

**ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ В ЛОКАЛЬНОМ БИЗНЕСЕ:  
КАК УЛОВИТЬ ИНСАЙТ, СОЗДАТЬ БРЕНД И БЫТЬ  
ЭФФЕКТИВНЫМ НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ**



# Осознанное потребление и здоровье

Фокус потребителя на здоровье и качестве жизни усилился и остается ключевым драйвером FMCG:

<b>ЗОЖ-ориентированность</b>	меньше сахара, соли, без добавок
<b>«Clean Label»</b>	прозрачный состав, натуральные ингредиенты
<b>Безалкогольные/низкоалкогольные альтернативы</b>	бум на hard seltzers, безалкогольное пиво, функциональные напитки (адаптогены, витамины)
<b>Пищевые предпочтения</b>	безглютеновые, веганские, кето и растительные продукты

me with my cute little mocktail  
when the drunk person with  
booze breath and a way too loud  
voice tells me I'm no fun



With 100% Clinique  
For Intensive Cliniques  
Empreintes d'Intégrité.

The  
**Ordinary.**  
Suncare.

UV Filters SPF 45 Serum  
Broad Spectrum Sunscreen  
UVA/UVB Protection

ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ  
ГЕЛЬ ДЛЯ ДУША  
[ ICY GINGER ]

Аромат  
свежего имбиря,  
раскрывающийся  
в комбинации  
с успокаивающим  
чабрецом

[skin] evolution  
NATURA  
SIBERICA  
COSMETICS OF WILD HERBS  
AND FLOWERS

Полезная чистота  
Чем BioMio отличается  
от обычной бытовой химии?

Сначала ты молода, а потом  
в один прекрасный момент тебя  
начинают радовать такие вещи:

SYNERGETIC

Reply to anna411's comment  
what do you mean by  
'elixirs'!

THREE SPIRIT

# Экологичность и устойчивость

<b>Эко-упаковка</b>	бумага, биоразлагаемые материалы, перерабатываемые бутылки и минимум пластика
<b>Локальные продукты</b>	поддержка локальных производителей и сокращение транспортного следа
<b>Carbon-neutral бренды</b>	популяризация брендов с нейтральным или отрицательным углеродным следом



**DON'T BUY THIS JACKET**



**COMMON THREADS INITIATIVE**

- REDUCE**  
WE make useful gear that lasts a long time  
YOU don't buy what you don't need
- REPAIR**  
WE help you repair your Patagonia gear  
YOU pledge to fix what's broken
- REUSE**  
WE help find a home for Patagonia gear you no longer need  
YOU sell or pass it on\*
- RECYCLE**  
WE will take back your Patagonia gear that is worn out  
YOU pledge to keep your stuff out of the landfill and incinerator



**REIMAGINE**  
TOGETHER we reimagine a world where we take



**SYNERGETIC** ← В магазин Экопроекты Наши достижения Карта экопроектов Новости

**Устойчивое развитие** — это философия, которая отражается в каждом нашем проекте

С самого основания SYNERGETIC заданной заботы о природе и людях деятельность направлена на экологичный и устойчивый рост и сохранение ресурсов.

**Наши достижения**

- 804 ТОННЫ** вторсырья собрано
- 43** фанданата для упаковки
- 804 ТЫС.** человек заботится о планете с SYNERGETIC
- 226 ТЫС.** деревьев посажено
- 763** бокса для оценки

