

МИРОВЫЕ ТРЕНДЫ ПИТАНИЯ: ПОБЕДА ВКУСА И ПОЛЬЗЫ



*В. И. Игнатов, к. х. н., бизнес-директор
направления B2B ГК «НМЖК»*

Сегодня два самых популярных слова: «инновации» и «нанотехнологии» не сходят с экранов телевизоров. Рынок, как живой организм, всегда будоражит умы людей беспокойных, людей креативных, ищущих и внедряющих новое в нашу жизнь. Для таких людей всегда интересны не только тенденции и мода, но и возможность изменить существующие представления, ухватить и направить внимание потребителя в новом неизведанном направлении. Успех таких изысканий гарантирован, если инновационная идея совпадает с ожиданиями потребителя, рыночными тенденциями, локальными особенностями и культурой потребления.

ТРЕНДЫ ПИТАНИЯ В МИРЕ

От года к году потребитель продуктов питания становится все более образованным и избирательным. Средства массовой информации постоянно фокусируют внимание на программах правильного и здорового питания, собирая вокруг этих тем высокие рейтинги. Благодаря этому, ключевым при выборе продуктов питания в мире на сегодняшний день является состав продукта и все больше потребителей обращают на это внимание, прежде чем положить продукт в корзину. Чем понятнее и короче список ингредиентов, тем основательнее уверенность потребителя в безвредности продукта.

Финансовый кризис, который сейчас движется на убыль, безусловно, оставил свой отпечаток. Многие потребители научились делать свой выбор в условиях «похудевшего» кошелька и большего времени на изучение своей покупки. Все чаще мы ощущаем рациональные основы по-

полнения корзины покупателя. Эмоциональные решения принимаются все реже и в тех случаях, когда внимание потребителя останавливается на продукции сильных брендов. Подобный выбор становится более сложным, так как переизбыток схожих продуктов на полке приводит к снижению потребления.

По хронологии эволюции предпочтений можно увидеть, что 10–15 лет назад потребитель обращал внимание на отсутствие ГМО, снижение уровня трансизомеров, 5 лет назад фокус сместился в направлении сбалансированного, диетического питания, а в последнее время польза и удобство в сочетании с оптимальной ценой предложения становятся основными критериями выбора большинства потребителей.

В качестве наглядного примера можно рассмотреть ситуацию в США и Западной Европе, где рост безработицы в большей степени затронул мужчин. Зачастую именно мужчина стал типичным представителем семьи, отвечающим за покупку про-

дуктов питания или принимающим решение на кухне. Рациональные блюда, которые можно приготовить дома из полуфабрикатов или простых недорогих ингредиентов стали основой семейного стола. Доказательством тренда понятности служит и то, что в поисках простоты и чистоты вкуса повара все чаще отказываются от изысканных соусов и начинок, применяя для украшения изделий самые простые ингредиенты.

Еще одна ключевая тенденция потребления в мире – здоровое питание. Причем не только для долгой и активной жизни, но и в целях экономии бюджета. Люди понимают, что здоровье стоит немалых денег и пытаются найти компромисс. Наиболее важным потребителем считается снижение потребления натрия (в поваренной соли и в глутаматах), сахара, холестерина, трансизомеров жирных кислот.

Так же важной тенденцией питания становится «близость, доступность продуктов». Нужно отметить, что на фоне развития продаж через



Победа вкуса и пользы – главное достижение!

ГК «НМЖК» и «Дельта Вилмар» стали обладателями
9 медалей Международного конкурса «Ингредиент года 2011»
(831) 275-47-00, (495) 916-93-91
www.nmgk.ru, b2b@nmgk.ru



НМЖК
группа компаний



Delta Wilmar

ИНГРЕДИЕНТЫ ДЛЯ ЖИЗНИ И БИЗНЕСА

сети, где большая часть товара имеет длительные сроки годности, все активнее начал развиваться сегмент небольших магазинов, пекарен у дома, передвижных точек традиционно европейского формата. Сегодня в мире потребители ассоциируют близость точки продажи со свежестью и натуральностью. Популярными становятся мобильные рестораны фаст-фуда, продовольственные грузовики, передвижные палатки-лотки, которые в течение дня меняют место торговли, тем самым, предлагая покупателю наиболее свежий продукт по минимальной цене.

ПОПУЛЯРНЫЕ ВКУСЫ

Кулинарные и вкусовые тенденции смещаются с севера на юг. Спектр вкусов огромен, в большинстве случаев основан на локальных и субъективных предпочтениях, однако выделить лидеров все же нужно: это испанская и корейская кухни. Копченый вкус и вкус паприки в продуктах питания это не только дань моде, но и стимулятор спроса. Данные вкусы способствуют аппетиту. Кроме того, они удовлетворяют потребность в оригинальности и пикантности вкуса. Все чаще мы наблюдаем их сочетание даже в нетрадиционных для этого направления продуктах питания: например, шоколад и карамель со сладко-соленым вкусом, с дымком, производимые за рубежом.

