

WORLD DAIRY TRENDS AND INSIGHTS GLOBAL STORE CHECK AND CASE STUDIES



ЭКСПЕРТ КАТЕГОРИИ

Depot принимало участие в создании и продвижении нескольких десятков брендов молочной и кисломолочной продукции для России, Казахстана, Белоруссии, США.



КЛЮЧЕВЫЕ КРОСС-КАТЕГОРИЙНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТРЕНДЫ

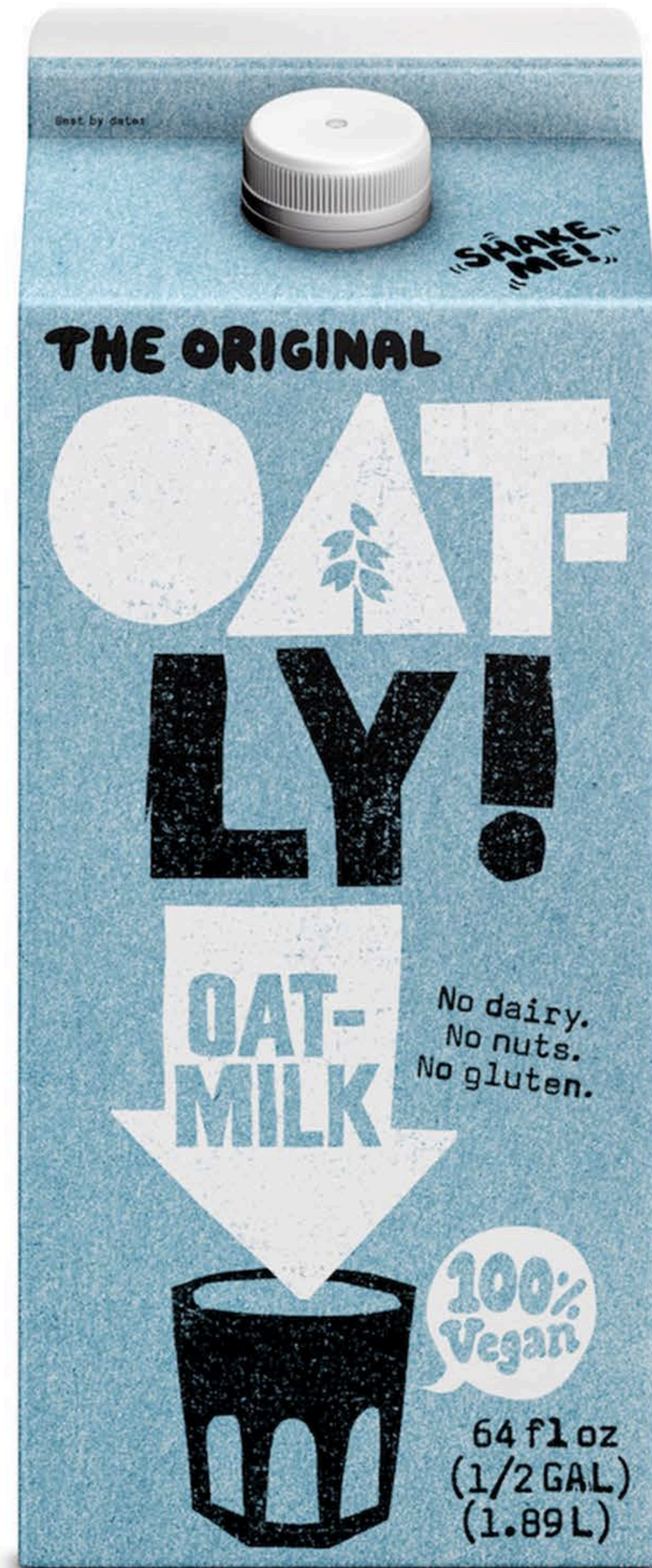
1. УПРОЩЕНИЕ
2. ПРЕМИУМИЗАЦИЯ
3. НАТУРАЛЬНОСТЬ
4. ВПЕЧАТЛЕНИЯ

КОЛИЧЕСТВО
ПРОДУКТОВ И
ИНФОРМАЦИИ
НЕУКЛОННО РАСТЁТ.

