

Воплощая в жизнь рекомендации Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ) о снижении доли потребления сахара в суточном рационе питания до 10% и даже до 5% от должной калорийности компания Coca-Cola в Испании заявила о снижении на 30-80% сахара в своих газированных напитках...

Также вводится в оборот большая доля мелкой фасовки напитка со снижением доли в продаже крупных фасовок, типа российских 1,5 – 2, 0 л. Планируется уменьшение объема баночек с 330 до 250 мл. Большее внимание в Испании будет уделяться продвижению продуктов Light и Zero. В дискуссиях Президента РДА М. Богомолова, врача диабетлога и Вице-Президента по маркетингу Coca-Cola Global в Южной Африке по поводу участия компании в образовательных программах по пропаганде здорового образа жизни в России стороны отметили специфику поведения российского потребителя БОЛЬШЕ потреблять напитков на сахаре, несмотря на наличие рядом на полке других напитков на подсластителях и на сахарозаменителях. Кроме того в годы экономических кризисов резко растет потребление легко усваиваемых углеводов (сахаров) как наиболее дешевого источника энергии (калорий) для людей – потребителей. До выхода рекомендаций ВОЗ о потреблении сахара РДА официальным письмом отказалась от финансовой поддержки компании Coca-Cola до решения вопроса о конструктивном преодолении взаимных репутационных рисков сотрудничества. Последние общемировые тенденции изменения рыночной политики компании с большим поворотом лицом к глубинным интересам потребителей, в том числе российских, открывает для компании некоторые новые аспекты сотрудничества. В рамках плодотворного сотрудничества РДА с Российским Союзом Производителей Соков и Союзом производителей Безалкогольных Напитков находятся компромиссы для взаимоприемлемого решения вопросов как в интересах потребителей, так и в интересах производителей.

Ссылка на первоисточник: 24 julio, 2017

Coca-Cola prueba en España como sobrevivir en un mundo “sin azúcar”
Sin azúcar: la filial española de la marca de gaseosas comenta sobre los nuevos productos saludables y los planes de la compañía para los próximos años
Coca-Cola se comprometió a reforzar su apuesta por lo “sin azúcar”, para lo que viene reformulando sus productos, introdujo alternativas en todas sus categorías y acaba de lanzar envases más pequeños en Europa, además de trabajar en incorporar el llamado “semáforo nutricional” a su etiquetado.
En un acto celebrado en Madrid, responsables de la división ibérica de la multinacional aseguraron que estos cambios se deben a un intento por adaptarse a los nuevos gustos del consumidor.
“Los consumidores nos están pidiendo más diversidad y que les ayudemos a controlar su ingesta de azúcar“, dijo el director de Comunicación y Asuntos Públicos, Pelayo Bezanilla, quien recordó que la compañía comenzó esta estrategia por lo “sin” hace tres décadas.
Actualmente, Coca-Cola comercializa en España las marcas Coca-Cola, Fanta, Sprite, Aquarius, Nestea, Aquabona o Powerade, entre otras, de las cuáles un 25% son “sin azúcares añadidos”, “Light” o “Zero“.
Estas bebidas “sin” suponen el 38% de todas las ventas de la multinacional en el país ibérico, incluyendo agua mineral.
De acuerdo con sus datos, la empresa redujo el nivel de azúcar de todo su catálogo en un 38% desde el año 2000, y espera bajarlo en otro 12% durante el próximo lustro.
“Los consumidores están más preocupados que nunca por su salud, por el consumo excesivo de azúcar y quieren más diversidad y opciones, y quieren que nosotros como compañía líder demos un salto hacia adelante y hagamos más”, explicó Bezanilla.
Entre las nuevas medidas implementadas, destaca la llegada de una lata de 250 mililitros (en vez de los 330 tradicionales) a los supermercados, cantidad que se corresponde con la capacidad del típico vaso de la marca.
Bebidas sin azúcarA ello se suman la reciente reformulación de la Coca-Cola Zero, la introducción de Powerade sin azúcar y un nuevo Aquarius.
Además, Coca-Cola también trabaja junto a otras cuatro grandes empresas del sector a nivel europeo en incorporar a su etiquetado el llamado “semáforo nutricional“, que a través de los colores verde, amarillo y rojo valore los niveles de azúcar, sal y grasas saturadas de cada producto.
Precisar en el etiquetado cuántas raciones contiene cada envase en los formatos superiores a medio litro, primar las bebidas bajas y sin azúcar en las máquinas de “vending” de los hospitales para que ocupen un mayor espacio o el cambio de receta en Fanta, Minute Maid y Powerade (con reducciones del contenido de azúcar de entre el 30% y el 80 %) son otras de las medidas puestas en marcha.
El compromiso de la compañía es contribuir a que se cumplan las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS), que aboga por que menos del 10% de las calorías ingeridas provengan de azúcares, señala Intereconomía.

En el caso de su bebida más icónica, Coca-Cola, la versión original supone todavía cerca del 60% de las ventas en España, aunque su crecimiento es menor que la “Zero” -que lo hace a doble dígito- o la “Light”.

Fuente: Iprofesional: http://www.portalcania.com.ar/noticia/coca-cola-prueba-en-espana-como-sobrevivir-en-un-mundo-sin-azucar/