

Инновации в упаковке в мясной промышленности

Сегмент замороженного и охлажденного
мяса



Ситуация в России



Рынок мяса в России насыщен по количеству, ассортименту и производителям. При этом сегмент упакованного мяса развивается недостаточно быстро.

Ситуация в России



По-прежнему преобладает неупакованное мясо, что связано со стереотипом «свежее – значит без упаковки». Это связано с традицией предыдущих поколений покупать свежее мясо на рынке.



С развитием современных форматов магазинов мясо стали упаковывать в отделах типа «кулинарии» и продавать под брендами магазина/сети

Ситуация в России



При этом упаковка для мяса используется стандартная – пластиковый лоток, пленка, потребительская информация. Тем не менее этот продукт уже является полуфабрикатом – т.к. мясо подготовлено для определенного блюда

Ситуация в России



Несколько лет назад стали развиваться бренды производителя в сегменте охлажденного и замороженного красного мяса

Ситуация в России



Производители, продающие продукцию под своими брендами, применяют также стандартную упаковку – прямоугольный лоток, большое окно в котором видно мясо – или наклейка на пленку.

Основные стереотипы потребления глазами производителей

1. Мясо – слишком традиционный продукт, что бы на этом рынке произошли резкие изменения
2. Упаковка мяса может быть использована только для премиум-сегмента
3. Покупателю необходимо видеть кусок мяса (как можно больше), что бы убедиться в его качестве
4. Потребители умеют выбирать мясо, они лучше знают, какую часть выбрать для приготовления блюд
5. Людям нравится смотреть на мясо, выбирать его и готовить, это целый ритуал.

Что говорят потребители

Я живу одна – и мне неудобно покупать кусок мяса. Ну что я буду делать с этим куском? Ем мясные блюда на бизнес-ланче несколько раз в неделю.

Алина, 32 года, начальник отдела

Я покупаю мясо в супермаркете для моей семьи на всю неделю. Потом приходится дома все разделять на порции и замораживать в отдельных пакетах. Уходит уйма времени!

Виктория, 43 года,
домохозяйка

Когда жена в командировке, мы с сыном едим нагетсы и пиццу. Почему не кинуть на сковородку кусок мяса?

Нуу, это долго и сложно!

Алексей, 40 лет,
преподаватель

Мы недавно поженились и мне приходится часто готовить. А я не умею правильно выбирать мясо – поэтому не все мои блюда ... «идеальны». Проще купить полуфабрикаты.

Даша, 23 года,
секретарь

Потребительское поведение изменилось

1. Потребители в крупных городах привыкли к полуфабрикатам, порционным и красочным упаковкам в других категориях продуктов.
2. Увеличилось количество людей, которые живут одни или вдвоем
3. Не все потребители мяса любят и умеют готовить, а также выбирать мясо
4. Тем не менее потребители отчаянно ищут «гарантию свежести и натуральности», что привело к резкому росту интереса к «фермерским» продуктам.



Потребители меняются!

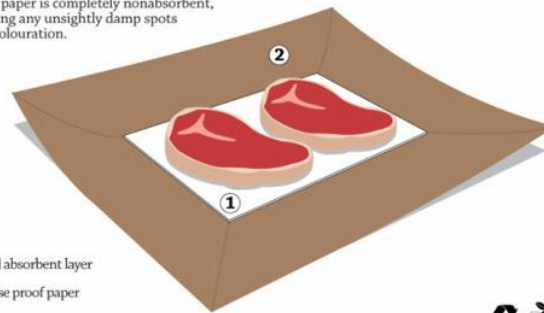
Упаковка остается?

Тенденции в мире



MEATY PACKAGING

The packaging is completely biodegradable, being treated with water proof starch spray means that the paper is completely nonabsorbent, preventing any unsightly damp spots and discolouration.



- ① Rigid absorbent layer
- ② Grease proof paper



Эко – упаковка с минималистичным дизайном

Тенденции в мире



Эко – упаковка без коррекса и лотка

Тенденции в мире



Закрытая упаковка с изображением готового блюда

Тенденции в мире



Премиум-упаковка без изображения продукта – «абсолютный» бренд

Тенденции в мире



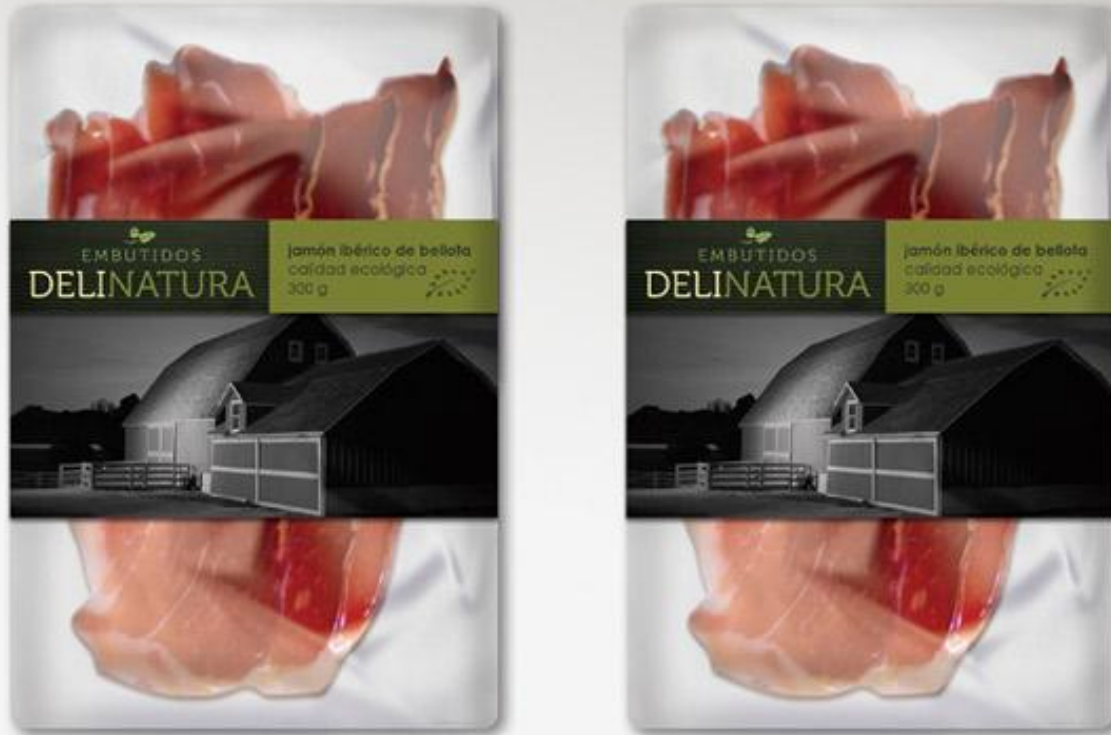
Натуральные фактуры

Тенденции в мире



Натуральные фактуры и «говорящие» пиктограммы

Тенденции в мире



«Фермерское» происхождение

Тенденции в мире



Эко-упаковка нестандартной формы

Наши инновации



Эко-упаковка
Закрытая форма
Простая сборка

Наши инновации



Оригинальные пиктограммы
Рецепты на упаковке
Современный «пиксельный» дизайн

Наши инновации



Упаковка с перфорацией
Удобно хранить в морозилке и размораживать
Для одного человека – или для большой компании

Наши инновации



Современный «пиксельный» дизайн
Удобно дома и в магазине
Стандартизированный продукт

Спасибо за внимание!