# АНАЛИТИЧЕСКИЙ РАЗБОР НОВИНКИ

## Зефир с дробленой фисташкой декорированный

ООО «Фабрика «Петербургский Кондитеръ»

Фабрика «Петербургский Кондитеръ» представляет новинку, которая поднимает классический русский десерт на новый уровень восприятия. Зефир с дробленой фисташкой в кондитерской глазури сочетает в себе бережное ручное производство, натуральные ингредиенты и премиальную эстетику. Продукт создан для взыскательных потребителей, ищущих качественные сладости без искусственных добавок, и идеально позиционируется как формат «маленького подарка без повода».

## ЗЕФИР С ДРОБЛЕНОЙ ФИСТАШКОЙ

# Инновационность продукта

### Натуральная колористика и «чистая этикетка»

В отличие от большинства зефирных изделий, где цвет достигается за счёт синтетических красителей, данный продукт использует натуральные пигменты — экстракт сафлора и спирулину, которые придают десерту лёгкий зеленоватый тон. Это позволяет получить нежный фисташковый оттенок, сохраняя состав максимально понятным и безопасным для потребителя, что подтверждается коротким сроком годности в 4 месяца.

### Текстурный контраст и технология декора

Введение дробленого ореха в классическую зефирную рецептуру поднимает продукт над стандартными позициями категории, создавая ощущение эксклюзивности и повышенной ценности. Нежная, пластичная текстура классического зефира на яблочном пюре контрастирует с тонкой, хрустящей кондитерской глазурью и вкраплениями жареной дробленой фисташки внутри, создавая многогранный вкусовой профиль.

### Формат «маленького подарка»

Новинка инновационна с точки зрения упаковки и позиционирования. Коробка на 7 порций (205 г) с презентабельным дизайном превращает зефир из рядового десерта в полноценный подарок «без повода». Это расширяет сценарии потребления: продукт может быть куплен не только для чаепития, но и в качестве сувенира, комплимента коллегам или небольшого презента. Упаковка работает на эмоциональную ценность покупки.

# Тренд-аналитика (Trend Fit Score)*

Оценка соответствия продукта глобальным потребительским трендам по методологии Mintel GNPD

| Тренд | Соответствие | Обоснование |
|---|---|---|
| **Натуральность и чистая этикетка** | Высокое | Продукт использует натуральные красители (экстракт сафлора и спирулину), яблочное пюре, яичный белок и пектин. Отсутствие синтетических добавок и короткий срок хранения (4 месяца) подтверждают натуральность состава. В условиях растущего спроса на продукты без «химии» это становится критическим фактором выбора для родителей и потребителей, следящих за питанием. |
| **Премиумизация доступных категорий** | Высокое | Введение дробленой фисташки - премиального ореха с высокой воспринимаемой ценностью - в классическую зефирную рецептуру позволяет продукту занять нишу между масс-маркетом и люксом. Потребитель получает ощущение «маленькой роскоши» по доступной цене, что соответствует тренду на гедонистическое потребление без значительных затрат. |
| **Осознанная индульгенция** | Среднее | Потребители не хотят отказываться от сладкого, но ищут более полезные альтернативы. Наличие орехов (источник антиоксидантов), пектина и четкое указание калорийности одной порции (104 ккал) позволяют легитимизировать потребление десерта. |

# В чем рыночная актуальность новинки?

## Для покупателя.

Ключевая задача - поиск продукта, который одновременно выглядит дорого, имеет понятный натуральный состав и не слишком бьёт по бюджету. Зефир с дробленой фисташкой решает эту задачу: натуральные красители, отсутствие синтетических добавок и премиальный орех в составе создают восприятие полезного и качественного продукта. При этом упаковка позволяет использовать его как готовый подарок.

## Для торговой точки.

Согласно данным NielsenIQ, сегмент натуральных и фруктово-ягодных кондитерских изделий в РФ демонстрирует устойчивый рост, тогда как классический масс-маркет стагнирует. Ритейлеры испытывают потребность в обновлении ассортимента за счет локальных брендов с понятным позиционированием «ручной работы».

Высокие рейтинги продукта на маркетплейсах (Irecommend) подтверждают наличие сформированного спроса. Для сети это продукт с высокой добавленной стоимостью, который отлично работает в зонах импульсного спроса и прикассовых зонах.

# Коммерческая оценка дизайна (Shelf-Impact)*

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

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

Насыщенный фисташковый фон. Использование изящного зелено-фисташкового оттенка в качестве базового создает мощный цветовой импульс. В отделе кондитерских изделий, где часто доминируют красные, золотые или белые тона, такой блок мгновенно притягивает взгляд и ассоциируется с натуральностью.

Динамика «взрыва» ингредиентов. Хаотичное, но сбалансированное расположение летящих фисташек и брызг шоколадной глазури создает эффект движения и аппетита. Это выделяет товар среди статичных изображений на упаковках конкурентов.

Контрастный розовый круг. Мягкий пастельно-розовый круг в центре работает как визуальная рамка, фокусирующая внимание на названии продукта. Контраст зеленого и розового делает дизайн свежим и современным.

Фотореалистичность продукта. Изображение самого зефира с четко видимой хрустящей сеточкой глазури и вкраплениями ореха работает как «доказательство вкуса», усиливая желание попробовать продукт.

