

РАСШИФРОВКА КОДА «ЧИСТОЙ ЭТИКЕТКИ»

ИДЕИ МАРКИРОВКИ
«ЧИСТОЙ ЭТИКЕТКОЙ» ДЛЯ
МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ И
ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ



Возможности «чистой этикетки»

Неоспоримый факт: «чистая этикетка» увеличивает привлекательность молочных продуктов и хлебобулочных изделий

ХЛЕБОБУЛОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ



НАШЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОЗВОЛИЛО ОПРЕДЕЛИТЬ 6 ПРОФИЛЕЙ ПОКУПАТЕЛЕЙ. КТО ИЗ НИХ ЯВЛЯЕТСЯ ДВИЖУЩЕЙ СИЛОЙ ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ «ЧИСТОЙ ЭТИКЕТКИ»?



ДОМАШНИЕ ПОВАРА

Читают этикетки и заинтересованы в приобретении органических продуктов. Готовят блюда «от и до», дома — лучшее для семьи.



ПРИВЕРЖЕНЦЫ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ

Ищут натуральные продукты без добавок и заинтересованы покупать органические продукты. Покупатели этой группы чаще других читают этикетки продуктов — и новых, и уже знакомых — и предпочитают готовить все «от и до».



ЭКОНОМНЫЕ ПОВАРА

Единственный критерий выбора продукта — цена. Покупатели этой группы предпочитают испытанные и проверенные продукты и не желают пробовать новые блюда. Перед покупкой обязательно читают этикетки.



ПОВАРА- ГУРМАНЫ

Ищут варианты быстрого приготовления блюд, охотнее заплатят за продукцию известных брендов или за продукцию с дополнительными преимуществами.



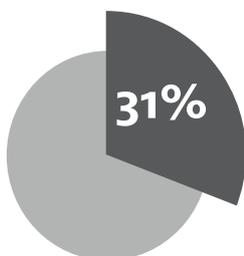
БЕЗЗАБОТНЫЕ ПОВАРА

Меньше остальных покупателей впадают в крайности, в приготовлении пищи заимствуют понемногу от каждого из подходов. Любят готовить «от и до», но не постоянно, меньше обеспокоены ингредиентами лакомств.



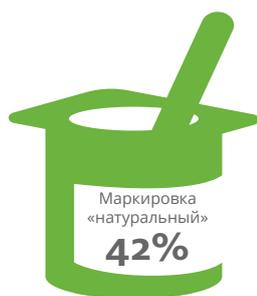
ПОВАРА, ПРЕДПОЧИТАЮЩИЕ УДОБСТВО

Все решает вкус! Не обращают внимания на этикетки. Не стремятся покупать только органические или натуральные продукты.



Приверженцы здорового образа жизни, либо домашние повара среди потребителей





Вероятность продажи **йогурта** с аркировкой **«натуральный»** на **42%** выше, чем без нее



Потребители на **33%** вероятнее купят **десерт** с маркировкой **«натуральный»**, чем без нее



Вероятность продажи **торта** с маркировкой **«натуральный»** на **38%** выше, чем без нее



Потребители на **23%** вероятнее купят **хлеб** с маркировкой **«натуральный»**, чем без нее



Что побуждает потребителей выбрать молочный продукт на основании списков ингредиентов:



- Понятная терминология ✓
- Меньший / более короткий список ингредиентов ✓
- Отсутствие искусственных добавок, Е-кодов ✓
- Любое упоминание функциональных ингредиентов, таких как пищевые волокна ✓
- Упоминание «натуральный» ✓



Что побуждает потребителей выбрать хлебобулочное изделие на основании списков ингредиентов:



- Понятная терминология ✓
- Краткий список ингредиентов — восприятие изделия как более домашнего ✓
- Меньшее количество добавок / меньше ненужных ингредиентов ✓
- Качество ингредиентов, например, оливковое масло первого холодного отжима ✓

63%

потребителей сменили бы бренд в пользу продукта с маркировкой «натуральный»



«Натуральный» продукт

воспринимается как более полезный для здоровья и более вкусный, что значительно увеличивает его привлекательность



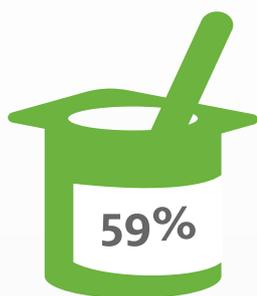
САМЫЕ ВОСТРЕБОВАННЫЕ МАРКИРОВКИ

36% потребителей активно ищет «натуральные» продукты



27% потребителей активно ищет продукты «без добавок»

СМЕНА БРЕНДОВ



59% потребителей сменили бы любимый **йогурт** на продукт другого бренда с маркировкой «натуральный»



61% потребителей сменил бы свой любимый **торт** на торт другого бренда с маркировкой «натуральный»



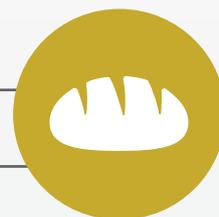
69% потребителей сменили бы свой любимый **молочный десерт** на продукт другого бренда с маркировкой «натуральный»



56% потребителей сменили бы свое любимое **печенье** на продукт другого бренда с маркировкой «без добавок»



Вероятность смены бренда «без маркировки» на «с маркировкой»



64%

«Полностью натуральный»

61%

60%

«Натуральный»

54%

57%

«Без добавок»

55%

45%

«Органический»

48%

«Маркировка «натуральный» чаще других вызывает смену бренда продукта»

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ «ЧИСТОЙ ЭТИКЕТКИ»
ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ
И ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ

МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ

Будучи полезными для здоровья, йогурты должны иметь маркировку «натуральный»

Маркировка «без добавок» и «натуральный» значительно усиливает привлекательность хлеба

«Нехимическое» звучание: важны списки привычных и узнаваемых ингредиентов

«Чистая этикетка» способна увеличить привлекательность молочных лакомств.

Даже обработанные продукты, такие как спреды, можно улучшить «чистой этикеткой»

Печенье и торты также можно улучшить маркировкой «натуральный» или «без добавок»

ХЛЕБОБУЛОЧНЫЕ ИЗДЕЛИЯ



Прочтите наш отчет, чтобы ознакомиться со всеми результатами нашего исследования и понять, как создавать вкусные продукты с «чистой этикеткой», привлекательные для потребителей.

Расшифровка кода «чистой этикетки»

[Загрузить отчет](#)

Ingredion
idea labs ^{i2s}