



ПАЗАР

BBB е водещата българска марка натурални сокове. Тя се радва на широка популярност и на значим процент лоялни клиенти. Присъства ярко в съзнанието на потребителите (позната е почти на 100%) и е най-често споменавана като първа позната марка натурален сок в страната.

Типичният купувач на натурални сокове е жена на възраст 25–45 години, най-често семейна. Ето защо марката BBB е насочена към хората в активна възраст, които трябва да балансират между семейството и работата, живеят в градовете и имат средни доходи. Те са практични и търсят доброто качество на добра цена.

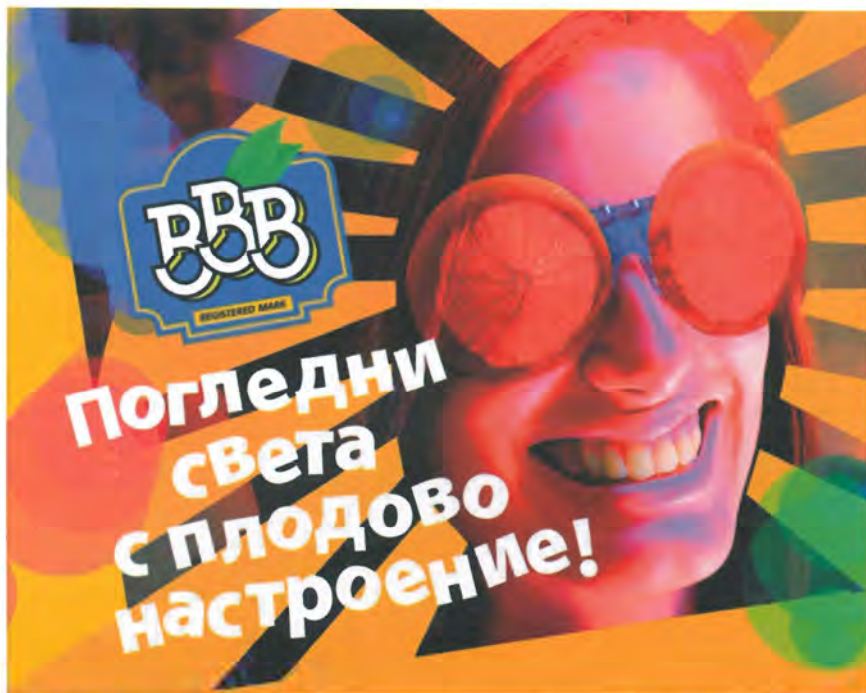
Общо консуматорите на натурален сок в България са 59%, като по-голямата част са жени – 62%. Според критерия възраст най-много са консуматорите в групата на 15–19-годишните (91%), а най-малко – сред 60–69-годишните (30%).

BBB и Сарру са двете най-често консумирани марки в страната, установява независимо маркетингово проучване от 2005 г. BBB обаче е абсолютният лидер по отношение на домашната консумация (30,9%). На второ място по този критерий се нареждат соковете Queen's (21,8%), но в същото време 26,2% от заплатаните лица отговарят, че при следваща покупка на натурален сок най-вероятно биха избрали BBB.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

През 1995 г. на завода за натурални сокове „Линк“ АД е присъден златен медал на Международния панаир в Пловдив. Година по-късно журито на Изложение „Реклама – Експо '96“ му присъжда приза за най-добър рекламодател. През 1998 г. „Линк“ получава и специалната награда за рекламодател на „Реклама – Експо '98“.

През 2001 г. „Лайнс Холдинг“, който е част от компанията „БББ Груп“, е обявен за производител на годината. Наградата е връчена на управителя на компанията Пламен



Минчев лично от Президента на Република България. Година по-късно Съюз „Произведено в България“ удостоява „Лайнс Холдинг“ със златна мартеница за значителен принос на заводите „Линк“ и „Бовис“ за повишаване на качествена производителност в страната чрез натурални сокове и млека с търговската марка BBB. Отново през 2002 г. „Форум българска мода“ издава грамота на „Линк“ за участие в гарителска кампания и подпомагане на домове за деца, лишени от родителска грижа.

ИСТОРИЯ

През 1989 г. собственикът на „БББ Груп“ Пламен Минчев основава фирма „Лайнс“ ООД, която през 1992–1993 г. започва изграждането на първия частен завод за производство на натурални сокове „Линк“ АД и

въвежда марката BBB. Първият сок е произведен в края на 1993 г.

Три години по-късно „Лайнс Холдинг“ приговява и контролния пакет акции в „Бовис“ АД (бившата „Ботевградска вишна“, проектирана, изградена и въведена в експлоатация в периода 1986–1988 г. от германско-австрийска фирма) – един от най-големите хранително-вкусови заводи на Балканите. През същата година „Бовис“ АД започва производството на УНТ млека в купии Tetra Pak, с няколко Вкуса и разфасовки. „БББ Груп“ АД е създадена в края на 2003 г., за да обедини компаниите „Линк“ АД (за производство на натурални плодови сокове), „Бовис“ АД (за производство на сокове и млека) и „Лайнс Холдинг“ АД. Компанията е 100% българска, без участието на чужди капитали.



ПРОДУКТЪТ

BBB предлага шест вида натурални сокове със 100% съдържание на плодов сок – портокал, ананас, ябълка, домат, розов грейпфрут, мултивитамин. Те се произвеждат от

натурални плодови пюре и концентрати без добавка на захар. Опаковката на натуралните сокове от 100% е в червен цвят, за да отрази наситения вкус и отличните качества на продукта.

