



## Рынок

Понятие «снек» (от английского snack – легкая закуска) появилось в русском языке относительно недавно – в середине 90-х годов прошлого века. До 1998 г., а точнее – до августовского финансового кризиса, на российском рынке снеков доминировали зарубежные бренды. Позже, под давлением не менее качественной, но более демократичной по стоимости отечественной продукции, многие иностранные производители легких закусок – чипсов, попкорна, крекеров и т. п. – были вынуждены сократить объемы производства либо покинуть российский рынок снеков. Данная ситуация создала благоприятные условия для отечественных производителей.

Особенно стремительными темпами рынок снеков в России стал развиваться с 2001 г. Всего лишь за два года (с 2002 по 2004-й) объемы продаж на снековом рынке практически удвоились и составили 750 тыс. тонн. По мнению многих аналитиков, в 2005 г. будет достигнут рекордный уровень продаж снеков, который составит более 900 тыс. тонн.

Интересны и другие статистические показатели: снеки занимают 6% всего рынка продуктов питания. Около 85% населения России периодически потребляют снековую продукцию.

Наиболее значимый сегмент (примерно 45%) отечественного рынка соленых снеков – сухарики. Динамика роста здесь еще более впечатляющая: с 1999 г. объемы реализации сухариков выросли в 15 раз. По мнению многих аналитиков в дальнейшем потребление сухариков в России будет только расти.

Сухарики «3 Корочки» – одна из самых популярных марок в России и безусловный лидер потребительских симпатий в Москве и Центральном регионе. Этот бренд принадлежит компании «Бриджтаун Фудс», которая занимает ведущие позиции в области производства и реализации снеков в России и странах СНГ.



## Достижения

Штаб-квартира «Бриджтаун Фудс» находится в Москве. Свою деятельность компания осуществляет на всей территории России через сеть региональных филиалов в Санкт-Петербурге, Краснодаре, Нижнем Новгороде, Самаре, Екатеринбурге и Новосибирске. Продукция «Бриджтаун Фудс» выпускается в широком ассортименте и включает в себя такие популярные бренды, как «3 Корочки», «3 Корочки Золотистые», «3 Корочки CLUB», сушеные морепродукты

«Делмор», натуральные картофельные чипсы Chip'N'Go.

Продукция компании производится на четырех фабриках, расположенных в России, Казахстане и на Украине. Оборот компании в 2004 г. вырос по сравнению с 2003 г. более чем на 50% и достиг \$97 млн.

«Бриджтаун Фудс» – безусловный лидер московского рынка сухариков. По данным ACNielsen, доля рынка компании составляет 65%. Согласно исследованию Группы компаний «КОМКОН», уровень узнаваемости бренда «3 Корочки» – 66% среди потребителей сухариков и 24% среди всего

россиян, сделал невозможным присутствие на продовольственном рынке страны дорогих зарубежных товаров и в то же время открыл дорогу отечественным производителям, которые смогли предложить потребителям приемлемую по цене и качеству продукцию.

Компания «Бриджтаун Фудс» первой в России начала выпускать ржаные сухарики в промышленных масштабах. Первые же попытки подобрать оборудование для производства сухариков показали, что зарубежные производственные линии не могут обеспечить соответствие стандартам и требованиям, предъявляемым к производству сухариков. В итоге компании «Бриджтаун Фудс» пришлось самостоятельно разрабатывать не только технологию производства сухариков, но и искать оригинальные технические решения, которые позволили выпускать продукцию, сразу же завоевавшую сердца потребителей.

В самом начале ржаные сухарики производили мелкими партиями и только под заказ оптовиков. Тем не менее компании «Бриджтаун Фудс» всего за три года удалось занять ведущие позиции среди российских производителей снеков. Благодаря развитию сети филиалов и привлечению региональных партнеров компания стала одним из крупнейших игроков на снековом рынке России и стран СНГ.

## Продукт

Отличительная особенность сухариков «3 Корочки» – неповторимый вкус и высокое качество, что достигается за счет жестких требований к сырью и материалам, которые используются в процессе производства. Хлеб готовят по уникальной рецептуре на основе оригинальных заквасок – именно они придают сухарикам их особый вкус. Компания «Бриджтаун Фудс» импортирует натуральные специи из США

и Европы. Для производства сухариков используется рафинированное дезодорированное растительное масло высокой очистки. Готовую продукцию расфасовывают в пакетики из полипропиленовой пленки со специальным внутренним фольгированным покрытием, позволяющим сохранить вкусовые качества и свежесть продукта на протяжении всего срока годности.

Для того, чтобы облегчить покупателю процесс выбора любимых вкусов сухариков – ржаных «3 Корочки», ржано-пшеничных «3 Корочки CLUB» и пшеничных «3 Корочки Золотистые» – их упаковывают в пакетики, оформленные по индивидуальному для каждого вида дизайну и цветовой гамме.

## Ассортимент

Ржаные сухарики «3 Корочки» – это 14 вкусов: «бекон», «чеснок», «с дымком», «грибы», «холодец с хреном», «колбасные», «курица «карри», «острый сыр «начо», «семга и сыр», «томат и зелень», «черная икра», «красная икра», «малосольные огурчики», «баклажанная икра». Ржаные сухарики нарезают соломкой.

«3 Корочки Золотистые» имеют форму кубиков. Они сделаны из высококачественной

«современный», «стильный», «динамичный». Chip'N'Go производят по особой технологии здорового питания.

Еще одна новинка от «Бриджтаун Фудс» – анчоус «Делмор» – не оставит равнодушными любителей морских деликатесов. С 2005 г. под маркой «Делмор» выпускается соленый угорь, отличающийся изысканными вкусовыми качествами. Морепродукты «Делмор» – это идеальная закуска к пиву, а также богатый протеинами снек.