**GREENWAY**

Бизнес будущего

Улучшение качества жизни населения и экологичная экономика

Объединение местных людей через активную работу в экопродуктах

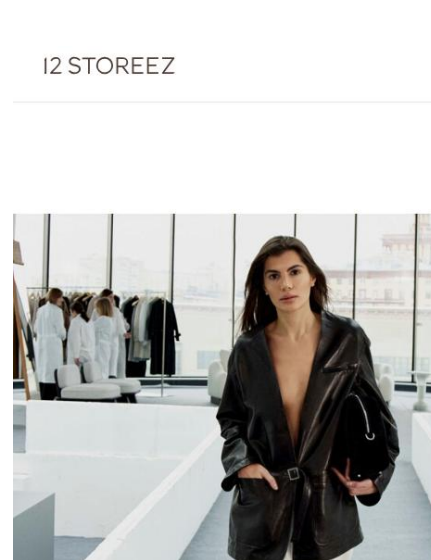
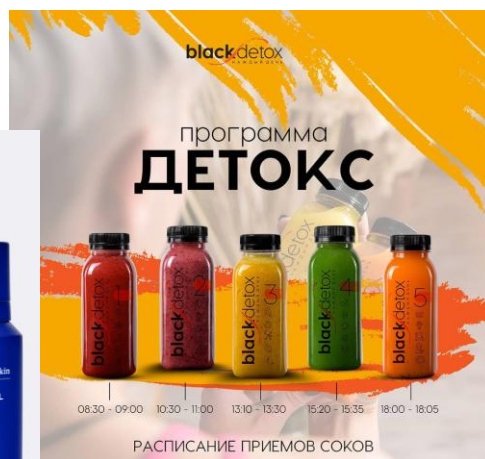
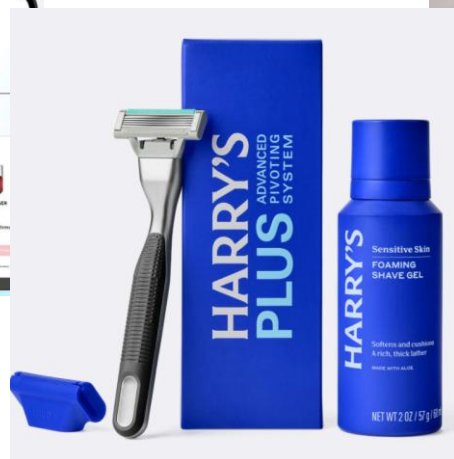
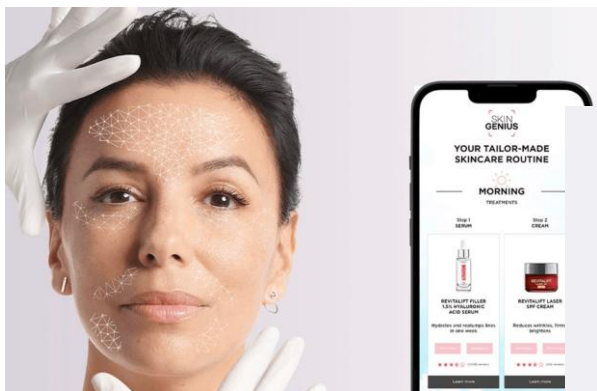
чистота планеты



# Цифровизация и онлайн-потребление

Изменения в покупательских паттернах под влиянием технологий и пандемии:

