

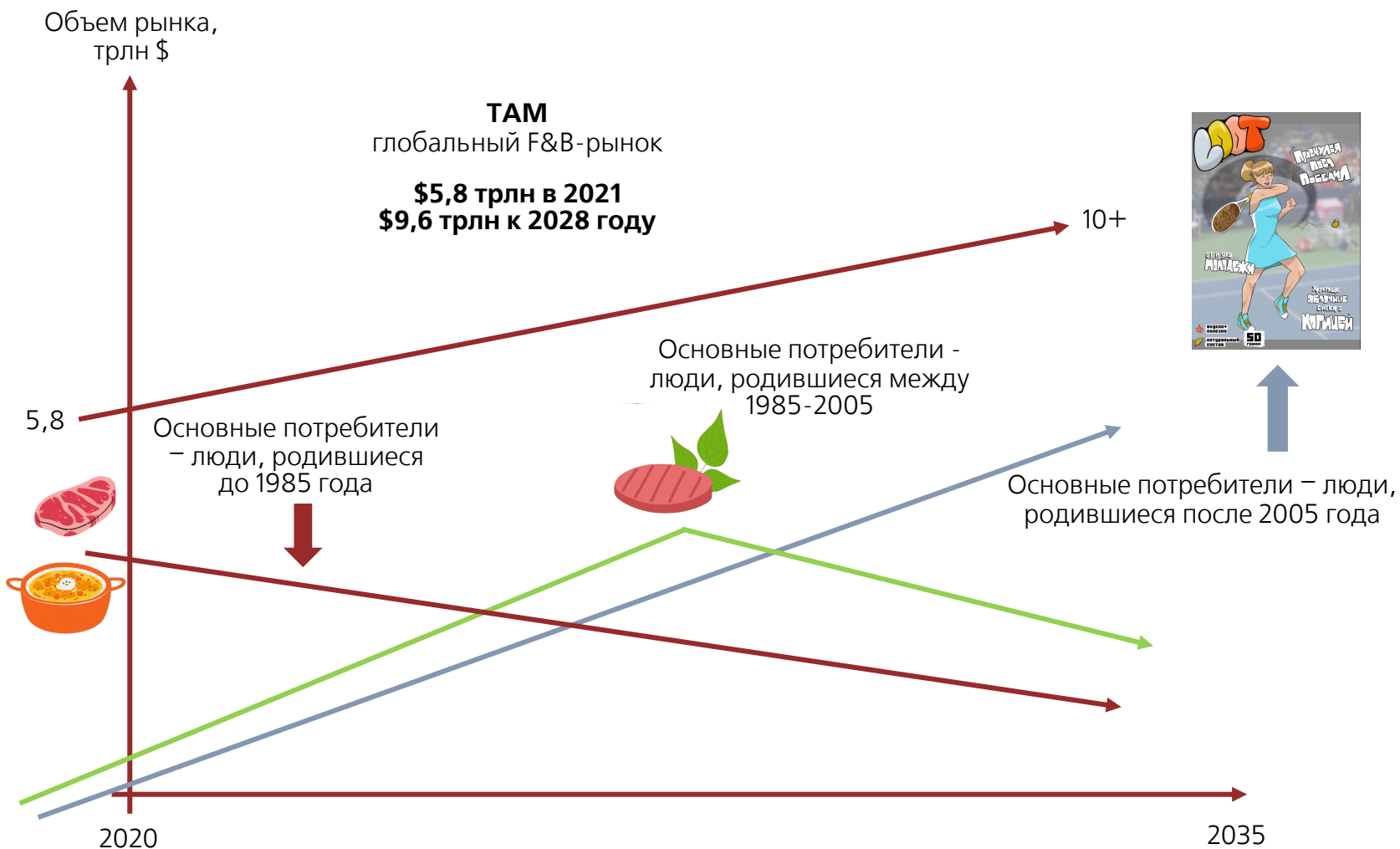
Loot: сбалансированные экструзионные снеки для подростков



СЕГОДНЯ - АКТУАЛЬНОЕ ВРЕМЯ ДЛЯ СОЗДАНИЯ НОВЫХ КОМПАНИЙ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ЕДЫ

- **Угроза глобального продовольственного кризиса и голода**, вызванная нарушением цепочек поставок и рекордным с 1970-х годов ростом цен на продовольствие в связи с геополитическими конфликтами
- **Угроза глобальной экологической катастрофы** из-за деятельности мясо-молочной промышленности, которая на сегодняшний день является источником 1/3 всех выбросов парниковых газов
- **Огромные инвестиционные раунды** от крупнейших мировых фондов на развитие стартапов по производству еды будущего, обладающие более эффективными технологиями производства мяса и молока – например, технологией экструзии или ферментации
- **Переход потребителей на локальные бренды** по причине снижения доверия к продукции транснациональных корпораций из США и Европы