ЧЕМ ПРОЩЕ И ПОНЯТНЕЕ
ДОНОСИТСЯ ДО
ПОТРЕБИТЕЛЯ
ОСНОВНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ, ТЕМ
ЛУЧШЕ.

1 УПРОЩЕНИЕ SIMPLIFICATION

США



РОССИЯ



БРЯНСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ



**ВСЁ БОЛЬШЕЕ КОЛИЧЕСТВО
ПРОДУКТОВ
ПОЗИЦИОНИРУЕТСЯ В
СЕКМЕНТЕ «СРЕДНИЙ + ».**

ПРОДУКТОВЫЕ ИННОВАЦИИ.

**ГРАФИКА, УПАКОВОЧНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ И ПОСТ-ПРИНТ
ЭФФЕКТЫ СТАНОВЯТСЯ
НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НА
ПОЛКЕ.**

2 ПРЕМИУМ PREMIUM

ТУРЦИЯ

Поиск новых форм продукта. В 2018 году Ülker запустил линейку жидкого маргарина.



США

Половина и половина - это название различных напитков и продуктов, приготовленных из смеси двух частей, включая молочные продукты, алкогольные напитки и безалкогольные напитки.



ЮАР



ИТАЛИЯ



ТУРЦИЯ

Новые материалы для сыра и масла с целью демонстрации позиционирования бренда (сыр, масло).



**ТРЕНД «НАТУРАЛЬНОСТЬ»
КАСАЕТСЯ КАК САМОГО
ПРОДУКТА, ТАК И
УПАКОВКИ.**

**ЛЮДИ ДУМАЮТ КАК О
СВОЕМ ЗДОРОВЬЕ, ТАК И
ОБ ЭКОЛОГИИ В ЦЕЛОМ.
ЭКОСИСТЕМА ПЛАНЕТЫ
СТОИТ В ГЛОБАЛЬНОЙ
ПОВЕСТКЕ.**

3

**НАТУРАЛЬНОСТЬ
NATURALNESS**

ORGANIC SUSTAINABLE COMMUNITY

В США компании, которые выступают за бережное отношение к окружающей среде, создали ассоциацию OSC2 Compostable Packaging Collaborative.

Члены ассоциации предлагают свои идеи по отказу от вредных для планеты материалов: отказываются от пластиковых пакетов и соломинок, призывают покупателей возвращать банки на переработку и создают инновационные крышки.



SUSTAINABLE PACKAGING

Arla Foods — первый заказчик, который выбрал SIG's SIGnature, асептическую упаковку из картона, выполненную из материалов растительного происхождения, для своей линейки органического молока Arla BIO Weidemilch.



A COMMITMENT TO
SUSTAINABILITY



SUSTAINABLE PACKAGING

В 2015 г. *Valio* впервые внедрила картонную упаковку Tetra Rex с гребешком на основе растительных волокон для своего органического и кислого молока *Valio Luomu*.

К концу 2018 экономичная упаковка стала использоваться для молока, кислого молока, сливок и йогурта, продаваемых в Финляндии.



ПРОДУКТОВЫЕ ТРЕНДЫ 2019



TOP NUTRITION TRENDS IN 2019

PLANT-BASED PROTEINS



MILK ALTERNATIVES



TRADITIONAL GRAINS



DIGESTIVE HEALTH



INTERMITTENT FASTING





ТУРЦИЯ

С ростом категории полезного питания многие производители добавили линейку «Кефир» в свое продуктовое портфолио. Преимущественно это Кефир без добавок, но также присутствуют и фруктовые варианты напитка.



