



МОО РДА (М. Богомолова) намерена принять активное участие в общественном обсуждении Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola HBC Россия за 2017 год. К данному Отчету у Экспертного Совета РДА есть ряд вопросов и предложений.

Coca-Cola India разделяет на рынке функциональные и регидратационные категории напитков. Coca-Cola India запустила две новые категории напитков - Enhanced Hydration и Nutritious Dilutables - поскольку она стремится расширить свой ассортимент более здоровых и функциональных продуктов. В этих новых категориях приходят запуск Aquarius GLUCOCHARGE и Minute Maid Vitingo, соответственно.

Это расширение портфеля является частью стратегии Coca-Cola превратиться в более «полную компанию напитков». Это понятие основано на концепции разнообразного портфеля товарных брендов, настроенных на местные потребительские предпочтения.

Бутлегер GLUCOCHARGE содержит глюкозу, необходимые минералы (такие как калий, натрий и кальций) и фруктовый сок. Он был специально разработан для индийских потребителей, которые трудятся в жару и требуют мгновенной ре-гидратации для преодоления водного истощения.

Кришнакумар, президент Coca-Cola India & South West Asia, сказал, что Aquarius GLUCOCHARGE и Minute Maid Vitingo означают их вход в новый сегмент рынка.

Негазированный низкокалорийный напиток с фруктовым соком стоит Rs10 (0,15 доллара США) на 200 мл.

Minute Maid Vitingo, тем временем, была специально разработана для решения проблемы дефицита микроэлементов и недоедания в Индии. Его состав обогащен железом, витамином А, витамином С, цинком, фолиевой кислотой и витаминами В2 и В12. Напиток поставляется в одноразовых разбавляемых пакетах по 180 г, стоимость которых составляет Rs5 (US \$ 0,07) каждый. Большинство индийцев – вегетарианцы.

Регулярное потребление Vitingo было клинически протестировано для значительного снижения дефицита железа, анемии и дефицита витамина С среди детей, сообщила фирма.

*«Запуск Aquarius GLUCOCHARGE и Minute Maid Vitingo означает, что мы вошли в пространство « Rehydrate, Replenish and Recharge », - сказал Т. Кришнакумар, президент Coca-Cola India и Юго-Западной Азии.*

*« В то время как напиток Minute Maid Vitingo стремится быть частью решения проблемы недоедания , которую страна решает для населения в целом, мы в равной степени привержены , чтобы сделать Водолей GLUCOCHARGE массово распространенным брендом в ближайшие восемь месяцев».*

*Coca-Cola India стремится расширить ассортимент своей продукции, которая специально разработана для индийского потребителя.*

*«Мы активно фокусируемся на нашей стратегии, предлагающей потребителям широкий выбор вариантов в соответствии с их предпочтениями и в будущем, разработка и внедрение новых продуктов и их масштабирование через нашу систему будет ключом к нашему успеху», - сказал Кришнакумар.*

*«Наш реконструированный портфель будет способствовать дальнейшему ускорению темпов роста и поможет нам обеспечить улучшенные результаты в бизнесе».*

Запуск этих новых продуктов для напитков также добавляет Coca-Cola India еще один шанс в свой план «фруктовой циркулярной экономики», позволяющий фермерам увеличить их урожайность, а также для того, чтобы компания выпустила из их продукции свой товар и выпустила больше продуктов на основе фруктов.

В ноябре прошлого года Coca-Cola India пообещала выращивать и использовать местные

фрукты в новых продуктах, чтобы помочь повысить агроэкосистему страны.

Компания подписала соглашение с индийским министерством пищевой промышленности стоимостью 1,7 Млрд. долларов, которое обещало, что наряду с партнерами по розливу, поставщиками и переработчиками фруктов, он будет стремиться к выгоде для местных производителей и предприятий. Coca-Cola India также заявила, что увеличит свой ассортиментный портфель соков с региональными фруктами Индии, добавит сок в свой ассортимент игристых продуктов и создаст новые продукты с популярными индийскими фруктами. Местные фрукты были получены и обработаны для Minute Maid, среди других напитков.

Coca-Cola India: ассортимент местных напитков, таких как Thums Up, Mazaa и Limca, был очень популярен, и недавно он анонсировал больше вариантов, а также расширения в других странах.

Недавно компания также выпустила свой первый вариант напитков без сахара местного домашнего бренда.

