

Aperol Spritz, зимой и летом | L'Aperol Spritz, un cocktail désaisonné

Автор: Надежда Сикорская, [Лугано](#) , 05.04.2019.



(DR)

Популярный коктейль группы Campari пользуется огромной популярностью – его продажи выросли в 2018 году на 28%, а среди самых активных рынков фигурирует Швейцария.

|

Le cocktail du groupe Campari a enregistré une croissance de 28% de ses ventes en 2018. La Suisse figure parmi ses principaux marchés.

L'Aperol Spritz, un cocktail désaisonné

Кто не знает Campari, популярнейший горький ликер (биттер) красного цвета на основе ароматических трав и фруктов? А вот знаете ли вы, что придумал его в 1860 году Гаспаре Кампари, работавший специалистом по смешиванию алкогольных напитков? Придумал и начал подавать в своем «Cafe Campari» в Новаре. Вскоре, недолго думая, и компанию создал, которая теперь представлена на 190 рынках и занимает 6 место среди производителей спиртных напитков. Самым первым импортером продукции Campari была, представьте себе, Швейцария, где еще в 1899 году открылся первый филиал компании в Лугано, а в 1921-м – первый завод по производству ликера за пределами Италии. Рецепт Campari, «замешанный» на 86 травах, пряностях и фруктах, за прошедшие годы не изменился и хранится в строжайшей тайне.

Среди наиболее известных брендов группы – Aperol, оранжево-красного цвета с горьковатым вкусом и крепостью 11%. На его основе появился Aperol Spritz, буквально покоровший любителей аперитивов, прочно занявший место в меню баров не только в жаркую погоду, но и в течение всего года и ставший звездой ассортимента группы, составляя 16% всей выпускаемой ею продукции. Лишь за последний квартал прошлого года продажи выросли на 18%, а за весь год – на 28%, принеся группе 270 миллионов евро благодаря великолепным результатам на основных рынках: в Италии, Германии (где по спецзаказу повысили крепость на 4 градуса), Австрии и Швейцарии. США, где продажи подскочили на 73%, стали третьим крупнейшим рынком сбыта напитка.

Такой успех не мог пройти незамеченным, и американский банк Goldman Sachs посвятил особое исследование коктейлю, уверенно продвигающемуся на мировом рынке, в частности, благодаря соцсетям и масштабным маркетинговым кампаниям. Изначально лидер только на итальянском рынке, теперь он входит в топ-10 планеты, а летом прошлого года Aperol Spritz был назван газетой New York Times «напитком года».

Существует несколько версий его возникновения. По одной, спритц появился в Венеции в середине XIX века, когда плавающий город входил в состав Австрийской империи, был изобретён австрийскими военными и первоначально представлял собой смесь вина и газированной воды. По другой версии, напиток появился во время Первой мировой войны, когда вооружённые силы Австро-Венгрии в ходе наступления заняли север области Венеция. Опять выходит, что появлению напитка мы обязаны австрийским военнослужащим, которые разбавляли местные вина, среди которых преобладало игристое просекко, минеральной водой.

Как бы то ни было, до тех пор, пока в 2003 году Campari не купила марку, чудо-коктейль оставался продуктом исключительно местного, итальянского, разлива.

Триумфальное шествие началось в Италии с применения стратегии под названием «масляное пятно», которая проста, как все гениальное, и заключается в следующем. Выбирается потенциально интересный квартал какого-то города, заключаются соглашения с несколькими барами, а дальше-больше: город, провинция, страна. Все это сопровождается не слишком крупными, но симпатичными «мероприятиями», дающими возможность открыть напиток. Такой же подход был применен в США, с огромным, как мы уже знаем, успехом. «Для начала мы наметили Нью-Йорк, Майами,

Сан-Франциско и Лас-Вегас, то есть основные американские туристические направления, - объяснил генеральный директор марки в группе Campari Андреа Нери в интервью французской газете Les Echos. - Выделяются три этапа: тестирование продукта на клиентах, закрепление клиентуры, а затем «приучение» ее к потреблению продукта в течение всего года, независимо от сезона.» Год назад CEO Campari Боб Кунце-Концевич заявил агентству l'Agence France Presse, что «успех не приходит случайно, со дня на день. У него есть глубокие корни и настоящая стратегия развития».

Трудно с ним не согласиться! И трудно не понять, что аналитики Goldman Sachs заинтересовались Aperol Spritz не просто из любви к этому коктейлю - хотя и это может быть фактором! Они верят в потенциал группы Campari, торговый оборот которой уже сегодня составляет 1,7 млрд евро, а акции на бирже неустанно растут и достигли приблизительно 8,7 евро по сравнению с 1,2 евро десять лет назад.

При этом рецепт коктейля прост до крайности: кладете в стакан кусочки льда, наливаете равные порции Prosecco и Aperol, добавляете чуть-чуть газированной воды и украшаете все это долькой апельсина. Не верите, что так просто? Смотрите сами!

[отношения сша и швейцарии](#)

Source URL:

<http://www.nashagazeta.ch/news/le-coin-du-gourmet/aperol-spritz-zimoy-i-letom>