

# «ИНОГДА ЗА ЧАШКУ ЧЕРНОГО ЧАЯ МОЖНО ВСЕ ОТДАТЬ»

КОМПАНИЯ «АХМАД ТИ» СЕГОДНЯ ПРЕДСТАВЛЕНА БОЛЕЕ ЧЕМ В 80 СТРАНАХ МИРА. И ЭТО ЗНАЧИТ, ЧТО РАБОТАЮЩИЕ В САУТГЕМПТОНЕ ТИТЕСТЕРЫ УИЛЬЯМ МЭННИНГ И ДОМИНИК МАРИОТТ ЗАДЕЙСТВОВАНЫ В СОЗДАНИИ НОВЫХ БЛЕНДОВ, РАЗРАБАТЫВАЕМЫХ ДЛЯ АБСОЛЮТНО РАЗНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ПРЕДПОЧИТАЮЩИХ РАЗНЫХ СОРТА, РАЗНЫЕ ДОБАВКИ И СПОСОБ ПРИГОТОВЛЕНИЯ. НО РОССИЙСКИЙ РЫНОК, ГДЕ «АХМАД ТИ» СТАБИЛЬНО ВХОДИТ В ТРОЙКУ САМЫХ ПОПУЛЯРНЫХ БРЕНДОВ, ЗАНИМАЕТ ОСОБОЕ МЕСТО. КАК ВЫГЛЯДИТ ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ, РАССКАЗЫВАЕТ ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ РОССИЙСКОГО ОФИСА КОМПАНИИ ОЛЕСЯ КАРПАЧЕВА.

**REVIEW:** Считается, что российский рынок чая является одним из наиболее развитых на мировом рынке: такого количества сортов нет нигде. Можно ли сказать, что мы являемся законодателями чайной моды?

**ОЛЕСЯ КАРПАЧЕВА:** Почему нет? В нашем отношении к чаю есть две стороны: в первую очередь чай — привычка и рутина, способ сделать перерыв, передохнуть. И в то же время мы воспринимаем чай очень эмоционально. Хотим, чтобы в этой ежедневной рутине было место маленьким радостям. Когда мы можем открыть красивую коробочку какого-то нового вкуса и насладиться магией аромата, насыщенным настоем и в конечном счете моментом, несмотря на обычный серый день.

**Р:** Как бы вы охарактеризовали типичного российского потребителя чая?

**О. К.:** Учитывая, что чай пьет подавляющее большинство населения России, вы, по сути, просите меня охарактеризовать типичного россиянина. Но я попробую. Думаю, это добрый, открытый, отзывчивый и великодушный человек, который, как все, сталкивается с трудностями, с плохой погодой, наконец, и знает, что чашка чая никогда не подведет, согреет, даст энергию, поможет принять решение. Мы проводим много исследований поведения потребителей, спрашиваем, как люди пьют чай, зачем им вообще чай. И, знаете, это всегда одни и те же ответы, которые я назвала выше: получить заряд бодрости, сосредоточиться или, наоборот, расслабиться (и здесь чай уникален: он дает тебе то, что тебе сейчас нужно!) и отвлечься, поговорить с друзьями и семьей за чашкой чая — очень типично для нас.

**Р:** В европейских магазинах в последние годы стал встречаться новый сорт — «Русский earl grey» (с добавлением ароматов лимона и василька). Известно, что некоторые международные компании-производители, основываясь на успешном опыте продаж в России определенных исторически чисто российских продуктов, запускают их в продажу на рынках других стран. Были ли такие примеры в вашей практике, когда разработанный специально для российского рынка сорт чая успешно принимался на другом рынке?

**О. К.:** Два года назад мы выводили на российский рынок чай «Манговое суфле» в пирамидках, это был вкус, который мы просили разработать наших английских титестеров специально для России. А в 2015 году Ahmad Tea Ltd UK получили престижную премию Великобритании Great Taste Award за этот вкус уже в Англии. Так что, да, если вкус удачный, его оценит большинство.

**Р:** В своем интервью господин Мэннинг сказал, что при заходе на новый рынок он скорее не создатель бленда, а человек, который в первую очередь прислушивается к



мнению маркетологов. На российском рынке компания «Ахмад Ти Лтд» продает огромное количество разновидностей чая. Какие из них были созданы по рекомендации российского офиса?

**О. К.:** Мы живем в очень интересное время. Если раньше какие-то вещи осуществляли одиночки, то мы живем в век команд. Несколько человек, обладающих уникальным опытом и знанием, делают прорывы. Поэтому вклад каждого нельзя переоценить. Мы объясняем Уильяму то, что видим на рынке. А Уильям, в свою очередь, предлагает решения. Поэтому те новинки, которые появляются, — результат наших совместных усилий.

**Р:** Можно ли сказать, что «великая пакетная революция» в России совершилась и количество чая, проданного в

пакетах, заметно превысило количество проданного рассыпного чая?

**О. К.:** Эта революция, в общем, происходит прямо сейчас, на наших глазах.

**Р:** Компания, которую вы представляете в России, в какой-то момент решила открыть здесь фабрику. Какими аргументами руководствовался головной офис? Оправдались ли ожидания?

**О. К.:** Фабрика в России была важным шагом развития бренда и бизнеса. Конечно, ожидания оправдались. Фабрика фасует импортируемый из разных стран мира чай в картонные пачки и пакетики и является одной из самых современных в мире на сегодняшний день и по уровню оборудования, и по уровню контроля качества и бизнес-процессов.



**Р:** Как вы оцениваете перспективы на российском рынке organic чая?

**О. К.:** На мой взгляд, тренд все еще недостаточно определился. Скажем так, его сильно подорвал кризис. Поэтому дальнейшее развитие массового спроса в этом сегменте будет зависеть от общего благосостояния россиян.

**Р:** Черный и зеленый? Исторически в России зеленый чай занимался ничтожно малую нишу, но в последние пару десятилетий доля любителей зеленого чая выросла. Как вы думаете, это надолго?

**О. К.:** Я бы не сказала, что здесь какой-то бум. Женщины часто выбирают зеленый чай, по самым разным причинам. Но глобально мы страна черного чая (включая черный чай с добавками), и я не думаю, что это скоро изменится.

**Р:** Какой сорт чая предпочитаете вы сами и почему? Есть ли в вашей семье какие-то свои чайные традиции?

**О. К.:** Я долгое время пила улун, включая сейчас моего фаворита — зеленый чай с кленовым сиропом (в его составе измельченный улун), настоящее лакомство. Обычно я предпочитаю листовый чай, но «Кленовый сироп» «Ахмад Ти» в пакетиках — это все равно что листовый. И пару лет назад вдруг вернулась любовь к черному чаю. Бывают минуты, когда за чашку черного чая можно просто все отдать. Да, вы правы, для меня с детства понимание чая, его постоянное присутствие были частью семейных традиций. Родители хорошо разбираются в чае, и я с детства помню, как они обсуждают вкус и впечатление от напитка. Постепенно, на какой-нибудь 200-й чашке ты наконец начинаешь понимать, о чем речь...

Интервью взяла ОЛЬГА КУЛАНИНА

**В ЕВРОПЕЙСКИХ МАГАЗИНАХ В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ СТАЛ ВСТРЕЧАТЬСЯ НОВЫЙ СОРТ — «РУССКИЙ EARL GREY» (С ДОБАВЛЕНИЕМ АРОМАТОВ ЛИМОНА И ВАСИЛЬКА)**



ГЕОРГИЙ КАРДАВАК/КОММЕРСАНТЪ