

«АССАМ» – ИНДИЙСКИЙ ЧАЙ № 1 НА РЫНКЕ КАЗАХСТАНА

Чай – это единственный продукт в мире, к которому равнодушны абсолютно все: представители всех народов и профессий, богатые и бедные, гурманы и аскеты. Столько тайн, секретов и загадок, как у чая, пожалуй, нет ни у какого другого продукта. У каждого народа существуют свои традиции чаепития, и все они несколько различны. Но, несмотря на это две трети населения земного шара употребляют чай, ежедневно заваривая около 3 миллионов килограммов этого продукта.



Чайный рынок Казахстана

Родиной чая принято считать Китай. Впервые здесь о нем упоминалось еще 2700 лет назад. Листья чайного растения сначала употребляли как лекарство, такой напиток снимал головную боль, поднимал силу духа – бодрил, повышал работоспособность и улучшал настроение. Спустя некоторое время чай стал традиционным ежедневным напитком. Его целебные свойства легко объяснимы учеными. В молодых листьях содержатся такие вещества, как танин, органические кислоты, кофеин, эфирные масла, углеводы, витамины, пектиновые вещества, белки, ферменты и многое другое.

В Казахстане питают особую любовь к чайному напитку. В ходе проведенного исследования одним из руководителей чайной компании было выяснено, что мы выпиваем 24 млн килограммов в год (один казахстанец 4–5 стаканов в день). Сегодня первое место занимает гранулированный напиток (около 82%), второе – листовый и третье – пакетированный (его процент ежегодно возрастает, что связано с возрастающим темпом жизни и изменением вкусов потребителей). Специалисты чайных компаний также прогнозируют небольшой рост потребительского спроса на черные и зеленые чаи с добавками натуральных фруктов, ягод и специй.

Маркетологи отмечают основные тенденции чайного рынка Казахстана на 2014 год:

- стабильность потребления;
- многообразие ассортимента;
- рынок достаточно конкурентный и сложный для новых чайных компаний;
- возрастает спрос на премиальные продукты и пакетированный чай.

Чай является биржевым товаром, он продается на аукционах. Крупнейшие современные чайные аукционы проводятся в Калькутте (Индия), Гуанчжоу (Китай), Момбасе (Кения), Коломбо (Шри-Ланка), Лимбе (Малави). Цены на сырье зависят от таких факторов, как спрос и предложение на мировых рынках, погодные условия и урожайность, политическая и экономическая ситуация в странах-производителях и потребителях чая. За последние 10 лет цена на чайных аукционах возросла более чем в 2,5 раза.

Несмотря на повышение стоимости, любителей этого напитка и ценителей высококачественного чая становится все больше. Многие гурманы в Казахстане отдают предпочтение чаю «Ассам». Но почему именно этому бренду? Как он смог завоевать столько поклонников? Давайте окунемся в историю бренда «Ассам» и найдем ответы на заданные вопросы.

История бренда «Ассам Чай»

В начале 90-х гг. с введением рыночных отношений в нашу республику ввозились неизвестные марки чая, с сомнительным качеством, которые не пользовались спросом у потребителя. Но, как уже говорилось выше, казахстанцы – истинные поклонники и ценители этого напитка, и именно поэтому возникла большая потребность в поставке качественного продукта.

Рынок Казахстана всегда был крайне привлекательным для разных производителей чая. В эти же годы одна из крупнейших преуспевающих дистрибьюторских компаний Казахстана – ТОО «Прима» решает наполнить наш рынок чайной продукцией. Основной ее задачей стало найти надежного партнера, который бы предложил продукт соответствующий трем параметрам: превосходное качество чая, подходящее именно для казахстанского потребителя, постоянство вкусовых показателей и бесперебойные поставки. В Индии чай выращивают в трех основных регионах: Дарджилинг, Ассам (оба на северо-востоке) и Нилгири (на юге). Каждый из них уникален и

обладает характерными органолептическими свойствами.