ИТАЛИЯ





США



КЕЙС DEPOT

ЗАДАЧА

Торговая марка Good Moood Farm начала свое развитие с 2010 года, выпустив на канадский рынок кефир и ряженку.

Впоследствии было решено расширить географию продаж за счет выхода на рынок США.

Стартовать предполагалось в Калифорнии, которая является одним из лидеров по производству молока в США. Агентству Depot была поставлена задача по разработке дизайна упаковки кефира, который все еще остается достаточно новым продуктом для американских покупателей.



КЕЙС ДЕПОТ

ДИЗАЙН

Основным элементом дизайна стали вполне «категорийные» героини, выполненные в современной скетчевой стилистике коровы.

Белый матовый фон усиливает лаконичность дизайна упаковки и делает ее заметной на полке, а размещенный на фронтальной части этикетки логотип Real California milk выигрышно акцентирует привязку продукта к региону известному своей высококачественной молочной продукцией.



КЕЙС DEPOT

ИЛЛЮСТРАЦИИ

Иллюстрации наполнены иронией – все привыкли к свитерам с оленями, а наши героини одеты в похожие свитера, но выполненные в более оригинальной стилистике. Модные персонажи изображены в свитерах с коровками и домиками. Разработанная визуальная концепция отвечает ценностям бренда: придерживаться «экологического» подхода в производстве, не использовать консерванты и радовать покупателей и их близких высококачественными, традиционными и вкусными продуктами.



КЕЙС DEPOT

ПРОДАЖИ

Старт продаж в Калифорнии состоялся в 2017 году и кефир Good Mood Farm в стильной упаковке сразу же привлек внимание покупателей.

В настоящее время кефир Good Mood Farm получил распространение за пределами Калифорнии, в частности, в таких штатах, как Вашингтон, Орегон, Невада. Планируется начало продаж и в других штатах Западной части США с последующим выходом на Восточное побережье. В ближайшей перспективе продуктовая линейка бренда в США будет расширяться за счет новых вкусов, а также различных форматов упаковки.



DAIRY ALTERNATIVES

Oat, cashew, almond & coconut are the most common plant-based alternative milks

ЗАМЕНИТЕЛИ МОЛОКА

Новинки 2019 года не только не содержат лактозы, они веганские и на основе растительных компонентов.

Almond Breeze Almondmilk Creamers and Banana AlmondMilk

Линейка овсяного молока от Silk



ЗАМЕНИТЕЛИ МОЛОКА



Good Plants Dairy Free Yogurt Alternative от Danone
(запуск январь 2019)

Koia Keto Plant протеиновые напитки



ТУРЦИЯ

Веганские продукты - растущий тренд категории. Долгое время единственным заменителем было соевое молоко. Сегодня на полках присутствуют множественные альтернативы.



