651	Bonaqua Explore Päärinü-Melissa 33 cl kmp	24	24.3.2014				
3652	Bonaqua Explore Päärinü-Melissa 95 cl kmp	12	24.3.2014				
3653	Bonaqua Explore Persikka-Aloe Vera 33 cl kmp	24	24.3.2014				
3654	Bonaqua Explore Persikka-Aloe Vera 95 cl kmp	12	24.3.2014				
3655	Bonaqua Explore Mango-Acai 95 cl kmp	12	24.3.2014				
3641	Bonaqua Regular 33 cl kmp	24	24.3.2014				
3642	Bonaqua Sitruuna-Lime 33 cl kmp	24	24.3.2014				
3643	Bonaqua Villivadelma 33 cl kmp	24	24.3.2014				
3597	Fanta Persikka Twist 50 cl kmp	24	25.3.2014				
3609	Fanta Persikka Twist 150 cl kmp	12	24.3.2014				
3598	Fanta Persikka Twist 50 cl kmp MINIDOLLY	144	24.3.2014				
3610	Fanta Persikka Twist 150 cl kmp DOLLY	96	24.3.2014				
3638	Fanta zero Appelsiini 150 cl kmp 2-pack DOLLY	48	24.3.2014				
2869	JuhlaSiima 125 cl kmp	12	24.3.2014			SESONKITTUOTE	
3020	JuhlaSiima 125 cl kmp DOLLY	120	24.3.2014			SESONKITTUOTE	
	Battery Energiced energijaivä 70g	36	1.3.2014			Tilaukset & laskutus: keskusliikkeet/Finnfrost Toimitukset: Finnrost/Kesko	

Tilaustiedot

Nro	Tuote	Myks	Jakelu alkaa	Kuluttaja EAN	Kuikutus EAN	Lisätietoja	Toimituspäivä
3622	Carlsberg 4,5 % 50 cl tlk	24	24.3.2014				
3649	Sinebrughoff Olutmestarin olut 5,8 % 30 L astia	1	24.3.2014				

MUUT ALKOHOLIJUOMAT

3624	Golden Cap Raspberry Soda Light 4,7 % 45 cl kmp	24	24.3.2014				
3625	Golden Cap Raspberry Soda Light 4,7 % 45 cl kmp MINIDOLLY	144	24.3.2014				
3626	Golden Cap Raspberry Soda Light 4,7 % 33 cl kmp	24	24.3.2014				
3660	Crowmoor Country Cider Still 4,5 % 2 L BIB	6	1.4.2014				
3627	Breezer Peach 4 % 27,5 cl kp	24	24.3.2014				
3646	Golden Cap Green Apple Light 4,7 % 33 cl tlk SLEEK	24	24.3.2014				
3647	Golden Cap Lemon Soda 4,7 % 33 cl tlk SLEEK	24	24.3.2014				
3648	Golden Cap Raspberry Soda Light 4,7 % 33 cl tlk SLEEK	24	24.3.2014				
3628	Kurko Lime-Kaktus 4,7 % 50 cl tlk	24	24.3.2014				
3629	Kurko Lime-Kaktus 4,7 % 33 cl tlk 6-pack	4	24.3.2014			Yksittäisen tölkin EAN 6415600520010	
3630	Kurko Lime-Kaktus 4,7 % 33 cl tlk 6-pack DOLLY	80	24.3.2014			Yksittäisen tölkin EAN 6415600520010	
3631	Kurko Greippi 4,6 % 75 cl tlk	12	24.3.2014				
3636	Kurko Greippi 4,7 % 50 cl tlk	24	24.3.2014				
3637	Kurko Karppalo 4,7 % 50 cl tlk	24	24.3.2014				
3633	Sinebrughoff Long Drink Greippi 4,5 % 33 cl tlk SLEEK	24	24.3.2014				

TEKEE MAKUMATKAILUSTA
VIELÄ PAREMPAA

KOE UUSI
BONAQUA
EXPLORE
PÄÄRYNÄ-
MELISSA

MILJAHAPOLLINEN
BONAQUA
Explore
Päärynä-Melissa
+ B3-vitamiini

TEKEE HYVÄSTÄ
VIELÄ PAREMPAA

Myyntipalvelu (avoinna ma-pe klo 8-17)

Ravintolat **0800 0 5050**

Päivittäistavarakaupat **0800 0 7070**

Huoltamot, kioskit, käteistukut **0800 0 6060**

Voit antaa tilauksen myös omalle myyntiedustajallesi.

Sähköposti: etumini.sukunimi@sff.fi

www.sinebrychoff.fi



Sinebrychoff
Part of the Carlsberg Group