



ЕДИМЛУЧШЕ

**РАСТИТЕЛЬНЫЕ ОПЦИИ В ПИЦЦЕРИЯХ
РУКОВОДСТВО**

WWW.EATINGBETTER.RU

Предложение растительных альтернатив сыру или мясу быстро увеличивается. И наличие высококачественных продуктов по выгодной цене помогает расширять ассортимент пиццы. Поэтому мы решили подготовить краткое руководство для пиццерий. Мы считаем, что каждый заслуживает вкуснейшей пиццы, независимо от своих диетических предпочтений, поэтому проект «Едим лучше» обращается ко всем компаниям, которые готовы адаптироваться к меняющимся потребностям своих клиентов.

В этой брошюре вы найдете:

- обзор исследований, свидетельствующих о растущей популярности блюд растительного происхождения
- примеры пиццерий, решивших добавить в свое меню веганские блюда и достаточно успешно продвигающихся на рынке
- несколько простых рецептов вкусной, полностью растительной пиццы
- руководство по успешному продвижению вашего продукта на растительной основе
- советы для вашего отдела закупок

Алексей Иванов

Координатор проекта

Марина Жильцова

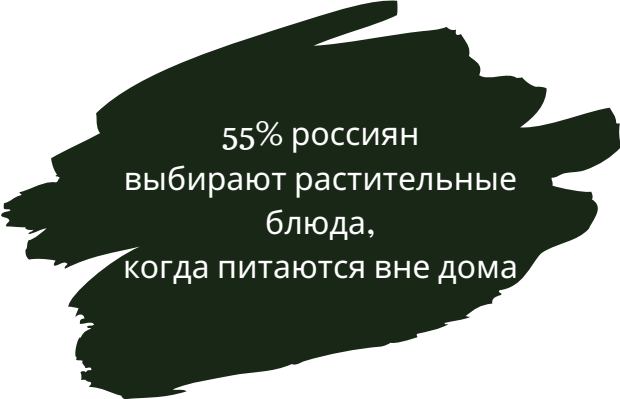
Главный редактор



Блюда на растительной основе: дополнительное преимущество для вашей пиццерии

Добавление в ваше меню блюд на растительной основе является ответом на меняющиеся потребности клиентов. Число веганов, вегетарианцев и флекситарианцев растет из года в год.

Согласно результатам опроса, проведенного Аналитическим центром НАФИ в июле 2018 года, 55% россиян выбирают растительные блюда, когда питаются вне дома.



55% россиян
выбирают растительные
блюда,
когда питаются вне дома

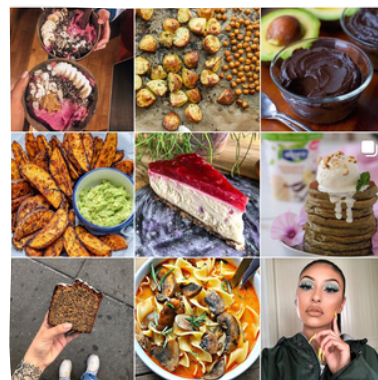
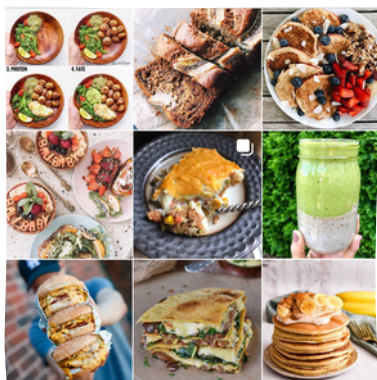
Люди решаются перейти на растительную диету по разным причинам - здоровье, этика или экология, но часто и по причине непереносимости лактозы.

Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций (ФАО) создала новую пирамиду питания с рекомендацией сократить потребление мяса в качестве меры, которая может защитить от рака. По данным Фламандского института Бельгии по здоровому питанию мясо относится к той же категории, что и продукты высокой степени переработки, предлагаемые в ресторанах быстрого питания. Кроме того, разные данные показывают, что от 5 до 19% населения России страдает от непереносимости лактозы или коровьего молочного протеина, что означает, что эти люди должны исключить из своего рациона большинство молочных продуктов.



