АНАЛИТИЧЕСКИЙ РАЗБОР НОВИНКИ

Сдобное печенье «Мультизлаковое» с начинкой «Вишня»

Кондитерская фабрика «Хлебный Спас» (ООО «ДИАЛ-К»)

Сдобное печенье «Мультизлаковое» с начинкой «Вишня» - новое российское сдобное печенье с джемовой начинкой и оригинальной обсыпкой из семян и злаков, переводящее привычную категорию сладостей в территорию функционального здорового снекинга, полностью соответствующего условиям новой рыночной реальности.

Инновационность продукта

Формат-инновация «3 в 1»

Соединение в одном изделии трех текстур: сдобного теста, вишневой джемовой начинки и обсыпки из семян и злаков - решение, не имеющее прямых аналогов на российском рынке сдобного печенья. Это прямая отсылка к глобальному тренду на гибридные снеки, который Mintel называет одним из ключевых драйверов категории. Потребитель получает удовольствие и пользу злаков, что создает эффект принципиально нового продукта.

Злаковая функциональность

Акцент на максимальном количестве семян и злаков - лен, кунжут, овсяные хлопья - смещает восприятие печенья с «пустых калорий» на «функциональный перекус», открывая дополнительные сценарии потребления. Лен и кунжут как естественные источники омега-3 и пищевые волокна овсяных хлопьев обогащают продукт витаминами и минералами, а рельефная обсыпка на поверхности визуально подтверждает заявленную пользу.

Чистая формула

Выход за рамки стандартной «сладкой» рецептуры через полный отказ от пальмового масла, ГМО, сои и трансжиров: жировой основой выступает подсолнечное масло премиум-качества. Рецептура отвечает запросу clean label, а статус постного продукта расширяет аудиторию: печенье входит в рацион потребителей, практикующих растительное питание, снимая барьер при покупке сладкого.

Тренд-аналитика (Trend Fit Score)*

Оценка соответствия продукта глобальным потребительским трендам по методологии Mintel GNPD

Тренд	Соответствие	Обоснование
Функциональные ингредиенты в повседневных продуктах	Высокое	Лён, кунжут и овсяные хлопья в составе печенья - это не маркетинговая уловка, а реальный источник клетчатки, витаминов и минералов. Тренд на обогащение повседневных продуктов функциональными ингредиентами набирает силу, и печенье «Мультизлаковое» с начинкой «Вишня» отвечает этому запросу, предлагая знакомый формат с улучшенным профилем.
Снекификация	Высокое	Перенос функций полноценного приема пищи в формат перекуса активно растет. Сытное печенье с начинкой и злаками утоляет голод между основными приемами пищи, а формат 250 г удобен для семейного потребления, а также перекуса в офисе, в дороге.
Гедонизм с пользой	Высокое	Потребители все чаще отказываются от компромисса «вкусно vs полезно». Сдобное тесто с нежной вишневой начинкой дает полноценное десертное удовольствие, а состав на подсолнечном масле премиум-качества без пальмового масла и трансжиров соответствует запросу на правильное питание.

В чем рыночная актуальность новинки?

Для покупателя.

Современный потребитель испытывает вину за употребление сладкого, но не готов отказываться от маленьких радостей. «Мультизлаковое» с начинкой «Вишня» предлагает формулу «лакомство без компромиссов»: чистый состав, постный продукт и яркая вишневая начинка. Видимые семена и хлопья работают как доказательство пользы, а цена 169 руб. за 250 г удерживает покупку в зоне психологически комфортных трат на всю семью.

Для торговой точки.

Категория «печенье» в РФ демонстрирует рост в денежном выражении при стагнации объемов: покупатель мигрирует в средний и средн+ сегменты, требуя ротации и новинок. По данным аналитических отчётов, в категории печенья наблюдается устойчивый спрос на продукты с улучшенным составом. По данным INFOLine и NielsenIQ (2024–2025), ритейлеры вынуждены обновлять ассортимент для удержания маржинальности категории и лояльности аудитории, чувствительной к «чистым» составам.