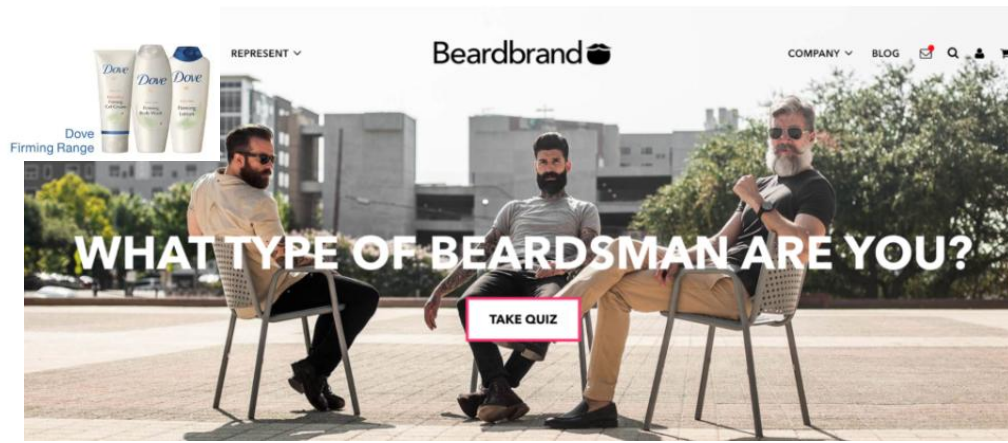
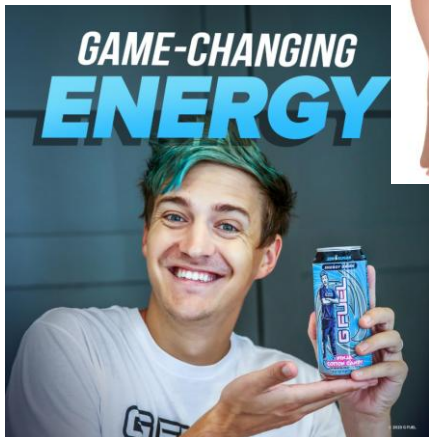
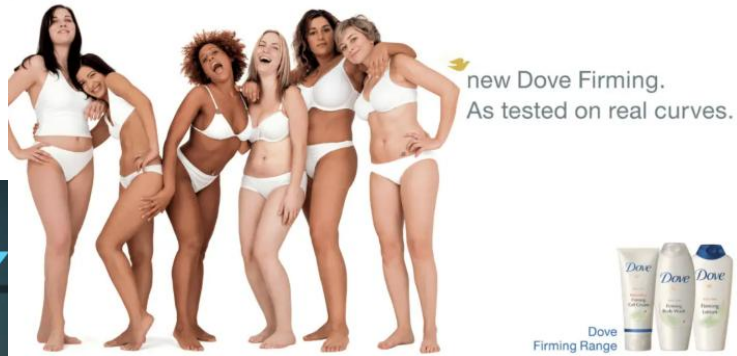
Рост e-commerce	особенно для категорий food, beauty, drinks
Direct-to-Consumer (D2C)	бренды напрямую продают потребителю, минуя посредников
Smart recommendations	ИИ-алгоритмы и персонализированные предложения
QR-коды и дополненная реальность	на упаковке для усиления взаимодействия и в коммуникациях
Refill-сервисы и подписки	Подписка на FMCG товары, носки, детокс напитки



Ранее СТМ выросли из ритейла, а сейчас e-comm развивает свои СТМ

# Индивидуализация и разнообразие

<b>Потребитель не хочет быть «всеядным» — он выбирает под себя:</b>	
Персонализированные продукты	от витаминов до смесей специй и коктейлей
Культура инклюзивности	рост запросов на гендерно-нейтральные, мультикультурные и age-friendly продукты.
Hyper-segmentation	бренды нацеливаются на микросегменты (например, продукты для геймеров, миллениалов, женщин 50+ и т.д.).



# Микро-бренды и крафт

- Микро-бренды и крафт: рост доверия к небольшим производителям, особенно в напитках и косметике.



# Экономическое давление и рационализация

Покупатель выбирает не продукт, а ощущение, ценности и миссию,  
**но иногда просто то что на скидочке)**

- Рост private label (СТМ)
- Smart shopping: потребители считают value for money важнее бренда
- Малые форматы упаковки: «покупка на сейчас», экономия, пробное потребление
- Рост популярности дискаунтеров и магазинов фиксированных цен

