

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.



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 путешествий —
больше семьи, друзей,
меньшее количество хобби



**Меньше вещей —
больше впечатлений**

меньше покупок одежды
больше приватности
или одноразового



**Меньше статуса —
больше пользы**

меньшие доходы — большие
потребности, обходящиеся



**Меньше широты —
больше глубины**

меньшие бренды — большие
интересы к качеству и
бренды, которых
занимаешь

*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 и вспомогательные показатели



Нильсен | Би

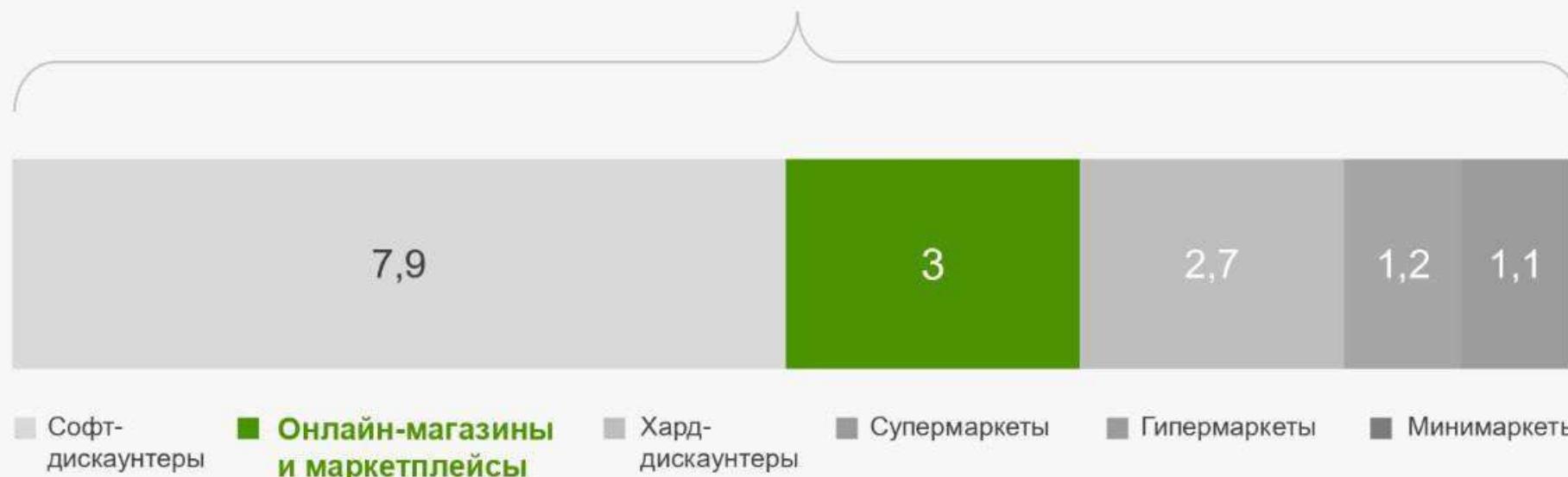
**Технологии сильно снизили
барьер «входа», и теперь каждый
покупатель может получать
персонализированные
рекомендации практически
в любой сфере**

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 17470 отзывов

**264 ₽** 1999 ₽ -86%

Митенки A-Store, 1 пара

★ 4.8 449 отзывов



1

В

Г

*



1

В

Г

*

на маркетплейсах у каждого — своя полка

**215 ₽** 420 ₽ -48%Лукум Ореховый ассорти 500
грамм**208 ₽** 2900 ₽ -92%Салфетки от пятен на одежду
влажные пятновыводящие...**5 698 ₽**Влажный корм Järví 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

Для характера
от природы



Уринари

Поддержание жизненно
важных функций



Для
взрослых
кошек

СУПЕРПРЕМИУМ
ХОЛИСТИК



350 г

ENSO® Cat Formula

БИОАКТИВНЫЙ КОМПЛЕКС

- Пивные дрожжи и цикорий – источники пребиотиков FOS, MOS, и инулина, стабильная работа ЖКТ
- Брусника – природный антисептик, профилактика заболеваний
- Юкка Шидигера – уменьшение запаха продуктов жизнедеятельности



Раскрывая природу
питомцев



**Тренд:
Новый портрет
домохозяйств**

2,2

человека

составил средний размер
фамилии по результатам
всероссийской переписи
населения в 2002 году.
Время — 2010 годы — 2,6

• Ижевск — 2,3 (Октябрь 2010)
• Самара-Петропарково — 2,7
• Омск — 2,7



Нильсен



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

Тренд: Рост СТМ сетей



весенний





**Тренд:
скорость и быстрая
польза**







100x100
МОТИВАЦИЯ СИЛА ВОЛИ АНТИСТРЕСС

на кокосовых сливках
MATCHA+

матча токусен
ежовик гребенчатый
чага рейши



✓ НАТУРАЛЬНО
✓ БЕЗ САХАРА
✓ БЕЗ КОНСЕРВАНТОВ

4
САШЕ
ВЕГАН
БЕЗ ГМО







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







**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
- помочь с выбором



FISH & MORE

Готовьте как нравится:



гриль
5 МИН



сковорода
10 МИН
на умеренном огне



на пару
20 МИН



духовка
25 МИН
при $t=180^{\circ}\text{C}$

только разморозить:
30-40 МИН
в холодной воде
в вакуумной
паковке

Тонкая ледяная глазурь
помогает сохранить
сочность рыбы.

Качественный продукт.
Всё исправим.

Заботливо разделяли
мы аккуратно рыбку, чтобы вам было
и просто готовить. Мы хотели
чтобы качество и вкус нашего
продукта приносили радость,
а у вас оставалось больше времени
на то, что действительно важно.

Смотрите,
что ещё можно
приготовить:





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, ежовика, 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 °C 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



7 930161 490101



VEGAN



100X100.RU

на кокосовых сливках
ЦИКОРИЙ +

цикорий, кэроб,
ежовик гребенчатый,
чага, рейши



natуrально
без сахара
без консервантов

4
САШЕ ВЕГАН



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 кипучинатором. Употребите напиток сразу после приготовления. Готовый напиток хранению не подлежит.



100X100.RU

ТУ 10.89.19-001-58279938-2024

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