Также постоянно растет число людей, интересующихся экспериментами с приготовлением блюд с растительной альтернативой традиционным продуктам, включая людей, которые продолжают употреблять в пищу продукты животного происхождения. Эта тенденция связана с растущей готовностью общества изучать практически незнакомую отрасль пищевой промышленности и стремлением нарушать привычный порядок вещей в поиске новых вкусов и источников питания.

В ответ на меняющееся отношение потребителей, производители продолжают опережать друг друга в развитии и продвижении новых, интересных растительных продуктов.



Более того, растительная гастрономия стала заметным трендом в социальных сетях. Люди, употребляющие растительную пищу, часто очень активно там представлены, о чем свидетельствуют более 15 миллионов постов в Instagram, помеченных как #веганский. Эти профили являются отличной рекламной площадкой для ресторанов, решивших расширить свой ассортимент за счет вариантов, отвечающих потребностям посетителей. Кроме того, это группа лояльных потребителей, желающих вернуться в места, которые им нравятся, и поделиться своими кулинарными открытиями с друзьями и семьей, находящимися оффлайн.

Революция в растительной кулинарии также стала постоянной темой в СМИ, в том числе и в профессиональных. Выход на рынок с растительной продукцией постепенно становится необходимостью для предприятий общественного питания, которые хотят идти в ногу с последними тенденциями и, таким образом, оставаться конкурентоспособными.

Веганская пицца полностью все еще не очень широко представлена в России, особенно если мы говорим о сетевых ресторанах. Уже существует множество бургерных, предлагающих вегетарианские блюда, в крупных российских городах появляются растительные «кебабы», а хумус и фалафель стали любимыми блюдами даже для тех, кто до сих пор питается традиционным образом. Настало время, чтобы стать на путь развития производства пиццы на растительной основе.

Растительная кухня: мегатренд в гастрономии сегодня и в будущем

Аналитики **Mintel** описывают растительную диету как одну из ведущих тенденций в современном образе жизни. Популярность растительных блюд подтверждается большим количеством успешных ресторанов и вегетарианских бистро, а также тем, что новые заведения продолжают появляться во многих российских городах.



Все больше и больше компаний видят финансовые преимущества диет на растительной основе. Отличный пример - гигант мясной промышленности США, **Tyson Foods**, который инвестировал в запуск **Beyond Meat**, где успешно работают над созданием альтернативы, которая максимально приближена к оригинальному мясу.

В России Наро-Фоминский мясокомбинат активно развивает свою марку **НЕ МЯСО**, которая в данный момент представлена несколькими видами котлет для бургеров, пельменей, колбас и сосисок полностью из растительных ингредиентов.

А продукцию российского стартапа **Greenwise**, который вышел на рынок в середине 2019 года, уже можно найти в крупнейших сетях как России, так и ближнего зарубежья.

Во многих крупных российских супермаркетах вы можете купить веганские молоко, йогурт и сыр. Эта тема также обсуждается во многих деловых блогах, где рынок веганской продукции представляется привлекательным для потенциальных инвесторов.



Пицца без мяса? ХОРОШО. Но без сыра?!

Пицца из растительных ингредиентов не обязательно должна быть скучной и безвкусной лепешкой с томатным соусом и парой кусочков овощей. Существует широкий ассортимент продукции, которая может заменить традиционный сыр или ветчину на пицце. Вы можете выбрать моцареллу на растительной основе, фета, гауда, горгонзола, сыр пармезан, при этом список компаний и мест, где можно купить их, постоянно расширяется.



В настоящее время интернет-магазины предлагают множество вариантов такого сыра – это, например, **Happy Vegan** и «Сойка». На их сайтах вы найдете продукты таких производителей как **VolkoMolko**, **VEGO**, «Просто постно» (российские марки), **VioLife**, **Regalio Vegan**. Некоторые из вышеперечисленных марок уже доступны в розничных магазинах, например, в «Ленте».

На российском рынке можно найти также много мясных заменителей растительного происхождения, например, бренды **Greenwise**, **VolkoMolko**, **Primal**, **HE МЯСО**, **Beyond Meat**.



Такие специи как пищевые неактивные дрожжи или копченая паприка помогут добавить блюду столь желанный вкус сыра. Широкий ассортимент овощей также позволяет комбинировать их различными способами и создавать новые, захватывающие композиции и избавить ваше меню от риска стать скучным и предсказуемым. Просто взгляните на предложение пиццерий, которые уже добавили такую пиццу в свое меню.

