

Презентация компании «Tea House»



Алматы, 2020

История чая



Родина чая - Китай. Первое упоминание о чайном растении встречается в I веке нашей эры, во время правления династии Хань - тогда же появился и иероглиф "ча". Само появление чая овеяно легендами. Чаще всего ссылаются на ту, согласно которой первый чай появился неожиданно. Когда-то китайскому императору кипятили воду, в пиалу упало несколько листков с чайного куста, и вода потемнела, от нее исходил тонкий и приятный аромат. Настой попробовали и восхитились. Это было первое в мире чаепитие.

Приблизительно в V веке китайцы начинают торговать чаем с тюркскими племенами, для чайной торговли наступает поистине "золотой век" - чай узнают кочевые народы Великой степи и тибетцы. Кочевники обнаружили, что употребление чая помогает избежать типичных болезней, связанных с недостатком растительных продуктов питания. А в Казахстане чай появился во время сакской царицы Томирис. С тех пор у нас, в Казахстане пьют чай. Без чая не проходит и дня.

История чая в Казахстане складывалась на протяжении нескольких веков. Чай быстро распространялся по всей территории страны и завоевывал любовь самых разных слоев населения. Употребление чая прочно вошло в повседневную жизнь людей и стало неотъемлемой ее частью. Так постепенно сформировались национальные традиции, связанные с этим напитком.

В середине XIX века началось разведение чая в Индии, в провинции ассам. Сейчас чай выращивают в 40 странах мира. Основные производители: Индия, Шри Ланка, Китай, Кения, Вьетнам, Индонезия.

Информация о чае

Чай – самый распространённый напиток на земном шаре после обычной воды. По общим подсчетам он является основным для двух миллиардов человек на земле.

Чайный куст растёт только в тропическом и субтропическом климате. Чайное растение разводят исключительно ради листьев. Собирают чайные листья вручную и как правило, только флеш – молодые, недавно распустившиеся верхние 2-3 листочка и почка (типс) – нераспустившийся чайный листочек на конце побега.

Переработка чайного листа включает несколько операций:

- ✓ Завяливание (листья слегка завяливают, т.е. лишают влаги, чтобы их было проще скручивать),
- ✓ Скручивание (в специальной машине-роллере чай непрерывно скручивается),
- ✓ Ферментация (окисление, благодаря этой операции формируется вкус и аромат чая),
- ✓ Сушка (чай помещают в сушильные камеры),
- ✓ Сортировка.

В зависимости от ферментации (окисления), различают несколько **типов чая:**

Фермитированный – чёрный,

Нефермитированный – зелёный,

Полуфермитированный - жёлтый и красный.



Информация о чае

Основные виды чая в зависимости от метода обработки:

- ✓ - листовой (крупно, средне и мелко листовой),
- ✓ - гранулированный (СТС*),
- ✓ - Смешанный (смесь первых двух видов, например знаменитый чай «№36»),
- ✓ - прессованный (плиточный/таблеточный).

Производство чая.

После того, как чай собрали на плантации, подвергли необходимой обработке и получили сухой чайный продукт, чай отправляется на чайные аукционы, куда со всего мира съезжаются представители фирм-закупщиков приобретая его для дальнейшего производства и фасовки.



СТС* - это аббревиатура, кратко описывающая технологию производства гранулированного чая. Гранулированный чай получают путём измельчения чайного листа и последующего скатывания его в гранулы: «СТС» = «Cut - Tear- Curve» = «Резать – Рвать - Скручивать».

Информация о компании «Tea House»