Не менее востребованы сейчас тропические вкусы, которые ассоциируются у покупателя со свежестью. Аромат кокоса, например, по оценке западных экспертов воспринимается как вкус натурального, естественного. Конфеты, печенье, йогурты, мороженое с данным вкусовым оттенком постоянно набирают популярность.

РОССИЙСКИЙ РЫНОК

Понижательный тренд в хлебопекарной отрасли связывают, прежде всего со снижением численности населения России и постепенным повышением уровня жизни, когда часть хлебобулочных изделий в рационе питания заменяется на мучные кондитерские изделия.

По данным Российской гильдии пекарей и кондитеров, несмотря на

общее падение потребления хлеба за счет сокращения численности населения, внутри отрасли наблюдается стабильное развитие сегмента премиальных хлебобулочных изделий. Разнообразие форм и вкусов обеспечивают данному сегменту лояльность потребителя.

Кондитерский рынок показывает устойчивую динамику роста из-за развития потребления готовых кондитерских изделий и отказа от традиционного приготовления мучных кондитерских изделий в условиях домохозяйств и роста среднего уровня жизни.

В кондитерской отрасли ключевым растущим сегментом является рынок шоколада. Производство шоколадных изделий в России за последние четыре года выросло на 26%. В связи с этим, ГК «НМЖК» и Дельта Вилмар уделяется особое внимание разработке жиров для шоколада и начиночных жиров. Значимой победой стала золотая медаль авторитетного международного конкурса «Ингредиент года 2011», полученная ГК «НМЖК» за инновационный продукт эквивалент масла какао Wilchoc.

ТРЕНДЫ ПИТАНИЯ В РОССИИ

К наиболее популярным вкусам в России, по мнению экспертов, традиционно относится сливочный вкус. В связи с этим специалисты ГК «НМЖК» создали уникальное сочетание ароматических компонентов для линейки маргаринов, обеспечивающее тонкий сливочный вкус в готовых изделиях.

Кроме того ГК «НМЖК» и компанией «Дельта Вилмар» разработана широкая линейка заменителей молочного жира. ЗМЖ, произведенный без трансизомеров жирных кислот, выпускается с 2003 года. Разработаны 8 модификаций продукта, в том числе, и со сливочным вкусом.

Кроме вкуса для потребителя России так же важным сегодня становится и удобство потребления кондитерских и хлебобулочных изделий. Ускоряющийся ритм жизни вынуждает часто перекусывать, иногда на ходу. Перспективным направлением расширения ассортимента изделий на сегодняшний день является производство порционных изделий. Это

миникексы и печенье, миниторты, булочки и др.

Безусловно, нельзя не отметить приоритетность здорового питания. Здоровый образ жизни уже становится нормой для большинства потребителей России. Все больше людей обращают внимание не только на свежесть изделий, но и его состав. Потребитель прекрасно осведомлен о вреде холестерина и пользе диетического питания. Но лишь искушенный потребитель знает сегодня о вреде трансизомеров жирных кислот. Но в ближайшие 2–3 года внимание к этому возрастет и надпись на упаковке «Без трансизомеров» станет важным конкурентным преимуществом.

История развития данной категории в ассортиментном портфеле ГК «НМЖК» началась в 2003 г. На сегодняшний день, по мнению комиссии авторитетного международного конкурса «Ингредиент года 2011», ГК «НМЖК» признана новатором на российском рынке безтрансовых пищевых ингредиентов. В ассортименте компании наряду с жирами существует широкая линейка специализированных маргаринов, не содержащих трансизомеров жирных кислот и обладающих всеми необходимыми функциональными свойствами.

СИЛА ГК «НМЖК» И ДЕЛЬТА ВИЛМАР

В состав Группы компаний «НМЖК» входят предприятия, образующие полный производственный цикл. Система менеджмента качества сертифицирована на соответствие требованиям ГОСТ Р ИСО 9001. Система менеджмента безопасности ОАО «НМЖК» основана на принципах ХАССП и сертифицирована на соответствие ИСО 22 000.

С 2008 года Группа компаний «НМЖК» и Корпорация Wilmar International Ltd – один из крупнейших игроков мирового рынка пальмового масла – являются стратегическими партнерами по производству и реализации промышленных жиров и маргаринов.

Мировой опыт и лидерство на российском рынке дают возможность постоянно развиваться в соответствии с ключевыми трендами пищевого рынка. ●