



ДОМАШНЕЕ
БИСТРО

ВЮКАША

СИЛА ДВУХ
ПРЕБИОТИКОВ



ВіОКАША Что такое ВіОКаша



ВіОКаша «Домашнее Бистро» – это хлопья для приготовления каш высокого качества, обогащенные смесью двух высокоэффективных пребиотиков (инулин+лактолоза в правильном сочетании)

Поэтому, ВіОКаша «Домашнее Бистро» - это не просто полезный и вкусный продукт (как любая каша), но продукт с дополнительными функциональными свойствами

ВіОКаша «Домашнее Бистро» - это современный продукт для здорового образа жизни и питания, что убедительно отражается в ее цене, качестве, рецептурах и дизайне

СИЛА ДВУХ
ПРЕБИОТИКОВ



На первом этапе выхода продукта на рынок мы выпускаем **3 вида хлопьев, обогащенных пребиотиками**: овсяные, гречневые, 5 злаков.

Во второй половине 2012г. планируется выпуск еще нескольких видов хлопьев: пшеничные, рисовые, 7 злаков.

ВЮКАША

Овсяные хлопья

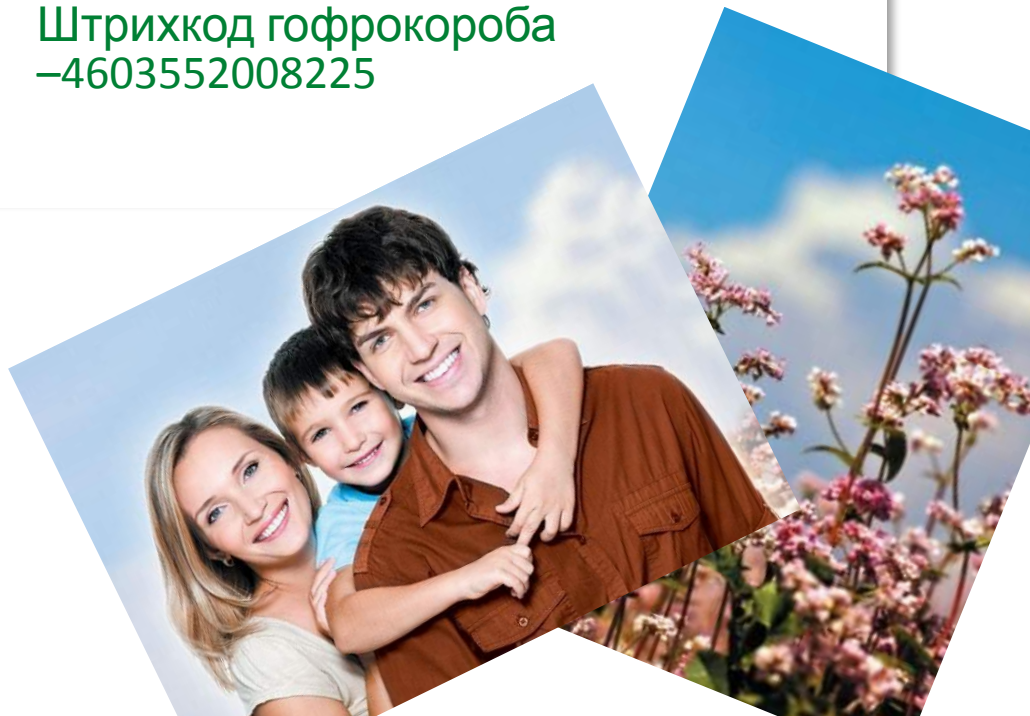


- Овсяные хлопья среднего размера, из особых северных сортов овса (растущих в длинный световой день), наиболее богатых растворимыми пищевыми волокнами;
- Вес упаковки – 350г;
- Групповая упаковка -16 шт;
- Штрихкод пачки - 4603552008157
- Штрихкод гофрокороба –4603552008218