## Считываемость легенды: ★★★★★

Иерархия и каллиграфия. Название «Зефир» выполнено элегантным рукописным шрифтом, что мгновенно считывается как маркер «ручной работы» и премиальности. Подзаголовок «декорированный» уточняет категорию, не перегружая дизайн.

Иконки-триггеры. Графические элементы «Ручная работа», «Без ГМО» и «Натуральные красители» в левом нижнем углу мгновенно снимают возражения взрослой аудитории, не требуя чтения мелкого текста на обороте.

## ЗЕФИР С ДРОБЛЕНОЙ ФИСТАШКОЙ

Акцент на начинке. Круглый штамп «Дроблёные фисташки в составе орех» с графическим изображением ядра доносит главное вкусовое преимущество и обосновывает ценность продукта.

Брендинг и происхождение. Логотип «Петербургский Кондитеръ» со львом отсылает к культурному коду Санкт-Петербурга, что для российского потребителя является синонимом качества, интеллигентности и традиций кондитерского искусства.

# Перспективные каналы сбыта*

### Федеральные и региональные розничные сети ★★★★★

**Стратегия:** Выкладка в трех зонах: кондитерский отдел (в соседстве с премиальным зефиром и пастилой), зона «подарки / сувениры» (в сезон праздников) и прикассовая (импульсивный спрос). Акцент на натуральном составе и декорировании — ключевые триггеры для покупателей. Использование POS-материалов с акцентом на «подарок без повода».

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

**Стратегия:** Продвижение через карточку товара с упором на высокие рейтинги , натуральный состав и калорийность порции. Использование в сборных заказах и категориях «подарки до 500 рублей».

### Специализированные подарочные магазины и кофейни ★★★★☆

**Стратегия:** Позиционирование как идеального компаньона к кофе (ореховые ноты отлично раскрываются с напитком). Создание моно-брендовых островков или включение в подарочные боксы к праздникам. Размещение в магазинах сувениров, на вокзалах, в аэропортах и туристических центрах.

# Потребительские инсайты (Триггеры к покупке)

### «Эффект заботы без повода»

Потребитель ищет готовое решение для небольшого подарка или комплимента. Презентабельная упаковка и премиальный вид продукта позволяют ему легитимизировать покупку как «внимание без повода». Это покупка не просто зефира, а готового повода для приятного момента. Красивая, самодостаточная коробка зефира решает эту задачу: это выглядит дорого, эстетично и говорит о хорошем вкусе дарящего.

### «Натуральный состав - это спокойствие»

Родители и люди, следящие за питанием, испытывают тревогу при покупке сладостей с непонятными ингредиентами. Натуральные красители, яблочное пюре и пектин в составе работают как успокаивающий сигнал. Это покупка не десерта, а продукта, который «можно и самому съесть и дать ребёнку без чувства вины». Указание на низкую калорийность одной порции (104 ккал) позволяют «легализовать» покупку.

### «Маленькая роскошь для себя»

В условиях нестабильности потребители ищут способы порадовать себя без больших затрат. Фисташка ассоциируется с премиальным продуктом, а её присутствие в зефире создаёт эффект «доступного люкса». Контраст мягкой текстуры зефира и хрустящей глазури, а также сложный вкусовой профиль превращает употребление десерта в приятный ритуал.Это покупка для чаепития, которое хочется сделать особенным.

# Экспертная оценка новинки*

Оценка потенциала **Зефира с дробленой фисташкой декорированного** по четырём ключевым критериям, критически важным для закупщиков и дистрибьюторов по 10-балльной шкале

| Критерий | Оценка | Аргументация |
|---|---|---|
| **Инновации** | **8/10** | Продукт не изобретает зефир заново, но предлагает удачное сочетание премиального ингредиента, натурального декорирования и подарочной упаковки. Это позволяет занять нишу между классическим зефиром и дорогими кондитерскими изделиями, не требуя от потребителя пересмотра привычек. |
| **Цена / Качество** | **9/10** | Использование натуральных красителей, фисташки и яблочного пюре при коротком сроке хранения (4 месяца) подтверждает качество ингредиентов. При этом продукт остаётся в доступном ценовом сегменте, создавая высокое воспринимаемое качество |
| **Упаковка** | **10/10** | Дизайн упаковки – главный драйвер продаж. Он решает главные коммерческие задачи: 1) Останавливает взгляд за счет цвета. 2) Аппетитно демонстрирует продукт. 3) Позиционирует товар как готовый подарок. Это готовая «точка продажи» на полке. |
| **Бренд / История** | **8/10** | Фабрика имеет 13-летний опыт и серьезную сертификацию (ISO 22000:2019), что снижает риски для B2B партнеров. Ассоциация с Санкт-Петербургом работает как нематериальный актив, повышающий доверие к качеству и эстетике продукта. |

# Резюме для закупщика

Зефир с дробленой фисташкой декорированный - это рыночно-обоснованный продукт, который соответствует растущему спросу на натуральные сладости с премиальными ингредиентами. Продукт обладает чётким УТП (натуральный состав +ручная работа+ фисташка + подарочная упаковка), которое легко считывается потребителем. Высокая маркетинговая проработка упаковки и понятный состав минимизируют риски. Для торговой сети это возможность закрыть категорию «премиальный зефир» сильным локальным продуктом с высоким потенциалом повторных покупок и расширенными сценариями потребления (подарок, сувенир, чаепитие). Рекомендуется к включению в ассортимент кондитерских отделов и зон подарочных решений.

** Оценки экспертов редакции журнала «Кондитерские изделия»*