МЫ СОЗДАЕМ НОВЫЕ КАТЕГОРИИ И ПРОДУКТЫ ДЛЯ ПОЛНОЦЕННОЙ ЗАМЕНЫ ТРАДИЦИОННОЙ ЕДЫ



Голубая линия на графике обусловлена синергией четырех трендов: ростом численности населения, объема [F&B-рынка](#), объема рынка [здоровой еды](#) и объема рынка [снеков](#)

Анализ потребительского F&B рынка:

- Эпоха перепотребления позволяет [TNCs](#) получать огромный доход, [ставя](#) окружающий мир и здоровье потребителей на второй план
- Главная потребительская сила сегодня – люди в возрасте 35+, привыкшие к традиционной бесполезной еде
- В будущем основным потребителем будут [Z-snackers](#), которые [выбирают](#) полезные продукты, не требующие приготовления

ПЛАТФОРМА ПО СОЗДАНИЮ НОВЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ БУДУЩЕГО

Мы изучили опыт [Lego](#) и на его основе, адаптировав подход компании, разработали свою **уникальную методологию из трёх элементов по разработке и выводу на рынок новых продуктов питания и напитков:**

Co-creation через [ФудСовет / FoodAdvice](#)

Более эффективный R&D за счет прямого участия потребителей в процессе разработки продуктов и брендинга

DMD на базе технологии пищевой экструзии ([кейс Arrival](#))

Быстрый запуск экструзионных продуктов и эффективное масштабирование за счет модульного производства на оборудовании пищевых колледжей и университетов

Hard and soft как **service** ([кейс iFarm](#))

Кооперация с производителями для обмена экспертизой и совместного запуска новых продуктов питания и напитков (оператор корпоративного акселератора [PepsiCo LAB](#))



CO-CREATION ЧЕРЕЗ ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ПЛАТФОРМУ ФУДСОВЕТ / FOODADVICE



Бесплатная образовательная платформа ФудСовет позволяет существенно сократить затраты на HR, R&D и маркетинг

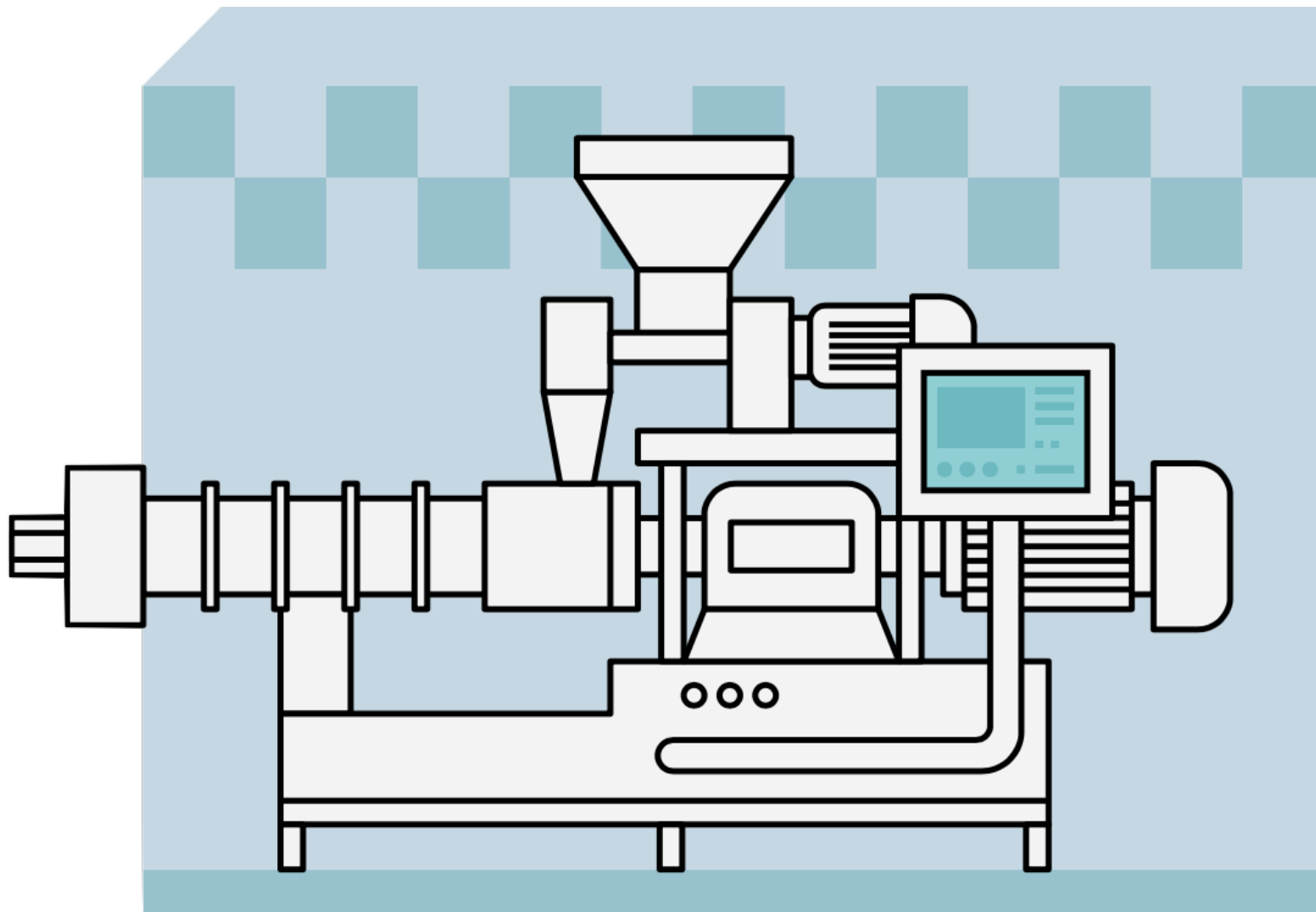
В рамках платформы студенты и школьники со всего мира вовлекаются в процесс разработки концепций новых продуктов питания и напитков в формате программы на базе геймификации и проектного обучения

