



RICE UP! – един от най-разпознаваемите брандове, затвърди лидерските си позиции на пазара в категорията Здравословни snacks, като предлага алтернатива на традиционните snacks. Производителят „НУХЕЛТ“ АД следва световните тенденции на free-from продукти и използва 100% натурални съставки, без глутен, без ГМО, без консерванти. Компанията чрез водещия си бранд RiceUP! си поставя за цел да бъде пионер в хранителната индустрия, като чрез иновативните си продукти да възпитава хранителни навици, които водят до преформулиране на конвенционалното хранене. Иновацията при чипса RiceUP! го прави неповторим в световен мащаб – продуктът е създаден от цели зърна кафяв пълнозърнест ориз чрез уникална технология, позволяваща в най-голяма степен да бъдат съхранени здравословните ползи на оризовото зърно.

#### Пазар

В световен мащаб редица проучвания потвърждават възходящата глобална тенденция при консумацията на здравословни snacks. Това се определя от факта, че съвременният потребител много често предпочита и замества едно от дневните си хранения със snack, като все повече обръща внимание на здравословните му ползи. Изключително динамичното развитие на категорията на здравословните snacks, както и на пазара на free-from продукти е резултат от забързания модерен ритъм и все по-големите изисквания на консуматорите, търсещи най-доброто за себе си и за своите близки.

RiceUP! следва тези световни тенденции, като не просто ги имплементира отлично, но чрез своите продукти става пионер и налага тенденции на пазара. Пример за това е едно от водещите постижения с уникалната и нямаща прецедент иновативна технология, която се прилага в оризовия чипс RiceUP!. Продуктът е специално създаден и разработен в иновативния R&D център на производителя „НУХЕЛТ“, предлагащ отличен баланс между страхотен

вкус, здравословни качества и добра цена. RiceUP! развива пазара на free-from продукти и категорията на здравословните snacks не само в България, но и на международните пазари, като налага нови еталони за качество и иновативност. Показателни за устойчивите позиции на бранда и развитието на пазара са резултатите, които отбелязва компанията производител в тежката година на ковид пандемия: „НУХЕЛТ“ влиза в топ 5 на най-динамично развиващите се компании в България и отчита 29% ръст на продажбите за 2020 г. в сравнение с 2019 г.

#### Постигания на марката

RiceUP! е лидер в категорията „Здравословни snacks“ и е една от най-разпознаваемите марки с над 70% TOM (Top of the minds). За продуктите на RiceUP! иновациите са движещата сила. Продуктите под бранда получават признание на едни от най-престижните световни форуми в хранителната индустрия.

През 2017 г. чипсът със супер семена заема първо място сред европейските иновативни продукти в нагпреварата SIAL Innovation в рамките на изложението SIAL в Джакарта. В същата година гамата чипсове със супер семена достига финала и в нагпреварата на иновативни продукти на SIAL Middle East в Абу Даби в силната конкуренция със 110 иновативни продукта. RiceUP! чипсът със супер семена спечели Health & Wellness Brand Awards в Малайзия през 2019 г.

В сферата на маркетинга RiceUP! е отличен със злато на ФАРА 2018, а цялостната лансираща кампания през 2018 г. донесе на бранда награда EFFIE.

„НУХЕЛТ“ АД се класира на първо място в категория „Малки и средни предприятия“ на Годишните награди на Германо-българската индустриално-търговска камара в България за 2019 г. RiceUP! е победител в категорията „Най-добър нов продукт – храни“ в първите Progressive Awards 2019 и е отличен за най-иновативен продукт в категорията „Чипс“ в класацията на потребителите „Продукт на годината“.

Изключително успешно е постигането на познаваемостта на RiceUP!, както на вътрешния пазар, така и на международните пазари.



#### Продуктът

RiceUP! е водещият бранд на „НУХЕЛТ“ – компания, създадена през 2016 г. от професионалисти с 25 години опит в хранителната индустрия, водени от страстта за създаване на продукти, които са здравословни, функционални и лайфстайл. Мисията на дружеството е да направи здравословното хранене лесно и вкусно. Всички продукти на бранда се разработват и създават в иновативния R&D център на „НУХЕЛТ“.