ТУРЦИЯ



FOMILK

SOYA

Neden Ben?
ÇÜNKÜ BEN
ENFES SOYA
TANELERİNDEN
YAPILMIŞ
-Vegan-
LAKTOZSUZ
GLUTENSİZ
NEFİS BİR
İÇECEĞİM



NET 1le

FOMILK

BADEM

Neden Ben?
ÇÜNKÜ BEN
ENFES
BADEMLERDEN
YAPILMIŞ
-Vegan-
LAKTOZSUZ
GLUTENSİZ
NEFİS BİR
İÇECEĞİM



NET 1le

FOMILK

BADEM

Neden Ben?
ÇÜNKÜ BEN
ENFES
BADEMLERDEN
YAPILMIŞ
-Vegan-
LAKTOZSUZ
GLUTENSİZ
NEFİS BİR
İÇECEĞİM



NET 1le

FOMILK

FINDIK

Neden Ben?
ÇÜNKÜ BEN
ENFES TÜRK
FINDIKLARINDAN
YAPILMIŞ
-Vegan-
LAKTOZSUZ
GLUTENSİZ
NEFİS BİR
İÇECEĞİM



NET 1le

ТУРЦИЯ

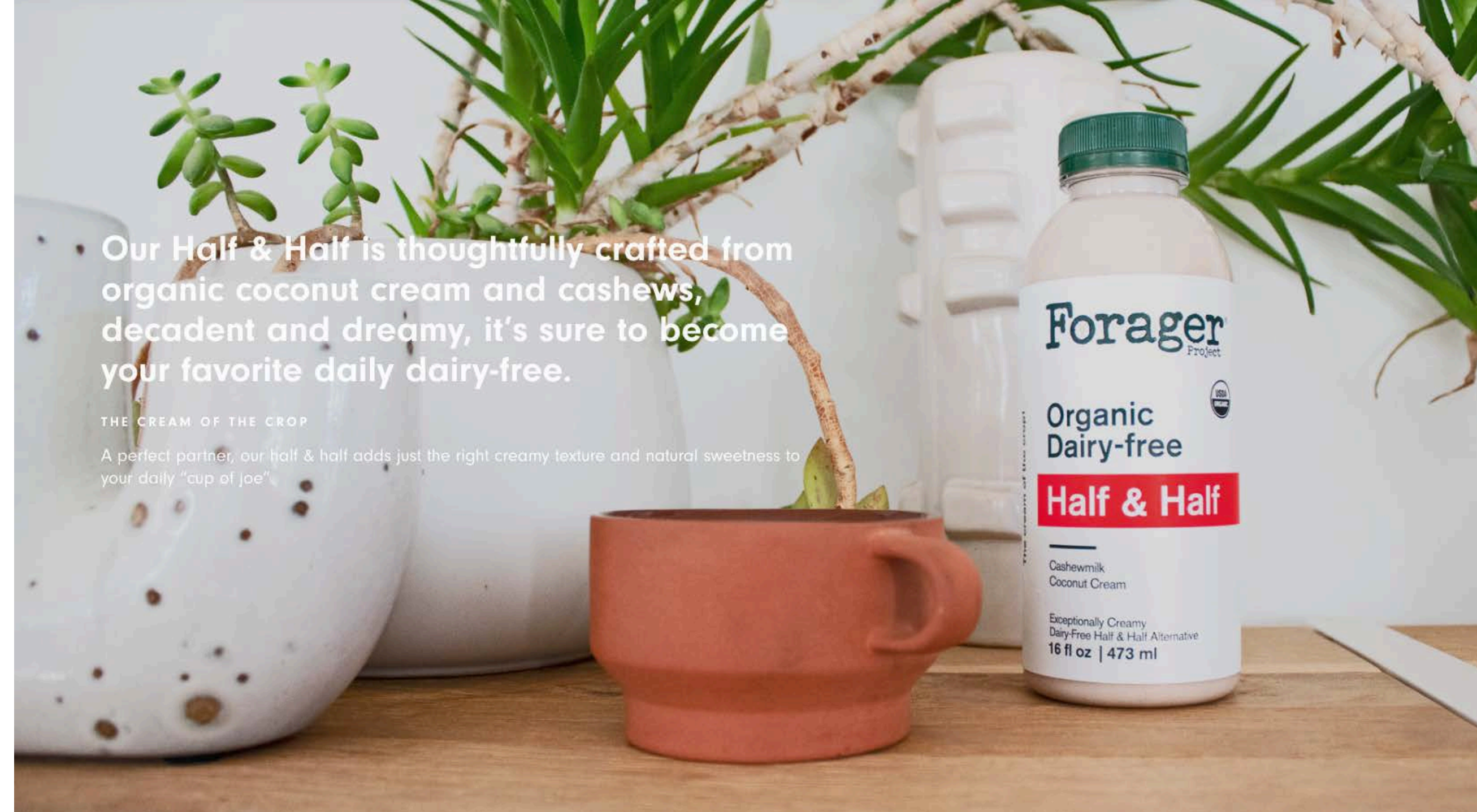
Протеиновые напитки - самый главный тренд молочной категории в Турции. Два самых больших бренда Pınar и İçim (Laktalis) запустили свои протеиновые линейки в 2018, а за ними последовали все остальные производители.