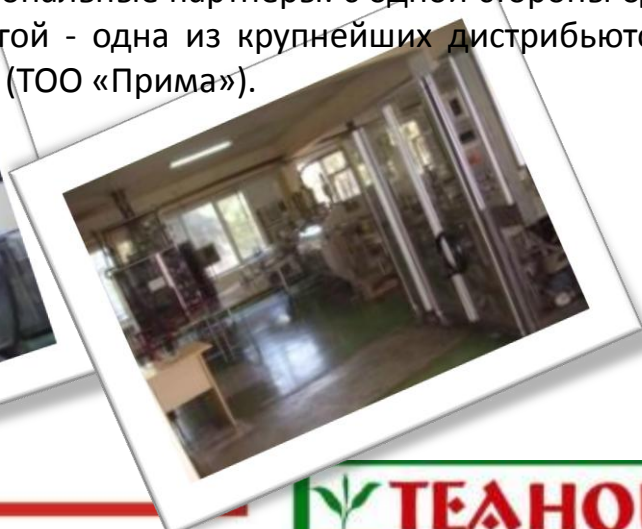
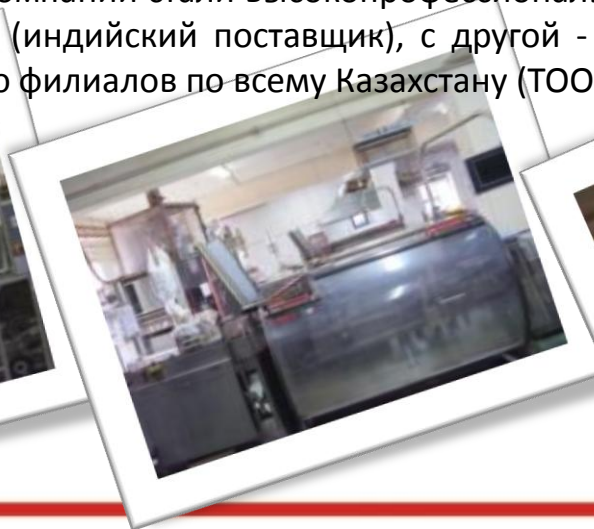
В годы плановой экономики снабжение чая осуществлялось централизованно. К примеру, Казахстан и сопредельные союзные республики этим продуктом снабжала Алматинская чаеразвесочная фабрика. Огромные мощности этой фабрики были рассчитаны именно на это. Период перехода на рыночную экономику ознаменовался значительными сбоями в работе системы и, как следствие, вышеупомянутой фабрики. Результатом этого явился острый дефицит качественного чая на рынке.

Именно в этот период ТОО «Прима» организует поставку индийского чая «Ассам», который производится в Индии, компанией – одним из основных поставщиков чая в советские времена.

В дальнейшем обороты компании достигли того уровня, когда возникла необходимость открытия собственного чайного производства на территории Казахстана (главным образом для снижения рисков с поставками).

В 2002 году ТОО «Прима» совместно с индийской компанией учреждают ТОО «Tea House» – чаеразвесочную фабрику, оснащённую современным немецким оборудованием. Позже на базе ТОО «Tea House» открывается линия по фасовке пакетированного чая, оснащённая итальянским оборудованием (одно из самых лучших на территории СНГ). Современное автоматизированное оборудование фабрики сводит к минимуму человеческий фактор, а значит и процент некачественной продукции.

На сегодняшний день ТОО «Tea House» – лидер по производству индийского чая на территории Казахстана.. Основным залогом успеха этой компании стали высокопрофессиональные партнёры: с одной стороны один из сильнейших поставщиков сырья (индийский поставщик), с другой - одна из крупнейших дистрибьюторских компаний с самой широкой сетью филиалов по всему Казахстану (ТОО «Прима»).



ПРОИЗВОДСТВО

На сегодняшний день действуют две фабрики, технология производства которых построена на основе международных стандартов качества, отвечающих требованиям органов государственного контроля и надзора.

Персонал, оборудование и производственные процессы в ТОО “Tea House” работают с целью удовлетворить интересы в качественном продукте каждого потребителя. Фабрики и цехи ТОО “Tea House” прошли сертификацию на соответствие требованиям ISO 22000:2005 (Система управления безопасностью пищевых продуктов). Для постоянного улучшения и совершенствования технологических процессов, происходит постоянный обмен информацией между подразделениями компании и заинтересованными сторонами, а также регулярный анализ системы менеджмента, которая сформирована согласно требованиям МС ISO 22000:2005.

На фабрике по расфасовке пакетированного чая применяется оборудование итальянской компании IMA – лидера в области производства оборудования по изготовлению пакетированного чая.

На фабрике по производству фасованного чая используется оборудование немецкой компании Bosch и английской Marden Edwards.



Преимущества работы с «Tea House»

Широкий ассортимент, востребованный на рынке

- ✓ Постоянное изучение покупательских предпочтений определяет ассортимент чайной продукции.
- ✓ Каждая марка имеет ярко выраженную индивидуальность, каждый сорт - свой неповторимый вкус и аромат.
- ✓ Лояльность потребительской аудитории является источником постоянного спроса и быстрой оборачиваемости продукции.