пшеничной муки, благодаря чему отличаются особой мягкостью и золотистым цветом. В России выпускают восемь видов этих сухариков: со вкусом копченостей, лука, пиццы, сыра, грибов в сметане, томата, буженины, красной икры.

Ржано-пшеничные сухарики «3 Корочки CLUB» – это шесть оригинальных вкусов: пармская ветчина, аргентина-стейк, сырное фондю, креветочный коктейль, грибной жульен и баклажан-сот. Этот стильный бренд пришелся по душе молодым людям, которые не прочь полакомиться сухариками «3 Корочки CLUB» в кругу друзей в молодежном клубе или на модной вечеринке.

## Перспективные разработки

Компания «Бриджтаун Фудс» постоянно анализирует тенденции рынка и ведет разработку новых продуктов для того, чтобы превосходить пожелания своих потребителей и быть своего рода «фабрикой модных вкусов».

Например, сухарики «3 Корочки CLUB» – современный молодежный снек. Хлеб для производства этих сухариков выпекают из пшеничной муки высшего сорта, солодового экстракта и растительного масла, обогащают витаминами B1, B2 и PP. Благодаря этому получаются не просто нежные и хрустящие сухарики, а продукт, полезный для здоровья.

Одна из последних разработок компании «Бриджтаун Фудс» – пшеничные сухарики «3 Корочки Золотистые» со вкусом красной икры. Также начато производство ржаных сухариков «3 Корочки» с новыми вкусами – малосольных огурчиков и баклажанной икры. «3 Корочки» со вкусом малосольных огурчиков хрустят так же, как и настоящие огурчики. «Бриджтаун Фудс» – первая компания в России, которая начала производство сухариков со вкусом баклажанной икры.

Линейка натуральных картофельных чипсов Chip'N'Go в 2005 г. пополнилась сразу несколькими новыми вкусами. Российский потребитель может по достоинству оценить хрустящие чипсы со вкусом малосольных огурчиков, буженины, красной икры.

Продажи чипсов Chip'N'Go намного превысили прогнозируемый объем. Chip'N'Go стал одним из наиболее успешных молодых брендов в своем сегменте рынка. Исследования показывают, что потребители оценивают бренд Chip'N'Go как

«не грусти хрусти»

## Продвижение

«Бриджтаун Фудс» использует различные каналы для продвижения своей продукции: телевидение, радио, газеты и журналы, розыгрыши призов среди покупателей, рекламные шиты, баннеры в Интернете, спонсорство. В 2005 г. компания вошла в число крупнейших рекламодателей на телевидении. «Бриджтаун Фудс» также регулярно проводит промоушн-акции для своих потребителей.

В марте 2005 г. «Бриджтаун Фудс» начала беспрецедентную по масштабам рекламную кампанию на телевидении. В эфир вышли четыре новых ролика из серии «Игра для «3 Корочки»: «Бизнесмены», «Поцелуй», «Семья» и «Молодежь». Реклама транслировалась по федеральным телеканалам – Первому, «Россия», «Рен-ТВ», СТС,



«Муз-ТВ», MTV. Согласно оценкам независимых экспертов, сухарики «3 Корочки» занимают лидирующую позицию по показателю «доля рекламного эфирного времени» в своей категории. В августе вышел в эфир новый ролик для Chip'N'Go под названием «Супергерои». Помимо «молодежных» каналов «Муз-ТВ» и MTV, ролик размещался в самых рейтинговых передачах федеральных телеканалов. Для того, чтобы еще раз напомнить потребителю о брендах «Бриджтаун Фудс», непосредственно в магазинах, в торговых точках размещаются специальные красочные информационные плакаты.

Поскольку снеки являются продуктом импульсного спроса, большую роль в продвижении торговой марки играет красочная упаковка. Поэтому «аппетитный» дизайн упаковки сухариков «3 Корочки» привлекает внимание потребителей и помогает им сделать правильный выбор.

## Ценности бренда

Благодаря неизменно высокому качеству продукции под брендом «3 Корочки» вызывает доверие потребителей, а также пользуется постоянным спросом, о чем убедительно свидетельствуют результаты исследования объемов продаж и узнаваемости марки, регулярно проводимых крупнейшими российскими маркетинговыми агентствами.

Но «3 Корочки» – это больше, чем еда, это еще и возможность общения. Компания «Бриджтаун Фудс» стремится к тому, чтобы потребление сухариков стало развлечением и приятным времяпрепровождением. «3 Корочки» – это доступное удовольствие, это «свой», «компанейский», «веселый», «жизнерадостный» бренд. А еще это возможность интересно и весело провести время – и на прогулке, и дома, и в кругу друзей.

[www.bridgetown.ru](http://www.bridgetown.ru)

ТО, ЧЕГО ВЫ НЕ ЗНАЛИ О БРЭНДЕ

## 3 Корочки

- » В 1998 г. первая партия сухариков «3 Корочки» весила всего 10 кг. Сухарики нарезали и упаковывали вручную.
- » Каждый день в России съедается около 1 млн. пачек сухариков «3 Корочки».
- » Сухарики «3 Корочки» не жарят в масле, а сушат, поэтому они менее калорийны и более полезны.
- » «3 Корочки» на Украине выпускают с национальными вкусами сала с чесноком, запеченной рыбы, буженины и охотничьих колбасок, а в Казахстане – с такими национальными вкусами, как казы, запеченный гусь, шашлык из баранины и ягненок с мятой.
- » В одной стандартной упаковке сухариков «3 Корочки» содержится более 70 сухариков.