Веганскую пиццу действительно легко приготовить. Ведь тесто состоит из муки и воды, соус сделан из помидоров. Все, что вам нужно сделать - это заменить сыр, колбасу и мясо на их растительные альтернативы. Таким образом можно приготовить любую классическую пиццу - фунги, каприччоза или даже пепперони



Ниже вы найдете несколько рецептов несложной и вкусной пиццы, которая понравится не только веганам, но и всем любителям итальянской кухни.

Пицца «Пепероната»

Почему вашим гостям понравится это блюдо?

Настоящий кошмар любой веганской пиццы - это сырой болгарский перец. За несколько минут в духовке перец не успеет карамелизоваться, поэтому его вкус будет пресным. Однако достаточно предварительно запечь перец, а затем быстро снять с него шкурку и положить на пиццу, добавить пару маслин. Перцы добавят кисло-сладкий вкус и копченый аромат, в то время как маслины придадут всему блюду неповторимый солоноватый оттенок.

Топпинг: 3 красных или желтых перца (600 гр.), 100 гр. маслин без косточки, свежий базилик, сыр на растительной основе

Приготовление:

1. Положите весь перец в печь для пиццы. Выпекайте 8-15 минут до обугливания.
2. Запеченный перец положите в металлическую миску, накройте крышкой и оставьте на несколько минут. После этого снимите кожуру, при необходимости используя вилку. Нарежьте очищенный перец широкими полосками.
3. Положите томатный соус на тесто для пиццы, посыпьте растительным сыром, добавьте перец и несколько маслин сверху.
4. Подавайте со свежим базиликом и оливковым маслом.

Советы:

Чем лучше запечен перец, тем легче его почистить и тем вкуснее. Эта пицца также будет вкуснее с большим количеством различных трав или листовых овощей, например тимьяном или шпинатом.



Пицца «Пармиджана»

Почему вашим гостям понравится это блюдо?

Баклажаны - удивительный овощ. У него замечательная, мягкая текстура, которая идеально сочетается с хрустящим тестом пиццы и густым соусом. Но самое важно - в нем очень много умами - пятого вкуса, который можно найти в мясе, колбасе и твердых сырах. Запеченный баклажан - это топпинг, который оценят и веганы, и просто все любители хорошей итальянской пиццы «Пармиджана».

Топпинг: 1 баклажан (400 гр.), 1/4 чайная ложка соли (1,5 г), масло для жарки, базилик, сыр на растительной основе



Приготовление:

1. Порежьте баклажан на круглые ломтики толщиной 3-4 мм. Смешайте в большой миске с солью и перемешайте так, чтобы ломтики равномерно покрылись солью. Оставьте как минимум на 30 минут.
2. После этого выньте баклажаны из миски, поместите их на противень для выпечки и намажьте тонким слоем растительного масла. Запекайте в печи для пиццы 2-5 минут до образования корочки.
3. На тесто для пиццы положите больше томатного соуса чем обычно. Посыпьте сыром и положите сверху ломтики запеченного баклажана, закрывая поверхность пиццы практически полностью.
4. После запекания подавайте с базиликом и оливковым маслом с острым перцем.

Советы:

Обработка солью - это простая техника, подчеркивающая вкус и текстуру баклажана. Соль усиливает вкус и минимизирует горечь, но, что самое главное, благодаря такой обработке баклажан впитывает меньше масла и выпекается гораздо быстрее. Это придает овощу нежную кремовую консистенцию без излишней жирности.

Лучше всего баклажаны выпекать с добавлением растительного масла без вкуса. Оливковое масло может придать им горчинку. Можно приготовить несколько баклажанов одновременно и хранить их в холодильнике до трех дней.



Где искать вдохновение?

В России пиццу из растительных ингредиентов можно найти как в веганских заведениях, так и среди предложений ресторанов с мясными блюдами. Ниже - несколько примеров.

"Пицца 22 см" (Петербург)

Здесь можно заказать неаполитанскую пиццу "Веджи" - с баклажанами, кабачками, болгарским перцем и красным соусом.

Также в сентябре прошлого года в меню ресторана можно было найти пиццу с лисичками от одного из лучших веганских шеф-поваров России Виктории Мосиной. Надеемся, что и в этом году она вернется в меню!

