

Тренды и бренды

свежие идеи в
дизайне упаковки



Надежда Паршина

Основатель и креативный директор
независимого брендингового
агентства Ohmybrand,
специализирующегося на создании
здоровых и ответственных брендов.

Пишу книгу о дизайне упаковки в
FMCG.

ohmybrand

13+

лет работы

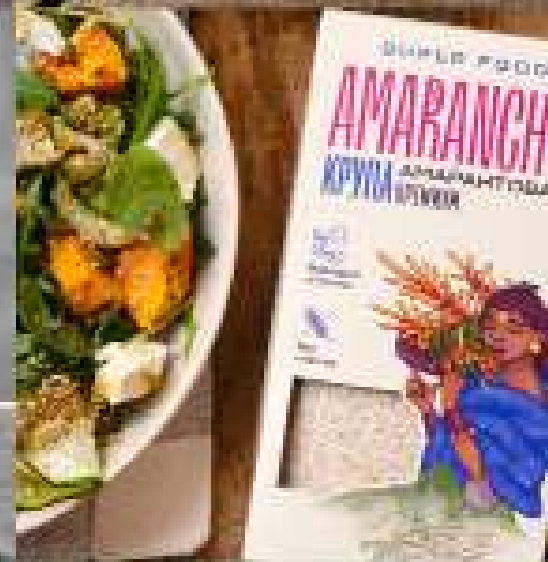
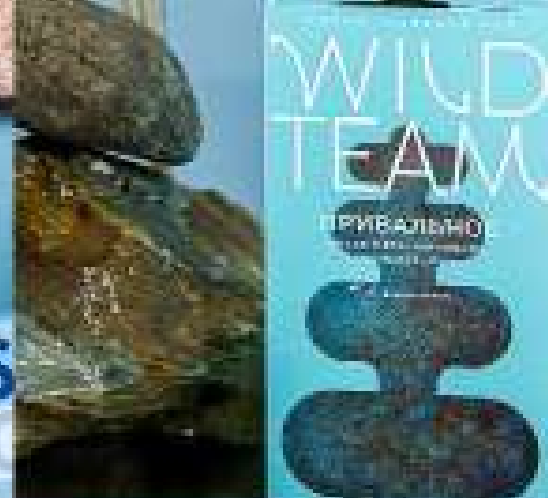
200+

проектов

50+

наград

топ-10
брендинговых
агентств





https://t.me/ohmybrand_studio

О чём сегодня поговорим?

- Тренды потребительского поведения
- Как это сказывается на упаковках
- Какие бренды и упаковки нужны?

**Что происходит
на рынке и с
покупателями?**

Тренды:

- больше внимания здоровью
- хуже демография
- больше персонализация
- меньше денег
- больше траты «на гедонизм»

Как меняются модели поведения:



**Меньше внешнего —
Больше домашнего**
меньше ресторанов —
больше еды дома, кофе-
машини вместо кафе



**Меньше вещей —
Больше впечатлений**
меньше покупок одежды —
больше путешествий
или саморазвития




**Меньше статуса —
Больше пользы**
меньше денег — больше
здоровья, образования



**Меньше широты —
Больше глубины**
меньше брендов — больше
внимания к качеству и
бренду, которому
доверяешь

*Отчет Nielsen FMCG 2026

Как это влияет на выбор?



Выше ценность — не обязательно дороже

- переключение с известного бренда на СТМ премиум-уровня
- сокращение «избыточных» категорий (сладости, снеки) ради полезных продуктов (молочные продукты, овощи, крупы)



Экономия через формат

- меньшие упаковки — для скоропортящихся товаров, чтобы избежать потерь



Точки удовольствия — сохраняются

- даже экономя, в корзине остаются сладости «для настроения», хороший кофе, любимый бренд масла



Эмоциональная компенсация

- менее дорогой шампунь, но любимый крем или духи остаются



Фокус на пользе и безопасности

- выбор натуральных, гипоаллергенных, экологичных средств
- повышенное внимание к эффективности, «чтобы средство дольше служило»

