

Андрей ЮРЬЕВ

■ Вместо Coca-Cola - «Бела-Кола». Напитки из Синеокой готовы заменить в России мировой бренд.

ЗАМОРСКАЯ ДИКОВИНКА

В советские годы она была пределом мечтаний. Один из школьных приятелей как-то принес на уроки красную баночку с замысловатой надписью. Каждый хотел попробовать «американский» лимонад, который видели только в фильмах и журналах. Договорились сделать по маленькому глотку, чтобы хватило всем.

Сегодня заграничной газировкой никого не удивишь. В восьмидесятые «королем» напитков советской детворы был «Буратино», с головой деревянного мальчишки на полукруглой этикетке. Пользовались успехом «Дюшес», «Крем-сода», «Ситро».

Из-за западных санкций многие зарубежные компании заявили, что приостанавливают работу в России. Кто-то уверяет, что навсегда, а кто-то - что временно. Сделала громкое заявление об уходе и Coca-Cola. Но потребителям не стоит огорчаться: белорусские и российские производители уже поспешили занять освободившееся на полках место.

ПРИБЫЛЬНЫЕ ПУЗЫРЬКИ

С началом жарких деньков руки так и тянутся к полкам с прохладительными напитками. Причем чаще - к сладкой газировке. Изучаю прилавки в одном из гипермаркетов. Глаза разбегаются: тут и голубые, и желтые, и оранжевые, и даже черные жидкости. Выбираю «Бела-Колу». Не приторно, вкусно, оригинально. Газировку выпускают на Минском заводе безалкогольных напитков. В составе - вода, сахар, вкусоароматическая основа «кола» и консервант. Плюс-минус, как у классической «Колы».

Для приготовления напитков на заводе используют натуральный сахар,



Белорусские и российские производители влились в тренд. Новинки - всем по вкусу!

питьевую воду из артезианских скважин и европейские ароматизаторы.

- Оба мировых бренда - и Pepsi, и Coca-Cola - начинали свое производство в Беларуси на нашем предприятии, - рассказывает директор по маркетингу МЗБН Елена Желтенко. - Тогда завод почти полностью модернизировали. Мы получили опыт, изучили технологии и контроль качества передовых производств напитков. Это стало базой для дальнейшей разработки и выпуска собственной линейки напитков: «Бела-Кола», «Росинка», «Фан-Фан».

Линейку расширяют каждый год. Из экзотики - розовый напиток «Фан-Фан Кактус». Технологи добавили его в производство в конце 2020-го. В составе - грушевый кактус, или опунция инжирная. Эта колумбийская колючка славится съедобными плодами розового цвета.

Основная специализация Минского завода безалкогольных напитков - производство минеральной воды. Легендарную марку «Минская-4» так и не затмили конкуренты. Ее берут из собственных источников: на территории завода шесть артезианских скважин глубиной от 106 до 418 метров.

КСТАТИ

С конца февраля предприятие нарастило продажи напитков в Россию на пятьдесят процентов. По словам эксперта, завод давно поставляет продукцию на этот рынок. Раньше белорусская шипучка продавалась в основном в центре и на северо-западе РФ, а теперь ее можно найти даже на Дальнем Востоке.

НЕ ПРОПАДЕМ!
НА ЛЮБОЙ ВКУС

■ Умелые маркетологи предлагают покупателям в РФ новые бренды.

Газированные напитки-«близнецы», схожие по дизайну и названиям с известными Coca-Cola, Fanta и Sprite, уже можно увидеть на полках российских магазинов. Четыре вида шипучки с названием Fantola производит «Черноголовка». Она ярко-оранжевого цвета. Это коктейльный микс сочного апельсина, трав и ароматизаторов.

Московский комбинат «Очаково» также выпустил аналоги знаменитых шипучих напитков. Покупателям представили сразу три новых вкуса, знакомых каждому. Для оформления этикеток взяли узнаваемые цвета: синий, красный и белый для классической CoolCola, оранжевый - для апельсинового Fancu, зеленый, желтый и белый - для лимонного Street. Эти цветовые сочетания

стандартны для мирового рынка напитков. Выпускают их объемом 0,5 и 1,5 литра. Большая бутылка стоит 110 рублей.

