



Безрецептурні солодоці, відомі в усьому світі як безрецептурні їстівні продукти, є надзвичайно популярним і новітнім трендом. Їхня частка на ринку постійно зростає, вони надають унікальні можливості для виробників кондитерських виробів, фармацевтичних і пов'язаних з ними продуктів, а також для молодих стартапів, оскільки безрецептурні кондитерські вироби все частіше замінюють традиційні лікарські форми дієтичних добавок. Харчові добавки, так звані нутрицевтики, це продукти, інгредієнти яких є біологічно активними в організмі людини. Підвищення рівня обізнаності суспільства про здоров'я значно збільшило попит на такі продукти протягом останніх років, тому що їх вважають корисним доповненням до здорового харчування та способу життя.

Як створюються бестселери

Під час роботи над проєктами «Кондитерські вироби з ОТС» часто обговорюються питання щодо того, чи відповідають такі продукти актуальним трендам. Чи взагалі можуть існувати такі тренди? Хто є «законодавцем мод» кондитерських виробів з БАД?

Тренди дійсно існують. Вони формуються під впливом актуальної ситуації в певний період часу.

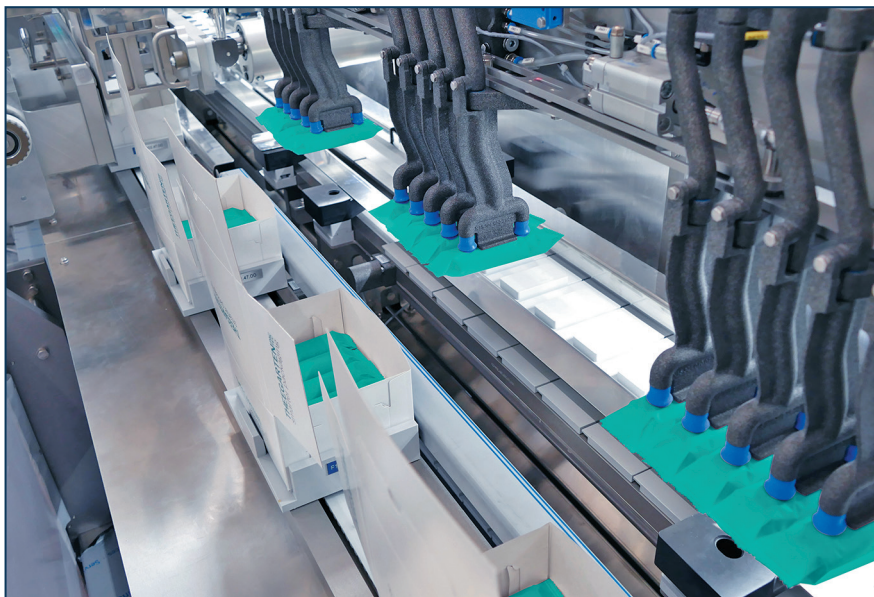
Якщо підсумувати п'ятірку найактуальніших трендів цього року, картина буде наступна.

Функціональні якості продуктів

Усім відомо, що пандемія COVID-19 стала каталізатором появи великої кількості продуктів для зміцнення імунітету. Через те, що в цей період люди були змушені протягом тривалого часу перебувати

вдома, багато хто почав активно займатися спортом і дотримуватися дієти, тому дієтичні продукти теж увійшли до рейтингу трендових. З'явилось багато продуктів із зниженим вмістом цукру, жиру і маленького розміру, щоб контролювати кількість споживання калорійних інгредієнтів. Звичайно, все це вплинуло на філософію їхньої упаковки – продукти із посиленним захистом від небажаних представників мікрофлори навколишнього середовища викликають більше довіри споживачів.





Крім того, в інформації, розташованій на упаковці, тепер наведено дані не лише про склад чи походження інгредієнтів, а й про тип харчування, зазначено, до якого типу дієти належить певний продукт або скільки прийомів їжі він заміняє. Кондитерські вироби із біологічно активними добавками мають безмежну кількість комбінацій компонентів – починаючи з натуральних барвників та ароматизаторів і закінчуючи упаковкою, що має виглядати максимально натуральною.

Планета в упаковці

Тренди також залежать від рівня свідомості кінцевого споживача, наприклад, щодо продуктів у екологічно безпечній упаковці. Сьогодні ми спостерігаємо масовий інтерес до виробів у переробній чи паперовій упаковці. Під час роботи над пакувальними проєктами 99% виробників солодких продуктів вважають це однією з найважливіших задач.

Військове харчування

Війна, яка почалася 24 лютого минулого року, цілком змінили нашу свідомість, вплинувши на появу нової категорії у кондитерській галузі – продукти для харчування

військових. Такі кондитерські продукти повинні бути корисними, мати високу харчову цінність та бути вміщеними в упаковку, яка не тільки захистить продукт від впливу довкілля, але й може бути безпечно утилізована в походних умовах.