Daner Pizza (Петербург)

Кафе открылось в начале 2020 года, однако приготовлением пиццы шеф-повар Даниил занимается уже около двух лет. И слава о его мастерстве вышла за пределы веганского сообщества.

Это - первая неаполитанская веганская пиццерия в России. И на февраль 2020 здесь 7 видов пиццы, в том числе сладкая! Каждый месяц специальное предложение от приглашенного шеф-повара.

Империя Пиццы (Москва)

В этой сети есть сразу две веганских пиццы с большим количеством овощей, грибами и растительным сыром, использование которого пока что является редкостью для невегетарианских ресторанов.





Veggie Vox (Петербург)

Здесь можно заказать «Пепперони», «Болоньезе», «Сырную» пиццу и несколько других видов. Все они будут на 100% растительными: с тофу, соевым мясом и веганскими сырами.

Также есть выбор между 25 и 35-тью сантиметровыми пиццами. Последняя весит почти килограмм!

Кафе "Мир" (Петербург)

Заведение с широким выбором растительных блюд, в котором не так давно появились 3 опции и для любителей пиццы!

Сервисы доставки:

Помимо возможности выбрать веганскую пиццу в кафе, есть варианты заказать ее на дом. Из таких опций мы нашли:

Fast Vegan (Петербург), СЛАЙС пицца (Москва) и Nancy's Pizza (Москва)



МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТРЕНДЫ

Зарубежные дочерние компании международных сетей также реагируют на потребности растущей группы потребителей, отказывающихся или сокращающих потребление мясных и молочных продуктов.

Рара John's

С января 2019 года в одной из трех крупнейших пиццерий мира уже есть веганские опции в 350 ресторанах в Великобритании. Основным ингредиентом их пиццы является **Sheese** - шотландский продукт на базе кокосового масла, который получил награду **Vegan Food Awards** за лучшую альтернативу сыру.



Pizza Hut

Pizza Hut представила веганское меню во всех своих 265 ресторанах в Великобритании. Ассортимент включает в себя 5 видов пиццы с сыром Violife, в том числе с джекфрутом, а также острую тортилью и даже булочки с корицей. Продвигая растительные опции, сеть заявляет:

Неважно, придерживаетесь ли вы веганской диеты или просто не употребляете лактозу, нет причин, по которым вы не можете наслаждаться пиццей.

Domino's Pizza

Великобритания, похоже, является лидером, когда речь идет об ассортименте веганской пиццы в сетевых ресторанах. В сентябре 2018 года компания Domino ввела растительные опции в крупнейших городах страны, и предложение было очень тепло встречено клиентами, судя по отзывам в Твиттере. В настоящее время веганская пицца доступна в большинстве европейских ресторанах сети (в т.ч. во Франции, Нидерландах, Германии и Дании).



Успешное продвижение растительного меню в ресторанах

Информирование о вводе блюд растительного происхождения может вызывать определенные сложности. Бывает, что мы слышим от владельцев ресторанов, что после появления таких блюд в меню они были не очень популярны. Это не всегда свидетельствует об отсутствии интереса к блюдам без традиционных ингредиентов, таких как сыр или мясо, скорее, проблема в том, как представить их в меню таким образом, чтобы ваши гости захотели их заказать. **Грамотная маркировка растительных блюд очень важна и оказывает большое влияние на потенциальные продажи.**

МЕНЬШЕ ЗНАЧИТ БОЛЬШЕ

«Мы рекомендуем производителям избегать маркировки продуктов как веганских или вегетарианских, а вместо этого сосредоточить внимание на полезных для здоровья свойствах этих продуктов и их питательной ценности, такой как содержание белка», – говорит Брюс Фридрих, основатель Good Food Institute, инновационной компании, помогающей развивать рынок продукции растительного происхождения. Фридрих также добавляет, что **этикетки со значком V (Vegan) воспринимаются людьми как продукт, предназначенный только для веганов или вегетарианцев, которые могут исключить других потенциальных потребителей.** Многие крупные компании в Соединенных Штатах следуют этому совету.



Хорошим примером является JUST (бывший Hampton Creek), который не использует никаких специальных этикеток на веганском майонезе и соусах. Фридрих подчеркивает, что такая стратегия помогает избежать падения продаж веганской продукции.

«Веганы полны решимости найти продукты для себя, для этого им не нужны специальные этикетки», - добавляет он.