Тренд: Гиперперсонализация как основной тренд

Структура потребления
1-3 и более раз в неделю

18-24 years	25-34 years	35-44 years	45-54 years	55-64 years
1. Сладости (шоколад, конфеты)	1. Сладости (шоколад, конфеты)	1. Сладости (шоколад, конфеты)	1. Сладости (шоколад, конфеты)	1. Сладости (шоколад, конфеты)
2. Сладости (печенье, вафли, кексы)	2. Сладости (печенье, вафли, кексы)	2. Сладости (печенье, вафли, кексы)	2. Сладости (печенье, вафли, кексы)	2. Сладости (печенье, вафли, кексы)
3. Творог, творожные десерты	3. Творог, творожные десерты	3. Творог, творожные десерты	3. Творог, творожные десерты	3. Сладости (печенье, вафли, кексы)
4. Творог (творожные сырки, творог)	4. Творог	4. Сырники	4. Творог, творожные десерты	4. Сырники
5. Сладости (печенье, вафли, кексы)	5. Сладости (печенье, вафли, кексы)	5. Творог	5. Сладости (печенье, вафли, кексы)	5. Творог
...
16. Творог (творожные сырки, творог)	16. Творог	16. Творог, творожные десерты	16. Творог, творожные десерты	16. Творог (творожные сырки, творог)
17. Творог	17. Творог, творожные десерты	17. Творог, творожные десерты
18. Сыры, творожные десерты	...	18. Творожные десерты (сырки, творог)	18. Творожные десерты (сырки, творог)	18. Творожные десерты (сырки, творог)
19. Творог (творожные сырки, творог)	19. Творог, творожные десерты	19. Творог	19. Творог, творожные десерты	19. Творожные десерты (сырки, творог)
20. Сырники	20. Творог, творожные десерты	20. Сырники	20. Сырники	20. Сырники

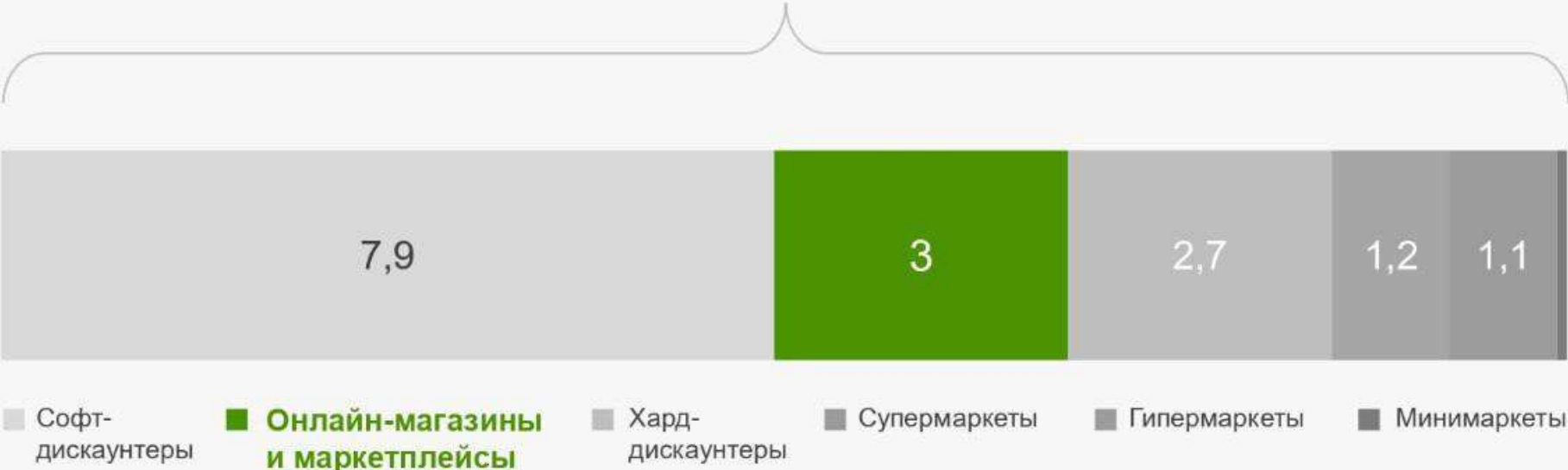
Сладости и творог, творожные десерты, сырки, творог, творожные сырки

**Технологии сильно снизили
барьер «входа», и теперь каждый
покупатель может получать
персонализированные
рекомендации практически
в любой сфере**

Онлайн-торговля — один из **ключевых** вкладчиков в рост омниканального рынка FMCG

Динамика FMCG-рынка и вклад каналов продаж в рост, денежное выражение, 12 месяцев по февраль 2025, п.п.