Рынок печенья в России, по оценкам экспертов, будет расти на 3,5–5,0% в номинальном выражении в ближайшие годы. При этом сегмент «полезных снеков» демонстрирует опережающую динамику. Новинка закрывает нишу между сдобным печеньем и премиальными гранола-снеками, предлагая эффект «доступного премиума».

Коммерческая оценка дизайна (Shelf-Impact)*

Эффект **«полочного отличия»**, способность выделяться на фоне конкурентов

Заметность на полке (Stopper-эффект): ★★★★★

Цветовой контраст. Пудрово-розовый фон упаковки с контрастной темно-вишневой «крафтовой» панелью создает яркий визуальный код, мгновенно считываемый в ряду преимущественно бежевых и коричневых упаковок печенья. Бордово-вишневый акцент безошибочно сигнализирует о вкусе начинки.

Аппетитное макро-фото. Реалистичное изображение печенья с рельефной обсыпкой семян, одно из которых разломлено с видимой глянцевой джемовой начинкой, служит триггером аппетита и подтверждает заявленный формат «3 в 1», создавая эффект свежести и «домашности» продукта.

Маркеры вкуса. Изображения ягод и золотого овсяного колоса дублируют текстовое название, мгновенно сигнализируя о вкусовом профиле и злаковой основе без необходимости чтения надписей на упаковке.

Бренд-блок «Хлебный Спас». Круглая эмблема-печать с колосом и стикер-слоган «Вкусное печенье для Вас!» создают ауру доверия и пекарской традиции, выделяя продукт на фоне безликих масс-маркет упаковок печенья.

Коммуникация пользы. Зеленый шильдик «Без пальмового масла» размещен в верхней зоне упаковки, считывается за секунду и снимает возражения аудитории ЗОЖ.

Считываемость легенды: ★★★★☆

Вербалика «Мультизлаковое». Самое сильное конкурентное преимущество на полке. Слово «мультизлаковое» создает мгновенную ассоциацию с пользой, клетчаткой и витаминами, полностью меняя восприятие классического сдобного печенья.

4

ПЕЧЕНЬЕ «МУЛЬТИЗЛАКОВОЕ» С НАЧИНКОЙ «ВИШНЯ»

Иконная легенда. Четыре пиктограммы в нижней части упаковки - «вишневый джем», «природная польза злаков», «пшеничная и овсяная мука», «без ГМО» - позволяют считать ключевые УТП за один взгляд, без изучения состава на обороте.

Акцент на составе. Вынесение ключевого триггера «Без пальмового масла» в отдельный выразительный шильдик позволяет целевой аудитории, заботящейся о ЗОЖ-параметрах, мгновенно считать главное преимущество.

Стилистическая целостность. «Рваная» фактура вишневой панели, россыпь зерен и натуральные мотивы транслируют природность и ремесленность, что повышает воспринимаемую ценность продукта на полке.

Перспективные каналы сбыта*

Классические супермаркеты и гипермаркеты ★★★★★

Стратегия: Размещение в зоне «здорового питания» рядом с мюсли и злаковыми батончиками, а также в основной кондитерской зоне для охвата массовой аудитории. Акцент на универсальности продукта - подходит и для детей, и для взрослых. Проведение промо-акций с дегустациями для демонстрации вкуса и текстуры - ключевые триггеры для покупателей. Использование POS-материалов с акцентом на «подарок без повода».

Маркетплейсы (Ozon, Wildberries, Яндекс Маркет) ★★★★★

Стратегия: Создание ярких цифровых карточек с акцентом на состав и пользу. Использование визуального контента: фото печенья крупным планом с демонстрацией обсыпки и начинки. Формирование наборов «Для здорового перекуса» с другими продуктами КФ «Хлебный Спас».

