Тим Доулман

Американский молочный бренд Fairlife был основан Майком и Сью Макклоски в 2012 году в рамках партнерства с The Coca-Cola Co. и молочным кооперативом Select Milk Producers, созданным в 1994 году Макклоски.

Fairlife производит напитки из ультрафильтрованного свежего молока (UFM), в том числе протеиновые коктейли Core Power и ароматизированное молоко Yup.

В начале 2020 года The Coca-Cola Co. выкупила оставшиеся акции предприятия, увеличив свою миноритарную долю с 42,5% до 100%.

В прошлом месяце Coca-Cola Co. заявила, что инвестирует 650 миллионов долларов в новое производственное предприятие для молочной марки Fairlife. Завод площадью в 100 акров в Вебстере в северной части штата Нью-Йорк будет расположен между Рочестером и Ниагарой, двумя основными регионами США по производству молочной продукции. Бизнес уже владеет двумя производственными предприятиями в США: одним в Куперсвилле в Мичигане и другим в Goodyear в Аризоне.

В 2018 году бренд расширился до Канады, а в 2020 году начал закупать сырье из Онтарио.

Just Food поговорил с генеральным директором Fairlife Тимом Доэлманом о росте компании, международных амбициях и об увеличении производственной площадки к 2025 году.

Just Food: Недавно вы получили крупный инвестиционный пакет от Coca-Cola на строительство производственной площадки. Что это значит для Fairlife?

Тим Доэлман: Этот объект имеет большой масштаб. Это не удвоит наш размер, но даст нам на 60-70% больше возможностей, чтобы иметь возможность удовлетворить текущий спрос, а также позволит нам внедрять инновации, как мы это делали в прошлом.

ДФ: Был ли спрос неожиданным или неустойчивым?

ТД: Нет, он стабильный. Мы запустили наши первые продукты примерно в 2014 году. У нас был более ранний продукт