16% составил рост омниканального рынка FMCG в денежном выражении





736 ₽ 5900 ₽ -87%

MUQZI Календарь 2026 г.,
Настольный

★ 4.9 189 отзывов



200 ₽

Помощь Сонечке

★ 5.0 17 470 отзывов



264 ₽ 1999 ₽ -86%

Митенки A-Store, 1 пара

★ 4.8 449 отзывов



на маркетплейсах
у каждого — своя
полка



215 ₽ 420 ₽ -48%

Лукум Ореховый ассорти 500
грамм



208 ₽ 2900 ₽ -92%

Салфетки от пятен на одежде
влажные пятновыводящие...



5 698 ₽

Влажный корм Jarvi для щенков
и собак малых пород с...



9 874 ₽

Корм для собак сухой
GRANDORF для средних и...



337 ₽ 1000 ₽ -66%

Салфетки для собак SAVVE DOG
WIPES. салфетки для чистки...

Не так важен дизайн упаковки,
как работа по продвижению
товара в топ поиска и дизайн
карточек



Тренд: Новый портрет ДОМОХОЗЯЙСТВ

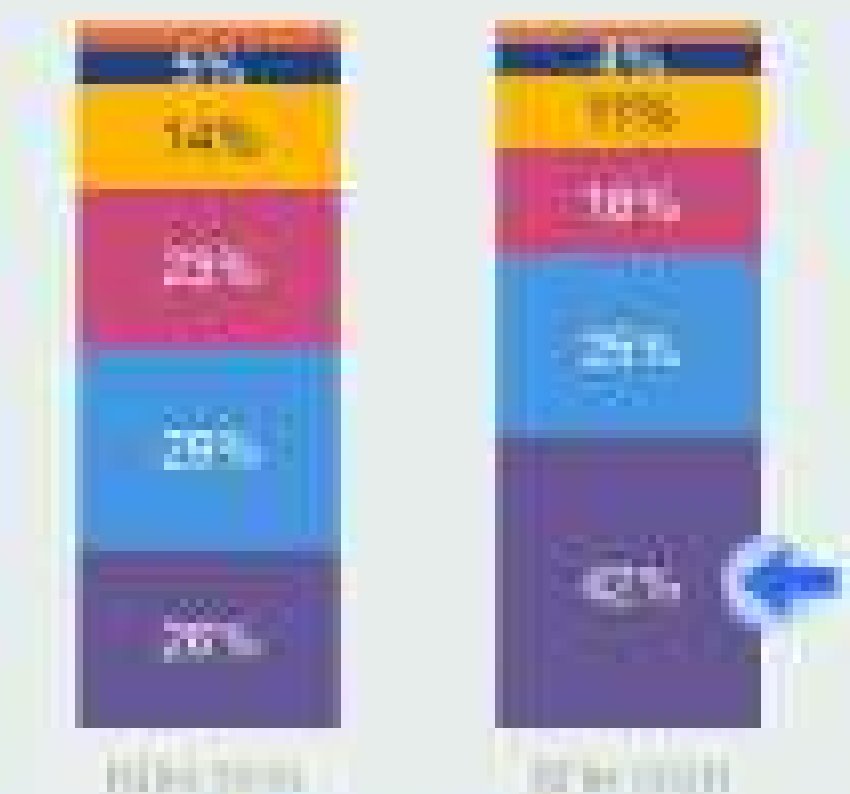
2,2 человека

составил средний размер
семьи по результатам
всероссийской переписи
населения в 2020 году.
Уровень 2010 года — 2,6

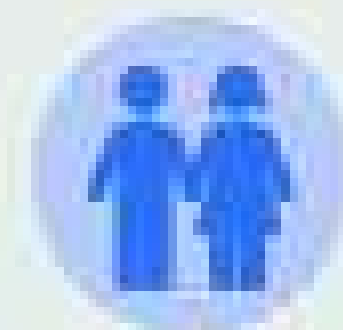
В Москве — 2,1 (был 2,6)
В Санкт-Петербурге — 2,1
(был 2,5)



