



*Выполнил: Балаушко
научный руководитель Доцент
кафедры социально политических
наук, Шутман Денис Валерьевич*

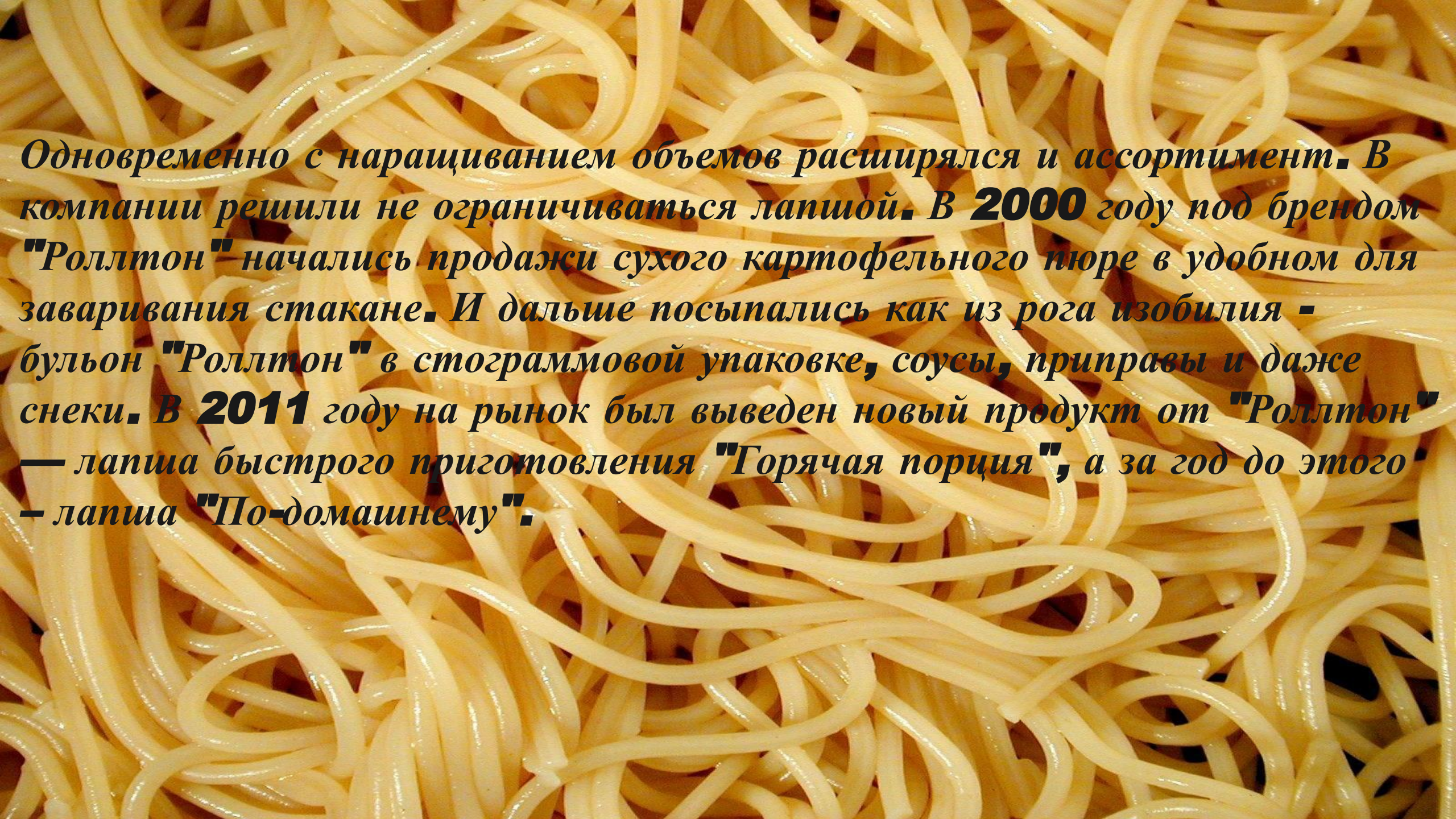
РОЛЛТОН®

*История Роллтона началась в **1998** году, т.е. чуть позже «Доширака», с выпуска все той же вермишели быстрого приготовления. Дело пошло неплохо: внезапно обедневшие (кризис!) россияне хорошо раскупали недорогую еду. Владельцы тут же начали расширять бизнес, и в **2001** году в Серпухове (Московская область) начало работать второе предприятие компании.*

Владелец

Владелец бренда Роллтон
компания Марвен Фуд
Сэнтрал
В свою очередь
владельцем Марвен Фуд
Является До Суан Хоанг





*Одновременно с наращиванием объемов расширялся и ассортимент. В компании решили не ограничиваться лапшой. В **2000** году под брендом "Роллтон" начались продажи сухого картофельного пюре в удобном для заваривания стакане. И дальше посыпались как из рога изобилия - бульон "Роллтон" в стогограммовой упаковке, соусы, приправы и даже снеки. В **2011** году на рынок был выведен новый продукт от "Роллтон" — лапша быстрого приготовления "Горячая порция", а за год до этого — лапша "По-домашнему".*

СЛОГАН

До 2017: «Везде свой», «Вкусно по-домашнему»

После 2017: «Так вкуснее»

ЛОГОТИП



Дизайн

Далее, бренд начал осваивать зарубежные рынки. Здесь проколов типа тех, что совершали его конкуренты, быть не должно. Гарантию надежности в этом смысле давало привлечение к работе ведущих брендинговых агентств.

В том числе и брендинговое агентство
Depot WPF



PR Компания

*В своей **PR** Компании
Роллтон использовала **2**
основных средства это низкая
цена и позиционирование себя
в роли народного продукта*