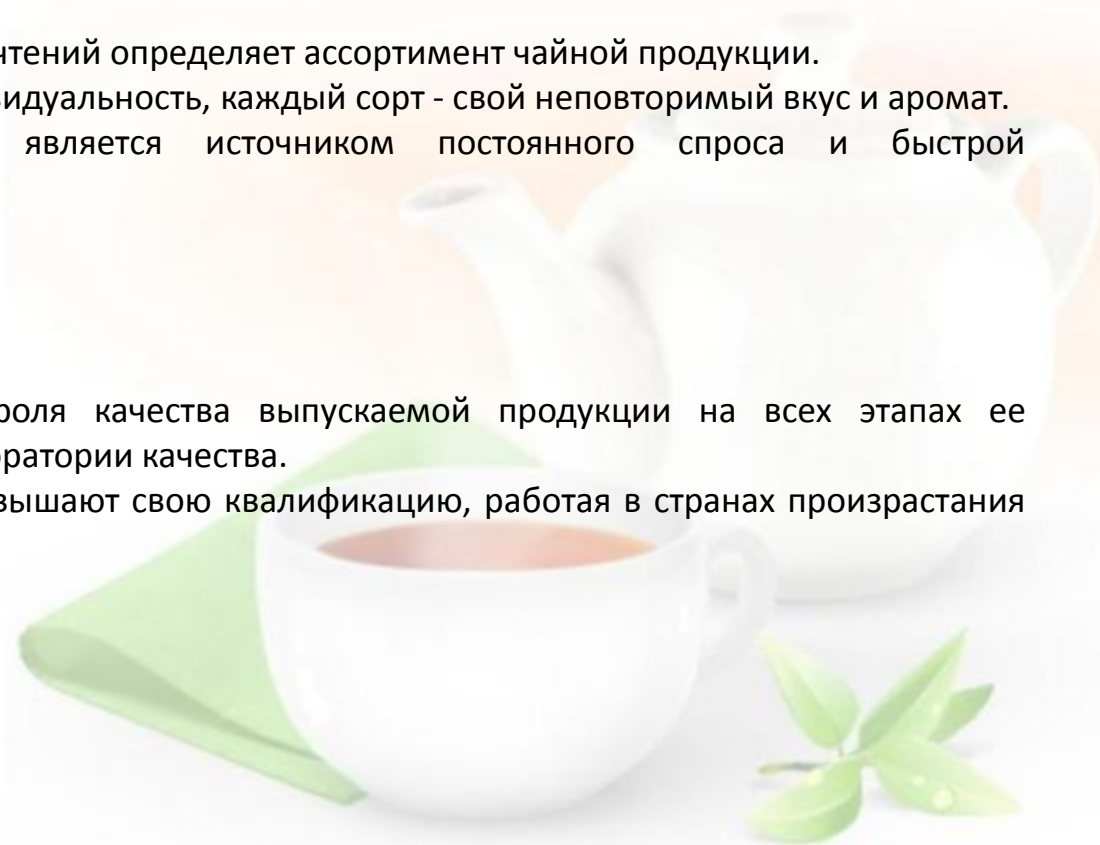
Стабильно высокое качество

- ✓ Надежная многоступенчатая система контроля качества выпускаемой продукции на всех этапах ее производства под контролем специальной лаборатории качества.
- ✓ Профессиональные ти-тестеры постоянно повышают свою квалификацию, работая в странах произрастания чая.

Ценовое преимущество

Выгодная цена складывается благодаря :

- ✓ масштабам деятельности,
- ✓ эффективному управлению собственным производством,
- ✓ самому современному оборудованию,
- ✓ продуманной системе логистики.



Преимущества работы с «Tea House»

Доступность для потребителя

- ✓ Широчайшая дистрибуция по всему Казахстану
- ✓ Охвачены страны ближнего зарубежья: Россия, Монголия, Белоруссия и Киргизия.

Активная поддержка торговых марок

- ✓ Масштабные рекламные акции на ТВ, радио, в прессе, наружная реклама, реклама в местах продаж.
- ✓ Особенное внимание уделяется акциям, направленным на прямой контакт с покупателем и приносящим быстрый результат.

Высокое доверие потребителей к продукции «Tea House»

- ✓ Число лояльных потребителей растет из года в год.



Ассортимент компании «Tea House»

Торговые марки чая компании «Tea House» пользуются неизменно высоким покупательским спросом в Казахстане а так же известны в сопредельных страна.

На сегодняшний день в ассортименте компании «Tea House» существует семь торговых марок чая и насчитывается более шестидесяти позиций.

Каждая из торговых марок имеет свои ярко выраженные особенности:

- **Торговая марка «Ассам»** - это отборные сорта индийского чая из штата Ассам,
- **Торговая марка «Симба»** - это линейка классического кенийского чая,
- **Торговая марка «Тенгри»** - высшие сорта индийского и кенийского чая в одной линейке,
- **Торговая марка «Наурыз»** - отличный вкус, превосходное качество великолепного купажа* индийских сортов чая,
- **Торговая марка «Индира»** - традиционный купаж индийских сортов чая по демократичной цене.
- **Торговая марка «Тамаша»** - отборный купаж индийских сортов чая по демократичной цене.
- **Торговая марка «Sunday»** - отборный кенийский чай, собранный с лучших высокогорных экологически чистых тропических плантаций.