США: ОРГАНИКА НА РАСТИТЕЛЬНОЙ ОСНОВЕ

Forager Project базируется в Сан-Франциско. Бренд был создан Stephen Williamson и его приемным сыном в результате глубокого разочарования в массовых продуктовых брендах, особенно в овощных соках, которые фактически таковыми не являются.

Бренд Forager Project — это линия органических продуктов, изготовленных без молока, на растительной основе из чистых и простых ингредиентов.



США:

НОВИНКА!
ORGANIC+PROTEIN





**ЕДА ДОЛЖНА
ДОСТАВЛЯТЬ
УДОВОЛЬСТВИЕ КАК
ФИЗИЧЕСКОЕ, ТАК И
ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ.**

**РАСТУЩИЙ ТРЕНД
СОЗНАТЕЛЬНОГО
ПОТРЕБЛЕНИЯ: Я ХОЧУ
ЗНАТЬ, ЧТО Я ЕМ И
ПЬЮ.**

4 ВПЕЧАТЛЕНИЯ EXPERIENCE

ВРЕМЕНА, КОГДА ДИЕТОЛОГИ
СОВЕТОВАЛИ ИЗБЕГАТЬ
ЖИРОВ, ПРОШЛИ.
СЕЙЧАС ВСЕ ЗНАЮТ, ЧТО
ПОЛЕЗНЫЕ ЖИРЫ ДОЛЖНЫ
БЫТЬ В РАЦИОНЕ КАЖДОГО
ЧЕЛОВЕКА.

КЕТОГЕННАЯ ДИЕТА —
МЕНЬШЕ УГЛЕВОДОВ, БОЛЬШЕ
ЖИРОВ И БЕЛКОВ, ЗАДАЕТ
НОВЫЙ ТРЕНД



BUTTER COFFEE

В Силиконовой долине получил распространение энергетический напиток на основе кофе и сливочного масла. Этот необычный напиток пользуется большой популярностью из-за приятного вкуса, бодрящего эффекта и увеличения концентрации.

Рецепт этого кофе создал Дэйв Эспри, который до сих пор занимается его продажей.





ПРОИЗВОДИТЕЛИ
МОРОЖЕНОГО УЖЕ
ДАВНО ВЫШЛИ ЗА
РАМКИ ПРИВЫЧНОГО:
НОВЫЕ ВКУСЫ=НОВЫЕ
ЭМОЦИИ.

PALETAS

AUTHENTIC RECIPES FOR
mexican ice pops, shaved ice
& aguas frescas



MOCHI ICE CREAM

В США успехом пользуются тренды из других стран: японское моджи-мороженое, турецкое мороженое-тянучка или мексиканское жареное мороженое.



BAHROMA BY DEPOT

Forbes

Dieline's Top 50
Packaging Projects of
2018



ВСЕ ГРАНИ ВОСТОЧНЫХ НАСЛАЖДЕНИЙ

• ВАНРОМА •

СЭНДВИЧ
КУНЖУТНАЯ
ХАЛВА



230418
1010
A

НОВАЯ ЭПОХА «ПРОЗРАЧНЫХ» ПРОДУКТОВ: CONNECTED PACKAGING

Люди хотят знать все о происхождении продукта: кто производитель, как был произведен и упакован продукт, как он попал на стол. Потребитель хочет знать и понимать всю производственно-логистическую цепочку.

Долгое время баркод был единственным инструментом отслеживания товара. Сейчас появляются альтернативные способы с использованием технологии RFID (radio frequency identification), позволяющие усовершенствовать обмен информацией.

Упаковка - интерактивный инструмент как для производителя, так и для потребителя.



РАЗРАБОТКА
ПРОДУКТОВОГО
БРЕНДА
МОЛОЧНОГО
ХОЛДИНГА
«ЭКОНИВА»

«ЭкоНива» является одним из ведущих аграрных холдингов России.



