# Инновации в упаковке в мясной промышленности

Сегмент замороженного и охлажденного мяса







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





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





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





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







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 мясо. 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
разделывать на порции и
замораживать в отдельных
пакетах. Уходит уйма
времени!

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.

Виктория, 43 года, домохозяйка

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?













Закрытая упаковка с изображением готового блюда





Премиум-упаковка без изображения продукта – «абсолютный» бренд















Натуральные фактуры и «говорящие» пиктограммы















Эко-упаковка Закрытая форма Простая сборка





Оригинальные пиктограммы Рецепты на упаковке Современный «пиксельный» дизайн





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







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



## Спасибо за внимание!