

Если раньше украинские заправки пытались обскакать друг друга лишь по качеству топлива и ценам на него, то теперь они сообразили, что для автомобилистов, едущих на дальние расстояния, важны и сопутствующие сервисы. Нередко люди заезжают на ту или иную заправку не только потому, что там бензин стоит дешевле, а ещё и потому, что на ней можно вкусно перекусить, выпить хорошего кофе. Согласитесь, качество питания в дороге очень важно: никому не хочется отравиться, если предстоит долгий путь.

На каких украинских заправках самые вкусные бургеры и кофе?

Поэтому заправки принялись активно предлагать своим клиентам бургеры и хот-доги, сэндвичи и десерты [Made in Ukraine](#), а также ароматный эспрессо и американо. Если сначала лёгкий перекус был лишь дополнительным сервисом, то постепенно заправки втянулись в это дело и некоторые из них превратились в настоящие рестораны, где уже можно купить не только фастфуд, но и вкусные мясные или диетические блюда с гарниром, салаты, супы, отдельные блюда для детей. Чтобы привлечь клиентов, украинские заправки открывают сети ресторанов азиатской кухни, дарят кофе за 1 копейку каждому водителю, вымывшему у них машину. Безусловно, все эти моменты положительным образом сказываются на посещаемости заправок автомобилистами. В прошлом году эксперты решили сравнить качество бургеров и кофе в семи известных заправочных сетях Украины и «МакДональдсе». Результаты исследования показали, что в Украине есть заправки, которые способны соперничать по качеству «быстрой еды» с ведущим её поставщиком. Например, по размеру бургеров лидирует «ОККО» – здесь булочки с котлетой и овощами весят 300 г, тогда как в «МакДональдсе» – только 192 г. Самые экзотические хот-доги продают на заправках «БРСМ» (даже из конины есть), а самый большой набор соусов к хот-догам опять-таки у «ОККО». Самые крутые кофейные аппараты из Швейцарии установлены на заправках «WOG». В целом же в число украинских заправок, где кормят вкуснее всего, вошли такие: «WOG», «ОККО», «БРСМ», «КЛО» и «LUXWEN». А вот еда на заправках «ТНК» и «Shell» экспертов не впечатлила: в их сосисках обнаружили незначительное превышение допустимого количества микроорганизмов.

Какие рекламные акции проводят сами заправки, чтобы популяризовать свою еду?

Пожалуй, наиболее интересной и запоминающейся была прошлогодняя рекламная кампания сети заправок «ОККО», разработанная креативным агентством «TABASCO». Для участия в эксперименте отобрали профессиональных бариста, поваров и кондитеров. Им завязывали глаза, привозили на ближайшую заправку и заставляли пробовать напитки, десерты и блюда, при этом комментируя вкусовые качества. Люди не знали, где они находятся. Снимали всё одним дублем, без подтасовок. Александр Смирнов из «TABASCO» рассказывает, что на съёмках случались и ляпы: так, одному клиенту по ошибке вместо латте принесли американо с молоком, но при этом дали задание оценить пенку. В целом же съёмки прошли без эксцессов. Гости высоко оценили качество еды и напитков. Многие из них были уверены, что находятся в шикарном ресторане. Когда же с них снимали повязки и они видели, что едят на заправке, участники эксперимента начинали смеяться. Рекламная кампания оказалась удачной, ведь она была не постановочной и никто наперёд не знал, что именно скажет тот или иной герой сюжета. Интересно, какими ещё кулинарными изысками порадуют в будущем автомобилистов украинские заправки и как они будут рекламировать свои блюда?