Каждая торговая марка обладает уникальными характеристиками (как качественными, так и эмоциональными), занимает собственную нишу, своё ценовое позиционирование, имеет своего потенциального потребителя. Общее у них только одно – неизменно высокое качество.

Чайный купаж – это смесь чая разных сортов. Смешивая сорта чая, производители регулируют вкус и добиваются соответствия продукта тем стандартам, к которым привык покупатель. Не прибегая к купажированию, постоянное качество напитка обеспечить невозможно: взятый даже с одной плантации, чай никогда не бывает одинаковым. Его вкус и аромат зависят от множества природных факторов: географическое расположение плантации, климат, почва и др.*



Торговая марка «Ассам»



- Имя торговой марки происходит от географического названия. Штат Ассам находится на севере Индии. На сегодняшний день именно этот штат является основным производителем чая (около 70% чайного производства Индии). Чай со штата Ассам отличается крепостью, насыщенным цветом и терпким вкусом. Именно этим обусловлен большой успех чая «Ассам» на местном рынке, так как он хорошо сочетается с молоком и сахаром.
- Товарный знак «АССАМ» зарегистрирован и принадлежит компании с 1999 года. Бренду «АССАМ» на сегодняшний день - 19 лет.
- Черный чай «Ассам» является призёром ежегодного национального конкурса «ВЫБОР ГОДА» в номинации «Чай отечественного производства №1» в 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 годах. Соответствующие медали изображены на каждой пачке черного чая «Ассам».
- В 2008 году в ходе независимой открытой дегустации чая, организованной Ассоциацией Потребителей Казахстана, гранулированный чай «Ассам» занял первое место в категории «Чёрный чай», за что получил знак «Безупречно!» который нанесён на каждую пачку гранулированного чая «Ассам».
- Пакетированный чай «Ассам» является призёром национального конкурса «ВЫБОР ГОДА 2008» в номинации «Пакетированный чай отечественного производства №1». Соответствующая медаль изображена на каждой пачке пакетированного чая «Ассам».
- Ценовое позиционирование – средний ценовой сегмент.

Торговая марка «Ассам»

- На 18-й профессиональной дегустации продуктов питания и напитков «Лучший продукт World Food Kazakhstan 2016» компания ТОО «Tea House» стала обладателем диплома качества и золотой медали. ТМ «АССАМ» была удостоена звания лучший продукт «World Food Kazakhstan 2016»;
- Участие в народном конкурсе "Халық Маркасы". По итогам онлайн-голосования компания "Tea House" с торговой маркой "Ассам" стала победителем конкурса в номинации «Чай»;
- Союз Национальных бизнес-рейтингов завершил общегосударственный финансово-экономический анализ деятельности предприятий Республики Казахстан по итогам 2014 – 2015 гг. Компании ТОО «Tea House» с ТМ «АССАМ» было присвоено звание «ЛИДЕР ОТРАСЛИ 2016»;
- В 2017 году в рамках 17-й профессиональной дегустации продуктов питания и алкогольных напитков "Традиции качества Inter Food Kazakhstan 2017" пакетированный чай "Ассам классика" заняли почетное первое место и получили знак " World Food 2017", который нанесён на каждую пачку пакетированного чаев «Ассам».
- Целевая аудитория: Женщины 25+, принимающие решения о покупке со средним и выше среднего уровнем дохода.
- Ценности бренда АССАМ:
 - ✓ стабильно высокое качество продукта, которое компания сохраняет на протяжении всех лет существования бренда;
 - ✓ Доступная цена;
 - ✓ качественная дистрибьюция;
 - ✓ акции на конечного потребителя, как награда за его лояльность и преданность бренду.



Новая концепция дизайна ТМ «АССАМ чай»

В конце 2018 года компания представила торговую марку «Ассам» в обновленном дизайне. На фоне великолепного пейзажа чайного поля, сквозь листву величественного раскидистого индийского дерева пробивается мягкий золотистый солнечный свет, озаряя каждый листочек и наделяя их особым волшебным мерцанием. А в центре экспозиции – символы бренда «АССАМ чай» – семья слонов, которые стали отличным свежим решением и гармонично вписались в главную философию бренда – любовь и семейные ценности, сохранение и следование традициям и культурному наследию, гармонии и спокойствию.

Новая пачка



Старая пачка



«Ассам» классический



«Ассам классический» - это гранулированный чай со знаменитых плантаций Ассама. Знатоки безошибочно выделяют его среди многообразия индийских чаёв. Ассамский чай отличается тонким уникальным ароматом и терпким вяжущим вкусом. Этот чай дает крепкий настой насыщенного цвета (англичане говорят - цвет корочки бисквита). В аромате ассама часто присутствуют легкие медовые нотки, неприсущие чаям других сортов.