ВКУС ВСЕГДА ПОБЕЖДАЕТ

Что касается ресторанов, то они стараются подчеркивать **вкус, текстуру и состав** - метод, набирающий популярность в заведениях, имеющих как традиционное меню, так и веганские блюда.



В эксперименте, проведенном Panera Bread, изменение названия «Вегетарианский суп из черной фасоли с низким содержанием жира» на «Кубинский суп из черной фасоли» **привело к увеличению продаж на 13% всего за один месяц**. Аналогичный эксперимент проводили в Sainsbury's (сеть супермаркетов), чье решение изменить название колбаски из растительных ингредиентов, предлагаемой в их бистро, с «Колбаска без мяса и пюре» на «Овощная камберлендская колбаска и пюре» **увеличило продажи на впечатляющие 76%**.

В случае с пиццериями, где принято называть пиццу и кратко перечислять основные ингредиенты прямо в меню, **названия для веганских опций могут быть легко созданы точно таким же образом, без необходимости сообщать о "веганстве"**, что часто обескураживает гостей вместо того, чтобы поощрять их пробовать новое блюдо.

А КАК ЖЕ МЕНЮ?

Действительно ли нужно создавать отдельное веганское меню со специальным обозначением веганских блюд? Определенно нет. Исследования Лондонской школы экономики показали, что перемещение продуктов с маркировкой «v» (веган) из вегетарианской/веганской секции магазина в основной продовольственный отдел **увеличило продажи более чем на 50%!**



Поэтому не следует относиться к новому веганскому ассортименту как к чему-то специфическому, особому и «отличному». Особенно сейчас, когда количество веганов, вегетарианцев и людей сокращающих потребление продуктов животного происхождения постоянно растет. **Небольшой листик, иной цвет шрифта или надпись «спросите сотрудников магазина/ресторана о веганских/растительных опциях» - этого будет достаточно.** Чем нейтральнее информация о веганском предложении, которая не выделяется из стандартного меню, тем больше возможностей продажи и популяризации новых блюд также среди гостей на «традиционных» диетах.

ИЩИТЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, И ВЫ ИХ НАЙДЕТЕ!

Исследования, проведенные компанией Mattson в 2017 году, показывают, что термин «вегетарианский» ассоциируется с пищей, которая намного здоровее, вкуснее и доступнее, чем пища, обозначенная как «веганский». Это мнение клиентов, которые приходят в магазин/ресторан без определенных планов, и наше единственное оружие в борьбе за свои интересы - это этикетка и дизайн меню.



ДВОЙНОЙ ОГОНЬ

Однако дело обстоит иначе, когда речь идет о продвижении растительных продуктов в специальных рекламных объявлениях и в социальных сетях. Оба варианта четко определяют целевую группу, которой будут рекламироваться наши новые блюда, и сотрудничество с лидерами мнений и/или местными СМИ помогут привлечь веганов и вегетарианцев, которые, как указывает Фридрих, очень решительно настроены найти и попробовать новинки растительного происхождения. Грамотное сочетание этих двух - внешней и внутренней - маркетинговых стратегий, безусловно, приведет к увеличению продаж.



Но давайте не будем забывать, что даже самый блестящий маркетинг не защитит блюда (будь то мясные или овощные), если они не обладают выдающимся вкусом.



СОТРУДНИЧАЙТЕ С НАМИ!

Целью некоммерческой кампании «Едим лучше» является поддержка производителей продуктов питания, сетей розничной торговли и владельцев ресторанов в представлении и продвижении растительных продуктов и блюд. Мы обладаем большим опытом в проведении маркетинговых исследований, опросов потребителей и знаниями в сфере растительной гастрономии и актуальных мировых тенденций.

Мы предлагаем консультации в следующих областях:

- составление меню и введение рецептов растительных блюд;
- мастер-классы по приготовлению блюд на растительной основе;
- маркетинг - как представлять и продвигать растительные продукты;
- стратегическая поддержка - где взять продукцию растительного происхождения;
- налаживание сотрудничества между ресторанами и дистрибьюторами растительной продукции.

Если Вы заинтересованы в сотрудничестве с нами, посетите наш сайт и свяжитесь с нами напрямую:

alexey.ivanov@eatingbetter.ru | EATINGBETTER.RU
FACEBOOK.COM/EATINGBETTER.RU
INSTAGRAM.COM/EATINGBETTER_RU