

Алкогольные коктейли

Из книги «Российские реформы в цифрах и фактах», <http://refru.ru>

Слабоалкогольные коктейли ориентированы на молодежь. Об этом можно судить, в частности, по их названиям: «Отвертка», «Вертолет», «Пират», «Ля-ля-фа», «Коварная Мэри», «Казанова», «Трофи», «Бухарин», «Манчестер», «Айс Дог», «Red Devil», «Браво», «On-Line», «Лимонка» и т.п.

Эти коктейли изготавливаются на основе крепкого алкоголя (спирта, водки, джина, текилы, рома, виски и т.п.) и наполнителя (воды, тоника, натуральных соков плодово-ягодных культур и пищевых концентратов). Например, состав коктейля «Gin&Tonic» комбината «Очаково»: «Вода артезианская подготовленная, экстракт натурального джина, спирт ректифицированный высшей очистки, сахар, двуокись углерода, кислота лимонная, идентичный натуральному ароматизатор Тоник, консервант бензоат натрия, подсластитель сахарин».

В слабоалкогольных коктейлях содержится от 5% до 12% спирта, чаще встречаются коктейли до 9%, что связано с величиной акцизного сбора.

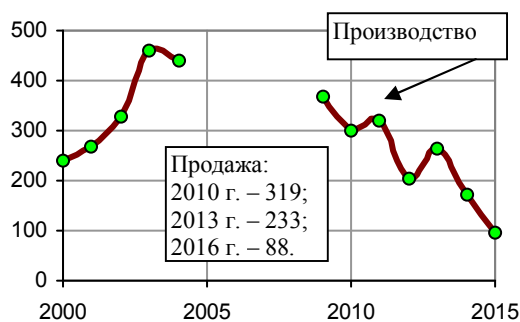
В России слабоалкогольные коктейли появились в начале 90-х годов прошлого века.

В середине 90-х начал выпуск российских коктейлей компанией «Bravo International» (Санкт-Петербург), пивоваренным заводом «Очаково» (Москва), компанией «Хэппилэнд». В 1999 году на российском рынке появились коктейли с добавлением натурального сока, например, «Hooper's Nooch». Название фрукта пишется на банке, только при содержании сока в напитке более 10%.

В 2002 году по производству слабоалкогольных коктейлей Россия заняла четвертое место в мире после Японии, США и Великобритании - такими бы темпами развивать промышленность и сельское хозяйство!

В 2005 году основными производителями коктейлей стали «Хэппилэнд», «Очаково», «Бородино», «Браво Интернэшнл», Gillbert & John Greenall Ltd и Oy Sinebrychoff Ab.

Данные по объему производства слабоалкогольных напитков приведены на рис. 3.99.



«В настоящее время рынок энергетических напитков России составляет 20 млн., а рынок слабоалкогольных напитков - 47,2 млн. дал в год» [181]. Дал – это 10 литров.

Д.Медведев: «Ежедневно или через день слабоалкогольные напитки и пиво пьют треть юношей и почти 20% девушек» [181].

Чем больше алкоголя выпивает молодежь, тем проблемнее будет и она, и ее будущие дети, и ее будущее государство.

Рис. 3.99. Производство и продажа слабоалкогольных напитков в России, млн. л. Источник: [1.6].

Перечень литературы и дополнительную информацию см. в книге или на сайте