Средние гранулы одинаковой величины (однородность размера гранул - один из основных показателей качества чая) дают превосходный напиток, отлично сочетающийся с молоком и сахаром.

Фасовка : 1000, 500, 250, 100, 50 г

«Ассам классический» пакетированный – сочетает благородство вкуса и выразительный аромат индийского чая с удобством пакетика для разовой заварки. Пакетированному чаю отдают предпочтение почти 70% населения планеты. Оно и понятно - наш скоростной век вносит коррективы в потребительские привычки, а приготовление такого чая не отнимает много времени. Для изготовления этого пакетированного чая используются мелкие гранулы высокого качества – Fannings (фаннингс).

Фасовка: двухкамерные пакетики с ярлычками по 1,8 г (25, 50, 100 пакетиков)



«Ассам» вечерний



Изысканный индийский чай ароматизированный натуральным вкусом бергамота. Своей популярностью этот чай обязан английским традициям чаепития. Знаменитый Британский "Файф о'клок" («five-o'clock») - чайный перерыв в 5 часов вечера. Бергамот подчёркивает благородный вкус индийского чая и придаёт чайному букету изысканный, запоминающийся аромат.

Этот чай отличается от обычного чая «Ассам» тонким и нежным ароматом. Во всём остальном это тот же «Ассам классический». Этот чай скорее не тонизирующий, а успокаивающий – располагающий к неторопливому чаепитию в кругу близких людей после утомительного дня с идеальным сочетанием мягкого вкуса аромата и крепости. Семейное и дружеское чаепитие это приятный расслабляющий отдых за чашечкой чая «Ассам вечерний».

Фасовка: 250, 100 г, двухкамерные пакетики с ярлычками в индивидуальных прозрачных конвертиках по 1,8 г (25 пакетиков и 100 пакетиков в ПЭТ упаковке)



Бергамот- вечно зелёное дерево рода цитрусовых с золотистыми плодами грушевидной формы, из кожуры которых получают масло бергамота, обладающее многими уникальными качествами, в частности своим сладко-цитрусовым ароматом бергамот устраняет неприятные эмоции, тревогу, уныние, тоску, апатию и депрессивные состояния.



«Ассам» особый

В 2015 году в рамках общей тенденции чайного рынка компания предлагает потребителям кенийский чай в товарной линейки «Ассам». Ассам Особый – это отборный купаж кенийских и индийских сортов чая с терпким вкусом, ярким настоем и нежным ароматом бергамота.

Фасовка: 250, 500, 100 г, двухкамерные пакетики с ярлычками по 2 г (25, 100 пакетиков)



«Ассам» листовой



Чёрный байховый* среднелистовой чай. В Казахстане листовой чай не так популярен как гранулированный, однако имеет своих лояльных потребителей. Основное отличие листового чая от гранулированного – более выраженный вкус. Он идеально подходит тем любителям чая, которые предпочитают пить его без молока.

Фасовка: 250, 100 г

Слово «байховый» происходит от китайского «бай хоа», что означает «белая ресничка», так китайцы подчеркивали присутствие в рассыпном чае едва распустившихся почек с легким серебристым пушком на них, так называемых «типсов». Чем больше «типсов» в чае, тем выше его сорт, тем он вкуснее, ароматнее и ценнее. Русские торговцы, не знавшие китайского языка и часто слышавшие «бай хоа» стали применять его как обозначение всех сортов рассыпного чая и превратили его в слово «байховый».



«Ассам» зелёный



Испокон веков в странах Востока зеленый чай считается настоящим эликсиром здоровья и долголетия, из поколения в поколение передаются секреты чайной церемонии и знания о его свойствах. Еще в древние века, в Китае, зеленый чай использовали как мощное средство против различных болезней. В Казахстане зеленый чай только начинает завоевывать популярность и уважение. Чай «Ассам зеленый» листовой китайского происхождения, а пакетированный - индийский из провинции Ассам, он отличается большей терпкостью.

Фасовка: 100 г, двухкамерные пакетики с ярлычками по 1,8 г (25 пакетиков)



«Ассам Gold»



Одна из устойчивых тенденций чайного рынка - увеличение потребления продуктов премиального ценового сегмента. Эта тенденция связана с ростом уровня жизни и покупательской способности и с изменением в потребительских предпочтениях. Чай «Ассам GOLD» создан в соответствии с этими тенденциями. «Ассам GOLD» - это чай с лучших плантаций из штата Ассам которые расположены на северо-востоке Индии, в долине реки Брахмапутры, между Шиллонгом и Восточными Гмалаями. Здесь очень влажный, жаркий климат – во время сезона муссонов, с апреля по сентябрь, температура превышает + 35 °С. В этой огромной теплице, созданной самой природой выращивают знаменитый ассамский чай – особо приятный, тёмный и крепкий.