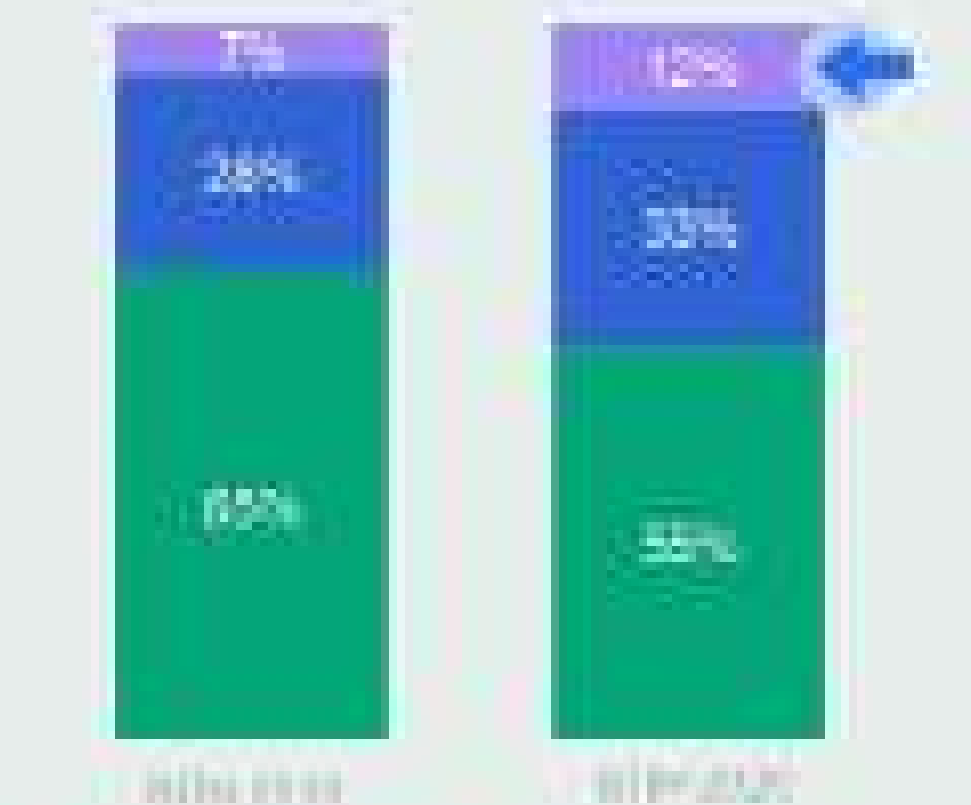
Структура домохозяйств
по числу человек



1 2 3 4 5 6 и более



Структура домохозяйств с детьми
по количеству детей



1 ребенок 2 детей 3 и более детей

Источник: Всероссийская перепись населения 2020 года.
Обработка данных: НИИ «Нильсен» (2022-2023 гг.)

Нильсен | EBR



**Упаковка по 2 кг –
это много или мало
на домохозяйство из 1
человека?**

Тренд: Рост СТМ сетей



Весенний





**Тренд:
скорость и быстрая
польза**







100*100

МОТИВАЦИЯ СИЛА ВОЛИ АНТИСТРЕСС

НА КОКОСОВЫХ СЛИВКАХ

MATCHA+

МАТЧА ТОКУСЕН
ЕЖОВИК ГРЕБЕНЧАТЫЙ
ЧАГА РЕЙШИ



НATУРАЛЬНО
БЕЗ САХАРА
БЕЗ КОНСЕРВАНТОВ

4 ВЕГАН
САШЕ БЕЗ ГМО





green go





before



after





Тренд: поляризация покупателей

Новая экономическая реальность

Потребители поляризовались

- На рынке одновременно существуют и развиваются две противоположные тенденции

Рост интереса
к разнообразной
и вкусной еде

Отказ от разнообразия
в пользу более простой
и дешёвой еды





ЙОГУРТ БЕЗЛАКТОЗНЫЙ
ГРЕЧЕСКИЙ 3%

малина
мята



✓ БОЛЕЕ ЧЕМ В 2 РАЗА
БОЛЬШЕ БЕЛКА*

✓ ИЗ МОЛОКА СОРТА ELITE

* по сравнению с обычным йогуртом



**Тренд:
я не знаю, как выбрать.**



**Мы плохо разбираемся
в особенностях товаров**

Как повлиять на решение покупателя о покупке?