Newstalgia

Йдеться про сучасні продукти, які повертають нас своїм ретро-

виглядом або смаком у щасливі моменти минулого.

Дозволена радість

Один із трендів, що спричинений пандемією, війною, кризою. Через обмеження щодо можливості пересування та спілкування виникла потреба в яскравих та приємних враженнях. У важкі часи бажання себе чимось потішити посилюється, тому «дозволена радість» дає можливість трохи перепочити та насолодитися миттю життя. Наразі ми спостерігаємо появу кондитерських продуктів із ОТС преміум класу, наприклад у вигляді шоколадних праліне чи желе з екзотичним смаком, з контрастними текстурами і смаками, в яскравій упаковці. Батончики із сухофруктів чи уварених фруктових мас теж сприймаються ринком як преміальна корисна кондитерська продукція. Це дуже перспективний тренд, який спрямований на те, щоб приємно дивувати споживача смаком, користю та цікавим виглядом продукту. Упаковка таких виробів не просто яскрава, вона може містити в собі цікаві подарунки, які виробники дарують споживачам через QR-код. Це може бути музи-





ка, додаток для вивчення мови, цікава інформація про інгредієнти тощо.

Усі тренди, що є актуальними в певний час, залишають в історії виробництва цікаві продукти. Деякі з них користуються настільки значним попитом, що виробники мають перелаштувати свої потужності під випуск одного-двох продуктів, що навіть можуть перейти у статус символу певного міста чи країни. Над успіхом продукту працює велика команда фахівців не тільки з боку виробника продукту, а й виробників обладнання, на якому цей продукт випускається.

Цікавим є ще й той факт, що розробка ідеї самого продукту починається з міркувань, як саме буде виглядати упаковка, чи підлягає продукт пакуванню взагалі тощо. Фізичні властивості продукту, такі як форма, консистенція, липкість, крихкість, стабільність розміру, – це лише деякі пункти з довгого переліку умов, які необхідно врахувати для оптимального вибору рішень щодо первинної та вторинної упаковки.

Реалії сучасного виробництва ставлять такі задачі, як економія виробничого простору, мінімізація залучення робочої сили, зменшення кількості запчастин, виключення помилок через людський фак-

тор, зниження енергоспоживання. Theegarten-Pactec, компанія, що більш відома на пострадянському просторі як Nagema, має багаторічний досвід в оптимізації виробничих процесів.

Звичайно, обладнання для реалізації таких задач потребує певного об'єму інвестицій на початку проєкту. Але згодом, коли замовник починає без непередбачуваних зупинок та затрат виробляти продукти стабільно високої якості, поступово відчуваючи, що посідає лідерські позиції на ринку, ставлення до вартості проєкту змінюється. Відверто кажучи, ще не один із клієнтів, що закупив наше обладнання, не збанкрутував, ба більше – всі вони фінансово зміцнилися.

Кожен проєкт – це окрема історія, всі вони унікальні та розробляються з урахуванням індивідуальних умов кожного замовника, який до нас звертається. У нашому референс-списку є багато відомих світових компаній. Деякі з них починали свій розвиток саме з нами. Дуже приємно бачити, як зростає попит на продукти, над якими ми працювали разом із клієнтами та партнерами, що були постачальниками технологічних ліній для виробництва продукту в певному проєкті. ■

ПРОФІЛЬ КОМПАНІЇ

Theegarten-Pactec

спеціалізується на розробці та виробництві пакувальних машин для випуску дрібноштучних виробів. Різноманітність понад двадцяти стилів пакування поєднується з широким діапазоном продуктивності. На додаток до окремих машин компанія разом з партнерами також пропонує комплексні пакувальні лінії «під ключ». Theegarten-Pactec, розташована в Дрездені (Німеччина), є сімейною компанією середнього розміру, якою керують вже в четвертому поколінні Markus Rustler та доктор Egbert Röhm. Компанія має торгові представництва більш ніж у 100 країнах світу. Частка експорту становить в середньому від 90 до 95%. Theegarten-Pactec підтримує дві галузеві ініціативи зі сталого розвитку: SAVE FOOD (www.save-food.org), започатковану Messe Düsseldorf Group, та Blue Competence (www.bluecompetence.net), створену VDMA (Verband Deutscher Maschinen-und Anlagenbau, Німецька асоціація машинобудування), яка розташована у Франкфурті-на-Майні.



THEEGARTEN^{PAC}_{TEC}
smarter packaging

Катерина Твердохліб,
Регіональний менеджер з продажів
Тел.: +49 351 2573 214
Моб. тел.: +49 151 62428144
Факс: +49 351 2573 329
kateryna.tverdokhlib@theegarten-pactec.de
www.theegarten-pactec.com