Чай такого качества производится в ограниченном количестве. Все характерные черты ассамского чая здесь доведены до абсолюта.

Фасовка: 250 г, двухкамерные пакетики с ярлычками в индивидуальных конвертиках по 1,8 г (25 и 100 пакетиков)

«Ассам Gold» Листовой



Черный байховый* листовой чай. В Казахстане листовой чай не так популярен как гранулированный, однако имеет своих лояльных потребителей. Основное отличие листового чая от гранулированного – более выраженный вкус. Он идеально подходит тем любителям чая, которые предпочитают пить его без молока.

Фасовка: 100 г, 250 г.

**Слово «байховый» происходит от китайского «бай хоа», что означает «белая ресничка», так китайцы подчеркивали присутствие в рассыпном чае едва распустившихся почек с легким серебристым пушком на них, так называемых «типсов». Чем больше «типсов» в чае, тем выше его сорт, тем он вкуснее, ароматнее и ценнее. Русские торговцы, не знавшие китайского языка и часто слышавшие "бай хоа" стали применять его как обозначение всех сортов рассыпного чая и превратили его в слово "байховый".*

«Ассам» фруктовый



Чай «Ассам фруктовый» , для тех кто от чая ждёт большего.

В коллекции «Ассам фруктовый» представлен ароматизированный* чёрный чай с четырьмя традиционными и экзотическими ароматами – лимон, клубника, малина, чёрная смородина.

Ароматы спелых ягод и фруктов придают особое очарование классическому вкусу традиционному чаю. Чай «Ассам фруктовый» - это превосходный способ утолить жажду и создать летнее настроение в любое время года.

Для сохранения аромата каждый пакетик упакован в индивидуальный конвертик (сашет).

Фасовка: двухкамерные пакетики с ярлычками в индивидуальных конвертиках по 1,8 г (25 пакетиков)

«АССАМ» Фруктовая Чайная Коллекция»



- Состав набора:
- 12 отсеков по 2 чайных пакетика в каждом.
- Итого 24 чайных пакетика в конвертиках по 1,8 г в каждом
- Вес набора нетто 43,2 г.

- Состав Набора:
- ✓ Ассам Персик = 4 шт. чайных пакетика в индивидуальном брендированном конверте
- ✓ Ассам Малина = 4 шт. чайных пакетика в индивидуальном брендированном конверте
- ✓ Ассам Лимон = 4 шт. чайных пакетика в индивидуальном брендированном конверте
- ✓ Ассам Черная смородина = 4 шт. чайных пакетика в индивидуальном брендированном конверте
- ✓ Ассам Эрл Грей = 4 шт. чайных пакетика в индивидуальном брендированном конверте
- ✓ Ассам Черника = 2 шт. чайных пакетика в индивидуальном брендированном конверте
- ✓ Ассам Gold = 2 шт. чайных пакетика в индивидуальном брендированном конверте

Набор придется по вкусу как для собственного потребления, так и в качестве практичного достойного презента/подарка для родных и близких.

Средне ценовой сегмент.

Торговая марка «Симба»



На мировом рынке наблюдается рост популярности кенийского чая. Хотя кенийский чай мир узнал всего несколько десятилетий назад, в последние годы он переживает подлинный расцвет. Королева Великобритании Елизавета II отдает предпочтение дорогим сортам кенийского чая, и он очень популярен в Англии.

Кенийские чаи не имеют столь резких различий, как, скажем, индийские, потому что почти все плантации в Кении расположены высоко в горах, и чай, собранный на них ценится во всем мире как экологически чистый продукт.

Благодаря своим исключительным свойствам, чай из Кении ценится во всем мире. Невзирая на достаточно высокую стоимость, он особенно популярен в англоязычных странах, таких как Великобритания, Ирландия, США, а также во Франции, Нидерландах, Пакистане и странах Арабского Востока

Отличительная особенность кенийских чаев в том, что все они – за редким исключением – гранулированные. В Казахстане кенийский чай также стал крайне популярен. Имея красивый настой насыщенного янтарного цвета и нежный аромат (нежнее, чем у классических ассамов), этот чай отлично сочетается с молоком.

Следуя тенденциям рынка ТОО «Tea House» запустила на рынок кенийский чай под брендом «Симба». На языке суахили (язык кенийцев) слово «Симба» означает «Лев». Лев – это символ Кении (такой же как слон для Индии или беркут для Казахстана).

Ценовое позиционирование торговой марки «Симба» – верхняя часть среднего ценового сегмента.



