

# ЖЕВАТЕЛЬНЫЙ РЕФЛЕКС

АМЕРИКАНСКАЯ ЖЕВАТЕЛЬНАЯ РЕЗИНКА ИМЕЛА ПРАКТИЧЕСКИ КУЛЬТОВЫЙ СТАТУС ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ, ЧЬИ ДЕТСТВО И ЮНОСТЬ ПРИШЛИСЬ НА ПРЕДПЕРЕСТРОЕЧНЫЕ ГОДЫ. ТОГДА ПРОДУКТ САМОСТОЯТЕЛЬНО ПРИВОЗИЛИ ИЗ-ЗА ГРАНИЦЫ, ЕГО СТАРАЛИСЬ СОХРАНИТЬ НА НЕСКОЛЬКО ДНЕЙ И ДАЖЕ НА НЕДЕЛИ, А ВКЛАДЫШИ И ОБЕРТКИ ОТ ЖЕВАТЕЛЬНОЙ РЕЗИНКИ СТАНОВИЛИСЬ ПРЕДМЕТОМ НАТУРАЛЬНОГО ОБМЕНА. ПЕРВУЮ ЖЕВАТЕЛЬНУЮ РЕЗИНКУ ПОД МЕЖДУНАРОДНЫМ БРЕНДОМ В РОССИИ НАЧАЛА ПРОДАВАТЬ MARS WRIGLEY’S ЕЩЕ В 1992 ГОДУ, А СЕГОДНЯ ДЕСЯТКИ НАИМЕНОВАНИЙ ЭТОЙ ПРОДУКЦИИ ВЫПУСКАЮТСЯ НА ЗАВОДЕ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ. ЗА ЭТО ВРЕМЯ ЖЕВАТЕЛЬНАЯ РЕЗИНКА СТАЛА И ВАЖНЫМ ЭЛЕМЕНТОМ ПРОФИЛАКТИКИ КАРИЕСА — ЕЕ РЕГУЛЯРНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДОЛЖНО ПОВЫСИТЬ СТОМАТОЛОГИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ НАЦИИ, УКАЗЫВАЮТ СПЕЦИАЛИСТЫ-ГИГИЕНИСТЫ. ИННА МУХИНА

Появление американской жевательной резинки в России вызвало настоящий ажиотаж. Первый металлический дисплей с продуктом был установлен в ГУМе, где за ним еще долго собирались огромные очереди, а вся представленная резинка моментально раскупалась. С тех пор российский рынок жевательной резинки постоянно рос. В 2019 году Euromonitor International оценивал его объем почти в 27 тыс. тонн стоимостью около 51 млрд руб. В 2020 году из-за ограничений в связи с COVID-19 продажи продукта сократились на 15%, сообщал NielsenIQ. Основной причиной стало снижение трафика в магазинах: на жевательную резинку приходилось около 36% покупок в зонах возле кассы.

**ГЛАВНАЯ У КАССЫ** Старший менеджер по развитию кондитерской категории Mars Wrigley Мария Смаль тренд подтверждает. По ее словам, за последние несколько лет российский рынок жевательной резинки рос, увеличивалась и пенетрация, во что немалый вклад внесла Mars. Компания сегодня выпускает жевательную резинку ORBIT®, 5™, ECLIPSE®, DOUBLEMINT®, SPEARMINT™, JUICY FRUIT® на единственной в стране фабрике Mars Wrigley, которая была открыта в Санкт-Петербурге в 1998 году.

Как поясняет Мария Смаль, на изменении потребительского поведения в последний год в отношении жевательной резинки сказалось не только сокращение трафика в магазинах, но и то, что россияне стали меньше находиться вне дома, а жевательная резинка — продукт компанийского типа потребления. Кроме того, онлайн-канал оказался не готов на 100% к импульсным покупкам, к которым в первую очередь относится жевательная резинка, продолжает представитель компании.

В NielsenIQ считают, что по мере снятия ограничений, связанных с COVID-19, продажи в импульсных категориях должны стабилизироваться, но процесс может занять несколько месяцев. А пока частота посещений магазинов не вернется к прежнему уровню, можно увеличить средний размер покупки в категории и тем самым компенсировать часть потерь, указывают аналитики. В интернет-магазине, по их мнению, выходом может стать включение продукта в блок «возможно, вы забыли заказать».