Сегодня платформа используется в России, Армении, Узбекистане, Белоруссии, Кении, Финляндии

В числе сетевых партнеров платформы:

- Международная сеть [Cambridge International School](#), из которой ежегодно выпускаются более 10 млн. выпускников в 160 странах мира
- Программа студенческого предпринимательства [Enactus](#) в 37 странах по всему миру
- Сеть [Точек кипения](#), объединяющие университеты в 80+ городах России
- Госпитальные школы для онкобольных детей [УчимЗнаем](#) в 40+ регионах России и СНГ





Сегодня производители оборудования не занимаются производством B2C-продуктов, а производители не занимаются разработкой оборудования

Сеть небольших производств, объединенная одной системой на базе AI, позволяет постоянно улучшать характеристики продукта на основе обратной связи от потребителя на платформе ФудСовет, а за счет этого улучшать как технологию производства продукта, так и оборудование

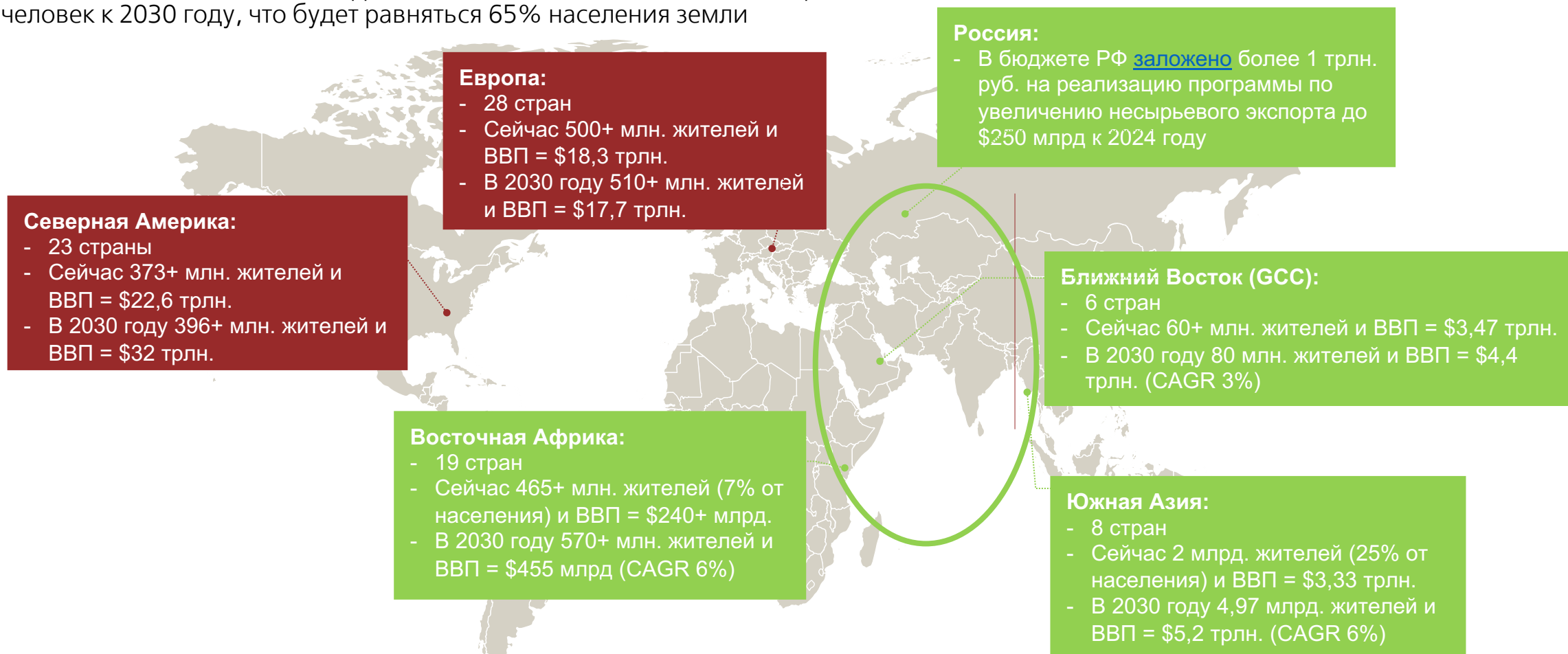
Это дает возможность добиться эффективности на малых объемах и защититься от копирования успешных продуктов конкурентами

