

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.



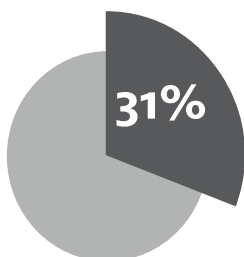
**БЕЗЗАБОТНЫЕ
ПОВАРА**

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, E-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



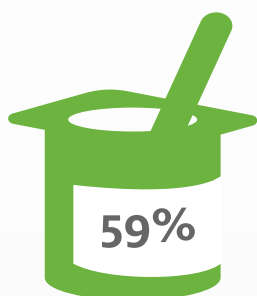
САМЫЕ ВОСТРЕБОВАННЫЕ МАРКИРОВКИ

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»



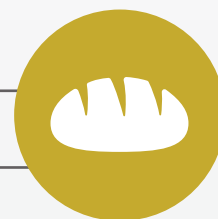
69% потребителей сменили бы свой любимый **молочный десерт** на продукт другого бренда с маркировкой «натуральный»



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}