

«Количество всего, что я пробую, иногда превышает рамки разумного»

Генеральный директор Fazer в России Владимир Калявин о питерском хлебе и финском подходе



ЕВГЕНИЙ ПАВЕЛЧЕНКО

вестные своим аккуратным отношением к тратам, на хлебе как раз не экономят: цена на хлеб в Финляндии в разы выше российской. И самое главное отличие — их бескомпромиссное отношение к качеству покупаемого хлеба, готовность за него платить и поддерживать производителя, бренды, которым они доверяют.

— Получается, петербуржцам все равно, какой хлеб есть?

— Уже не всем и не всегда. Привычки меняются. Мы пытаемся объяснить потребителю, что в хлебе заложены качество, вкус, польза, удобство потребления...

— Но если платить готовы не все и не всегда, значит, в сложной экономической ситуации приходится отказываться от каких-то позиций?

— Отказываться приходится постоянно, независимо от экономической ситуации. Мы регулярно пересматриваем ассортимент, у нас есть четкая система аналитики (внутреннее ноу-хау). Какое-то время назад одна из глобальных компаний-аналитиков привела интересную цифру: 50% всех запускаемых на рынке новинок выводятся в течение года. У нас статистика гораздо более позитивная. Но в целом это нормально — иметь новинки, которые приходят и уходят, быстро реагировать на спрос (или его отсутствие), корректировать ассортимент.

— Каковы мировые тренды в потреблении хлеба? Приживаются ли они в Петербурге?

— Один из основополагающих трендов сегодня во всей индустрии, в том числе продовольственной, — это wellbeing, здоровье и благополучие. В Петербурге, судя по нашим продуктам, этот тренд не только приживается, но и постоянно растет. Так, два года назад мы запустили линейку хлебов «Овощи-микс» из двух продуктов — а теперь в ней уже пять продуктов в трех форматах (порционный, формовой, подовый), и мы добавляем к ним еще «Зерна-микс» и «Отруби-микс». В последнем четверть муки заменена на отруби, зерна и семена, а вместо сахара добавлены кусочки моркови. Снижение потребления сахара — тоже тренд, и у нас в ассортименте 26 наименований продукции, которые его не содержат.

— ЗОЖ — тренд не такой уж новый.

— Мы давно эту категорию хлебов выстраиваем, и они уверенно держат существен-

ную долю рынка. Так, «Энергия здоровья» — фантастически успешная линейка (4% рынка Санкт-Петербурга). Ее суперхит — «Стройный рецепт», на который я «подсел». — А какие еще продукты Fazer любите? — Я, если говорить языком маркетинга, heavy user всех хлебов. Люблю хлеб сам по себе. И количество всего, что я пробую, иногда превышает рамки разумного. Хорошо, что мы производим полезный хлеб. Из новинок для себя открыл тостовый «Тыква-яблоко» (линейка «Овощи-микс»). Как начал есть его на завтрак, например, с маслом и сыром, — так никакой другой тостовый уже не хочу. Он какой-то уж очень вкусный, сочетается со многими продуктами и не приедается (так же, как и «Стройный рецепт»).

— Бытует мнение, что в Финляндии продукция Fazer «все равно вкуснее». Почему так происходит?

— И мне по выходным всегда все вкуснее. Мы же ездим в Финляндию отдохнуть, сменить обстановку, в своеобразный мини-отпуск: там и небо голубее, и трава зеленее, и хлеб вкуснее. Это нормально. А финские коллеги, приезжая к нам, наслаждаются нашими новинками. Если отойти от синдрома выходного дня, то, конечно, рецептуры дорабатываются под локальные вкусовые предпочтения. Но соблюдается основная концепция. Отношение к качеству, к ингредиентам, к сырью является абсолютным бескомпромиссным. В каждой категории у нас есть пул поставщиков, которые обязательно проходят тестирование на соответствие нашим требованиям. Работая с российскими поставщиками, мы используем те же стандарты, что и в Европе. Мы не можем себе позволить рисковать качеством.

По-французски

В премиальной европейской коллекции «Бурже» от бренда Fazer появились две новинки — батоны, причем весьма оригинальные и в концепции миссии компании «Еда со смыслом». Они созданы в традициях французского хлебопечения, но это не багеты, как можно было бы подумать. «Французский» батон — пышный, светлый, со всех сторон обсыпан семенами черного кунжута и золотистого льна. «Парижский» — с ржаной мукой, выпечен по особому рецепту и обсыпан семенами белого кунжута и золотистого льна. Кстати, полная обсыпка (360°) — большая редкость для батонов, произведенных промышленным способом. Обычно это делается только вручную. Но у Fazer есть специальное голландское оборудование, которое позволяет это сделать. В коллекцию «Бурже» также входят четыре вида хлеба по европейским рецептам, хрустящие сухарики и кексы с начинкой.

— Какой хлеб, по-вашему, будет востребован лет через двадцать пять — и будет ли вообще востребован?

— Если верить предсказаниям футурологов, то примерно 60% продуктов питания к тому времени будет заменено чем-то другим. И я не исключаю, что через двадцать пять лет человечеством могут быть кардинально пересмотрены привычки питания. Но хлеб был известен еще в Древнем Египте — и если за несколько тысяч лет он никуда не исчез, вряд ли это случится в ближайшем будущем. Хлеб, на мой взгляд, продолжит свою эволюцию. Например, у Fazer есть проект Brain Food, основанный на исследованиях о взаимосвязи питания и когнитивной деятельности человека. Этот проект, в котором участвуют все страны присутствия Fazer, сфокусирован на инновациях, которые помогут улучшению когнитивного здоровья на разных этапах жизни человека — в детстве и в старости. Тренд healthy aging — «здоровое старение» — актуален сейчас для всех.

— А в самом ближайшем будущем? Скажем, что ждет нас в 2019 году?

— Нашим подарком к Новому году — как коллективу Fazer, так и всем потребителям — станет запуск новой линии рустикальных хлебов. Это хлеб, у которого очень хрустящая корочка и мякоть с крупной неравномерной пористостью. Сегодня это в тренде и в Европе, и у нас. Линейку мы назвали Fazer Nordic Goughmet, в ней будет несколько видов, запускаться они будут по очереди с начала 2019 года. Оборудование уже монтируется, но всех секретов пока открывать не буду — новогодние подарки должны быть с сюрпризом!

ВЕРОНИКА ЗУБАНОВА