Серията нектари от един литър е от четири продукта – кайсия, праскова, банан и зелена ябълка. Те се произвеждат от натурални плодови пюре. Серията е решена в жълто, за да носи лятно настроение.

Новите Tetra Pak опаковки на серията натурални сокове – вишна, горски плодове, черен касис, червен портокал, мандарина с морков, лимон и ябълка, са в зелен цвят, което подчертава техния освежаващ Вкус.

Основните продукти кайсия, праскова, ябълка и гомат се произвеждат от български плодове, които се преработват от завода „Бовис“ в село Трудовец.

Млеката на BVB са пет вида – натурално и с вкус на шоколад, ягода, ванилия и горски плодове.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

„Бовис“ е първият български завод, който започва производство на млека и плодови сокове в опаковки Tetra Brik Aseptic. Обработката на мляко при свръхвисока температура – УНТ, позволява продължително съхранение на продукта. „Бовис“ АД е първият и основен производител на мляко – плодово и краве, в Tetra Pak опаковки. През 2006 г. предприятието „Бовис“ АД бе сертифицирано в I категория съобразно изискванията на Европейската общност за производство на мляко.

Заводът е изграден върху собствен терен от 56 дка с разгъната производствена площ около 14 500 кв. м, а инсталациите са конструирани и изработени според изискванията на Европейския съюз. В завода са внедрени мощности за:

- * асептично производство на натурални сокове и млека по УНТ технология;
- * тип Tetra Prisma Aseptic в литрови опаковки с винтова капачка и опаковки от 0,330 л;
- * тип Tetra Brik Aseptic 3 в литрови опаковки и опаковки от 0,250 л;
- * тип Tetra Brik Aseptic 8 Square в литрови опаковки с винтова капачка.

Има и мощност за производство на конфитюри и мармалади в полестиролови опаковки от 25, 50, 100 и 150 г с капацитет до 650 кг на час.



Сред най-новите продукти на BVB е серията „Еликсир“. Тя е по-нетрадиционна за българския пазар и е предназначена преди всичко за износ.

Предстои пускането на малки опаковки млека със сламка по подобие на соковете, които ще се разпространяват най-вече в детските градини и училищата.

В ход е и процедура за получаването на сертификата за качество ISO 9001:2000 и за въвеждането на европейската система Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), която гарантира безопасността на храните.

ПРОМОЦИЯ

Слоганът на серията сокове от един литър е „Навсякъде с теб“, а на серията от 330 мл – „Превключи на забавление“.

През 1999 г. компанията създава „BVB мюзик“ ООД с основна дейност реклама и промоции. От самото си основаване фирмата се насочва към организиране на концерти за промоцирането на натуралните сокове и млека с търговските марки BVB и Best с участието на световноизвестни изпълнители и холивудски звезди. В периода 1999–2001 г. благодарение на „BVB мюзик“ в България гостуват „Илектрик Лайт Оркестра“, „Куул енд дъ генз“, Марк Фарнър и Рик Деринджър – с два концерта в Пловдив и София, „Бони М“, Найджъл Кенеди (с класически концерт), прочутият джаз китарист Майк Стърн, групата „Йес“, известният пианист Ричард Клайдърман, „Венгабойс“ и мамбо изпълнителят Лу Бега. Машабите и сложността на изявите са различни – от класически концерт с малък оркестър и соло изпълнител, през блуз, фънк и джес формации до рок група със собствена продукция в зала с десет хиляди места. Всички концерти са заснети и излъчени по българските национални телевизии и по-големите местни кабелни телевизии. „BVB мюзик“ е работила със световни агенции като „Уилям Морис“ и „Ди Ейджънси“.

През 2002 г. компанията учредява и клуб „BVB Про тенис“, който е пълноправен член на Българската федерация по тенис, чийто президент от 2005 г. е Пламен Минчев. Целта е да се подпомогне развитието на младите таланти и да се направи най-доброто тенис училище в региона. Сред най-атрактивните промоции на „BVB Груп“ е благотворителната акция в полза на Софийския университет „Св. Климент Охридски“ през 2003 г. В нея взе-



мат участие известните модели и актриси Олена Тетерина, Татяна Етингер, Сангра Видал, Патриша Веласкес, Леонор Варела и Виктория Силвестер. Компанията отпечатва и календар с техните снимки по подобие на прочутия календар на Pirelli – Tyres. Преведените на университета пари са 20 000 лв. Календарите не се продават, а се подаряват на добри клиенти и партньори.

Президентът на „BVB Груп“ е и сред инициаторите за възстановяването на Зографския манастир в Света гора.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Компанията разполага с най-модерните технологии за производство на натурални сокове и млека. Продуктите са с отлично качество на достъпна цена, заради което са предпочитани за консумация от цялото семейство у дома. Успехът на марката според лоялните ѝ клиенти се дължи преди всичко на доброто разпространение, удобната опаковка, както и на факта, че соковете са подходящи за всякакъв случай и имат вкус на истински плодове.

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

BVB

- BVB първа въвежда сокове и нектари в картонени опаковки на българския пазар, а през 2000 г. – и винтовата капачка. Компанията е сред най-големите клиенти на „Тетра Пак България“ ЕООД.
- Любимият сок на известната актриса Татяна Лолова е мултивитамин от BVB.
- През 2005 г. са продадени близо 16 милиона литра и са изпити 70 милиона чаши сок на BVB.
- Собственикът на компанията Пламен Минчев е завършил геоморфология в Софийския университет „Св. Климент Охридски“ и няколко години след дипломирането си е работил като журналист в БНР и БНТ. Негова страст е подводният риболов. Сред личните му приятели са Оливър Стоун, Андри Макгауъл, Браг Пит и други звезди от Холивуд.