„НУХЕЛТ“ е първата българска компания, разработила и лансирала на пазара snack от кафяв пълнозърнест ориз и единствената в световен мащаб, която произвежда оризов чипс от цели зърна пълнозърнест ориз и семена. Така стъпката от чистата суровина до крайния продукт е само една и здравословните ползи на оризовото зърно са съхранени в най-голяма степен. Единствената добавена мазнина е зехтинът – чипсът RiceUP! е с наполовина намалено съдържание на мазнини, сравнено с класическия картофен чипс.

Само за 5 години портфолиото на RiceUP! се разви изключително динамично с над 60 успешни SKU (stock-keeping unit) иновативни и следващи световните тенденции в здравословното хранене. „Нухелт“ предлага продукти без глутен от пълнозърнест кафяв ориз: оризовки, оризовки с шоколад, оризов чипс, оризов ролс и шоколадови барчета. Последният лансиран на пазара продукт – RiceUP! шоколадови барчета от кафяв пълнозърнест ориз, с шест разработени вкуса, дава своята сериозна заявка при функционалните храни.

Оризовият чипс RiceUP! е основен движещ продукт за цялото портфолио на бранда. Продуктовата линия стартира с класическите вкусове: сметана и лук, паприка, сирене, кетчуп, барбекю, последвана от иновативните продукти в две гаме веган чипсове – със супер семена и протеинови, на базата на най-здравословните бобови култури – боб Мунг, черна леща Белуга и червена леща. Тенденцията, водена от потребителите за откриване на нови и екзотични вкусове, подтиква компанията да представи три екзотични за категорията „чипс“ вкусове: усаби, песто и хамон Иберико. Последната серия чипс на пазара е Limited Edition, която предлага изискани вкусове и създава





автентично гурме усещане от различни региони в света: горгонзола и карамелизирана круша, кисела краставица и хумус.

Новото за RiceUP! през 2021 г. е първият функционален иновативен продукт, разработен от „НУХЕЛТ“, добавен към портфолиото на бранда – оризово барче с шоколад в 6 вкуса. RiceUP! Brown Rice Bar е изцяло съобразен с изискванията на модерния консуматор, минимална термична обработка, естествени съставки, free-from концепция и функционални ползи. Барчето е 18 г (On-The-Go) и съдържа само 96 ккал на опаковка. Добавени към съдържанието магнезий и Proviotic, които предлагат специфични здравословни ползи. Магнезият е ключов елемент в грижата за нервната и мускулната система. Proviotic е подходящ за вегетарианци, а уникалната технология запазва ефективни живите пробиотични бактерии в RiceUP! Brown Rice Bar в подкрепа на стомашното здраве и имунитет.

Компания „НУХЕЛТ“ притежава международния IFS сертификат за безопасност на храните с най-висока оценка (98% съответствие с изискванията на стандарта), сертификат за производство на биопродукти, Halal и Kosher сертификати.

### Съвременно развитие

Съвременното развитие е свързано с лансирането и разработването на нови иновативни продукти, които налагат тенденции на пазара. Това е и основната цел, която стои пред иновативния R&D център „НУХЕЛТ“, където прецизно се създава всеки нов продукт.

Развитието на експортните пазари продължава да бъде на фокус. Държави с най-добре развита нумерична дистрибуция са Унгария, Румъния, Чехия, Литва, Латвия, Гърция, Израел, Обединените арабски емирства, страните от МЕНА.

„НУХЕЛТ“ присъства на най-големите изложения в хранително-вкусовата промишленост в световен мащаб – Anuga, Gulfood, PLMA, ISM, Sial, Foodex Japan, Hong Kong Food Expo, Marса, Spasckex и изгражда своя корпоративен имидж на производител на световно ниво.

### Промоция

Следвайки добрите практики в маркетинг комуникациите от предходните години, „НУХЕЛТ“ залага на активна и агресивна интегрирана комуникация: телевизия, външна

реклама, онлайн и активности на място на продажбите, като с това максимално достига до своята таргет аудитория. Телевизионните кампании на RiceUP! са прецизно планирани и реализирани, с оптимално разпределение по канали за максимално покритие за възможно най-качествено позициониране на бранда. Целите на всяка една телевизионна кампания е постигане на интензитет, който да е перфектен от гледна точка на TRPs (target rating points) и премиум позициониране.