Наш производственный модуль включает:

- Оборудование (высокоэффективные пищевые экструдеры)
- ПО для управления производством (цифровая модель продукта, загрузка и работа цеха, оптимизация процессов, контроль за разработкой и качеством продукции)

МЫ ЦЕЛИМСЯ В РЫНКИ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН С РАСТУЩИМИ НАСЕЛЕНИЕМ И ЭКОНОМИКОЙ

Население GCC, Восточной Африки и Южной Азии составит 5,62 млрд. человек к 2030 году, что будет равняться 65% населения земли





Потребительские признаки:

- Подростки 12-22 года
- Учатся в школах и университетах, проживают преимущественно в новых районах города
- Хотят выделяться и не быть как все, много времени проводят онлайн
- Отдают предпочтение чипсам и снекам ([исследование Утконос](#))

Ситуации потребления снеков:

- Вкусный перекус для компании одноклассников или друзей
- Удобный снек для перекуса на ходу (по дороге куда-то, на прогулке, в школе или институте)

ТЕКУЩИЕ ПРОДУКТЫ НАДОЕЛИ И ПЕРЕСТАЛИ БЫТЬ СОВРЕМЕННЫМИ, А ТАКЖЕ НЕ ДАЮТ ВОЗМОЖНОСТИ ПОЗАБОТИТЬСЯ О СВОЕМ ЗДОРОВЬЕ



Инсайты из результатов исследования целевой аудитории продукта:

- Ключевая составляющая – комбинация яркого вкуса и пользы для здоровья
- Обращают внимание на необычные вкусы и упаковку
- Согласно [опросу](#) более 800 школьников не удовлетворены питанием в школах (средняя оценка школьного питания - 3 из 5)
- Бренды с русским названием воспринимаются хуже, при этом бренд Lay's считают устаревшим
- Предпочитают нативную, ненавязчивую рекламу во ВКонтакте и на Youtube

СБАЛАНСИРОВАННЫЙ ЭКСТРУЗИОННЫЙ СНЕК С ЯРКИМ ВКУСОМ И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ БРЕНДИНГОМ



Насыщенные вкусы:

- Томатные с перцем
- Яблочные с корицей

Яркий брендинг:

- Персонализированный и выделяющийся дизайн упаковки
- Запоминающийся нейминг Loot

Удобно есть:

- Не пачкают руки во время еды
- В компактной упаковке

Идеально сбалансированный состав для подростков в возрасте 14–18

Доступная цена: до 79 рублей за пачку 50 гр при себестоимости 18-20 рублей

Разработан вместе со школьниками, участвующими в дегустациях, создании брендинга, нейминга и упаковки во время обучения на платформе [ФудСовет](#)

ПРОДУКТ НАХОДИТСЯ НА ЭТАПЕ ПОДГОТОВКИ К ТЕСТОВЫМ ПРОДАЖАМ



ПИК самолет

Сегодня большинство подростков **покупает еду в мини-маркетах поблизости от школы или дома**

Тест-маркет Loot пройдет в магазинах формата «У дома», расположенных рядом со школами в жилых микрорайонах Москвы и МО

Каналы сбыта Loot в России на этапе масштабирования:

- Федеральные торговые сети (Перекрёсток, ВкусВилл, Магнит и др)
- Сервисы доставки (Яндекс Лавка, Самокат, Утконос и др)

На начальном этапе для производства продукта будет использоваться контрактное производство (co-packing)

Вместе с [ПИК](#) и [Самолёт](#) мы обустроим районную инфраструктуру таким образом, чтобы **каждый школьник мог быстро получить любимый продукт**

Контакты

Никита Додонов
+7 966 007 44 88