Компания провела трудоемкий процесс отбора среди крупнейших производителей Индии, и выбрала фирму «JVGokal», которая была поставщиком любимого индийского чая в СССР. Новую марку решили назвать «Ассам», именем знаменитого района Индии, где выращивают высококачественный продукт и производят около 80% всего чая в Индии. Так в 1996 году в Алматы родилась торговая марка «Ассам».

Итак, чай из индийского штата «Ассам» считается классикой мирового чайного направления. На его основе сделаны многие сорта и виды, ставшие классическими (например, Earl Grey, English Breakfast и др.). Его отличает крепкий насыщенный настой, приятная терпкость и нежный аромат с цветочными нотками, он отлично сочетается с молоком, образуя приятный цвет и незабываемые ощущения от вкуса и аромата... Но словами невозможно передать все вкусовые ощущения каждого вида, его необходимо испить. Так родился слоган: «Чай Ассам – попробуй сам».

Дизайн пачки был разработан индийскими партнерами. Изображение слонов здесь не случайно, они олицетворяют высокое качество чая. Для многих народов Азии и Африки, слон – это очень благоприятное животное, он считается символом стабильности, устойчивости, силы и мудрости. Слон с поднятым хоботом – мощный символ удачи и счастья. В верхней части пачки сделана надпись «АССАМ ЧАЙ», а цвета и фон пачки олицетворяют регион, где выращивается этот продукт.

Благодаря постоянству качества, правильному ценовому позиционированию, работе торговой команды и достаточно агрессивной маркетинговой активности в СМИ чай компании «Ассам» быстро завоевал сердца потребителей и до сих пор остается индийским чаем №1 в Казахстане.

Ассортимент чая и новинки

С 2006 года уже известная и любимая марка «Ассам» начала расширять ассортимент чая. Несколькоими годами раньше в магазинах появился пакетированный напиток. В качестве сырья для пакетированного чая «Ассам» использует чай такого же высокого качества, но в очень мелких гранулах (так называемый «finnings»). Поэтому его вкус не отличается от чая в пачках.

В ходе проведенного мониторинга выяснилось, что потребители хотели бы пить утром и вечером разный чай. Утром – для того чтобы проснуться и взбодриться, а вечером – для неторопливого чаепития в приятной компании. Так появились новые виды чайного продукта: крепкий, бодрящий «Ассам Утренний» и тонизирующий «Ассам Вечерний», который отличается нежным расслабляющим ароматом и идеально подходит для приятного спокойного чаепития в кругу семьи или друзей.



Следующим новым видом стал чай «Ассам GOLD». Под этой категорией фасуется чай высочайшего качества для истинных ценителей и чайных гурманов.

Прежняя линейка «Ассам Чай» была переименована в «Ассам Классический», так как представляет собой классический вид чая.

Далее компания выпускает фруктовый пакетированный Ассам для любителей разных вкусовых трендов: со вкусом лимона, персика, черной смородины, клубники, малины, черники и эрл грей.

В 2011 году дизайн пачек модифицируется с целью приведения широкой линейки к единому стандарту. А с 2012 года компания начинает выпуск лимитированных партий подарочных наборов чая «Ассам» в жестяных банках. Ограниченность тиража позволяет титестерам подбирать для партии чай безупречного качества, аналоги которого очень трудно найти на полках магазинов страны.

Сегодня компания «Tea House», кроме того что представляет в Казахстане чай высокого качества, может гордиться и дружным коллективом специалистов: это команда титестров, команда маркетологов, опытных торговых представителей. Благодаря всем этим людям компания успешно развивается, удовлетворяя запросы потребителей. Хочется особо отметить работу Жумагалиевой Лиланы Мусаевны – одного из ведущих титестеров в СНГ. Она отслеживает качество продукта и определяет малейшие изменения в органолептических показателях чая, что позволяет «Ассам» на протяжении многих лет неуклонно держать качество. Компания за 17 лет своей работы уверенно заняла лидирующие позиции на рынке чая в Казахстане и в будущем планирует удивлять разнообразием, соответствовать высоким стандартам качества и безгранично служить своему Потребителю.

С 2006 года уже известная и любимая марка «Ассам» начала расширять ассортимент чая

**Подготовила Ольга Шматова
по материалам компании «Tea House»**