«Симба» классический

Кенийский чёрный чай «Симба» - выращен вблизи экватора на высокогорье Кении. Насыщенный и крепкий, он отличается сбалансированным, гармоничным вкусом с лёгким терпким оттенком, приятным тонким ароматом и очень красивым цветом настоя. Идеально сочетается с молоком, обладает выраженным тонизирующим эффектом, подходит для утреннего и дневного чаепития.

Фасовка: 1000, 250, 100 г двухкамерные пакетики с ярлычками по 1,8 г (25, 50 и 100 пакетиков)



«Симба» вечерний



«Симба» вечерний - изысканная композиция кенийского чая. Обладает насыщенным вкусом с лёгкой терпкой ноткой и приятным свежим ароматом. Тонкий, едва ощутимый аромат бергамота придаёт ещё большую выразительность разнообразным вкусовым оттенкам чайного букета.

Фасовка: 250, 100 г двухкамерные пакетики с ярлычками по 1,8 г (25 пакетиков)



«Симба» GOLD

Симба Gold - премиальный кенийский черный чай класса «GOLD».

Целевая аудитория – женщины и мужчины 25+, с высоким достатком, которые хотят и могут позволить себе покупку качественных дорогих сортов чая, а также потребители с доходом выше среднего, которые готовы перейти на следующий социальный уровень потребления.

Формат пачки: 250, 100 г.



Торговая марка «Тенги»



Новая торговая марка, появившаяся на прилавках в конце 2010 года. Основная идея – объединить под одной торговой маркой высшие сорта индийского и кенийского качества. Во время создания торговой марки был использован весь опыт, накопленный компанией за долгое время работы в чайном бизнесе - лучшее в ценовой категории сырьё, максимально эффективная линейка.

В название торговой марки использован термин обозначающий верховное божество древней языческой религии тюркских и монгольских народов – Тенгрианства. Тенгри – это бог неба. Таким образом, в названии чая вкладывается смысл того, что под небесными сводами на высокогорных индийских и кенийских чайных плантациях сама природа дарит нам неповторимый божественный напиток.

Стоит отметить, что 15 ноября - примерно через месяц после выпуска первой партии чая Тенгри - он был отмечен Золотой медалью за качество на 13-ой международной выставке WorldFood 2010 в своей категории.

Ценовое позиционирование торговой марки «Тенгри» – верхняя часть среднего ценового сегмента.



«Тенгри»

Сорта индийского чая «Тенгри» представлены такими позициями как «Тенгри индийский», и «Тенгри индийский вечерний».



«Тенгри индийский» – чай высшего качества с лучших плантаций Индии. Индия – это второй после Китая производитель чая в мире. В основном эта страна выпускает только черный чай отличающийся благородным насыщенным вкусом, нежным ароматом красивым ярким настоем. Этот вкус нравится многим любителям чая.

Фасовка: 250, двухкамерные пакетики с ярлычками по 1,8 г (25 пакетиков)



«Тенгри индийский вечерний» - ароматный, слегка пряный чай с бергамотом отличается особенным, изысканным и нежным вкусом, помогает снимать усталость, избавиться от стресса и от последствий напряжения.

Фасовка: 250 г

«Тенгри»



Сегодня кенийский чай известен во всём мире и является предметом гордости Кении. Чай «Тенгри кенийский» обладает очень нежным ароматом, удивительной насыщенностью и особой полнотой янтарного настоя, присущей всем сортам кенийского чая. Идеально сочетается с молоком.

Фасовка: 500, 250, 100 г

Торговая марка «Наурыз»

Торговая марка «Наурыз» заключает в себе отличный вкус, превосходное качество великолепного купажа индийских сортов чая.

При разработке данной торговой марки учитывались достаточно богатые традиции чаепития в Казахстане. Тестерам компании ТОО «Tea House» удалось разработать купаж который по всем своим качествам пришелся бы по вкусу традиционному казахстанскому потребителю, при этом был бы достаточно доступен по цене.

Ценовое позиционирование торговой марки «Наурыз» - середина среднего ценового сегмента



«Наурыз»



Казахи любят крепкий чай, который пьют в любое время года. В чай обычно добавляют молоко со сливками. Но стоит отметить, что после добавления молока, чай должен сохранить свой аромат и терпкость, он должен быть не белым, а сохранить свой красивый насыщенный цвет, т.е. заварка должна быть крепкой. Молоко или сливки должны только подчеркнуть все достоинство чая. Именно такой чай фасуется под торговой маркой «Наурыз» - крепкий, тонизирующий, ароматный с ярким настоем.

«Наурыз» пакетированный - современное воплощение традиционного напитка – быстро, просто, вкусно!