Завод в Сыктывкаре отреагировал на возможный уход Coca-Cola выпуском «Коми Кола». Спрос на газировку растет с каждым днем.

В Приморье начали выпускать аналог Coca-Cola под названием Cola Grink. Ее производят на основе природной минеральной воды.

ШИПУЧКА ДЛЯ БУРЕНОК НЕОБЫЧНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ

■ В агрохозяйстве на Могилевщине телят стали угощать «Колой». Что из этого вышло?

Работники фермы «Говяды-агро» прославились на всю страну. Все дело в необычном эксперименте. В начале года здесь случился настоящий «бэби-бум»: на свет появились четыреста телят - почти в два раза больше, чем в прошлом году. Фермеры приглядывали за малышами днем и ночью, ведь банальное расстройство желудка для крохи мо-

жет стать смертельным. Проблемы с пищеварением решили свести на нет с помощью шипучего ноу-хау. Телят стали угощать «Бела-Колой». Выяснилось, что ортофосфорная кислота в ее составе быстро восстанавливает работу желудка. На сутки телятам хватает пять-шесть бутылок. Получают лакомство утром и вечером. Сначала непоседы



В Шкловском районе телят лечат газировкой.

ждут, пока из напитка испарятся газы, а потом выпивают все до последней капли.

- После этого малыши хорошо едят комбикорм и пьют молоко. Как результат - значительный привес, - радуется **Виталий Закордонский, директор сельхозпредприятия «Говяды-агро»**.

Раньше телята прибавляли около девяти сот граммов в сутки, а теперь - больше килограмма.

Директор колхоза считает,

что «Бела-Кола» более эффективна, чем зарубежный напиток. К необычной технологии вначале отнеслись скептически, но эффект превзошел все ожидания.

- Мы не всем даем «Колу», только если видим, что теленок немного ослаб. После сладкого напитка он восстанавливается быстрее. И лекарств животным давать стали меньше, - пояснила **ветврач Татьяна Кренева**.

В «Говяды-агро» на одном напитке останавливаться не собираются. В планах - протестировать действие «Спрайта» и «Фанты».

МНЕНИЕ

Оксана ГАЙДУК, член Комиссии ПС по бюджету и финансам:

- Наши предприятия оперативно адаптируются к работе в новых условиях. На фоне ухода с рынка России западных товаров белорусские изделия станут еще более востребованными. Главное - воспользоваться новыми возможностями. РФ - наш ключевой торговый партнер, этот рынок остается для нас самым перспективным. Радует, что все больше людей в самых дальних уголках Союзного государства становятся ценителями поставленной из Беларуси продукции. Высококачественные

продукты питания по многим параметрам лучше тех, что выпускают зарубежные конкуренты. Но чтобы закрепиться на рынке, традиционных маркетинговых подходов недостаточно. Каждый производитель должен находить новые пути продвижения товаров, современные способы позиционирования, закрепления бренда.

МИКСТУРА
ОТ ЗУБНОЙ БОЛИ

■ Популярную сладкую шипучку изобрел вовсе не кондитер, а фармацевт из Атланты Джон Пембертон.

История сохранила даже точную дату дня рождения будущего бренда - 8 мая 1886 года. Правда, американец изобрел не сам напиток, а сироп.

Микстура должна была помогать при усталости и нервных расстройствах, лечить от кашля. Как обезболивающее и успокаиваю-

ДОКТОР ПРОПИСАЛ

щее фармацевт использовал вытяжки из листьев коки, а в качестве тонизирующего средства пригодились африканские орехи кола.

Знаменитое название напитку придумал бухгалтер **Фрэнк Робинсон**, удачно составив эти два слова вместе - Coca-Cola. Спустя столетие логотип почти не изменился.

Пембертон был фармацевтом, и Coca-Cola запатентовали как лекарство. Продажи микстуры шли плохо, но когда сироп разбавили не обычной водой, а шипучкой, напиток стал пользоваться огромным спросом.