

НАПИТОК ГОДА

КАКИМ ДОЛЖЕН
БЫТЬ ИДЕАЛЬНЫЙ
ПРОХЛАДИТЕЛЬНЫЙ
НАПИТОК

ИССЛЕДОВАНИЕ
В СИНДИКАТИВНОМ
СООБЩЕСТВЕ
IPSOS В РОССИИ

Июнь 2024

Идеальный прохладительный напиток – какой он?

Газировки, соки, вода со вкусом и без, холодный чай, энергетики, компоты и морсы – так много всего и так сложно, порой, сделать выбор. Однако нет предела совершенству, и в этом исследовании мы поговорили с потребителями о том, какими они видят идеальные безалкогольные напитки, и выяснили, какие продуктовые атрибуты интересны и желаемы в будущем.



- 1 Когда говорят «да» напиткам ярких и необычных цветов?
- 2 Каких вкусов и сочетаний не хватает и что новенького хотели бы попробовать потребители?
- 3 Какой должна быть сладость?
- 4 Отличаются ли интересы у поколений Z, X и Y?

Содержание отчета



1 5P идеальной органолептики

- Представления в категории об идеальном во вкусе, цвете, аромате, консистенции и послевкусии
Отношение к сладости
- Привлекательные новые вкусы и их сочетания



2 Польза и функциональность

- Интерес к составу, привлекательные и непривлекательные ингредиенты в прохладительных напитках
- Ожидания в отношении пользы и функциональности



Полная версия доступна по платной подписке.
Стоимость 1 отчета – 280 тыс. руб. Без НДС



Каким должен быть идеальный цвет?



Цвет и его насыщенность формируют **ожидания определенного вкуса напитка** и интенсивности этого вкуса. В зависимости от типа напитка цвет также влияет на восприятие качества, натуральности, полезности.

В первую очередь сам цвет должен **соответствовать вкусу** и составу:

- Если в составе и/ или вкусе заявлены цитрусовые, персики, морковь предпочтительны оттенки желтого и оранжевого.
- Для ягодных напитков интересны красный, розовый и даже фиолетовый или чёрный цвета.
- Для холодного чая – травяные и коричневые оттенки.

Исключение – минеральная вода со вкусом видится скорее как прозрачный напиток.

При этом идеальная **насыщенность** цвета различается в зависимости от ожиданий и потребностей, связанных с потреблением напитка:

- неяркие, **светлые, натуральные** оттенки → чтобы **утолить жажду** и освежиться
- насыщенные **яркие и тёмные** оттенки → чтобы получить **максимум удовольствия** от вкуса
- насыщенные яркие, в некоторых случаях **экстремально-яркие** оттенки → для **новых впечатлений**.

NB! Культура смузи и безалкогольных коктейлей способствует интересу к многослойным цветовым решениям, и некоторые находят привлекательными двух- трехцветные напитки.



Я думаю, цвет должен зависеть от фрукта. Какого цвета фрукт – такого и напиток. Не слишком интенсивный, чтобы не было сомнения в качестве. Думаю, что цвет не может быть слишком необычного цвета, так как это вызывает сомнения – оригинальный ли это напиток (муж., 19 лет, Екатеринбург)



В напитках допустимы все цвета. Главное, чтобы он соответствовал цвету ингредиентов. Например, малиновый цвет может быть для клубники или малины, зеленый – для тархуна или мяты. Коричневый цвет – для кофейных напитков, белый для молочных и кокосовых. Черный для ежевики или черной смородины (жен., 35 лет, Санкт-Петербург)



Цвет вкусного прохладительного напитка должен быть очень ярким, чтобы было видно издали. Можно даже создать такой оранжево-зелёно-голубого красного цвета напиток. Такой яркий цвет говорит о его наполненности разными вкусами: оранжевый – это апельсин, зелёный – это лайм, голубой – это цвет воды (жен., 50 лет, Санкт-Петербург)



Отличаются ли цветовые предпочтения в напитках у представителей разных поколений – читайте в полной версии!





0 проекте

Синдикативное онлайн-сообщество типичных потребителей, объединяющее 500 человек из разных городов России.



Методология:

**КАЧЕСТВЕННОЕ
ИССЛЕДОВАНИЕ**



Количество участников:

30 РЕСПОНДЕНТОВ

Темы исследований в 2024 году

Будущее рядом: беспилотный транспорт и роботы-курьеры

Дополненная реальность: как помочь технологии взлететь

Напиток года: представления об идеальном в прохладительных напитках

Программы лояльности: лучшие практики

Что такое «вкусно»? Взгляды поколений на вкусную еду

Финансовая подушка: как и из чего формируется

Идеальное жилье: каким его представляют?

Обновление приложений: когда да, а когда – нет?



Форматы участия в проекте

1 Подписка на результаты опросов

Опция 1 1 отчет	Опция 2 2 отчета	Опция 3 3 отчета
280 000 руб.	520 000 руб.	750 000 руб.

- 1 дискуссия в 2 месяца
- Отчет – презентация в формате MS PowerPoint на русском или английском языке (20-25 слайдов)

Цены указаны без учёта НДС (20%)

2 Ad hoc Проекты по запросу

Тема по запросу

от 240 000 руб.

Сроки

1 неделя
от брифа до отчета

- Слишком специфический / частный вопрос для отдельного качественного исследования
- Срочно нужен отклик реальных потребителей!
- Предварительный этап для другого исследования



Свяжитесь с нами:

Anastasiya.Gilenko@ipsos-russia.ru

Ekaterina.Kotova@ipsos-russia.ru



THANK YOU

TG: Ipsos в России



VK: Ipsos в России