В 1990-х годах Mars Wrigley фактически создала в России торговлю в прикассовой зоне. Тогда компания создала оборудование нового типа — стеклянный куб, что обеспечило брендам Mars Wrigley конкурентное преимущество в магазинах традиционной торговли, основном на тот момент формате ритейла. С развитием современных форма-

## ИСТОРИЯ



Упаковка жевательной резинки Wrigley's стала первым товаром, с которого был отсканирован штрих-код. Это произошло 26 июня 1974 года в американском магазине Marsch в Огайо и положило начало массовому распространению технологии по всему миру. Сейчас эта упаковка жевательной резинки хранится в Музее Смитсоновского института

## ПРОДАЖИ ЖЕВАТЕЛЬНОЙ РЕЗИНКИ В РОССИИ

ИСТОЧНИК: EUROMONITOR INTERNATIONAL.



тов торговли Mars Wrigley продолжала развивать оборудование для прикассовых зон, и сегодня 99% из них в российских магазинах созданы при участии компании.

Как отмечает Мария Смаль, следующий шаг — организация прикассовых зон у касс самообслуживания в магазинах современной торговли. Mars Wrigley разрабатывают эффективные решения для представленности импульсного продукта возле таких касс. Сейчас, например, мы работаем над созданием такого оборудования для X5 Retail

Group («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель»). Компания на глобальном уровне работает над организацией подобного пространства в магазинах, где вообще нет касс, а покупатель расплачивается автоматически при выходе.

## ВОПРОСЫ ЗДОРОВЬЯ

Вице-президент Профессионального общества гигиенистов России, кандидат медицинских наук Ольга Шевченко рассказывает, что в России каждые 10 лет проводится оценка стоматологиче-

ского здоровья и последние 30 лет ситуация почти не меняется. Так, из десяти детей 12 лет кариес находят у семи, а из десяти 15 лет — у восьми. При этом мир ушел далеко, и в таких странах, как Дания, Финляндия, Германия, у детей 12 лет часто вообще не бывает кариеса, рассказывает он. По словам господина Шевченко, причина в том, что в России стоматологическая помощь сфокусирована на лечении, а не на профилактике. Профессиональная подготовка гигиенистов в нашей стране началась только в 2001 году, тогда как в США этой профессии уже более 110 лет, а в Европе — более 60 лет, продолжает он. Пока в России только 5 тыс. профессиональных гигиенистов при нормативе Всемирной организации здравоохранения для нашей страны 70 тыс. человек.

По словам Ольги Шевченко, Mars Wrigley — единственный производитель жевательной резинки в РФ, который сотрудничает сегодня с гигиенистами в России и делает это уже около десяти лет. Компания формирует лояльную аудиторию потребителей и профессионалов, а также занимается просветительской деятельностью в сфере гигиены полости рта. Как отмечает господин Шевченко, сегодня есть несколько системных научных исследований, которые доказывают пользу жевательной резинки без сахара для снижения риска кариеса и количества стоматологических заболеваний. А это дает существенный экономический эффект: снижается количество больничных для посещения клиники, да и профилактика стоит в среднем в десять раз дешевле, чем лечение.

Ольга Шевченко приводит такой пример. После употребления чашки кофе или банки газированного напитка содержание pH в ротовой полости человека падает в четыре раза от нормы, которая составляет 7–7,6 единицы. В результате возникает эффект «скрипа зубов», что свидетельствует о мощной деминерализации эмали. Естественный способ исправления ситуации и защиты эмали — быстрое восстановление слюноотделения, для чего подходит жевательная резинка без сахара, поясняет господин Шевченко. Кроме того, существуют специальные резинки, обогащенные необходимыми элементами, которые используются для восстановления эмали и которые назначаются врачом. При этом специалисты рекомендуют жевать резинку не более 10–15 минут после еды.

Одна из масштабных социальных инициатив бизнеса Mars в сфере стоматологического здоровья — благотворительная программа «Детские улыбки России», которую с конца 2016 года фонд Mars Wrigley Foundation реализует совместно со Стоматологической ассоциацией России при поддержке ГК «Диарси» — одного из лидеров в области производства продукции по уходу за полостью рта в России и за рубежом (бренд R.O.C.S. и др.). Программа сфокусирована на консультациях детского врача-стоматолога и ортодонта, комплексе профессиональной гигиены, лечении кариеса, обследовании и пр., а также информировании детей и родителей о правилах ухода за полостью рта и методике чистки зубов на уроках гигиены в рамках программы. В марте этого года обновленная программа стартовала в Ульяновске, Чебоксарах, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Ростове-на-Дону и Казани. ■