- Гречневые хлопья высокого качества, изготовленные из бережно «расплющенной» гречи-ядрицы
- Вес упаковки – 300г;
- Групповая упаковка - 16 шт;
- Штрихкод пачки-4603552008164
- Штрихкод гофрокороба –4603552008225



ВЮКАША

Хлопья 5 злаков



- Хлопья 5 злаков – это смесь овсяных, гречневых, пшеничных, ячменных и ржаных хлопьев высокого качества
- Вес упаковки – 350г;
- Групповая упаковка -16 шт;
- Штрихкод пачки- 4603552008195
- Штрихкод гофрокороба –4603552008256



Функциональные продукты питания и напитки на сегодняшний день являются самым быстрорастущим сегментом пищевой отрасли на мировом рынке.

Прогнозируется, что до 2015 года ежегодный рост спроса на продукты здорового питания в США, Японии и ведущих странах Европы – Великобритании, Франции, Германии, Италии и Испании – составит от 4 до 6%. Для сравнения, прирост объемов потребления продуктового рынка в целом в развитых странах не превысит 1%.

Россия идет тем же путем. В последнее десятилетие, ввиду роста числа хронических заболеваний и установления их причинной связи с несбалансированным питанием, к пищевым продуктам стали относиться как к эффективному средству для поддержания здоровья, а также снижения риска возникновения многих заболеваний.

В 2010 году компания Euromonitor International зафиксировала уход российского рынка функциональных продуктов от статуса «ниша». Все большее число потребителей понимают, что приверженность к здоровым продуктам питания в конечном итоге способствует снижению риска заболеваний, поэтому россияне ищут в магазинах продукты и напитки

со специальными свойствами. Ожидается, что растущий спрос на здоровые продукты питания продолжится в России до 2014 года. Устойчивые объемы потребления показывают продукты, обогащенные пробиотиками, пребиотиками, клетчаткой и пищевыми волокнами.



Прогноз развития рынка функциональных каш и хлопьев

По данным BusinesStat в 2010 г объем хлебобулочных изделий составляет 61% в общем объеме функциональных продуктов, а кисломолочных продуктов около 23,5%.

Каша и хлопья, только начинают завоевывать рынок функционального питания и, на конец 2010 года, занимают 1-2% . Именно поэтому, прогнозируя сценарий развития рынка каш можно использовать тенденции кисломолочного и хлебного рынков, глядя на которые очень четко прослеживается тенденция перехода с обычных продуктов на обогащенные «Bio»-продукты.

Стоимостный объем продаж всех функциональных продуктов в России постоянно растет. В период с 2006 по 2010 гг оборот рынка вырос на 60%: с 41,2 млрд руб до 65,9 млрд руб.

Стоимостный объем продаж функциональных продуктов в 2011-2015 гг вырастет до 98,5 млрд руб. Стоимостный объем рынка к 2015 г вырастет на 36% по отношению к 2011 г.

Продажи по видам функциональных продуктов, Россия, 2007-2010 гг

	2007	2008	2009	2010
Каша и хлопья, млрд.р.	0,32	0,45	0,49	0,61
Прирост		40%	9%	25%

Прогноз продаж по видам функциональных продуктов, Россия, 2011-2015 гг

	2011	2012	2013	2014	2015
Каша и хлопья, млрд.р.	0,70	0,75	0,84	1,04	1,25
Прирост	14,7%	7%	12%	24%	20%