- нравится бренд, доверяю

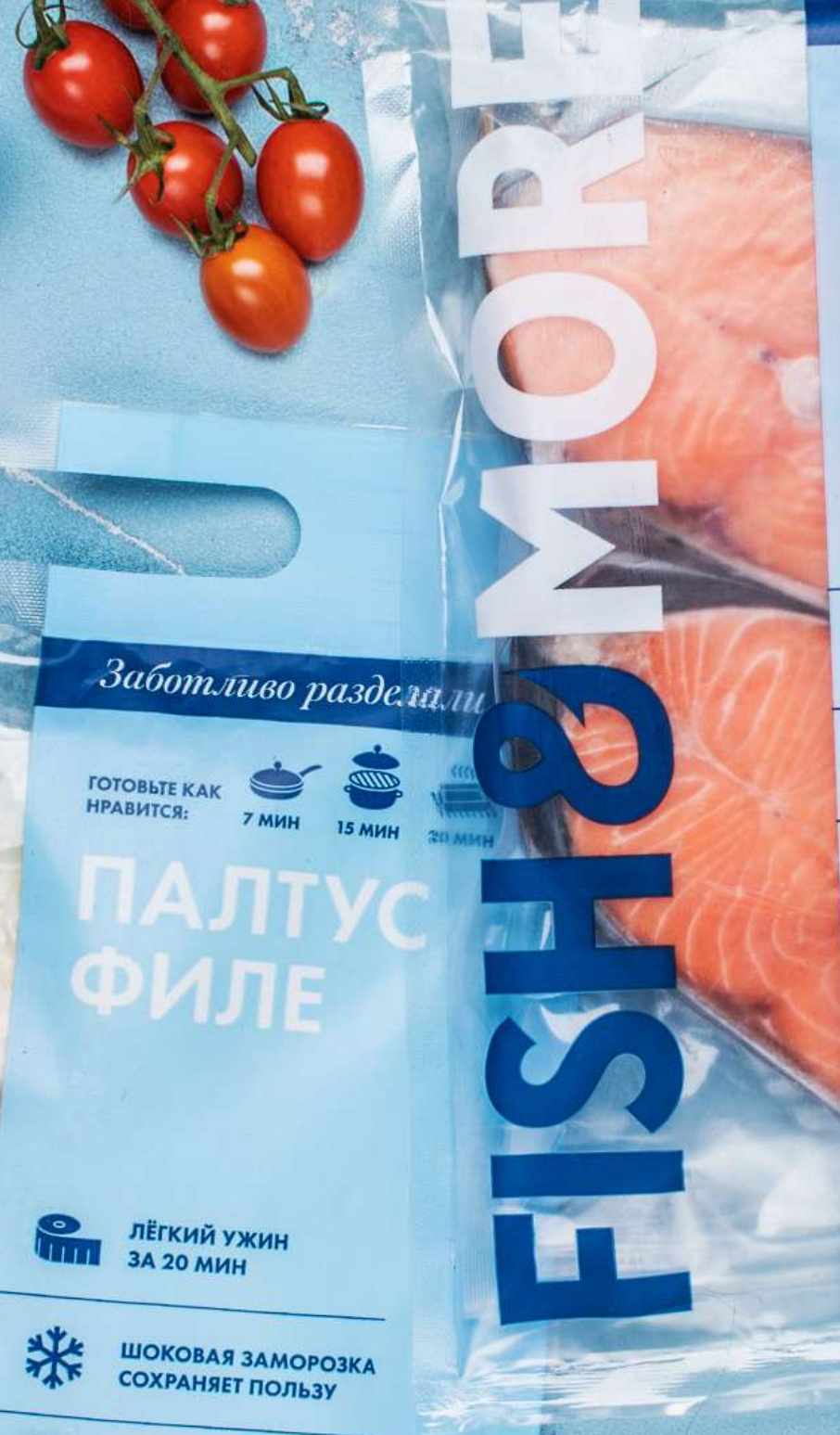
- ОТЗЫВЫ

- СОВЕТЫ АВТОРИТЕТОВ

- **цена**

- показать, как решить проблему

- ПОМОЩЬ С ВЫБОРОМ



FISH & MORE

Заботливо раз

Мы аккуратно разделили
запеканку, чтобы вам было
и просто готовить. Мы хотим,
чтобы качество и вкус нашего
продукта приносили радость,
а у вас оставалось больше времени
на то, что действительно важно.

Смотрите,
что ещё можно
приготовить:



Готовьте как нравится:



гриль
5 МИН



сковорода
10 МИН
на умеренном огне



духовка
25 МИН
при t 180 °C



на пару
20 МИН

можно разморозить:
30-40 МИН
в холодной воде
в вакуумной
упаковке

Тонкая ледяная глазурь
помогает сохранить
сочность рыбы.