Магазины здорового питания ★★★★☆

Стратегия: Позиционирование как постного продукта без пальмового масла и ГМО. Использование промо-цены 129 рублей для привлечения пробных покупок. Размещение на полках рядом с продуктами для правильного питания и прикассовых зонах.

Потребительские инсайты (Триггеры к покупке)

«Польза, которую видно»

В эпоху недоверия к этикеткам потребитель верит глазам. Семена льна, кунжута и овсяные хлопья на поверхности печенья работают как визуальное доказательство натуральности: покупатель «считывает» пользу, не изучая состав, что ускоряет решение о покупке и усиливает эмоциональную лояльность.

«Сытная пауза»

Аудитория устала от «пустых» перекусов, но не имеет времени на полноценный прием пищи. Печенье с джемовой начинкой и злаками воспринимается как сытная замена второму завтраку: его удобно взять в офис, на пикник или иметь упаковку такого печенья в машине, чтобы иметь возможность утолить голод без риска разочарования.

«Качество без переплат»

В условиях экономической нестабильности потребители ищут продукты с оптимальным соотношением цены и качества. Цена 169 рублей за 250 г - это доступный премиум: продукт воспринимается как качественный (за счёт состава и обсыпки), но остаётся в зоне импульсной покупки. Промо-цена 129 рублей снижает барьер пробной покупки, а после первого знакомства потребитель готов возвращаться к продукту снова.

Экспертная оценка новинки*

Оценка потенциала печенья «Мультизлаковое» с начинкой «Вишня» по четырём ключевым критериям, критически важным для закупщиков и дистрибьюторов по 10-балльной шкале

Критерий	Оценка	Аргументация
Инновации	**9/10**	Продукт не совершает технологического прорыва, однако успешно внедряет форматную гибридизацию: первое сдобное печенье с начинкой и семенно-злаковой обсыпкой не имеет прямых аналогов на российском рынке. Перенос логики «десерт + функциональные злаки» в консервативную категорию создает четкое УТП и эффект новизны.
Цена / Качество	**9/10**	При рекомендованной розничной цене ~169 руб. за 250 г продукт занимает позицию «доступного премиума». Использование подсолнечного масла премиум-качества, вишнёвой начинки и мультизлаковой обсыпки формирует высокую воспринимаемую ценность. Соотношение цены и качества выглядит оправданным для целевой аудитории.
Упаковка	**9/10**	Дизайн успешно решает задачу дифференциации. Главный козырь - визуальная демонстрация обсыпки и начинки, мгновенно сигнализирующая о пользе и вкусе. Плюс - чёткое донесение преимуществ (без пальмового масла, без ГМО, постный продукт).
Бренд / История	**9/10**	Кондитерская фабрика «Хлебный Спас» (ООО «ДИАЛ-К») - узнаваемый производитель с репутацией в сегменте мучных изделий. Продукция бренда не содержит токсичных элементов, тяжёлых металлов, микотоксинов, ГМО и пестицидов, что подтверждает экспертиза Роскачества. Сочетание «признанный бренд с историей + новый трендовый мультизлаковый формат» - идеальная формула доверия для B2B-партнера.

Резюме для закупщика

Сдобное печенье «Мультизлаковое» с начинкой «Вишня» - перспективный продукт, отвечающий тренду смещения спроса в сегмент «чистых» составов и функциональных перекусов. Уникальный формат «3 в 1» (тесто + начинка + обсыпка) и рецептура без пальмового масла и ГМО подкреплены сильным визуальным оформлением, гарантирующим стабильные продажи. Вишневый вкус является одним из лидеров продаж на кондитерском рынке, что также способствует популярности печенья.
Рекомендуется включить новинку в ассортимент как минимум в двух форматах: основная кондитерская полка - для охвата массовой аудитории, и зона здорового питания - для привлечения покупателей, следящих за составом.

** Оценки экспертов редакции журнала «Кондитерские изделия»*