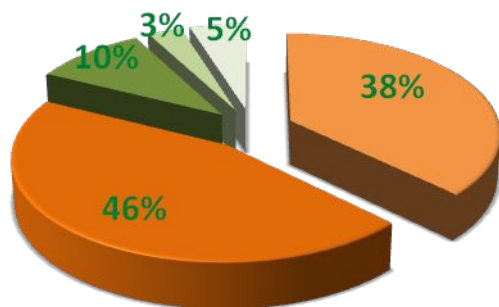


Результаты исследования мнения целевой аудитории в Санкт –Петербурге и Москве

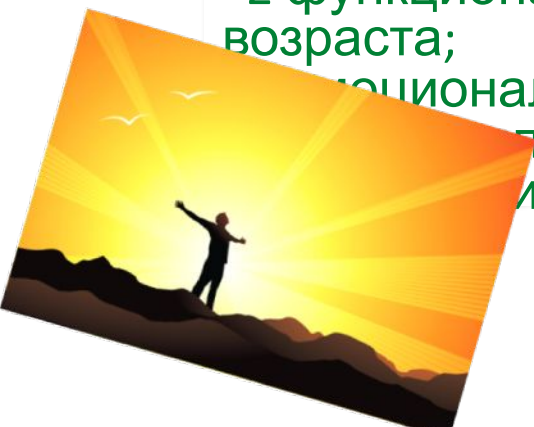
По результатам опроса проведенного среди целевой аудитории, по сравнению с предыдущими периодами наблюдается смещение потребления в сторону более дорогих продуктов имеющих не только функциональное, но и эмоциональное позиционирование. Эта тенденция говорит о развитии рынка и о необходимости более глубокого сегментирования.

83% опрошенных выразили заинтересованность в новом продукте: хлопьях, обогащенных пребиотиками.

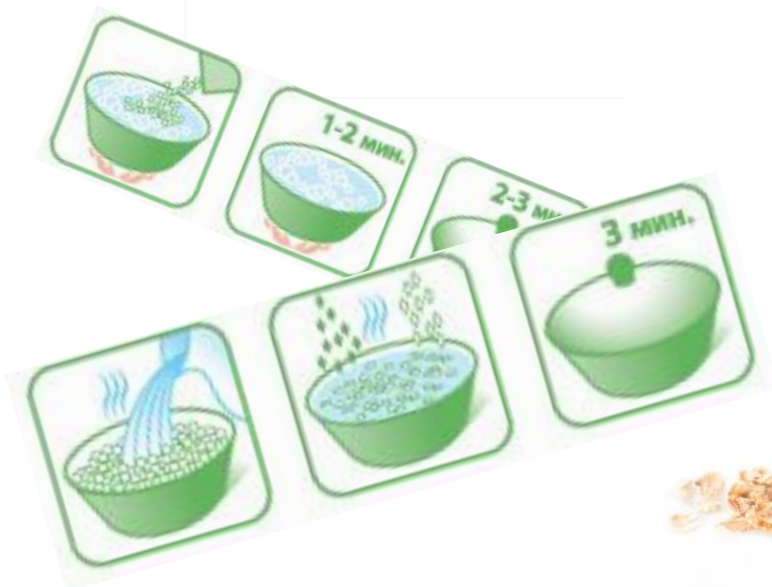
Да	Скорее да	Скорее нет	Нет	Затрудняюсь
38%	46%	10%	3%	5%



- Обогащенные пребиотиками хлопья (уникальный продукт на рынке насыпных каш);
- Обоснованная цена, которая выше чем у части конкурентов, что дает возможность продавать продукт имеющий более высокую маржу;
- Дизайн продукта, соответствующий требованиям целевой аудитории(подтверждено исследованиями), что позволяет «обновить» полку и привлечь внимание потребителей;
- Позиционирование продукта отражено на 3 уровнях:
 - 1 физический – обогащенные насыпные каши быстрого приготовления;
 - 2 функциональный – продукт полезен для людей любого возраста;
 - 3 эмоциональный – это каша для современных, гармоничных личностей заботящихся о себе и своей семье.



- Каша внутри пачки упакована в пакет, что более гигиенично и дает возможность продукту дольше храниться, не прогоркая;
- Каша может быть использована как моментальная («просто залить кипятком»), так и вариться несколько минут (становится более мягкой). Эти 2 способа приготовления отражены на упаковке, что позволяет охватить большее количество целевой аудитории.



СИЛА ДВУХ
ПРЕБИОТИКОВ



В состав BioKaши входят только эффективные и исследованные пребиотики – **инулин и лактулоза**, в специально подобранных пропорциях. Вместе они обеспечивают полноценное «питание» для нормофлоры всего желудочно-кишечного тракта человека.