качественный продукт.
мы всё исправим:





100x100

МОТИВАЦИЯ СИЛА ВОЛИ АНТИСТРЕСС

НА КОКОСОВЫХ СЛИВКАХ

MATCHA+

МАТЧА ТОКУСЕН
ЕЖОВИК ГРЕБЕНЧАТЫЙ
ЧАГА РЕЙШИ



НАТУРАЛЬНО
БЕЗ САХАРА
БЕЗ КОНСЕРВАНТОВ

4 ВЕГАН
САШЕ БЕЗ ГМО

СМЕСЬ СУХАЯ ДЛЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ ГОРЯЧЕГО БЕЗАЛКОГОЛЬНОГО НАПИТКА С ГРИБАМИ АДАПТОГЕНАМИ «ЦИКОРИЙ ЛАТТЕ»

Состав: напиток растительный сухой кокосовый («молоко» кокосовое), напиток растительный сухой кокосовый («сливки» кокосовые), инулин, цикорий растворимый, кэроб, напиток растительный сухой овсяный («молоко» овсяное), стабилизатор-аравийская камедь (гуммиарабик), экстракты грибов адаптогенов: чаги, ежевика, рейши, антислеживающий агент-карбонат кальция.

ТУ 10.89.19-001-58279938-2024.

Внимание! Продукт содержит аллергены: грибы.

Хранить: в неповрежденной оригинальной упаковке при температуре не выше +25 °С и относительной влажности воздуха не более 75%. После вскрытия упаковки продукт хранению не подлежит.

Годен: 24 МЕСЯЦА (2 ГОДА) с даты изготовления. Дата изготовления (число, месяц, год): см. на упаковке.

ПИЩЕВАЯ ЦЕННОСТЬ	на 100 г сухой смеси	на 1 порцию (18 г)
Белки, г	8,0	1,4
Жиры, г	35,5	6,4
Углеводы, г	20,0	3,6
Растворимые пищевые волокна, г	13	2,3
Энергетическая ценность калорийность, кДж/ккал	1957/472	341/82,4

ДАТА ПРОИЗВОДСТВА И УПАКОВЫВАНИЯ:

ДД.ММ.ГГ



100X100.RU



НАТУРАЛЬНО
БЕЗ САХАРА
БЕЗ КОНСЕРВАНТОВ

4 САШЕ ВЕГАН

НА КОКОСОВЫХ СЛИВКАХ ЦИКОРИЙ+

ЦИКОРИЙ, КЭРОБ,
ЕЖОВИК ГРЕБЕНЧАТЫЙ,
ЧАГА, РЕЙШИ



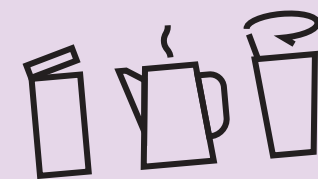
Важный источник растительного инулина, который сложно получить из пищевых продуктов. Практически у каждого человека есть его дефицит, а цикорий является его источником.

ЕЖОВИК ГРЕБЕНЧАТЫЙ
Известный также как «гриб мозга», львиная грива может способствовать улучшению когнитивных функций, памяти и концентрации. Может поддерживать нервную систему и снижать уровень стресса.

РЕЙШИ
Древний гриб считается адаптогеном, помогающим организму адаптироваться к стрессу и укреплять защитные функции. Может поддерживать здоровье сердечно-сосудистой системы и уровень энергии.

ЧАГА
Известный как «гриб бессмертия», чага обладает мощными антиоксидантными свойствами, способствует поддержанию нормальной функции иммунной системы и может помочь в борьбе с воспалением.

КАК ПРИГОТОВИТЬ
Смешайте 1 саше с 200 мл горячей воды и тщательно перемешайте или взбейте капучинатором. Употребите напиток сразу после приготовления. Готовый напиток хранению не подлежит.



100X100.RU

ТУ 10 89 19-001-58279938-2024



VEGAN

ohmybrand

Покупателю проще
ориентироваться по
брендам, выделяя из них
тот, который соответствует
его запросу

**Если не развивать бренд,
то влиять на покупателя
можно только ценой**

Вопросы?

Надежда Паршина

parshina@ohmybrand.ru

t.me/ohmybrand_studio