ПРЕДПОСЫЛКИ ПРОЕКТА

«ЭкоНива» является одним из ведущих аграрных холдингов России.

«ЭкоНива» много лет реализовывала свою продукцию через другие перерабатывающие компании, никак не контактируя с конечным потребителем. Однако, экономика России поменялась, а холдинг перерос себя как исключительно производителя сырья. Выход же к потребителю требовал кардинально другого подхода к коммуникациям и визуальной составляющей продукта. Да и самой обновленной компании требовался цельный и эффективный бренд, логично объединяющий все направления деятельности компании в единую масштабную структуру.



ШТЕФАН ДЮРР

В 1994 году немецкий фермер Штефан Дюрр основал агрохолдинг «ЭкоНива» в рамках развития экологического земледелия в России. По сей день Штефан руководит компанией и готов лично поручиться за качество производимой продукции.

Штефан Дюрр — человек, который меняет отношение к сельскому хозяйству, к производству и к отрасли. При этом является для всех бенчмарком, примером. Каждый раз сталкиваясь со «сверхновой» в категории, остальные участники волей или неволей, но тянутся за ней. И прогресс ускоряется. Поэтому Штефан — это очень уместная для российской экономики и для российского сельского хозяйства фигура.

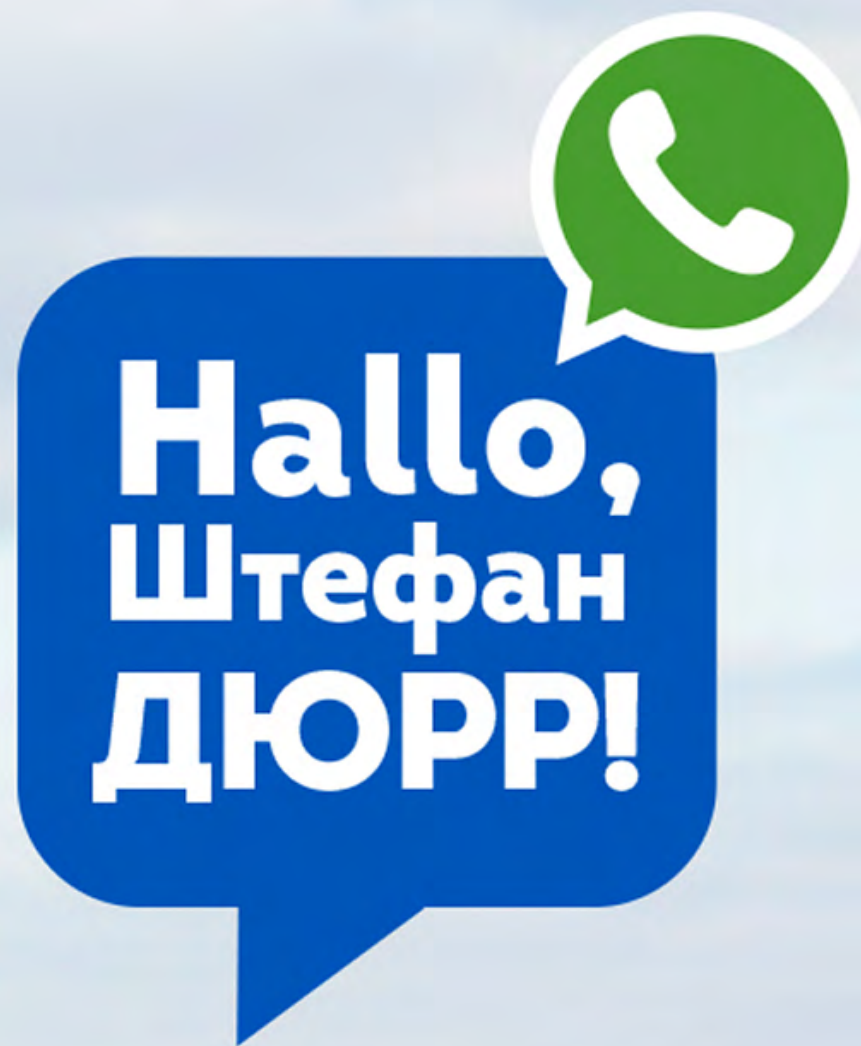


РУЧАЮСЬ ЗА КАЧЕСТВО НАШИХ ПРОДУКТОВ

МЫ НАЗЫВАЕМ МОЛОКОМ ТО, ЧТО
ПО-НАСТОЯЩЕМУ НАТУРАЛЬНО,
ПОЛЕЗНО И ВКУСНО.

Stefan Dierp

ПРЕЗИДЕНТ
ГК «ЭКОНИВА»



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА

«ЭкоНива» сочетает персональную ответственность с беспрецедентной масштабностью, что является по-настоящему уникальной платформой для разработки потребительского бренда.