Inulin - особые пищевые волокна, содержащиеся в высоких концентрациях в корне цикория, топинамбура и некоторых других растений.

Lactulose – пребиотик, вырабатываемый из сыворотки молока, активно изучается и используется в западных странах и Японии уже с 1948 года.

Пребиотики – это нерастворимые углеводы, которые стимулируют рост и жизнедеятельность собственной полезной микрофлоры человека.

*Пребиотики восстанавливают механизмы усвоения микронутриентов, **повышая естественные защитные силы (иммунитет) организма.***

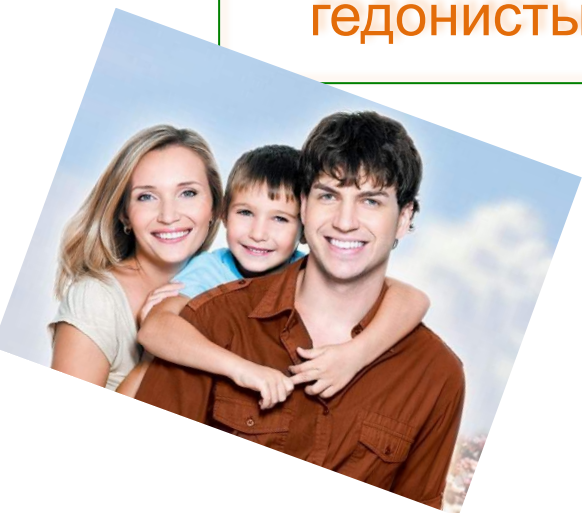
Питание, обогащенное пребиотиками, помогает восстанавливать здоровье организма, подверженного стрессам и испытывающего влияние неблагоприятной экологии.

Инулин и лактулоза используемые в **ВЮКАШЕ** обладают следующими свойствами:

- ✓ Снижают уровень холестерина в крови и риск развития сердечно-сосудистых заболеваний
- ✓ Укрепляют иммунитет, нормализуют углеводный и липидный обмен
- ✓ Активизируют рост и активность бифидо и лактобактерий, нормализуют кишечную микрофлору, как у взрослых, так и у детей.
- ✓ Угнетают жизнедеятельность патогенной микрофлоры,
- ✓ сокращают интоксикацию организма
- ✓ Повышают усвоение организмом витаминов, кальция и других минералов, поступающих вместе с пищей



- ❖ Женщины/мужчины с детьми, 25 – 45 лет; среднее, высшее образование; работающие и не работающие;
- ❖ Представители целевой аудитории заботится о своем здоровье и здоровье своих близких, стремятся к современному подходу к питанию;
- ❖ Главные ценности: семья, личностный рост;
- ❖ Психотип (по технологии Комкон): обыватели и гедонисты.



ВЮКАША Формула гармонии



- ❖ Нормализация обмена веществ = молодость и красота
- ❖ Здоровое пищеварение = энергия для новых свершений
- ❖ Сильный иммунитет = радость полной жизни
- ❖ Контроль веса = легкость и уверенность в себе
- ❖ Польза для всей семьи = забота и любовь

ИЗКИМ



ВіОКАША - продукт для гармоничных личностей

Человек чувствует себя гармонично, когда все сферы его жизни наполнены и развиты: семья, друзья, здоровье, карьера, деньги, его внутреннее самовыражение. Гармоничная личность обязательно успешна, а успех приходит только к любознательным и бесстрашным новаторам которые стремятся к познанию себя и самовыражению. **ВіОКАША** предназначена для людей которые выражают свою сущность во всем, даже продукты стараются выбирать с любовью и в соответствии со своими потребностями. Стремятся наполнить все аспекты жизни осознанностью и не оставить без внимания своих родных! Все современные семьи только заботятся о своих близких, но и стремятся не отставать от новых тенденций и улучшать жизнь во всех аспектах в соответствии с новыми технологиями. Именно поэтому на рынке появился новый продукт – **ВіОКАША**, который позволит современным людям удовлетворить свои потребности в функциональных продуктах питания.