„НУХЕЛТ“ се фокусира върху развитието на социалните медии – Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, като развива стратегически екосистемата на своите профили в различните социални медии, които са насочени към най-силните пазари за бранда.

През 2021 г. RiceUP! стартира агресивна дигитална кампания в един от ключовите пазари за бранда – Обединените арабски емирства, като заложи на комуникации в основните социални медии и на Google

кампании. Изборът за изцяло дигиталната насоченост на комуникация се определи от аудиторията за страната, която е с преобладаващо младо население.

Една от основните ценности на бранда е неговата глобалност – RiceUP! говори по един и същи начин на своята целева аудитория по целия свят. Това е поколението на 18 – 34-годишните градски тип хора.

Израснали са като интернет поколение, обичат да споделят и да харчат за преживявания, вместо да пестят за бъдеще. Подвластни са на общия здравословен тренд в храненето. RiceUP! говори на модерните и млади хора, като улеснява техния ежедневен избор за по-здравословен и вкусен начин на живот.

През 2021 г. бяха осъществени две изключително успешни промоции – игри за бранда RiceUP! в магазините на Lidl в цялата страна. За всяка от игрите бе създадена онлайн платформа, като основна комуникация на играта. Партньорството се осъществи и с преките комуникационни канали на веригата, особено чрез приложението Lidl Plus.

Не на последно място е комуникацията на мястото на продажбите. Изключително важна комуникация, от гледна точка на спецификата на категорията „снакс“, като чипсът се подрежда при импулсивните стоки. Регулярно се обособяват и брандират пространства с интересни и характерни решения, съобразени с изискванията на съответния ритейл или обект, изработка на дивайдери (разделители на стоки), уоблери, брандиране на витрини.

### Ценности на марката

Есенцията и уникалността на бранда RiceUP! е безусловната му асоциация като здравословен, иновативен, качествен, модерен, космополитен бранд, ориентиран към младите, активни хора, предимно градско население, които са добре информирани, търсещи и носещи промяната към преформулирането на традиционните хранителни навици. Брандът създава висок праг на доверие и е синоним за качество, иновативност, здравословни ползи и вкус.

Основната цел на компанията е да създава иновативни продукти, които едновременно са здравословни, полезни, вкусни и на добра цена. Мисията на фирмата е да направи здравословното хранене лесно, достъпно и много вкусно. Основателите на „НУХЕЛТ“ дават сериозна заявка да са пионери в настъпващата нова ера в хранително-вкусовата индустрия.

### История

**2014** | Старт на процеса на разработване на продукта.

**2015** | Ръчно производство на тестови продукти и тест на местния пазар.

**2016** | Нова фабрика с оборудване на 3 продуктови групи – оризови бисквити, оризов чипс и оризов ролс.

• Първо представяне на продуктите – SIAL Paris.

**2017** | Две престижни награди за иновации – SIAL Jakarta и SIAL Abu Dhabi.

• Старт на комуникационна кампания в България.

**2018** | Експорт в 55 гържави на 6 континента.

• Старт на комуникация в Унгария и Румъния – телевизия и Facebook.

**2019** | Увеличаване на първоначалния капацитет 3 пъти, изграждане на ново предприятие.

• RiceUP! е избран за „Продукт на годината“ в категория „Здравословен чипс“.

**2020** | Разработване на нови продукти в R&D центъра на „НУХЕЛТ“.

• Старт на комуникационна кампания в България.

• Създаване на дигитална стратегия на бранда за водещите пазари.

**2021** | Откриване на ново производствено звено.

• Пускане на пазара на първия функционален продукт RiceUP! Brown Rice Bar.

Знаете ли, че...

- Знаете ли от колко оризови зърна се прави едно парченце чипс? (средно 25)
- Знаете ли за колко секунди зрънцата ориз стават на чипс? (8 секунди)
- Знаете ли, че оризовият чипс е 50% по-малко мазнини, в сравнение с обикновения картофен чипс?