



ли узкой прослойки населения. Брокеры, которые дирижировали поставками чая, были весьма уважаемыми людьми. Вы знаете, тогда даже аромат чая висел в воздухе Лондона. В то время значительную часть южного берега Темзы, где сейчас находятся здания с офисами и дорожки апартаментов, вся территория между «Лондонским глазом» и Лондонским мостом, занимали доки, куда приходили корабли с партиями чая, и фасовочные фабрики. Очень-очень многое изменилось...

Я был молодым человеком, который оказался в совершенно другом мире — мире выпускников частных школ, которые играли в крикет. И для меня настоящим образованием было нахождение в этом обществе. Все, что я мог тогда делать, — это впитывать опыт у профессионалов, не возражая, говоря только «да, сэр», «нет, сэр»... Я работал в нескольких чайных компаниях и очень горжусь сотрудничеством с каждой из них. Это был интенсивный процесс обучения, у которого самая важная составляющая — пробовать чай. Знание вкусов приходит только с опытом (Уильям много раз повторяет слово «tasting»). — **R**. Я провел шесть месяцев в Индии в провинции Ассам, где выращивается знаменитый сорт одноименного чая, и мой рабочий день начинался в семь утра и заканчивался в семь вечера. Я выпивал тысячи чашек чая, и я начал видеть разницу.

В какой-то момент я начал понимать (и это ощущение осталось со мной навсегда), что титестинг — это некий процесс принятия решения. Если рассматривать нашу роль отдельно от наших основных обязанностей, то выбор чая — это еще и вердикт. Именно титестеры дают оценку чаю, производимому во всем мире, они определяют его стоимость и его цену в каком-то высшем смысле. Поэтому каждый титестер должен обладать очень широкой линейкой знаний.

В наши обязанности входит не только закупка, но и работа о транспортировке чая. Мы ведь покупаем чай тоннами. Это сложный, многосоставный процесс: от чайного сада по железной дороге до порта, потом долгая поездка по морю до фабрики, в основном в южных широтах, иногда при жаре до 50 градусов. И моя задача — отслеживать состояние партии чая на каждом этапе этого путешествия, чтобы качество чая не изменилось с момента его отгрузки в месте производства. Мы виртуально следуем этим маршрутом за чаем и получаем небольшую пробу чая из каждого пункта путешествия: обычно на каждое путешествие приходится пять-шесть дегустаций листа из партии.

R: Исторически рынок чая был четко структурирован. Бы-



ли страны-производители — Китай, Индия, Цейлон, Кения, были страны-потребители — Великобритания, Россия, Голландия, США. Сейчас в обеих группах появляются новые страны. Вот даже на примере вашей компании: вы открываете для себя новые страны — Ливия, Малайзия. Как они меняют сложившееся положение вещей?

ДОМИНИК МАРИОТТ: На первом этапе это всегда работа маркетологов. Например, мы сейчас работаем с Марокко. В этой стране очень любят зеленый чай с мятой, с сахаром и потом еще кипятят этот напиток в течение 20–25 минут. Это нужно знать заранее, и мы полагаемся на информацию маркетологов, статистику, результаты исследований о предпочтениях аудитории, когда разрабатываем новые бленды для рынка.

R: Вот уже столетиями чай выращивают в определенных климатических зонах и в определенных странах. Возможно ли сейчас какой-то стране, подходящей по климатическим условиям, присоединиться к стране—экспортеру чайного листа?

У. М.: Да, это вполне возможно. И в число этих стран входят некоторые африканские страны, такие как Конго, Мозамбик, и, как мне кажется, у них есть хорошие шансы добиться успеха. Я вижу, как в этих странах многое меняется. Еще 20 лет назад вам не хотелось там находиться, а сейчас строятся новые фабрики, офисные здания. Или вот скажем Эфиопия, которая сейчас ищет возможности развивать чайные плантации. Старые «чайные» страны сейчас очень заняты, там нет больше свободного клочка земли, поэтому у новых стран действительно есть шанс. Это касается и Цейлона, и даже Индии, где существует большой спрос на продукты питания, на жилье.

Но у чайной промышленности своя специфика. Любая плантация — это долгосрочная инвестиция: проходит минимум пять лет, прежде чем чайный куст начинает отдавать вложенные инвестиции. Это действительно сложная индустрия, основанная во многом на ручном труде, зачастую чайные плантации находятся в очень бедных районах. И новое поколение предпочитает уезжать из сельской местности в город: им не очень интересен тяжелый труд по сбору чайного листа. И, вы знаете, я восхищаюсь этими людьми, которые работают в этой индустрии, фермерами. Они живут на этих плантациях, они уважают за землей, за растениями, они обеспечивают рабочие места местному населению, они учат их, они заботятся о людях, когда они болеют и выходят на пенсию.

ЭТО СЛОЖНЫЙ, МНОГОСоставный процесс: от чайного сада по железной дороге до порта, потом долгая поездка по морю до фабрики