Фасовка: 500, 250, 100 г, 380 г экономпак в мягкой упаковке, двухкамерные пакетики с ярлычками по 1,8 г (25 и 100 пакетиков)



«Наурыз» Листовой



Черный байховый среднелистовой чай. В Казахстане листовой чай не так популярен как гранулированный, однако имеет своих лояльных потребителей. Основное отличие листового чая от гранулированного – более выраженный вкус. Он идеально подходит тем любителям чая, которые предпочитают пить его без молока.

Фасовка: 250, 100 г.

Торговая марка «Индира»

На рынке страны чай «Индира» - один из самых доступных по цене. Чай «Индира» не претендует на высокую цену, т.к. этот бренд был создан для базового ценового сегмента и главное преимущество чая «Индира» – его цена.

При этом стоит отметить, что это качественный чай, т.к. некачественный чай не может быть успешным на казахстанском рынке, где потребители чая предъявляют высокие требования к этому продукту (подать к столу плохой чай - это неслыханно).

Торговая марка «Индира» это традиционный купаж индийских сортов чая – хорошее коммерческое предложение для данного сегмента рынка, где цена- решающий аргумент.

Ценовое позиционирование торговой марки «Индира» - базовый ценовой сегменте.



Торговая марка «Индира»



«Индира» - купаж ароматных сортов чая выращенных на предгорных и равнинах плантациях, отличается терпким оттенком вкуса и ярким, насыщенным цветом настоя, при этом от других торговых марок отличается демократичной ценой.

Фасовка: 500, 250, 100 г, двухкамерные пакетики с ярлычками по 1,8 г (25 и 100 пакетиков).



Торговая марка «Тамаша»

"Тамаша" в переводе с казахского языка означает "дивный", "замечательный". Именно поэтому пачка выполнена в национальном стиле, который отражает культуру и особое отношение к чаю населения нашей страны. В частности чай произведенный лидером на казахстанском рынке, это всегда гарантия отличного качества. Ведь казахстанский потребитель знает толк в качественном чае. "Тамаша чай" - это отборный купаж кенийских и индийских сортов чая. Имеет терпкий яркий вкус и красивый цвет настоя. Отлично сочетается с молоком.

- **Фасовка: двухкамерные пакетики с ярлычками по 1,8 г (25 пакетиков).**



Торговая марка «SUNDAY»



Кенийский чай один из самых известных чаев, производство которого началось в 1903 году. Кенийский чай обладает насыщенным крепким вкусом и нежным приятным ароматом. Постоянное высокое качество кенийского чая – одна из основных причин неуклонного роста его популярности. Сегодня Кения удерживает третье место в мире по объему получаемого черного чая, уступая лишь Индии и Шри-Ланке. Сейчас чайные плантации в Кении занимают много тысяч гектаров земли, более 200 землевладельцев занимаются выращиванием и

производством чая. Ежегодно эта страна изготавливает около 250 000 тонн чайного продукта. Кенийские высокогорья расположены на уровне до 3000 метров над уровнем моря. Близость экватора, обилие дождей, почва с частицами вулканической породы влияют на высокую урожайность, на вкус чая.

Ценовое позиционирование торговой марки «SUNDAY» – верхняя часть среднего ценового сегмента.



Торговая марка «Sunday»



«САНДЭЙ» - это отборный кенийский чай, собранный с лучших высокогорных экологически чистых тропических плантаций. Нежный аромат, яркий насыщенный янтарный цвет, крепкий изысканный неповторимый вкус чая дарит необычайную бодрость и тонизирует. Идеально сочетается с молоком и сливками.

«САНДЭЙ» - чай для истинных ценителей безупречного качества!

Фасовка: 250, 100 г.

Что необходимо знать о чае



✓ Правильно заваренный чай не горчит . Горький вкус чая может появиться при слишком долгом заваривании. При приготовлении чая следуйте указаниям на упаковке. Помните, что листовый чай заваривается дольше, гранулированный, а зеленый чай по времени нужно заваривать вдвое меньше, чем черный. В мягкой воде чай заваривается быстрее, а в жесткой – медленнее, в этом случае нужно увеличить время заваривания.

✓ Цвет настоя не влияет на крепость чая. Крепость чая определяется содержанием танина* в чайном настое, а это никак не отражается на цвете напитка. Например, высокогорные чаи, имеющие светлый настой, - крепче и тонизируют сильнее, чем равнинные, с более ярким настоем.

Танин - это дубильное вещество — один из существенных компонентов чая и чайного настоя. Если в свежем чайном листе танин действительно обладает горьким вкусом, то после фабричной обработки эта горечь исчезает и танин в чае приобретает приятную терпкость, придающую основной вкус настою чая. Как правило, содержание танина в зелёных чаях значительно выше, чем в чёрных (почти вдвое), ибо в зелёных чаях танин находится почти в не окисленном состоянии, в то время как в чёрном байховом чае до 40-50 % танина окислено.

Спасибо за внимание!