Поменять молочный рынок в стране, изменить его качественно — была одна из наших задач.

Новый потребительский бренд «ЭкоНива» предназначен стать эталоном на полке. Мы верим, и можно сказать, что это наша социальная позиция: бренд «ЭкоНива» станет эталоном, который задаст новые правила игры и определит новые критерии качества. Тем самым, позволит всей молочной полке эволюционировать и занять буквально новый уровень.

©1998-2019 DEPOT / ВСЕ ПРАВА ЗАЩИЩЕНЫ

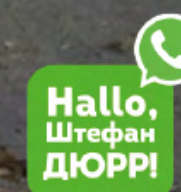
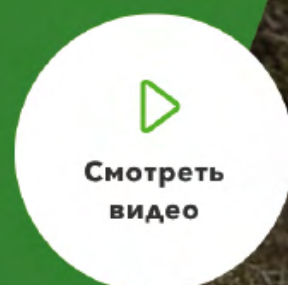


DEPOTWPF.RU

Программа обратной связи «Hallo, Штефан Дюрр»

Президент компании лично гарантирует пользу и натуральность молочных продуктов «ЭкоНива». Вы всегда можете задать ему вопросы через WhatsApp

- Честность •
- Натуральность •
- Качество •
- Надежность
- Открытость •



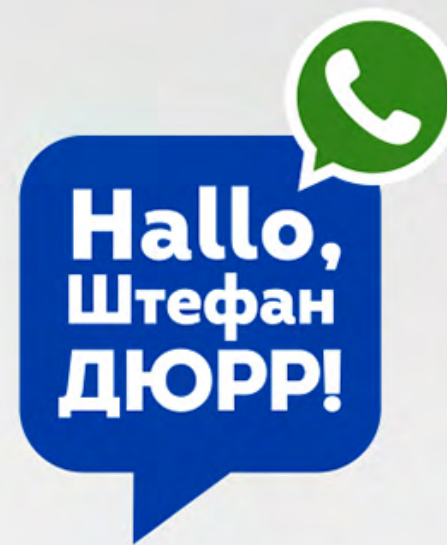
Программа
обратной связи

ДИЗАЙН БРЕНДА

Уникальность разработанного дизайна заключается в использовании аутентичных изображений: все кадры с полей и с производства были сделаны действительно на территориях агрохолдинга. А центральный визуальный элемент представляет собой не только первую букву из названия бренда, но и непрерывный круг, символизирующий полный цикл производственных работ «от поля до прилавка».

Элементы дизайна сложились в целостный образ масштабного бренда, визуальным центром которого стала его первая буква. А цитата владельца агрохолдинга, представленная непосредственно на упаковке, подчеркнула его абсолютную персональную ответственность за продаваемый продукт.









ЕКОНИВА®
ЭКОНИВА
МОЛОКО, КОТОРЫМ МЫ ГОРДИМСЯ

**Большая
ответственность
в надежных руках**

ekoniva-moloko.com



**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**