[Источник.](#)

МОО РДА (М. Богомоллова) намерена принять активное участие в общественном обсуждении Отчета об устойчивом развитии Coca-Cola HBC Россия за 2017 год. К данному Отчету у Экспертного Совета РДА есть ряд вопросов и предложений.

Подробнее...

Coca-Cola India разделяет на рынке функциональные и регидратационные категории напитков. Coca-Cola India запустила две новые категории напитков - Enhanced Hydration

и Nutritious Dilutables -поскольку она стремится расширить свой ассортимент более здоровых и функциональных продуктов. В этих новых категориях приходят запуск Aquarius GLUCOCHARGE и Minute Maid Vitingo, соответственно.

Это расширение портфеля является частью стратегии Coca-Cola превратиться в более «полную компанию напитков ». Это понятие основано на концепции разнообразного портфеля товарных брендов, настроенных на местные потребительские предпочтения.

Бутлегер GLUCOCHARGE содержит глюкозу, необходимые минералы (такие как калий, натрий и кальций) и фруктовый сок. Он был специально разработан для индийских потребителей, которые трудятся в жару и требуют мгновенной ре-гидратации для преодоления водного истощения.

Кришнакумар, президент Coca-Cola India & South West Asia, сказал, что Aquarius GLUCOCHARGE и Minute Maid Vitingo означают их вход в новый сегмент рынка.

Негазированный низкокалорийный напиток с фруктовым соком стоит Rs10 (0,15 доллара США) на 200 мл.

Minute Maid Vitingo, тем временем, была специально разработана для решения проблемы дефицита микроэлементов и недоедания в Индии. Его состав обогащен железом, витамином А, витамином С, цинком, фолиевой кислотой и витаминами В2 и В12. Напиток поставляется в одноразовых разбавляемых пакетах по 180 г, стоимость которых составляет Rs5 (US \$ 0,07) каждый. Большинство индийцев – вегетарианцы.

Регулярное потребление Vitingo было клинически протестировано для значительного снижения дефицита железа, анемии и дефицита витамина С среди детей, сообщила фирма.

«Запуск Aquarius GLUCOCHARGE и Minute Maid Vitingo означает, что мы вошли в пространство« Rehydrate, Replenish and Recharge », - сказал Т. Кришнакумар, президент Coca-Cola India и Юго-Западной Азии.

« В то время как напиток Minute Maid Vitingo стремится быть частью решения проблемы недоедания , которую страна решает для населения в целом, мы в равной степени привержены , чтобы сделать Водолей GLUCOCHARGE массово распространенным брендом в ближайшие восемь месяцев».

Coca-Cola India стремится расширить ассортимент своей продукции, которая специально разработана для индийского потребителя.

«Мы активно фокусируемся на нашей стратегии, предлагающей потребителям широкий выбор вариантов в соответствии с их предпочтениями и в будущем, разработка и внедрение новых продуктов и их масштабирование через нашу систему будет ключом к нашему успеху», - сказал Кришнакумар.

«Наш реконструированный портфель будет способствовать дальнейшему ускорению темпов роста и поможет нам обеспечить улучшенные результаты в бизнесе».

Запуск этих новых продуктов для напитков также добавляет Coca-Cola India еще один шанс в свой план «фруктовой циркулярной экономики», позволяющий фермерам увеличить их урожайность, а также для того, чтобы компания выпустила из их продукции свой товар и выпустила больше продуктов на основе фруктов.

В ноябре прошлого года Coca-Cola India пообещала выращивать и использовать местные фрукты в новых продуктах, чтобы помочь повысить агроэкосистему страны.

Компания подписала соглашение с индийским министерством пищевой промышленности стоимостью 1,7 Млрд. долларов, которое обещало, что наряду с партнерами по розливу, поставщиками и переработчиками фруктов, он будет стремиться к выгоде для местных производителей и предприятий. Coca-Cola India также заявила, что увеличит свой ассортиментный портфель соков с региональными фруктами Индии, добавит сок в свой ассортимент игристых продуктов и создаст новые продукты с популярными индийскими фруктами. Местные фрукты были получены и обработаны для Minute Maid, среди других напитков.

Coca-Cola India: ассортимент местных напитков, таких как Thums Up, Mazaa и Limca, был очень популярен, и недавно он анонсировал больше вариантов, а также расширения в других странах.

Недавно компания также выпустила свой первый вариант напитков без сахара местного домашнего бренда.

[Источник.](#)