**ГРОШЫК**  
Д И С К А Ё Н Т А Р

 **МАЯК**



**КОПЕЕЧКА**  
Д И С К А У Н Т Е Р

**Наташ, вставай,  
мы новые скидки нашли**

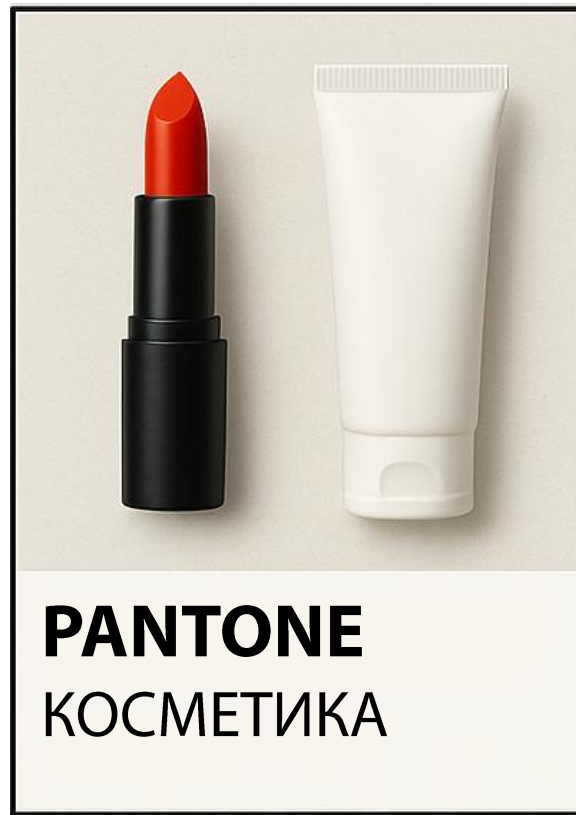
# Кратко по категориям FMCG



Безалкогольные альтернативы,  
функциональные напитки,  
крафт



Снэки с функциями (протеин,  
пробиотики), растительные  
заменители мяса, локальные  
суперфуды



Natural & clean beauty,  
гендерно-нейтральные продукты,  
упаковка без пластика



Эко-средства, концентраты,  
refil-форматы, безопасный состав

# Потребление алкоголя в Беларуси и мире

**Крепкий алкоголь:** Потребление водки и ликеро-водочных изделий в Беларуси снизилось на 7% за последние 10 лет, составив 12,1 литра на душу населения в 2023 году

**Слабоалкогольные напитки:** Потребление слабоалкогольных напитков в 2023 году выросло почти в 4 раза по сравнению с 2018.

Влияние глобальных трендов: Поколение Z в Беларуси, как и во всем мире, склоняется к снижению потребления алкоголя, предпочитая безалкогольные и слабоалкогольные напитки, а также здоровый образ жизни. Это связано с изменением культурных норм, повышенной осведомленностью о вреде алкоголя и популяризацией здорового образа жизни.

**КОГДА ПОНЯЛ, ЧТО Z-ПОКОЛЕНИЕ  
ПЬЕТ ВСЕ МЕНЬШЕ**



**окак**

# Тренды, которые мы использовали



Натуральность

Широкое разнообразие

Разумная экономия



30Ж

Локальный бренд

Снижение градуса

**GREEN LINE**



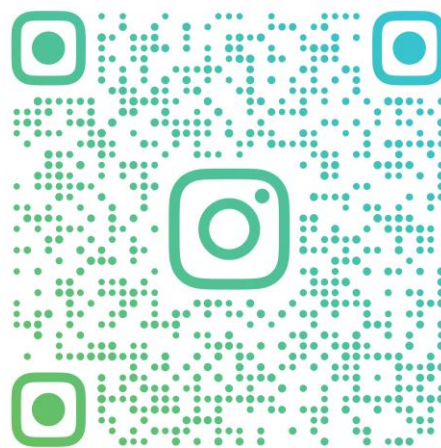
ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ



# GreenLine Infusions

Инфьюзы — один из главных трендов мирового алкогольного рынка.

В Беларуси первооткрывателем в категории стали GreenLine Infusions. Это яркие, вкусные напитки с легкими и освежающими вкусами ягод, фруктов и специй крепостью 20%.



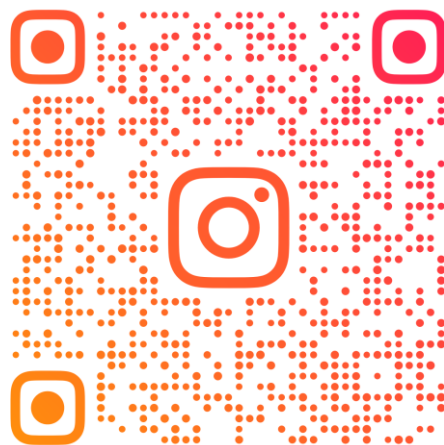
BULBASHCOMPANY





## Алина Жук

Начальник отдела  
стратегического маркетинга  
ООО «Завод Бульбашъ»



EFIMOVA\_ALINA

